



مجلة بحوث الاتصال

مجلة علمية محكمة نصف سنوية

تصدر عن كلية الإعلام
جامعة الزيتونة

مجلة بحوث الاتصال

كلية الإعلام بجامعة الزيتونة

ترهونة/ ليبيا

مجلة بحوث الاتصال

مجلة علمية محكمة تصدر نصف سنوية عن كلية الإعلام بجامعة الزيتونة

المشرف العام

د. إبراهيم سالم اشتيوي

رئيس هيئة التحرير

أ.د. محمد علي الأصفر

أعضاء هيئة التحرير

د. صلاح الدين رمضان عثمان

د. عبد المولى ضو الصغير

تنسيق وتنفيذ

أ.ازدهار عطية البريار

الهيئة الاستشارية

أ.د. عابدين الدردير الشريف

أ.د. علي عبد السلام الربيعي

أ.د. عمران الهاشمي المجدوب

أ.د. حسن عبد الله يحيى

مجلة بحوث الاتصال

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

التقييم الدولي الموحد: ISSN 2707-871X

معامل أرسيف Arcif للمجلة لسنة 2024م (0.1364)

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

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

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

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

comsemag@gmail.com

للاستفسار الاتصال بالأرقام التالية: 0926612168 /0916760614

الموقع الإلكتروني للمجلة

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

رابط الصفحة الإلكترونية للمجلة على الفيس بوك:

* قواعد وشروط النشر:

أولاً: قواعد النشر:

تصدر مجلة "بحوث الاتصال" وفق الضوابط التالية:

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

*شروط النشر:

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

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

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

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

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

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

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

محتويات العدد

رقم الصفحة	اسم الكاتب	الموضوع
1	المشرف العام للمجلة	كلمة العدد دراسات وبحوث
2	أ. عادل سالم الجراي..	"التغطية الإخبارية للصحف الالكترونية اتجاه الحرب على قطاع غزة 2024 دراسة تحليلية لصحيفتي الصباح الليبية والتونسية نموذجاً
24	أ. محمود النعناق	اتجاهات طلاب الإعلام بالجامعات العربية نحو صحافة المحمول(طلاب صحافة الموبايل نموذجاً)
56	أ. مروة خليفة رمضان الصفيير	مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاستقرار الأسري من وجهة نظر المرأة العربية
78	أ. ميسرة عطية الكادوشي	استخدامات أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الليبية للتكنولوجيا الحديثة في البحث العلمي و الإشباعات المتحققة منها البرمجيات والتطبيقات الحاسوبية و الانترنت أنموذجاً دراسة ميدانية
110	أ.أحمد الطيف الكردي	محتوى صفحات الجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك وأشكال تفاعل المستخدمين نحوه: صفحة كلية الدعوة وأصول الدين أنموذجاً : دراسة تحليلية وميدانية
149	أ. ابوبكر فرج أبو الخير أ.علي المبروك أبو الجرايد	أثر الفراغ المعماري على السلوك الإنساني دراسة تحليلية في سيكولوجية الفراغ المعماري
175	أ. إنصاف الراشدي	دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية في المصارف التجارية: دراسة ميدانية على المصارف التجارية في مدينة بنغازي

201	أ. عبد الناصر الصغير محمد طيابين	اتجاهات أساتذة الإعلام العربي نحو مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية حيال القضية الفلسطينية" دراسة ميدانية
218	أ. رحاب محمد الجبراني لتقنيات	تحليل مشاعر مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعي بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي خلال إعصار مدينة درنة الليبية
258	أ. محمود عمر فرج محمد	التفاعلية و التبادلية في تقديم المحتوى الاخبارى عبر وسائل الاعلام الجديد "الفيس بوك نموذجا" دراسة ميدانية
288	د. نزهات مفتاح البوعيشي	الرموز والزخارف في فن الخزفي الكوثاهي (دراسة جمالية وتحليلية)
308	أ. عبدالسلام سالم مسعود البوسيفي	دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لذوي الإعاقة السمعية في إطار خطة لدمج ذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع
347	د. سالم محمد سالم	تبني استخدام أساليب تقنية الاتصال الحديثة في تحسين الاداء المهني للعلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية دراسة ميدانية على مصلحة الاحوال المدنية ادارة الشؤون
375	أ. الشيباني عبد الله الشيباني	فعالية برامج مَحْتِمَات طَمُوح التَدْرِيبِيَّة في تنمية فاعلية الذات الإبداعية ورأس المال النفسي ومركز الضبط لدى الشَّباب اللبِّي "دراسة نوعية"



كلمة العدد

الحمد لله رب العالمين .. والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين..

تستمر مجلة بحوث الاتصال في إصدار أعدادها بانتظام وتضع أمام الباحث العدد السادس عشر الذي تضمن العديد من البحوث والدراسات العلمية في مجال الاتصال والإعلام من داخل ليبيا وخارجها، واستطاعت المجلة المحافظة على وجودها ضمن المجلات المصنفة في معامل التأثير العربي لعام 2024م، حيث نجحت في تحقيق معايير اعتماد معامل التأثير العربي معامل أرسيف Arcif المتوافقة مع المعايير العالمية وفقا للتقرير السنوي التاسع لمعامل التأثير العربي الذي صدر في 19 / 10 / 2024م، وكان معامل أرسيف Arcif للمجلة لسنة 2024م (0.791)، وستسعى المجلة إلى التطوير لتحقيق نسب أعلى خلال السنوات القادمة..

وبمناسبة صدور العدد السادس عشر من مجلة بحوث الاتصال التي تصدر عن كلية الإعلام بجامعة الزيتونة أقدم كل الشكر والتقدير والاحترام للباحث الذين اختاروا مجلتنا لنشر نتاجهم العلمي متمنين لهم التوفيق والاستمرار في الانتاج العلمي من خلال مشاركاتهم بدراساتهم وبحوثهم العلمية في مجال الاتصال والإعلام، وأن المجلة تستمد استمراريتها من خلال مشاركات الباحث ونشر بحوثهم فيها..

نسأل الله التوفيق والسداد

د. إبراهيم سالم اشتيوي

المشرف العام للمجلة

"التغطية الإخبارية للصحف الالكترونية اتجاه الحرب على قطاع غزة 2024"

دراسة تحليلية لصحيفتي الصباح الليبية والتونسية نموذجا

أ. عادل سالم الجراي .. كلية الاعلام .. جامعة الزنتان.. ليبيا

ملخص

هدفت الدراسة للتعرف إلى التغطية الإخبارية للصحف الالكترونية العربية للحرب على قطاع غزة 2024 وطبيعة المضامين التي تناولتها الصحيفتين والقيم الإخبارية ، وفي الفترة الممتدة من 1 - 7 - إلى 31 - 7 - 2024 ، وتعد هذه الدراية ضمن الدراسات الوصفية التحليلية ، والتي اعتمدت على منهج المسح ، باستخدام استمارة تحليل مضمون ، وذلك بتحليل المواد المنشورة في صحيفتي الدراسة الصباح الليبية، والصباح التونسية ، خلال فترة الحرب بواقع (108) ، مادة صحفية ، والتي احتوت على (8) أسئلة يمثلون أهداف الدراسة وتساؤلاتها وكل ما له علاقة بمشكلة الدراسة

ووقفاً على ما تولت إليه الدراسة من نتائج ، تصدرت صحيفة الصباح التونسية بعدد المواد الصحفية المنشورة التي تناولت الحرب على قطاع غزة، تلتها صحيفة الصباح الليبية، كما اعتمدت على المضمون العسكري، ثم السياسي، وكذلك اعتمادها على منتج الخبر من جهات فلسطينية، و جهات دولية رسمية، والهيئات والمنظمات الدولية، كما اتضح معارضتها للحرب على قطاع غزة ، كما استخدموا من القيم الاخبارية الصراع، والأنية، وكان من أبرز المصادر التي اعتمدت عليها الصحيفتين، محرر صحفي أو كاتب، و وكالات الأنباء، والانترنت، فعلى الصحف الالكترونية الاهتمام بالوسائط المتعددة كإبراز للمادة لما لها من قدرة على التأثير في الملتقى والتركيز على تحليل القضايا ، وخاصة منها الحروب والنزاعات.

الكلمات الافتتاحية: التغطية الإخبارية، الصباح الليبية، الصباح التونسية، الحرب على قطاع غزة 2024، صحيفتي الدراسة .

Abstract :

The study aimed to identify the news coverage of Arab electronic newspapers for the war on the Gaza Strip in 2024 and the nature of the contents covered by the

newspapers and the news values, in the period extending from 1-7 to 31-7-2024. This study is considered one of the descriptive analytical studies, which relied on the survey method, using a content analysis form, by analyzing the materials published in the study newspapers Al-Sabah Al-Libiyah and Al-Sabah Al-Tunisiyah, during the war period, with (103) newspaper articles, which contained (8)questions representing the objectives and questions of the study and everything related to the study problem. Based on the results of the study, the Tunisian newspaper Sabah came first in the number of published press articles that dealt with the war on the Gaza Strip, followed by the Libyan newspaper Sabah. It also relied on military content, then political content, as well as its reliance on news products from Palestinian sources, official international sources, and international bodies and organizations. It was also clear that they opposed the war on the Gaza Strip. They also used conflict and current news values. The most prominent sources that the two newspapers relied on were a journalist or writer, news agencies, and the Internet. Electronic newspapers should pay attention to multimedia as a way to highlight the material because of its ability to influence the recipient and focus on analyzing issues, especially wars and conflicts. Opening words: News coverage, Libyan Sabah, Tunisian Sabah, war on the Gaza Strip 2024, the two newspapers of study .

المقدمة:

تعتبر الصحافة الإلكترونية من الوسائل الإعلامية الحديثة مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى من حيث النشأة والانتشار، إلا أنها سرعان ما لاقت انتشاراً واسعاً وقاعدة جماهيرية كبيرة من حيث التفاعلية وزيادة عدد المستخدمين (1).

وان الاعتماد بشكل كبير على الصحف الإلكترونية كمصدر جديد لتناقل الأخبار والمعلومات يعد من أبرز اهتمامات الباحثين، لما تتمتع به من سهولة الوصول إليها والتفاعل مع الأخبار التي تنشرها تلك الصحف سواء بالصوت أو بالصورة أو حتى بالتعليقات المكتوبة، مما جعلها ذات تأثير اتصال مباشر على قطاعات من الجمهور، حيث شكلت

الصحف الإلكترونية فكرة لدى الجمهور بالاعتماد عليها في الاخبار والتأثير في الراي العام من خلال تسليط الضوء على الاحداث ومكان الخلل والنزاعات والحروب.

ومن المؤكد انه لا توجد احداث تثير اهتمامات الصحفيين والصحف الإلكترونية على نشرها اهم من الحروب والنزاعات، وذلك لنقل الاخبار علاوة على تزايد رغبة الجمهور بمعرفة ماذا يحصل في قطاع غزة من دمار وابطاده عرقيه، فنجد ان هناك تسابقا بين الصحف الإلكترونية ووسائل الاعلام المتنوعة على تغطية مثل هذه الاحداث. ونظرا لي ما ذكر سابقا لانتماء صحيفتي الصباح الليبية والتونسية الى هذا النوع الصحافة واهتمامها بحرب غزة رأى الباحث ضرورة دراسة تناولهما لها.

مشكلة الدراسة:

اجتمعت وسائل الاعلام العربية على اعطاء السبق من الأهمية للحرب على قطاع غزة بما فيها الصحف الإلكترونية، وما يحصل من احداث جراء الحرب على قطاع غزة في العام الجاري 2024 والتي اندلعت جراء هجوم كتائب القسام التابعة لحماس على معسكرات الكيان الصهيوني، بالإضافة الى المقالات الصحفية والتحليلات السياسية لأبعاد هذه الحرب، تعد الصحف الإلكترونية العربية من الصحف ذات انتشار واسع والاكثر شعبية في اوساط الجمهور كما ان هناك عدد وافر من المواقع الإلكترونية العربية يشاركون الاخبار والمقالات في الصحف الإلكترونية.

وفيما يخص مشكلة الدراسة فان الباحث استند لراي معظم خبراء الاتصال والاعلام القائل بضرورة الانتشأ فكره البحث أو الدراسة العلمية من فراغ حتى تنتهي الى ما هو مثله وتأكيدهم المستمر على اهمية نقاط محدد كإحساس الباحث، واهتماماته، وميوله، ومن قبلهم تخصصه، باعتبارهم مداخل مهمه تقود الى تحديد المشكلة العامة للدراسة على قاعده علميه سليمه.

ومن خلال متابعة عن بعض ما نشر من اخبار وتحليلات ارتاء الباحث بدراسة التغطية الإخبارية للصحف الإلكترونية العربية التالية (الصباح الليبية الصباح التونسية)، من خلال الدراسة وتحليل محتوى بين الصحف عينه الدراسة، والتعرف على تغطيه الصحف بالدراسة، والتحليل ومن هنا فان مشكلة الدراسة تتجسد في محاولة دراسة، هل هناك تباينات في المواقف للصحف الإلكترونية، اتجاه الحرب على غزة 2024.

من الاعتبارات السابقة انه وعقب الاحداث السياسية والعسكرية التي شهدتها غزة عام 2024، والتغطية الإخبارية لهذه الحرب لاحظ الباحث ان هناك نوع من الغموض في طريقه التناول الاخباري لهذه الحرب في صحيفتي الدراسة.

وعليه حاول الباحث فك هذا الغموض من خلال توقفه على العديد من النقاط وبالدراسة والتحليل من اجل الوصول الى تفسيرات منطقية واجابات مقنعة، لذلك الاداء في موضوع دراسة التغطية الإخبارية للحرب على غزة، لانها تعتبر من المواضيع المهمة والحيوية ولهذا فان الدراسة تحاول الكشف عن هذه التغطية.

أهمية الدراسة:

1. من اولى الدراسات "حسب علم الباحث" التي تجرى في وقت تشهد فيه مدينه غزة حرب تقاطعت فيها مصالح اقليمية ودولية.

2. تثري هذا الدراسة المكتبة الليبية التي تعاني نقص البحوث المختصة بالقضايا العربية في الصحافة العربية.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف العام من الدراسة في التعرف على تغطية الصحف الإلكترونية العربية من الحرب على قطاع غزة ويتفرع منه الاهداف الفرعية التالية:

1- التعرف الى المضمون التي تناولتها الصحف الإلكترونية العربية في تغطيتها للحرب على قطاع غزة عام 2020 .

2- الوقوف الى المصادر التي اعتمدت عليها الصحف الإلكترونية العربية في تغطيتها للحرب على غزة عام 2020.

3- التعرف على القوة الفاعلة التي اعتمدت عليها الصحف الإلكترونية العربية في تغطيتها للحرب على قطاع غزة عام 2024.

4- الكشف على طبيعة اتجاهات الصحف الإلكترونية العربية في تغطيتها الصحفية للحرب على قطاع غزة عام 2024.

5- معرفه القيم الصحفية التي استخدمتها صحيفتي الدراسة في تغطيتها للحرب على قطاع غزة 2024.

6- التعرف على الاشكال الصحفية التي استخدمتها صحيفتي الدراسة في تغطيتها للحرب على قطاع غزة 2024.

7- التعرف الى عناصر الابرار التي استخدمتها الصحف الإلكترونية العربية في تغطيتها للحرب على قطاع غزة عام 2024.

الدراسات السابقة:

يعرض الباحث مجموعة من الدراسات العلمية التي اجريت على تغطية الاخبار على القضية الفلسطينية منها دراسة (محمد فرج) هدفت هذه الدراسة الى تعرف الى حجم التغطية الصحفية للعدوان الاسرائيلي على قطاع غزة في ثلاثة صحف عربييه، وذلك باستخدام المنهج الوصفي ودراسة الفروقات الإحصائية بين صحف الدراسة وفقا

للخصائص الفنية واسلوب عرض الاخبار المتبعة في كل من صحف الدراسة، وخلصت الدراسة عدة نتائج، ابرزها: بأن الموضوعات العامة في الدراسة قد حظيت باهتمام الصحف الثلاثة؛ واهمها الموضوع السياسي تميزت صحيفة الرأي بتغطيتها الشاملة والتميزة على العدوان الاسرائيلي على قطاع غزة كما اظهرت الدراسة ان موضوع العدوان على المستوى السياسي والفلسطيني والعربي سجلت ما نسبته 7.86%، من مجمل المواد الإعلامية، اما المواضيع على المستوى الاقتصادي والصحي والبنية التحتية وعملية السلام والمجتمع الإسرائيلي، كما بينت ان اسباب العدوان لم تحظى إلا بقدر ضئيل من التغطية بما نسبته 13.3% واطهرت النتائج أن نتائج العدوان على المستوى السياسي حصلت على المرتبة الأولى بنسبة 42.1%، تليها نتائج العدوان على الشعب الفلسطيني بنسبه 26.55% ثم جاءت نتائج العدوان على المجتمعات العربية بنسبه 18.5% وجاء العدوان على المجتمع الاسرائيلي بنسبه 4% ثم جاءت اسباب العدوان ودوافعه على قطاع غزة بنسبه 2.85% تليها نتائج العدوان على قطاع الاقتصادي بنسبه 2.15% ثم جاءت نتائج العدوان على القطاع الصحي بنسبه 1.80% تليها نتائج العدوان على البنية التحتية لقطاع غزه بنسبه 1.35% واخيرا نتائج العدوان على السلام بنسبه 1.15% (2)

ودراسة(مكي عبد العال، وائل عبد الله) وهدفت الدراسة الى تحليل تغطيه الصحافة القطرية للقضية الفلسطينية والتعرف على مدى اهتماماتها بها من خلال تحليل الموضوعات والقضايا والمساحات المخصصة لها وموقع المادة الصحفية والقوالب الصحفية المستخدمة والمصادر التي اعتمدت عليها وعناصر الابرار استخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال تحليل مضمون صحيفتي الراية والشرق وخلصت الدراسة الى ان القضية الفلسطينية تقع في صلب اهتمامات الصحافة القطرية حيث بلغ عدد الموضوعات (295) موضوع عن بجريده الشرق نشرت خلال فتره اربعة اشهر في مقابل 295 موضوعا لجريدة الراية خلال الفترة ذاتها بنسبة نشر تعادل 85% للشرق مقارنة ب 42% لما هو منشور في الراية في مجمل ما نشر عن القضية الفلسطينية بلغت المساحات المخصصة في الشرق 24% من جملة الموضوعات السياسية الاخرى وبلغت نسبه نشر في الراية 19% وهي قيمة تشير الى تخصيص مساحات اكبر للقضية الفلسطينية على الصفحات الشرق وكانت الموضوعات السياسية هي الاكثر اهتماما من كل كلا الصحيفتين كلتها موضوعات ذات الطابع الانساني استخدمت كلا الصحفيين التقرير الاخباري في المركز الاول بينما كل اتجاه صحيفتين اتجاه القضية الفلسطينية ايجابيا.(3)

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما نوع المضمون الذي تناولته الصحيفتين العربية في تغطيتها للحرب على قطاع غزه عام 2024؟
- 2- ما هي المصادر التي اعتمدت عليها الصحف الإلكترونية العربية في تغطيتها للحرب على قطاع غزه عام 2024؟

- 3- ما القوه التي اعتمدت عليها الصحف الإلكترونية العربية في تغطيتها للحرب على قطاع غزة عام 2024؟
- 4- ما طبيعة اتجاهات الصحف الإلكترونية العربية في التغطية الصحفية للحرب على قطاع غزة 2024؟
- 5- ما القيم الصحفية التي استخدمتها صحيفتي الدراسة في تناولها للحرب على قطاع غزة عام 2024؟
- 6- ما الاشكال الصحفية التي استخدمتها الصحف الإلكترونية العربية في تغطيتها للحرب على قطاع غزة عام 2024؟

7- ما عناصر الابرار التي استخدمتها الصحف الإلكترونية العربية في تغطيتها على قطاع غزة عام 2024؟
منهجية الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يهتم بدراسة الحقائق حول الظواهر والاحداث والايوضاع القائمة، وذلك بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها؛ لاستخلاص دلالاتها واصدار تعميمات بشأنها⁽⁴⁾ وفي اطار المنهج الوصفي، استخدم الباحث المنهج المسحي في مسح عينه من صحيفتين، باعتباره جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات ايزاء التغطية الاخبارية للصحيفتين الإلكترونية على حرب غزة 2024.
ادوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث في ادوات جمع البيانات على اكثر من اداة منها الملاحظة باعتبارها الاساس الذي يقود لأصل المشكلة واستمارة تحليل المضمون والتي احتوت على سبعة تساؤلات وتتحقق بها اهداف الدراسة.
الصدق والثبات:

اعتمد الباحث في قياس الصدق الظاهري لاستمارة تحليل المضمون ومدى قدرتها على الإجابة عن تساؤلات الدراسة على ملاحظات عدد من المحكمين من الأساتذة الصحافة والاعلام الذين تم عرض الاداء عليهم وبعد استلام كل تلك الملاحظات قام الباحث بأجراء كافة التعديلات المطلوبة من حيث التقديم والتأخير والالغاء واعاده ضبط بعض الجمل والمفردات بحيث تكون الاستمارة في شكلها النهائي جاهزة للعرض على عينه الدراسة.
مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في الصحف الإلكترونية العربية والتي تصدر عن ليبيا وتونس ممثلتان لدول شمال افريقيا، كما تعتبر هاتين الدولتين من اهم الدول العربية التي غطت احداث فلسطين وبالتحديد الحرب على غزة 2024، حيث تعتبر صحيفه الصباح الليبية والصباح التونسية من بين العديد من الصحف الإلكترونية العربية وتم اختيار هذه العينة من الصحف بسبب توجهها السياسي نحو الحرب على قطاع غزة 2024 والتي تم تحليل موضوعاتها المتعلقة بالحرب على غزة 2024 ومعرفة التغطية الاخبارية للصحف الإلكترونية العربية عن حرب قطاع غزة 2024 .

واما عينه الدراسة فقد استخدم الباحث اسلوب الحصر الشامل لكافة المواد المنشورة في صحيفتي الدراسة اثناء الحرب على قطاع غزة 2024 ، وبذلك خلال فتره الحرب المستمرة على قطاع غزة (شهر) لكل من صحيفتي تبدا من 2024/7/1 حتى 2024/7/31 حيث تبين وجود(23) ماده صحفية صالحة للتحليل تتعلق بالحرب على قطاع غزة 2024.

التغطية الإخبارية:

لم تعد التغطية الإخبارية مجرد وصف اعتيادي لحذف معين يحظى بالاهتمام فحسب، بل اصبحت صناعة مميزة لها معاييرها وسماتها، وقد اسهم التقدم التقني والتكنولوجي في مجال الاتصال الجماهيري في تطور اساليب وطرق ووسائل الاعلام في اوصول الاخبار والمعلومات الى الجمهور، عبر تغطية الاحداث والازمات والكوارث.(4) فاصبح من الضروري سد الفجوة بين الجمهور والاحداث في عالمه المعاصر عبر احاطتها بمجريات الاحداث وتقديم تفسير لها وايضا الآراء التي تدور حولها، فالقضية او الازمة حين وقوعها لا تنحصر في مجرد توصيل الاخبار او بث تقرير مباشر عنها، بل تمتد لتشمل اداك معاينتها ودلالاتها وابعادها الظاهرة والخفية، والخلفيات التي يليها والتداعيات التي يمكن ان تترتب عليها.(5)

ولذا تعد المواد الإخبارية في وسائل الاعلام نافذة مهمة للجمهور لمعرفة الاحداث وطبيعتها في العالم، وهي اساس العمل الصحفي واهم عامل لنجاح الوسيلة، وانتشارها الذي يقاس الان بمدى تمكنها من تغطية اخبارية دقيقة وموضوعية لوقائع والاحداث سواء اكانت على المستوى المحلي او الدولي، عن طريق فريق عمل متكامل يتمتع بمواصفات ومؤهلات تمكنه من النجاح في تقديم تغطيات اخبارية عن الاحداث والازمات في اطار سياسة الوسيلة الإعلامية.(6)

الصحافة الإلكترونية العربية:

عرفت الصحافة الإلكترونية في منتصف عام 1970 عن طريق استخدام تقنيه (الفيديو تكست) الا ان هذا المجال لم يلقى الاهتمام المطلوب من الباحثين الا بحلول عام 1980 جاء ظهور الصحافة الإلكترونية في شكلها الحديث استجابة للمتغيرات التي شهدتها بيئة الاتصال الجماهيري في ظهور شبكه الانترنت التي عرفت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1969 بما ترتب على هذه الشبكة من استخدامات اعلاميه ضخمة اثرت في معطيات الوسائل التقليدية وبخاصة الصحافة المطبوعة مهنيا واقتصاديا، خاصه بعد ان استطاعت شبكة الانترنت في فترات ازدهارها التي بدأت في النصف الثاني من العقد الماضي، ان تؤسس لنفسها قاعدة كبيرة من الجماهير.(7)

ومع تطور المعلومات وتزايد مكانة الانترنت في العالم الاتصال بدأت دور نشر المؤسسات الصحفية تسعى لتدشن لنفسها مواقع غير تقليديه في الاصدار والانتشار على الانترنت، حدودها الفضاء الرحب لا البقعة الجغرافية

المحدودة. فمثلا ما حدث على المستوى العالمي من ولادة مواقع اخبارية إلكترونية، فقد تمخضت المنطقة العربية عن ظهور عدة مواقع اخبارية إلكترونية، بعضها تصنع الخبر وتلك تكفي بإعادة تصديره بعد التقاطه من وكالات وشبكات التلفزيون والإذاعة وأخرى تقوم بدور مكمل للدور الرئيسي في المحطات التلفزة والجرائد المطبوعة وتلك التي تستقل بذاتها كليا، أي التي لا تصدر الا على الانترنت ولا يوجد لها امتداد او اصل في الصحافة التقليدية. ف منذ منتصف التسعينيات بدأت الصحف العربية تفتني هذا الطريق، ففي عام 1995 توافرت الصحيفة اليومية العربية الإلكترونية لأول مرة عبر شبكة الانترنت، وهي صحيفة الشرق الاوسط على شكل صور، وكانت الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الانترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي اصدرت طبعه الإلكتروني يوميه خاصه بالشبكة ابتداء فبراير 1996 ، ثم تليها جريدة الحياه والتي صدرت في اوائل يونيو عام 1996 ، وجريده السفير،⁽⁸⁾ في نهاية العام نفسه، وقد تزايدت في السنوات الأخيرة التواجد الاعلامي العربي على الشبكة المعلوماتية، فالعديد من الصحف العربية سواء كانت حكومية او معارضة اصبح لها موقع على شبكة النت.

صحيفة الصباح (الليبية):

وهي صحيفة يومية شاملة تأسست في مارس 2019 ميلادي تضم الصحيفة عدد (5) ملاحق اسبوعية وهي وفق الترتيب الملحق الاقتصادي، الملحق الاجتماعي، الملحق الثقافي، الملحق الفني، الملحق الرياضي، كما يحتوي العدد اليومي على صفحة للشؤون المحلية للمتابعات والاستطلاعات، و صفحة للأخبار والتقارير السياسية ومقالات الراي، بالإضافة للصفحة الاولى التي تحتوي في مشاتاة العناوين البارزة، واهم الاخبار السياسية الرئيسية، تعتمد الصحيفة في صفحاتها الأخيرة على زوايا الكتاب والمثقفين، واخبار متفرقة متنوعة ولوحات للفن الكاريكاتير والتراث، وهناك صفحة اسبوعية منها صفحة استراحة الخميس واقوال الصحف و صفحة المصاحبة.

صحيفة الصباح (التونسية):

تأسست صحيفه الصباح التونسية عام 1951 ، وتعد من اقدم واشهر الصحف اليومية في تونس تتميز الصحيفة بتغذيتها الشاملة للأحداث المحلية والدولية مع التركيز على الشؤون السياسية والاقتصادية والثقافية. تتضمن الصحيفة العديد من الاقسام منها الاخبار: تغطيه الاحداث المحلية، والدولية السياسي: تحليل الاحداث السياسية وتقديم اراء الخبراء الاقتصادية: اخبار وتحليلات اقتصادية ثقافية: مقالات عن الفنون والموسيقى والادب رياضي: اخبار بتغطية الاحداث الرياضية الصحة: مقالات ونصائح صحية، المنوعات: اخبار واحداث متنوعه، كما تتيح الصحيفة للقراء فرصة التفاعل مع محتواها من خلال التعليقات ومواقع التواصل الاجتماعي.⁽⁹⁾

الخبر الصحفي:

هو نوع من التقرير الصحفي، تقارير مباشرة عن شيء يحدث الان يعتمد في تأثيره على ماهية التقرير ومهارة الصحفي في تقديمه وهذه النوعية قصيرة العمر.

وتتوقف أهمية خبر مقارنة مع خبر آخر في صحفية ما على عدة عوامل منها مدى قرب الزمني او المكان.

التقرير الصحفي:

شاهد على الحدث، بمعنى لا يمكن لاحد ان يكتب تقريراً عن حدث لم يكن طرفاً فيه او ما لم يكن شاهداً على حدوثه، يتم التركيز في التقرير الصحفي على جوانب رصد وتسجيل المادة، دون تحليلها او تفسيرها او اتخاذ موقف معين بشأنها.

المقال الصحفي:

شكلاً من اشكال الكتابة الصحفية، حيث يعرض فيه الكاتب وجهة نظره الخاصة، ورأيه الشخصي لقضية ما، او واقعة ما او موضوع ما، او فكرة ما معينة، تهم الراي العام وهو من امتع ما تقرا في الصحافة اذا كان كاتبه متمكناً من لغته وقادراً على صياغتها بأسلوب ممتع كما يمكن ان يكون المقال عامل جذب للراي العام اتجاه التبني.

المقابلة صحفية:

تجرى بهدف كتابه قصه خبرية، وهذه قد تكون عبارة عن مجموعة من المقابلات يجريها المندوب مع ابطال القصة، او شهود العيان الهدف جمع الحقائق والمعلومات لكتابه القصة الخبرية، والصحف في هذا النوع من مقابلات يركز على الأسئلة التقليدية الستة وهي: ماذا، متى، كيف، اين، لماذا (10).

نظرية الدراسة:

تعد نظريه القطر الإعلامية واحده من ضمن اهم النظريات التي يتوجه إليها الباحثون في دراساتهم، حيث انها تقوم على تحليل وتفسير الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام، في تشكيل الاتجاهات والمعتقدات حول العديد من الاحداث والقضايا الهامة، كما انها تمكن الباحث من قياس محتوى الرسائل الإعلامية ضمناً.

وعندما تستخدم نظرية الاطر لقضية معينة، فأنا نقوم باستخدام اساليب معينة يتم تحديدها من قبل الباحث لوصف المشكلة، والوقوف على مسبباتها وتقييمها ما يعني اننا نقوم باختيار جوانب محددة من القضية نعمل على ابرازها دون غيرها، ومن خلال استخدام اسلوب محدد في توصيف قضية، او مشكلة وتحديد اسبابها، وتقديم ابعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها.

واشار "ليفين" الى ان الاطر تقوم بأربع وظائف اساسيه وهي: تحديد الهوية، تحديد المشكلة، حل المشكلة احداث الدافع من اجل حل المشكلة حسب الحل المقترحة(11).

ومن خلال ما سبق ذكره، فقد اختار الباحث نظرية الاطر الإعلامية مدخلا ملائما لهذه الدراسة، وذلك بما يتفق مع الاهداف والسياسات التحريرية للمواقع الصحفية.

الجدول رقم (1)

صحيفتي الدراسة التي تناولت الحرب على غزة :

اسم الصحيفة	عدد المواد الصحفية	النسبة المئوية
صحيفة الصباح الليبية	48	46.6 %
صحيفة الصباح التونسية	55	53.39 %
المجموع	103	99.99 %

تبين نتائج الجدول رقم (1) المختصة بإيضاح عدد المواد في صحيفتي الدراسة (الصباح الدراسية، الصباح التونسية) خلال فترة الدراسة 2024 -7-1 حتى 2024 -7-31، إذ تفوقت صحيفة الصباح التونسية وحلت في المرتبة الأولى بعدد المواد الصحفية المنشورة في نفس الفترة بـ 55 مادة صحفية بنسبة 53.39 % من مجموع المواد الصحفية المدروسة ، فحلت ثانياً وبفارق ليس بالكبير صحيفة الصباح الليبية بـ 48 مادة صحفية بنسبة 46.6 % .

أحتلت صحيفة الصباح التونسية المرتبة الأولى بعدد المواد الصحفية المنشورة التي تناولت الحرب على قطاع غزة 2024 في نفس الفترة تلتها صحيفة الصباح الليبية .

يمكن تفسير احتلال صحيفة الصباح التونسية للمرتبة الأولى لكونها صحيفة واسعة الانتشار إضافة إلى شهرتها الواسعة ، وخلال عمرها الزمني .

وتتفق هذه النتيجة (احتلال نسبة عالية لموضوع الحرب على غزة في كل من صحيفة الصباح التونسية والصباح الليبية ، والتي تبين اهتمام الصحافة العربية بالقضية الفلسطينية والحرب على قطاع غزة) .

الجدول رقم (2)

فئة نوع المضمون لصحيفتي الدراسة :

نوع المضمون	الصباح الليبية		الصباح التونسية		الكلي	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	تكرار	نسبة
سياسي	16	%33.33	17	%30.90	33	%32.0
عسكري	21	%43.75	26	%45.45	46	%44.66
صحي	8	%16.66	9	%16.36	17	%16.50
اقتصادي	3	%6.25	4	%7.27	7	%6.79
مختلط	0	0	0	0	0	0
أخرى	0	0	0	0	0	0
المجموع	48	%99.99	56	%99.98	103	%99.95

توضح بيانات الجدول رقم (2) إلى نوع المضامين التي تناولتها صحف الدراسة خلال الحرب على قطاع غزة، حيث تصدرت فئة (عسكري)، باقي الفئات في صحف الدراسة بنسبة **44.66%**، وتلتها فئة (سياسي) في المرتبة الثانية بنسبة **32%**، حلت ثلثاً فئة (صحفي) بنسبة **16.50%**، وجاءت فئة (اقتصادي) في ذيل الترتيب بنسبة **6.79%**، فيما حلت فئة (مختلط)، و (أخرى) بنسبة صفرية

أظهرت النتائج تصدر الموضوعات العسكرية في المحل الأول للترتيب الموضوعات التي تضمنتها المواد المنشورة في صحيفتي الدراسة، الأمر الذي قد يرجع لاعتماد على مصادر متعددة في تغطيتها للحرب، ومن أبرزها المراسلين الصحفيين الذين بإمكانهم نقل الأخبار الميدانية أثناء الحرب على مدار الساعة، مما يجعل الموضوعات العسكرية تشكل الغالبية العظمى للمواد المنشورة لديها، تلتها الموضوعات السياسية والتي اعتمدت بشكل كبير على وكالات الأنباء الرسمية في تغطية الأخبار، وخاصة منها الدولية التي تتضمن موضوعات سياسية على الأغلب، منها التصريحات الرسمية الصادرة عن المسؤولين، أو مواقف الدولة الرسمية، وهيئات والمنظمات الدولية

وغيرها، وكون الدولتين ليبيا و تونس أثارتا العديد من التصريحات الدولية التي أشادت بموقعها ودورها السياسي والإغاثي، وهذا ما يفسركم الموضوعات السياسية في تضمنتها المواد المنشورة في الصحف الإلكترونية والتي تنقل كما أسلفت من الوكالات الرسمية .

كما جاءت فئة صحي في المرتبة الثالثة، والفئة اقتصادي في ذيل الترتيب بنسب ضعيفة مقارنة بسابقتها ، وأخيراً فئة مختلط ، فئة أخرى حلت بنسبة صفرية .

ويلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول بأن صحيفة الصباح التونسية، وصحيفة الصباح الليبية، قد توافقت ترتيب الاهتمام بالموضوعات المنشورة بنسب قريبة، لكنتا صحيفتي الدراسة .

جدول رقم (3)

فئة المصدر لصحيفتي الدراسة :

المصدر	الصباح الليبية		الصباح التونسية		الكلي	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
1 محرر صحفي أو كاتب	15	%31.25	18	%32.72	33	%32.0
2 الإذاعات	0	0	0	0	0	0
3 وكالات الأنباء	13	%27	17	%30.90	30	%29.12
4 صحف ومجلات	0	0	0	0	0	0
5 المسؤولين	5	%10.41	5	%9.0	10	%9.70
6 قنوات فضائية	7	%14.58	7	%12.72	14	%13.59
7 الانترنت	8	%16.66	8	%14.54	16	%15.53
8 بدون مصدر	0	0	0	0	0	0
9 مصادر أخرى	0	0	0	0	0	0
المجموع	48	99.9	55	99.88	103	%99.94

تفيد أرقام وإحصاءات الجدول رقم (3) أن المصادر التي اعتمدها صحف الدراسة في تغطيتها للحرب على قطاع غزة ، حيث جاءت فئة محرر صحفي أو كاتب متصدرة باقي الفئات بنسبة **32%** وحلت ثانياً فئة وكالات الأنباء بنسبة **29.12%** ، تلتها فئة الانترنت بنسبة بلغت **15.53%**، وجاءت رابعاً فئة القنوات الفضائية بنسبة **13.59%**، وحلت فئة المسؤولين بنسبة **9.70%**، أما فئة بدون مصدر، وفئة مصادر أخرى، صحف ومجلات، جاء كلاً منهم بنسبة صفرية .

توضح النتائج أن صحيفة الصباح التونسية اعتمدت في مصادرها بشكل رئيسي على المحررين الصحفيين، والكتاب في الصحيفة كان يتبعه غالباً نقلاً عن مصادر فلسطينية، الأمر الذي يرجع فيه لتغطية صحيفة التزامها نهج الوكالات الرسمية التونسية من حيث المصادر المعتمدة، كما يلاحظ أن البيانات توضح اعتماد الصحيفة في تغطيتها على مصادر رسمية وتجنبها اعتماد الأخبار بدون مصدر، والإذاعات ، مصادر أخرى، وحلت القنوات الفضائية في ربح الترتيب ويرجع هذا إلى اعتماد المحررين في الحصول على مصدر المعلومة عبر المراسلين والشهود العيان من مكان الحدث، وفي ذيل الترتيب جاءت فئة المسؤولين بأقل نسبة سابقها، فمن خلال التصريحات، شخصيات رسمية، وهيئات ومسؤولين يتم الحصول على مصدر المعلومة .

أما فيما يخص البيانات المتعلقة بصحيفة الصباح الليبية ، فقد حلت فئة محرر صحفي أو كاتب أعلى نسبة بلغت **31.25%** ، وهذا يدل على اعتماد الصحيفة على تغطية الحرب على قطاع غزة نقلاً عن مصادر موثوقة ، وجاءت في المرتبة الثانية وكالات الأنباء بنسبة **27%** ، وهي ذات أهمية بالغة في تزويد الوسائل الإعلامية بالأخبار المتنوعة من مصادر دولية معروفة المصدر ، وحل الانترنت ثالثاً بنسبة **16.66%** كونه ينقل الحدث مباشرة من خلال الحدث عبر مراسلين ، يليها قنوات فضائية ، المسؤولين جاءت كلاهما بنسبة ضعيفة ومتقاربة ، ويعكس هذا أن الصحيفة لا تعتمد عليها بشكل كبير كمصدر لنقل الخبر ، وأخيراً الإذاعات ، بدون مصدر ، ومصادر أخرى ، جاء وبنسب صفرية ولم يعتمد عليهم كمصدر للأخبار حول الحرب على قطاع غزة .

الجدول رقم (4)

فئة منتج الخبر لصحيفتي الدراسية :

الكلية		الصباح التونسية		الصباح الليبية		فئة منتج الخبر	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
53.39%	55	41.81%	23	45.83%	22	جهات فلسطينية	1
0	0	0	0	0	0	جهات إسرائيلية	2
36.89%	38	36.36%	20	37.5%	18	جهات دولية رسمية	3
16.50%	17	18.18%	10	14.58%	7	الهيئات والمنظمات الدولية	4
2.91%	3	3.63%	2	2.0%	1	جهات مختلطة	5
0	0	0	0	0	0	جهات أخرى	6
108.78%	103	99.98%	55	99.91%	48	المجموع	

يلاحظ من خلال الجدول رقم (4) أن منتج الخبر الذي اعتمدته صحيفتي الدراسة في تغطيتها للحرب على قطاع غزة، جاءت فئة جهات فلسطينية متصدرة في صحيفتي الدراسة بنسبة **53.39%** تليها في المرتبة الثانية فئة جهات دولية رسمية بنسبة بلغت **36.89%** وفي المرتبة الثالثة حلت الهيئات والمنظمات الدولية بنسبة **16.50%** وفي ذيل الترتيب جاءت جهات مختلطة بنسبة **2.91%**، بينما جهات إسرائيلية، جهات أخرى حلت بنسب صفرية .

إن فئة جهات فلسطينية تعبر عن التصريحات والمواقف والأحداث التي تعبر عن الجانب الفلسطيني، من جهة أخرى أن المادة تتبنى أسلوب سرد الحدث الفلسطيني أو تنقل تصريح جهة حكومية أو أنها تروي قصصاً إنسانية عنه أو أنها نقلت الخبر عن مصادر فلسطينية ، وتبين النتائج أن صحيفتي الدراسة اعتمدت على جهات فلسطينية كمنتج للخبر وبنسبة **53.39%** مقارنة بـ **3%** لفئة الجهات المختلطة، والتي كانت عبارة عن تصريحات، أو مقالات

مترجمة عن الصحف أو المواقع الإلكترونية، وبالنظر إلى النتائج التي تظهرها بالجدول رقم (4) فإنه يتبين أن صحيفة الصباح التونسية أكثر الصحف اعتماداً على إنتاج الخبر في موادها الصحفية أثناء التغطية بنسبة **41.81%** من المواد المنشورة، ويمكن تفسير ذلك ضمن السياسة التحريرية المنحازة للجانب الفلسطيني، وينعكس هذا في إعطاء المساحة الأكبر في سردية الحدث تعبير عن انحيازه تجاه هذا الطرف، وفي المقابل نرى أن الصحيفة امتنعت عن نقل الأخبار التي تصدر عن جهات مختلطة، وأن المساحة التي اتخذتها لا تكاد تذكر، سواء في صحيفة الصباح التونسية أو صحيفة الصباح الليبية ، مما يجعل هاتين الصحيفتين منبراً للجانب الفلسطيني في مواجهة الجانب الإسرائيلي .

وتظهر نتائج الهيئات والمنظمات الدولية والتي حلت بنسبة ضعيفة عن سابقتها ، وجاءت جهات أخرى ، جهات إسرائيلية بنسب صفرية لكلتا الصحيفتين ، كما لم تعطي أي مساحة لجهات إسرائيلية .

الجدول رقم (5)

فئة اتجاهات صحيفتي الدراسة :

الكلي		الصباح التونسية		الصباح الليبية		الاتجاهات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0	0	0	0	0	0	مؤيدة للحرب على قطاع غزة
%40.77	42	%36.36	20	%45.83	22	معارضة للحرب على قطاع غزة
%59.22	61	%63.63	35	%54.16	26	محايدة
%99.99	103	%99.99	55	%99.99	48	المجموع

تبين نتائج الجدول رقم (5) اتجاهات لصحيفتي الدراسة فيما يخص الحرب على غزة 2024 حيث جاءت محايدة في المرتبة الأولى بنسبة **59.22%**، في صحيفتي الدراسة، الصباح التونسية بنسبة **63.63%**، فيما شغلت الصباح الليبية بنسبة **54.16%**، وحلت معارضة للحرب على قطاع غزة المرتبة الثانية بنسبة **40.77%**، شغلت الصباح الليبية **45.83%**، فيما شغلت الصباح التونسية بنسبة **36.36%** .

أوضحت النتائج أن صحيفتي الدراسة اتخذت الاتجاه المحايد في المرتبة الأولى، فيما احتل معارضة للحرب على قطاع غزة المرتبة الثانية، فيما لم يسجل الاتجاه المؤيد للحرب على قطاع غزة أي نسبة في صحيفتي الدراسة .

ويمكن ايضاح ذلك في أن التغطية الإخبارية التي اعتمدها لصحيفتي الدراسة هي التغطية المحايدة التمهيدية، والتي يتم فيها تقديم الحقائق والمعلومات الأساسية بشكل موضوعي يبتعد عن العنصر الذاتي والتحيز ، دون التعمق والخوض في تحليل التفاصيل والرأي، وهذا ينطبق على صحيفتي الدراسة ، أما الاحتلال الاتجاه المعارض للدرجة الثانية فهو يعود إلى الانحياز المبدئي للقضية الفلسطينية العادلة ، والذي انعكس على عدم وجود أي مواد صحفية لصحيفتي الدراسة تحمل تأييداً للحرب على قطاع غزة، وقد برز هذا الانحياز في مقاولات الرأي والتقارير التي تحتوي على تعابير تستهجن العملية العسكرية الإسرائيلية، حيث يتم وصفه بالعدوان والاعتداء الصهيوني وغيرها، بينما تحمل تعابير أخرى التعاطف والتأييد للشعب الفلسطيني وتعطى بعداً إنسانياً في نقل القصص التي تظهر معاناة الشعب الفلسطيني

الجدول رقم (6)

فئة القيم الصحفية التي اعتمدت عليها صحيفتي الدراسة :

الكلية		الصباح التونسية		الصباح الليبية		نوع المضمون	
نسبة	تكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
33.0%	34	32.72%	18	33.33%	16	الصراع	1
15.53%	16	14.54%	8	16.66%	8	الإثارة	2
3.88%	4	3.63%	2	4.16%	2	الغرابية	3
21.35%	22	25.45%	14	37.5%	18	اهتمامات إنسانية	4

5	الآنية	11	%22.91	13	%23.63	24	%23.30
6	أخرى	0	0	0	0	0	0
	المجموع	48	114	55	%99.97	103	%97.06

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى القيم الصحفية التي استخدمتها صحيفتي الدراسة في تغطيتها للحرب على قطاع غزة حيث جاء الصراع في صدارة الترتيب بنسبة **33.00%** في صحيفتي الدراسة ، شغلت منه صحيفة الصباح الليبية ما نسبته **33.33%** تلتها صحيفة الصباح التونسية بنسبة **32.72%** .

وجاء في المرتبة الثانية الآنية بنسبة **23.30%** شغلت منه الصباح التونسية بنسبة **23.63%** تلتها صحيفة الصباح بنسبة **22.91%** .

وفي المرتبة الثالثة الاهتمامات الإنسانية بنسبة **21.35%**، شغلت منه الصباح الليبية ما نسبته **37.5%**، تلتها صحيفة الصباح التونسية بنسبة **25.45%** وجاءت الإثارة في المرتبة الرابعة بنسبة **15.53%** شغلت منه الصباح الليبية ما نسبته **16.66%** ، تلتها الصباح التونسية بنسبة **14.54%** .

وجاءت الغرابة بنسبة ضعيفة جداً بلغت **3.88%** لكنتا الصحيفتي الصباح الليبية بنسبة **4.16%** ، فيما حلت الصباح التونسية بنسبة **3.63%** أما الأخرى فقد جاءت بنسبة صفرية لكنتا الصحيفتي .

ويمكن تفسير الصراع لمجمل مواد الصحيفتي بأنه هو أساس الحدث الذي تتم تغطيته، ألا وهو الصراع الفلسطيني الإسرائيلي والمواجهة بين قوات المقاومة الفلسطينية في قطاع غزة والهبة الشعبية ، في القدس والضفة وحتى فلسطيني الداخل المحتل في مواجهة جيش الاحتلال، والاختراقات البرية والهجمات الصاروخية المتبادلة بين الطرفين، حيث أن غزة باتت تلعب دوراً مهماً في مسيرة النضال الفلسطيني، وذلك للقدرات العسكرية التي أصبحت تمتلكها ، فالتصعيد العسكري بدأ على أثر رشقة صاروخية على تل أبيب في 1- 1- 2024 ، وأيضاً في 24- 5 - 2024 أمرت محكمة العدل الدولية إسرائيل بوقف هجومها على رفح جنوبي غزة، تتهم إسرائيل بإرتكاب جرائم إبادة جماعية، كما أمرت بفتح معبر رفح أمام المساعدات الإنسانية .

الجدول رقم (7)

فئة الفنون الإخبارية في صحيفتي الدراسة :

نوع المضمون	الصباح اللببية		الصباح التونسية		الكلي	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	تكرار	نسبة
الخبر	26	%54.16	29	%52.72	55	%53.39
التقرير	14	%29.16	16	%29.0	30	%29.12
التحليل	8	%16.66	10	%18.18	18	%17.47
المجموع	48	%99.98	55	99.9	103	99.98

توضح بيانات الجدول رقم (7) إلى الفنون الإخبارية التي استخدمتها صحيفتي الدراسة في تغطيتها للحرب على قطاع غزة، تصدر الخبر المرتبة الأولى بنسبة **53.39%** تلاه في المرتبة الثانية التقرير بنسبة **29.12%** وفي ذيل الترتيب التحليل بنسبة **17.47%** .

ويظهر الجدول الفنون الصحفية في كل من صحيفتي الدراسة، حيث اعتمدت صحيفة الصباح اللببية في المرتبة الأولى على الخبر الصحفي بنسبة **54.16%**، تلاه التقرير بنسبة **29.16%** ثم التحليل بنسبة **16.66%** .

أما فيما يخص صحيفة الصباح التونسية فقد اعتمد كذلك في المرتبة الأولى على الخبر الصحفي بنسبة **52.72%** وحل التقرير ثانياً بنسبة **29%** ، ثم التحليل بنسبة **17.47%** .

يرجع الباحث أن احتلال الخبر الصحفي للمرتبة الأولى قد يعود إلى كثرة الأحداث السياسية والعسكرية وإلى طبيعة الحدث ، الحرب ، حيث أن طبيعة التغطية الخبرية العاجلة هي العمود الفقري والأكثر ملائمة للحروب والصراعات أو يمكن أن نقول أنه أحداث ساخنة ، كما أن الصحف تميل إلى التعامل مع الحدث على الطريقة التقليدية في إيراد الأخبار على موقعها كخبر بسيط أو مركب ، وموجز عن الأحداث يحمل الخبر وتداعياته ونتائجه .

ويلاحظ من النتائج أن صحيفة الصباح الليبية والصباح التونسية اعتمدتا على التقرير الصحفي إلى جانب الخبر كإبراز للفنون الصحفية المستخدمة، حيث غطت تقارير الصباح الليبية ما تناقلته وكالات الأنباء باختلافها عن مواقف الدول الرسمية، وما تم نشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص الحرب، إضافة إلى تقارير تظهر الإشادة بالسياسات المسؤولين حيال الحرب على غزة الدولي منها والمحلي ، أي أن تقاريرها ركزت على الدور الليبي والآراء حوله، أما التقرير في الصباح التونسية فقد تناولت الشأن الفلسطيني وتصريحات الدول الرسمية ومواقفها مما يحدث في غزة وتضمنت هذه التغطية وصف الجو العام المحيط بالحدث .

الجدول رقم (8)

فئة عناصر الأبراز المستخدمة في صحيفتي الدراسة :

الكلي		الصباح التونسية		الصباح الليبية		عناصر الإبراز	
نسبة	تكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
73.7							1
%8	76	%72.72	40	%75	36	صورة	
0	0	0	0	0	0	فيديو	2
0	0	0	0	0	0	جرافيك	3
0	0	0	0	0	0	روابط	4
18.4				18.75			5
%4	19	%18.18	10	%	9	مختلط	
7.76							
%	8	9.0	5	%6.25	3	بدون عناصر أبراز	
99.9							
%8	103	%99.9	55	%100	48	المجموع	

تبين نتائج الجدول رقم (8) إلى عناصر الابرار التي استخدمتها صحيفتي الدراسة في تغطيتها للحرب على قطاع غزة، حيث جاءت الصور متصدرة بفارق كبير عن مثيلاتها بنسبة مرتفعة بلغت **73.78%**، شغلت الصباح الليبية ما نسبته **75%**، تلاها صحيفة الصباح التونسية بنسبة **72.72%**، وجاء في المرتبة الثانية مختلط بنسبة **18.44%** وفي المرتبة الثالثة بدون عناصر إبراز بنسبة **7.76%**، فيما لم تخطي العناصر، فيديو، انفوجرافك، روابط بأي نسبة في صحيفتي الدراسة .

أظهرت نتائج الدراسة أن عنصر الابرار الصور احتل المرتبة الأولى، تلاه عنصر الابرار مختلط والذي يمثل وجود عدة عناصر منها الصور والفيديو والروابط الإلكترونية لموقع التواصل الاجتماعي، ويجدر الذكر بأن الصور كانت غالباً صوراً تعبيرية وأرسيفية وليست صور حية من موقع الحدث، وخاصة صور صحيفة الصباح الليبية ، والصباح التونسية، نظراً لحقوق الملكية الفكرية لهذه الصور والتي قد تتطلب من هذه الصحف ميزانية اضافية ، أما فيما يتعلق بعنصر الإبراز مختلط فقد تمثل بوجود صورة تكون تعبيرية في الغالب بالإضافة إلى فيديو منتشر على مواقع التواصل الاجتماعي أو الروابط لتغريدات من حسابات رسمية موثقة لمسؤولين أو روابط تشعبية تؤدي إلى مصادر الخبر، وفي المرتبة الثالثة بنسبة ضعيفة بلغت **9%** لصحيفة الصباح التونسية، وتحصلت صحيفة الصباح الليبية على نسبة **6.25%** ، حيث المواد كانت مقالات رأي لم تحتوي على أي عناصر ابراز .

نتائج الدراسة :

فيما يلي أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة :

احتلت صحيفة الصباح التونسية المرتبة الأولى بعدد المواد الصحفية المنشورة التي تناولت الحرب على قطاع غزة **2024**، فتلتها صحيفة الصباح الليبية .

احتلت الموضوعات العسكرية المرتبة الأولى في صحيفتي الدراسة في تغطيتها للحرب على غزة **2024**، تلتها الموضوعات السياسية ثم الموضوعات الصحية .

أظهرت النتائج أن أبرز المصادر التي اعتمدها صحيفتي الدراسة في تغطيتها للحرب على قطاع غزة **2024** كانت محرر وصحفي أو كاتب، تليها وكالات الأنباء، الانترنت، ثم قنوات فضائية .

أظهرت النتائج أن صحيفتي الدراسة اعتمدت على جهات فلسطينية، كمنتج خبر في تغطيتها للحرب على قطاع غزة، تلتها جهات دولية ورسمية، ثم الهيئات والمنظمات الدولية .

أظهرت النتائج أن صحيفتي الدراسة اتخذت الاتجاه المحايد في تغطيتها للحرب على قطاع غزة، تلاه الاتجاه معارضة للحرب على قطاع غزة، فيما يلي لم يسجل الاتجاه المؤيد للحرب أي نسبة لدى صحيفتي الدراسة .

أظهرت النتائج أن أبرز القيم الصحفية التي استخدمتها صحيفتي الدراسة هي الصراع تلاه الأنية، ثم اهتمامات إنسانية، ثم الإثارة .

أظهرت النتائج أن أبرز الفنون الإخبارية التي استخدمتها صحيفتي الدراسة هو الخبر الصحفي، تلاه التقرير ، ثم التحليل .

أظهرت نتائج الدراسة أن عنصر لإبراز الصورة ، احتل صدارة الترتيب والتي كان أغلبها إما تعبيرية أرشيفية ، تلاها مختلط والذي يمثل وجود عدة عناصر الصورة والفيديو والروابط الإلكترونية .

توصيات الدراسة:

ضرورة اهتمام الصحف الإلكترونية بعناصر الإبراز كالوسائط المتعددة لما لها من قدرة على التأثير في القارئ وجذب انتباهه .

ضرورة اهتمام الصحف الإلكترونية بالتغطية التفسيرية والتحليلية للقضايا والنزاعات .

منح حرية أكبر للصحف الإلكترونية كي تتمكن من أداء دورها بشكل أفضل في تغطية الأحداث .

ضرورة الاهتمام بزيادة عدم المراسلين الصحفيين في المناطق ذات الأهمية والقرب الجغرافي .

مراجع الدراسة :

Permalink [https://www facebook.com](https://www.facebook.com)

محمد فرج ، تغطية الصحافة العربية للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة عام 2008 – 2009(الرأي الأردنية، القدس العرب، لندن، الإهرام، القاهرة)، رسالة ماجستير، كلية الصحافة والإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011.

مكي عبدالعال، وائل عبدالله، تغطية الصحافة القطرية للقضية الفلسطينية، دراسة تحليلية على عينة من صحيفتي الراية والتسويق محلية الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصال، 2021 .

مثنى الغانمي، التلفزيون والحرب: دراسة في اتجاهات الاخبار وتأثيراتها وانعكاساتها، القاهرة، مكتبة جزيرة الورد ، 2018 .

نبيل راغب، أساسيات العمل، القاهرة: الشركة المصرية العالمية للنشر .

عبدالمجيد العبد، ليلي، محمود علم الدين، من التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع 2008 .

السيد بخيث، الصحافة والانترنت، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع 2000 .

موقع الصباح الالكتروني <https://alsabaah.ly> موقع الكتروني .

Assabah News.. <https://www.assabahnews.com> Tn/ar .

Reading. <https://Mail.almerja.net> .

حسن عمار مكاي، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2017 .

اتجاهات طلاب الإعلام بالجامعات العربية نحو صحافة المحمول(طلاب صحافة الموبايل أنموذجا)

أ.محمود النفتاق ..كلية الإعلام والاتصال.. جامعة طرابلس.. ليبيا

ملخص:

تبرز صحافة المحمول بصفتها شكلا من أشكال الإعلام الجديد وما أدى إليه العصر الرقمي، فضلا على كونها اليوم تجربة أكاديمية مستحدثة بتدريسها في كليات وأقسام الإعلام والاتصال- لا سيما المحلية العربية- ومازالت تجاربها تحبو بتشكيل الطلاب الذين بدورهم يجسدون لبنة جديدة يتم إعدادها لسوق العمل الإعلامي مستقبلا، فضلا على كونهم يمثلون الأجيال الجديدة التي نشأت بالفعل على تدفق تيارات التكنولوجيا ولغة الآلة والعصر الإلكتروني، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي واستخدامه اليومي وهذا واقع الأمر الذي لا مجال لتجاهله أو تغييره، وإنما يتسع المجال لمحاولة الاستفادة المثلى منه وتقييده بأخلاقيات العمل وضوابط المهنة الصحفية، من هذا المنطلق المهم استهدف الباحث الدراسة والتنقيب في سؤال جوهري حول اتجاهات طلاب الإعلام العرب نحو صحافة الهاتف المحمول؟ مستخدما خلاله عينة عمدية من طلاب الإعلام والاتصال بثلاث جامعات عربية في ليبيا وفلسطين والسعودية، مركزا على طلبة مقرر صحافة الموبايل أو الهاتف المحمول، ومستهدفا الوقوف على اتجاهات الطلاب بجامعات البحث نحو صحافة الهاتف المحمول، ومعرفة مدى ممارستهم للمحمول، وتحديد صحافته كأولوية لديهم من عدمه، فضلا عن التعرف على حجم وكيفية التدريب المهني خلال التناول الأكاديمي لصحافة المحمول في كلياتهم وأقسامهم، وقياس درجات الثقة لديهم بصحافة المحمول. فشارك مع المبحوثين استمارة إلكترونية شارك فيها نحو 22 مفردة. وقد تمثلت أبرز نتائج البحث في عدم اعتبار صحافة المحمول أولوية في الدراسة الجامعية كمقرر ضمن مساق الجامعات برامجها الدراسية، إلا في أضيق النطاقات ببعض الدول التي ضمتها حديثا لمساقات أقسام الصحافة بالجامعات، أو باستثناء تلك الكليات والأقسام المنشأة بالأساس لدراسة الإعلام الرقمي، بالإضافة إلى حاجة جامعات الإعلام والاتصال في البيئة العربية لإيجاد بيئة فنية مدعمة بالأدوات الملحقة والاشتراكات المدفوعة للتطبيقات، فضلا عن ضرورات خلق مساحات عمل للتدريب حول كل ما يتعلق بالإعلام الجديد وصحافة المحمول. وأيضا تركز استخدام طلاب الإعلام العرب للهاتف المحمول لسبب رئيس وجوهري، في الغالب يتعلق بصلب أدوارهم كطلاب (متدربين) في مجال دراستهم، ووجود تشابه كبير بين أنماط وعادات تلك الاستخدامات.

كلمات مفتاحية: الجامعات العربية- صحافة المحمول - طلاب الإعلام العرب- الإعلام الرقمي

Abstract:

Mobile journalism stands out as a form of new media and what the digital age has led to, in addition to being today a new academic experience taught in colleges and departments of media and communication - especially local Arab ones - and its experiences are still building students who, in turn, embody a new building block that is being prepared for the media lab or market in the future. In addition to the fact that they represent the new generations that have already grown up on the flow of technology, machine language, the electronic age, and the applications of artificial intelligence and its daily use, this is the reality of the matter that there is no room to ignore or change, but there is room to try to make the best use of it and restrict it to work ethics and journalistic professional controls, from this The important starting point: The researcher aimed to study and explore a fundamental question: What are the attitudes of Arab media students towards mobile journalism? During it, he used a deliberate sample of media and communication students from three Arab universities in Libya, Palestine, and Saudi Arabia, focusing on students of the mobile journalism course, aiming to determine the attitudes of students in the research universities towards mobile phone journalism, and to know the extent to which they practice mobile phone journalism, and whether or not mobile journalism is a priority for them. In addition to identifying the extent and method of professional training during the academic approach to mobile journalism in their colleges and departments, and measuring their degrees of confidence in mobile journalism. He shared an electronic form with the respondents, in which about 22 individuals participated. The most prominent results of the research were that mobile journalism is not considered a priority in university studies as a course within the universities' course of study programmes, except in the narrowest scope of some countries that have recently included it for university journalism department courses, or with the exception of those colleges and departments originally established to study digital media. There is also a need for media and communication universities in the Arab environment to create a technical environment supported by ancillary tools and paid subscriptions for applications, as well as the need to create work spaces for training on everything related to new media and mobile journalism. Arab media students' use of mobile phones was also concentrated for a main and fundamental reason, mostly related to the core of their roles as students (trainees) in their field of study, and the presence of great similarity between the patterns and habits of those uses.

Key words: Arabic Universities- Mobile Journalism- Arabic Communication Students- Digital Media

مقدمة

قد لا نبالغ بالقول إن صحافة المحمول أصبحت تشكل عدة مسارات مهمة في العمل الصحفي، بصفتها أسلوب جديد ومستقل في عملية الإنتاج الإعلامي، وتتعلق بها مجموعة من الظواهر تستحق الدراسة، خاصة وأن المؤشرات العالمية باتت ترجح أن تقود صحافة المحمول إلى تغييرات مهمة في بيئة العمل الإعلامي وممارساته؛ مما يشكلها وعنهما انعكاسات واسعة بقطاع الإعلام وشروطه المهنية. فضلا على أن هذا النوع من الصحافة يظهر اليوم كتجربة أكاديمية حديثة بتدريسها في كليات وأقسام الإعلام والاتصال- لا سيما المحلية العربية- ومازالت تجاربه تحبو لدى الطلاب الذين بدورهم يشكلون لبنة جديدة يتم إعدادها لسوق العمل، فضلا على كونهم يجسدون الأجيال الجديدة التي نشأت بالفعل على تدفق تيارات التكنولوجيا ولغة الألة والعصر الرقمي، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي واستخدامه اليومي وهذا واقع الأمر الذي لا مجال لتجاهله أو تغييره، وإنما يتسع المجال لمحاولة الاستفادة المثلى منه وتقييده بأخلاقيات العمل وضوابط المهنية الصحفية.

مما سبق ينطلق هذا البحث كمحاولة في سير الدراسات والأبحاث القلائل التي تتجه لدراسة صحافة الهاتف المحمول، وللوقوف أول ما نقف على قاعدة رئيسة قد تمتد منها الأبحاث لاحقا حول الصحفيين المنخرطين بالفعل في مجال العمل الإعلامي، لكن قبل ذلك يتوقف البحث هنا عند اتجاهات طلاب صحافة الموبايل في الجامعات العربية نحو صحافة المحمول، من خلال جملة من النواحي لاستكشاف مدى وعيهم به كأداة واعتمادهم على الهاتف المحمول كوسيلة، واستخدامه كأسلوب من أساليب إنتاجهم في المهام الصحفية؛ سواء على صعيد تعلمهم وتدريباتهم في مساق دراسة الصحافة والاتصال، أو ما قد ينعكس عنها لاحقا في سير انخراطهم بسوق العمل الفعلي في مجال العمل الإعلامي واستخدام المحمول.

مشكلة البحث

تتسارع وثيرة ما يمر به قطاع الإعلام من متغيرات، لا سيما مع ظهور الأجهزة اللوحية المحمولة، وانتشارها، وتطور مراحلها حتى أصبحت في رباط يسير مع خدمات الشبكة العنكبوتية، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي متعددة المهام، لتضفي على المحمول صبغة المهام المتعددة ليس في الاتصال وحده، بل في التنظيم والترتيب والتنسيق وجمع المعلومات وتناقلها، ما أعطاه دورا صحفيا بالغا في التصوير والتسجيل والنقل والنشر، ولقد أطلق هذا الاتجاه العنان لصناع الأجهزة اللوحية الذكية كالشركات العالمية المصنعة للهواتف الذكية (سامسونج- آبل- هواوي- سوني) وغيرها، أو شركات تصنيع الملحقات للأجهزة اللوحية وعلى رأسها "الموبايل"، وأيضا كليات الإعلام ومعاهد الصحافة، وكذلك دورات التدريب والتنمية الإعلامية، وشكل لديهم اهتماما بليغا بجدولة "صحافة الموبايل" كمقرر علمي، أو بتنظيم العديد من المؤتمرات والمهرجانات التي استطاعوا من خلالها تعريف الكثير من المؤسسات

الإعلامية والعاملين في الحقل الإعلامي والصحفي بكل ما هو متطور في عمل صحافة الموبايل.¹ عليه رأى الباحث في هذا الصدد أنه من الأهمية بمكان التساؤل وقيام البحث في التساؤل التالي: ما اتجاهات طلاب الإعلام العرب نحو صحافة الهاتف المحمول؟

الدراسات السابقة

انحصرت دراسة لـ (جاب الله. 2022)² بإطار معرفي مسهب حول أدبيات ونشأة صحافة الموبايل، وصناعة المحتوى الإعلامي، اعتمدت المنهج الوصفي، تطرق الباحث خلالها إلى نشأة صحافة الموبايل وكيف ساهمت في صناعة المحتوى الإعلامي سواء بالنسبة للصحفيين المحترفين أو الهواة، وتوصلت نتائجها إلى أن صحافة الموبايل من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يستخدمها الملايين من الناس بما توفره من خدمات تتميز بها عن باقي الوسائل الأخرى، وأن فعاليتها كوسيلة لصناعة المحتوى الإعلامي تتأتى من خلال سهولة وسرعة جمع المعلومات بأسلوبها وأدواتها ويسر توزيعها، كما توصل باحثها إلى القول بأن تطور المحتوى في صحافة الموبايل انطلق من الصحفيين الهواة (المواطنين)، وكيفية تغطيتهم للأخبار، وصولاً إلى اعتمادها بشكل رسمي عند الصحفيين المحترفين والمؤسسات الإعلامية. وتتقاطع نتائج الدراسة السابقة مع اعتقادات الباحث خلال اهتمامه بمشكلة هذا البحث القائم، في أن صحافة المحمول (الموبايل) أصبحت تشكل أسلوباً حديثاً قائماً بذاته في سياقات العمل الإعلامي، ولقد استفاد منها الباحث بقدر جيد بالإطار التنظيري والسرد التاريخي المرتب حول صحافة المحمول، للإلمام أكثر بموضوع بحثه.

وناقشت دراسة (شاهين. 2018)³ مشكلة مفاهيم صحافة المحمول، وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية والتغيرات التي أحدثتها في بيئة العمل الصحفي، مستهدفة التعريف بها على اعتبارها نوعاً صحفياً حديثاً، وسط تقويم الباحثة لمدى استفادة الإعلاميين العرب من إمكانيات المحمول في أداء مهام عملهم، وكشفت عن التغيرات التي أحدثتها صحافة المحمول في بيئة العمل الصحفي والمفاهيم الجديدة التي ادخلتها إلى المجال، مستخدمة سياقات المنهج التاريخي برصد مراحل تطور المحمول ونشأة وتطور صحافة المحمول، والمنهج الوصفي مستخدمة مجموعة من الأدوات البحثية؛ كالمقابلات والاستبيان، وزعتها بطريقة عمدية غير منتظمة على إعلاميين عرب، تم اختيارهم من العاملين بمؤسسات عالمية في دولة الإمارات؛ لتوفر مجتمعات ومدن إعلامية كبرى فيها، واهتمام الدولة بعقد المنتديات والمهرجانات وتوافد الصحفيين والإعلاميين لحضورها، خلال الفترة بين 2015-2017، واعتبرت الباحثة أن تلك الفترة ذات تحول في تاريخ الصحافة بتوجه وسائل الإعلام نحو العمل بالأجهزة المحمولة. خلصت أبرز نتائجها لإثبات توفر دور إيجابي في تغطية الأحداث، وإسهام صحافة المحمول في تطوير أداء الإعلاميين بمهامهم، وأيضاً سلبيات انعكست في الجوانب الأخلاقية بالممارسة الإعلامية، كما توصلت الدراسة إلى أن صحافة المحمول

ماهي مرحلة أولى مما وصفته بـ "الصحافة الذكية". وتفتح الدراسة السابقة للباحث في سياق البحث القائم الأفق للوقوف على اتجاهات (الشبان) الجدد، الذين بطبيعة الحال تتوفر لديهم فرص واسعة للتعامل مع الأجهزة والأدوات الذكية كالهواتف وتطبيقاتها، لا سيما وهم بدورهم يشكلون دارجي الصحافة الذين يستقون أخلاقياتها بالدرجة الأولى بالدراسة الأكاديمية، وقد يتحدد بذلك متجاهاتهم الفكرية والأخلاقية نحو أساليب صحافة المحمول، فضلا عن النظر إلى بعد النظر إلى البيئة الجامعية وما تقدمه أو تقتده من مقومات العصر الذكي والأنشطة التي تهتم بصحافة المحمول.

وتعرضت دراسة (قادري، وبوعامر . 2019)⁴ خلال مشكلتها للدوافع الكامنة وراء استخدام صحافة الموبايل لدى الطلبة الجامعيين، مستهدفة التعرف على دوافع اقبالهم نحوها، والكشف عن أسباب ميولهم لها كوسيلة أكثر من وسائل اتصال وإعلام أخرى، ومتجاهتهم نحو المحتوى الذي يقدم بأسلوب الموبايل، وتقييمهم له. استخدمت الباحثتان خلالها المنهج الوصفي وتوزيع استبيان ميداني على عينة قوامها 50 مفردة من مستخدمي صحافة الموبايل في مجتمع جامعة قاصدي مرباح بولاية ورقلة الجزائرية. وتوصلت الدراسة إلى نسبة مرتفعة بلغت 88% من مستخدمي صحافة الموبايل بمجتمع الطلاب، وسردت أنماط استخدام معينة لديهم؛ مثل قلة المدة الزمنية التي يمضيها الطالب في المتابعة، واستخدامهم صحافة الموبايل بشكل أكبر في المنزل منفردين وليس وسط التجمعات لخصوصية الحرية لديهم في ذلك، بالإضافة إلى أن معظم الطلاب تتدرج استخداماتهم لصحافة الموبايل في المتابعة وقراءة منتجها دون الاسهام به، فضلا على أن استخداماتهم للموبايل كأداة ينحصر أكثر في كونه أداة للتخضير والدراسة. والواقع أن الباحث يختلف مع الدراسة السابقة في سياق بحثه الراهن، من حيث حالة اللبس والخلط التي يلتبسها بين استخدام الهاتف المحمول (الموبايل) كأداة اتصالية متعددة الأوجه، وبين الاستخدام الفعلي لما يقدم وي طرح من خلال المحمول كمحتوى - قد يكون صحفيا (معلوماتي أو اخباري أو تفسيري... الخ)، وقد لا يكون كذلك فيندرج دون أي محتوى آخر (ترفيهي أو تعليمي... الخ)، كما يأتي البحث القائم للوقوف بشكل أكثر استفاضة في اتجاهات طالب الإعلام في البلاد العربية، الذي بدوره وبحكم اختصاصه قد يتشكل لديه استخداما مختلفا عن عداه من مجتمع (الجامعيين) للمحمول، سواء كأداة صحفية يعمل بها وينتج أعمالا إعلامية، أو سواء كمحتوى عمومي أو إعلامي يتابعه.

أهمية البحث :

قلة الدراسات التي تناولت اتجاهات طلاب الإعلام والاتصال المحليين في ليبيا من جهة، مقارنة بتلك الأبحاث التي درست طلاب جامعات عربية، وبالتالي يأتي البحث كمحاولة لدراسة مشكلة جديدة بالاهتمام على صعيد الإعلام العربي - خاصة أن صحافة المحمول لم تعرف انتشارا كبيرا في المجتمع العربي، وبيئة العمل الإعلامي خلالها كما هو الحال في الإعلام العالمي.

يأتي البحث استجابة لتوصيات الباحث والأكاديميين الذين سبقوا بدراسة ظواهر ومشكلات صحافة المحمول، وأوصت دراساتهم بإجراء بحوث أكثر حول الموضوع للتعريف بهذا النوع الصحفي وفك استشكالاته، ودراسة إبعاده وانعكاساتها على أداء مهنة الصحافة، وهنا يأتي البحث للتمعن في اتجاهات اللبنة الأولى من الصحفيين (الطلاب) الذين أتاحت لهم فرصة تعلمها وممارستها دراسياً ثم في سوق العمل.

يحاول الباحث بشكل متواضع من خلال بحثه حول صحافة المحمول، استشراف مستقبل هذه الصحافة من خلال دراسة اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحوها، وهذا ما بدوره قد يسهم في الالتفات للمسائل التدريسية والتطوير لبنية الطالب العربي، ومناقشة إشكاليات منبثقة عن الموبايل بصفته أداة ذكية؛ مثل الوقوف على الأبعاد الأخلاقية للعمل بالهاتف المحمول والضوابط التشريعية والقانونية للنشر، وتوفير بيئة اقتصادية واجتماعية وتكنولوجية ملائمة لازدهار العمل بأسلوب هذا النمط من الصحافة.

يسعى البحث إلى لفت انتباه طلاب الإعلام العرب لأهمية هذا النوع الجديد من الصحافة، لأخذ مواقع متميزة في سبل إنتاجه وضوابط العمل به واستنائه كما ينبغي أكاديمياً ومن خلال التدريبات العملية، لتحديد مستقبلهم المهني في مجال الإعلام؛ حال أن غالبية مؤسسات الإعلام الكبرى والتقليدية منها، أصبحت تبحث عن الصحفي الشامل المدرب سلفاً على استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال، والمستحکم الجيد في وسائطها، القادر على الانتشار من خلال شبكات التواصل بشكل أسرع.

أهداف البحث:

يعتقد الباحث أن الأهداف قيد البحث تكمن فيما يلي:

- الوقوف على اتجاهات طلاب الإعلام والاتصال في الجامعات العربية قيد البحث نحو صحافة الهاتف المحمول.
- معرفة الاهتمام ومدى ممارسة الطلاب العرب لصحافة المحمول وتحديد كآولوية لديهم من عدمه.
- التعرف على حجم وبيئة وكيفية التدريب المهني خلال التناول الأكاديمي لصحافة المحمول في جامعات البحث.
- محاولة قياس درجات الثقة بصحافة المحمول المتكونة لدى طلاب الإعلام والاتصال في جامعات عربية.

تساؤلات البحث:

انطلاقاً مما يهدف إليه البحث يسعى الباحث بمحاولة الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما عادات وأنماط استخدام صحافة الهاتف المحمول لدى طلاب الإعلام العرب؟
- هل تشكل أساليب الإنتاج الصحفي باستخدام المحمول أولوية لدى طلاب الإعلام العرب؟
- كيف يمارس الطلاب العرب صحافة المحمول بإنتاج أعمالهم التدريسية وتجاربهم الصحفية من خلال المحمول؟
- ما طبيعة المناهج الأكاديمية المستخدمة لتدريس صحافة المحمول في جامعات قيد البحث؟

لأي مدى تلبي مناهج تدريس صحافة المحمول في الجامعات قيد البحث احتياجات ومدركات طلبة الإعلام؟
ما درجة الثقة التي يوليها طلاب الإعلام والاتصال بالجامعات العربية نحو صحافة المحمول؟
مجتمع وعينة البحث:

لما يجسده هذا البحث من دراسة قد تشكل نواة لأبحاث مستقبلية بموضوعه حول صحافة المحمول، اختار الباحث تخصيص المجتمع بطلاب جامعات عربية للبحث فيها (جامعة طرابلس- ليبيا، جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن- السعودية، الكلية العصرية الجامعية- فلسطين)، كنموذج للبحث يمكن القياس عليه؛ خاصة أن طالب الإعلام والاتصال هو المستهدف غالبا بتدريبات منهجية وعملية حول صحافة المحمول، وهو بالتالي العنصر الممارس لها لاحقا في ميدان العمل. ما قد يشكل من خلال ذلك مجموعة اتجاهات تتكون لديهم نحوها يمكن قراءتها والتعرف عليها، بالتالي يشكلون عينة قصدية اختارها الباحث لدراسة الموضوع. وتبعاً لطبيعة الدراسة في كل جامعة استهدف الباحث فقط طلاب (الموبايل) خلالها مع تباين الأعداد، وجنس الطلاب.

جدول (1) توصيف عينة البحث		
الدولة	إناث	ذكور
ليبيا	جامعة طرابلس - كلية الإعلام والاتصال - قسم الصحافة (صحافة الموبايل)	
	5	1
فلسطين	الكلية العصرية الجامعية - كلية الإعلام - قسم الإعلام الرقمي (صحافة الهاتف)	
	8	5
السعودية	جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن - كلية الآداب - برنامج الإعلام الرقمي (صحافة الموبايل)	
	3	-
المجموع	16	6

منهج وأدوات البحث:

يستخدم الباحث المنهج الوصفي لمعالجة الموضوع محل البحث؛ وذلك لاعتباره الأنسب لطبيعة سرد المعلومات وتفسيرات المشكلة بالشكل والاستقراء العلمي المناسب، وقد استُخدمت أداة الاستبيان الإلكتروني، كأفضل الأدوات البحثية لمجتمع مترامي الأطراف الجغرافية مما يصعب الوصول إليه، للحصول إلى إجابة عن التساؤلات المطروحة، والتعرف على الاتجاهات المتكونة لدى الطلاب الجامعيين في دولة ليبيا والمملكة العربية السعودية ودولة فلسطين، نحو صحافة الهاتف المحمول. كما لم يُغفل الباحث استخدامه للملاحظة الشخصية، والتي تأتي من واقع عمله كصحفي مستقل، فضلا عن تجربته الأكاديمية في تدريس وتدريب صحافة الموبايل لطلاب جامعة طرابلس الليبية، خلال فصول دراسية متراكمة، ما يضعه أمام رصد مجموعة من التجارب العينية لمتجهات وعوائق الطلاب وممارستهم لهذا الأسلوب الصحفي.

حدود البحث:

زمنياً: تقوم حدود البحث خلال فترة انطلاق وإعداد ورقاته في غضون الأشهر (مايو، يونيو، يوليو) 2024. أما بشريا ومكانياً: فاندرجت القراءة البحثية ضمن إطار إلكتروني بتوزيع استبانة على طلاب (صحافة الموبايل) بالجامعات (طرابلس، والأميرة نورة بنت عبد الرحمان، والكلية العصرية الجامعية)، شارك خلالها نحو 22 طالب وطالبة من الجامعات المذكورة بمرحلة البكالوريوس.

اختبار صدق الأداة :

لقد تم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة الإلكترونية من خلال اعتناء الباحث بتصميمها، وعرضها على محكم ينذوي خبرة بمجال الاتصال والبحث العلمي، عُدلت بعض بنودها، وقال ما أبداه التحكيم من ملاحظات. ولصعوبة الاتصال المباشر مع عينة قصدية على امتداد إقليم واسع بين البلدان، عكف الباحث في محاولات عديدة أتاح لها وقتا طويلا للتواصل مع الطلاب المعنيين مباشرة، وبالمصادر الموثوقة لإيصال نموذج الاستبيان للعينة المقصودة وإظهار الحرص على تعبئته بدقة.

تحديد المصطلحات:

لفض الاشتباه المصطلحي بين المفاهيم العلمية، وخلال هذا البند المنهجي للبحث يحدد الباحث جملة من المصطلحات الواردة في سياقه، وذلك لضبطها بدقة، وفقا لما يقصده إجرائيا؛ تتحدد فيما يأتي:

المحمول: لغة اسم مفعول من حمل، محمول على الأكتاف: أي مرفوع. واصطلاحاً: أجهزة الاتصالات التي تحمل باليد كالهواتف والكمبيوتر اللوحي. وإجراءً يمكن القول أن المحمول: تلك الأجهزة الذكية الاتصالية، خفيفة الوزن، اللوحية التي تستخدم لأغراض متعددة الوظيفة كالتعلم والتواصل والنشر والعمل المكتبي بالتحديد والنشر.

صحافة المحمول: أسلوب "جمع الأخبار ونشرها باستخدام الهاتف الذكي أو جهاز الكمبيوتر اللوحي، وهو اتجاه جديد في تغطية الأخبار وبثها ويتوقع أن يصبح نمطاً سائداً".⁵ (مرعي. وآخرون. 2017. ص2) وتعرف صحافة الموبايل أيضاً باختصار (موجو MOJO) بصفتها "شكل من أشكال الإعلام الجديدة الناشئة بسرد القصص حيث يستخدم الصحفيون الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب اللوحي من أجل جمع الأخبار وتحريرها وتوزيعها".⁶ (شفيق، 2014. ص99) بالتالي فإن المقصود بـ "صحافة المحمول" تلك العملية الشاملة في العمل الصحفي التي تشمل كل مراحل التخطيط والإعداد، ثم التنفيذ الإنتاج والنشر باستخدام الأجهزة اللوحية المعروفة "الموبايل" أو "التابلت"، مستخدماً في ذلك كل الملحقات المساعدة من الأدوات وتطبيقات الذكاء، فضلاً عما يمتلكه الصحفي (المستخدم) من مهارات وأخلاقيات مهنية.

الاتجاهات: استجابة الأفراد سلبياً أو إيجاباً نحو موضوع ما، أو فكرة، أو تنظيم، أو ظاهرة أو رمز، أو شخص، وذلك وفقاً لخبراتهم السابقة، أو ما يعرفون حولها وتظهر الاستجابة في المواقف والسلوكيات- لاسيما الممارسة الصحفية التي تبنى على أسس المعرفة بالمهارات والأدوات والأساليب كما بصحافة المحمول.

طلاب الإعلام العرب: فئة الشباب العربي، الذين يتعلمون أسس مجال الصحافة أساليبها وفنونها وأخلاقياتها خلال مسارات دراستهم الجامعية بالبيكالوريوس أو الماجستير، وينتمون لكليات وأقسام علوم الإعلام والاتصال، يختصون بالمستوى العلمي، والنشاط والرغبة في اكتساب المعارف وتبني الأفكار الجديدة، والقدرة على التواصل، وحب المغامرة، والتحدي والشجاعة الأدبية، ويطمحون للعمل كصحفيين وإعلاميين- وفي سياق البحث القائم فإن المقصود منهم فقط، طلاب مقرر صحافة المحمول (الموبايل)، وينعطف الأمر على طلاب (الوسائط المتعددة).

الجامعات العربية: بيت الخبرة -الحكومية منها والخاصة- لتعلم مجموعة من المجالات والخبرات في تلك المجالات، بالأطر النظرية والعملية، في بلدان المنطقة العربية- وهنا خص الباحث مجموعة محددة من الجامعات بناء على اعتمادها تدريس صحافة الهاتف المحمول، وسهولة الوصول لطلاب الموبايل خلالها بفترة إجراء البحث، وتأتي على النحو التالي:

جامعة طرابلس (ليبيا): حكومية تأسست عام 1957، وهي واحدة من أقدم الجامعات في ليبيا، تهدف الجامعة إلى تقديم برامج تعليمية متنوعة تطبيقية وإنسانية، يعد برنامج تعليم الصحافة فيها ممتداً من ثمانينيات القرن

الماضي،⁷ تدرج تدريس الفنون الإعلامية خلالها عبر قسم التربية ثم كلية الفنون والإعلام، وأخيرا عبر كلية الإعلام المستقلة، خلال قسم الصحافة فيها الذي استحدث منذ سنوات متأخرة تدريس صحافة الموبايل في مساقاته. ويشمل برنامج البكالوريوس في الصحافة تدريس المهارات الأساسية للصحافة، مثل الكتابة، والتحرير، والتصوير الصحفي، كما يركز على تزويد الطلاب بالمعرفة اللازمة للعمل في وسائل الإعلام المختلفة، سواء الورقية أو الإلكترونية.⁸

الكلية العصرية الجامعية (فلسطين): تأسست في مدينة رام الله والبيرة، وهي مؤسسة تعليم عال تمنح درجات البكالوريوس والدبلوم في ستة عشر تخصصًا. تسعى لتخريج كفاءات مؤهلة وقادرة على الإسهام في سوق العمل وتحقيق التنمية المستدامة.⁹ ضمن مساقات تدريسها برنامج دبلوم الإعلام الرقمي المختص بالشبكات والتصوير والمونتاج الرقمي وإنتاج الوسائط المتعددة، ويدرس خلاله مقررا خاصا بصحافة الهاتف المحمول.

جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن (السعودية): تأسست عام 1970، وهي إحدى الجامعات النسائية الرائدة في المملكة السعودية، تهدف إلى تقديم تعليم عالي الجودة وتطوير القدرات البشرية للطالبات تخصصات مختلفة.¹⁰ ويندرج ضمن مساقات التعليم في كلية الآداب بالجامعة برنامج خاص يتناول الصحافة الرقمية، خلاله تدرسن الطالبات صحافة الموبايل، كما يمنح القسم درجة البكالوريوس في الصحافة الرقمية من خلال تقديم برنامج أكاديمي متكامل يواكب التطورات في الصحافة والإعلام الجديد. ويستهدف إعداد كوادر إعلامية ذات كفاءة معرفية وبحثية ومهنية مؤهلة في مجال الصحافة والإعلام.¹¹

صعوبات واجهت البحث:

قبل البدء بمناقشة النتائج، فإنه من الضروري الإشارة إلى بعض العراقيل التي واجهت الباحث في رحلة إجراء هذا البحث أهمها:

اتساع رقعة الحد الجغرافي للبحث في مجتمع دول عربية متعددة، وإن اتفق فيها مجتمع البحث في طلاب كليات الإعلام والاتصال، وتوحد في عينة قصدية استهدفت فقط طلاب وطالبات صحافة الموبايل أو الهاتف المحمول. تجاهل الرد وقلة الاهتمام بالتوضيح من قبل جامعات عربية عدة وعدم التجاوب مع الباحث بالاستفسار أو طرق الوصول إلى مساقات وخطط الدراسة والمقررات والطلاب، للوقوف على مسائل ومتعلقات دراسة صحافة المحمول؛ ما أدى لتدقيق الباحث بنفسه في المواقع والصفحات للوصول للمساقات والخطط الدراسية والتواصل الشخصي عبر وسائل التواصل غير التقليدية كالبريد الإلكتروني والإيميل الجامعي مع الطلاب والأساتذة للتأكد، ومن ثم للوصول إلى العينة المقصودة المستهدفة بالبحث، ودون ضبط كمها العددي.

ما اتضح للباحث من قلة الاهتمام بإدراج صحافة المحمول ضمن سياقات الدراسة بالكثير من الدول العربية، وعدم تدريسها - هذا ما يعتبر بحد ذاته استنتاجا مهما، بل غاية بالأهمية في سياق هذا البحث القائم. بعض المشكلات التي تواجه الباحث عادة بقلة الاهتمام والتجاوب مع الاستبيانات الإلكترونية، فضلا عن صعوبة حصر طلاب مقرر صحافة الموبايل في كل جامعة تم استهداف طلابها بالمشاركة، ما أظهر تباينا طبيعيا في أعداد المبحوثين.

عرض الجداول ومناقشة نتائج البحث

(جدول 2) عادات وأنماط استخدام طلاب الجامعات العربية للمحمول وصحافته																	الجامعة	
تفضل متابعة صحافة المحمول أو ممارسة النشر غالباً في						تقضي من وقتك بالمتابعة والتصفح						تتابع صحافة المحمول						
فترات الصباح		فترات المساء		بأوقات متفرقة باستمرار		ساعة إلى أقل من ساعتين		ساعتين إلى أقل من أربع ساعات		أربع ساعات فأكثر		نعم		لا		أحياناً		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0	0	0	0	31.5	6	20	1	37.5	3	22.2	2	26.3	5	0	0	33.3	1	جامعة طرابلس
100	1	100	2	52.6	10	80	4	62.5	5	44.4	4	63	12	0	0	33.3	1	الكلية العصرية الجامعية
0	0	0	0	15.7	3	0	0	0	0	33.3	3	10.5	2	0	0	33.3	1	جامعة الأميرة نورة
100	1	100	2	100	19	100	5	100	8	100	9	100	19	0	0	100	3	المجموع

يتضح من الجدول السابق التشابه الكبير بين أنماط وعادات استخدام طلاب الإعلام العرب بجامعة البعث، حيث توافقت نسبة متابعة صحافة المحمول من قبل عينة المبحوثين واهتمامهم بشكل متصاعد؛ فنجد أن متابعة طالبات صحافة الموبايل بجامعة الأميرة نورة بلغت (10.5%)، في حين ارتفعت متابعة طلاب جامعة طرابلس إلى (26.2%)، وأيضاً ارتفعت لنسبة أكبر معدلات متابعة طلاب الكلية العصرية الجامعية لصحافة المحمول إلى (63%). وقد يؤكد ذلك التقارب التوافقي من خلال بيانات الجدول بمتابعات طلاب الجامعات الثلاث لصحافة المحمول وتفضيلهم لممارسة النشر باستمرار وبأوقات متفرقة؛ وقد بلغت لدى طالبات الموبايل بجامعة الأميرة نورة (15.7%)، ولدى طلاب الموبايل بجامعة طرابلس (31.5%)، وأيضاً ارتفعت لدى طلاب الكلية العصرية الجامعية إلى (52.6%). بينما تباين عدد الساعات التي يقضيها طلاب الإعلام والاتصال العرب بمتابعة صحافة المحمول؛ فلم تصل إلى عدد ساعات كبير لدى طلاب الكلية العصرية الجامعية، لم تتجاوز الساعتين بمتابعتهم بنسبة (80%)، فيما كان متوسط معدل ساعات المتابعة لدى طلاب جامعة طرابلس فيما لم يزيد عما نسبته (37.5%) في حدود ساعتين إلى أقل من أربع ساعات، بينما ارتفعت نسبة متابعة طالبات جامعة الأميرة نورة لأكثر من أربع ساعات بنسبة بلغت (33.3%).

(جدول 3) أسباب استخدام طلاب الجامعات العربية للمحمول وصحافته

رؤية الطلاب		تهتم بصحافة الموبايل لمتابعة الأحداث فقط						تهتم بصحافة الموبايل لمتابعة الأحداث والإسهام بإنتاج المحتوى بنفسك						تهتم بصحافة المحمول بصفتك طالب إعلام تمارسها للتدريب		تهتم أكثر بصحافة المحمول بصفتك مستخدم عادي للموبايل	
		دائماً		أحياناً		نادراً		دائماً		أحياناً		نادراً					
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
جامعة طرابلس		14.2	1	23	3	100	1	33.3	4	11.1	1	100	1	0	0	27.2	6
الكلية العصرية الجامعية		71.4	5	61.5	8	0	0	66.6	8	55.5	5	0	0	0	0	59	13
جامعة الأميرة نورة		14.2	1	15.3	2	0	0	0	0	33.3	3	0	0	0	0	13.6	3
المجموع		100	7	100	13	100	1	100	12	100	9	100	1	0	0	100	22

نستخلص من ملاحظة بيانات الجدول (3) تركيز طلاب الإعلام العرب على استخدام الهاتف المحمول (الموبايل) لسبب رئيس وجوهري يتعلق بصلب أدوارهم كطلاب أو متدربين في مجال دراستهم كصحفيين؛ وذلك من خلال اهتمامهم بصحافة المحمول بصفتهم كطلاب بنسب مرتفعة، مثلا لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بلغت (13.6%)، زادت لدى طلاب جامعة طرابلس بنسبة (27.2%)، ارتفعت أكثر لدى طلاب الكلية العصرية الجامعية بنسبة (59%)، حيث اتفقت تقريبا الأرقام بمعدل زيادة الاهتمام، في مقابل انعدام اهتمام طلاب الجامعات العربية الثلاث بصحافة المحمول بصفتهم فقط كمستخدمين عاديين للموبايل، وهذا مؤشر إيجابي نحو صحافة المحمول يُبين وعي الطلاب بها. وقد يفسر ذلك النظرة النوعية لطالب الإعلام العربي نحو الموبايل كأداة إنتاجيه، ووعيه بأهمية الهواتف والأجهزة المحمولة في سياق استغلالها بالعمل أو التدريب، أكثر من مجرد استخدامها بشكل عادي كباقي مستخدمي الهواتف. هذا ما قد يؤكد اهتمام الطلاب بصحافة الموبايل لمتابعة الأحداث والإسهام بإنتاج المحتوى، أكثر من مجرد اهتمامهم بها لمجرد متابعة الأحداث، فيمكن ملاحظة ارتفاع مؤشر (دائما) في اهتمام طلاب الكلية العصرية الجامعية في سببية اهتمامهم بصحافة الموبايل للمزاوجة بين متابعة الأحداث وبين الإسهام في إنتاج المحتوى بنسبة بلغت (66.6%)، كذلك الحال لدى طلاب جامعة طرابلس بارتفاع مؤشر دائما بنسبة (23%). ويمكن القول إن السببية اختلفت أو قلت بعض الشيء بمؤشر دائما لدى طالبات جامعة الأميرة نورة، بارتفاع مؤشر دائما في اهتمامهن بصحافة الموبايل فقط لمتابعة المستجدات بنسبة (15.3%)، وفي ذات السياق تقاربت بعض المؤشرات بين سببي الاستخدام فجاء اهتمام طلاب الكلية العصرية للمتابعة وإنتاج المحتوى بمؤشر أحيانا بنسبة (5.55%) كذلك أحيانا بنسبة (71.4%) بالمتابعة للأحداث فقط، وأيضا اتفق مؤشر أحيانا في سبب الاهتمام بصحافة المحمول لمتابعة الأحداث وحسب لدى طلاب جامعتي طرابلس والأميرة نورة بنسبة (14.2%).

(جدول 4) أساليب استخدام طلاب الاعلام والاتصال في الجامعات العربية للإنتاج الصحفي باستخدام المحمول

جامعة الأميرة نورة						الكلية العصرية الجامعية						جامعة طرابلس						رؤية الطلاب
نادرا		أحيانا		دائما		نادرا		أحيانا		دائما		نادرا		أحيانا		دائما		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
20	1	50	2	0	0	6.66	1	32.9	11	2.38	1	7.14	1	23.5	4	5.88	1	مع وجود الهواتف الذكية لم تعد تهتم بمعدات العمل الصحفي التقليدية
40	2	0	0	6.66	1	46.6	7	8.69	4	4.76	2	42.8	6	0	0	0	0	تعيق صحافة المحمول سرعتك وحيويتك بإنتاج على المحتوى الصحفي
0	0	25	1	13.3	2	0	0	6.52	3	23.8	10	0	0	23.5	4	11.7	2	تستخدم المحمول في إنتاج محتوى صحفي متعدد الوسائط أو شخصي كاليوميات والقصص الخاصة
0	0	0	0	20	3	6.66	1	6.52	3	21.4	9	7.14	1	5.88	1	23.5	4	تنشر محتواك من خلال المحمول باستمرار وسهولة
20	1	0	0	13.3	2	6.66	1	17.3	8	9.52	4	7.14	1	17.6	3	11.7	2	تعمل بالمحمول غالبا ولا تعني باقتناء ملحقاته واستخدامها
20	1	0	0	13.3	2	20	3	15.2	7	7.14	3	14.2	2	11.7	2	11.7	2	تركز أكثر على التقنيات الذكية كالأدوات والتطبيقات خلال عملك بالمحمول ولا تلتفت للمهارات الصحفية
0	0	25	1	13.3	2	13.3	2	13	6	11.9	5	14.2	2	11.7	2	11.7	2	تجابهك مشاكل لوجستية بالعمل بالمحمول تتعلق بأماكن التصوير والتصريحات وقيود على النشر
0	0	0	0	20	3	0	0	8.69	4	19	8	7.14	1	5.88	1	23.5	4	تعتقد أن منتجك الصحفي بأساليب صحافة المحمول يصل أسرع ويؤثر بجمهورك
100	5	100	4	100	15	100	15	100	46	100	42	100	14	100	17	100	17	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق لأساليب طلاب الجامعات العربية موضع البحث، واتجاهاتهم في استخدام المحمول والإنتاج من خلاله للمحتوى الإعلامي، في سياق اتجاهي إيجابي من خلال العبارات؛ فانعكس اهتمام طلاب جامعة طرابلس بالأدوات غير التقليدية للعمل الصحفي ولم تعد تشكل أهمية من خلال تركيزهم على الهاتف الذكي كأداة سهلة للإنتاج الصحفي فجاء مؤشر أحيانا بنسبة عالية (23.5%)، اتفق في ذلك المؤشر أحيانا لدى طلاب الكلية العصرية الجامعية بنسبة (32.9%)، وأيضا اتفق مؤشر أحيانا بشكل عالٍ لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنسبة (50%). قد يؤكد ما سبق موافقة الطلاب على العمل بالمحمول دون اقتناء ملحقاته الذي تقارب بمؤشر أحيانا لدى طلاب جامعة طرابلس (17.6%) والكلية العصرية الجامعية (17.3%)، بينما بدا اهتمام طالبات جامعة الأميرة نورة باستخدام ملحقات المحمول أشد تركيزا بمؤشر دائما بنسبة عالية (13.3%) يؤكد ذلك ارتفاع مؤشر ندرة استخدام المحمول دون ملحقاته لديهن بنسبة (20%). وبملاحظة طبيعة بيئة الجامعات، واستقرار القدرة الشرائية ويسر اقتناء الملحقات في المملكة السعودية، قد يعد سببا إذ ما قورن ببيئتي ليبيا وفلسطين اللتان لا يستقر فيهما السوق وتتذبذب القدرة الشرائية للطلاب في ضعف اقتنائهم لأدوات ملحقه بالمحمول بفعل الأوضاع السياسية والاقتصادية والأمنية.

وفي مؤشر مهارات العمل الصحفي وقناعة طلاب الإعلام العرب بالاعتماد على تقنيات وأدوات صحافة المحمول ومدى اعتبارها أولوية على حساب مهارات العمل الإعلامي وأسس التحرير والابداعية والفكرية، فقد ظهر مؤشر نادرا مرتفعا لدى طلاب جامعة طرابلس (14.2%)، وأيضا اتفقت في ذلك رؤية طلاب الكلية العصرية الجامعية وجامعة الأميرة نورة بنسبة (20%)، ما قد يعطي اتجاها إيجابيا لوعي طلاب صحافة الموبايل بالدول التي اهتمت بتدريس صحافة الموبايل بجامعاتها - قيد البحث- مع وجود فوارق بين الطلاب في ذلك، قد يفسره اتفاق المؤشر بالموافقة على اهتمام وتركيز أساتذة صحافة الموبايل وإنتاج الوسائط المتعددة بمناقشات متوازنة بين المتعلقة الفنية وأخلاقيات العمل الصحفي.¹²

وفي اتجاه الطلاب العرب نحو اقتنائه مبسرة وحيوية صحافة المحمول لم يعتبرها طلاب الجامعات الثلاث عائقا؛ حيث ارتفع مؤشر نادرا بشكل تصاعدي بنسبة (40%) في رؤية طالبات جامعة الأميرة نورة، وأيضا لدى طلاب جامعة طرابلس بنسبة (42.8%)، وكذلك طلاب الكلية العصرية بنسبة (46.6%). وقد يؤكد ما سبق موافقة الطلاب على النشر المستمر بالمحمول واعتباره سهلا كما ظهر بجامعة الأميرة نورة بنسبة (20%)، وارتفع لدى طلاب الكلية العصرية بنسبة (21.4%)، وزاد لدى طلاب جامعة طرابلس بنسبة (23.5%). قد يفسر ما سبق قلة المشاكل اللوجستية خلال العمل بالمحمول تتعلق بأماكن التصوير والتصريحات والقيود على النشر بحسب رؤية طلاب جامعتي طرابلس بمؤشر نادرا (14.2%)، وطلاب الكلية العصرية بذات المؤشر بمعدل (20%) التي جاءت مرتفعة، بينما رأت طالبات جامعة الأميرة نورة بعض المشكلات من خلال مؤشر أحيانا الذي ظهر بنسبة (25%)؛

وقد تعود الأسباب في ذلك لطبيعة المبحوثين بصفتهم كإناث، في مجتمعهم الذي مازال يتمتع بقيود أكثر على انخراط المرأة بالعمل الصحفي في المملكة السعودية، على العكس من ذلك مشاركة وانخراط طلاب من كلا الجنسين- لا سيما الإناث- في ممارسة العمل بالموبايل في مجتمعات ليبيا وفلسطين. ومن خلال ملاحظته عن قرب، يعتقد الباحث بتوفر حالة القلق الدائم الذي مازال يعاني منها عموم طلاب صحافة الموبايل إزاء المشكلات التي تعترضهم في ميدان التصوير في الشارع، بسبب العوائق الاجتماعية والرهاب النفسي.

وتتفق تقريبا اتجاهات طلاب الاعلام العرب بالجامعات العربية في اعتبار أن منتجهم الصحفي بأساليب صحافة المحمول يصل أسرع ويؤثر بالجمهور؛ حيث يرتفع مؤشر دائما لدى طلاب طرابلس بنسبة (23.5%)، كذلك لدى طالبات جامعة نورة بنسبة (20%)، وأيضا لدى طلاب الكلية العصرية بنسبة (19%)، وما قد يفسره استخدامات الطلاب لصحافة المحمول في إنتاج مواد متعددة الوسائط ليومياتهم؛ حيث جاء مؤشر أحيانا بمعدل (23.5%) لدى طلاب جامعة طرابلس، أيضا لدى طالبات جامعة الأميرة نورة ارتفع مؤشر أحيانا بنسبة (25%)، فيما أظهرت البيانات اهتماما أوسع لدى طلاب الكلية العصرية بمؤشر دائما باستخدام المحمول لإنتاج مواد متعددة الوسائط بنسبة (23.8%).

جدول (5) وجهات نظر طلاب الإعلام والاتصال في الجامعات العربية نحو صحافة المحمول ودوافعهم لاستخدام الموبايل																		
جامعة الأميرة نورة				الكلية العصرية الجامعية						جامعة طرابلس						وجهة النظر		
غير موافق		محايد		موافق		غير موافق		محايد		موافق		غير موافق		محايد			موافق	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		%	ك
0	0	0	0	18.7	3	0	0	4.25	2	14.6	11	0	0	0	0	15.3	6	صحافة المحمول أسلوب صحفي جديد ينتج باستخدام المحمول، في كل مراحل العمل الصحفي بتجميع المعلومات ومعالجتها ثم نشرها
0	0	7.69	1	12.5	2	0	0	2.12	1	16	12	0	0	8.33	1	12.8	5	تساعدك صحافة المحمول في الحصول على المعلومة
25	1	7.69	1	6.25	1	5	1	10.6	5	9.33	7	6.66	1	8.33	1	10.2	4	تعتبر أن القضايا التي تقدم عبر صحافة المحمول تمتاز بالجدية
0	0	15.3	2	6.25	1	5	1	10.6	5	9.33	7	0	0	8.33	1	12.8	5	تقدم صحافة المحمول لك كل ما هو جديد وخارج الصندوق المعتاد للتفكير
0	0	7.69	1	12.5	2	10	2	4.25	2	12	9	0	0	16.6	2	10.2	4	تستخدم صحافة المحمول لغة ورموز مشتركة بين أفراد المجتمع
25	1	15.3	2	0	0	25	5	10.6	5	4	3	40	6	0	0	0	0	تفتقر صحافة المحمول للجرأة والصرامة في تناول القضايا
0	0	15.3	2	6.25	1	0	0	19.1	9	5.33	4	6.66	1	16.6	2	7.69	3	تختلف أسس العمل الصحفي التقليدي عن العمل بالمحمول فنيا وأخلاقيا

0	0	7.69	1	12.5	2	30	6	10.6	5	2.66	2	3.33	5	0	0	2.56	1	لا ترى أي فروقات تذكر بين صحافة المحمول وصحافة المواطن
25	1	0	0	12.5	2	5	1	12.7	6	8	6	0	0	16.6	2	10.2	4	استخدم المحمول في إنجاز مهامه الإعلامية دون الحاجة لمعدات أخرى أو الاحتياج لمساعدة الزملاء
0	0	15.3	2	6.25	1	5	1	6.38	4	10.6	8	13.3	2	25	3	2.56	1	استخدم المحمول في المهام الصحفية متعددة الوسائط أكثر من استخدامه بالاستخدام الشخصي
25	1	7.69	1	6.25	1	15	3	8.51	4	8	6	0	0	0	0	15.3	6	يسهل لي المحمول العمل والتدريب بدون مشاكل أمنية ولا تصاريح خاصة لإنتاج أعمال المحتوى
100	4	100	13	100	16	100	20	100	47	100	75	100	15	100	12	100	39	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق حول وجهات نظر طلاب الإعلام بالجامعات العربية نحو صحافة المحمول إلى توافق طلاب صحافة الموبايل في جامعات البحث، إذ أن نسبة (18.7%) من طالبات جامعة الأميرة نورة يعتبرن أن صحافة المحمول أسلوب صحفي جديد ينتج باستخدام المحمول في كل مراحل العمل الصحفي بتجميع المعلومات ومعالجتها ثم نشرها، يتفق في ذلك طلاب جامعة طرابلس بنسبة (15.3%)، وكذلك ما نسبتهم (14.6%) من طلاب الموبايل بالكلية العصرية الجامعية. وقد يُدلل هذا الاتفاق حول وجود مفهوم جيد عن صحافة المحمول بصفتها أسلوب عمل متكامل بأداة الهاتف، عبر كل مراحل الإنتاج والنشر الصحفي، بالرغم من ذلك مزال الباحث يلاحظ أن قسم من طلاب صحافة الموبايل برغم وعيهم بمفهومها كأسلوب متكامل من الأفضل ألا يزدوج بإدخال الحواسيب مثلاً، إلا أن الطلاب يزوجون في ذلك بين العمل بالموبايل كأداة للتصوير، فيما يلجؤون إلى الحواسيب لأعمال المونتاج، قبل نقل مواد المحتوى لإعادة نشرها من خلال الهواتف مجدداً وهكذا، ويعود السبب في ذلك إلى ما يُعلق به الطلاب عن تمسكهم التقليدي ودرجات الارتياح لديهم في تطبيق بعض الأعمال أو المراحل على أجهزة وشاشات أكبر وليس عبر الأجهزة الصغيرة المحمولة.¹³ وأيضاً بالرغم من انتقال ومزاوجة الطلاب في كيفية العمل بالموبايل، فإن تباين مؤشر بيانات الجدول السابق يشير إلى توفر إمام أكبر في فهم الفرق بين مفهوم صحافة المحمول ومفاهيم أخرى كصحافة المواطن؛ فنجد أن طلاب الكلية العصرية صبت وجهات نظرهم في سياق عدم الموافقة بنسبة (30%) مما يعطي مؤشراً على حقيقة وعيهم، وكذلك الحال لدى طلاب جامعة طرابلس بنسبة (3.33%). بينما لم توافقهم في ذلك طالبات جامعة نورة فارتفع مؤشر الموافقة على عدم وجود فروقات مفاهيمية لديهن بين صحافة المحمول وصحافة المواطن بنسبة (12.5%). واتفق طلاب الموبايل في جامعة طرابلس بنسبة (12.8%) وطالبات جامعة نورة بنسبة (12.5%) في أن صحافة المحمول عاملاً مساعداً في الحصول على المعلومة، وكذلك رأي طلاب الكلية العصرية بنسبة أعلى (16%).

واعتبر طلاب جامعة طرابلس أن صحافة المحمول تقدم غالباً القضايا الجادة وذات الأهمية بمؤشر الموافقة بنسبة (10.2%)، بينما قلت هذه الرؤية لدى طلاب الكلية العصرية بارتفاع مؤشر الحياد لديهم بنسبة (10.6%)، وكذلك بالحياد لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنسبة (7.69%). وأيضاً في وجهات نظر الطلاب حول ما تقدمه لهم صحافة المحمول من جديد خارج الصندوق المعتاد للتفكير وافق طلاب جامعة طرابلس بنسبة (12.8%)، بينما جاءت وجهات نظر طلاب الكلية العصرية محايدة بنسبة (10.6%)، وفي مؤشر الحياد اتفقت طالبات جامعة نورة بنسبة (15.3%). ولعل تباين وجهات النظر السابقة باتجاهات الطلاب يقودنا إلى الطبيعة الخاصة بالمجتمع المحلي لطالب الموبايل نفسه في كل بلد، فنجد تركيز طالب الإعلام اللبني أكثر جدية واحتياجاً لطرح موضوعات في سياقات خارج الصندوق ربما لضيق أفق التعبير في ظل عدم الاستقرار السياسي والأمني، فيستغل الموبايل كأداة سهلة وأكثر أمناً، بينما يرى الطلاب المحليين في بيئة السعودية الحاجة إلى صناعة محتوى أكثر رفاهية من طابع

المواد الإعلامية سريعة الهضم وغير الجادة. قد يؤكد التفسير السابق اتفاق بيانات الجدول في عدم موافقة طلاب الجامعات الثلاث في افتقار صحافة المحمول للجرأة والصرامة في تناول كل القضايا الجادة والأقل جدية؛ فنلاحظ ارتفاع مؤشر غير موافق لدى طلاب جامعة طرابلس (40%) وكذلك يتفق المؤشر لدى طلاب الجامعتين الأخرتين بنسبة (25%).

وتقارب مؤشر الحياد بين طلاب صحافة الموبايل في جامعات البحث حيال اختلاف أسس العمل الصحفي التقليدي عن العمل بالمحمول فنيا وأخلاقيا؛ بجامعة طرابلس (16.6%)، كذلك لدى طالبات جامعة نورة (15.3%)، وارتفع بعض الشيء بوجهات نظر طلاب الكلية العصرية إلى (19.1%)، ومما يعتقد الباحث أن السبب في ذلك هو حداثة التعامل مع صحافة المحمول كنوع وأسلوب صحفي جديد له ضوابط ومسارات فنية معينة، في وقت مازال طالب الإعلام يستقي فيه أخلاقيات وضوابط وفتيات العمل الصحفي التقليدي؛ بالتالي يأتي الحياد كمؤشر على وقوف طالب الإعلام العربي لصحافة الموبايل في منتصف الطريق بين وجهي الصحافة التقليدية وإعلام الوسائط المتعددة الجديد بطبيعته الفنية، المؤسس على ذات أخلاقيات المهنة.

وأشارت بيانات الجدول إلى تمسك طالبات جامعة الأميرة نورة بنسبة (25%) بضرورة استخدام معدات وملحقات المحمول في إنجاز مهامهن الإعلامية، بينما لم تتفق في ذلك وجهات نظر طلاب جامعة طرابلس فجاء مؤشر الحياد لديهم بنسبة (25%)، وأيضا لدى طلاب الكلية العصرية بنسبة (10.5%) بالحياد. ولعل ذلك يعود لما تم مناقشته في قراءات الجدول (4) وبملاحظة طبيعة بيئة الجامعات، واستقرار القدرة الشرائية في البلدان.¹⁴ كما أشارت بيانات الجدول إلى نسبة موافقة أعلى لدى طلاب الكلية العصرية بنسبة (10.6%) حيال استخدام المحمول في المهام الصحفية متعددة الوسائط أكثر من استخدامه بالاستخدام الشخصي كاليوميات، بينما قل مؤشر الموافقة إلى محايد بشكل أكبر لدى طلاب طرابلس بنسبة (25%)، وكذلك بمؤشر محايد بوجهات نظر طالبات جامعة نورة بنسبة (15.3%)، وهذا ما تتماثل وتتفق فيه سياقات مؤشرات الجدول (2) حول أساليب وتقنيات استخدام طلاب صحافة المحمول العرب للموبايل كأداة بصناعة يومياتهم.¹⁵

ومن بيانات الجدول السابق يظهر تباينا في وجهات نظر طلاب الإعلام العرب حول المشكلات الأمنية والتصاريح الخاصة للعمل التي قد تساعد المحمول في تجاوزها خلال العمل والتدريب لإنتاج المحتوى الخاص بهم؛ إذ توافق نسبة (15.3%) من طلاب جامعة طرابلس على أن صحافة المحمول تسهل عدم الوقوع بهذا النوع من المشاكل، في حين لم توافق نسبة مماثلة تقريبا (15%) من طلاب الكلية العصرية في فلسطين على ذلك، اتفقت معهم نسبة مرتفعة في مؤشر عدم الموافقة (25%) من طالبات جامعة الأميرة نورة. ويرى الباحث التفسير في هذا التباين أنه قد يعود لطبيعة المجتمع المحلي؛ ففي حين أن طلاب الإعلام والصحفيين على حد سواء لن يتمتعوا بقدر من الحرية في بيئة

المجتمع الفلسطيني لوجود عوامل الكبت والمنع والاحتلال في نقل الأحداث بالموبايل، مازال الحال في ليبيا يقف في منتصف الطريق بين سهولة العمل بالموبايل واجتياز الإشكالات الأمنية وبين الحذر والحرص الذي يعمل فيه الإعلاميين وطلاب الصحافة أيضا خلال استخدامهم للموبايل خشية من تعدد الجهات الأمنية وممانعتها في نقل الأحداث كذلك، ويستغرب الباحث الأمر في عدم تسهيل صحافة المحمول للمشكلات الأمنية في المجتمع السعودي المعروف بأنه أكثر استقرارا!!

تقييم الطلاب في الجامعات العربية للمناهج الأكاديمية المستخدمة لتدريس صحافة المحمول (جدول 6)																		
جامعة الأميرة نورة						الكلية العصرية الجامعية						جامعة طرابلس						عبارة التقييم
غير موافق		محايد		موافق		غير موافق		محايد		موافق		غير موافق		محايد		موافق		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0	0	33.3	3	0	0	0	0	13.7	4	9.09	9	3.22	1	0	0	16.6	5	تشكل صحافة المحمول وأساليب إنتاج الوسائط المتعددة أولوية في دراستك بالجامعة
0	0	0	0	15	3	0	0	10.3	3	10.1	10	0	0	5.88	1	16.6	5	ترتبط صحافة المحمول بدراساتك الجامعية بمقررات أخرى في الإعلام؛ كمقررات فنون التحرير والتشريعات وأخلاقيات مهنة الصحافة
0	0	22.2	2	5	1	17.5	7	13.7	4	2.02	2	16.1	5	5.88	1	0	0	يتم تناول حيثيات مقرر صحافة الموبايل بشكل نظري ولا تستند للتدريب العملي
20	2	0	0	5	1	2.5	1	10.3	3	9.09	9	12.9	4	5.88	1	3.33	1	يتم تسخير الإمكانيات اللوجستية كالأدوات وملحقات العمل بالمحمول والاشتراك المدفوع بالتطبيقات الذكية للعمل بـ (الموبايل) في جامعتك
20	2	0	0	5	1	27.5	11	0	0	2.02	2	16.1	5	0	0	3.33	1	تفكر في تغيير تخصصك الدراسي إلى تخصص لا يعتني بالإعلام الجديد وتطبيقاته لأنه يشكل صعوبة لديك
0	0	0	0	15	3	0	0	0	0	13.1	13	0	0	5.88	1	16.6	5	يهتم أساتذتك في صحافة الموبايل وإنتاج الوسائط المتعددة بمناقشات متوازنة بين المتعلقات الفنية وأخلاقيات العمل الصحفي
0	0	0	0	15	3	20	8	6.89	2	2.02	2	9.67	3	17.6	3	0	0	تعتبر المناهج المستخدمة لتدريس صحافة المحمول والوسائط المتعددة قديمة وغير متطورة مع عصر الذكاء

الإصطناعي																		
0	0	0	0	15	3	17.5	7	6.89	2	4.04	4	0	0	23.5	4	6.66	2	تلاحظ وجود نقص في عدد الأساتذة المختصين في صحافة المحمول، وتكنولوجيا الوسائط المتعددة وتطبيقاتها
10	1	11.1	1	5	1	5	2	3.44	1	10.1	10	6.45	2	5.88	1	10	3	تسخر الكليات والأقسام أساتذة بمستوى عال من التأثير والتدريب المهني في شرح صحافة المحمول وإنتاج الوسائط المتعددة
0	0	11.1	1	10	2	2.5	1	6.89	2	10.1	10	0	0	11.7	2	13.3	4	ترتكز أساليب التدريب على العمل بالموبايل على جلسات التقييم والتحليل والعصف الذهني أسوة باجتماعات العمل في مؤسسات الإعلام
30	3	0	0	0	0	5	2	13.7	4	7.07	7	19.3	6	0	0	0	0	بصفتك طالب بصحافة المحمول وإنتاج الوسائط المتعددة تلجأ غالباً لمتخصصين في أداء واجباتك
0	0	11.1	1	10	2	0	0	10.3	3	10.1	10	0	0	11.7	2	13.3	4	يوجد ربط أكاديمي بين تدريبات العمل بالمحمول وبين دراسة مشكلاته في إطار البحوث والورقات العلمية
20	2	11.1	1	0	0	2.5	1	3.44	1	11.1	11	16.1	5	5.88	1	0	0	يوجد اهتمام من قبل جامعتك بإقامة مؤتمرات علمية أو ورش عمل تدريبية حول صحافة المحمول
100	10	100	9	100	20	100	40	100	29	100	99	100	31	100	17	100	30	المجموع

تشير بيانات الجدول (6) حول تقييم طلاب الإعلام في الجامعات العربية- قيد البحث- للمناهج الأكاديمية المستخدمة بتدريس صحافة المحمول إلى تذبذب في اعتبار أن صحافة المحمول وأساليب إنتاج الوسائط المتعددة تشكل أولوية في الدراسة الجامعية؛ وقد اتضح ذلك جليا للباحث خلال رحلة إقامه هذا البحث بمرحلة التواصل والتقيب في مسار المقررات الدراسية بين كليات وأقسام الإعلام في الدول العربية التي لم يلحظ في الغالب اهتماما بتدريسها كمقرر (صحافة الموبايل أو إنتاج الوسائط المتعددة)، إلا بشكل يسير في أضيق النطاقات- باستثناء تلك الكليات والأقسام المتخصصة بالأساس فيما أطلق عليه مسمى (الإعلام الرقمي) كما هو الحال بجامعات المملكة السعودية وجامعات الأردن ولبنان، فيما لم يجد الباحث بيئة خصبة للتعلم الرقمي والوسائط لدى دول كالجائر وسوريا أو مصر أو تونس، وإن وجدت فمازالت في بداياتها، وفي سياق البدء بالاهتمام بصحافة المحمول نجد أن جامعات ليبيا على سبيل المثال، تعتبر سبابة في ذلك بإدراج الموبايل على لائحة مساقاتها وخططها الدراسية بالرغم من انعدام توفر البيئة الداعمة لتعليم الوسائط المتعددة إلا بجهود فردية ممن يقدم لها الشرح ويجمع لها المراجع ويعقد التدريبات من الأساتذة كما هو الحال بجامعة طرابلس، هذا ما قد تؤكد بيانات الجدول بارتفاع مؤشر الحياد أكثر من الموافقة لدى طالبات جامعة نورة بنسبة (33.3%)، وكذلك محايد لدى طلاب الكلية العصرية بنسبة (13.7%)، بينما لم يتفق في ذلك تقييم طلاب جامعة طرابلس فنلاحظ ارتفاع مؤشر موافق لديهم بنسبة (16.6%). ولقد أشارت بيانات الجدول إلى ارتفاع مؤشر الموافقة حول وجود نقص بعدد الأساتذة المختصين في صحافة المحمول، وتكنولوجيا الوسائط المتعددة وتطبيقاتها؛ كما هو الحال بتقييم طالبات جامعة الأميرة نورة بنسبة (15%)، بينما توقفت تقييمات طلاب جامعة طرابلس بنسبة (23.5%) على الحياد، بينما لم يتفق في ذلك تقييم طلاب الكلية العصرية بنسبة (17.5%) بمؤشر عدم الموافقة؛ ما يقدم لنا تباينا واختلافا واقعا في مدى اهتمام الجامعات العربية بأنماط وبيئة تعلم الصحافة وأشكال الإعلام الجديد كصحافة المحمول.

وبالرغم من المؤشرات السابقة إلا أن تجارب تعليم صحافة الموبايل تبدو في حدود الأداء الجيد، يتضح ذلك مما رآه الطلاب في ارتباط صحافة المحمول بدراساتهم الجامعية مع أسس ومقررات أخرى في الإعلام، كفنون التحرير والتشريعات وأخلاقيات المهنة الإعلامية؛ هذا ما يعتبره الباحث خطوة مهمة في تدريس هذا النوع من الصحافة، خاصة مع ولادة بيئة خصبة للتضليل والتلاعب بعصر الذكاء الاصطناعي وقدرة الهواتف المحمولة على صناعته بسهولة في العصر الرقمي الذي نعيشه، وقد ارتفع مؤشر موافق كما بالجدول لدى طلاب طرابلس بنسبة (16.6%) وكذلك اتفقت في ذات المؤشر طالبات جامعة نورة بنسبة (15%)، بينما كانت إجابات المبحوثين بمؤشر الحياد أكبر لدى طلاب الكلية العصرية بنسبة (10.3%). ويؤكد ما سبق ارتفاع مؤشرات الموافقة حول اهتمام أساتذة صحافة الموبايل الوسائط المتعددة في جامعات البحث، بعرض مناقشات متوازية بين المتعلقة الفنية وأخلاقيات العمل الصحفي، فنلاحظ أن نسبة (13.1%) من طلاب الكلية العصرية جاءت موافق، أيضا نسبة (16.6%) من طلاب

جامعة طرابلس موافق، وكذلك (15%) من تقييم طالبات جامعة نورة جاءت موافقة. وتشير بيانات الجدول أنه على صعيد البحث العلمي المتعمق فإنه يوجد ربطا أكاديميا بين تدريبات العمل بالمحمول وبين دراسة مشكلاته في إطار البحوث والورقات العلمية كما يتضح بمؤشر موافق بنسبة (13.3%) لدى طلاب جامعة طرابلس، بينما انحدر المؤشر إلى محايد بشكل أكبر لدى طلاب الكلية العصرية بنسبة (10.3%)، وأيضا محايد لدى طالبات جامعة نورة بنسبة (10.3%). وقد يشير ذلك إلى اهتمام الطلاب والباحث بمجال الإعلام على حد سواء في ليبيا بمناقشة مشكلات صحافة المحمول وضبطها العلمي بشكل أوسع بقليل، على الرغم من أن مؤشر غير موافق لديهم جاء مرتفعا بنسبة (16.1%) في عدم اهتمام من قبل جامعتهم بإقامة مؤتمرات علمية أو عقد ورش عمل تدريبية حول صحافة المحمول، وكذلك اتفق بنسبة (11.1%) طلاب الكلية العصرية، واختلفن بالتقييم طالبات جامعة الأميرة نورة اللواتي اعتبرن أن جامعتهم تهتم بالورش والمؤتمرات والندوات حول المحمول وصحافته، من خلال ارتفاع مؤشر غير موافق لديهن بنسبة (20%)، وبالفعل مما لاحظته الباحثة أن انشاء قسم دراسي خاص للإناث بالمملكة السعودية يتناول مقررات الإعلام الرقمي الجديد بتفاصيلها في التسويق والإنتاج والتعامل مع الوسائط والبرمجة الرقمية، مدعوما بإقامة الندوات وتوفير بيئة خصبة بالأدوات ومساحات العمل يمكن ملاحظته جليا من خلال تتبع نشاطات جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمان.

وفي سياق يعتبره الباحث اتجاها إيجابيا جاءت إجابات عينة المبحوثين بعدم الموافقة على تدريس وتناول حيثيات مقرر صحافة الموبايل بشكل نظري وضعف استنادها للتدريب العملي؛ ما يقدم مؤشرا جيدا في الاهتمام بتطبيقها خلال ممارسات التعلم والتدريب في جامعات البحث، فلم توافق بنسبة (17.5%) من طلاب الكلية العصرية، وكذلك غير موافق بنسبة (16.1%) بمؤشر طلاب جامعة طرابلس، بينما جاءت محايد بنسبة (22.2%) لدى طالبات جامعة الأميرة نورة، يتأكد ذلك من قناعتهم بأن المناهج المستخدمة لتدريس صحافة المحمول والوسائط المتعددة قديمة وغير متطورة مع عصر الذكاء الاصطناعي بمؤشر موافق بنسبة (15%)، هذا ما لم يوافق عليه طلاب الكلية العصرية بنسبة (20%)، بينما جاء مؤشر التقييم محايدا بنسبة (17.6%) لدى طلاب جامعة طرابلس وقد يرجع السبب لقناعتهم بإمكانية استحداث مناهج أكثر حداثة للتعلم وهذا بالعموم ما تواجهه بيئة التعليم الإعلامي في الجامعات الليبية من مشكلة. وحول تسخير الكليات والأقسام أساتذة بمستوى عالٍ من التأثير والتدريب المهني في شرح صحافة المحمول وإنتاج الوسائط اتفقت تقييمات طلاب عينة المبحوثين في مؤشر موافق، جامعة طرابلس (10%)، الكلية العصرية (10.1%)، وجامعة نورة (11.1%)، يُدل على ذلك ما قوّم به الطلاب جلساتهم ومحاضراتهم بارتكازها على أساليب التدريب بالموبايل من خلال أسلوب التفاعلية والنقد الذاتي والتحليل والعصف الذهني أسوة باجتماعات العمل في مؤسسات الإعلام الكبرى، يتضح ذلك من ارتفاع مؤشر موافق لديهم؛ (13.3%) جامعة طرابلس، (11.1%) طالبات الأميرة نورة، (10.1%) طلاب الكلية العصرية الجامعية. كما لم يوافق طلاب

عينة البحث بشدة من خلال بيانات الجدول على القول بلجوئهم لمتخصصين في أداء واجباتهم، وهذا يفسر ويؤكد ما سبق ويشير إلى اتجاه إيجابي ببيئة تدريس خصبة من حيث التفكير وتناول مهني لصحافة المحمول، وإن قلت أو انعدمت أشكال الدعم بالأدوات أو مساحات التدريب، وهذا ما أشارت له بوضوح بيانات الجدول في عدم تسخير الإمكانيات اللوجستية كالأدوات وملحقات العمل بالمحمول والاشتراك المدفوع بالتطبيقات الذكية للعمل بـ (الموبايل) في الجامعات، فارتفع وانققت العينة تقريبا في مؤشر (غير موافق) بنسبة (12.5%) بجامعة طرابلس، وبنسبة (20%) لدى طالبات جامعة نورة، وأيضا بنسبة أقل (2.5%) بتقييم طلاب الكلية العصرية.

ومع تفاوت المؤشرات السابقة واتفاق سياقاتها تقريبا إلا أن الاتجاه العام لدى طلاب صحافة المحمول بالجامعات العربية لم تتولد فيه فكرة تغيير تخصصهم الدراسي إلى تخصص لا يعتني بالإعلام الجديد وتطبيقاته لما يشكله من صعوبة، فبالعكس ارتفع مؤشر غير موافق بشكل كبير في رفض الفكرة، بنسبة (16.1%) طلاب جامعة طرابلس، وبنسبة (17.5%) طلاب الكلية العصرية، وبنسبة (22.2%) طالبات جامعة الأميرة نورة، وهذا ما يراه الباحث اتجاها إيجابيا كبيرا نحو مسارات الإعلام الرقمي الجديد، وإنتاج الوسائط المتعددة واستخدامات المحمول كأسلوب صحفي أصيل لدى شريحة ستشكل فيه مستقبلا الصحفيين والإعلاميين الجدد في بيئة الإعلام العربي، والتي بدورها وبما قد تتمتع به من مهارات التكنولوجيا قد تستطيع مواجهة تدفق محتوى الإعلام الغربي وممارسات التضليل والصور النمطية.

(جدول 7) ثقة طلاب الإعلام والاتصال بالجامعات العربية في صحافة المحمول

جامعة الأميرة نورة		الكلية العصرية الجامعية						جامعة طرابلس						الرأي والتقييم				
بدرجة عالية		بدرجة متوسطة		بدرجة ضعيفة		بدرجة عالية		بدرجة متوسطة		بدرجة ضعيفة		بدرجة عالية			بدرجة متوسطة		بدرجة ضعيفة	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		%	ك	%	ك
0	0	30	3	0	0	11.7	6	16.2	6	6.25	1	29.4	5	5.55	1	0	0	تعتبر أن صحافة المحمول بديلا عن الصحافة التقليدية
18.1	2	10	1	0	0	17.6	9	5.40	2	12.5	2	22.2	6	0	0	0	0	تتابع صحافة المحمول لتستقي من خلالها معلوماتك
9.09	1	20	2	0	0	5.88	3	21.6	8	12.5	2	3.70	1	22.2	4	33.3	1	تمارس التحقق من محتوى المحمول ولا تثق فيما ينشر
27.2	3	0	0	0	0	7.84	4	16.2	6	18.7	3	11.1	3	11.1	2	33.3	1	زادت صحافة المحمول من عبء عمليات التحقق لدى الصحفيين المحترفين وتأخر سرعة إنتاجهم مقارنة بصحافة المواطن أو المستخدم العادي لـ (الموبايل) وممارسة النشر بوسائل التواصل
9.09	1	0	0	66.6	2	11.7	6	13.5	5	12.5	2	11.1	3	16.6	3	0	0	تناقش الموضوعات التي تطلع عليها عبر صحافة المحمول مع أشخاص آخرين
9.09	1	20	2	0	0	15.6	8	10.8	4	6.25	1	11.1	3	16.6	3	0	0	انتاجك بأسلوب صحافة المحمول يزيد من فرص عملك في مجال الصحافة
9.09	1	20	2	0	0	9.80	5	16.2	6	12.5	2	7.40	2	22.2	4	0	0	ممارسة صحافة المحمول لا تحتاج الانتماء لمؤسسة إعلامية وتمكنك من العمل بشكل مستقل
18.1	2	0	0	33.3	1	19.6	10	0	0	18.7	3	14.8	4	5.55	1	33.3	1	تهتم صحافة المحمول بحق الرد والتصحيح بحال نشر أي خطأ ويجب أن يخضع محتوى المحمول للتعديل بعمليات المونتاج والتحرير قبل النشر
100	11	100	10	100	3	100	51	100	37	100	16	100	27	100	18	100	3	المجموع

من بيانات الجدول السابق يتضح أن طلاب صحافة الموبايل بجامعة طرابلس بنسبة مرتفعة (29.4%) يعتبرون أن صحافة المحمول بديلا عن الصحافة التقليدية، بينما لا يتفق ذلك مع درجات الثقة لدى طلاب الكلية العصرية الذين جاءت اجابتهم بدرجة متوسطة بنسبة (16.2%)، واتفق معهم طالبات جامعة الأميرة نورة بدرجة متوسطة إلى حد كبير بنسبة (30%). وقد يكون السبب في ذلك اتجاهات عينة البحث نحو متابعة صحافة المحمول لاستقاء المعلومات من خلالها بدرجة عالية بلغت (22.2%) لدى طلاب جامعة طرابلس، وبنسبة (18.1%) لدى طلاب الكلية العصرية، وأيضا بدرجة عالية بنسبة (17.6%) لدى طالبات جامعة نورة. وأيضا في بيانات درجات الثقة يتضح عدم اهتمام عينة البحث من طلاب الإعلام العرب بأنهم يهتمون بمناقشة الموضوعات التي يطالعونها عبر صحافة المحمول مع أشخاص آخرين بنسبة متوسطة بلغت (16.6%) لدى طلاب طرابلس، وبنسبة (13.5%) لدى طلاب الكلية العصرية، بينما لا يناقش طالبات جامعة الأميرة نورة محتوى صحافة المحمول مع أحد (66.6%) بنسبة ضعيفة، وقد يعود ذلك إلى عادات وأنماط الاستخدام بالأساس.

وتعتبر طالبات جامعة الأميرة نورة بدرجة عالية بنسبة (27.2%) أن صحافة المحمول زادت من اعباء عمليات التحقق لدى الصحفيين المحترفين وأنها تؤخر من سرعة إنتاجهم مقارنة بصحافة المواطن أو المستخدم العادي لـ (الموبايل) وممارسة النشر بوسائل التواصل، في حين لم يتفق ذلك مع اتجاهات طلاب جامعتي طرابلس التي أظهرت أن الأعباء زادت بالتحقق بدرجة ضعيفة (33.3%)، وكذلك طلاب الكلية العصرية بدرجة ضعيفة (18.3%). وفي مؤشرات لا يراها الباحث تختلف كثيرا مع ما سبق؛ فإن ممارسة عمليات التحقق من محتوى المحمول وعدم ثقة عينة المبحوثين فيما ينشر عبر الموبايل، ظهرت لدى طلاب جامعة طرابلس بدرجة ضعيفة (33.3%)، بينما ارتفعت إلى درجة متوسطة لدى طلاب الكلية العصرية بنسبة (21.6%)، وكذلك بدرجة متوسطة لدى طالبات جامعة نورة بنسبة (20%). وأيضا بدرجة ضعيفة بلغت (33.3%) لدى طلاب جامعتي طرابلس والأميرة نورة، فاعتبرت اتجاهات عينة البحث أن صحافة المحمول لا تهتم بحق الرد والتصحيح بحال نشر أي خطأ، بينما ركزت اتجاهات طلاب الكلية العصرية على أن صحافة المحمول تهتم بمعالجة الخطأ للتعديل بدرجة عالية بنسبة (19.6%).

واعتبرت اتجاهات طلاب الكلية العصرية بدرجة عالية بلغت (15.6%) أن انتاج الطلاب بأسلوب صحافة المحمول من خلال دراسته وتدريبهم عليه يزيد من فرص عملهم في مجال الصحافة، بينما انحدرت الدرجة الى متوسطة لديهم بنسبة (16.2%) في اعتبار أن ممارسة صحافة المحمول لا تحتاج الانتماء لمؤسسة إعلامية وتمكينهم وحدها لهم من العمل بشكل مستقل، قد يعود السبب في

ذلك لاعتقادهم وإدراكهم بأن كلا من العمل المستقل والعمل المؤسسي بمؤسسات الإعلام بالوقت الراهن أصبح يتجه لاستخدام صحافة المحمول بشكل كبير ويقوم عليها لاعتبارات عديدة فنية واقتصادية.

واعتبرت اتجاهات طلاب جامعة طرابلس بدرجة متوسطة بلغت (16.6%) في أن إنتاج الطلاب بأسلوب صحافة المحمول من خلال دراسته وتدريبهم عليه يزيد من فرص عملهم في مجال الصحافة، واتفقت بذلك بدرجة متوسطة اتجاهاتهم بنسبة (22.2%) في اعتبار أن ممارسة صحافة المحمول لا تحتاج الانتماء لمؤسسة إعلامية وأنها تمكنهم وحدها من العمل بشكل مستقل. في حين أظهرت بيانات الجدول لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بدرجة متوسطة (20%)، أن إنتاج الطلاب بأسلوب صحافة المحمول من خلال دراسته وتدريبهم عليه يزيد من فرص عملهم في مجال الصحافة، ويؤكد هذا المتجه لديهن من خلال ظهور درجة عالية بنسبة (9.09%) في اعتبارهن أن ممارسة صحافة المحمول لا تحتاج الانتماء لمؤسسة إعلامية وتمكنهن وحدها من العمل بشكل مستقل؛ قد يدخل في سبببات هذا الاتجاه طبيعة بيئة الدراسة بجامعة الأميرة نورة، والاهتمام الشديد بمواكبة سوق التطور التكنولوجي والتسويق والإعلام الرقمي في بيئة مجتمعهم المحلي في المملكة السعودية.

خلاصة نتائج البحث والتوصيات:

من خلال الملاحظة والبحث العميق يتضح أن هناك يمكن وصفه بالتذبذب الحاصل حول اعتبار صحافة المحمول وأساليب إنتاج الوسائط المتعددة لا تشكل أولوية في الدراسة الجامعية التي لم يُلاحظ في الغالب اهتمامها بتدريس (الموبايل) كمقرر ضمن مساق الكليات وخططها وبرامجها الدراسية، إلا بشكل يسير في أضييق النطاقات ببعض الدول التي ضمتها حديثاً لمساقات أقسام الصحافة بالجامعات، أو باستثناء تلك الكليات والأقسام المنشأة بالأساس لدراسة الإعلام الرقمي.

يأتي تركيز طلاب الإعلام العرب على استخدام الهاتف المحمول (الموبايل) لسبب رئيس وجوهري، في الغالب يتعلق بصلب أدوارهم كطلاب (متدربين) في مجال دراستهم ك (صحفيين). كما أنه تمت تشابه كبير بين أنماط وعادات استخدام طلاب الإعلام العرب بجامعات البحث، يظهر من خلال توافقات نسبة وأسباب متابعة صحافة المحمول من قبل عينة المبحوثين.

يظهر سياق اتجاه إيجابي لأساليب طلاب الجامعات العربية موضع البحث في استخدام المحمول والإنتاج من خلاله للمحتوى الصحفي، يظهر من خلال اهتمامهم بالأدوات غير التقليدية للعمل الصحفي، وإدراك لا بأس به لأهمية الهواتف الذكية ك (أداة) إنتاجية سهلة للعمل والتدريب، يميزون

جيدا ما يستقونه من معلومات ويؤدونه من أغراض وما يشبعونه من رغبات عبر الموبايل، وما بين ما يتم إنتاجه كمحتوى لهم أو لغيرهم بصفته كنوع من أنواع صحافة العصر الرقمي.

يلاحظ اتجاهها إيجابيا حول وعي طلاب صحافة الموبايل بالدول العربية التي اهتمت بتدريس صحافة الموبايل بجامعاتها، مع وجود فوارق بين الطلاب من حيث اهتمام وتركيز أساتذة صحافة المحمول والوسائط المتعددة بعرض متزن بين المتعلقات الفنية والمسائل التكنولوجية وبين أخلاقيات العمل الصحفي.

إن مجال الإعلام الجديد أصبح أكثر صعوبة من نواحي إمكانيات تدريسه، وبالتالي فإن جامعات الإعلام والاتصال في البيئة العربية تحتاج إلى إيجاد بيئة فنية وخلق مساحات عمل للتدريب حول كل ما يتعلق بالإعلام الجديد لا سيما بشكل خاص صحافة المحمول.

إن حداثة التعامل مع صحافة المحمول كنوع وأسلوب صحفي جديد له ضوابط ومسارات فنية معينة، في وقتٍ مازال طالب الإعلام يستقي فيه أخلاقيات وضوابط وفنيات العمل الصحفي التقليدي؛ بالتالي يقف طالب الإعلام وصحافة المحمول العربي في منتصف الطريق بين وجهتي الصحافة التقليدية من جانب، وبين إعلام الوسائط المتعددة الجديد بطبيعته الفنية، المؤسس على ذات أخلاقيات العمل المهنية والتشريعات السالفة من جانب آخر.

تتفق تقريبا اتجاهات طلاب الاعلام العرب بجامعات عربية في اعتبار أن منتجهم الصحفي بأساليب صحافة المحمول يصل أسرع ويؤثر بالجمهور، لكن هذا ما يصطدم بتوفر حالة القلق الدائم الذي مازال يعاني منها عموم طلاب صحافة المحمول إزاء المشكلات التي تعترضهم في ميدان التصوير في الشارع العربي، بسبب العوائق الاجتماعية والرهاب النفسي؛ ما يستدعي الاستمرار والتركيز في رفع روح ومعنويات الطالب والطالبة العرب لخوض التجربة التطبيقية والعمل الميداني بالموبايل دون الوقوف كثيرا أمام تلك العوائق وغيرها الأمنية والسياسية، وقد يتم مواجهة ذلك بإقامة الورش المستمرة وإصدار تصريحات خاصة رسمية لطلاب الإعلام بصفتهم صحفيين تحت التدريب.

يظهر أن اتجاهات طلاب الإعلام العرب تتسم بقدر من الوعي حول أن صحافة المحمول زادت من اعباء عمليات التحقق لدى الصحفيين المحترفين وأنها تؤخر من سرعة إنتاجهم مقارنة بصحافة المواطن أو المستخدم العادي لـ (الموبايل) وممارسة النشر بوسائل التواصل الاجتماعي، لكن يظل هذا الإدراك ليس ناضجا بما يكفي للمواجهة والاستفادة من الموبايل كأداة لسرعة الإنجاز مع المحافظة على أخلاقيات العمل المهني وتحري الحقائق أولا، فلا يعطي الطلاب الأولوية لمسائل

التحقق من المعلومات والتركيز على الأساليب والأدوات الذكية لكشف التضليل عبر الموبايل
وبصحافة المحمول نفسها.

الهوامش والمراجع:

- (1) النقناق، محمود. 2024. صحافة الهاتف المحمول في العصر الرقمي (المفهوم والتطور ومفاهيم موازية). ورقة علمية غير منشورة ضمن مساقات برنامج الدكتوراه في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الزيتونة. ليبيا
- (2) جاب الله، رمزي. 2022. صحافة الموبايل وصناعة المحتوى الإعلامي من الهواية إلى الإحتراف. بحث منشور. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية. جامعة باتنة1. الجزائر. المجلد23. العدد2. ص374-357
- (3) شاهين، سناء. 2018. صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية. دراسة ماجستير غير منشورة. كلية علوم الاتصال. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. الخرطوم
- (4) قادري، ابتسام، وبوعامر، سميرة. 2019. استخدام الطلبة الجامعة لصحافة الموبايل. دراسة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة قاصدي مرباح ورقلة. الجزائر
- (5) مرعي، وآخرون. (2017). البحث عن الحقيقة في كومة الأخبار الكاذبة. معهد الجزيرة للإعلام، الدوحة
- (6) شفيق، حسين. (2014). صحافة وإعلام الهاتف المحمول. دار فكر وفن
- (7) حول جامعة طرابلس. <https://www.uot.edu.ly/about.php>
- (8) حول كلية الإعلام والاتصال جامعة طرابلس. <https://uot.edu.ly/media/>
- (9) حول الكلية العصرية الجامعية. <https://muc.edu.ps/Pages/About>
- (10) حول جامعة الأميرة نورة. <https://www.pnu.edu.sa/ar/Faculties/Arts/Pages/digitaljournalism.aspx>
- (11) حول خطة الدراسة بقسم الإعلام الرقمي. <https://www.pnu.edu.sa/ar/Faculties/Arts/Pages/digitaljournalism.aspx>
- (12) انظر (الجدول6)
- (13) خلاصة مداخلات وملاحظات توقف عليها الباحث بنفسه خلال محاضراته في صحافة الموبايل التي يلقيها في جامعة طرابلس
- (14) راجع (الجدول4)
- (15) راجع (الجدول2)
- (16) السنجرى، بشرى. (2019). صحافة الموبايل خواصها الشكلية وامكانياتها التقنية. دار الكتاب الجامعي. الامارات العربية
- (17) اللباد، فارس. (بدون سنة). دليل صحافة الهاتف المحمول. المنصة الرقمية لدليل المصادر المفتوحة للصحفيين

مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاستقرار الأسري من وجهة نظر المرأة العربية

أ.مروة خليفة رمضان الصفيير.. كلية الإعلام والاتصال..جامعة طرابلس..ليبيا

ملخص

شهد العالم تطورات تكنولوجية حديثة ساهمت في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالإعلام الجديد ، الذي تطور وانتشر بشكل كبير وملحوظ ،لما يملكه من خصائص تميزها عن المواقع الالكترونية الأخرى ، مما شجع متصفح الانترنت في العالم على الإقبال المتزايد عليها، ومن هذا المنطلق قررت الباحثة دراسة مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاستقرار الأسري من وجهة نظر المرأة العربية وقد استهدف البحث التعرف على مدى استخدام المرأة العربية لمواقع التواصل الاجتماعي، وأيضا الوقوف على دوافع تصفح المرأة العربية لهذه المواقع، وقياس تأثيرها على أفراد أسرتها، وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- 1- كشفت الدراسة إن المرأة العربية تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم.
- 2- بينت الدراسة أن اغلب المبحوثات يفضلن استخدام موقع الفيس بوك بنسبة بلغت 52.5% تليها موقع الانستغرام في المرتبة الثانية بنسبة 50 % ، ثم تأتي المواقع الأخرى.
- 3- كشفت الدراسة أن أكثر من نصف العينة يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي من 3 ساعات فأكثر في اليوم .
- 4- أوضحت الدراسة ان 42.5 % من المبحوثات يؤكدون أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت إلي حد ما علاقتهم بأسرهم .
- 5- بينت الدراسة أن المبحوثات يؤكدن ان استمرارية التواصل مع أفراد الأسرة والعائلة الذين يعيشون بعيدا ابرز الآثار الايجابية لاستخدام مواقع التواصل .
- 6- كشفت الدراسة أن المبحوثات يؤكدن أن ابرز الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل فهي تقلل الحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة .

الكلمات المتاحة

مواقع التواصل الاجتماعي - الاستقرار الأسري - المرأة العربية

Summary

The world has witnessed recent technological developments that have contributed to the emergence of social media sites or so-called new media which has evolved and spread significantly and remarkably, because of its characteristics that distinguish it from

other websites and encouraging the world's Internet browsers to become increasingly popular, From this point of view, the researcher decided to study social media sites and their relationship to family stability from the perspective of Arab women. The research aimed to identify the extent to which Arab women use social media sites. as well as identifying the motives of Arab women's browsing these sites and measuring their impact on their family members. The research has reached a series of findings, most notably:

The study revealed that Arab women use social media sites permanently.

1- The study showed that the majority of the researchers prefer to use Facebook by 52.5%, followed by Instagram in second place by 50%, and then other sites come.

2-The study revealed that more than half of the sample uses social media sites from 3 hours to more per day.

3-The study showed that 42.5% of the conversations confirm that social media sites have somewhat changed their relationship with their families.

4-The study showed that the discussions confirm that the continuity of communication with family members living away highlighted the positive effects of using the websites.

5-The study revealed that the research confirms that it highlights the negative effects of using the websites as it reduces interactive personal dialogue between family members.

Available Words

Social Media - Family Stability - Arab Women

مقدمة

شهد العالم مجموعة من التغيرات السريعة والمتلاحقة، حيث أصبح التغير سمة من سمات العصر، فقد سهلت هذه التغيرات جميع الأنشطة في شتى المجالات منها السياسية الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والتكنولوجية، وقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد

التسعينات من القرن الماضي ، نقلة نوعية و ثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الانترنت في كافة أنحاء العالم ، ولفت هذا الانتشار انتباه العديد من الأفراد في مختلف الأعمار والمستويات ، وأصبح الانترنت جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية في زمن قياسي وربط الانترنت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع لاغيه بذلك المسافات الجغرافية و المعرفية بين المجتمعات، وبهذا سهلت تبادل الأفكار والآراء والمعلومات و كذلك الرغبات بين مستخدميها جعلنا بذلك العالم قرية كونه صغيرة كما قال العالم الكندي (مارشال ماكلوهان) التي ردها منذ عقود من الزمن و التي كانت صائبة الوصف دقيقة التحليل.

لعل التطورات التكنولوجية الحديثة ساهمت في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالإعلام الجديد، والذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، لما تملكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، مما شجع متصفح الانترنت في كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها.

ففي ظل التغيرات الكبيرة التي طرأت على النسق العام للمجتمعات خاصة ما أفرزته هذه الشبكات ظهرت مجتمعات جديدة يعمل أفرادها على مواقع التواصل الاجتماعي وكأنهم مجتمعين في مكان واحد يتناقشون ويتنافسون ويتحدثون ويتبادلون الأفكار والآراء مستغنين عن اللقاء والاتصال المباشر والشخصي خاصة في إطار العلاقات الأسرية.

فالعلاقات الأسرية تتأثر بأي تغيرات تطرأ على المجتمع في أي جانب من جوانبه ، فمما لا شك فيه إن العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة قد بدت بشكل مختلف عما كانت عليه في السابق ، كون التحديات والرهنات المعاصرة ومحاولات التنميط التي تعصف بالأسرة . ومن ناحية أخرى يتولد استخدام المرأة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرات على علاقتها بأفراد أسرتها ، وذلك لاندماجها في العالم الافتراضي الذي لا وجود له .

مشكلة الدراسة:-

مواقع التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدمين فيها بإنشاء موقع خاص بهم، ومن ثم ربطه عن طرق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم ومن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي نجد الفيس بوك، تويتر، انستغرام، تيك توك، سناب شات واليوتيوب، ويحظى الفيس بوك بقاعدة مستخدمين هي الأكبر في العالم وذلك لسهولة استخدامه ومرونة القيود المفروضة على الاشتراك فيه .

امتد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ليشمل جميع جوانب الحياة في المجتمعات الحديثة ليصل إلى الأسرة والتي تعتبر الوحدة الأساسية في بناء المجتمع، حيث لعبت دورا أساسيا في تكوين مدارك

الإنسان وثقافته، كما ساهمت في تشكيل منظومة القيم التي يتمسك بها ومقومات السلوك الاجتماعي بما فيها العلاقات الأسرية ، اما اليوم فنلاحظ تراجع كبير في هذا الدور وانتقل بدوره إلى شبكة الانترنت التي فتحت المجال أمام أنماط التواصل داخل الأسرة ، فأصبحت هي المسيطرة على الجو العائلي الدافئ، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تسرق الكلام من

كل فرد من أفراد العائلة فالكل يغوص في شاشة هاتفه لا يتوقف عن الكتابة وإرسال الرسائل ونسج علاقات جديدة خارج المحيط العائلي، مما ساهم في توسيع الفجوة بين الآباء والأبناء وحتى بين الزوج والزوجة .

هذا الحد من التطور الذي بلغته مواقع التواصل الاجتماعي والاستخدام المكثف لها من قبل أفراد المجتمع ، وقد مس هذا الاستخدام المكثف منظومة العلاقات الأسرية، فقد ساهمت هذه المواقع في هشاشة العلاقات خاصة داخل الأسرة، فأصبحت المقولة القائلة أن الإنسان اجتماعي بطبعه تتراجع ، فلا بأس بأن نقول اليوم أن الإنسان تكنولوجي بطبعه، فقد أصبح الاتصال داخل الأسرة يقتصر على استخدام جمل قصيرة ومختصرة والتي تقتضيها الضرورة، فعوض أن يتحاور الأبناء مع الآباء والأزواج مع زوجاتهم حول رغباتهم ومشكلاتهم اليومية العلمية منها والعملية والدراسية فإنهم يفضلون التوجه الى هذه المواقع وكأنهم يبحثون عن حلول لمشكلاتهم داخل هذا العالم الافتراضي أفضل من العالم الواقعي

لعل المرأة العربية ليست بمعزله عن التأثيرات التي تحدثها مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص على العلاقات الأسرية، حيث تستخدم هذه المواقع لأغراض مختلفة وإشباع رغبات مختلفة كالترفيه والتسلية... وغيرها

ولمعرفة التأثيرات التي تحدثها هذه المواقع على الحياة الأسرية للمرأة العربية كان لابد من طرح التساؤل الرئيسي التالي :

ما مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستقرار الأسري من وجهة نظر المرأة العربية؟

تساؤلات الدراسة:-

تسعى الدراسة الي الإجابة عن التساؤلات الآتية:-

- 1- ما هي عادات وأنماط تصفح المرأة العربية لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
 - 2- ما هي دوافع إقبال المرأة العربية على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟
 - 3- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاستقرار الأسرية للمرأة العربية ؟
- أهداف الدراسة:-

تهدف هذه الدراسة إلي تحقيق مجموعة من الأهداف علي النحو التالي:-

- 1- التعرف على عادات وأنماط تصفح المرأة العربية لمواقع التواصل الاجتماعي .
- 2- معرفة التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على تواصل المرأة العربية مع أسرتها.
- 3- الكشف عن دور المرأة العربية في تحديد أنماط ومعدل استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي .
- 4- معرفة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستقرار الأسري .

5 - حداثة الموضوع والانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف الفئات العمرية

أهمية الدراسة:-

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة جوانب هي:-

- 1- أهمية دراسة مواقع التواصل الاجتماعي لما تمثله من انتشار واسع وتأثير كبير على جميع فئات الجمهور المختلفة بما فيها المرأة العربية .
- 2- تبلغ أهمية الدراسة كونها تدرس ظاهرة مستجدة في أوساط المجتمع ، تكمن في التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الروابط والعلاقات داخل هذا المجتمع الافتراضي.
- 3- تبرز أهمية دراسة هذا الموضوع في معرفة الدوافع المختلفة لإقبال المرأة العربية على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وكيف تؤثر هذه المواقع على العلاقات الأسرية لهن .
- 4 - تسهم النتائج التي ستوصل لها الدراسة الحالية بالتعرف على أبرز التأثيرات الإيجابية وكذلك السلبية لبرامج التواصل الاجتماعي على الاستقرار الأسري .

حدود الدراسة :-

1 - حدود مكانية: تتمثل الحدود المكانية في تحديد الرقعة الجغرافية التي ستجرى فيها الدراسة ولقد أجرينا دراستنا في المجتمع العربي (تونس - مصر - الجزائر - ليبيا - السودان) .

2 -حدود زمنية: أجريت خلال الفترة من 5.5.2024 الي 17.7. 2024

الدراسات السابقة:-

1- نصيرة شلعيون ، مريم بوعيطه ، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري (الفييس بوك نموذجاً) ،رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة محمد الصديق بجيجل ،الجزائر ،2017.

هدفت الدراسة للتعرف على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما تهدف إلى معرفة كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال داخل الأسر ، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استمارة الاستبيان وتمثل العينة في 137 أسره بولاية جيجل من الذين يستخدمون هذه المواقع وقد توصلت الدراسة إلي جملة من النتائج أبرزها :-

- 1- اغلب الأفراد المبحوثين من الآباء والأبناء والأمهات يستغرقون في تصفحهم للمواقع من ساعة إلي أقل من ثلاث ساعات .
- 2- أكثر من نصف الأفراد المبحوثين يجدون أن الفييس بوك قد أثر سلبي على علاقتهم بأسرهم بنسبة بلغة 51 % .
- 3- أغلب المبحوثين من الآباء والأبناء والأمهات يستخدمون موقع الفييس بوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء.

2- هشام سعيد البرجي ،تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية، رسالة ماجستير ، جامعة عين شمس ، مصر 2015 .

هدفت الدراسة إلي معرفة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة المصرية ، وتسلط الضوء على أهم شبكات التواصل التي يقبل مختلف أفراد الأسرة على الاشتراك بها ، بالإضافة الي رصد دوافع استخدام هذه الشبكات لدى الأطراف المختلفة في الأسرة المصرية ، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسح كأحد المناهج الوصفية لدراسة الظاهرة ، واستخدام الاستبيان لجمع المعلومات لعينة قوامها 200 أسرة ،وقت توصلت الدراسة الي عدة نتائج أهمها :-

- 1-وجود تأثيرات سلبية لشبكات التواصل الاجتماعي على علاقة المبحوث من الأبناء بأسرته بين تقليلها للحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة .
- 2- أكدت النتائج أن أهم أسباب اعتماد المبحوثين من الأبناء ان استخدام أولادهم لشبكات التواصل الاجتماعي قد أدى إلي تغير سلوكهم للأسوء بسبب جعلهم في عزله عن المحيط الأسري .
- 3- أظهرت النتائج وجود تأثيرات إيجابية لاستخدام المبحوثين من الأبناء للمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالأصدقاء والأقارب .

3- الهام بنت فريج بن سعيد العويضي ، اثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية بمحافظة جدة ،رسالة ماجستير ،جامعة الملك عبد العزيز ،جدة ، 2004

هدفت الدراسة إلى معرفة طبيعة استخدام أفراد الأسرة للانترنت ، وهدفت إلي معرفة أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية ، اعتمدت الدراسة على الأسلوب الوصفي التحليلي لدراسة أثر استخدام الانترنت على العلاقات باستخدام استمارة الاستبيان لعينة قوامها 200 أسرة التي اختيرت عن طريق العينة العرضيه، حيث توصل الباحثة الي عدد من النتائج أهمها:-

- 1- توجد فروق ذات دلالات معنوية بين جنس الزوجين وبين تأثير استخدام الانترنت علي العلاقة بينهم.
- 2- وجود علاقة ارتباطيه بين مدة استخدام الأبناء للانترنت ، وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقات بين الوالدين والأبناء من وجهة نظر الوالدين .
- 3 - ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون أن الانترنت ذات تأثير سلبي على المجتمع السعودي دينياً وأخلاقياً .

مصطلحات الدراسة :-

مواقع التواصل الاجتماعي:- مواقع التواصل الاجتماعي هي مجموعة من الشبكات الافتراضية الموجودة على شبكة الانترنت، والتي تمكن الجماهير من التواصل مع الآخرين وتبادل النقاشات حول الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والخاصة، وتختلف طبيعتها من

شبكة لأخرى، فبينما توجد بعض الشبكات التي تتيح إمكانية التعرف على الأصدقاء وتكوين الصداقات عبر العالم، فإن الأخرى بإمكانية إرفاق ملفات الفيديو المصورة حول الموضوعات المختلفة ليتبادل الأفراد الحديث والتعليقات والنقاشات حولها على نطاق واسع

الاستقرار الأسري:- هو حالة من التوازن والانسجام داخل الأسرة، حيث يشعر جميع الأفراد بالأمان، الدعم، الراحة النفسية ويتميز الاستقرار الأسري بالتواصل الفعال حيث يكون هناك حوار مفتوح وصريح بين أفراد الأسرة وبالدعم العاطفي توفير الحب، الاحترام، والتقدير المتبادل بين الأفراد، وكذلك الاستقرار المالي القدرة على تلبية الاحتياجات

المرأة العربية :- هي جزء أساسي من النسيج الاجتماعي والثقافي في العالم العربي. على مر العصور، لعبت المرأة العربية دوراً كبيراً في مختلف المجالات مثل التعليم، والعمل، والفن، والسياسة. ومع التغيرات الاجتماعية والسياسية التي شهدتها العالم العربي في العقود الأخيرة، أصبحت المرأة العربية أكثر نشاطاً وظهوراً في مختلف ميادين الحياة

منهج الدراسة :-

تنتمي هذه الدراسة الي المنهج الوصفي حيث تسعى الى معرفة العلاقة بين استخدام المرأة العربية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاستقرار الأسري ،تم استخدام الاستبيان لعينة من السيدات من المجتمع العربي للوقوف على رأيهن في هذه المواقع وتأثيرها .ومن هنا يمكن وضع التنبؤات عن الأوضاع المقبلة

مجتمع وعينة الدراسة :-

يتكون مجتمع الدراسة من السيدات العربيات (تونس ، ليبيا ، مصر ، الجزائر السودان) ، وقد بلغ عدد أفراد العينة (40) مفردة بطريقة عمديه وذلك من خلال المعرفة الشخصية للباحثة .

أدوات جمع البيانات :-

وهي أدوات أو وسائل يعتمد عليها الباحث لجمع المعلومات والبيانات واعتمدت الباحثة الأداة التالية:-

- استمارة الاستبيان

اعتمدت الباحثة في دراستها على الاستبيان وهو من الأدوات المستخدمة في الدراسات الاجتماعية للحصول على المعلومات اللازمة للتعرف على آراء المبحوثات ورؤيتهن حول مواقع التواصل الاجتماعي ،كما تساعد الإجابات الواردة عن الأسئلة التي وضعت في الحصول على البيانات المطلوبة لتحقيق أهداف الدراسة ، والإجابة عن التساؤلات المطروحة. صمم الاستبيان ليضم مجموعة من الأسئلة تدور حول الموضوع الرئيسي لمشكلة الدراسة والأهداف التي تسعى للوصول إليها.

المحور الأول : ويتضمن البيانات الشخصية وعدد أسئلته 5.

المحور الثاني: عادات وانماط تصفح المرأة العربية لمواقع التواصل الاجتماعي وعدد اسئلته 6.

المحور الثالث: دوافع إقبال المرأة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وعدد أسئلته 5 .

المحور الرابع: دور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاستقرار الأسرى للمرأة العربية وعدد أسئلته

صدق أداة الدراسة وثباتها :-

1 - عرضت الاستمارة على مجموعة من المحكمين من ذوى الخبرة في مجالات الإعلام والتربية وعلم النفس ، وبناء على ملاحظات المحكمين والأخذ بالتعديلات المقترحة ، وبذلك أصبحت الاستمارة جاهزة في صورتها النهائية

2 - للتأكد من اتساق أداة القياس و أنها تعطي نتائج متشابهة بتكرار استخدامها في القياس ، قامت الباحثة بإعادة تطبيق استمارة الاستبيان على عينة قوامها 15 مفردة بفارق زمني مدته أسبوعين بين التطبيق الأول والثاني ، وتم حساب معامل كوبل لمعرفة ثبات الاستمارة .

$$\text{معامل الثبات} = 100 \frac{2 \times 300}{345 + 345} = 100 \frac{600}{690} = 86.9\%$$

أى أن درجة الثبات بلغت 86.9 % وهي درجة عالية تشير الى صلاحية استمارة الاستبيان .

المعالجة الإحصائية للبيانات :-

تمت معالجة البيانات إحصائياً بالاعتماد على المعامل الإحصائي للبيانات لكل سؤال من أسئلة الاستبيان من خلال حساب المتوسط الحسابي للتكرارات .

ثانياً: عرض وتحليل النتائج

المحور الأول :- بيانات عامة (البيانات الديموغرافية) :-

العمر:

جدول (1) توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر

العمر	ك	%
من 20 الى أقل من 25	10	25%
من 25 الى أقل من 30	12	30%
30 فأكثر	18	45%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول السابق وصفا لعينة الدراسة حسب العمر ، حيث بلغ عدد أعمار السيدات العربيات الآتي أعمارهن من 31 فأكثر نسبة 45% ، في حين بلغ أعمار النساء من 25 الى أقل من 30 نسبة 30% ، ويتضح أن ما يزيد عن ثلث أفراد العينة لا تقل أعمارهم عن 25 سنة ، أى أنهم

يتملكن خبرة في التفاعل والتعامل مع المواقع الالكترونية ، اما السيدات من الفئة العمرية من 20 الى اقل من 25 بلغت نسبتهن 25% من اجمالي العينة .

بلد المبحوثة :

جدول (2) توزيع العينة حسب البلد

البلد	ك	%
تونس	10	25%
ليبيا	15	37.5%
مصر	6	15%
الجزائر	5	12.5%
السودان	4	10%
المجموع	40	100%

يبين الجدول السابق توزيع عينة الدراسة حسب بلد المبحوثات ،حيث بلغ عدد السيدات من دولة ليبيا 37.5%، وبلغ عدد السيدات من تونس الشقيقة 25% ، في حين السيدات من دولة مصر بلغت نسبتهن 15% ، وبلغ عدد السيدات من الجزائر 12.5% ، اما من دولة السودان فكانت نسبة المبحوثات 10% من إجمالي العينة .

المستوى التعليمي :

جدول (3) توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	ك	%
أساسي	6	15%
متوسط	11	27.5%
جامعي	13	32.5%
ما فوق الجامعي	10	25%
المجموع	40	100%

يبين الجدول السابق توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي ،حيث بلغ عدد السيدات المستوى التعليم الجامعي نسبه 32.5% ، وبلغ عدد السيدات المتحصلات على المستوى التعليم المتوسط حوالي 27.5% ، في حين السيدات المتحصلات على المستوى التعليم ما فوق الجامعة بنسبة بلغت 25% ، وبلغ عدد السيدات المتحصلات على التعليم الأساسي نسبة 15% من إجمالي العينة ويلاحظ أن ما يزيد عن ثلث العينة هن من السيدات المتحصلات على تعليم جامعي ما يعني أنهن أكثر قدرة على فهم طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي وأثرهم على الاستقرار الأسرى .

المهنة :-

جدول (4) توزيع العينة حسب المهنة

المهنة	ك	%
ربة بيت	18	45%
عمل حر	10	25%
موظفة	12	30%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول السابق توزيع العينة حسب المهنة ، حيث بلغت السيدات ربات البيوت نسبة 45% ، وبلغن عدد السيدات الموظفات نسبة 30% ، في حين عدد السيدات العاملات أعمال حرة نسبتهن 25% من إجمالي عينة الدراسة ، ويلاحظ أن نسبة ربات البيوت هو الأعلى ، وهو ما يشير الى وجودهن باستمرار في المنزل ولديهن وقت فراغ اكثر .

جدول (5) توزيع العينة حسب عدد الأطفال

المهنة	ك	%
طفل واحد	10	25%
طفلان	22	55%
طفلين فأكثر	8	20%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول السابق توزيع العينة حسب عدد الأطفال ، إن ما يزيد عن نصف العينة 55% من لديهن طفلان دون سن السادسة ، واما من لديهن طفل واحد فقد كانت النسبة 25% ، في حين بلغت نسبة السيدات اللاتي لديهن أكثر من طفلين 20% وهو مؤشر على ان المرأة العربية تتعامل مع طفلين فأكثر مما لا يجعل لها وقت فراغ لمواقع التواصل لان الأطفال دون سن السادسة يحتاجون الى مراقبة وعناية مستمره عكس من لديها طفل واحد لديها وقت اكثر .

المحور الثاني : عادات وأنماط تصفح المرأة العربية لمواقع التواصل الاجتماعي:-

جدول رقم (6) مدى استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي .

مدى المشاهدة	ك	%
دائماً	25	62.5%
غالباً	11	27.5%
أحياناً	4	10%
المجموع	40	100%

أوضحت نتائج الجدول السابق أن ما يزيد عن نصف العينة 62.5% ذكروا أنهم يستخدمون دائماً مواقع التواصل الاجتماعي ، وأن أقل من نصف العينة 27.5% أجابوا بأحياناً يستخدمون المواقع ، في حين ذكر نسبة 10% غالباً ما يستخدمون هذه المواقع ، وهذه النتائج تفسر ان اغلب المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم أو غالباً، أي أنه هناك عادة أو حتى إيمان على هذه المواقع، وهذا راجع إلى طبيعة التطور التكنولوجي الحاصل في هذا العصر .

ولمعرفة ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي حسب تفضيلها لها فإن الجدول التالي يوضح ذلك :-

جدول رقم (7) ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب المواقع	الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الخامس	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الفييس بوك	21	52.5	10	25	8	20	7	17.5	7	17.5
الانستقرام	10	25	20	50	9	22.5	8	20	6	15
تيك توك	3	7.5	5	12.5	18	45	6	15	4	10
سناب شات	4	10	4	10	3	7.5	15	37.5	9	22.5
تويتر	2	5	1	2.5	2	5	4	10	12	30
أخرى	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	2	5
المجموع	40	%100	40	%100	40	%100	40	%100	40	%100

من بيانات نفس الجدول الذي يوضح ترتيب آراء السيدات العربيات حسب ما يفضلنه من مواقع تواصل الاجتماعي ، وحيث ذكرت نسبة 52.5% من السيدات يفضلن موقع الفييس بوك ، تليها في المرتبة الثاني موقع الانستقرام بنسبة 50% ، ثم في المرتبة الثالثة التيك توك بنسبة 12.5% ، اما في المرتبة الرابعة كانت من نصيب موقع سناب شات بنسبة 37.5% ، وبالنسبة

للمرتبة الخامسة كانت لموقع تويتر بنسبة بلغت 30% ، في حين سجلت أخرى نسبة بلغت 5% تمثلت في الواتس اب والفايبر ، ونلاحظ أن موقع الفيس بوك جاءت في المرتبة الأولى وموقع الانستقرام في المرتبة الثانية لأنه السيدات يفضلونهم عن بقية المواقع الأخرى ، وهذه النسب توحي بأن أغلبية المبحوثات يستخدمن موقع الفيس بوك بشكل مكثف وهذا راجع إلى سهولة استخدامه ومرونة قيود الاشتراك به ، إضافة إلى استخدام المبحوثات لموقع الانستقرام نظرا للفيديوهات والمضامين الذي يحتوي عليها . ومنه نستنتج أن موقع الفيس بوك يحظى بأكبر نسبة استخدام لدى المرأة العربية .

ولمعرفة آراء المرأة العربية حول متي استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي فإن الجدول التالي(8) يوضح ذلك :-

منذ متي تستخدمن المواقع	ك	%
من أقل من سنة	3	7.5%
من سنة الي اقل من 3 سنوات	10	25%
3 سنوات فأكثر	27	67.5%
المجموع	40	100%

يتضح من الجدول السابق أن ما يقرب من ثلثي عينة الدراسة 67.5% ذكرن أنهم يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي من 3 سنوات فأكثر ، في حين ذكر ربع العينة 25% أنهم يستخدمن المواقع منذ سنة الي اقل من 3 سنوات ، في 7.5% من أفراد العينة اجبن اقل من سنة ويرجع هذا إلي استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات أي منذ فترة طويلة دليل على الارتباط الوثيق بهذه المواقع وهذا يرجع إلى طبيعة التغيرات الحاصلة والتطورات التكنولوجية الحاصلة والضرورة الملحة لمواكبة هذا التطور، كما يسعى المبحوثات لإشباع الحاجات وتحقيق الرغبات بالانضمام إلى هذه المواقع التي أصبحت لغة العصر في المجتمع المعلوماتي .

لمعرفة كم عدد الساعات التي تستغرقها المرأة أثناء استخدامها هذه المواقع في اليوم فإن الجدول التالي (9) يوضح ذلك :-

عدد الساعات	ك	%
اقل من ساعة	4	10%
من ساعة الي اقل من 3 ساعات	8	20%
3 ساعات فأكثر	28	70%
المجموع	40	100%

استهدف الاستبيان عن تحديد عدد الساعات التي تستغرقها المرأة العربية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وباستعراض البيانات التي وردت بجدول السابق تبين أن ما يقرب عن ثلث أرباع العينة 70% من يستخدمن المواقع من 3 ساعات فأكثر ، في حين بلغت كل من الآتي

يستخدمن المواقع من ساعة الي اقل من 3 ساعات ، و الآتي يستخدمن المواقع اقل من ساعة بنسب متتالية 10% و 20% ويلاحظ أن اغلب المبحوثات يقضون وقت طويل أمام هذه المواقع.

لمعرفة فترة استخدام المرأة العربية لمواقع التواصل الاجتماعي فإن الجدول التالي (10) يوضح ذلك :-

الفترة	ك	%
صباحا	2	5%
مساء	4	10%
ليلا	9	22.5%
بدون وقت محدد	25	62.5%
المجموع	40	100%

وبسؤالهن عن الفترة المفضلة لاستخدامهن مواقع التواصل فإن الجدول السابق يوضح ان 62.5% ذكرن أنهن لا يحددون وقت معين للاستخدام ، في حين اجبن 22.5% إنهن يستخدمن المواقع ليلاً ، وتقاربت النسب بين فترة المساء بنسبة 10% ، تليها الفترة الصباحية بنسبة 5% ، فمن خلال معطيات الجدول يتبين أن معظم المبحوثات ليس لديهم وقت محدد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يعود إلى توفر شبكة الإنترنت وخدمات الويفي في اي وقت، كما نلاحظ أيضا نسبة معتبرة من المبحوثات يفضلن الإبحار في مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الليل ، وهذا راجع إلى طبيعة حياة المرأة التي تقضي معظم فترات الصباح في الوظيفة او في أعمال المنزل .

لمعرفة هل تشكل استخدام مواقع التواصل عائقا أمام الأنشطة اليومية فإن الجدول التالي (11) يوضح ذلك :-

عائقاً	ك	%
نعم	28	70%
الي حد ما	9	22.5%
لا	3	7.5%
المجموع	40	100%

أوضحت نتائج الجدول السابق أن المبحوثات اللاتي أجبن نعم جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 70% اي اكثر من نصف العينة، أما في المرتبة الثانية بنسبة 22.5% اي أن أفراد العينة ذكرن بأنهن الي حد ما تعيقهن استخدام المواقع ، وتليها في المرتبة الثالثة المبحوثات اللاتي اجبن بلا بنسبة 7.5% ، ويمكن تفسير نتائج الجدول بأن انه تصفح مواقع التواصل الاجتماعي تسرق الوقت وبذلك تعيق السيدات من استكمال أنشطتهم اليومية ويعكس ذلك على علاقتهم بأسرهم .

المحور الثالث: دوافع إقبال المرأة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي. وبسؤال المرأة العربية عن ما الذي يدفعك إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فإن الجدول التالي (12) يبين ذلك:-

دوافع الاستخدام	ك	%
التسلية والترفيه	25	17.7%
التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية	29	20.5%
تبادل المعلومات وتحصيلها	31	21.9%
مشاركة يومياتها	28	19.8%
الردشة والتواصل مع الأهل والأصدقاء	21	14.8%
أخرى	7	4.9%
مجموع من سئلوا	141	

* أعطيت للمبحوثات حرية اختيار أكثر من إجابة

يتضح من الجدول السابق أن أعلى النسب جاءت لتبادل المعلومات وتحصيلها بنسبة بلغت 21.9%، ثم التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية بنسبة 20.5%، تليها مشاركة يومياتها بنسبة 19.8%، ثم جاءت التسلية والترفيه بنسبة بلغت 17.7%، تليها الردشة والتواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة 14.8%، ان هذه الدوافع بلغت من الأهمية الى أقصى درجة حيث استحوذت على إجابات معظم المبحوثات، اما أخرى جاءت بنسبة 4.9% تمثلت في أنها تريد تكوين صداقات جديدة ويمكن تفسير النتائج المتحصل عليها بأن أغلبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتبادل المعلومات والاستفادة والإفادة. ولمعرفة الموضوعات التي تثير اهتمام المرأة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي فإن الجدول التالي (13) يوضح ذلك :-

نوع الموضوعات	ك	%
اجتماعية	15	8.2%
سياسية	18	9.8%
دينية	10	5.4%
علمية	20	10.9%
ثقافية	14	7.6%
طبخ	28	15.3%
صحة وجمال	33	18.1%
ترفيهية	20	10.9%
جميعها	22	12%
أخرى	2	1%
مجموع من سئلوا	182	

* أعطيت للمبحوثات حرية اختيار أكثر من إجابة من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مختلف الموضوعات التي تثار ضمن مواقع التواصل الاجتماعي تحظى باهتمام المبحوثات، لكن بدرجات متفاوتة، نجد أكبر نسبة بلغت 18.1% لموضوعات الصحة والجمال، تليها موضوع الطبخ بنسبة 15.3% لتحل بعدها الموضوعات العلمية والترفيهية بنسبه متساوية بلغت 10.9%، بينما سجلت أصغر نسبة الموضوعات الدينية حيث بلغت 5.1% وأخرى بنسبة 1% تمثلت في الموضوعات الرياضية . ويمكن تفسير ذلك بأن موضوعات مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت متنفسا لمختلف شرائح المجتمع، وتطرح فيها موضوعات التي تمس المستخدمين ومن خلال هذا الجدول نلاحظ ان اهتمام المرأة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي هو الجمال والصحة والموضة والطبخ ثم تأتي الموضوعات الأخرى .

لمعرفة مدى ثقتيهن بالمضامين المنشورة والمشاركات المقدمة على مواقع التواصل الاجتماعي فإن الجدول التالي (14) يوضح ذلك :-

مدى الثقة بالمضامين	ك	%
نعم	11	27.5%
الى حد ما	20	50%
لا	9	22.5%
المجموع	40	100%

أوضحت نتائج الجدول السابق أن المبحوثات اللاتي أجبن الى حد ما جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 50% اي نصف العينة، أما في المرتبة الثانية بنسبة 27.5% اي أن أفراد العينة ذكرن بأنهن نعم يتقون في المضامين المقدمة ، وتليها في المرتبة الثالثة المبحوثات اللاتي اجبن بلا بنسبة 22.5% ، ويمكن تفسير نتائج الجدول بأن أغلب المضامين والمشاركات المنشورة على المواقع التواصل الاجتماعي قد تكون غير مؤكدة ومن مصادر غير موثوقة ومجهولة في معظم الأحيان .

وبسؤال المرأة العربية عن ماذا تشعرين عند عدم تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي لفترة فإن الجدول التالي (15) يبين ذلك :-

الشعور عند عدم التصفح	ك	%
القلق والاضطراب	10	25%
الراحة	4	10%
الفراغ	21	52.5%
لا تشعر بشي	5	12.5%
المجموع	40	100%

يتضح من الجدول السابق أن أعلى النسب أي ما يزيد عن نصف العينة يشعرون بالفراغ بنسبة بلغت 52.5% ، ثم الشعور بالقلق والاضطراب جاءت بنسبة 25% ، تليها لا تشعر بشي بنسبه بلغت 12.5% ، ثم الشعور بالراحة بنسبة 10% ، تعتبر هذه النتائج من بين أعراض الإدمان على هذه المواقع فابتعاد الفرد عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من يوم يشعره بالانطواء والعزلة والاعتراب وكذا القلق وهذا راجع إلى ما توفره المواقع من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة وتوفر معلومات مفيدة ومتنوعة تشغل أفكار المستخدم وتملاً الفراغ ،وعليه نلاحظ تنوع إجابات المبحوثات كلاً حسب نفسيتهن ونظريتهن اتجاه مواقع التواصل الاجتماعي .

ولمعرفة هل ستستمر المرأة العربية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مستقبلاً فإن الجدول التالي (16) يوضح ذلك:-

استمرار الاستخدام	ك	%
استمر	25	62.5%
قليلاً	10	25%
اترك	5	12.5%
المجموع	40	100%

استهدف هذا الجدول استكشاف مدى استمرار المرأة العربية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مستقبلاً، وقد تبين من الجدول السابق أن 62.5% اجبن استمر مما يدل على اهتمامهن بمواقع التواصل الاجتماعي ، واجبن 25% بقليلاً ، في حين اجبن 12.5% بأترك ومن هنا نلاحظ أن أغلب المبحوثات يفضلن الاستمرار في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع إلى احتوائها على معلومات وفيره في مختلف المجالات ، كما انها مصدر للحصول على المعلومات والأخبار ، في حين يفضل بعضهن التقليل من استخدام هذه المواقع متجنبين تضيق الوقت والوقوع في حالة من الإدمان .

المحور الرابع: دور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاستقرار الأسرى للمرأة العربية

ولمعرفة هل استخدام المرأة العربية لمواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تغيير علاقتها بأفراد أسرتها فإن الجدول التالي(17) يوضح ذلك:-

مدى التغيير	ك	%
نعم	10	25%
الى حد ما	17	42.5%
لا	13	32.5%
المجموع	40	100%

يتضح من الجدول السابق أن إجابة المبحوثات حول مدى التغيير الذي يحدث في الأسرة بسبب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أجن ما يقارب من نصف العينة ب (الي حد ما) بنسبة بلغت 42.5% ، و أجن بلا ، 32.5%، وما يقارب من ربع العينة أجن بنعم بلغت نسبتهن 25% ، حيث نلاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تساهم في تغيير العلاقات الأسرية بشكل كبير لأنهن لا يتأثرن بكل ما يقدم لهم ، في حين ساهمت هذه المواقع في خلق بعض المشاكل الأسرية لبعض المبحوثات بسبب قضاء وقت طويل أمامها وإهمال بعض الواجبات الأسرية والتقليل من الحوار والتواصل مع أفراد الأسرة.

وبسؤال المرأة العربية الآتي اجبن بـ (نعم او الي حد ما) فما نوع التغيير فإن الجدول التالي (18) يوضح ذلك :

نوع التغيير	ك	%
ايجابي	10	37%
سلبي	17	63%
المجموع	27	100%

يوضح الجدول السابق أن أعلى النسب جاءت إن تأثر مواقع التواصل الاجتماعي علي أفراد الأسرة بشكل سلبي حيث بلغت النسبة 63% ، في حين أجن 37% بأن لها تأثير إيجابي على الاستقرار الأسري

ولمعرفة الوقت الذي تستغرقه المرأة العربية مع أفراد أسرتها قبل انخراطها في مواقع التواصل الاجتماعي فإن الجدول التالي (19) يوضح ذلك:-

الوقت	ك	%
اقل من ساعة	4	10%
من ساعة الي اقل من 3 ساعات	11	27.5%
من 3 ساعات الي اقل من 6 ساعات	16	40%
6 ساعات فأكثر	9	22.5%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول السابق ان 40% من المبحوثات أجن من 3 ساعات الي اقل من 6 ساعات يقضون وقت مع الأسرة قبل استخدامهن للمواقع ، في حين ذكرن 27.5% إنهن يقضون أوقات من ساعة الي اقل من 3 ساعات مع الأسرة، في حين اجبن 22.5% بأنهن يقضون 6 ساعات فأكثر ، ثم اجبن 10% اقل من ساعة ، من خلال عرض نتائج الجدول نلاحظ أن أغلبية المبحوثات كانوا يقضون وقت جيداً مع أفراد أسرتهم قبل انخراطهم في مواقع التواصل الاجتماعي في حين سجلت نسبه بسيطة من المبحوثات الذين يقضون وقت قصير في الجلوس مع أفراد الأسرة ، وهذا راجع إلى إبحارهم داخل العالم الافتراضي لوقت طويل .

ولمعرفة آراء المرأة العربية كيف كانت علاقتها في البداية بينها وبين أفراد أسرتها قبل استخدامها مواقع التواصل الاجتماعي فإن الجدول التالي (20) يوضح ذلك:-

العلاقة قبل الاستخدام	ك	%
جيدة	16	40%
عادية	14	35%
سيئة	10	25%
المجموع	40	100%

يبين الجدول السابق أن 40% من المبحوثات ترى أن علاقتهن مع أفراد أسرتها قبل استخدامها مواقع التواصل الاجتماعي جيدة ، بينما يرى البعض الآخر 35% ان علاقتهن عادية ، بينما بلغت نسبة 25% علاقة سيئة ، فمن خلال معطيات الجدول نلاحظ أن العلاقة في البداية قبل استخدام أغلبية المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي كانت علاقة جيدة وهذا راجع لوجود وقت كافي للحوار بينهم وكان تواصلهم بشكل دائم .

إذا كانت الإجابة بـ (سيئه) فهل المواقع لها دور في ذلك فإن الجدول التالي (21) يوضح ذلك:-

دور المواقع	ك	%
نعم	4	40%
الى حد ما	6	60%
لا	-	-
المجموع	10	100%

يوضح نتائج الجدول السابق أن أعلى نسبة سجلتها المبحوثات اللاتي أجبن بنعم بنسبة بلغت 60% ، ثم الى حد ما بنسبة 40% ، في حين لم تسجل لا اي نسب ، ونفسر من خلال نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثات لعبت دور سيئ مواقع التواصل الاجتماعي على علاقتهن بأفراد أسرتهم نتيجة الانشغال وقلت الحوار والتفاعل بينهم .

وبسؤال المرأة العربية عن الآثار الإيجابية لاستخدامها مواقع التواصل الاجتماعي على علاقتها بأسرتها فإن الجدول التالي (22) يوضح ذلك :-

الآثار الايجابية	ك	%
تساعدني على التواصل مع أفراد الأسرة بشكل مباشر أو غير مباشر	29	23.7%
استمرارية التواصل مع أفراد الأسرة والعائلة الذين يعيشون بعيدا	36	29.5%
تساعدني على معرفة الأخبار الاجتماعية لأفراد الأسرة والعائلة	19	15.5%

9%	11	تساعدني في الإطلاع على صور وفيديوهات ومذكرات أفراد الأسرة
18%	22	تبادل المعلومات والأفكار مع أفراد الأسرة
4%	5	زيادة الحوار داخل الأسرة
	122	مجموع من سئلوا

* أعطيت للمبحوث حرية اختيار أكثر من إجابة

يوضح الجدول السابق أن أعلى النسب جاءت 29.5% استمرارية التواصل مع أفراد الأسرة والعائلة الذين يعيشون بعيداً، ثم جاءت تساعدني على التواصل مع أفراد الأسرة بشكل مباشر أو غير مباشر بنسبة بلغت 23.7%، تليها 18% منهن ذكرن تبادل المعلومات والأفكار مع أفراد الأسرة، ثم 15.5% ذكرن تساعدني على معرفة الأخبار الاجتماعية لأفراد الأسرة والعائلة، ثم جاءت تساعدني في الإطلاع على صور وفيديوهات ومذكرات أفراد الأسرة بنسبة 9%، ثم جاءت زيادة الحوار داخل الأسرة بنسبة 4%، يمكن إرجاع نتائج إجابة المبحوثات أن مواقع التواصل الاجتماعي عملت على تقريب المسافات واختصار الوقت والمال والجهد وذلك عن طريق إتاحة الفرصة للتواصل مع بعضهم البعض من خلال تطور الاتصال عبر الموقع (الصوت والصورة).

ولمعرفة آراء المرأة العربية عن الآثار السلبية لاستخدامها مواقع التواصل الاجتماعي على علاقتك بأسرتها فالجدول التالي (23) يوضح ذلك :-

%	ك	الآثار السلبية
25.8%	30	تعمل على تقليل الحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة
23.2%	27	تؤدي بالمستخدم إلى الاكتئاب والعزلة عن الأسرة
17.2%	20	عدم المشاركة في حل المشكلات الأسرية بسبب الانشغال بقضايا العالم الافتراضي
8.6%	10	عدم الشعور بالمسؤولية اتجاه أفراد الأسرة
15.5%	18	ساعدت في نشر الأفكار غير المناسبة مع تقاليد وعادات الأسرة
7.7%	9	إفشاء معلومات خاصة جداً عن المنزل وأفراد الأسرة للغرباء من خلال هذه المواقع
1.7%	2	أخرى
	116	مجموع من سئلوا

* أعطيت للمبحوث حرية اختيار أكثر من إجابة

يوضح الجدول السابق أن 25.8% من المبحوثات رأَت أنها تعمل على تقليل الحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة، أما 23.2% منهن فقد ذكرن أنها تؤدي بالمستخدم إلى الاكتئاب والعزلة عن الأسرة، و ذكر 17.2% من المبحوثات أن عدم المشاركة في حل المشكلات الأسرية بسبب الانشغال بقضايا العالم الافتراضي، وتليها 15.5% ذكرن ساعدت في نشر الأفكار غير المناسبة مع تقاليد وعادات الأسرة، 8.6% من المبحوثات ذكرن عدم الشعور بالمسؤولية اتجاه أفراد الأسرة، 7.7% أجبن بأنها تفشي معلومات خاصة جدا عن المنزل وأفراد الأسرة للغرباء من خلال هذه المواقع، بينما سجلت أخرى نسبة بلغت 1.7% تمثلت مضيعه للوقت وتكسب عادات وانماط سيئة. ومنه نستنتج أن أغلبية المبحوثات أكدوا على تقليل الحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة هي من أبرز الآثار السلبية التي نجدها في مواقع التواصل الاجتماعي، فكل مستخدم يختلي بهاتفه ويدخل العالم الافتراضي بتواصل مع أفراد لا يعرفونه يتحدث إليهم ويناقشهم في موضوعات مختلفة تغنيه عن الحديث مع أفراد أسرته مما يسبب العزلة الاجتماعية والأسرية بسبب الانصراف عن اللقاءات وقلة التفاعل والحوار مع أفراد الأسرة، كما عملت على إقامة وتجسيد صورة غير حقيقية للمستخدم ونشر أفكار لا تتلاءم وعاداته وتقاليد مغايرة تماما للواقع الفعلي .

النتائج والتوصيات:

اولا : النتائج :

- وقد توصلت هذه الدراسة الي جملة من النتائج أبرزها :-
- 1- بينت الدراسة أن 45% من المبحوثات ربات بيوت .
 - 2- كشفت الدراسة أن 62.5% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم .
 - 3- كشفت الدراسة ان أغلبية المبحوثات يفضلن استخدام موقع الفيس بوك بنسبة بلغت 52.5%
 - تليها موقع الانستقرام في المرتبة الثانية بنسبة 50% .
 - 4 - تبين الدراسة ان نسبة كبيرة من المبحوثات تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من 3 سنوات فأكثر بنسبه 67.5% .
 - 5- كشفت الدراسة ان أكثر من نصف العينة يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي 3 ساعات فأكثر في اليوم بنسبه بلغت 70% .
 - 6- بينت الدراسة أن 62.5% من المبحوثات ليس لديهم وقت محدد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
 - 7 - كشفت الدراسة ان 70% من المبحوثات أجبن بنعم يعيقهم تصفح مواقع التواصل عن القيام بأنشطتهم اليومية .

- 8- أكدت الدراسة ان موضوع الصحة والجمال من أكثر الموضوعات التي تثير اهتمام المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبه بلغت 18.1 % .
- 9- أكدت الدراسة ان 50 % من المبحوثات (الى حد ما) يتقون في المضامين المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- 10- كشفت الدراسة ان 42.5 % من المبحوثات يؤكدن ان مواقع التواصل الاجتماعي غيرت الي حد ما علاقتهم بأسرهم .
- 11- بينت الدراسة أن 29.5% من المبحوثات يؤكدن ان استمرارية التواصل مع أفراد الأسرة والعائلة الذين يعيشون بعيدا ابرز الآثار الايجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
- 12- كشفت الدراسة أن 25.8% من المبحوثات يؤكدن ان ابرز الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل على علاقتهم بأسرهم فهي تقلل الحوار الشخصي التفاعلي بين أفراد الأسرة .

توصيات:-

- 1- تفعيل لغة الحوار المباشر مع الأسرة .
- 2- القيام بتنظيم الوقت وتوزيعه دون أن يغلب الوقت الذي يخصص لشبكات التواصل الاجتماعي على حساب الواجبات والالتزامات داخل الأسرة
- 3 - الاستخدام العقلاني لمواقع التواصل الاجتماعي .
- 4- فرض نظام أسري لاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وجعل أكثر الأوقات الاسرة .

المراجع :-

المعاجم

- 1 - ابن المنظور، لسان العرب، دار الأبحاث، الجزائر، 2008
- 2 - محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي ،دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

الكتب:

- 1- أمين رضا ، الإعلام الجديد ، ط1 ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،مصر ، 2015
- 2 - إبراهيم بن عبدالرحمن ، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ، ط1، دار الصفاء للنشر عمان، 2016
- 3- خالد غسان يوسف لمقداي ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، دار النفائس للنشر والتوزيع عمان، 2013

- 4 - خليل محمد بيومي ، سيكولوجية العلاقات الأسرية ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة 2000
- 5 - شريف اليان ، تكنولوجيا الاتصال ، دار المصرية اللبنانية ، مصر ، 2005
- 6- علي خليل شقرة ، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن ، عمان ، 2004 .
- 7 - فضة عباسي بصلي ،محمد الفاتح حمدي ،مدخل لعلوم الإعلام والاتصال (الوسائل،النماذج،النظريات)،ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن ،عمان ،2017، ص111
- 8- محمد الفاتح حمدي ، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال دروس وتطبيقات ، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017
- 9 - محي الدين إسماعيل، محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 2015
- 10- نادية حسن ابوسكينة ، منال عبدالرحمن خضر ، العلاقات والمشكلات الأسرية ، ط1 ، دار الفكر العربي ،القاهرة ، 2011 .

الرسائل العلمية :-

- 1- . الهام بنت فريج بن سعيد العويضي ، اثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية بمحافظة جدة ،رسالة ماجستير ،جامعة الملك عبد العزيز ،جدة ، 2004
 - 2- نصيرة شلعيون ، مريم بوغيظه ،أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري (الفيس بوك نموذجاً) ،رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة محمد الصديق بجيجل ،الجزائر ،2017.
 - 3- هشام سعيد البرجي ،تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية، رسالة ماجستير ، جامعة عين شمس ، مصر 2015 .
- المواقع الالكترونية:**
- 1- أسباب ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، الشامل موسوعة البحوث بتاريخ <http://www.bohotti.blogspot.com> ، 30.6.2024 ، تمت الزيارة الساعة 20.45.
 - 2- محمد جابر خلف الله ، نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي ، تمت الزيارة الساعة 10.00 am ، بتاريخ 22.6.2024 .
 - 3- تمت الزيارة الساعة 12.50 بتاريخ 12.6.2024 . <https://www.uop.jo-pdffile>
 - 4- <http://sunimprov.blogspot.com> تمت الزيارة الساعة 23.05 ، بتاريخ 24.6.2024 .

استخدامات أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الليبية للتكنولوجيا الحديثة في البحث العلمي و الإشباع المتحققة منها

البرامجيات والتطبيقات الحاسوبية و الانترنت نموذجا
دراسة ميدانية

ميسرة عطية الكادوشي.. باحث دكتوراه في كلية الاعلام.. جامعة الزيتونة.. ليبيا

مقدمة:

لم يعد أحد يختلف على أهمية التكنولوجيا في حياة الناس، حيث كتب الكثيرون بين مشجعين و محذرين من خطورة ترك التكنولوجيا دون عقل حريص على إدارتها، خاصة بأن مخرجاتها أصبحت تؤثر على المعايير السلوكية والقيم المجتمعية بعد أن أصبح من الممكن التواصل مع ملايين الأشخاص وكسر حواجز الزمان والمكان من خلال التكنولوجيا الحديثة والانترنت ووسائلها و ادواتها ، ناهيك عن السرعة العالية والقدرة على الوصول إلى قواعد المعلومات و البيانات ووسائل تخزينها وتبادلها ، و هذه الثورة المعلوماتية التي تحتل فيها المعرفة والمعلومات ووسائل الإنتاج والتخزين والتبادل المعلوماتي قاعدة استراتيجية ورأس مال فكري ليست إلا عصارة ونتاج للتطور التكنولوجي المذهل الذي يشهده مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال. بطبيعة الحال، أثرت التكنولوجيا الحديثة والانترنت على المنظومة التعليمية والتربوية والبحثية، حيث تلعب دورا كبيرا في نقل وتبادل المعلومات وإعداد الكوادر البشرية المختلفة من خلال تزويدهم بالمعلومات والمعارف إلى جانب القيم الاخرى ، وهذا الدور الذي تؤديه دفع بالباحثين إلى النظر في وسائل وتقنيات الاتصال والتكنولوجيا الحديثة و اعتبارها من المؤثرات على عملية التنشئة الاجتماعية والتربوية والثقافية، بل وربما تصبح أباً ثالثاً لأبناء الجيل الجديد وكذلك على حجم الإنتاج العلمي والمعرفي وفي شتى المجالات.

وانطلاقاً من ذلك يقع على عاتق المؤسسة العلمية وكوادرها العبء الأكبر في توعية المجتمع وتنقيفه حول السبل الكفيلة باستثمار هذه التكنولوجيا وكيفية توظيفها بما يخدم التنمية المعرفية والبحثية ، وفي إطار عملية التكيف بالنسبة للمجتمع، وخاصة و إن التكنولوجيا صارت تمدنا بجميع المؤثرات التي تستطيع أن تحدث تأثيراً ، صار من الضرورة الوقوف عند ابواب الاستخدامات والإشباع المتحققة من التكنولوجيا وخاصة من قبل النخب التربوية و على رأسهم أساتذة التعليم العالي وفهم مدى الاستفادة منها على مستوى البحوث والدراسات العلمية والتي تعد النواة لمعالجة مختلف القضايا والظواهر وبمختلف أشكالها و باعتبارهم المسؤول و الموجه الاول للعملية البحثية و المعرفية و النموذج الاكاديمي الأبرز المحتوى به في مختلف المجتمعات .

الكلمات المفتاحية

الاستخدامات والاشباع، اساتذة الإعلام ، التكنولوجيا الحديثة ، البحث العلمي ، البرمجيات والتطبيقات

مشكلة الدراسة:

لطالما كانت قضية البحث العلمي و التطور التكنولوجي المتسارع من حيث الأدوات من برامج وتطبيقات تشكل أهمية وألوية لدى الباحث الإعلامي العربي ، وخاصة بأنها أصبحت سلاحاً ذو حدين، حيث ساهمت التكنولوجيا في تحقيق عالمية الاتصال مما أكسب أدواتها المختلفة نفوذاً أكثر وانتشاراً أوسع نظراً لتجاوز خدماتها الحدود المكانية والزمانية وكذلك الخروج من بوتقة المحلية إلى الحيز الخارجي عن طريق شبكة المعلومات الدولية الانترنت، مما دفع بأساتذة الاعلام والاتصال للاهتمام بها والتعامل معها ، ونظراً لقدرة وسائل الاتصال والتواصل الحديثة على لفت أنظار الجماهير وتحويلهم إلى مستخدمين ، فهي تتمتع بأهمية تتزايد بحكم ارتفاع معدلات الاستخدام وحتى الظواهر الإعلامية المختلفة المستحقة للبحث صارت تتخذ من البيئة الرقمية مكان لها صحافة و إذاعة وتلفزيون و مجلات وشبكات إعلامية مستخدمة الادوات الحديثة للتكنولوجيا و الانترنت.

والعديد من الدراسات أوضحت أن تقنيات التواصل والاتصال الحديثة تمثل أفضلية متقدمة لدى الجمهور العام في اكتساب المعرفة والوصول إلى المعلومة ، وقطاع الاكاديميين ليسوا بمعزل عن هذه الافضلية بشكل خاص في مجال البحث العلمي والذي يشكل لهم أولوية، فكان من اللازم معرفة مستوى استخدام اساتذة الاعلام والاتصال للتقنيات الحديثة في مجال الدراسات والابحاث بالإضافة إلى محاولة معرفة الإشباع المتحققة على وجه التحديد .

وخاصة و أن التقنيات الحديثة ساهمت أيضاً في تغيير طرق التفكير التقليدية، ولم تعد مجرد انعكاسات للحياة اليومية حيث أثرت في العادات والتقاليد والسلوكيات اليومية، والملاحظ لوسائلها وأدواتها يجد أنها تسعى إلى للإرضاء وبشتى ادواتها والتعليم والتسلية والتثقيف معتمدة على الأنماط السلوكية التقليدية، وهو ما يتطلب في بعض الأحيان إلى إعادة النظر و النقد والتقييم وتقديم التفسيرات الجديدة للواقع الإنساني، ولذلك بات من الضروري تشخيص هذا الواقع، من خلال محاولة الإجابة على السؤال الرئيس وهو ما طبيعة استخدامات أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الليبية للتكنولوجيا الحديثة في البحث العلمي وما الإشباع المتحققة منها؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة من طبيعة الظاهرة المطروحة حيث تسعى للوقوف على دوافع ومستوى استخدام و توظيف أساتذة الإعلام والاتصال للتكنولوجيا الحديثة (التطبيقات والبرمجيات الحاسوبية والانترنت) في إنجاز البحوث والدراسات ويمكن تلخيص أهميتها في النقاط الآتية: تتناول الدراسة موضوعاً اتصالي مهماً، وهو استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي، حيث تعد عنصراً مؤثراً في تقدم وتطور المجتمعات. تعد هذه الدراسة إسهامه علمية في ميدان البحث العلمي الإعلامي ، والأبحاث المحلية والعربية التي اهتمت بدراسة الاستخدامات والاشباكات المتحققة من استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي.

تسهم هذه الدراسة في تقديم مقترحات وتوصيات ترتبط بالتكنولوجيا وتوظيفها بما يخدم البحث العلمي.

أهداف الدراسة :

التعرف على مستوى و اتجاهات أساتذة الإعلام نحو استخدام وتوظيف التكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي.

معرفة دوافع استخدام و توظيف أساتذة الإعلام للتكنولوجيا الحديثة البرامج والتطبيقات الحاسوبية و الانترنت لإنجاز البحوث والدراسات العلمية.

التعرف على مدى تحقق الاشباكات من استخدام أساتذة الإعلام والاتصال للتكنولوجيا الحديثة و الانترنت كأدوات ووسائل ومصادر للمعلومات في مجال البحث العلمي.

الوقوف على المعوقات والصعوبات التي تواجه أساتذة الإعلام في استخدام التكنولوجيات الحديثة وتوظيفها في إنجاز البحوث والدراسات العلمية.

تساؤلات الدراسة :

ما هي دوافع ومستوى استخدام و توظيف أساتذة الإعلام والاتصال للتكنولوجيا الحديثة (التطبيقات والبرمجيات الحاسوبية والانترنت) في إنجاز البحوث والدراسات وهل حققت إشباكاتهم؟

ما المعوقات التي تواجه أساتذة الإعلام والاتصال في الاستخدام والتوظيف للتكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي؟

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي لمعرفة اتجاهات ودوافع أساتذة الإعلام نحو استخدام وتوظيف التكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي الإعلامي و الاشباع التي حققها للأساتذة ، حيث أن أية دراسة علمية يجب عليها أن تعتمد على المنهج العلمي المناسب لطبيعة المشكلة والغايات والأهداف المرجوا تحقيقها، و لا يمكن للباحث السير في دراسته مستغنيا عنه، فبدون المنهج السليم تكون الدراسة أو البحث مجرد تجميع للمعلومات ولا علاقة له بالواقع العلمي (حسن عثمان:1998، ص 83) .

و أتبعه بالمنهج الإحصائي التحليلي لمعالجة بيانات عينة الدراسة من خلال رصد آراء عينة من النخب والاساتذة الجامعيين العاملين بكليات الإعلام الليبية، و يعتبر المنهج التحليلي احد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية (بن مرسل:2007، ص 286) و يستخدم بطريقة موسعة لإمكانية الحصول على بيانات دقيقة عن مجتمع كبير من واقع عينة أصغر نسبيا و ذلك بتسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن عناصرها، عبر مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و ظروف الحصول عليها (حجاب:2004، ص 54) وهذا المنهج يتخطى عملية وصف السمات أو الخصائص أو السلوك إلى محاولة تفسير السلوك و علاقته بالخصائص أو السمات (عبد الحميد:1993:ص143) بالإضافة إلى المنهج التاريخي بشكل موجز لتوصيف التطور الحاصل في توظيف التكنولوجيا في تطبيقات البحث العلمي لاعتبارات مصاحبة البرمجيات والتطبيقات والتقنية لتغيرات مرحلية و أحيانا جوهرية كإضافة تطبيقات الذكاء الاصطناعي وخصائص أخرى لبرمجيات مكتبية كالوورد على سبيل المثال لا الحصر.

مجتمع و عينة الدراسة:

تعتبر عملية تحديد مجتمع الدراسة من الخطوات المهمة في البحث العلمي المنظم، وكذلك اختبار العينة كمجموعة مصغرة لمجتمع البحث، حيث يتم اختيارها بهدف تقليل الوقت والجهد والإمكانات، و انطلاقا من موضوع الدراسة تألف مجتمع البحث من أساتذة الإعلام والاتصال و الذين يقومون بالتدريس بالجامعات الليبية باعتبارها من الفئات الأكثر دراية ووعيا بمختلف الظواهر التي تستجد أو تستحدث داخل المجتمعات عموما وبالبيئة التعليمية والبحثية خصوصا ، كما أنّها الأقدر على الاستغلال الامثل والقائم على الوعي للخدمات التي تقدّمها التكنولوجيا الحديثة وعلى التفاعل الإيجابي معها و على الرغم من قلتها مقارنة بفئة الطلبة من حيث العدد، إلا أنها المنوطة بالعملية التعليمية وتشكل القدوة العلمية، و تتميز بطول المدّة الزمنية التي تقضيها

في التعامل مع مختلف المعلومات والبيانات المتخصصة ، و كذلك باعتبارها العامل المحرك للمجال العلمي و البحثي بمجال البحوث والدراسات الإعلامية.

ولتحقيق أهداف الدراسة، فإن العينة تدرج ضمن العينة القصدية المتاحة التي يمكن أن تستوفي متطلبات الدراسة وتحقق أهدافها، بحيث تتضمن السمات والخصائص اللازمة و أهمها أن يكون أحد أساتذة الاعلام والاتصال ، و يتعامل مع التكنولوجيا الحديثة ويعمل بالجامعات الليبية، ومهتما بإجراء البحوث والدراسات المتخصصة والتي يمكن عدها عملا ومطلب اساسيا للأسناد الجامعي لا سيما لمتطلبات الترقية العلمية، و عليه تم اختيار عينة قصدية قوامها "30 مفردة" ممن لديهم صفحات شخصية على مواقع التواصل الاجتماعي وهنا محل القصد في العينة ، وممن سبق لهم التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة وتطبيقات الواتس اب و الماسنجر و استخدموها في تبادل المعلومات العلمية ضمن مجموعات أو أفراد، والذي بطبيعة الحال يتطلب التعامل من خلال الاجهزة الحديثة حواسيب، هواتف، اجهزة لوحية ذكية... الخ بما يضمن تحقق سمة التعامل مع التكنولوجيا والاستخدام ، والعينة القصدية من أنواع العينات البحثية العلمية التي يقوم الباحث فيها باختيار المشاركين بناء على حكمه الشخصي وعلى معرفته بالمجتمع المدروس وسماته ومن مميزاتهم تسهم في التحليل المرن الذي يكشف موضوعات محددة و بشكل أعمق وتستخدم في البحوث النوعية والدراسات الاستكشافية كهذه الدراسة التي تتطلع للتعرف على استخدام فئة تربوية ونخب أكاديمية للتكنولوجيا الحديثة والاشباعات التي تحققها لهم في مجال البحث العلمي ، وتمت الاستجابة من 28 مفردة مثلوا 10 جامعات ليبية مختلفة من 10 مدن (الزنتان، الزاوية، الجفارة، جنزور، طرابلس، ترهونة، بني وليد، الخمس، زليتن، بنغازي) تم تطبيق الدراسة عليهم.

أدوات الدراسة:

أعتمد الباحث على استمارة الاستبيان والتي يتم إعداد أسئلتها بطريقة محددة ومقننة بهدف معرفة الآراء ووجهات النظر و أنماط الممارسة من خلال الأسئلة المعدة والتي يمكن إرسالها للمبحوثين عبر البريد (حسين:1999، ص206) وكذلك بهدف جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالدراسة من خلال توجيه أسئلة مباشرة للعينة، حيث تعتبر الاداة الانسب للموضوع و التي تسمح بجمع المعطيات من الواقع الميداني وتحقيق أهداف الدراسة ، و تعتبر استمارة الاستبيان أداة هامة يمكن الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات بشكل مباشر من المبحوثين وخاصة من نخبة علمية مدركة لأهمية البحوث والدراسات، كما تم توظيف التكنولوجيا في إعداد الاستبيان وتحويله إلى نسخة إلكترونية من خلال نماذج قوغل (google Form) بعد إن تم تحكيم النسخة الورقية من مجموعة من الاساتذة الجامعيين ، كما تم توزيعه إلكترونيا على عينة الدراسة من خلال خدمات

الاتصال و التواصل الاجتماعي المسنجر والواتس أب، مستخدماً تقنيات إلكترونية، بحيث تراعي ظروف الزمان والمكان للعينة، كما تم تصميم أسئلتها بحيث تكون مغلقة ومتعددة الخيارات وتقسيماً بحسب محاورها بحسب المستهدف من الدراسة (عمر: 1994، ص307)

حدود الدراسة :

1. الحدود المكانية شملت عينة الدراسة فئة من الأكاديميين الليبيين من اعضاء هيئات التدريس بالجامعات ببعض مدن ليبيا من الذين ينتمون إلى مؤسسات إعلامية وأكاديمية متنوعة من المتحصليين على درجة الماجستير والدكتوراه.
2. الحدود الزمنية: تم تطبيق الدراسة في فترة زمنية امتدت من شهر مايو إلى شهر يوليو/ 2024.
3. الحدود الموضوعية: استخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة (البرمجيات والتطبيقات الحاسوبية) والانترنت كوسيلة وتوظيفها في مجال البحث العلمي الإعلامي.

الدراسات السابقة:

نظراً للدور الفعال الذي تمثله التكنولوجيا في مجال البحث العلمي العربي والعالمي و أهميتها كونها ترتبط بوسائل اتصال كونية وترتب عنها ظواهر مختلفة اجتماعية واقتصادية وسياسية وإعلامية، من حيث الادوات والاستخدامات والايجابيات والسلبيات وكذلك المعوقات فقد أجريت دراسات عدة في هذا الاتجاه إلا أن أغلبها تركز على جوانب مختلفة وتنطلق من تخصصات متنوعة، وبطبيعة الحال والواقع والبيئة اختلفت الدراسات العربية من باحث إلى آخر، في ظل غياب دراستها وتطبيقها على أساتذة الجامعات الليبية و خاصة بعد الانفتاح الذي شهدته الدولة ما بعد ثورات الربيع العربي عام 2011 والذي دون شك أثر على خارطة العربية بشكل عام و يمكن حصر أبرز الدراسات المشابهة التي أهتمت بالتكنولوجيا والبحث العلمي في التالي:

دراسة هند عزوز: (هند عزوز: 2019، ص144-156) بعنوان "واقع استخدامات الأساتذة الجامعيين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة والإشباع المحققة" حيث هدفت الدراسة إلى استكشاف واقع استخدامات الأساتذة الجامعيين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة، وتحديد الإشباع التي يحققونها من خلال استخدام هذه التكنولوجيا في مجال البحث العلمي، و اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة من (50) أستاذا جامعيا في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل بالجزائر.

وتوصلت إلى نتائج منها أن الأساتذة الجامعيين يستخدمون تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة بشكل واسع في مجال البحث العلمي، ولعدة أغراض كالبحث عن المعلومات ، وتحليل البيانات ، وكتابة التقارير العلمية، بالإضافة إلى التواصل مع الباحثين الآخرين ومشاركة الأفكار والمعلومات.

كما أظهرت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين يحققون إشيعات عدة لا سيما من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في مجال البحث العلمي كتحسين جودة البحث العلمي ، وتعزيز التعاون بين الباحثين ، وتوفير الوقت والجهد ، وتحسين مهارات البحث العلمي ، وكذلك الشعور بالإنجاز

كما أكدت نتائج الدراسة على أهمية دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في دعم البحث العلمي وتعزيزه ز على أهمية توفير الدعم اللازم للأساتذة الجامعيين لتطوير مهاراتهم في استخدام هذه التكنولوجيا والاستفادة من إمكاناتها في مجال البحث العلمي.

وبطبيعة الحال اقتصرت الدراسة على عينة من الأساتذة الجامعيين في جامعة و كلية واحدة وهي العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل بالجزائر و قد تختلف النتائج حال تطبيقها على عينة مختلفة من الأساتذة الجامعيين أو في جامعات أو دول أخرى باختلاف البيئة وقد تتأثر أيضا بالبنية التحتية للتكنولوجيا التي قد تختلف من بلد إلى آخر، كما أن هذه الدراسة تتناول قضايا أخرى ترتبط بالمعوقات التي تواجه اساتذة الجامعات والحلول المقترحة لتوظيف التكنولوجيا الحديثة على أفضل وجه في مجال البحث العلمي الاعلامي على وجه الخصوص.

دراسة أحمد حشاني: (أحمد حشاني:2019،ص38-57) بعنوان "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية البحث العلمي" حيث هدفت إلى إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية البحث العلمي، وذلك من خلال تحليل تأثيرها على مختلف جوانب العملية البحثية و اعتمدت الدراسة كما هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة من (100) باحث علمي من مختلف التخصصات في الجزائر و أظهرت نتائجها أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دورا هاما في ترقية البحث العلمي من خلال تأثيرها الإيجابي على مختلف جوانب العملية البحثية، كجمع البيانات و تحليلها ، ونشر المعرفة العلمية ، و التعاون بين الباحثين وكذلك إدارة البحث العلمي.

وبذلك اتفقت مع سابقتها على أهمية و دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية البحث العلمي وعلى ضرورة استفادة الباحثين امن التكنولوجيا لتحسين جودة أبحاثهم وتعزيز مساهماتهم في المعرفة العلمية كما أضافت في نتائجها للدراسة السابقة نقاط أخرى وهي نشر المعرفة العلمية

حيث يسرت التكنولوجيا نشر المعرفة العلمية على نطاق واسع من خلال نشر الأبحاث العلمية في المجالات الإلكترونية ومواقع الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي بالإضافة لإسهام التكنولوجيا في إدارة البحث العلمي حيث ساعدت على تحسينه من خلال توفير أدوات لمتابعة سير المشاريع البحثية وتقييم فعاليتها.

وتتفق هذه الدراسة موضوع الدراسة الرئيس حول أهمية التكنولوجيا الحديثة كقضية أو ظاهرة تتطلب الدراسة، إلا أنها ركزت على التكنولوجيا كأدوات ووسائل تضيف قيم حال تطويعها في مجال البحث العلمي كما ان تركيزها منصب على دور التكنولوجيا في زيادة ورفع كفاءة الإنتاج أي على الادوات والنتائج لا على المستخدم ويتأكد هذا من خلال توصيف الدراسة للبحث العلمي كمشروع عمل ساعدت التكنولوجيا على تحسينه.

سميرة لالوش: (سميرة لالوش:2023،ص72- 84) بعنوان "تأثير آليات التكنولوجيا الرقمية في إرساء جودة البحث العلمي" استهدفت استكشاف تأثير آليات التكنولوجيا الرقمية على مختلف جوانب العملية البحثية، وذلك بهدف تقييم دورها في إرساء جودة البحث العلمي حيث اعتمدت أيضا على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة من (200) باحث علمي من مختلف التخصصات في الوطن العربي وأظهرت نتائجها أن آليات التكنولوجيا الرقمية تلعب دورًا هامًا في إرساء جودة البحث العلمي من خلال تأثيرها الإيجابي على مختلف جوانب العملية البحثية حيث أنها تسهم جمع البيانات من خلال توفير الوصول إلى كميات هائلة من المعلومات من مختلف المصادر، مثل الإنترنت وقواعد البيانات الإلكترونية، وتشمل أدوات جمع البيانات الرقمية محركات البحث، وقواعد البيانات، الممسوحات الإلكترونية للبيانات السكانية والتطبيقات المحمولة لجمع البيانات من المصادر الميدانية.

ومن ناحية اخرى الاسهام في تحليل البيانات حيث تشمل أدوات تحليل البيانات الرقمية، البرامج الإحصائية SPSS لتحليل البيانات الإحصائية، و برامج تعلم الآلة مثل Python و TensorFlow لتحليل البيانات المعقدة ، وبرامج التصور البياني مثل Tableau و Qlik و Sense لإنشاء رسومات بيانية وتفاعلية.

كذلك نشر المعرفة العلمية على نطاق واسع من خلال نشر الأبحاث العلمية في المجالات الإلكترونية ومواقع الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، وتشمل أدوات نشر المعرفة العلمية الرقمية المجالات الإلكترونية مثل ScienceDirect و JSTOR لنشر الأبحاث العلمية المحكمة ، ومواقع التواصل الاجتماعي مثل ResearchGate و Academia.edu

لمشاركة الأبحاث العلمية مع الباحثين الآخرين، و المدونات العلمية لنشر مقالات علمية موجهة للجمهور العام.

كما تسهم التكنولوجيا الرقمية في تعزيز التعاون بين الباحثين في جميع أنحاء العالم من خلال توفير منصات للتواصل وتبادل الأفكار والمعلومات، وتشمل أدوات التعاون البحثي الرقمي منصات التواصل الاجتماعي مثل ResearchGate و Academia.edu للتواصل مع الباحثين الآخرين ، ومؤتمرات البحث العلمي عبر الإنترنت للحضور ومشاركة الأبحاث العلمية مع الباحثين الآخرين، و أدوات إدارة المشاريع: مثل Trello و Asana لإدارة المشاريع البحثية التعاونية.

وأيضا تسهم التكنولوجيا الرقمية في إدارة البحث العلمي من خلال توفير أدوات متابعة سير مشاريع البحث العلمي الرقمية وتشمل أدواتها أنظمة إدارة معلومات البحث (RIMS) لإدارة البيانات والمعلومات المتعلقة بالمشاريع البحثية ، وأدوات تتبع المهام: مثل Trello و Asana لإدارة المهام والمسؤوليات في المشاريع البحثية و برامج تحليل البيانات مثل SPSS و R لتقييم فعالية المشاريع البحثية.

وعليه أكدت نتائج هذه الدراسة على أهمية و دور آليات التكنولوجيا الرقمية في إرساء جودة البحث العلمي

على مستوى عربي من حيث التكنولوجيا والادوات والوسائل وأثر تطبيقها على جودة البحث العلمي وفي شتى التخصصات، كما أنها استطاعت أن تقدم جملة من الادوات والوسائل المهمة للباحث العربي، إلا أن أغلبها يرتبط بشكل وثيق باستخدام الانترنت كوسيلة اتصال وتطبيقات أساسا ترتبط بتوفر وجودة وسرعة الاتصال عبر الشبكة الانترنت والذي قد يختلف من بلد إلى آخر وهو من العوامل المهمة والمؤثرة دون شك كما أن الدراسة على أهمية الاستفادة من هذه التكنولوجيا لتحسين دقة وسرعة أبحاثهم، وتعزيز التعاون مع الباحثين الآخرين، ونشر المعرفة العلمية على نطاق واسع.

نظرية الدراسة :

تتعلق هذه الدراسة من أهمية التكنولوجيا الحديثة في عموم مجالات الحياة واقتحامها لحياة البشر وهو ما فرضته الحتمية التكنولوجية كنظرية والتي تعد احد المداخل المهمة في دراسة التقنيات الحديثة وكذلك نظرية الاستخدامات والإشباعات بالإضافة إلى انتشار الابتكارات باعتبارها نظريات تناقش مستويات مختلفة من التعامل مع التكنولوجيا ونفس العلاقة التي تنشأ بين الانسان والتكنولوجيا عبر مراحل مختلفة تنطلق من الابتكار والافكار المستحدثة وانتشارها ومن تم

تتحول مع مرور الزمن إلى ضرورة لتلبية متطلبات الحياة وأمر حتمي يشكل دافعا نحو التعلم بهدف الاستخدام والاشباع. و طبيعة الدراسات العلمية تتطلب النظر إلى كافة الفرضيات مع عدم عزل المتغيرات المختلفة عن الظاهرة محل الدراسة؛ بل قد تشكل مجموعة النظريات وتفسيراتها نبراسا و سلسلة مترابطة تسهم في الوصول إلى تفسيرات أكثر عمقا، وهذه الدراسة تستند على اعتبار أن انتشار التقنية والابتكارات وحتى الأفكار الجديدة المتعلقة بالتكنولوجيا و التحديثات التي تطرأ على ذات التكنولوجيا وتضيف أدوات ووسائل جديدة للاستخدام، و حتمية مواكبة التقنية والتطور، وما تقدمه التكنولوجيا الحديثة من تقنيات ووسائل للاتصال ساهم في تيسير مجال البحث العلمي سواء على مستوى الكتب أو المؤلفات أو أحدث الدراسات والأبحاث العلمية والنشر والتواصل وفي شتى المجالات هو ما يشكل دافعا للأكاديميين من اساتذة وباحثين لاستخدام التكنولوجيا وتوظيفها في المجال البحثي.

وتعد نظرية الاستخدامات والاشباع **uses and gratification** من المداخل النظرية المهمة التي استخدمت في مجال تأثيرات تكنولوجيا الاتصال وتعد مدخلا وجد قابلية كبيرة لدى الباحثين باعتباره من أنسب المداخل لدراسة الوسائل و الظواهر الاتصالية الجديدة، حيث يرى هذا المدخل أن مستخدمي وسائل الإعلام يختارون بأنفسهم الوسائل الإعلامية التي يتعرضون لها، وأنهم نشطون في اختيار وسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم من خلال جملة من الاستخدامات . وعليه تم توظيفها في هذه الدراسة، و إسقاطها على واقع و طبيعة استخدام اساتذة الاعلام والاتصال للتكنولوجيا الحديثة البرمجيات والتطبيقات الحاسوبية والانترنت كأدوات ووسائل ، كما يمكن تبرير هذا الاختيار كونها تقدم تفسيرات للظاهرة، فالتكنولوجيا الحديثة و الاتصال الرقمي بوسائله المختلفة أحد البدائل والخيارات المطروحة أمام جمهور وسائل الإعلام -المستخدمين داخل البيئة الرقمية- لإشباع حاجاته بناء على التوقعات التي يرسمها باختياراته بل إن التكنولوجيا الحديثة و الاتصال الرقمي يتصدر الوسائل الأخرى في الاختيار بينها وبين وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجات على شبكة الإنترنت حيث أصبح البريد الإلكتروني . mail والحوار Chat والتجول بين المواقع المتعددة يستقطع وقتاً كبيراً باختياره لتلبية حاجته إلى الاتصال بالغير أو البحث . (محمد عبد الحميد:2004 ص288-290).

فإذا كانت النظرية تشير إلى نشاط جمهور وسائل الإعلام و الاستخدام الموجه لتحقيق أهداف معينة أو إشباع رغبات محددة وفق دوافع (مكاوي حسن عماد:2004،ص246) كما أن الحاجات والدوافع تختلف باختلاف الأفراد، لذلك نجد اختلافاً في نماذج السلوك

واختيار المحتوى، ويترتب على ذلك حدوث أو عدم حدوث عملية الإشباع (1992) :
(Werner & James)

وتشير الافتراضات إلى وجود عوامل نفسية واجتماعية، تولد احتياجات عند الجمهور وتجعله يبني توقعات عن قدرة وسائل الاتصال على إشباعها، مما يدفعه للتعرض إلى وسائل الاتصال بمضامينها المتعددة أو القيام بأنشطة أخرى لإشباع تلك الاحتياجات وربما ينتج عن هذا التعرض إشباع حاجات أخرى غير متوقعة، ويقسم الباحثون دوافع الاستخدام إلى : دوافع نفعية **Motives Instrumental** وتشير إلى اختيار الجمهور لوسيلة أو مضمون معين لإشباع حاجات معينة مثل التعرف على الذات ، ومراقبة البيئة و دوافع طقوسية **Motives Ritualized** وترتبط بعبادات الفرد التي يمارسها دون تخطيط مسبق ، وتتمثل في التفاعل مع الوسيلة الإعلامية بغض النظر عن المضمون المقدم فيها، بهدف تمضية الوقت والاسترخاء والهروب من الواقع والمشكلات. (Palmgreen: 1985)

فإن الأساتذة الإعلام والاتصال من مستخدمي التكنولوجيا الحديثة والانترنت أكثر نشاطا و مشاركة وبناء على هذا من المتوقع أن يتخذ الاساتذة قراراتهم بالاستخدام عن وعي كامل بالحاجات و مدى إشباعها مقارنة بوسائل و ادوات و مصادر أخرى.

كما تمثل نظرية انتشار الابتكارات أحد المقاربات التي وضفت هذه الدراسة في إطارها وخاصة مع تركيزها على الابتكارات والافكار المستحدثة التي يتم تبنيها كالتكنولوجيا الحديثة بتطبيقاتها وبرمجياتها الحاسوبية والانترنت وتوظيفها في شتى المجالات مع التركيز على عاملي الوقت و الاتصال لانتشار الابتكار، والذي القدرة الفائقة للاتصال عبر الشبكة العنكبوتية و دورها الحاسم الذي عوض مسألة الزمن من خلال انتقال الابتكارات والافكار المختلفة بين الاشخاص، حيث أن الدراسات والأبحاث المكتملة لهذه النظرية والتي أجريت حول انتشار الابتكارات أو الأفكار الجديدة، وتحاول تحليل عملية الابتكار، تقوم على فرضية تدفق الاتصال على مراحل وعبر العديد من الأفراد، وتتبع من الدور الحاسم الذي يلعبه التأثير الشخصي في عملية نشر الابتكارات والأفكار الجديدة، خاصة من قبل قادة الرأي، ويتم التركيز على انتشار الابتكارات على مراحل وعلى معرفة العوامل التي تساعد الناس على تبني الابتكارات.

وقد أثبت الباحثون في هذا المجال أهمية الاتصال وعنصر الوقت في عملية تبني الابتكارات، وتفترض هذه النظرية أن وسائل الاتصال أكثر فعالية في إدخال الابتكارات مقارنة بفعالية قادة الرأي بشكل خاص والتواصل الشخصي بشكل عام في تشكيل المواقف والاتجاهات حول هذه الابتكارات. (دليو:2003،ص32)

حيث حدد كل من "روجرز" و "شوميكور" الخصائص المؤثرة في قبول وانتشار المبتكرات في خمسة عناصر : المنفعة المادية، الانسجام مع القيم السائدة، درجة التعقيد من حيث الفهم والاستخدام، القابلية للتقسيم والتجزئة، قابلية التداول (الوضوح وسهولة) أما عملية تبني المبتكرات فقد حصرها في : الوعي بالفكرة (الاطلاع) الاهتمام، التقويم، التجريب، ومن تم التبني. (Rogers & Shoemaker: 1971).

عليه فإن الانتشار للابتكارات والافكار يقوم على التبني وقبول التعامل- الاستخدام -مع التكنولوجيا و على ما تحققه من منافع - إشباعات- مادية في إطار عاملي الزمن والاتصال، و ما يشهده مجال البحث العلمي من تقدم متسارع وفي شتى المجالات وما يولده من ابتكارات و أفكار جديدة وفي شتى المجالات هو محصلة لتفاعل مختلف العناصر التي درات حولها نظرية انتشار الابتكارات والاستخدامات والإشباعات الذي يجعل من تلك المبتكرات واقعا وحتمية تفرض على الجمهور التعامل بشكل واعي كما في حالة هذه الدراسة .

التكنولوجيا الحديثة والبرمجيات الحاسوبية والتطبيقات

نظراً للأهمية البالغة للتكنولوجيا الحديثة في حياة المجتمعات وفي شتى المجالات البرمجيات والتطبيقات الحاسوبية والانترنت والدور الذي تلعبه في مجال البحث العلمي واستغلالها في مجالات المعرفة وفي تحقيق التنمية، أدي ذلك إلي تعدد المفاهيم والمصطلحات التي تدور حولها؛ لدى تناول بعض المفاهيم المرتبطة بالتكنولوجيا الحديثة فمصطلح التكنولوجيا في ذاته يتكون من جزئين هما: "تكنو" وهي مشتقة من اللفظ اليوناني القديم وتعني فن الصناعة أو العمل، والثاني لفظ "لوجيا" وتعني العلم أو المنهج وكلمة "تكنولوجيا" تعني العلم التطبيقي للنواحي الصناعية وهناك من يري بأن التكنولوجيا تعني الاستخدام الأمثل للمعرفة العلمية وتطبيقاتها وتطويرها لخدمة الإنسان ورفاهيته كما تشير المعاجم كا (Webster) إلى التكنولوجيا بأنها "اللغة التقنية والعلم التطبيقي والطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي؛ إذن يمكن تعريف التكنولوجيا بأنها ذلك العلم الذي يهتم بعملية التطبيق المنهجي للبحوث والنظريات وتوظيف عناصر بشرية وغير بشرية في مجال معين لمعالجة المشكلات وتصميم الحلول المناسبة لها وتطويرها لتحقيق أهداف محددة". (لعايشي:2016:ص17)

كما أن التكنولوجيا هي التطبيق العملي للاكتشافات والاختراعات العلمية المختلفة التي يتم التوصل إليها من خلال البحث العلمي عبر مجموعة من المعارف والخبرات المتراكمة والوسائل المادية والإدارية التي يستخدمها الإنسان في أداء عمل أو وظيفة معينة لإشباع حاجاته المادية (حسام الدين، ليلي: 2016، ص8) ومما سبق يتضح بأن التكنولوجيا هي الفن و الاسلوب

والطريقة التي توضع وتقدم بها العلوم ، وتمثل منهجية منظمة تتبع عند إستخدام المعارف بهدف الوصول إلي الحلول المناسبة لبعض المهام العملية وبلا شك تعتمد التكنولوجيا الحديثة موضوع الدراسة علي الأجهزة والمعدات أبرزها:

الحواسيب: يعد الحاسب الأداة الرئيسية الأولى للتعامل مع البرمجيات والانترنت وهو وسيلة الربط بين البشر والتكنولوجيا، وذلك بما يملكه من لغة للتواصل وهذا ما جعل منه الأداة الرئيسية التي تتميز عن كل الأدوات.

الهواتف النقالة أو المحمولة الذكية : وهي عبارة عن أجهزة ذكية صغيرة و محمولة تعمل عن طريق الشبكات اللاسلكية أو الأقمار الصناعية وذكاءها يرتبط بما تحمله من مميزات الحواسيب . ولكل تلك الاجهزة التكنولوجية الحديثة مميزات عدة، كالسرعة والقدرة على تنفيذ الملايين من العمليات في زمن قصير، فهي من الوسائل التكنولوجية ذات الدقة المتناهية في توثيق المعلومات، وذلك لما تحتويه من أنظمة وبرامج ضبط تقلل من حدوث الأخطاء، بالإضافة الى قدرتها العالية على تجميع أكبر قدر من المعلومات والاحتفاظ بها لأطول مدة، بحيث يمكن الرجوع إليها وقت الاحتياج بفضل تقنيات التجميع والتخزين. (السالمي،علاء :2009،ص192) أما البرمجيات والتطبيقات فهي الشريان الفعلي لأجهزة التكنولوجيا والتي بدونها لا يقوم الجهاز بأي دور يذكر كبرامج التشغيل أو النظم كبرامج تتولي إدارة، وتشغيل نظام الحاسب؛ حيث إن بعض هذه البرامج مبني داخل الحاسوب والبعض الآخر يمكن شراؤه بشكل مستقل ومنها برامج تطوير النظام و برامج تشغيل النظام.

أما برامج التطبيقات أو كما يطلق عليها البرامج الجاهزة وذلك لسهولة استعمالها بين جميع المستخدمين، وعدم احتياجها إلي خبرات تكنولوجية بسبب احتوائها علي أدلة للاستخدام يعطي تعليمات استعمالها خطوة بخطوة وتنقسم إلي برامج ذات الهدف العام، مثل معالج النصوص، برامج البريد الإلكتروني، شبكة الويب وقد تكون في شكل تطبيقات خاصة كالتجارة الإلكترونية علي صورة موقع علي بابا مثلا، أو التعليم الإلكتروني في شكل محاضرات مثل ما يحدث في الجامعات العربية والغربية او خلال الازمات المختلفة.

كذلك هناك برامج أخرى كبرامج إدارة النظم وتضم شريحة واسعة من البرامج مثل برامج حماية موارد النظام وخاصة في مجال أمن المعلومات، وإدارة الشبكات. (الصيرفي : محمد،2009،ص37)

التكنولوجيا الحديثة والانترنت

أصبحت شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) جزءاً من الحياة اليومية الشخصية والمهنية نظراً لما توفره من خدمات مميزة للأفراد والمؤسسات ممثلة في سبل تبادل المعلومات بكافة أشكالها (نصوص، صور، رسومات صوت، الخ)، بشكل سريع وسهل، حيث أصبح الإنترنت في هذه الأيام مسيطراً على كل مكان، فعناوين الويب تظهر في الإعلانات والصحف والبرامج التلفزيونية ناهيك عن ما هو مخصص للإنترنت والعرض عبر الشبكة، كما فرضت الشبكة على كل برنامج جديد للحاسوب أن يكون مزوداً بمزايا الإنترنت حتى الحاسوب الشخصي والهواتف التي تستعمل لابد لها أن تكون متوافقة ومتطلبات الشبكة العنكبوتية و مزودة ببرامجيات تتوافق ومصادر الإنترنت.

يتجاوز ظهور الإنترنت لأول مرة الاربعين عاما تقريبا حيث استخدم من قبل وزارة الدفاع الأمريكية وتمتلك هذه الوزارة حالياً شبكات متعددة، وكانت هذه الشبكة تجريبية في بداياتها لدعم (Advanced Research Project Agency) مشاريع الأبحاث ، و استخدمت الإنترنت في بداية السبعينات والثمانينات من قبل العلماء العسكريين كأداة لتبادل المعلومات المرتبطة بأعمالهم، ولكن سرعان ما بدأ العلماء باستخدام الإنترنت لتبادل إنجازاتهم وأخبارهم التي تدور حول هذا الشكل الجديد للاتصالات الذي انتشر بسرعة بين الأفراد غير التقنيين والشركات في كافة أنحاء العالم.

استخدمت الإنترنت في البداية لتبادل المستندات المؤلفة من نصوص فقط وتغير الأمر مع ظهور (WWW) لأن مستندات الويب تتضمن الألوان والرسومات والصور والأصوات ولقطات الفيديو والتحريكات وغير ذلك و أنماطاً أخرى من المستندات المستخدمة حالياً في الإنترنت. و بانتشار الحاسوب وزيادة استخداماته ودخوله كافة الميادين ظهرت الشبكات المحلية والشبكات العامة ومع توفر بيئة الاتصالات المطورة (بما فيها الأقمار الصناعية) ربطت هذه الشبكات معاً لتبادل المعلومات بأشكالها المختلفة وأصبحت تقدم كافة الخدمات المقدمة التي نشهدها في هذا العصر عبر ما طرأ من توسع وتطور على هذه الشبكة.

كخدمات البريد الإلكتروني (e-mail) التي تتيح كتابة الرسائل وإرسالها عبر الإنترنت إلى وجهات مختلفة و إرسال الملفات المختلفة الرسائل من قبل برامج معالجة النصوص أو جداول المحاسبة من قبل الجداول الإلكترونية، وكذلك إمكانك تصميم الموقع الخاصة بالمستخدمين للإنترنت وتعديلها وإضافة ما تريده من معلومات وقت ما يشاءون و السفر حول العالم و زيارة المتاحف على عناوينها الخاصة بها و جمع المعلومات و القفز من موقع ويب إلى آخر في البلدان

التي تهم المستخدم ،وكذلك إنزال الملفات بأنواعها المختلفة (Download) من برامج وكتب و أبحاث وصور وفيديوهات وصحف وحتى الألعاب ..الخ.

كما مكنت خدمات الشبكة اختيار مجموعة الأفراد الذين يتشاطرون نفس المجال العلمي أو الفني أو البحثي أو حتى أصحاب الهوايات من تبادل الآراء عبر مجموعات الأخبار (News Group) أو القوائم البريدية (Mailing Lists) أو مجموعات وسائل التواصل الاجتماعي ، كما تعتبر الإنترنت مصدرا مهم و منبعا لا ينضب للمعلومات التي يمكن استخدامها في الأبحاث، حيث تضع مختلف المكتبات مواردها تحت تصرف مستخدمي الإنترنت، كما يتوفر العديد من المراجع الخاصة التي يديرها أصحابها ، كما تحتفظ معظم المؤسسات بمواقع لها على الإنترنت ويمكن الرجوع إلى هذه المواقع للحصول على آخر المستجدات الخاصة بكل مؤسسة ،كما أصبحت الشبكة وسيطا تجاريا بإمكانية التسوق باستخدام المتاجر الإلكترونية، حيث يستطيع المستخدم تنفيذ طلبات الشراء ودفع قيمة المشتريات لتشحن له الشركة البضاعة المطلوبة. (القاضي،زياد:2000،ص15ص16)

أما كلمة انترنت internet أو شبكة المعلومات العالمية أو الدولية، فهي شبكة يتم فيها ربط مجموعة مع بعضها البعض في العديد من الدول عن طريق أجهزة الكمبيوتر و الهاتف و الأقمار الصناعية ويكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال أجهزة كمبيوتر مركزية تسمى باسم أجهزة الخادم (SERVER) و التي تستطيع تخزين المعلومات الأساسية فيها والتحكم بالشبكة بصورة عامة، كما تسمى أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف او الالواح الذكية (التاب) التي يستخدمها الفرد باسم أجهزة المستخدمين (USERS) (compiegne, 2007,p 201) كما (الإنترنت) هي مجموعة من شبكات الحاسوب المترابطة والتي قد تكون مترابطة بشبكات محلية (LAN) أو شبكات عامة (WAN) ، أما شبكة الحواسيب (Computer Network) التي ترتبط بالشبكة فهي مجموعة واسعة من الحواسيب مرتبطة معاً عن طريق الكوابل أو خطوط الهواتف أو خطوط نقل البيانات السريعة أو الأقمار الصناعية، بحيث تشترك هذه الحواسيب في نفس المصادر المادية والمعلومات، أما الشبكات المحلية (Local Area Networks) فتربط مجموعة حواسيب قريبة من بعضها البعض وتشترك في المعدات المادية كالطابعات و الماسحات الضوئية مثلا، وتشترك أيضاً في البرامج والبيانات، فقد تجمع مؤسسة صغيرة حواسيبها ضمن شبكة محلية واحدة، أو قد تجمع كل إدارة من إدارات مؤسسة أو شركة ضخمة حواسيبها في شبكة محلية لتربط الشبكات المحلية للإدارات المختلفة معاً لتكوين شبكة محلية أوسع.

و ترتبط الحواسيب الفرعية في الشبكة المحلية معاً عن طريق حاسوب واحد على الأقل يمتاز بسرعه الفائقة وقدرته العالية على التخزين ويسمى هذا الحاسوب خادم الشبكة أو الملفات (File Server) حيث يمكن هذا الحاسوب باقي الحواسيب الفرعية الأخرى المرتبطة بالشبكة من الوصول إلى البرامج والمعلومات المخزنة عليه ويسمح للمستخدمين بتبادل الملفات إلكترونياً دون الحاجة إلى توزيعها مطبوعة أو على أقراص مغناطيسية أو ليزيرية أو وسائل استرجاع أخرى، كما ويستطيع المستخدمون تبادل الرسائل وإرسال البريد الإلكتروني إلى مستخدمين آخرين مرتبطين بالشبكة المحلية.

تضطر المؤسسات أو الشركات الضخمة أحياناً إلى استخدام خطوط سريعة لنقل وتبادل البيانات وربط الشبكات المحلية المنتشرة في مواقع متباعدة بحيث يتسنى لموظفيها التواصل وتبادل المعلومات وتقاسم المصادر المتوفرة والمشاركة ويطلق على هذا النوع من الربط الشبكات العامة (Wide Area Network: WAN) ويستطيع هذا النوع من الشبكات ربط مواقع متباعدة جداً بواسطة خطوط نقل بيانات سريعة مثل كوابل الألياف الضوئية (Fiber Optics) أو الأقمار الصناعية بناء على ما تقدم يمكن تعريف الإنترنت على أنها مجموعة من الشبكات المحلية والعامة تديرها شركات خاصة (معظمها يؤمن المكالمات الهاتفية البعيدة مثل (MCI, Sprint, AT&T) ومن شأن هذه الخطوط الهاتفية ربط الشبكات الخاصة والحكومية وكذلك الحواسيب المنزلية بعضها ببعض.(القاضي، زياد:2000، ص19).

التكنولوجيا الحديثة و البحث العلمي

يشكل البحث العلمي و إجراء الدراسات العلمية و البحث في مصادر المعلومات الإلكترونية وكيفية الوصول إلى الكم الهائل من المعلومات، من أبرز الاهتمامات لدى عموم الباحثين، ومع التطور الذي شهدته تكنولوجيا المعلومات وتطوراتها المختلفة و المؤثرة في مجال البحث العلمي ازداد الاهتمام بالتكنولوجيا واستخداماتها بمرکز البحوث والوثائق و كذلك المكتبات ومن الباحثون أنفسهم .

خاصة وأن تكنولوجيا المعلومات تتعلق بمختلف أنواع التقنيات التي تخص جوانب التخزين، والمعالجة، وتبادل المعلومات، و استمرت تكنولوجيا الحديثة بتقديم الفرص الثمينة للمكتبات ومراكز المعلومات لخدمة روادها حسب احتياجاتهم ومتطلباتهم، وأصبحت المكتبة الإلكترونية موزعا إلكترونيا للمعرفة لمن يطلبها من الباحثين وهو في مكتبه أو بيته أو أي مكان آخر يتواجد فيه، كما مكنت تكنولوجيا المعلومات من تحويل المجموعات الورقية والمطبوعة إلى أشكال جديدة إلكترونية ، سهولة الاستخدام والتبادل مع مستفيدين في مواقع جغرافية متباعدة، وقد تطورت

التكنولوجيا التي تعاملت مع مختلف أنواع المعلومات ومصادر المعلومات، خزنا ومعالجة واسترجاعا، و سهلت الطريق أمام الباحثين والمستخدمين في الوصول إلى ما يحتاجونه من معلومات بسرعة ودقة وشمولية و بشكل كبير وسريع وهو ما أسهم تطور المكتبات ومراكز المعلومات.(قنديلجي، عامر:2002، ص271)

وفي إطار هذا التقدم التكنولوجي في مجال المعلومات أصبح لزاما على الباحثين، وعلى المكتبات ومراكز البحوث والمعلومات التي تهئ المعلومات المناسبة والشاملة والسريعة، أن تلجأ إلى الوسائل والطرق الحديثة لتحقيق هذا الغرض، و استثمار إمكانات الحواسيب والملحقات التكنولوجية الحديثة والبرمجيات اللازمة والمصاحبة لها لإنتاج وحفظ ما يطلق عليه بالمصادر المنشورة إلكترونيا، أو مصادر المعلومات المحوسبة.

وهناك أسباب عدة تدفع الإنسان الباحث، والمكتبات ومراكز البحوث والمعلومات، إلى اللجوء المصادر المعلومات الإلكترونية، لابد لنا من التأكيد عليها، أبرزها ما يأتي:

1- متطلبات الباحث المعاصر في سرعة الحصول على المعلومات بغرض إنجاز أعماله البحثية التي لم تعد تحتل التأخير.

2- تقليل الجهود المبذولة من قبل الباحثين ومن قبل الأشخاص الذين يهيئون لهم المعلومات المطلوبة، حيث أن الوصول إلى المصادر التقليدية، والمعلومات الموجودة في المصادر التقليدية، يحتاج إلى الكثير من الجهود والإجراءات، بعكس المصادر الإلكترونية التي تختصر كثيرا في مثل تلك الجهود والمعاناة.

3- تساعد الحواسيب، والأجهزة والمعدات الملحقة بها، على السيطرة على الكم الهائل والمتزايد من المعلومات، وتخزينها ومعالجتها بشكل يسهل استرجاعها.

4- الدقة المتناهية في الحصول على المعلومات المحوسبة. حيث أن الحواسيب لا تعاني من الإرهاق والتعب عند استخدامها لفترات طويلة ومتكررة، مقارنة بالإرهاق الذي يعانيه الإنسان، الذي يفنئ ويبعث عن المعلومات.

وعلى أساس ما تقدم السرعة والشمولية والدقة هي من أهم السمات التي تتسم بها التكنولوجيا الحديثة المستخدمة في مجال البحث العلمي في تعاملها مع المعلومات، ومع مصادر المعلومات، مهما كان حجمها، وتنوعت أشكالها. فالمعلومات المناسبة والدقيقة، التي يحتاجها الباحث المناسب، في الوقت المناسب، هي ما يحتاج إليه الباحث المعاصر لمواكبة التطور والتقدم، اللذان يعتمدان أساسا على البحث العلمي. (عامر:2002، ص273)

التكنولوجية الحديثة في ليبيا

بدأ استخدام الإنترنت في ليبيا من قبل الجمهور في أواخر تسعينيات القرن العشرين، وبعدد سكان وصل في

يوليو 2010 إلى 6,461,454 نسمة و وصل عدد مستخدمي الإنترنت في 2009 (سواء المنتظمين أو غير المنتظمين) إلى 353,900 نسمة (2018: واي باك مشين)

و بسبب العقوبات الدولية خلال التسعينيات التي تسببت في ضعف و هشاشة البنية التحتية للاتصالات ، عانت ليبيا من التأخر في تزويد خدمة الإنترنت للأفراد حيث لم تتواجد في ليبيا حكومة إلكترونية كما أفترقت لخدمات الشراء عبر الإنترنت وكذلك الخدمات المصرفية الإلكترونية والبطاقات المصرفية الذاتية الدفع وغيره من الخدمات الإلكترونية، وبطبيعة الحال شهدت ليبيا إنفتاحا عقب رفع العقوبات عنها وهو ما تؤكد الإحصائيات اخرها ما تم نشره عبر المنصات الإلكترونية البحثية المتخصصة التي تعنى بالاتصالات والتقنية والتي تؤكد ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في ليبيا وبشكل مطرد، والذي دون شك إزداد على فترات متعاقبة ويتطلب بطبيعة الواقع التكنولوجي معرفة بأدوات الاستخدام والولوج الى الشبكة كالحواسيب والهواتف المحمولة والاجهزة اللوحية حيث شكل الإنترنت دافعا لدى مختلف الطبقات نحو التعلم للتعامل مع مختلف التقنيات والبرمجيات أخرها التطبيقات التي اصبحت جزء من الوسائل والادوات التكنولوجية .

حيث أظهرت بيانات إحصائية أن عدد مستخدمي الإنترنت في ليبيا ارتفع بنسبة 76.2% خلال السنوات العشر الماضية، من 877 ألف مستخدم عام 2012 إلى 3.7 مليون مستخدم حتى فبراير 2022، بما يمثل 49.6% من عدد السكان ، وأفاد تقرير عن البيانات والإحصاءات والاتجاهات الرقمية في ليبيا، نشرته منصة «سلايد شير» الأميركية، أن عدد مستخدمي الإنترنت ازداد بنسبة 10.1% خلال عام 2022، بواقع 320 ألف شخص .

في حين يعتمد 99.5% من المستخدمين على الهاتف المحمول، كما تشير البيانات إلى أن 11.87 مليون شخص متصل بالإنترنت حتى نهاية العام 2021، أي ما يمثل ضعف عدد السكان، وفق المنصة المتخصصة في عرض البيانات والإحصاءات ، كما تشير البيانات إلى أن عدد مستخدمي السوشال ميديا في ليبيا وصل إلى 6.4 مليون مستخدم، بما يمثل 91.4% من عدد السكان، وأن عدد مستخدمي تطبيق «تيك توك» سجل 62% لدى الشريحة العمرية من 18 - 24 عاما، بينما يمثل 95% من مستخدمي التطبيق من الفئة العمرية الأقل من 35 عامًا، ثلاثة

أربعهم من الذكور، في حين لم تتجاوز نسبة الإناث 25% من مستخدمي تيك توك (بوابة الوسط:2022).

مزودي الإنترنت في ليبيا

تعتبر شركة ليبيا للاتصالات والتقنية من أوائل الشركات العامة والتابعة للدولة التي قدمت خدمة الإنترنت في ليبيا حيث بدأت الشركة التي تأسست كشركة ليبية مساهمة عام 1997 بتسويق خدمة الانترنت سنة 1999، كما زاد عدد مستخدميها بعد إطلاقها لخدمة ADSL في 2005، وارتفع أيضا مرة أخرى عدد المستخدمين في ليبيا بعد تشغيل خدمة الواي ماكس (ليبيا ماكس) في 2009 باعتبارها الجهة الوحيدة التي تحتكر هذا القطاع الحيوي والهام والمزودة لخدمة الانترنت (بي بي سي العربية:2009) .

وفي إطار الدفع بعجلة التنمية في قطاع الاتصالات والانترنت أطلقت شركات أخرى وهي ليبيا للهاتف المحمول و التي استقلت فيما بعد لتصبح شبكة الهواتف النقالة الأوسع انتشارا في ليبيا، و التي كانت تابعة لليبيا للاتصالات والتقنية حتى عام 2004 أضافت خدمة الإنترنت إليها عبر تقنية GSM 2.5 سنة 2005، وعبر تقنية الجيل الثالث GPRS سنة 2006 ، وكذلك شركة المدار الجديد لخدمات الهاتف النقال قدمت خدمة الإنترنت عبر تقنية GSM 2.5 وعبر تقنية الجيل الثالث ، أما عن الشركة العامة للبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية أضافت خدمة الإنترنت عبر تقنية الهاتف الثابت اللاسلكي CDMA سنة 2007.

و ضمن حراك إعادة هيكلة قطاع الاتصالات في ليبيا أصبحت جل شركات الاتصالات تابعة للشركة الليبية للاتصالات وتقنية المعلومات (القابضة) التي تأسست علم 2005، حيث أسست الشركة القابضة وفقا لقرار رئاسة الوزراء رقم (63) لسنة 2005 م لكي تكون شركة قابضة مالكة لشركات الاتصالات الكبيرة وهي ليبيا و المدار وليبيا للاتصالات والتقنية الجيل الجديد للتقنية الاتصالات الدولية وهاتف ليبيا حيث ان لهذه الشركات دور كبير في تطوير الاتصالات الهاتفية والهواتف الجواله و الاتصال بالانترنت وقد رفعت من كفاءة الاتصالات في ليبيا ومكنت اكبر عدد ممكن من المواطنين للحصول على خدمة الانترنت سواء كانت عن طريق شركات الهواتف الجواله مثل شركة ليبيا و المدار او عن طريق مزود خدمة الانترنت الرئيسي كشركة ليبيا للاتصالات والتقنية LTT او شركة هاتف ليبيا التي توفر خدمة الهاتف السلكي و اللاسلكي وكذلك الانترنت بالإضافة إلى الشركة العامة للبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية التي أصبحت شركة شقيقة بدورها تابعة للشركة الليبية للاتصالات وتقنية المعلومات القابضة والمسؤولة

أمام (الهيئة العامة للاتصالات) منظم قطاع الاتصالات في ليبيا حتى عام 2024. (القابضة للاتصالات: 2024)

ودون شك رافق هذا التقدم التكنولوجي عبر مراحلها تقدماً في جملة الأدوات والبرمجيات التي من شأن المستخدمين الولوج بها عبر الشبكة العنكبوتية، ومع عودة نشاط القطاع الخاص في ليبيا بدأت الشركات الليبية وكذلك الدولية المصنعة للتقنية بالتنافس على حصة من السوق الليبي في المجال التقني، وانطلقت الوكالات التجارية للحواسب والهواتف المحمولة مع شركات ليبية للعمل في بهذا السوق الحيوي والمتعطش والمهم، وبرزت مختلف العلامات التجارية في السوق الليبي واصبح متاح للمستخدمين شراء الاجهزة والادوات المرتبطة بالتكنولوجيا ومن تلك الشركات التي نشطت بالاسواق الليبية في مجال الحواسب والهواتف والتجهيزات اتش بي و ديل و سامسونج و ابل... الخ وانطلقت المعارض و استمرت دون توقف بأستثناء الفترات التي شهدت ازمان في ليبيا ، و أبرزها معرض ليبيا للاتصالات والتقنية والذي يمثل المنتدى السنوي للتكنولوجيا في ليبيا والذي كانت آخر دوراته الحادية عشرة للاتصالات وتقنية المعلومات عام 2023 والذي يقدم فيه المشاركون اخر التطورات في مجال التكنولوجيا من حواسب وبرمجيات واتصالات (منصة المعرض والمؤتمرات: 2023) ، كما تؤكد التقارير المنشورة عن ليبيا (Digital 2023) و الذي حصر عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في ليبيا بـ (5.65) مليون مستخدم في يناير 2023، أي ما يعادل (82.5) في المائة من إجمالي السكان. (وكالة الانباء الليبية: 2023).

وفي خلاصة هذا المحور ولد التراكم الكبير للإنتاج الفكري الإنساني كماً ونوعاً، الحاجة إلى تحول جذري جديد في مجال تخزين ومعالجة المعلومات واسترجاعها، فجاءت الحواسب الإلكترونية في منتصف القرن المنصرم لتمثل مرحلة ثالثة، بل وثورة جديدة في مجال المعلومات والمعرفة، ثم تطورت الحواسب، بأجيالها المختلفة، لتعكس لنا تحولاً جذرياً ومهماً باتجاه تخزين ومعالجة واسترجاع الكم الهائل من المعلومات وبرزت شبكة الانترنت وأصبح من الصعب السيطرة على مصادر المعلومات وتأمينها للباحثين وللمستفيدين، بالشكل المناسب إلا من خلال الاستفادة من هذه التطورات التكنولوجية الحديثة بما يؤكد حتمية التكنولوجيا كواقع يفرض التعامل معه واستثماره على الوجه الأمثل للدفع بالبحث العلمي وتحقيق التنمية وفي شتى مجالات الحياة الإنسانية.

الجانب التطبيقي

عرض نتائج الدراسة الميدانية

تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بعينة الدراسة الميدانية لإساتدة الاتصال والاعلام وفق المحاور:

أولاً: نتائج محور الخصائص الديموغرافية: (النوع ، والعمر ، وسنوات الخبرة ، والمؤهل ، والتخصص)

جدول رقم (1) : الخصائص الديموغرافية للعينة		
توزيع العينة من الخصائص		
النسبة	التكرار	الاجابة
85.7%	24	ذكور
14.3%	4	إناث
100.0%	28	المجموع
توزيع العينة من حيث العمر		
النسبة	التكرار	الاجابة
0.0%	0	اقل من 30
57.1%	16	من 30 إلى اقل 40
21.4%	6	من 40 إلى اقل 50
21.4%	6	فوق 50
100.0%	28	المجموع
توزيع العينة من حيث سنوات الخبرة		
النسبة	التكرار	الاجابة
25.0%	7	اقل من 5
35.7%	10	من 5 إلى اقل 10
17.9%	5	من 10 إلى اقل 15
21.4%	6	أكثر من 15
100.0%	28	المجموع
توزيع العينة من حيث المؤهل العلمي		
النسبة	التكرار	الاجابة
82.1%	23	ماجستير
17.9%	5	دكتوراة
100.0%	28	المجموع
توزيع العينة من حيث التخصص		
النسبة	التكرار	الاجابة
14.29%	4	إعلام عام
28.57%	8	صحافة
35.71%	10	علاقات عامة
21.43%	6	إذاعة وتلفزيون

100.0%	28	المجموع	
--------	----	---------	--

يبين الجدول رقم(1) توزيع العينة من حيث النوع بأن نسبة الذكور (85.71%) و هي الأعلى مقارنة

بالإناث حيث أن نسبة الإناث شكلت (14.29%) وهي الأقل، مع ذلك هي نسبة لا يستهان بها حيث تظهر التوجه المعاصر للاستاذاة الجامعية للتعامل مع التكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي ومشاركتها.

كما اظهرت النتائج حسب الجدول رقم(1) أن أكبر نسبة لمن أعمارهم ما بين 30 إلى 40 سنة ، ويمثلون (57.1%) وهي أكثر من النصف وهو ما يعكس ضخ دماء جديدة بمجال التعليم الجامعي ، ومن ثم نسبة (21.4%) لمن أعمارهم ما بين 40 إلى أقل من 50 وأيضا لمن فوق 50 ، بينما لم تظهر إي نتائج لمن هم أقل من 30 و تعكس هذه النتيجة أهمية عامل السن و ارتباطه بالمساحة الزمنية و الجهد والوقت المشكلة لعامل الخبرة ، للعمل بهذا المجال التربوي المهم، كما تبين النتائج إهتمام مختلف الفئات العمرية بالتكنولوجيا وبأن العمر لا يشكل عائقا للاستاذ الجامعي في مواكبة التكنولوجيا الحديثة.

كما يتبين من النسب في الجدول رقم (1) حول سنوات الخبرة للعينة محل الدراسة، بأن نسبة (35.70%) وهي الأعلى خبرتها ما بين 5 إلى أقل 10 سنوات، وتلتها نسبة (25.00%) لمن خبرتهم أقل من 5 سنوات، ثم نسبة (21.40%) لمن خبرتهم أكثر من 15 عاماً، وأقل النسب كانت لخبرة من 10 إلى أقل 15 عام وهي (17.90%) كما تعكس النتائج بأن أكثر من (75.00%) تتجاوز خبرتهم الخمس سنوات و أن (39.30%) تتجاوز خبرتهم العشر سنوات و هي كافية لخوض تجارب التعامل مع التكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي خلال العمل بمهنة الأستاذ الجامعي.

يبين الجدول رقم(1) توزيع العينة من حيث المؤهل العلمي و شكلت نسبة الماجستير (82.10%) و هي أعلى مقارنة بالدكتوراة حيث شكلت (17.90%) .

تظهر نتائج الجدول رقم(1) تخصصات عينة الدراسة أن أكبر نسبة هي (35.71%) تخصص العلاقات العامة، و يليها (28.75%) لتخصص الصحافة، ومن ثم الإذاعة والتلفزيون (21.43%)، أما الإعلام العام فقد بلغت نسبته (14.29%)؛ وبذلك وصل عدد التخصصات إلى أربع.

ثانياً: نتائج محور الاستخدام والتوظيف: حول السؤال عن مدى استخدام وتوظيف التكنولوجيا الحديثة التطبيقات والبرمجيات الحاسوبية والانترنت في مجال البحث العلمي ومن خلال تحليل النتائج تبين مايلي:

جدول رقم (2) يبين معدل استخدام التكنولوجيا الحديثة وبشكل موسع في جميع جوانب البحث العلمي لدى أفراد العينة		
استخدامها بشكل كبير وموسع في جميع جوانب البحث		
النسبة	التكرار	الاستخدام بشكل كبير و موسع
53.57%	15	دائماً
46.43%	13	أحياناً
0.00%	0	لا
100.00%	28	المجموع

يشير الجدول رقم (2) توزيع العينة من حيث استخدم التكنولوجيا الحديثة بشكل كبير وموسع في جميع جوانب البحث العلمي حيث شكلت نسبة من أجابوا دائماً (53.57%) و هي أكثر من النصف وتلتها نسبة (46.43%) أجابوا أحياناً ،بينما لم يجب أياً من أفراد العينة لا وكانت النتيجة سلبية تماماً ، و يمكن تفسير النتيجة المتحصل عليها بأن جل أفراد العينة من الأساتذة يستخدمون التكنولوجيا الحديثة وفي جميع جوانب البحث العلمي ، وبشكل موسع وبنسبة (100%) خاصة و أن العينة من الفئات الواعية بمستحدثات التكنولوجيا التي فرضت نفسها على المستوى العالمي خلال هذه السنوات ، حتى أصبحت البرامج والتطبيقات و الأدوات والوسائل التكنولوجية جزء من أسلوب التعامل اليومي ، كما أن الانترنت يمكن عده ايضاً وسيلة للتبادل المعرفي محلياً و بين شعوب العالم المتقدم، كما أن الانتشار السريع للتقنية جعلها من سمات هذا العصر كما يطلق عليه عصر الاتصالات و المعلوماتية.

جدول رقم (3) يبين التوظيف و الدمج في الإستخدام بين الاساليب التقليدية و التكنولوجيا الحديثة في البحث العلمي لدى أفراد العينة		
استخدامها وأدمج بين الاساليب التقليدية والتكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي		
النسبة	التكرار	الاجابة
42.86%	12	دائماً
50.00%	14	أحياناً
7.14%	2	لا
100.00%	28	المجموع

يبين الجدول رقم (3) توزيع العينة من حيث الاتجاه نحو التوظيف و الدمج في الإستخدام بين الاساليب التقليدية و التكنولوجيا الحديثة في البحث العلمي حيث شكلت نسبة من أجابوا أحياناً

(50.00%) وتلتها نسبة (42.86%) أجابوا دائماً ، وأقل النسب (7.14%) كانت إجابتها لا ، و تشير هذه النتيجة إلى أن (92.86%) من عينة الاساتذة لديهم تفضيل للدمج بين الأساليب التقليدية والحديثة في الإستخدام والتوظيف بأعتبار الوسائل التقليدية أدوات ووسائل مساعدة أو القاعدة التي ينطلقون منها في مجال البحث العلمي، بينما (7.14%) من أفراد العينة ليس لديهم تفضيل للدمج بين الاساليب التقليدية والحديثة في مجال البحث العلمي وفي ذلك إشارة إلى إهتمام أكبر بمعالجة المتطلبات البحثية بتوظيف و إستخدام التكنولوجيا الحديثة دون توظيف الأساليب

جدول رقم (4) يبين ميل نحو إستخدام الطرق التقليدية لدى أفراد العينة		
استخدامها مجبراً وأميل إلى الطرق التقليدية		
النسبة	التكرار	الإجابة
7.14%	2	دائماً
35.71%	10	أحياناً
57.14%	16	لا
100.00%	28	المجموع

والأدوات التقليدية .

يبين الجدول رقم (4) توزيع العينة من حيث الميل نحو توظيف الاساليب التقليدية في البحث العلمي وإستخدام التكنولوجيا إجباراً ،حيث بينت النتائج أن نسبة (57.00%) أجابوا لا وتلتها نسبة (35.71%) أجابوا أحياناً ، وأقل النسب (7.14%) كانت إجابتها دائماً، و تشير هذه النتيجة إلى أن النسبة الاقل (7.14%) من عينة الدراسة لديها ميول نحو الأساليب التقليدية وتستخدم التكنولوجيا إجباراً ، بينما أكثر من نصف العينة لا تميل إلى الطرق التقليدية و لا تستخدم التكنولوجيا إجباراً، و نسبة (35.71%) من أفراد العينة لديهم حياد ، وفي ذلك إشارة إلى ميل العينة بنسبة أكبر إلى استخدام التكنولوجيا الحديثة و توظيفها وبشكل واعي وعلى أعتبار أنها أصبحت جزء من متطلبات الحياة في عصر الرقمية.

ثالثاً: نتائج محور دوافع الإستخدام :

و حول سؤال دوافع استخدام وتوظيف التكنولوجيا الحديثة التطبيقات والبرمجيات الحاسوبية والانترنت في مجال البحث العلمي ومن خلال تحليل النتائج تبين مايلي:

جدول رقم (5) يبين دوافع استخدام التكنولوجيا الحديثة (البرامج والتطبيقات الحاسوبية) و الانترنت في مجال البحث العلمي الإعلامي لدى أفراد العينة						
الصعوبات والمعوقات	أوافق	أوافق إلى حد ما	غير موافق	المتوسط	الانحراف	النسبة
تساعد على نشر نتائج البحث العلمي بشكل أوسع	25	3	0	2.9	0.1	96.43
اتجاه العينة						أوافق

أوافق	94.05	0.2	2.8	0	5	23	تساعد على زيادة كفاءة وسرعة البحث
أوافق	94.05	0.2	2.8	0	5	23	ضرورة لمواكبة التطورات العلمية
أوافق	94.05	0.2	2.8	0	5	23	تساعد على جمع المعلومات والبيانات والمصادر
أوافق	92.86	0.2	2.8	0	6	22	تساعد على اكتشاف أشياء وفتح آفاق جديدة للبحث العلمي
أوافق	89.29	0.3	2.7	1	7	20	تساعد على إدارة البحث بسهولة
أوافق	88.10	0.3	2.6	1	8	19	تساعد على تعزيز التعاون الدولي في مجال البحث العلمي
أوافق	86.90	0.3	2.6	1	9	18	تساعد على تحسين دقة نتائج البحث العلمي
أوافق	85.71	0.3	2.6	1	10	17	تساعد على تقليل تكاليف البحث العلمي

يبين الجدول رقم (5) دوافع استخدام التكنولوجيا الحديثة (البرامج والتطبيقات الحاسوبية) و الانترنت في مجال البحث العلمي الإعلامي لدى أفراد العينة، حيث هيمن دافع المساعدة على نشر نتائج البحث العلمي بشكل أوسع و بنسبة (94.43%) ، و في المرتبة الثانية والثالثة والرابعة وبنسبة (94.05%) دوافع أنها تساعد على زيادة كفاءة وسرعة البحث، و ضرورة لمواكبة التطورات العلمية، و تساعد على جمع المعلومات والبيانات والمصادر، ويأتي الاستخدام بدافع اكتشاف أشياء وفتح آفاق جديدة للبحث العلمي في المرتبة الخامسة وبنسبة (92.86%) وهي من خصائص الانترنت التي تميزه عن وسائل الاتصال الأخرى ، أما دافع المساعدة على إدارة البحث بسهولة فقد حل بالمرتبة السادسة بنسبة (89.29%) وحل دافع المساعدة على تعزيز التعاون الدولي في مجال البحث بالمرتبة السابعة وبنسبة (88.10%) ،ويليه في المرتبة الثامنة دافع المساعدة على تحسين دقة نتائج البحث وهذا الدافع يتعلق باستخدام البرمجيات والتطبيقات الحاسوبية كالبرامج الإحصائية المختلفة وفي المرتبة التاسعة والاختيرة وبنسبة (85.71%) دافع التقليل من تكاليف البحث العلمي.

ومن خلال المقاييس الإحصائية الأخرى و مقارنة قيم المتوسطات الحسابية المتقاربة ودرجة الانحراف والتي أعلاها (0.3) حول الدوافع يتبين بأن هناك درجة إتفاق عالية في إجابات العينة حول دوافع الإستخدام ، وهو ما تؤكد أيضا درجات التقارب بين النسب المؤية في إجابات عينة الدراسة.

رابعاً: نتائج محور الاشباعات المتحققة:

و حول السؤال عن مدى الشعور بالرضا عن الاشباعات التي حققتها التكنولوجيا الحديثة (البرامج والتطبيقات الحاسوبية) و الانترنت في مجال البحث العلمي الإعلامي تبين ما يلي:

جدول رقم (6) يبين درجة الرضا عن الإشباع التي حققتها التكنولوجيا الحديثة (البرامج والتطبيقات الحاسوبية) و الانترنت في مجال البحث العلمي الإعلامي لدى أفراد العينة							
الإجابات	راضي	راضي إلى حد ما	غير راضي	المتوسط	الانحراف	النسبة	اتجاه العينة
تحسين نشر المعرفة العلمية	25	2	1	2.9	0.2	95.24	راضي
وفرت المراجع والدراسات السابقة	24	4	0	2.9	0.1	95.24	راضي
سهولة التخزين والاسترجاع	24	3	1	2.8	0.2	94.05	راضي
تحسين التواصل والتعاون بين الباحثين	22	6	0	2.8	0.2	92.86	راضي
زيادة فرص الاكتشاف العلمي	21	5	2	2.7	0.4	89.29	راضي
دقة وكفاءة إنجاز البحث العلمي	17	11	0	2.6	0.2	86.90	راضي
سهولة الوصول إلى المعلومات العلمية	1	24	0	1.8	0.4	60.71	إلى حد ما

يشير الجدول رقم (6) إلى درجة الرضا عن الإشباع التي حققتها التكنولوجيا الحديثة (البرامج والتطبيقات الحاسوبية) و الانترنت في مجال البحث العلمي الإعلامي لدى أفراد العينة حيث تحقق الرضى بنسبة أعلى عن إشباعي تحسين نشر المعرفة العلمية ، وتوفير المراجع والدراسات السابقة وبنسبة (95.24%) ، و حل في المرتبة الثالثة الرضى عن إشباع سهولة التخزين والاسترجاع وبنسبة (94.05%) أما تحسين التواصل والتعاون بين الباحثين فقد جاء في المرتبة الرابعة وبنسبة (92.86%) وحل في المرتبة الخامسة زيادة فرص الاكتشاف العلمي وبنسبة (89.29%) ويليه بالمرتبة الرضى عن إشباع دقة وكفاءة إنجاز البحث العلمي وبنسبة (86.90%) و أخيرا وبالمرتبة السابعة سهولة الوصول إلى المعلومات العلمية وبنسبة (60.71%) وفي هذه النتيجة إشارة إلى وجود درجة رضى أقل عن تحقق هذا الإشباع الوصول إلى المعلومات العلمية تواجهه نسبة كبيرة من أفراد العينة، وهو ما يرتبط عادة بالقيود على مصادر المعلومات في شبكة الانترنت والتي تتطلب إشتركات و دفع وغيره من النظم الأخرى التي ترتبط بالتصاريح في استخدام المعلومات عبر الشبكة ، كما يتبين من الجدول التقارب الكبير في درجات الرضى عن الإشباع المتحققة ، ومن خلال المقاييس الإحصائية الأخرى، و مقارنة قيم المتوسطات الحسابية المتقاربة ودرجة الانحراف والتي أعلاها (0.4)، حول كل درجات الرضى عن الإشباع يتبين بأن هناك درجة إتفاق عالية في إجابات العينة، مع وجود درجة إنحراف أعلى حول الإشباعين الخامس والسابع وهو ما تؤكد أيضا درجة التقارب بين النسب المؤية في إجابات عينة الدراسة وكذلك الإتجاه العام للعينة نحو الرضى عن الإشباع المتحققة.

خامسا: نتائج محور الصعوبات والمعوقات:

و في إطار السؤال عن أبرز المعوقات والصعوبات التي تواجه اساتذة الجامعات عينة الدراسة في استخدام التكنولوجيات الحديثة والانترنت وتوظيفها في إنجاز البحوث والدراسات العلمية الاعلامية تبين ما يلي:

جدول رقم (7) يبين المعوقات والصعوبات التي تواجهها عينة الدراسة في استخدام التكنولوجيا وتوظيفها في إنجاز البحوث الدراسات العلمية الإعلامية						
الصعوبات والمعوقات	أواجهها تماما	أواجهها إلى حد ما	لا أواجهها على الإطلاق	المتوسط	النسبة	اتجاه العينة
ضعف سرعة الاتصال على شبكة الانترنت	16	10	2	2.5	83.33	أواجهها
إنقطاع الكهرباء وتأثيراته على الحفظ والاسترجاع	16	6	6	2.4	78.57	أواجهها
مخاوف بشأن خصوصية البيانات والأمن	14	8	6	2.3	76.19	إلى حد ما
التحديات الأخلاقية لاستخدام التكنولوجيا الحديثة	9	14	5	2.1	71.43	إلى حد ما
عدم وجود دعم فني كاف	5	16	7	1.9	64.29	إلى حد ما
ارتفاع تكلفة التكنولوجيا الحديثة	6	12	10	1.9	61.90	إلى حد ما
صعوبة دمج التكنولوجيا الحديثة مع ممارسات البحث	3	15	10	1.8	58.33	إلى حد ما
صعوبة الوصول إلى التكنولوجيا الحديثة	1	18	9	1.7	57.14	إلى حد ما
نقص المهارات أو المعرفة لاستخدام التكنولوجيا الحديثة	1	17	10	1.7	55.95	إلى حد ما

يبين الجدول رقم (7) أبرز المعوقات والصعوبات التي تواجه اساتذة الجامعات عينة الدراسة في استخدام التكنولوجيات الحديثة والانترنت وتوظيفها في إنجاز البحوث والدراسات العلمية الاعلامية بحسب الترتيب حيث هيمنة صعوبة ضعف سرعة الاتصال على شبكة الانترنت و بنسبة (83.33%)، و في المرتبة الثانية حل عائق انقطاع الكهرباء وتأثيراته على الحفظ والاسترجاع وبنسبة (78.57%) وفي ذلك إشارة لما تمر به عموم البلاد من أزمات في قطاع الكهرباء وضعف خدمات الاتصالات أو احتكارها ، وحل في المرتبة الثالثة مخاوف خصوصية البيانات والأمن وبنسبة (76.19%) ويليهما عائق التحديات الأخلاقية لاستخدام التكنولوجيا الحديثة في المرتبة الرابعة وبنسبة (71.43%) وفي المرتبة الخامسة وبنسبة (64.29%) عدم وجود دعم فني كاف و حل بالمرتبة السادسة و بنسبة (61.90%) ارتفاع تكلفة التكنولوجيا الحديثة وحلت صعوبة دمج التكنولوجيا الحديثة مع ممارسات البحث بالمرتبة السابعة وبنسبة (58.33%)، ويليه في المرتبة الثامنة صعوبة الوصول إلى التكنولوجيا الحديثة وبنسبة (57.14%) وفي المرتبة التاسعة والاخيرة وبنسبة (55.95%) نقص المهارات أو المعرفة لاستخدام التكنولوجيا الحديثة.

نتائج الدراسة:

تبين نتائج الدراسة التوجه المعاصر للاستاذه الجامعية للتعامل مع التكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي ومشاركتها حيث شكلت نسبة الإناث (14.29%) وهي نسبة لا يستهان، بها وبأن النوع لا يشكل عائقا في استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي .

أظهرت نتائج الدراسة اتجاه أكبر للفئات العمرية الأقل سنا في استخدام التكنولوجيا حيث كانت نتائج المشاركة بالدراسة بنسبة أكبر لمن أعمارهم ما بين 30 إلى 40 سنة ، ويمثلون (57.1%)، ومن ثم نسبة (21.4%) لمن أعمارهم ما بين 40 إلى أقل من 50 وأيضا لمن فوق 50 كما تبين النتائج بأن العمر لا يشكل عائقا للأستاذ الجامعي في مواكبة التكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي.

أكدت النتائج بأن جل أفراد العينة من الأساتذة يستخدمون التكنولوجيا الحديثة البرمجيات والتطبيقات الحاسوبية والإنترنت وفي جميع جوانب البحث العلمي ، وبشكل موسع وبنسبة (100%) خاصة و أن العينة من الفئات الواعية بمستحدثات التكنولوجيا التي فرضت نفسها في هذا العصر وهو ما يؤكد مقاربة الحتمية للتكنولوجيا التي استندت عليها الدراسة .

تشير نتائج الدراسة إلى أن (92.86%) من عينة الاساتذة لديهم إتجاه إيجابي ويفضلون الدمج بين الأساليب التقليدية والحديثة باعتبارها وسائل مساعدة أو القاعدة التي اعتادوا عليها في مجال البحث العلمي، بينما (7.14%) من أفراد العينة لديهم اتجاه سلبي نحو الدمج بين الأساليب التقليدية والحديثة في مجال البحث العلمي وفي ذلك إشارة إلى اهتمام أكبر بمعالجة المتطلبات البحثية باستخدام التكنولوجيا الحديثة دون توظيف الأساليب والأدوات التقليدية .

تبين النتائج أن (92.86%) من عينة الاساتذة لديهم تفضيل للدمج بين الأساليب التقليدية والحديثة في الاستخدام والتوظيف باعتبار الوسائل التقليدية أدوات ووسائل مساعدة أو القاعدة التي ينطلقون منها في مجال البحث العلمي، بينما (7.14%) من أفراد العينة ليس لديهم تفضيل للدمج بين الاساليب التقليدية والحديثة في مجال البحث العلمي، وفي ذلك إشارة إلى اهتمام أكبر بمعالجة المتطلبات البحثية بتوظيف و استخدام التكنولوجيا الحديثة دون الرجوع إلى الأساليب والأدوات التقليدية .

توصلت الدراسة إلى أن النسبة الأقل وهي (7.14%) من عينة الدراسة لديها ميول نحو الأساليب التقليدية وتستخدم التكنولوجيا إجبارا ، بينما أكثر من نصف العينة لا تميل إلى الطرق التقليدية و لا تستخدم التكنولوجيا إجبارا، و نسبة (35.71%) من أفراد العينة لديها حياد ، وفي ذلك إشارة

إلى ميل العينة بنسبة أكبر (57.00%) إلى استخدام التكنولوجيا الحديثة و توظيفها وبشكل واعي وعلى اعتبار أنها أصبحت جزء من متطلبات الحياة في عصر الرقمية.

أكدت نتائج الدراسة على تعدد دوافع استخدام التكنولوجيا الحديثة (البرامج والتطبيقات الحاسوبية) و الانترنت في مجال البحث العلمي الإعلامي و هيمن دافع المساعدة على نشر نتائج البحث العلمي بشكل أوسع بنسبة (94.43%) كل الدوافع ، و في المرتبة الثانية والثالثة والرابعة وبنسبة (94.05%) دوافع المساعدة على زيادة كفاءة وسرعة البحث، و ضرورتها لمواكبة التطورات العلمية، ومساعدتها على جمع المعلومات والبيانات والمصادر أما دافع المساعدة على إدارة البحث بسهولة فقد حل بالمرتبة السادسة بنسبة (89.29%) ، و في المرتبة الثامنة دافع المساعدة على تحسين دقة نتائج البحث والدافعان يتعلقان باستخدام البرمجيات والتطبيقات الحاسوبية كالبرامج الاحصائية المختلفة وبرامج الطباعة الورد وتطبيقاتها .

أكدت النتائج على تحقق الإشباعات و الرضى وبدرجة عالية لدى عينة الدراسة عن استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال البحث العلمي ومن الاشباعات المتحققة تحسين نشر المعرفة العلمية ، وتوفير المراجع والدراسات السابقة وبنسبة (95.24%) ، و كذلك الرضى عن سهولة التخزين والاسترجاع وبنسبة (94.05%) و تحسين التواصل والتعاون بين الباحثين بنسبة (92.86%) و زيادة فرص الاكتشاف العلمي وبنسبة (89.29%) و إشباع دقة وكفاءة إنجاز البحث العلمي وبنسبة (86.90%) و كذلك سهولة الوصول إلى المعلومات العلمية وبنسبة (60.71%).

أكدت نتائج الدراسة أن أبرز المعوقات والصعوبات التي تواجه اساتذة الجامعات عينة الدراسة في استخدام التكنولوجيات الحديثة والانترنت وتوظيفها في إنجاز البحوث والدراسات العلمية الاعلامية و بحسب الترتيب ضعف سرعة الاتصال على شبكة الانترنت و بنسبة (83.33%) ، و عائق إنقطاع الكهرباء وتأثيراته على الحفظ والاسترجاع وبنسبة (78.57%) وفي ذلك إشارة لما تمر به عموم البلاد من أزمات في قطاع الكهرباء وضعف خدمات الإتصالات أو إحتكارها ، وكذلك مخاوف خصوصية البيانات والأمن ، كما أن التحديات الأخلاقية لإستخدام التكنولوجيا الحديثة تشكل أحد الصعوبات ، وأيضاً عدم وجود الدعم الفني الكافي يشكل تحدياً ، كما تؤكد النتائج على ارتفاع تكلفة التكنولوجيا الحديثة ، إلى جانب صعوبة دمج التكنولوجيا الحديثة مع ممارسات البحث العلمي ، و صعوبة الوصول إلى التكنولوجيا الحديثة بالإضافة إلى نقص المهارات أو المعرفة لاستخدام التكنولوجيا الحديثة.

التوصيات:

في إطار ما توصلت إليه الدراسة من نتائج ، يوصي الباحث بما يلي :

التوسع في استخدام التكنولوجيا بالمؤسسات الجامعية وداخل القاعات الدراسية و اعتمادها ضمن المناهج العلمية وإعداد مناهج متخصصة في طرق البحث باستخدام التكنولوجيا الحديثة.

نشر ثقافة البحث العلمي الإعلامي باستخدام التكنولوجيا الحديثة بالجامعات وبين مختلف الفئات، والتشجيع على الاستفادة من التطبيقات والبرمجيات وشبكة الانترنت في مختلف المناشط ندوات مؤتمرات وورش عمل .

إطلاق مشروع وطني للتنمية المستدامة في المجال التكنولوجي من خلال التدريب والتطوير للأساتذة و الباحثين مع الحث على مواكبة التكنولوجيا لإكتساب مهارات البحث وجمع المعلومات وإدارتها تكنولوجيا بما يخدم البحث العلمي ويدفع به وكذلك إعداد النشرات الالكترونية التي من شأنها تقديم أحدث التطورات الحاصلة في مجالات البرمجيات والتطبيقات الموظفة في إنتاج البحوث والدراسات العلمية .

التوجه نحو الدراسات و الأبحاث التي تعالج القضايا التكنولوجية و تطبيقاتها في مجال البحث العلمي الإعلامي إستخداماتها و توظيفها و القائمين عليها و تأثيراتها في مختلف مجالات الحياة و في مجال البحث العلمي الإعلامي.

التأكيد على الالتزام بالمعايير العلمية التي تضمن الرصانة و الأمانة العلمية في مجال البحوث والدراسات.

توجيه قطاعات الدولة المختلفة وخاصة الكهرباء والإتصالات بإعتبارهما الاساس لتوظيف التكنولوجيا للاهتمام بنتائج البحث العلمي، وخاصة فيما يتعلق بتحسين خدماتهم و أدائهم.

الخاتمة :

في ظل تطور تقنيات وتطبيقات و برمجيات الحواسيب و الشبكات و النمو المتزايد لشبكة الإنترنت و ما أحدثته من تغيير في المجتمع العلمي، أصبحت التقنية إما مصدرا أو أداة لا غنى عنها في التعامل مع المعلومات والبيانات في العصر الحديث، ووسيلة بحث فعالة أقل تكلفة وأكثر سرعة، و متنوعة توفر ضمن خدماتها كما هائلا من المعلومات والبيانات كتب ، مقالات ، دراسات ...إلخ، كما شكلت ميدانا مهما لظواهر إعلامية و إتصالية في إطار توجه وسائل الإعلام التقليدية نحو الرقمنة و الإعلام الإلكتروني، قنوات وصحف ومجلات إلكترونية أو رقمية و جميعها من المصادر المهمة التي تجذب الباحثين إليها، ومع تزايد اعتماد الباحثين على المصادر المتوفرة من خلال الإنترنت لإعداد بحوثهم و دراستهم العلمية.

صار من الضرورة الإهتمام بالباحث العلمي و الأساتذة الجامعيين وسبل توظيفهم للتكنولوجيا على الوجه الاكمل ،خاصة و أن البحث العلمي مطلباً أساسياً لتحقيق التطور في أي حقل من حقول المعرفة المتخصصة و في كل المجالات و العلوم ، و نظراً لأهمية دور الأستاذ الجامعي في إجراء البحوث المتخصصة باستخدام أحدث التكنولوجيات الحديثة من تطبيقات و برمجيات حاسوبية و إنترنت سعت الدراسة بأن تكون خطوة لأعمال أكاديمية وبحثية أخرى حول موضوع توظيف التكنولوجيا في البحوث الإعلامية بشكل عام.

المراجع:

- عثمان، حسن عثمان.(1998). المنهجية في كتابة البحوث و الرسائل الجامعية. ط1. منشورات الشهاب. القاهرة مصر
- بن مرسل، أحمد.(2005). مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام و الاتصال. ط3. ديوان المطبعة الجامعية. الجزائر.
- حجاب، محمد منير. (2004). المعجم الإعلامي. ط1. دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة. مصر.
- عبد الحميد، محمد. (1993). دراسات الجمهور في بحوث الإعلام. ط1. عالم الكتب. القاهرة. مصر.
- حسين، سمير محمد. (1999). دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام. ط3. عالم الكتب. القاهرة. مصر.
- عمر، السيد أحمد. (1994). البحث الإعلامي مفهومه و إجراءاته و مناهجه. ط1. جامعة قارونس. بنغازي. ليبيا.
- عزوز، هند. (2019). واقع استخدامات الأساتذة الجامعيين لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال الحديثة و الإشباع المحققة: دراسة ميدانية على أساتذة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بجامعة جيجل. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الاتصالية، المجلد السابع، العدد الثالث ، 144 - 156.
- حشاني، أحمد. (2019). دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في ترقية البحث العلمي. مجلة روافد للبحوث و الدراسات ، المجلد الرابع ، العدد الاول، 38 – 57
- لالوش ، سميرة. (2023). تأثير آليات التكنولوجيا الرقمية في إرساء جودة البحث العلمي. مجلة العلوم الإنسانية و الإجتماعية، المجلد السابع، العدد الخامس ، 72 – 84
- مكاوي حسن عماد، السيد ليلي حسين.(2004). الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط4، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية .
- Werner, S. & James, W. "Communication Theories Origins Methods and Uses in the Mass Media, New York. Hastings House publishers ,1992
- Palmgreen, P. et al " (1985). Media Gratification, Robin Research, Bererly Hills Sage
- دليو، فضيل.(2003). الاتصال مفاهيمه نظرياته و وسائله ، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع .
- Rogers, E. & Shoemaker, F.F. (1971): Communication of innovations. A cross cultural approach, N.Y., Free Press.
- زرزار لعياشي، اياد كريمة،(2016) استخدامات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المؤسسة الاقتصادية و دورها في دعم الميزة التنافسية، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
- حسام الدين، ليلي(2016)، أثر التقدم في تكنولوجيا المعلومات علي الخصائص النوعية و الكمية لموارد البشرية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، مصر.
- السالمي، علاء عبد الرزاق،(2009)، تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن
- محمد الصيرفي،(2009)، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.
- القاضي، زياد و آخرون،(2000) ،مقدمة إلى الإنترنت، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.

قنديلجي، عامر، (2002)، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية ، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

Compiègne, Isabelle. (2007). Internet, histoire , enjeux , et perspectives, critiques. Paris. France.

الفاخري، أشرف. (2023). مستوى وعي مستخدمي الإنترنت في ليبيا بمجال التحقق من الوقائع. دراسة ميدانية. وكالة الأنباء الليبية،

نشر بتاريخ 2023-07-06 15:29:31، <https://lana.gov.ly/post.php?lang=ar&id=282653>

The online Factbook, cia.gov تاريخ الوصول 27 يناير 2011 نسخة محفوظة 26 يونيو 2018 على موقع واي باك مشين

تاريخ الزيارة، 21\07\2024 الساعة 2:45

ليبيا تنتقل إلى خدمة الانترنت اللاسلكي السريع بي بي سي أرابيك - تاريخ النشر 22 يناير 2009 تاريخ الزيارة، 22\07\2024 الساعة

1:45

القبضة للاتصالات ، نبذة عن الشركة القابضة للاتصالات، تاريخ الزيارة: 22\07\2024 الساعة 1:45،

<https://www.lptic.ly/about-us>

منصة المؤتمرات والمعارض الليبية ، معرض ليبيا الدولي للاتصالات وتقنية المعلومات ، تاريخ الزيارة: 22\07\2024 الساعة 1:45،

[/https://libyanevents.ly/event/3982](https://libyanevents.ly/event/3982)

بوابة الوسط: محمود غريب: إحصاء: 91.4% من سكان ليبيا يستخدمون السوشال ميديا، الإثنين 16 مايو 2022، 10:45 مساء

تاريخ الزيارة: تاريخ الزيارة، 22\07\2024 الساعة 1:45 <https://alwasat.ly/news/libya/359128>

وكالة أنباء ليبيا، دراسة بحثية حول مستوى وعي مستخدمي الإنترنت في ليبيا بمجال التحقق من الوقائع،

المصدر، تاريخ الزيارة، 22\07\2024 الساعة 12:53 <https://lana.gov.ly/art.php?id=282653&lang=ar>

محتوى صفحات الجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك

وأشكال تفاعل المستخدمين نحوه

صفحة كلية الدعوة وأصول الدين أنموذجاً

دراسة تحليلية ميدانية

أ.أحمد الطيف الكردي.. كلية الآداب.. الجامعة الأسمرية الإسلامية.. ليبيا

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مضمون محتوى منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك، وتحديد أشكال تفاعل الجمهور المستخدم نحو منشوراتها من خلال تحليل مضمون 95 منشورًا، تم نشرهم على صفحة الكلية محل الدراسة خلال فصلي الخريف والربيع للعام الجامعي 2023/2024م، وكذلك استبيان عينة عشوائية من متابعي الصفحة قوامها 60 مفردة، بالإضافة إلى إجراء مقابلة إلكترونية مع مشرف الصفحة في فترة الدراسة، وذلك لغرض الحصول على البيانات والمعلومات التي تسهم في تحقيق أهداف الدراسة، وتجيب عن تساؤلاتها، وقد توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج من أبرزها: إنّ منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك تصل إلى جمهور متنوع ذكورًا وإناثًا من جنسيات مختلفة لدول إسلامية، تقع في أفريقيا وآسيا، وأنّ الموضوعات الخاصة بالطلبة جاءت أولاً من بين كل المنشورات على صفحة الكلية، كما أنّ الجمهور المتابع لصفحة الكلية محل الدراسة يتفاعل مع منشورات الصفحة بأشكال مختلفة لكل منشورات صفحة الكلية خلال فترة الدراسة. وتوصلت الدراسة أيضًا إلى أنّ صفحة الكلية تعتمد على الخبر والصورة بشكل كبير في عمليات نشر أخبار ونشاطات الكلية والجامعة، وأنّ الفئة الأكثر من عينة الدراسة التي تتابع صفحة الكلية هم من طلبة الكلية، ويفضّلون التفاعل مع منشورات الصفحة بقراءة المنشورات ومشاهدة الصور والفيديو أولاً، ثم تسجيل الإعجاب ومشاركة المحتوى الموجود على الصفحة.

الكلمات المفتاحية: الفيس بوك - التفاعلية - كلية الدعوة وأصول الدين.

Abstract:

This study aims to identify the content of the posts of the Faculty of Da'wah and Fundamentals of Religion page at Al-Asmariya Islamic University on Facebook, and to determine the forms of interaction of the audience used towards its posts, by analyzing the content of 95 posts, which were

published on the page of the college under study during the fall and spring semesters of the academic year 2023/2024, as well as a questionnaire of a random sample of page followers consisting of 60 individuals, in addition to conducting an electronic interview with the page supervisor during the study period, in order to obtain data and information that contribute to achieving the study objectives and answering its questions. The study reached several results, the most prominent of which are: The posts of the Faculty of Da'wah and Fundamentals of Religion page at Al-Asmariya Islamic University on Facebook reach a diverse audience of males and females, of different nationalities from Islamic countries located in Africa and Asia, and that topics related to students came first among all posts on the college page, and the audience following the college page under study interacts with the page posts in different ways for each of the college page posts during the study period. The study also found that the college page relies heavily on news and images in publishing news and activities of the college and university, and that the largest group of the study sample that follows the college page are college students, who prefer to interact with the page's posts by reading posts and watching photos and videos first, then liking and sharing the content on the page.

Keywords: - Facebook - Interactivity - College of Da'wah and Fundamentals of Religion

مقدمة:

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلةً مهمةً في الوقت الحالي؛ للتواصل بين المؤسسات وجمهورها لما تملكه من مرونة وسرعة في الاتصال، وتوصيل المعلومات والأخبار بأشكال وأساليب جديدة عبر التطبيقات المتعددة التي تحملها، وكذلك لما تحتويه من خاصية التفاعلية الفورية التي وفرها نظام الويب 2 على هذه الشبكات لمستخدميها في أي مكان. فكل تلك الخصائص والمزايا جعلت من المؤسسات العامة والخاصة العمل على الاستفادة من هذه الشبكات لتحقيق التواصل مع الجمهور الخاص والعام، ومن أبرز هذه الشبكات التي ظهرت منتصف العقد الماضي الفيس بوك؛ الذي حقق انتشاراً كبيراً في المجتمعات المعاصرة، فمن خلال المنصات والصفحات الفيس بوكية استطاعت الجامعات الليبية أن توظف هذه الشبكة في عمليات نشر أخبارها وإعلاناتها وفق الشروط والأهداف المحددة؛ لتحقيق الاتصال والتواصل مع جمهورها، ومن بين هذه الصفحات

التي تأسست منذ سنوات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك، التي تحتوي على منشورات متعدّدة تحظى بمتابعة وتفاعل كبيرين من قبل الجمهور المستخدم للفيسبوك، وبالتالي فهذا البحث يحاول رصد وتحليل منشورات هذه الصفحة خلال فصلي الخريف والربيع للعام الدراسي 2023/2024م، وكذلك استطلاع آراء عينة من المستخدمين لهذه الصفحة للوقوف على أوجه القوة، وتحديد مواطن الضعف فيها في محاولة لتطويرها؛ لتقوم بدورها المطلوب على أكمل وجه، وبالتالي تستطيع كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية توظيف خدمات شبكات التواصل الاجتماعي كما يجب في خدمة التعليم الجامعي ومواكبة تقنيات الاتصال الحديثة في تحقيق رسالتها وأهدافها.

مشكلة الدراسة:

بات واضحًا التزايد في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد والمؤسسات، لما تتمتع به هذه الشبكات من مزايا اتصالية وتفاعلية تتيح لمستخدميها سرعة الحصول على الأخبار والمعلومات، وإبداء الرأي فيها والتعليق عليها، "حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارًا على شبكة الإنترنت؛ لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، ممّا شجّع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية،"⁽¹⁾ ومن بين هذه الشبكات، شبكة الفيس بوك الذي يعد الأكثر استخدامًا في ليبيا، بحسب نتائج العديد من البحوث والدراسات، وقد حرصت الكثير من المؤسسات الليبية على استخدام الفيس بوك لتدعيم علاقتها مع جمهورها، ومحاولة الاستفادة من الأعداد الكبيرة المتواجدة على هذه الشبكة، لتزويدهم بالأخبار والمعلومات المختلفة، ومن بين هذه المؤسسات كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية التي أطلقت منصتها على الفيس بوك عام 2016م؛ لتحقيق التواصل مع الطلبة والأساتذة والموظفين، وتقديم الخدمات الاتصالية المختلفة لهم عبر منشوراتها بأشكال وتطبيقات ووسائط متعدّدة، ومن هنا تتمثل مشكلة هذه الدراسة في التعرف على نوع مضمون محتوى صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك، وأشكال تفاعل المستخدمين نحوه.

(1) ياسر الخضير البياتي، الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة، عمان، دار البداية، 2014، ص378.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول موضوع تفاعل الجمهور المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي عامة، و الفيس بوك خاصة بوصفه أحد أهم أشكال التكنولوجيا الحديثة التي توظف من قبل الجامعات في عمليات النشر والإعلان، وتحقيق التواصل مع الطلبة والأساتذة، وكذلك الجمهور العام في ظل الاستخدام المتزايد لهذه الشبكة التي باتت من أهم مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات لدى المستخدمين لها، كما تبرز أهمية هذه الدراسة في ندرة الدراسات التي تناولت تحليل محتوى الصفحات الرسمية للكليات بالجامعات الليبية على الفيس بوك، التي تعد أحد أهم أشكال التكنولوجيا الحديثة في مجال التواصل والاتصال مع الجمهور.

أهداف الدراسة:

التعريف على نوع ومصادر مضمون المحتوى والأخبار المنشورة على صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك.

تحديد نوع الوسائط المتعددة المستخدمة مع منشورات الصفحة موضع الدراسة.

الكشف عن مستوى و أشكال تفاعل المستخدمين مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة.

معرفة مستوى ودرجة رضا المستخدمين عن أداء صفحة الكلية محل الدراسة.

تحديد العلاقة ما بين نوع وصفة المبحوثين مع أشكال التفاعل بمنشورات صفحة الكلية موضع

الدراسة و التحليل.

تساؤلات الدراسة:

ما نوع مضمون المحتوى المنشور على صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك؟.

ما مصادر الأخبار والمعلومات المنشورة على الصفحة محل الدراسة؟

ما نوع الوسائط المتعددة المستخدمة مع منشورات الصفحة موضع الدراسة؟

ما أشكال تفاعل جمهور المستخدمين مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة؟

ما درجة رضا المستخدمين عن أداء صفحة الكلية محل الدراسة والتحليل؟

ما علاقة جنس وصفة المبحوثين بأشكال التفاعل مع منشورات صفحة الكلية موضع الدراسة

والتحليل؟

الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة من الخطوات المهمة في البحث العلمي، التي تساعد الباحث في التعرف على النتائج التي تم التوصل إليها في الدراسات السابقة والمشابهة حول مشكلة الدراسة، ومن خلال مسح الباحث للمكتبة الإعلامية الليبية، لم يُعثر على دراسات سابقة لها علاقة مباشرة بتحليل محتوى صفحات الجامعات الليبية على الفيس بوك، وبالتالي فقد اقتصر على الدراسات التي أجريت داخل ليبيا وخارجها المتصلة باستخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي عموماً، وهي على النحو التالي:

دراسة أبو كتيف، معتوق(2020)⁽¹⁾ هدفت هذه الدراسة للكشف عن فاعلية وأهمية الفيس بوك في تعزيز فاعلية التعليم الجامعي لدى طلبة أقسام الإعلام بالجامعات الليبية، ومدى استفادتهم منه في عملية التواصل العلمي والإداري مع إدارات وأعضاء هيئة التدريس بالكلية أثناء جائحة كورونا، وذلك من خلال استخدام المنهج المسحي بتطبيق الاستبيان الإلكتروني على عينة من مستخدمي الفيس بوك من طلبة أقسام الإعلام بالجامعات (طرابلس، الأسمرية، الجفارة، الزنتان) للعام الجامعي 2020/2019، والبالغ عددهم 178 مفردةً، تحديداً خلال فترة جائحة كورونا، وذلك للحصول على البيانات والمعلومات المستهدفة. وقد توصل الباحثون على جملة من النتائج أهمها، ارتفع مستوى استخدام أفراد العينة للفيس بوك حيث جاءت فئة من أربعة ساعات فأكثر أولاً، بنسبة مقدارها 43.8%، وأن من أهم أسباب استخدام عينة البحث للفيس بوك أثناء جائحة كورونا هو التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء والزملاء، وجاء بأعلى نسبة ومقدارها 72.5%، يليها فئة متابعة الأخبار بنسبة 67.4%، بينما جاء التعليم والبحث عن المعلومات بنسبة 61.2%، والتواصل مع أعضاء هيئة التدريس حقق نسبة 32%، و أن نسبة 37.1% من المبحوثين الذين يرسلون أبحاثهم للأساتذة عبر الفيس بوك، يرون أنه أسهم بدرجة كبيرة في إنجاز وإرسال بحوثهم واستكمال المقررات الدراسية، ويرى المبحوثون أن أكبر ميزة تحققت لهم من استخدام ماسنجر الفيس بوك مع الأساتذة هي سرعة وسهولة التواصل معهم وإدارة القسم، بنسبة بلغت 78.4%، وعن عدد الأساتذة الذين تجاوبوا مع المبحوثين عبر ماسنجر الفيس بوك خلال جائحة كورونا،

(1) رمزي محمد أبوكتيف، حنان معتوق أحمد، فاعلية الفيسبوك في التعليم الجامعي أثناء جائحة كورونا، مجلة الإعلام والفنون، الأكاديمية الليبية للدراسات العليا،

العدد 1، السنة الأولى، مارس 2020، ص46-71، رابط المجلة(https://amj.academy.edu.ly/ar/j)

جاءت الفئة من 2 إلى 3 أساتذة أولاً، بنسبة بلغت 48.6%. أما عن تجاوب مشرفي الصفحات في الرد على أسئلة الباحثين خلال فترة جائحة كورونا عبر الفيس بوك فإنَّ فئة تجاوب محدود ارتفعت إلى نسبة 59.0%.

دراسة عبد المنعم مفتاح (2021)⁽¹⁾ هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على "دوافع استخدام طلاب الجامعات الليبية لموقع (تويتر) في الحصول على المعلومات السياسية و الإشباعات المتحققة منه، وذلك بالتطبيق على كلية التربية بجامعة سرت، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث فيها على استمارة الاستبيان، وأسلوب المقابلة كأدوات لجمع البيانات، من عينة عشوائية قوامها "96" مفردة، بالاعتماد على نظرية الاستخدامات و الإشباعات، وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: أن نسبة 77%، من أفراد العينة هم فقط من لديهم حساب على موقع التواصل الاجتماعي (تويتر)، كما أكدت الدراسة على أن أهم دوافع استخدام عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي تويتر هو (لمتابعة) المواضيع الوطنية، وذلك بنسبة 59.4%، وتوصلت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن ما نسبته 41% وهي النسبة الأعلى من الباحثين يعتقدون بأنَّ (تويتر) إلى حد ما فتح لهم المجال لاكتساب المعارف والمعلومات السياسية المختلفة.

دراسة بسام مكاوي (2019)⁽²⁾ بعنوان توظيف الجامعات العربية لصفحاتها الرسمية على الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقتها بدعم العملية التعليمية، تهدف الدراسة إلى التعرف على توظيف الجامعات العربية ممثلةً في عينة من الجامعات المصرية والإماراتية لصفحاتها على شبكة الفيس بوك، ودورها في دعم العملية التعليمية من خلال دراسة تحليلية وميدانية، وأجريت الدراسة على صفحات الفيس بوك لأربعة من الجامعات المصرية والإماراتية وهي: جامعة القاهرة، وجامعة 6 أكتوبر من جمهورية مصر العربية، وجامعة الشارقة، والجامعة الأمريكية بدبي من دولة الإمارات العربية المتحدة. واعتمد الباحث على تحليل محتوى الصفحات الرسمية للجامعات موضع الدراسة على شبكة الفيس بوك، والتي تم التوصل إليها من خلال الموقع الرسمي للجامعة، وقد تم تحليل عدد (200) منشوراً بواقع (50) منشوراً لكل جامعة من الجامعات الأربع. وبلغت عينة الدراسة

(1) عبد المنعم مفتاح محمد فرج، دوافع استخدام طلاب الجامعات الليبية لموقع تويتر في الحصول على المعلومات السياسية والإشباعات المتحققة منه، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراتة، العدد 11، السنة 6، يونيو 2021، ص 177-211.

(2) بسام عطية المكاوي، توظيف الجامعات العربية لصفحاتها الرسمية على الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقتها بدعم العملية التعليمية: دراسة مسحية، مجلة كلية الآداب، جامعة بني سويف، الجزائر، العدد 50، يناير/ مارس 2019، ص 13-66.

الميدانية 358 مفردةً من متابعي هذه الصفحات، تنوّعت بين طالب، وأكاديميين، وعاملين في الجامعة، وفئات أخرى مثل أولياء أمور، أو مهتمين بالشأن الجامعي. وتوصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: أنّ صفحات الجامعات الحكومية محل الدراسة على مواقع التواصل كانت أكثر مساعدة للطلبة في اتخاذهم لقراراتهم الجامعية أو المهنية، ومصدر من مصادر تشكيل اتجاهاتهم نحو الجامعة، وفي المقابل أظهرت النتائج ارتفاع نسبة دافع التفاعل مع الآخرين بين متابعي صفحات الجامعات الخاصة بصورة أكبر من الجامعات الحكومية. وأوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من الخصائص التفاعلية لموقع الفيس بوك وتطبيقاته المختلفة وتفعيلها على صفحات الجامعات العربية عبر هذه الوسيلة.

دراسة سحر غريب(2015)⁽¹⁾ بعنوان: استخدام الطلاب للصفحات الرسمية لجامعاتهم على موقع فيسبوك والإشباع المتحققة لديهم، تهدف لرصد وتحليل كيفية استخدام الجامعات المصرية الحكومية والخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا فيسبوك للتواصل مع طالبها، وقد توصّلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها أنّ هناك جوانب إيجابية متعلّقة باستخدام الطالب للصفحات الرسمية لجامعاتهم على فيسبوك، ومن أبرز الإشباع التي حققها الطالب من استخدام صفحات جامعاتهم هي الإشباع المعرفية والاجتماعية والتسلية وتحقيق الذات.

دراسة حياة رحو (2015)⁽²⁾ بعنوان: مضامين صفحات الجامعات على موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، وتناولت الصفحة الرسمية لجامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجًا من خلال تحليل جميع منشوراتها على الصفحة، وانطلقت الدراسة من فرضية أنّ أنواع المضامين التي تنشرها الصفحة خاصة بالتسجيلات الجامعية، وهي فرضية نفتها نتائج الدراسة، وتوصّلت إلى أنّ طريقة عرض المنشورات في الصفحة تختلف حسب طبيعة وهدف كل منشور من حيث اللغة المستعملة، والوسائط المتعدّدة والروابط المرتبطة بمضمونها.

(1) سحر أحمد غريب، استخدام الطلاب للصفحات الرسمية لجامعاتهم على موقع فيسبوك و الإشباع المتحققة لديهم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة

القاهرة، المجلد 18، العدد4، ديسمبر 2019، ص243-287.

(2) حياة رحو، مضامين صفحات الجامعات على فيسبوك: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية للتواصل لجامعة محمد خيضر بسكرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة

قاصد مرياح، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2015.

دراسة الكندي، الرشيدى (2016)⁽¹⁾ بعنوان: استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية و الإشباعات المتحققة، وتهدف الدراسة إلى وصف وتفسير استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية والإشباعات المتحققة، اعتمادًا على مدخل الاستخدامات و الإشباعات، وباستخدام منهج المسح الإعلامي، لعينة حصرية من 394 متطوعًا من طلبة جامعة السلطان قابوس لمرحلة البكالوريوس، في فصل الربيع 2013، وخلصت الدراسة إلى أنّ اليوتيوب (YouTube) كان أكثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية استخدامًا لدى المبحوثين، يليه جوجل بلس (Google Plus)، وفيسبوك (Facebook) وتويتر (Twitter)، وانستجرام (Instagram) وأنّ الموضوعات الأكثر تفضيلاً على هذه الشبكات هي الموضوعات الترفيهية والثقافية والاجتماعية، وأنّ هذه الشبكات يعتمد عليها المبحوثون للتواصل، والحصول على الأخبار والمعلومات، وممارسة حرية الرأي والتعبير وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أنّ معظم المبحوثين الذكور يفصحون عن أسمائهم الحقيقية، بينما تتحفّظ عليها معظم المبحوثات، وأنّ استخدام هذه الشبكات لا يتجاوز ثلاث ساعات يومياً، واستخدامها قد قلّ من استخدام وسائل الإعلام الأخرى. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ أهم دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، تلخّصت في حب الاستطلاع والبحث عن الأخبار والمعلومات. وأمّا أهم الإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام تمثلت في الحصول على الأخبار والمعلومات والتواصل مع الأصدقاء والتسلية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث والأوضاع القائمة، وذلك بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها؛ لاستخلاص دلالاتها، أو إصدار تعميمات بشأنها⁽²⁾ فالدراسات الوصفية تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة⁽³⁾ وأنّ استخدام هذا النوع من الدراسات يفيد هذه الدراسة للتعرف على نوع وأغراض ومحتوى المنشورات على

(1) عبد الله بن خميس الكندي، هلال بن علي الرشيدى، استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية و الإشباعات المتحققة:

دراسة تحليلية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد 13، العدد 1، 2016، ص 115 - 143.

(2) السيد احمد مصطفى عمر، البحث العلمي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، منشورات جامعة قار يونس، بنغازي، 1994، ص 109، ص 179.

(3) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 13.

صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على شبكة الفيس بوك، وأشكال تفاعل الجمهور المستخدم نحوه، وقد استعان الباحث في هذه الدراسة بالمنهجين التاليين:

المنهج المسحي:

وهو أحد أشكال المنهج الوصفي، ومن أهم الأساليب المنهجية التي تستخدم في البحوث العلمية، وهو يتجه إلى توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات أو الأوضاع الاجتماعية، وتحليل تلك الأوضاع للوقوف على الظروف المحيطة بها، والأسباب الدافعة إلى ظهورها.⁽¹⁾ حيث يمثل "منهج المسح جهدًا علميًا منظمًا للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة".⁽²⁾ وقد استخدم الباحث هذا المنهج لغرض تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

- المنهج الكيفي:

يعد المنهج الكيفي أحد أنواع البحوث التي يتم اللجوء إليها في سبيل الحصول على فهم معمق ووصف شمولي للظاهرة الاجتماعية، فهو منهج قوامه دراسة الإنسان والواقع الاجتماعي بأبعاده المختلفة، وينطوي على خيال منهجي كيفي يستقرئ الواقع، ويقرأ المستقبل، ويدرس الإنسان بمختلف أدواته المعرفية كالملاحظة بالمشاركة، والمقابلة الحرة والمعمّقة، ومقابلة الخبراء والمحادثة الجماعية.⁽³⁾ باعتبارها أدوات منهجية يتمكّن الباحث من خلالها سبر أغوار المبحوثين، ووصف المواقف والوقائع عن قرب.⁽⁴⁾ وقد تم استخدام هذا المنهج في عمليات تحليل وتفسير نتائج المقابلات التي أجراها الباحث؛ لغرض الحصول على معلومات وبيانات تخدم أهداف الدراسة.

مجتمع الدراسة:

(1) السيد أحمد مصطفى، البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، بنغازي، منشورات جامعة قار يونس، ص217.

(2) عاطف عدلي العبد، دراسات في الإعلام العماني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1990، ص173.

(3) عبد القادر عبد الله عرابي، المناهج الكيفية في العلوم الاجتماعية، دار الفكر، دمشق، 2007، ص195.

(4) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص279.

يقصد بمجتمع الدراسة جميع المفردات والأشياء التي نريد معرفة حقائق معينة عنها،⁽¹⁾ ويعد مجتمع البحث من أهم الخطوات الأساسية التي يجب على الباحث تحديدها بشكل دقيق، ولمعرفة مجتمع البحث لابد من تحديد المجتمع الأصلي، وذلك بمعرفة مميزاته، وصفاته، وخصائصه، ومعرفة ما إذا كان موزعاً في شكل طبقات أو فئات متجانسة.⁽²⁾ وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع الدراسة في الآتي:

أولاً: مجتمع وعينة دراسة تحليل المضمون:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في عينة من منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على شبكة الفيس بوك، خلال فصلي الخريف والربيع للعام الدراسي 2024/2023، أي منذ بداية فصل الخريف يوم 2 نوفمبر 2023م، وحتى تاريخ نهاية فصل الربيع والإعلان عن نتائج الامتحانات بمنشور على صفحة الكلية، تم نشره يوم 2024/8/8. حيث تم خلال هذه الفترة مسح كل المنشورات، والتي بلغ عددها 95 منشورًا، خضعت كلها للفحص والتحليل.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

تم تطبيق استبيان الكتروني على عينة من الذين يتابعون ويتفاعلون مع صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك، سواء بالتعليق أو الإعجاب، حيث قام الباحث بنشر رابط الاستبيان على حائط صفحة الكلية محل الدراسة يوم 11 يوليو 2024، وكذلك تم إرسال رابط الاستبيان إلى أصحاب المراسلات الواردة إلى بريد صفحة كلية الدراسة للإجابة عن الأسئلة الواردة في الاستبيان الإلكتروني، وبعد أكثر من شهر استطاع الباحث الحصول على ردود 60 مفردة، وهو ما يمثل عينة البحث الميداني لهذه الدراسة.

أدوات جمع البيانات للدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام الأدوات التالية:

1- استمارة تحليل المضمون:

(1) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص109.

(2) حافظ عبد الرشيد بن عبد العزيز، أساسيات البحث العلمي، مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2012، ص199.

لغرض تحليل كل المحتوى المنشور في صفحة الكلية محل الدراسة بطريقة كمية للتعرف على ما تحتوي عليه من نقاط رئيسية، وما يستهدف توصيله من معلومات معينة لمستخدمي الصفحة، "وذلك بالاعتماد على الأسلوب الكمي في عمليات التحليل بهدف القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية".⁽¹⁾ حيث قام الباحث بإعداد استمارة تحليل المضمون، و تحتوي على فئات التحليل المتصلة بجوانب المشكلة المختلفة وفقاً لأهداف وتساؤلات الدراسة.

2- الاستبيان الإلكتروني:

قام الباحث بإعداد استبيان إلكتروني "الذي يتيح إمكانية الوصول إلى نوعيات متباينة من المبحوثين لا يمكن الوصول إليهم بوسائل اتصال أخرى"⁽²⁾ وقد تضمن هذا الاستبيان على ثمانية أسئلة، حول درجة تفاعل ورضا المبحوثين عن منشورات صفحة الكلية محل الدراسة خلال فترة الدراسة، وفقاً للأهداف المحددة لها.

3- المقابلة:

تعرف المقابلة بأنها "تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف مباشر، حيث يحاول أحدهما وهو القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات أو المتغيرات لدى المبحوث، أو التي تدور حول آرائه ومعتقداته"⁽³⁾، وتعد بحوث الصحافة من أنسب المجالات التي يستخدم فيها أسلوب المقابلة، نظراً لحاجة معظم هذه البحوث، إلى اللقاء المباشر مع المبحوثين.⁽⁴⁾ وقد استطاع الباحث إجراء مقابلات إلكترونية وميدانية، مع كل من مشرف صفحة (admin) كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك، ورئيس قسم الإعلام الإسلامي بالكلية، وكذلك مسجل عام الكلية، بهدف الحصول على بيانات ومعلومات تساهم في إثراء الدراسة، وتحقيق جزءاً من أهدافها.

(1) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط 2، القاهرة، عالم الكتاب، 2006، ص233.

(2) عبد الملك الذناني، سامية أحمد هاشم، مناهج بحوث الاتصال الحديثة، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2016، ص124.

(3) عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، القاهرة، مطبعة لجنة ألبان العربية، 1988، ص63.

(4) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص118.

اختبار الصدق والثبات:

قام الباحث بعرض استمارة تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان على مجموعة من الأكاديميين والخبراء (*) وذلك لغرض الحكم على مدى ملاءمتها في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، وقد أفادوا بصلاحيته ما بعد إجراء بعض التعديلات عليهما بما يحقق أهداف الدراسة، ويجب عن تساؤلاتها. وفيما يعلق بثبات أداتي الدراسة فقد استخدم الباحث أسلوب تكرار التحليل على عينة من منشورات الصفحة، وتحصل على نفس النتائج، أمّا صحيفة الاستبيان فقد أرسلت إلى عينة بسيطة من المبحوثين، على مرتين وتحصل الباحث على نفس النتائج تقريبًا. مما يدل على صلاحية أداتي الدراسة للقياس والتحليل.

الإطار النظري للدراسة:

الفييس بوك؛ فضاء تفاعلي:

إنّ فكرة اعتبار العلاقات الاجتماعية "شبكة"، وأنّ خصائص هذه الشبكة يمكن استعمالها لتفسير بعض جوانب سلوك الأفراد المنخرطين فيها، وقد انتشرت بسرعة كبيرة بعد أن قدّم عالم الأنثروبولوجيا "جون بارنس" 1918 (John Barnes)، الفكرة لأول مرة في بحث رصين (1954) لوصف نظام العلاقات الاجتماعية الذي شعر بأنّها مهمة لفهم السلوك الاجتماعي لأفراد بحثه في مجتمع "برمنس" النرويجي. وطورت الفكرة فيما بعد حتى أصبحت مفيدة تحليليا. (1) فالشبكات هي بناء اجتماعي (Social structure) مكوّن من أفراد أو جماعات (مؤسسات، منظمات) مرتبطة ببعضها البعض من خلال علاقة اعتمادية أو أكثر، مثل علاقة قرابة، صداقة، أو تجمعهم أمور مشتركة أو اهتمامات متشابهة، سواء أكانت تلك الاهتمامات عقائدية، اقتصادية، اجتماعية أم سياسية. (2) ويعد الفيس بوك أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تحتل موقعا مهمًا بين وسائل الاتصال والأكثر استخدامًا وتأثيرًا على مستوى العالم، انطلق موقع الفيس بوك كنتاج غير

* تم عرض استمارة تحليل المضمون على السادة المحكمين التالية أسماؤهم:

- أ.د. عابدين الدردير الشريف: أستاذ الإعلام بالجامعات الليبية.

- أ.د. عمران الهاشمي المجذوب: أستاذ الإعلام بالجامعات الليبية.

- د. نادية حارث: أستاذ مساعد بكلية الآداب بالجامعة الأسمرية الإسلامية.

(1) أحمد سالم الأحمد، علم اجتماع الأسرة بين التنظير والواقع المتغير، دار الكتاب الجديد المتحدة، طرابلس، 2004، ص58.

(2) صونية عبديش، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2015، 03، ص54.

متوقع من موقع فيس ماش (Match Face) التابع لجامعة هارفارد، والذي يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص، ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد ابتكر مارك زوكربيرج (Mark Zuckerberg) موقع فيس ماش في 28 أكتوبر من عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية.⁽¹⁾

وتصنّف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوّع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العامل، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدّد ومنحصر في مجال معني مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس، وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة، ويتم نشر هذه البيانات علناً على الشبكة حتى يتجمّع الأعضاء أصحاب المصالح المشتركة، والذين يبحثون عن ملفات أو صور... إلخ.⁽²⁾

وإذا كان الفضاء العمومي كما تحدث عنه هابرماس يعني ذلك المجال الذي يتم فيه التحوار والمناقشة وتبادل الآراء، حول قضايا الشأن العام، ومسائل المواطنين السياسية والاجتماعية، والفضاء الذي يتيح للمواطن والسياسي إمكانية التواصل والتفاعل، لمناقشة قضايا مجتمعهم المختلفة، ففضاءات الإنترنت الاتصالية تعد تجسيداً فعلياً لما تحدث عنه "هابرماس"، وبالخصوص فضاء التدوين (la blogosphere)، الذي ينتعش بالحوارات والنقاشات العديدة، بين عدّة أطراف وشرائح من المجتمع، بدءاً من المواطن العادي، والصحفي ووصولاً إلى السياسي وهو ما يجعله وفقاً لبعض الباحثين يعد الفضاء الأمثل الذي يجسّد الفضاء العمومي.⁽³⁾ فالنتفاع الاجتماعي في مستواه الافتراضي يتم بين الأفراد بعضهم البعض أو الجماعات والأفراد، وقد يهمل الأفراد أو

(1) وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية -لبنان، 2017، ص195.

(2) فتيحة بوغازي، شبكات التواصل الاجتماعي وإشكالية الهوية المهنية للصحفي، مجلة LANCOMNET، مخبر البحث في اللغات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الجزائر 3، عدد إصدار خاص 2013، ص36.

(3) بشرى مداسي، الإعلام التفاعلي: دراسة في السمات التفاعلية -الأدوار - النظريات، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة الجزائر 3، المجلد 12، العدد 2، السنة 2022، ص182.

الجماعات تفاعلات مع أفراد آخرين داخل الشبكة، وقد يصل الأمر إلى غياب التفاعل لدى بعض الأفراد داخل الشبكة، ويسمى هؤلاء الأفراد بالسلبيين.⁽¹⁾

ويعرف محمود علم الدين التفاعلية؛ بأنها تطلق على الدرجة التي يكون فيها المشاركون في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها ويطلق على هذه الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، بمعنى أنّ هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه،⁽²⁾ وقد تعددت أشكال تفاعل المستخدم لشبكة الفيس بوك مع الموضوعات والأخبار المنشورة على صفحاته، ومنها ما يلي:⁽³⁾

التفاعل بالإعجاب: (Interaction with admiration) وتعني إظهار الإعجاب للمحتوي الموجود على الموقع، وهي متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والقنوات المنضمين لها.

2- التفاعل بالتعليق: (Comment interaction) هو شكل من أشكال التفاعل متاح بالصفحات الإخبارية بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "Facebook" حيث يُمكن لمستخدمين كتابة التعليقات (comment) حول القضايا التي تثير اهتمامهم ثم الضغط على زر (inter) وتتميز هذه الوسيلة بتحقيق آلية التفاعل بين المستخدمين.

التفاعل بالمشاركة: وتعني مشاركة المستخدمين للمحتوي الذي تقدمه الصفحات الإخبارية بموقع شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وتداوله بين المستخدمين عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم أو نشره على قروب مشترك بين المستخدمين أو موقع آخر من مواقع التواصل الاجتماعي.

(1) لامية طالة، نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران، 02، العدد 10، جوان 2009، ص182.

(2) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005، ص177.

(3) نهى صبري القطاونة، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأزمة الأفغانية "الفيسبوك نموذجاً"، مجلة الإعلام والفنون، الأكاديمية الليبية للدراسات العليا، العدد6، السنة الثانية، سبتمبر 2021، ص95، رابط المجلة (<https://amj.academy.edu.ly/ar/j>)

نشأة كلية الدعوة وأصول الدين:

تُعد كلية الدعوة وأصول الدين بزليتن إحدى كليات الجامعة الأسمرية الإسلامية التي تأسست عام 1417هـ-1996م، وقد تحوّلت إلى كلية بعد أن كانت قسماً من أقسام الجامعة الأسمرية للعلوم الإسلامية، بقرار الأمين المساعد لشؤون الخدمات رقم (260) لسنة 2004م بشأن تغيير الأقسام العلمية بالجامعة الأسمرية للعلوم الإسلامية إلى كليات، ثم صدر قرار مجلس الوزراء رقم (444) لعام 1434هـ/2013م بتقرير بعض الأحكام بشأن الجامعة الأسمرية الإسلامية، والذي نص في المادة الرابعة منه على دمج كلية الدعوة وكلية أصول الدين في كلية واحدة تحت اسم كلية الدعوة وأصول الدين، ورسالتها الريادة العلمية والمهنية في الدعوة إلى الإسلام، ونشر علوم القرآن الكريم والسنة النبوية، وخدمة الإعلام تأصيلاً وممارسةً، وتجديد الفكر الإسلامي، وتعليم القراءات القرآنية بواسطة تأهيل أطر متخصصة، تُسهم في تطوير المجتمع، وتهيئة بيئة تعليمية ذات جودة عالية.⁽¹⁾ ويبلغ عدد أعضاء هيئة التدريس بكلية الدعوة وأصول الدين 67 أستاذًا، ما بين درجات علمية مختلفة من حملة الماجستير والدكتوراه،⁽²⁾ وبحسب إحصائيات مكتب التسجيل بالكلية يبلغ عدد الطلبة بالكلية 220 طالبًا⁽³⁾، كما تمنح الكلية الإجازة الجامعية لليسانس في الأقسام التالية: قسم العقيدة والفكر الإسلامي، قسم التفسير والحديث، قسم القراءات القرآنية، قسم الدعوة والإمامة والخطابة، قسم أصول الدين، ويمنح درجة البكالوريوس بقسم الإعلام الإسلامي. وتضم في مرحلة الدراسات العليا الأقسام التالية: قسم العقيدة والفكر الإسلامي، ويضم شعبة العقيدة والفكر الإسلامي، قسم التفسير والحديث، ويضم شعبتين: شعبة تفسير القرآن وعلومه، وشعبة الحديث النبوي وعلومه، وقسم الدعوة والإمامة والخطابة، ويضم: شعبة الدعوة والثقافة الإسلامية.

إطلاق صفحة الكلية على الفيس بوك:

تم إنشاء صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على شبكة الفيس بوك يوم الثلاثاء بتاريخ 19 رجب 1437هـ الموافق 2016/4/26م، بتكليف مباشر من عميد الكلية الدكتور حسين عكاش، وأن تكون هذه الصفحة تحت إشراف ومتابعة قسم الإعلام الإسلامي بالكلية، حيث تناول أول

(1) الموقع الإلكتروني لكلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية: http://asmarya.edu.ly/dfc/?page_id=1523

(2) مقابلة مع مدير إدارة شؤون أعضاء هيئة التدريس، خالد بن صالح، بمكتبه يوم الأحد، الموافق 2024/9/8.

(3) مقابلة عبر الهاتف مع مسجل عام الكلية، عبد الرؤوف العنيزي، يوم الاثنين الموافق 2024/9/16.

منشور لها معلومات تعرّف بالكلية وأهدافها ورسالتها ورؤيتها، وقد استمرت هذه الصفحة في عمليات النشر لأخبار وإعلانات ونشاطات الكلية طيلة هذه الفترة، حققت خلالها انتشاراً كبيراً بين طلبة الكلية وغيرهم من خلال الإعجابات والمتابعة، وبحسب الإحصائيات الواردة لدى إدارة الصفحة يبلغ عدد المتابعين لهذه الصفحة 7011 متابعًا، نسبة الذكور منهم 73.80%، ونسبة الإناث 26.20%، من جنسيات مختلفة، وهي على النحو التالي:

النسبة	عدد المتابعين	البلد
88.1%	6175	ليبيا
5.7%	401	نيجيريا
2.1%	148	مصر
0.9%	65	الجزائر
0.6%	45	المغرب
0.6%	43	تونس
0.5%	36	الأردن
0.5%	35	تاييلاند
0.5%	34	تركيا
0.4%	29	السعودية
100.0%	7011	المجموع

نلاحظ من خلال هذه الإحصائيات أنّ أغلب المتابعين والمعجبين بصفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك كانت جنسياتهم ليبية، وبنسبة 88.1%، وهي نتيجة طبيعية ومتوقّعة، بينما في المرتبة الثانية حازت جنسية نيجيريا بنسبة 5.7%، ربما بسبب وجود بعض الطلبة من نيجيريا يدرسون بالكلية منذ سنوات، يلي ذلك جاءت الجنسية المصرية، وبنسبة أقل بلغت 2.1%، بينما تراجعت نسب باقي جنسيات المتابعين والمعجبين بصفحة الدراسة، كما هو موضّح بالجدول السابق.

نستنتج ممّا سبق إنّ منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على الفيس بوك، تصل إلى جمهور متنوّع، من جنسيات مختلفة لدول إسلامية تقع في افريقيا وآسيا.

ومن خلال المتابعة والملاحظة المتعمدة لصفحة كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية، لاحظ الباحث أنها تلتزم بسياسة تحرير واضحة ومحددة تتمثل في نشر أخبار الكلية والجامعة وكذلك الإعلانات المتعلقة بالدراسة والامتحانات، ولا تنشر أي موضوعات أو مضامين لها آراء أو ميول أو توجهات دينية أو سياسية منذ ثماني سنوات من تأسيسها.

قسم الإعلام الإسلامي وأهدافه:

يُعدُّ قسم الإعلام الإسلامي أول قسم علمي على مستوى كليات الجامعات الليبية يمزج الإعلام بالدين الإسلامي، ويجمع بين الأصالة والمعاصرة، حيث يعمل على تحقيق رسالة كلية الدعوة وأصول الدين، من خلال إعداد كوادر دعوية إعلامية، قادرة على حمل رسالة الإسلام الصحيحة البعيدة عن الغلو و التطرف، عبر وسائل إعلام تُسهم بإيجابية في الحوار الحضاري والتفاعل الثقافي، وتخدم بذلك المجتمع الليبي على وجه الخصوص، والمجتمع العربي والإسلامي والإنساني على وجه العموم.⁽¹⁾ وقد تأسس قسم الإعلام الإسلامي سنة 2010 بقرار من الجامعة الأسمرية الإسلامية، ويسعى إلى تحقيق رؤية كلية الدعوة وأصول الدين رسالتها وأهدافها،⁽²⁾ ومن خلال مخرجات القسم من حملة البكالوريوس في الإعلام المتخصص بالمجال الإسلامي، على اعتبار أنّ الطلبة يدرسون موادًا إعلامية وأخرى دينية متنوّعة في الفقه والعبادات والحديث الشريف والعقيدة. وبالتالي تتلخّص أهداف قسم الإعلام الإسلامي في الآتي:⁽³⁾

فهم أخلاقيات العمل الإعلامي في ضوء المرجعية الإسلامية والخصوصية الثقافية للمجتمع الليبي.

إعداد إعلاميين قادرين على الإسهام في المحافظة على الهوية الإسلامية واللغة العربية، ومدركين للغزو الفكري والثقافي.

تعلم علوم الاتصال والنظريات الإعلامية وتوظيفها في معالجة القضايا الإعلامية في المجتمع الليبي بما يتوافق و مقاصد الشريعة الإسلامية.

(1) مقابلة مع: أحمد مفتاح زربيط، رئيس قسم الإعلام الإسلامي، بكلية الدعوة وأصول الدين، الجامعة الأسمرية الإسلامية، زليتن، ليبيا 2024.

(2) الموقع الإلكتروني الرسمي لكلية الدعوة وأصول الدين: <http://asmarya.edu.ly/dfr/>

(3) المرجع السابق.

إكساب الطلبة مهارات التعامل مع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مختلف التخصصات الإعلامية.

إثراء البحث العلمي في مجال الإعلام المتخصص وإعداد الباحثين وتأهيلهم للالتحاق ببرامج الدراسات العليا في التخصصات الإعلامية المختلفة.

نتائج الدراسة التحليلية:

قام الباحث بتحليل منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك خلال فصلي الدراسة، الخريف والربيع للعام الجامعي 2024/2023، التي بدأت رسميًا بتاريخ 2023/11/2 إلى غاية آخر منشور بتاريخ 2024/8/8، والبالغ عدد 95 منشورًا، ومحتوى اتصالي.

مضمون المنشورات على صفحة الكلية بالفيس بوك:

جدول رقم (1)

يبين مضمون المنشورات على صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	مضمون المنشور
1	%38.9	37	موضوعات خاصة بالطلبة
5	%5.3	5	ندوات ومؤتمرات ومحاضرات علمية
3	%12.6	12	موضوعات خاصة بأساتذة الكلية
4	%11.6	11	موضوعات ومعلومات خاصة بالدراسة والامتحانات
2	%23.2	22	أنشطة وبرامج ثقافية للكلية والجامعة
6	%4.2	4	موضوعات اجتماعية (تهاني، تعازي)
9	%0.0	0	موضوعات خاصة بالموظفين والإداريين بالكلية
7	%3.2	3	إعلانات عن المناسبات الدينية والوطنية
8	%1.1	1	أخرى
	%100.0	95	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم (1) يتضح لنا أنّ الموضوعات الخاصة بالطلبة جاءت أولاً من بين كل المنشورات على صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك، وبنسبة مئوية بلغت 38.9%، وهي نتيجة متوقعة على اعتبار أنّ من أهداف إنشاء الصفحة نشر الأخبار والموضوعات المتعلقة بالطلبة الدارسين بالكلية والجامعة، فيما حلت في المرتبة الثانية منشورات الأنشطة والبرامج الثقافية للكلية والجامعة بنسبة 23.2%، بينما تراجعت نسبة نشر الموضوعات الخاصة بأساتذة الكلية حيث جاءت في المرتبة الثالثة، وسجلت ما نسبته 12.6%، وفي المرتبة الرابعة ظهرت المنشورات الخاصة بموضوعات ومعلومات عن الدراسة والامتحانات وبنسبة 11.6%، أمّا باقي الفئات فقد سجلت نسباً متدنية ومقاربة، باستثناء فئة الموضوعات الخاصة بالموظفين والإداريين بالكلية، فقد جاءت صفرية ولم تسجل أي تكرار، كما يشار إلى أنّ فئة أخرى تمثلت في خبر زيارة المستشار الثقافي لسفير جمهورية الجزائر للجامعة الأسمرية الإسلامية يوم الخميس الموافق 2024/1/25.

أشكال تفاعل الجمهور مع منشورات صفحة الكلية:

جدول رقم(2)

يبين أشكال تفاعل المستخدمين للصفحة

الترتيب	النسبة	التكرار	أشكال تفاعل المستخدمين للصفحة
1	40.6%	95	إعجاب
2	30.8%	72	تعليق
3	28.6%	67	مشاركة
	100.0%	234	المجموع

البيانات الواردة في الجدول رقم(2) تبين لنا أنّ الجمهور المستخدم لصفحة كلية الدعوة وأصول الدين على شبكة الفيس بوك، يتفاعل مع منشوراتها بأشكال مختلفة، حيث تفاعل المستخدمون بالإعجاب لكل منشورات صفحة الكلية محل الدراسة و بنسبة بلغت 40.2%، وفي المرتبة الثانية جاء التفاعل بالتعليق على المنشورات بنسبة 30.8%، بينما حل في المرتبة الثالثة التفاعل بالمشاركة بنسبة 28.6%، هذه النتيجة تبين لنا أنّ الجمهور المتابع لصفحة كلية الدعوة وأصول

الدين على شبكة الفيس بوك يتفاعل مع منشورات الصفحة بأشكال مختلفة بلغت 234 تكرار في كل منشورات صفحة الكلية خلال فترة الدراسة.

عدد الإعجابات بمنشورات صفحة الكلية:

جدول رقم(3)

يبين عدد الإعجابات بالمنشورات على صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	عدد الإعجابات للمنشورات
4	%0.0	0	من 1-9
3	%10.5	10	من 10-19
2	%12.6	12	من 20-29
1	%76.8	73	30 فأكثر
4	%0.0	0	لا يوجد إعجاب
	%100.0	95	المجموع

يوضح الجدول السابق رقم(3) المتعلق بعدد إعجاب المستخدمين بمنشورات صفحة الكلية محل الدراسة، أنّ المنشورات التي حظيت بإعجاب من 30 معجب فأكثر جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 65.2%، بينما المنشورات التي لم تتل إعجاب المتابعين فقد سجلت المرتبة الثانية وبنسبة بلغت 15.2%، فيما حلت فئة الإعجاب من 20-29 المرتبة الثالثة وبنسبة 10.7%، يليها فئة من 10-19 بنسبة 8.9%، أما فئة من 1-5 فقد جاءت أخيراً بنسبة صفرية، ممّا يعكس لنا أنّ منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على شبكة الفيس بوك تحظى بعدد مرتفع من إعجاب المتابعين لها.

عدد التعليقات على المنشورات:

جدول رقم(4)

يبين عدد التعليقات على منشورات صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	عدد التعليقات على المنشورات
1	%48.4	46	من 1-9
3	%12.6	12	من 10-19
5	%4.2	4	من 20-29
4	%10.5	10	30 فأكثر
2	%24.2	23	لا يوجد تعليق
	%100.0	95	المجموع

وفيما يتعلّق بعدد التعليقات على منشورات صفحة الكلية محل الدراسة، وكما هو مبين بالجدول رقم(4) نجد أنّ عدد التعليقات الذي يتراوح ما بين 1 إلى 9 تعليقات؛ جاءت أولاً بنسبة مئوية بلغت %48.4، يلي ذلك المنشورات التي لا يوجد بها تعليق بنسبة %24.2، وهي نسبة مرتفعة بعض الشيء تعكس تراجع تفاعل المتابعين للصفحة بالتعليق على منشوراتها، وهي عادة ما تكون منشورات تتعلّق بالإعلانات عن جداول الامتحانات ومواعيد بداية الفصل الدراسي، أمّا في المرتبة الثالثة فقد حلّت الفئة من 10-19 تعليقاً، وبنسبة مئوية منخفضة بلغت %12.6، يليها بنسبة أقلّ فئة 30 تعليقاً فأكثر بنسبة %10.5، وأخيراً جاءت فئة من 20-29 تعليقاً بنسبة متدنية مقدارها %4.2.

عدد مشاركات منشورات صفحة الكلية:

جدول رقم(5)

يبين عدد مشاركات منشورات صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	عدد المشاركات لمنشورات الصفحة
1	%64.2	61	من 1-9
3	%6.3	6	من 10-19
4	%0.0	0	من 20-29

4	%0.0	0	30 فأكثر
2	%29.5	28	لا يوجد مشاركة
	%100.0	95	المجموع

الجدول رقم (5) يبين لنا أنّ عدد المشاركات من 1-9 لمنشورات صفحة الكلية محل الدراسة جاء أولاً وبنسبة 64.2%، بينما المنشورات التي لا يوجد لها مشاركة حلت ثانياً بنسبة 29.5%، وفي المرتبة الثالثة سجلت فئة من 10-19 مشاركة بنسبة 6.3%، بينما باقي فئات مشاركة منشورات الصفحة جاءت صفرية ولم تسجل أي تكرار. نستنتج ممّا سبق أنّ تفاعل المستخدمين بالمشاركة أغلبه جاء بمعدل من 1-9 لمنشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك.

الوسائط المتعدّدة المستخدمة مع منشورات صفحة الكلية:

جدول رقم (6)

يبين الوسائط المتعدّدة المستخدمة مع منشورات صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	الوسائط
1	%45.4	74	صورة
4	%3.7	6	فيديو
7	%0.0	0	انفوجرافيك
2	%36.2	59	هاشتاق #
5	%2.5	4	بث مباشر
3	%11.7	19	روابط خارجية
7	%0.0	0	رسوم وخرائط
6	%0.6	1	لا يوجد
	%100.0	163	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (6) أنّ أكثر الوسائط المتعدّدة المستخدمة مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة كانت الصورة الثابتة؛ حيث جاءت أولاً بنسبة مئوية مقدارها 45.4%، وهي نتيجة متوقعة باعتبار أنّ استخدام الصورة يعد من أهم الوسائل لتحسين شكل الصفحة ومحتواها بفاعلية

أكبر، ذلك أنّ الصورة تجذب القراء إلى الصحيفة، وعن طريقها يمكن توصيل المعلومات إلى القراء،⁽¹⁾ فهي عنصر مهم في استكمال الموضوعات الصحفية على اختلاف أنواعها وتوضيحها، أو التدليل عليها، أو شرحها وتحديد أبعادها.⁽²⁾ وفي المرتبة الثانية ظهر الهاشتاق# بنسبة 36.2% باعتباره أداة تساعد في جذب انتباه الجمهور المستهدف، وزيادة فرص رؤية المحتوى من قبل جمهور جديد، فيما جاءت وسائط الروابط الخارجية ثالثاً بنسبة 11.7% وهي روابط لموقع الجامعة التي ينشر فيها بعض الأمور والموضوعات التي تهتم الكليات التابعة لها، والمتعلقة بالعملية التعليمية والإدارية، بينما ظهر وسيط الفيديو رابعاً بنسبة منخفضة مقدارها 3.7% وهو ما يعد قصوراً من إدارة الصفحة في توظيف الفيديو في عمليات النشر للاستفادة من مزاياه في الإقناع وجذب الجمهور نحو الرسالة، كما تدنّت نسبة استخدام البث المباشر على الصفحة حيث سجلت ما نسبته 2.5%، اقتصر على بعض الأنشطة التي نظمتها الكلية، وتمثلت في المسابقة القرآنية ومحاضرة لأحد أعضاء هيئة التدريس بالمدرج لطلبة الكلية خلال فصلي الخريف والربيع من العام الدراسي 2024/2023، أمّا وسائط الرسومات والخرائط فلم تسجل أي تكرار، وهو ما يعد قصوراً من إدارة الصفحة في عدم استخدامها هذه الأداة مع منشورات الصفحة طيلة فترة الدراسة.

أشكال التحرير والنشر المستخدمة مع منشورات صفحة الكلية:

جدول رقم (7)

يبين أشكال التحرير والنشر المستخدمة مع منشورات صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	أشكال التحرير والنشر
1	46.3%	44	الخبر
6	0.0%	0	المقال
3	15.8%	15	تقرير
5	1.1%	1	مقابلة
5	1.1%	1	تعليق على حدث
4	2.1%	2	نص على خلفية فيسبوك

(1) حسنين شفيق، الإخراج الصحفي الإلكتروني، رحمة برس للنشر والطباعة، القاهرة، 2007، ص117.

(2) نعمات أحمد عثمان، فنون التحرير الصحفي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2009، ص167.

2	%33.7	32	إعلانات
6	%0.0	0	رسوم ساخرة
	%100.0	95	المجموع

إنَّ تعدد الأشكال الصحفية يضمن معالجة الوقائع والظواهر والتطورات من جوانب مختلفة وبمستويات مختلفة،⁽¹⁾ ومن خلال الجدول رقم (7) يتضح اعتماد صفحة الكلية محل الدراسة على الخبر والإعلانات، ثم التقرير في عمليات النشر، حيث جاء الخبر أولاً بنسبة 46.3%، يليه بدرجة أقل الإعلانات بنسبة 33.7%، بعد ذلك حلَّ التقرير ثالثاً بنسبة 15.8%، فيما تدنَّت نسبة باقي أشكال التحرير والنشر الأخرى، باستثناء المقال والرسوم الساخرة؛ فلم يسجل أي تكرار وجاءت نسبتهما صفرية.

إجمالاً يمكن القول إنَّ صفحة الكلية محل الدراسة تعتمد على الأشكال الإخبارية في نشر موضوعاتها وموادها على الفيس بوك، وربما بسبب سياسة التحرير المعتمدة لديها، وهي الإخبار والإعلام للجمهور المتابع لصفحتها، والتي تتعلَّق بالدرجة الأولى بالكلية من حيث النشاطات والزيارات والاجتماعات والجداول الدراسية وغيرها، وعدم نشر أي مواد تحمل رأياً ممَّا قد يترتب عليه من خلاف و تجاوزات قد تؤثر في تحقيق أهدافها المتمثلة في تعليم طلبة الكلية بالتخصُّصات المختلفة لديها.

مصدر الأخبار والمعلومات المنشورة على الصفحة:

جدول رقم (8)

يبين مصدر الأخبار والمعلومات المنشورة على صفحة الكلية

النسبة	التكرار	مصدر المنشورات
%88.4	84	مصادر داخلية
%11.6	11	مصادر خارجية
%0.0	0	لا توجد مصادر
%100.0	95	المجموع

(1) أديب خضور، مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، ط2، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2000، ص56.

الجدول رقم(8) يوضح لنا أنّ كل الأخبار والمعلومات المنشورة بصفحة الكلية محل الدراسة كانت تستقى من المصادر الداخلية والخارجية، حيث جاء الاعتماد على المصادر الداخلية بنسبة عالية بلغت 88.4%، فيما تراجعت نسبة الاعتماد على المصادر الخارجية وسجلت 11.6%. وبالتالي فالتنوع والتوازن في مصادر الأخبار والمعلومات يعد أمرًا مرغوبًا في مهنة الإعلام، لتحقيق التنوع في المصادر وإقناع المتلقي بالرسالة المنشورة.

الجمهور المستهدف من المنشورات على صفحة الكلية:

جدول رقم(9)

يبين الجمهور المستهدف من المنشورات على صفحة الكلية

الترتيب	النسبة	التكرار	الجمهور المستهدف
1	43.2%	41	طلبة
4	15.8%	15	أساتذة الكلية
5	2.1%	2	موظفون بالكلية
2	21.1%	20	كل ما سبق ذكره
3	17.9%	17	جمهور عام (خارج الكلية)
	100.0%	95	المجموع

من خلال الجدول رقم(9) نلاحظ أنّ فئة الطلبة هم الأكثر استهدافًا من منشورات صفحة الكلية محل الدراسة، حيث حلت أولاً بنسبة 43.2%، وهي نتيجة متوقعة باعتبار أنّ من أهداف الصفحة هو نشر كل ما هو يتعلّق بالإجراءات التعليمية والإدارية التي تهتم طلابها خلال فصول الدراسة، بينما جاءت فئة كل ما سبق ثانيًا بنسبة 21.1%، وربما يحسب لمنشورات الصفحة تنوعها في فئات الجمهور المستهدف، يلي ذلك جاءت بنسبة أقلّ فئة جمهور عام من خارج الكلية بنسبة 17.9%، بعد ذلك فئة أساتذة الكلية بنسبة 15.8%، وأخيرًا بنسبة متدنية فئة موظفي الكلية بنسبة 2.1%. إجمالاً يمكن القول إنّ منشورات صفحة الكلية محل الدراسة ركزت على جمهور الطلبة خلال فترة الدراسة وأهملت موضوعات وأخبار الموظفين بالكلية.

استفسارات الجمهور على منشورات صفحة الكلية:

جدول رقم(10)

يبين استفسارات الجمهور على منشورات صفحة الكلية

النسبة	التكرار	استفسارات الجمهور على المنشورات
21.1%	20	توجد استفسارات
78.9%	75	لا توجد استفسارات
100.0%	95	المجموع

فيما يتعلق باستفسار الجمهور على منشور الصفحة محل الدراسة نلاحظ من خلال الجدول رقم(10) أنّ أغلب المنشورات لا توجد عنها استفسارات، بينما المنشورات التي جاء عنها استفسارات حلت بنسبة 21.1%. وهذه النتيجة تعكس لنا أنّ أغلب منشورات الصفحة عبارة عن أخبار وإعلانات، كما هو مبيّن بالجدول رقم(7).

الرد على استفسارات الجمهور المستخدم للصفحة:

جدول رقم(11)

يبين الرد على استفسارات الجمهور المستخدم لصفحة الكلية

النسبة	التكرار	الرد على استفسارات الجمهور
75.0%	15	يتم الرد
25.0%	5	لا يتم الرد
100.0%	20	المجموع

الجدول رقم(11) يوضح لنا أنّ أغلب الاستفسارات الواردة من الجمهور المستخدم لصفحة الكلية محل الدراسة يتم الرد عليها، حيث جاء نسبة الرد على الاستفسارات بنسبة 75.0%، وهو ما يحسب لإدارة الصفحة في التفاعل مع الجمهور والتواصل معهم من خلال الرد على تعليقاتهم والرد عليها، مما يساعد في بناء علاقة قوية مع الجمهور وتشجيعهم على التفاعل بشكل مستمر، أما الاستفسارات التي لم يتم الرد عليها فسجلت ما نسبته 25.0%.

علاقة مضمون منشورات الصفحة بأشكال تفاعل المستخدمين:

جدول رقم(12)

يبين علاقة مضمون منشورات الصفحة بأشكال تفاعل المستخدمين نحوه

الإجمالي		مشاركة		تعليق		إعجاب		أشكال التفاعل مضمون المنشورات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%38.0	89	%34.3	23	%40.3	29	%38.9	37	موضوعات خاصة بالطلبة
%3.4	8	%3.0	2	%1.4	1	%5.3	5	ندوات ومؤتمرات ومحاضرات علمية
%12.8	30	%13.4	9	%12.5	9	%12.6	12	موضوعات خاصة بأساتذة الكلية
%13.2	31	%13.4	9	%15.3	11	%11.6	11	موضوعات ومعلومات خاصة بالدراسة والامتحانات
%23.5	55	%28.4	19	%19.4	14	%23.2	22	أنشطة وبرامج ثقافية للكلية والجامعة
%4.7	11	%4.5	3	%5.6	4	%4.2	4	موضوعات اجتماعية (تهاني، تعازي)
%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	%0.0	0	موضوعات خاصة بالموظفين والإداريين بالكلية
%3.0	7	%1.5	1	%4.2	3	%3.2	3	إعلانات عن المناسبات الدينية والوطنية
%1.3	3	%1.5	1	%1.4	1	%1.1	1	أخرى
%100.0	234	%100.0	67	%100.0	72	%100.0	95	المجموع

النتائج الواردة في الجدول رقم (12) توضح لنا علاقة مضمون منشورات الصفحة محل الدراسة بأشكال تفاعل المستخدمين، حيث نالت الموضوعات الخاصة بالطلبة التفاعل الأكثر من قبل المستخدمين، وسجلت ما نسبته %38.0 من إجمالي أشكال التفاعل، بينما حل في المرتبة الثانية أنشطة وبرامج ثقافية للكلية والجامعة بنسبة %23.5، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت فئة

موضوعات ومعلومات خاصة بالدراسة والامتحانات بنسبة منخفضة بلغت 13.2%، يلي ذلك مباشرة فئة موضوعات خاصة بأساتذة الكلية بنسبة 12.8%، أما باقي الفئات فقد سجلت متدنية لأشكال تفاعل المستخدمين، باستثناء فئة موضوعات خاصة بالموظفين والإداريين بالكلية فقد سجلت نسبة صفرية، بسبب عدم وجود موضوعات أصلاً نشرت على الصفحة محل الدراسة، وهو ما يعد قصوراً في عدم متابعة إدارة الصفحة لأخبار وموضوعات تهم الموظفين وتتابع أحوالهم.

ومما سبق يمكن القول إنّه كلما زاد نشر موضوعات خاصة بالطلبة زادت نسبة التفاعل نحوها، وهي الفئة المستهدفة من النشر على الصفحة محل الدراسة، والأكثر متابعة لمنشورات الصفحة كما هو مبين بالجدول رقم (13)، كما يتحقّق التواصل مع طلبة الكلية عبر الصفحة من خلال تعليقاتهم وأسئلتهم عبر بريد الصفحة، وغالبًا ما يحث رؤساء الأقسام العلمية طلابهم على متابعة الصفحة لتزويدهم بكل جديد ممّا يتعلّق بالعملية التعليمية.⁽¹⁾

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية.

فيما يلي يعرض الباحث البيانات والنتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية، التي تم التوصل إليها من خلال استخدام أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة عشوائية قوامها 60 مفردة من المعجبين والمتابعين لصفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك خلال فترة الدراسة، وباستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، جاءت النتائج على النحو التالي:

الخصائص الديموغرافية للمبحوثين عينة الدراسة:

جدول رقم (13)

يبين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين

النسبة	التكرار	النوع
75	45	نكر
25	15	أنثى
100.0%	60	المجموع
النسبة	التكرار	العمر

(مقابلة الكترونية مع مشرف صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيسبوك، بتاريخ 2024/9/12)

من 18 – 32	38	%63.3
من 33 – 47	19	%31.7
من 48 – 62	3	%5
من 63 فأكثر	0	%0
المجموع	60	%100.0
الصفة	التكرار	النسبة
طالب كلية أصول الدين	25	%41.7
طالبة كلية أصول الدين	12	%20.0
طالبة في كليات أخرى	1	%1.7
عضو هيئة تدريس بالكلية	13	%21.7
عضو هيئة تدريس بكليات أخرى	2	%3.3
موظفة بالكليات الأخرى	4	%6.7
خريج الكلية	3	%5.0
المجموع	60	%100.0

الجدول رقم (13) يبين ما يلي:

إنَّ غالبية جنس المبحوثين عينة الدراسة كانت من فئة الذكور حيث جاءت بنسبة 75%، بينما فئة الإناث فقد ظهرت بنسبة 25%، وهي نتيجة متوقعة على اعتبار أنَّ كل أقسام الكلية منذ تأسيسها للذكور فقط، باستثناء قسمي القراءات القرآنية والإعلام الإسلامي اللذين فتحا باب القبول للإناث خلال العام الدراسي 2019-2020م.

فيما يتعلَّق بالمرحلة العمرية للباحثين عينة الدراسة نلاحظ أنَّ أكثر من نصف العينة جاءت في المرحلة العمرية من 18-32 بنسبة مئوية بلغت 63.3%، أمَّا المرتبة الثانية فقد سُجِّلت للفئة العمرية من 33-47 بنسبة 31.7%، بينما تدنَّت نسبة الفئة العمرية من 62-68 وجاءت بـ 5%، ولم تسجل الفئة العمرية من 63 فأكثر أي تكرار.

كما جاءت صفة طالب بالكلية أولاً بنسبة 41.7%، من بين عينة الدراسة، يلي ذلك صفة عضو هيئة تدريس بالكلية بنسبة 21.7%، ثم بدرجة أقل صفة طالبة بالكلية بنسبة 20.0%، فيما تراجعت باقي الفئات وسجلت نسباً متقاربة.

درجة استخدام المبحوثين عينة الدراسة لصفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك.

جدول رقم (14)

يبين درجة استخدام المبحوثين لصفحة محل الدراسة

النسبة	التكرار	درجة الاستخدام
13.3%	8	بدرجة قليلة
48.3%	29	بدرجة متوسطة
38.3%	23	بدرجة كبيرة
100.0%	60	المجموع

أوضحت البيانات الواردة في الجدول رقم (14) أنَّ المبحوثين عينة الدراسة يستخدمون صفحة الكلية محل الدراسة بدرجة متوسطة بنسبة 48.3%، بينما الذين يستخدمون الصفحة بدرجة كبيرة كانوا بنسبة 38.3%، في حين الذين يستخدمون الصفحة بدرجة قليلة جاءت بسببهم بـ 13.3%.

مستوى تفاعل المبحوثين مع منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على الفيس بوك.

جدول رقم (15)

يبين مستوى تفاعل المبحوثين مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة

النسبة	التكرار	مستوى التفاعل
21.7%	13	منخفض
46.7%	28	متوسط
31.7%	19	مرتفع
100.0%	60	المجموع

البيانات الواردة في الجدول رقم (15) تبيِّن أنَّ المبحوثين عينة الدراسة الذين يتفاعلون مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة بدرجة متوسطة أولاً، بنسبة 46.7%، بينما الذين يتفاعلون بدرجة مرتفعة كانوا بنسبة 33.7%، أمَّا الذين يتفاعلون مع منشورات الصفحة بدرجة قليلة فقد جاءت نسبتهم بـ 21.7%.

علاقة مستوى التفاعل مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة بمتغير جنس المبحوثين.

جدول رقم(16)

يبين علاقة مستوى التفاعل بمتغير جنس المبحوثين

الإجمالي		أنثى		ذكر		الجنس التفاعل
%	ك	%	ك	%	ك	
%21.7	13	%10.0	6	%11.7	7	منخفض
%46.7	28	%6.7	4	%40.0	24	متوسط
%31.7	19	%8.3	5	%23.3	14	مرتفع
%100.0	60	%25.0	15	%75.0	45	المجموع
قيمة كا ² المحسوبة=4.834 ^a درجة الحرية =2 مستوى معنوية (0.089)						

من خلال الجدول رقم(16) المتعلق بقياس علاقة مستوى تفاعل المستخدمين لمنشورات صفحة الكلية محل الدراسة بمتغير الجنس، يتضح أنّ درجة تفاعل الذكور جاءت متوسطة لديهم أولاً بنسبة بلغت 40.0%، بينما الإناث جاءت لديهن درجة تفاعل منخفضة أولاً بنسبة 8.3%. وعند اختبار العلاقة ما بين متغيري الجنس ومستوى تفاعل المبحوثين عينة الدراسة، وباستخدام اختبار استقلالية العلاقة، أسفرت نتائج الاختبار عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية؛ حيث جاءت قيمة كا² المحسوبة=4.834^a، وهي غير دالة إحصائياً عند درجة الحرية =2، وعند مستوى معنوية (0.089).

علاقة مستوى التفاعل مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة بمتغير صفة المبحوثين.

جدول رقم(17)

يبين علاقة مستوى التفاعل بمتغير صفة المبحوثين

الإجمالي		مرتفع		متوسط		منخفض		الصفة التفاعل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%41.7	25	%15.0	9	%21.7	13	%5.0	3	طالب كلية أصول الدين
%20.0	12	%5.0	3	%6.7	4	%8.3	5	طالبة كلية أصول الدين

الدين							
طالبه في كليات أخرى	1	1.7%	0	0%	0	0%	1
عضو هيئة تدريس بالكلية	2	3.3%	4	11.7%	7	0%	13
عضو هيئة تدريس بكليات أخرى	1	1.7%	0	1.7%	1	0%	2
موظف بالكليات الأخرى	1	1.7%	1	3.3%	2	0%	4
خريج الكلية	0	0%	2	1.7%	1	3.3%	3
المجموع	13	21.7%	19	46.7%	28	31.7%	60
قيمة كا ² المحسوبة=11.609 ^a درجة الحرية =12 مستوى معنوية (0.478)							

أظهرت النتائج الواردة في الجدول السابق رقم (17) أنّ طلاب وأعضاء هيئة التدريس بكلية الدعوة وأصول الدين جاء مستوى تفاعلهم مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة بدرجة متوسطة أولاً، في حين أنّ طالبات الكلية جاء لديهن مستوى التفاعل بدرجة منخفضة أولاً، بينما باقي الفئات سجلت نسباً متدنية ومقاربة في مستوى التفاعل مع منشورات الكلية. وعند اختبار العلاقة ما بين متغيري صفة المبحوثين ومستوى التفاعل، وباستخدام اختبار استقلالية العلاقة، أسفرت نتائج الاختبار عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية؛ حيث جاءت قيمة كا² المحسوبة=11.609^a، وهي غير دالة إحصائياً عند درجة الحرية =12، وعند مستوى معنوية (0.478).

أشكال تفاعل المبحوثين مع منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على فيسبوك
جدول رقم (18)

يبين أشكال تفاعل المبحوثين مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة.

النسبة	التكرار	أشكال التفاعل
75.0%	45	أقوم بقراءة المنشورات ومشاهدة الصور والفيديو
45.0%	27	أسجل إعجاب like أو مشاركة share المحتوى الموجود على

الصفحة		
10	comment	أُعلِق على المنشورات الموجودة على الصفحة
1	post	أقوم بالنشر على الصفحة (منشور -صورة- فيديو)
60		مجموع من سئلوا (سمح للمبحوث اختيار أكثر من إجابة)
16.7%		
1.7%		
100.0%		

من خلال الجدول رقم (18) يتضح أنّ أبرز أشكال تفاعل المستخدمين لصفحة الكلية محل الدراسة والتحليلي هي "أقوم بقراءة المنشورات ومشاهدة الصور والفيديو" بنسبة 75.0%، يلي ذلك تسجيل الإعجاب like أو مشاركة share المحتوى الموجود على الصفحة بنسبة 45.0%، في حين تراجع شكل التفاعل بالتعليق على المنشورات الموجودة على الصفحة comment حيث جاء بنسبة 16.7%، بينما تدنت نسبة التفاعل بالنشر على صفحة الكلية بـ 1.7%.

نستنتج ممّا سبق أنّ تفاعل مفردات عينة الدراسة مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة بالمتابعة والإعجاب، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية في الجدول رقم (2)، أمّا باقي أشكال التفاعل فأنّها تحتاج إلى المراجعة من قبل القائمين على هذه الصفحة لغرض تحسينها وتحديثها، فكلما تفاعل المستخدم مع منشورات صفحة الكلية بأشكال متعدّدة زاد عدد مرات ظهور باقي منشورات الصفحة أمامه على الفيس بوك.

مستوى رضا المستخدمين عن منشورات صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على فيسبوك

جدول رقم (19)

يبين مستوى رضا المبحوثين مع منشورات صفحة الكلية محل الدراسة

النسبة	التكرار	مستوى الرضا
8.3%	5	ضعيف
50.0%	30	متوسط
41.7%	25	جيد
100.0%	60	المجموع

أوضحت البيانات الواردة في الجدول رقم (17) أنّ درجة رضا من قبل المستخدمين عن منشورات الصفحة محل الدراسة ما بين المتوسط والجيد، حيث جاء نصف المبحوثين مستوى رضاهم بدرجة متوسطة بنسبة 50.0%، بينما الذين مستوى رضاهم بدرجة جيدة فكانت نسبتهم 41.7%، أمّا

الذين درجة رضاهم عن منشورات الصفحة ضعيفة فقد جاءت نسبتهم ضعيفة وهي 8.3%، وبالتالي يمكن القول إنَّ منشورات صفحة الكلية محل الدراسة على الفيس بوك نالت درجة رضا المستخدمين بدرجة متوسطة وجيدة.

أشكال رضا المبحوثين عن أداء صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على فيسبوك.

جدول رقم(20)

يبين أشكال رضا المبحوثين عن أداء صفحة الكلية محل الدراسة

العبارة	معارض		محايد		موافق		الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه العام
	%	ك	%	ك	%	ك			
أرى أنَّ اللغة المستخدمة في الصفحة مناسبة	0.0%	0	13.0%	8	86.7%	52	0.34	95.67	موافق
الصفحة تقدم كل ما احتاج معرفته من أخبار ومعلومات عن الكلية	15.0%	9	28.3%	17	56.7%	34	0.74	80.67	موافق
لاحظت سرعة تحديث الحالة الخاصة posts بالصفحة	11.7%	7	45.0%	27	43.3%	26	0.67	77.33	محايد
الصفحة تستخدم وسائل جذب مختلفة (صور - فيديو - رسومات - خرائط)	26.7%	16	25.0%	15	48.3%	29	0.84	74	محايد
توجد سرعة في قبول نشر المنشورات	21.7%	13	40.0%	24	38.3%	23	0.76	72.33	محايد

										posts المرسله من قبل المستخدمين على الصفحة
محايد	72.3 3	0.78	2.17	%4 0.0	2 4	%36 .7	22	%23 .3	1 4	الصفحة تقدم محتوى يفيدني في دراستي وبحثي
محايد	74.3 3	0.72	2.23	%4 0.0	2 4	%43 .3	26	%16 .7	1 0	توجد سرعة في الرد على التعليقات من قبل القائمين على الصفحة (الأدمن)
محايد	69	0.81	2.07	%3 6.7	2 2	%33 .3	20	%30 .0	1 8	الصفحة تهتم بمشاكل الطالبة واستطلاع آرائهم
محايد	72.3 3	0.71	2.17	%3 5.0	2 1	%46 .7	28	%18 .3	1 1	هناك سرعة في الرد على الرسائل من قبل القائمين على الصفحة (الأدمن)
محايد	76. 33	0.75	2.29	الدرجة الكلية						

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق رقم (20) تم التعرف على ردود المبحوثين حول درجة رضاهم عن أداء صفحة كلية الدعوة وأصول الدين على فيسبوك ، حيث جاء الاتجاه العام للفقرات محايد، وبمتوسط حسابي يساوي 2.29، وانحراف معياري يساوي 0.75 ووزن نسبي بلغ 76.33%. أمّا الفقرتان الأولى والثانية فجاءتا بدرجة موافق ووزن نسبي 95.67% و 80.67%، و بالتالي نستنتج أنّ اللغة المستخدمة في عمليات النشر على صفحة الكلية محل الدراسة كانت مناسبة للمتابعين لها، وقد وفرت لهم كل المعلومات والأخبار التي يحتاجونها عن

الكلية، في حين أنّ باقي الفقرات قد جاءت كلها بدرجة محايد وبوزن نسبي ومتوسطات حسابية متقاربة فيما بينها.

التوصيات:

من خلال النتائج التي توصّلت إليها الدراسة يمكن أن نوصي بالآتي:

التنوّع في نشر موضوعات وأخبار الكلية والجامعة لتحقيق درجة متابعة وتفاعل أكثر من المستخدمين لها، وكذلك إتاحة الفرصة للمتابعين في المشاركة والنشر على حائط الصفحة بما يتماشى مع توجهات وأهداف الكلية ويحقق غاياتها.

توظيف تطبيقات وأدوات الفيس بوك في عمليات نشر الأخبار والموضوعات على صفحة الكلية، كاستطلاع آراء المتابعين والمتفاعلين والرد على استفساراتهم عن منشورات الصفحة.

استخدام أشكال التحرير الصحفي المختلفة في متابعة ورصد أخبار ونشاطات كلية الدعوة وأصول الدين، لشد انتباه المستخدمين للصفحة محل الدراسة لغرض الترويج للتخصّصات الموجودة بالكلية وأهميتها في سوق العمل.

توثيق صفحة الكلية محل الدراسة بالعلامة الزرقاء، ممّا يزيد ثقة الجمهور في منشوراتها، وكذلك زيادة نسبة النشر لأخبار وموضوعات الندوات والمؤتمرات والمحاضرات العلمية التي تنظمها الكلية والجامعة.

إجراء المزيد من الدراسات والبحوث عن مضمون صفحات الجامعة وكلياتها، وكذلك اتجاهات وأشكال تفاعل الجمهور وكسب ثقتهم ورضاهم عن أداء هذه الصفحات.

الاستفادة من صفحات الفيس بوك في تطوير العملية التعليمية من خلال عمل برامج إعلامية وتعليمية تحفّز الطلبة على المشاركة والتفاعل، وتدعم تحصيلهم العلمي في مجال النشر والدعوة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

مصادر البحث ومراجعته:

أولاً / الكتب:

(1) أحمد سالم الأحمد، علم اجتماع الأسرة بين التنظير والواقع المتغير، دار الكتاب الجديد المتحدة، طرابلس، 2004م.

- (2) أديب خضور، مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، ط2، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2000.
- (3) حافظ عبد الرشيد بن عبد العزيز، أساسيات البحث العلمي، مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2012.
- (4) حسنين شفيق، الإخراج الصحفي الإلكتروني، رحمة برس للنشر والطباعة، القاهرة، 2007.
- (5) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط 2، القاهرة، عالم الكتاب، 2006.
- (6) عاطف عدلي العبد، دراسات في الإعلام العماني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1990.
- (7) عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، القاهرة، مطبعة لجنة ألبان العربية، 1988.
- (8) عبد الملك الدناني، سامية أحمد هاشم، مناهج بحوث الاتصال الحديثة، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2016.
- (9) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- (10) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- (11) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- (12) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005.
- (13) نعمات أحمد عثمان، فنون التحرير الصحفي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2009.
- (14) ياسر الخضير البياتي، الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة، عمان، دار البداية، 2014.
- (15) عبد القادر عبد الله عرابي، المناهج الكيفية في العلوم الاجتماعية، دار الفكر، دمشق، 2007.
- (16) وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية -لبنان، 2017.

(17) السيد احمد مصطفى عمر، البحث العلمي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، منشورات جامعة قار يونس، بنغازي، 1994.

ثانياً / الرسائل والدوريات العلمية:

(1) بسام عطية المكاوي، توظيف الجامعات العربية لصفحاتها الرسمية على الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقتها بدعم العملية التعليمية: دراسة مسحية، مجلة كلية الآداب، جامعة بني سويف، الجزائر، العدد50، يناير/ مارس2019.

(2) بشرى مداسي، الإعلام التفاعلي: دراسة في السمات التفاعلية- الأدوار- النظريات، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة الجزائر3، المجلد12، العدد2، السنة 2022.

(3) حياة رحو، مضامين صفحات الجامعات على فيسبوك: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصد مرياح، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

(4) رمزي محمد أبو كتيّف، حنان معتوق أحمد، فاعلية الفيس بوك في التعليم الجامعي أثناء جائحة كورونا، مجلة الإعلام والفنون، الأكاديمية الليبية للدراسات العليا، العدد1، السنة الأولى، مارس 2020، ص46-71، رابط المجلة(<https://amj.academy.edu.ly/ar/j>)

(5) صونية عبديش، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، 2015.

(6) عبد الله بن خميس الكندي، هلال بن علي الرشيد، استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية و الإشباع المتحققة: دراسة تحليلية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد13، العدد2016، 1.

(8) لامية طالة، نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران02، العدد 10، جوان 2009.

(9) نهى صبري القطاونة، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأزمة الأفغانية "الفيس بوك نموذجاً"، مجلة الإعلام والفنون، الأكاديمية الليبية

للدراستات العليا، العدد6، السنة الثانية، سبتمبر2021، رابط المجلة
(<https://amj.academy.edu.ly/ar/j>)

(10) سحر أحمد غريب، استخدام الطلاب للصفحات الرسمية لجامعاتهم على موقع فيسبوك و
الإشباعات المتحققة لديهم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، المجلد 18،
العدد4، ديسمبر. 2019.

(11) عبد المنعم مفتاح محمد فرج، دوافع استخدام طلاب الجامعات الليبية لموقع تويتر في
الحصول على المعلومات السياسية و الإشباعات المتحققة منه، مجلة كلية الفنون والإعلام،
جامعة مصراتة، العدد11، السنة6، يونيو، 2021.

(12) فتيحة بوغازي، شبكات التواصل الاجتماعي وإشكالية الهوية المهنية للصحفي، مجلة
LANCOMNET، مخبر البحث في اللغات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الجزائر3، عدد
إصدار خاص2013.

ثالثاً / المقابلات:

(1) مقابلة عبر الهاتف مع مسجل عام الكلية، عبد الرؤوف العنيري، يوم الاثنين الموافق
2024/9/16.

(2) مقابلة مع مدير إدارة شؤون أعضاء هيئة التدريس، خالد بن صالح، بمكتبه يوم الأحد،
الموافق2024/9/8.

(3) مقابلة مع: أحمد مفتاح زربيط، رئيس قسم الإعلام الإسلامي، بكلية الدعوة وأصول الدين،
الجامعة الأسمرية الإسلامية، زليتن، ليبيا2024.

رابعاً / المواقع الإلكترونية:

(1) الموقع الإلكتروني الرسمي لكلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية على
شبكة المعلومات الدولية:http://asmarya.edu.ly/dfr/?page_id=1523

أثر الفراغ المعماري على السلوك الإنساني

دراسة تحليلية في سيكولوجية الفراغ المعماري

أ. أوبكر فرج أبو الخير.. كلية الفنون .. جامعة طرابلس.. ليبيا

أ. علي المبروك أبو الجرايد.. كلية الفنون .. جامعة طرابلس.. ليبيا

ملخص البحث:

يتناول هذا البحث "أثر الفراغ المعماري على سلوك الأفراد: دراسة في سيكولوجية الفراغ المعماري"، حيث يستعرض العلاقة بين العمارة وسلوك الإنسان مع التركيز على مفهوم سيكولوجيا الفراغ وتأثيره في التصميم المعماري، يبدأ البحث بتعريف سيكولوجيا الفراغ، مستعرضاً أصوله الفكرية والعوامل المؤثرة فيه، ويؤكد البحث على أهمية سيكولوجيا الفراغ في التصميم المعماري، حيث يتجاوز تأثير التصميم الجوانب الجمالية ليشمل الراحة النفسية والسلوك.

يستعرض البحث دراسات سابقة تُظهر تأثير الفراغات المعمارية على سلوك الأفراد، مُشيراً إلى أهمية حجم الفراغات وتوزيعها، ويختتم البحث بالتأكيد على ضرورة دمج سيكولوجيا الفراغ في التصميم لمواجهة التحديات المعاصرة وتحقيق بيئات تحسن جودة الحياة، مؤكداً على أهمية الاستمرار في البحث لتعزيز الفهم العلمي لتأثير العمارة على السلوك الإنساني.

Research Summary:

This research addresses "The Impact of Architectural Space on Individual Behavior: A Study in the Psychology of Architectural Space," exploring the relationship between architecture and human behavior, with a focus on the concept of spatial psychology and its influence on architectural design. The research begins by defining spatial psychology, examining its intellectual origins and the factors that influence it. It emphasizes the significance of spatial psychology in architectural design, noting that the impact of design extends beyond aesthetic aspects to encompass psychological comfort and behavior.

The research reviews previous studies that demonstrate the influence of architectural spaces on individual behavior, highlighting the importance of the size and distribution of spaces. It concludes by stressing the necessity of integrating spatial psychology into design to address contemporary challenges and create environments that enhance quality of life, reaffirming the importance of ongoing research to deepen the scientific understanding of architecture's impact on human behavior.

مقدمة البحث:

تعد الفراغات المعمارية جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، فهي ليست مجرد هياكل مادية وإنما بيئات تؤثر بشكل عميق على مشاعرنا وسلوكياتنا. تؤثر هذه الفراغات في حالتنا النفسية، وتحدد مستوى راحتنا أو توترنا، وتلعب دورًا محوريًا في تشكيل التفاعلات الاجتماعية بين الأفراد. الفراغات العامة مثل الحدائق والمساحات، إلى جانب الفراغات الخاصة كالمنازل والمكاتب، تعتبر أمثلة حية على كيفية تأثير التصميم على حياتنا. فبينما يُسهم تصميم الفراغات العامة في تعزيز التفاعل الاجتماعي والشعور بالانتماء، تساهم الفراغات الخاصة في توفير بيئة ملائمة للراحة النفسية والإنتاجية.

من هذا المنطلق، ظهر مفهوم "سيكولوجية الفراغ" الذي يبحث في كيفية إدراك الأفراد للفضاءات من حولهم، وكيف يمكن أن تؤثر الأبعاد المختلفة مثل الإضاءة، الألوان، توزيع المساحات والعناصر الطبيعية على تجربتهم العامة. فهم هذه العلاقة المعقدة بين الفراغات والسلوك الإنساني يعد خطوة أساسية نحو تطوير تصميمات معمارية تراعي الاحتياجات النفسية والاجتماعية للأفراد، و في ظل التحديات المعاصرة التي يواجهها العالم، مثل الاكتظاظ السكاني وزيادة الضغوط النفسية والاجتماعية، باتت الحاجة ملحة لفهم أعمق لكيفية تصميم فضاءات تساهم في تحسين جودة الحياة والرفاهية النفسية. يهدف هذا البحث إلى استكشاف هذه العلاقة بين الفراغات المعمارية وسلوك الأفراد، من خلال تحليل الجوانب النفسية والاجتماعية والبيئية للفضاءات وتأثيرها على تجربة المستخدم. ويسعى البحث إلى تقديم رؤى تساعد في تطوير بيئات أكثر إنسانية، تعزز الراحة النفسية والتفاعل الاجتماعي، وتحترم التنوع الثقافي والهوية المجتمعية.

مشكلة البحث: يتناول هذا البحث مشكلة تأثير تصميم الفضاءات المعمارية على سلوك الأفراد، مع التركيز على العلاقة المتبادلة بين البيئة المبنية والحالة النفسية والاجتماعية للإنسان. يتم استكشاف تأثير التصميم على مشاعر الراحة والتوتر، وكذلك على التفاعل الاجتماعي داخل الفضاءات العامة والخاصة. كما يناقش البحث دور العوامل الثقافية والبيئية، مثل الخلفيات الثقافية، جودة الهواء ومستويات الضوضاء، في تشكيل استجابات الأفراد تجاه هذه الفضاءات.

أهداف البحث: يهدف البحث إلى تحقيق فهم أعمق لتأثير التصميم المعماري على سلوك الأفراد من خلال عدة أهداف رئيسية:

تحليل تأثير عناصر التصميم المعماري (الإضاءة، الألوان، المساحات) على الحالة النفسية. تحسين جودة الحياة في الفراغات الخاصة من خلال تصميم يعزز الراحة والإنتاجية. دراسة تأثير العوامل الثقافية والاجتماعية على استجابات الأفراد للفضاءات المعمارية المختلفة. تقييم تأثير العوامل البيئية مثل جودة الهواء والضوضاء على تجربة الأفراد في الفراغات المعمارية.

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على الدور الحيوي الذي تلعبه سيكولوجيا الفراغ في تشكيل السلوك الإنساني، حيث يساهم في تعزيز فهم العلاقة بين تصميم الفضاءات المعمارية والحالة النفسية للأفراد. يُبرز البحث أهمية دراسة التأثير النفسي للعناصر المعمارية مثل الإضاءة، الألوان، والمساحات على مشاعر الأفراد، مما يساهم في خلق بيئات مبنية تدعم الصحة النفسية وتعزز مشاعر الراحة والسعادة.

سيكولوجيا الفراغ المعماري.

سيكولوجيا الفراغ هو مجال متعدد التخصصات يدرس تأثير الفراغات المعمارية والبيئات المبنية على الحالة النفسية والسلوكية للأفراد. يهتم هذا المجال بكيفية إدراك الإنسان للبيئة المكانية من حوله، والعوامل التي تؤثر على مشاعره وسلوكه داخل هذه الفضاءات. يتداخل هذا المفهوم مع علوم النفس، العمارة، والتصميم الحضري، حيث يُنظر إلى البيئة المبنية ليس فقط كبيئة مادية ولكن كبيئة تفاعلية تؤثر على التجربة الإنسانية بشكل مباشر.

أصول ومفاهيم سيكولوجيا الفراغ:

سيكولوجيا الفراغ المعماري هي مجال دراسة متداخل يتناول العلاقة بين الفراغات المعمارية وسلوك الأفراد. يعود أصل هذا المجال إلى عدة تخصصات أكاديمية، منها علم النفس، وعلم الاجتماع، وعلم البيئة، وعلم العمارة (الشريف، 2019). على مر العصور، تطورت مفاهيم سيكولوجيا الفراغ لتشمل تأثيرات الفراغات المعمارية على الانفعالات والسلوكيات الإنسانية.

الخلفية التاريخية:

الحقبة الكلاسيكية: بدأت الأفكار حول تأثير الفراغ على السلوك في الفلسفات القديمة، حيث كانت الثقافات الكلاسيكية مثل اليونان وروما تعتقد أن البيئة المحيطة تؤثر على النفس البشرية (عطا الله، 2018). في هذه الفترة، تم اعتبار الفضاء العام كوسيلة لتعزيز التفاعل الاجتماعي والهوية الجماعية.

عصر النهضة: في عصر النهضة، بدأ المعماريون مثل (Leon Battista Alberti) و (Villard de Honnecourt) في تطوير أساليب جديدة في التصميم المعماري، وإدخال مفاهيم جديدة تتعلق بالتصميم والفضاء، حيث سعى المعماريون إلى الربط بين النسبة والتناسب في العمارة وتأثيرها على الانطباعات النفسية (القرشي، 2021).

القرن التاسع عشر: في هذا القرن، أُقيمت دراسات أكاديمية تركزت على التأثير النفسي للبيئات. ظهرت أفكار جديدة مثل التأثيرات النفسية للإضاءة، واللون، والتهوية، وهو ما ساهم في بناء فهم أعمق لكيفية تأثير الفراغات المعمارية على السلوك (العباسي، 2017).

القرن العشرين: شهد القرن العشرون تقدمًا كبيرًا في دراسة سيكولوجيا الفراغ. استند الباحثون إلى دراسات علمية وتجريبية لاستكشاف العلاقة بين التصميم وسلوك الأفراد. خلال هذه الفترة، برزت مجموعة من المفكرين مثل جين جاك روسو الذي أكد على أهمية البيئة في تشكيل السلوك الإنساني، وكذلك المعماريين مثل (Le Corbusier) الذي حاول دمج مبادئ سيكولوجيا الفراغ في تصاميمه (بدران، 2019).

السبعينيات والثمانينيات: مع تزايد الوعي بقضايا التصميم المستدام وراحة المستخدم، بدأت دراسة سيكولوجيا الفراغ تأخذ مكانة مهمة في التعليم المعماري والتصميم الحضري. تم تطوير نماذج

نظرية تهدف إلى فهم كيفية تفاعل الأفراد مع بيئاتهم المبنية، مما أدى إلى صياغة مبادئ تصميمية تستند إلى الفهم النفسي للفضاء (خضر، 2020).

المفاهيم الأساسية في سيكولوجيا الفراغ.

الإدراك المكاني: يشير إلى كيفية إدراك الأفراد للفضاءات المحيطة بهم وكيف تؤثر هذه الإدراكات على مشاعرهم وسلوكهم. تلعب الأبعاد، والأشكال، والتوزيع البصري دورًا هامًا في تشكيل الإدراك المكاني (أيمن، 2023).

تأثير الضوء واللون: الأبحاث تشير إلى أن الإضاءة واللون يؤثران على الحالة النفسية، فالألوان الزاهية قد تعزز الشعور بالسعادة، بينما الألوان الداكنة قد تؤدي إلى الإحساس بالكآبة (أحمد، 2021).

المساحة الشخصية: مفهوم المساحة الشخصية يشير إلى الفضاء الذي يشعر الأفراد بالراحة عند تواجدهم فيه. يتأثر حجم هذه المساحة بالعوامل الثقافية والاجتماعية، مما ينعكس على كيفية تنظيم الفراغات العامة والخاصة (سالم، 2022).

الراحة النفسية: تشير الدراسات إلى أن البيئات المعمارية التي توفر الراحة النفسية، مثل الإضاءة الجيدة والتهوية الكافية، تساهم في تعزيز الصحة النفسية وتخفيف مستويات القلق والتوتر (سمير، 2019).

الهوية والانتماء: تلعب العمارة دورًا في تشكيل هوية الأفراد والجماعات. الفراغات المعمارية التي تعكس ثقافة معينة أو تاريخًا مشتركًا يمكن أن تعزز من شعور الانتماء والتواصل الاجتماعي (عبيد، 2020).

تعتبر سيكولوجيا الفراغ مجالًا متعدد الأبعاد يستند إلى تاريخ طويل من البحث والتفكير. من خلال فهم أصول ومفاهيم هذا المجال، يمكن للمعماريين والمصممين إدراك كيفية تأثير الفراغات المعمارية على سلوك الأفراد، مما يسهل تطوير تصاميم تلبي احتياجات المستخدمين وتعزز من جودة حياتهم. إن استمرارية البحث في هذا المجال تعد ضرورية لتوجيه الممارسات المعمارية نحو نتائج أكثر إيجابية على مستوى المجتمع.

العوامل المؤثرة في سيكولوجيا الفراغ

سيكولوجيا الفراغ أو سيكولوجيا الفضاء المعماري تتأثر بمجموعة من العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على التجربة الإدراكية وال نفسية للأفراد داخل تلك الفراغات. هذه العوامل تشتمل على الخصائص المادية والبيئية، إضافة إلى العوامل الثقافية والاجتماعية. من أهم العوامل:

الإضاءة: الإضاءة تعد عاملاً حاسماً في تشكيل التجربة النفسية داخل الفضاء المعماري. الضوء الطبيعي يساهم في تعزيز الشعور بالراحة النفسية والارتباط بالطبيعة، بينما تؤثر الإضاءة الصناعية على الشعور بالتركيز والراحة، ويمكن للإضاءة الخافتة أن تخلق جوّاً من الاسترخاء أو الرهبة، حسب السياق (عبد الله، 2023).

الألوان: الألوان لها تأثير مباشر على المشاعر والسلوكيات. اللون الأزرق مثلاً يرتبط بالهدوء والاسترخاء، بينما يمكن أن يعزز اللون الأحمر مشاعر الإثارة أو حتى التوتر. تعتمد تأثيرات الألوان أيضاً على الثقافات، حيث تختلف تفسيراتها بين مجتمعات مختلفة (فوزي، 2022).

الأصوات والضوضاء: جودة الصوت أو مستوى الضوضاء في الفراغات المعمارية يؤثر على تجربة المستخدمين. الفراغات المعمارية التي تحتوي على ضوضاء مفرطة يمكن أن تخلق شعوراً بالتوتر، في حين أن الفراغات التي توفر توازناً صوتياً مريحاً قد تشجع على الاسترخاء والتفاعل الاجتماعي الإيجابي (فتحي، 2021).

التهوية وجودة الهواء: تؤثر جودة الهواء وتهوية الفراغات المعمارية على الراحة الجسدية والعقلية. التهوية الجيدة تساهم في تحسين القدرة على التركيز وتقليل التوتر، بينما يمكن أن تساهم الفراغات غير المهواة جيداً في الشعور بالاختناق والضيق (محمد، 2020).

التوزيع المكاني والمساحة: تصميم الفراغات المعمارية وتوزيع المساحات يلعبان دوراً أساسياً في تشكيل تجربة الأفراد. الفراغات المفتوحة تعزز الشعور بالحرية والحركة، بينما تساهم الفراغات الضيقة في زيادة الشعور بالعزلة أو الاختناق، مما يؤثر على الحالة النفسية للمستخدمين (أيمن، 2023).

أهمية سيكولوجيا الفراغ في التصميم المعماري.

تعد سيكولوجيا الفراغ دورًا أساسيًا في التصميم المعماري من خلال تأثيرها المباشر على كيفية تفاعل الأفراد مع البيئة المبنية. تعتمد أهمية هذا المجال على إدراك المعمارين والمصممين للعوامل النفسية والبيئية التي تؤثر في سلوك الأفراد، وبالتالي تمكينهم من خلق بيئات تحفز الإيجابية وتحسن من جودة الحياة. (Kaplan, 1987) يمكن لتطبيق مبادئ سيكولوجيا الفراغ أن يعزز من استخدام الفراغات المعمارية بشكل فعال وملائم لاحتياجات المستخدمين (Lang, 2000).

1. التأثير على الحالة النفسية للأفراد.

الفراغات المعمارية ليست مجرد بيئات مادية، بل تؤثر بشكل مباشر على مشاعر الأفراد وسلوكياتهم. على سبيل المثال:

الضوء الطبيعي: تُظهر الدراسات أن الضوء الطبيعي له تأثير إيجابي على المزاج والصحة العقلية. بيئات مضاءة طبيعيًا تساعد في تحسين التركيز وزيادة الإنتاجية وتقليل الشعور بالاكئاب والتوتر. (Rozenburg, 1996) لذلك، يُعد التخطيط لتوفير أقصى استفادة من الإضاءة الطبيعية من خلال تصميم النوافذ والمداخل أمرًا بالغ الأهمية.

الألوان: يمكن أن يؤثر اختيار الألوان المستخدمة في التصميم الداخلي على الانفعالات والمزاجيات. الألوان الدافئة مثل الأحمر والبرتقالي قد تعزز الشعور بالحيوية والنشاط، بينما الألوان الهادئة مثل الأزرق والأخضر تعزز من الشعور بالراحة والاسترخاء. (Elliott & Maier, 2014)

التهوية والمساحات المفتوحة: تساعد التهوية الجيدة وتوفير مساحات مفتوحة واسعة على تحسين جودة الهواء في الفراغات الداخلية، مما يؤثر على صحة الأفراد ويقلل من مستويات التوتر والإجهاد. (Menzies, 2006)

2. تأثير الفراغات المعمارية على التفاعل الاجتماعي.

الفراغات المصممة وفقًا لمبادئ سيكولوجيا الفراغ يمكن أن تسهم في تعزيز أو تقليل التفاعل الاجتماعي. تؤثر تصميمات الفراغات العامة والخاصة في كيفية تشجيع الأفراد على التواصل أو العزلة. على سبيل المثال:

الفراغات المفتوحة: التصميمات التي توفر مساحات مفتوحة وشبكات تواصل بصرية بين الأفراد، مثل الساحات العامة أو المناطق المجتمعية داخل المباني، تشجع على التواصل الاجتماعي والتفاعل بين الأفراد. (VanderGoot, 2004) على النقيض، الفراغات المغلقة أو الضيقة تميل إلى تعزيز العزلة وتقليل التفاعل.

التنظيم الداخلي: يؤثر توزيع الفراغات الداخلية أيضًا على التفاعل الاجتماعي. في بيئات العمل، على سبيل المثال، المكاتب المفتوحة التي تسمح بالتواصل البصري والصوتي تسهم في زيادة التفاعل بين العاملين، مما يعزز من روح التعاون والابتكار. (Fisher, 2008).

3. تحفيز الإبداع والإنتاجية.

تشير البحوث إلى أن التصميمات المعمارية التي تراعي احتياجات الأفراد النفسية تسهم في تعزيز الإبداع والإنتاجية. على سبيل المثال:

بيئات العمل: البيئات المصممة بتوازن بين الراحة والتحفيز الفكري تساعد على تحسين الأداء في مكان العمل. فالإضاءة الجيدة، والمقاعد المريحة، والتهوية السليمة، كلها عوامل تسهم في زيادة تركيز الموظفين وإنتاجيتهم. (Pawlak et al., 2014)

المساحات التعليمية: الفراغات المعمارية في المدارس والجامعات التي تراعي سيكولوجيا الفراغ تسهم في تحسين تجربة التعلم. المساحات المفتوحة التي تسمح بالتفاعل الجماعي تساهم في تحسين التبادل الفكري والتعلم النشط، بينما المساحات الفردية الهادئة تسهم في تعزيز التركيز والفهم العميق. (Higgins et al., 2005)

4. تعزيز الشعور بالانتماء والهوية.

تلعب الفراغات المعمارية دورًا في تشكيل الهوية الفردية والجماعية. فالمساحات التي تُصمم لتعكس القيم الثقافية والتاريخية للمجتمع تساهم في تعزيز الشعور بالانتماء. يمكن للمباني أن تعزز هذا الانتماء من خلال:

التصميم المعماري الذي يعكس الثقافة: الفراغات التي تعكس التراث والتقاليد المحلية تخلق شعورًا بالانتماء بين السكان. (Mason, 2009) فالمباني التي تحتوي على عناصر تصميمية ترتبط بالثقافة المحلية تُعزز من الفخر والانتماء الثقافي.

المساحات العامة التشاركية: تساعد الفراغات العامة التي تصمم لتكون نقاط تجمع وتفاعل على تعزيز العلاقات الاجتماعية والشعور بالانتماء المجتمعي. في المجتمعات الحضرية، يمكن أن تعزز الفراغات العامة مثل الحدائق والمرافق المجتمعية هذا الشعور وتدعم العلاقات الاجتماعية الإيجابية. (Mihaila, 2015)

5. الراحة النفسية والجسدية.

التصميمات التي تراعي سيكولوجيا الفراغ تساهم في توفير بيئات تضمن الراحة النفسية والجسدية للمستخدمين. تصميم الفراغات وفقاً لمبادئ الراحة يمكن أن يقلل من التوتر والإرهاق، خاصة في البيئات السكنية أو أماكن العمل.

التناغم بين الفضاءات: يُعتبر التوازن بين المساحات العامة والخاصة في المباني عاملاً مؤثراً على الراحة النفسية. (Hay, 2012) يحتاج الأفراد إلى مساحات خاصة توفر لهم العزلة والراحة الشخصية، بينما يحتاجون أيضاً إلى مساحات عامة للتفاعل مع الآخرين.

التنظيم المكاني: تصميم الفراغات التي تسهل الحركة والتنقل وتوفر مساحات ملائمة للاستخدام اليومي يؤدي إلى تحسين تجربة المستخدم ويعزز من الراحة النفسية. التصاميم المرنة التي تسمح بتكيف الفضاء مع احتياجات المستخدم تساهم في تعزيز الرفاهية (Baker & Steinfatt, 2017).

من الواضح إن سيكولوجيا الفراغ تُعد جزءاً لا يتجزأ من عملية التصميم المعماري، حيث تؤثر بشكل مباشر على سلوك الأفراد ورفاهيتهم. من خلال الاهتمام بالجوانب النفسية والبيئية في تصميم الفضاءات، يمكن للمعماريين أن يساهموا في خلق بيئات إيجابية تدعم صحة الأفراد النفسية، وتعزز من التفاعل الاجتماعي، وتحفز الإبداع والإنتاجية.

تطبيقات سيكولوجيا الفراغ في العمارة.

تعتبر سيكولوجيا الفراغ من المفاهيم الحيوية التي تلعب دوراً رئيسياً في تصميم المباني والمساحات العامة والخاصة. تساهم هذه المفاهيم في تحسين راحة الأفراد، وتعزيز سلوكياتهم الإيجابية، وتوفير بيئات تساعد على الشعور بالرضا النفسي والجسدي. يتم تطبيق سيكولوجيا الفراغ في مختلف

المشاريع المعمارية لتحقيق هذه الأهداف من خلال عناصر مثل الضوء الطبيعي، التهوية، وتوزيع المساحات.

أمثلة على تطبيقات سيكولوجيا الفراغ في مشاريع معمارية ناجحة:

مباني المكاتب الحديثة: تأثير البيئة على الإنتاجية.

العديد من مباني المكاتب الحديثة تُطبق مبادئ سيكولوجيا الفراغ لتعزيز الراحة والإنتاجية. أحد الأمثلة البارزة هو مبنى شركة Google في كاليفورنيا، المعروف بتصميمه الذي يعزز الإبداع والابتكار:

الإضاءة الطبيعية: تم تصميم المبنى ليدخل الضوء الطبيعي إلى جميع أنحاء المكاتب، مما يقلل من الاعتماد على الإضاءة الاصطناعية ويحسن من حالة الموظفين النفسية (Bramston, 2009).

الفراغات المفتوحة: تم تصميم المساحات الداخلية لتكون مفتوحة وتتيح التفاعل الاجتماعي بين الموظفين، مما يعزز من التعاون ويُحسن من ديناميكيات الفريق.

أماكن الاسترخاء: يضم المبنى مساحات مخصصة للاسترخاء مثل الحدائق الداخلية والصالات الهادئة، وهي عناصر تساعد على تقليل التوتر وتحفيز الإبداع. (Stokols, 2003) صورة (1).

صورة (1): مبنى شركة Google كاليفورنيا.

2. المستشفيات والمراكز الصحية: تصميم يراعي الراحة النفسية.



تعد بيئات المستشفيات من أهم الأمثلة على تطبيق

سيكولوجيا الفراغ في العمارة، حيث تتطلب هذه الأماكن تحقيق التوازن بين الكفاءة الطبية والراحة النفسية للمرضى. أحد الأمثلة البارزة هو مستشفى (Northwestern Memorial) في شيكاغو. صورة (2).

إضاءة النهار: تم تصميم المستشفى بحيث تدخل أشعة الشمس إلى الغرف من خلال نوافذ كبيرة، مما يقلل من القلق ويعزز الشعور بالراحة النفسية لدى المرضى. (Ulrich, 1991)
الحدائق الداخلية: يضم المستشفى حدائق داخلية تُستخدم كمناطق استرخاء للمرضى والزوار،



وتساعد في تحسين الحالة النفسية من خلال تعزيز التواصل مع الطبيعة. (Kaplan, 1995)

الهدوء والعزل الصوتي: يتم استخدام تقنيات العزل الصوتي للحد من الضوضاء داخل المبنى، مما يوفر بيئة هادئة تعزز الشفاء السريع وتقلل من التوتر. (Baker et al., 2000)

صورة 2: مستشفى (Northwestern Memorial in Chicago)

3. المباني السكنية المستدامة: الجمع بين الراحة والكفاءة.

تركز العديد من المباني السكنية المستدامة الحديثة على دمج مفاهيم سيكولوجيا الفراغ لخلق بيئة معيشية صحية وجاذبة، مثال على ذلك هو مشروع ((Piedmont Gardens في كاليفورنيا:

التصميم الأخضر: يعتمد المشروع على توفير مساحات خضراء حول المبنى، مع الحدائق والأسطح الخضراء التي تساهم في تحسين جودة الهواء وتعزيز الصحة النفسية (Lindhjem et al., 2015).

تصميم داخلي مستدام: تم تصميم الشقق لزيادة تدفق الهواء الطبيعي وتحقيق أقصى استفادة من الإضاءة الطبيعية، مما يقلل من استهلاك الطاقة ويعزز الراحة الداخلية. (Zuo et al., 2013)

مرونة التصميم: تم تصميم المساحات الداخلية بشكل مرن لتلبية احتياجات السكان المختلفة، مما يعزز من شعورهم بالسيطرة والراحة في بيئتهم السكنية صورة (3) (Baker & Kearney, 2015).



.(2015).

صورة 3: مبنى سكني مستدام (Piedmont Gardens).

4. الفراغات التعليمية: تعزيز التعلم من خلال التصميم.

الجامعات والمدارس الحديثة تُصمم اليوم لتوفير بيئة تعليمية تلبي الاحتياجات النفسية والذهنية للطلاب. جامعة فنلندا للتكنولوجيا (Aalto University) هي مثال على هذا التطبيق الناجح: صورة (4).

الفراغات المرنة: تم تصميم المساحات لتكون متعددة الاستخدامات وقابلة للتكيف مع احتياجات الطلاب المختلفة، مما يشجع على التعلم التعاوني والمستقل (Saad & R. Alghamdi, 2020).

التهوية والإضاءة الطبيعية: يحرص التصميم على توفير تهوية طبيعية وإضاءة كافية في الفصول الدراسية وقاعات المحاضرات، مما يحسن من التركيز ويقلل من التوتر (Deng & Wu, 2015).

مساحات الاسترخاء والمكتبات المفتوحة: تضم الجامعة مساحات مخصصة للاسترخاء والدراسة الهادئة، حيث تساعد هذه البيئات على تعزيز التركيز وتحفيز التفكير العميق. (Baker, 2000).



صورة 4: جامعة فنلندا للتكنولوجيا (Aalto University)

5. العمارة الثقافية والمجتمعية: تفاعل الإنسان مع البيئة المحيطة.

المتاحف والمراكز الثقافية تُعتبر أمثلة أخرى على نجاح تطبيق مفاهيم سيكولوجيا الفراغ. متحف اللوفر في دبي يُعتبر نموذجًا بارزًا في هذا السياق:

التصميم التفاعلي: الفراغات المعمارية في المتحف تُصمم لتعزز التفاعل بين الزوار والأعمال الفنية. التنقل بين المساحات الكبيرة والمفتوحة يعزز من تجربة الزوار، ويخلق شعورًا بالانغماس والتأمل.

الإضاءة الطبيعية: يعكس تصميم الأجنحة الزجاجية للمتحف اهتمامًا كبيرًا بالإضاءة الطبيعية، مما يُحسن من تجربة الزوار ويعزز من التفاعل مع الفن المعروض (العساف، 2010).

توزيع المساحات: التوزيع الذكي للمساحات الواسعة يُسهل حركة الزوار ويقلل من التكديس، مما يوفر تجربة مريحة وهادئة تتيح التأمل والاستمتاع بالبيئة المحيطة صورة (5). (الراشد، 2007)



صورة 5: متحف اللوفر - دبي.

6. العمارة الحضرية: تحسين جودة الحياة في المدن.

مشاريع التجديد الحضري أصبحت تطبق مبادئ سيكولوجيا الفراغ لخلق مدن أكثر راحة وصحة لسكانها. مشروع (Cheonggyecheon Stream) في سيول هو مثال بارز على كيفية تحويل مساحات مهملة إلى فضاءات مجتمعية مفعمة بالحياة: صورة (6).

الحدائق العامة: تحويل الطريق السريع القديم إلى ممر مائي وحدائق عامة مفتوحة، مما يعزز من التفاعل الاجتماعي ويوفر مساحة للاسترخاء والاستجمام وسط المدينة. (Kim et al., 2006)

التصميم البيئي: تم تصميم الممر لدمج العناصر الطبيعية مع المناطق الحضرية، مما يعزز من الشعور بالاتصال بالطبيعة وسط بيئة حضرية مكتظة. (Park, 2008)

الأنشطة المجتمعية: يساهم المشروع في خلق فرص للتفاعل المجتمعي من خلال مساحات تجمع مخصصة للأنشطة الفنية والثقافية على طول الممر المائي. (Kim et al., 2006)



صورة 6: مشروع سيول - الصين. (Cheonggyecheon Stream)

هذه الأمثلة تؤكد على أن سيكولوجيا الفراغ أداة أساسية تساعد المماريين على تحقيق تصاميم تلبي احتياجات الإنسان، وتخلق تأثيرات إيجابية على حياته اليومية.

النظريات المرتبطة بسيكولوجيا الفراغ:

تُظهر هذه النظريات كيف يؤثر التصميم المعماري والبيئي على سلوك الأفراد ومشاعرهم، مما يعزز من أهمية فهم العلاقة بين البيئة المعمارية والسلوك الإنساني. من خلال الاستفادة من هذه النظريات، يمكن تحسين الفراغات المعمارية لتلبية احتياجات الأفراد وتعزيز رفايتهم النفسية والاجتماعية.

1. **نظرية البيئة والسلوك (Environment–Behavior Theory)** : تركز هذه النظرية على العلاقة بين البيئة وسلوك الأفراد، حيث تشير إلى أن التصميم المعماري والبيئي يؤثر بشكل مباشر على التصرفات والتفاعلات الاجتماعية. (Gifford, 2007)
 2. **نظرية المكان (Place Theory)** : تركز على كيفية تشكيل الأفراد لرؤيتهم حول الأماكن بناءً على تجاربهم الشخصية والثقافية (Tuan 1977)
 3. **نظرية التصميم البيئي (Environmental Design Theory)** : تؤكد على أهمية التصميم المعماري والبيئي في تحسين تجربة الأفراد، حيث تربط بين العوامل الجمالية والوظيفية في الفضاءات. (Baker, 2015)
 4. **نظرية الفضاء الشخصي (Personal Space Theory)** : تتعلق بكيفية إدراك الأفراد للمسافات التي تفصلهم عن الآخرين وتأثير ذلك على سلوكه. (Hall, 1966)
 5. **نظرية الانطباع الأول (First Impression Theory)** : تركز على كيفية تأثير تصميم الفراغات على الانطباعات الأولى التي يكوّنها الأفراد. (Davis, 1990)
 6. **نظرية الجشطالت (Gestalt Theory)** : تركز على كيفية إدراك الأفراد للأشياء كوحدة كاملة بدلاً من أجزاء منفصلة، مما يؤثر على الشعور العام داخل الفضاء. (Wertheimer, 1950)
 7. **نظرية الكثافة السكانية (Density Theory)** : تركز على تأثير المساحة المتاحة وكثافة الأفراد في المكان على مستويات التوتر والراحة النفسية. (Evans, 2003)
- استعراض أهم الدراسات التي تناولت تأثير الفراغات المعمارية على سلوك الأفراد.
- على مر العقود، تم إجراء العديد من الدراسات التي تناولت تأثير الفراغات المعمارية على سلوك الأفراد من زوايا متعددة، بما في ذلك الجوانب النفسية، الاجتماعية، والبيئية. تساهم هذه الدراسات في فهم كيفية تفاعل الأفراد مع البيئة المعمارية وتأثير ذلك على تجربتهم اليومية.
- دراسة تأثير البيئة المبنية على الصحة النفسية (Evans, 2003) .
- الموضوع: تناولت هذه الدراسة تأثير البيئة المبنية (السكنية والعمل)، على الصحة النفسية للأفراد.

النتائج: أشارت إلى أن التصميم المعماري يؤثر بشكل كبير على مستوى التوتر والراحة النفسية. أشارت الدراسة إلى أن البيئات المغلقة والمكتظة تزيد من مستويات القلق، بينما تساعد الفراغات المفتوحة والمضاءة طبيعياً في تحسين المزاج وتقليل التوتر.

التوصيات: دعت الدراسة إلى ضرورة تضمين عناصر تصميمية تعزز من الإضاءة الطبيعية والتهوية لتحسين الصحة النفسية.

دراسة تأثير تصميم المكاتب على الإنتاجية (Vischer, 2008).

الموضوع: ركزت هذه الدراسة على العلاقة بين تصميم المكاتب وسلوك العاملين داخلها، وخاصةً تأثير التصميم على الإنتاجية والإبداع.

النتائج: وجدت أن المكاتب المفتوحة التي تسمح بالتفاعل الاجتماعي وتوفر مساحات مرنة تعزز من إنتاجية الموظفين، بينما المكاتب المغلقة تساهم في تقليل التفاعل الاجتماعي والحد من الإبداع.

التوصيات: أوصت الدراسة بتصميم مكاتب تجمع بين المساحات المفتوحة والمغلقة، حيث يمكن للعاملين أن يختاروا البيئة التي تناسب احتياجاتهم للعمل الفردي أو الجماعي.

دراسة تأثير البيئة العمرانية على التفاعل الاجتماعي (Gehl, 2010).

الموضوع: استعرضت هذه الدراسة تأثير التصميم العمراني على التفاعل الاجتماعي في الأماكن العامة، مثل الحدائق والشوارع.

النتائج: توصلت إلى أن المساحات العامة المصممة بشكل جيد تشجع على التفاعل الاجتماعي وتزيد من مستوى الرضا بين السكان. أكدت الدراسة أن توفير أماكن للجلوس، الظلال، والأنشطة الترفيهية يساهم في تحسين جودة التفاعل بين الأفراد.

التوصيات: أوصت بتصميم فضاءات عامة تشجع على الحركة والتفاعل الاجتماعي من خلال توفير البنية التحتية المناسبة مثل المقاعد والمظلات.

دراسة تأثير تصميم الفراغات التعليمية على الأداء الأكاديمي (Barrett et al., 2015).

الموضوع: تناولت هذه الدراسة تأثير تصميم الفراغات التعليمية على أداء الطلاب وسلوكهم داخل الصفوف الدراسية.

النتائج: أظهرت النتائج أن الفراغات الدراسية التي تتمتع بتصميم جيد من حيث الإضاءة، التهوية، والألوان تعزز من التركيز والإنجاز الأكاديمي لدى الطلاب. كما أن الفراغات التي توفر مرونة في توزيع المقاعد والمساحات تسهم في تعزيز التفاعل بين الطلاب.

التوصيات: دعت الدراسة إلى أهمية تحسين تصميم المدارس من خلال توفير بيئات تعلم محفزة ومرنة تعزز من الإبداع والتفاعل بين الطلاب.

دراسة تأثير البيئة السكنية على سلوك الأطفال (Wells, 2000) .

الموضوع: ركزت هذه الدراسة على تأثير البيئة السكنية على سلوك الأطفال ونموهم الاجتماعي.

النتائج: وجدت أن الأطفال الذين يعيشون في بيئات سكنية مزدحمة وذات تصميم غير مناسب يعانون من مشاكل في التركيز والسلوك الاجتماعي. في المقابل، الأطفال الذين يعيشون في بيئات سكنية مريحة ومفتوحة يظهرون مستوى أعلى من التعاون والانضباط.

التوصيات: أوصت الدراسة بتوفير بيئات سكنية للأطفال تعتمد على مساحات لعب مفتوحة وإضاءة جيدة لتحفيز النمو النفسي والاجتماعي.

دراسة تأثير الألوان والإضاءة على المزاج (Küller et al., 2009) .

الموضوع: تناولت هذه الدراسة كيفية تأثير الألوان والإضاءة في الفراغات المعمارية على الحالة المزاجية للأفراد.

النتائج: أشارت الدراسة إلى أن الألوان الزاهية والإضاءة الطبيعية تزيد من الشعور بالسعادة والنشاط، بينما تؤدي الألوان الداكنة والإضاءة الخافتة إلى الشعور بالكآبة والتوتر.

التوصيات: دعت الدراسة إلى ضرورة استخدام ألوان مشرقة وإضاءة طبيعية في تصميم الفراغات الداخلية لتحسين الحالة المزاجية للأفراد.

دراسة تأثير البيئة المبنية على الصحة النفسية في المدن العربية (الأنصاري، 2017).

الموضوع: تناولت هذه الدراسة تأثير البيئة المبنية على الصحة النفسية للأفراد في المدن العربية، مع التركيز على الفراغات العامة والحدائق.

النتائج: أظهرت النتائج أن نقص الفراغات العامة الخضراء في المدن العربية يساهم في زيادة مستويات التوتر والاكتئاب بين السكان. كما وُجد أن الوصول إلى المساحات الخضراء يقلل من

الشعور بالوحدة ويعزز من العلاقات الاجتماعية. وأشارت الدراسة إلى أن الفراغات العامة المصممة بشكل جيد، مثل الحدائق والممرات، تُسهم في تحسين جودة الحياة النفسية.

التوصيات: دعت الدراسة إلى زيادة الاستثمارات في تطوير الفراغات العامة الخضراء وتصميمها بشكل يتناسب مع احتياجات المجتمع، مما يساهم في تحسين الصحة النفسية وتعزيز التفاعل الاجتماعي.

دراسة أثر التصميم المعمارية على الصحة النفسية لدى الطلبة الجامعيين (عبدالله، 2019).
الموضوع: استهدفت هذه الدراسة تحليل أثر التصميم المعمارية للمرافق الجامعية على الصحة النفسية للطلبة.

النتائج: بينت الدراسة أن التصميم المفتوحة والمضاءة بشكل جيد في الجامعات تُعزز من شعور الطلبة بالراحة النفسية، مما ينعكس على تحصيلهم الأكاديمي. كما لوحظ أن الفراغات المخصصة للتفاعل الاجتماعي تساهم في تقليل مستويات القلق والاكتئاب. وبالمقابل، كانت المرافق المغلقة والمظلمة مرتبطة بزيادة مستويات التوتر.

التوصيات: أوصت الدراسة بتصميم الجامعات بشكل يدعم الفراغات المفتوحة ويعزز من التفاعل الاجتماعي بين الطلبة، مما يساعد في تحسين الصحة النفسية ويعزز من تجربة التعلم.

دراسة دور المساحات العامة في تعزيز الرفاهية النفسية (فؤاد، 2021).

الموضوع: تناولت هذه الدراسة دور المساحات العامة، مثل الحدائق والمراكز الثقافية، في تعزيز الرفاهية النفسية في المجتمعات العربية.

النتائج: أظهرت النتائج أن وجود المساحات العامة يساهم في تحسين التفاعل الاجتماعي ويقلل من مستويات الاكتئاب. كما أظهرت الدراسة أن الأنشطة المجتمعية التي تُقام في هذه الفراغات تعزز من الانتماء المجتمعي وتساعد في تحقيق التوازن النفسي. وأشارت النتائج إلى أن التصميم المعمارية الجذابة للمساحات العامة تُزيد من استخدامها وتعزز من التأثير الإيجابي على الصحة النفسية.

التوصيات: دعت الدراسة إلى التخطيط الحضري الذي يضمن وجود مساحات عامة متعددة الاستخدامات، تدعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية، مما يعزز من رفاهية الأفراد ويقلل من المشكلات النفسية في المجتمع.

تحليل الدراسات السابقة.

تتفق الدراسات الأجنبية والعربية على أن البيئة المبنية تلعب دورًا حيويًا في تشكيل الحالة النفسية للأفراد، حيث يرتبط تصميم الفراغات بشكل مباشر بمستويات التوتر، الاكتئاب، والرفاهية العامة.

التأثيرات الإيجابية للتصاميم المعمارية الجيدة: تشير العديد من الدراسات، مثل دراسة Evans (2003) ودراسة الأنصاري (2017)، إلى أن التصاميم المعمارية التي تعزز من الإضاءة الطبيعية والتهوية الجيدة تساهم في تقليل التوتر وتحسين الحالة المزاجية. توفر الفراغات المفتوحة والمزروعة شعورًا بالحرية والانتماء، مما يعزز من الصحة النفسية للأفراد. فعلى سبيل المثال، أظهرت دراسة الأنصاري أن الوصول إلى المساحات الخضراء يقلل من الشعور بالوحدة ويعزز من العلاقات الاجتماعية، مما يساهم في خلق بيئة إيجابية.

التأثيرات السلبية للبيئات المزدهمة والمغلقة: تتفق الدراسات على أن الفراغات المغلقة والمزدهمة يمكن أن تؤدي إلى زيادة مستويات القلق والتوتر. دراسة عبد الله (2019) أظهرت أن التصاميم المظلمة والمغلقة داخل الجامعات مرتبطة بمستويات أعلى من القلق والاكتئاب بين الطلبة. تشدد هذه الدراسات على أهمية التخطيط بعناية للبيئات التعليمية، حيث يمكن أن تؤثر هذه العوامل بشكل كبير على التحصيل الأكاديمي والصحة النفسية.

أهمية المساحات العامة: دراسة فؤاد (2021) سلطت الضوء على أهمية المساحات العامة في تعزيز الرفاهية النفسية. تشير النتائج إلى أن الأنشطة الاجتماعية التي تُقام في هذه الفراغات تعزز من الانتماء المجتمعي وتساعد في تحقيق التوازن النفسي، وهذا يتماشى مع ما ذهبت إليه الدراسات التي أكدت على أهمية الفراغات العامة في تحسين التفاعل الاجتماعي وتقليل مستويات الاكتئاب.

التحليل المشترك: تظهر التحليلات المشتركة للدراسات العربية والأجنبية أن هناك تلازمًا بين التصميم المعماري والصحة النفسية. فالبيئات المبنية التي تدعم النشاط الاجتماعي والتفاعل الإنساني تميل إلى تعزيز الصحة النفسية، في حين أن التصاميم التي تخلق عزلاً اجتماعيًا أو بيئات مزدهمة تؤدي إلى تفاقم المشكلات النفسية.

تؤكد النتائج على ضرورة دمج مفاهيم الصحة النفسية في عمليات التصميم المعماري والتخطيط الحضري، حيث يجب على المصممين المعماريين والمخططين العمرانيين مراعاة الأبعاد النفسية والاجتماعية عند تصميم الفراغات الداخلية والخارجية. في هذا السياق، يُوصى بـ:

زيادة الفراغات العامة: يجب توفير المزيد من المساحات العامة والخضراء في المدن، حيث تعمل هذه الفراغات على تعزيز التفاعل الاجتماعي وتحسين الصحة النفسية.

تحسين التصميم الداخلي للفراغات الخاصة: يجب التركيز على تصميم الفراغات الخاصة، مثل المكاتب، والغرف الدراسية، والمنازل، بحيث تُراعى مساحة وحجم هذه الفراغات. ينبغي أن تكون الفراغات الخاصة واسعة بما يكفي لتوفير شعور بالراحة والانفتاح، مما يسهل الحركة ويساهم في تحسين الحالة النفسية للأفراد. يجب أيضًا استخدام الألوان والمواد الطبيعية التي تعزز من الإضاءة الطبيعية والتهوية، مما يخلق بيئة تشجع على الإبداع وتقلل من مستويات التوتر.

توعية المجتمع: من المهم توعية المجتمع بأهمية هذه الفراغات وتأثيرها على الصحة النفسية، مما يساهم في رفع مستوى الوعي وتعزيز استخدام هذه المساحات بشكل إيجابي.

تظهر نتائج تحليل الدراسات السابقة، أن البيئة المبنية تؤثر بشكل كبير على الصحة النفسية للأفراد. تشير الدراسات إلى أن حجم الفراغات المعمارية، سواء الخاصة أو العامة، يلعب دورًا محوريًا في هذه التأثيرات. فالتصاميم التي تتضمن فراغات واسعة ومفتوحة تعزز الإضاءة الطبيعية والتهوية الجيدة، مما يساهم في تقليل مستويات التوتر والاكتئاب. بالمقابل، تزيد الفراغات الضيقة والمزدحمة من مستويات القلق والتوتر. كما تؤكد النتائج على أهمية المساحات العامة، حيث يُعزز حجمها وفتحها التفاعل الاجتماعي وتحسين الرفاهية النفسية، مما يساهم في تعزيز الشعور بالانتماء وتقليل الشعور بالوحدة. يُوصى بزيادة الفراغات الخضراء العامة وتحسين تصميم المؤسسات التعليمية لتكون أكثر انفتاحًا وملاءمة للصحة النفسية. من خلال دمج هذه العوامل في التخطيط العمراني، يمكن تحسين جودة الحياة وتعزيز الصحة النفسية للأفراد والمجتمعات.

العلاقة بين العمارة والسلوك الإنساني.

تعد العلاقة بين العمارة والسلوك الإنساني من الموضوعات المعقدة التي تشغل العديد من الباحثين في مجالات العمارة، وعلم النفس البيئي، وعلم الاجتماع. تتناول هذه العلاقة كيفية تأثير التصميم المعماري والبيئة المبنية على تصرفات الأفراد وسلوكياتهم اليومية. إذ تنعكس القيم الاجتماعية والثقافية والمعايير الجمالية في الفراغات المعمارية، مما يؤثر بشكل مباشر على نوعية الحياة والسلوك الاجتماعي.

1. تأثير التصميم المعماري على السلوك:

يؤثر التصميم المعماري في سلوك الأفراد من خلال عدة جوانب، منها:

الفضاء والتوجيه: تؤثر تصميمات الفراغات العامة والخاصة على كيفية تنقل الأفراد وتفاعلهم مع بيئتهم. على سبيل المثال، يمكن أن يؤدي التصميم المفتوح للفضاءات إلى زيادة التفاعل الاجتماعي، في حين أن التصاميم المغلقة أو الضيقة قد تعزز من العزلة والانطواء. يشير العديد من الباحثين إلى أن الفراغات التي تسمح بتدفق الحركة الطبيعية تُعزز من التواصل الاجتماعي وتعزز من الشعور بالانتماء. (Lindsay, 2007)

الضوء والتهوية: تلعب العناصر الفيزيائية مثل الضوء الطبيعي والتهوية دورًا مهمًا في التأثير على السلوك. أظهرت دراسات عديدة أن الإضاءة الطبيعية تحسن من المزاج، وتقلل من مستويات التوتر،

مما يؤثر بشكل إيجابي على الأداء العقلي والسلوك الاجتماعي. (Küller et al., 2006) كما أن التهوية الجيدة تساعد في توفير بيئة مريحة تعزز من الإبداع والتركيز. (Jalal et al., 2018).

2. التأثيرات النفسية والاجتماعية للعمارة.

تساهم العمارة في تشكيل الهويات الاجتماعية والثقافية للأفراد، مما ينعكس في سلوكهم اليومي. فالتصميم المعماري يمكن أن يعكس القيم الثقافية ويؤثر في كيفية تفاعل الأفراد مع بعضهم ومع محيطهم.

الرمزية: تحوي العمارة العديد من الرموز التي تعبر عن تاريخ وثقافة المجتمعات. على سبيل المثال، قد تعبر المباني العامة مثل المتاحف والمراكز الثقافية عن القيم المشتركة للثقافة، مما يعزز من شعور الفخر والانتماء لدى الأفراد. (Giddens, 1990)

الأمان والراحة: تصاميم العمارة التي تُراعي متطلبات الأمان، مثل توفير الإضاءة الكافية في الممرات والمناطق العامة، تُعزز من الشعور بالراحة والثقة في البيئة. بالتالي، يمكن أن يؤدي ذلك

إلى زيادة الاستخدام النشط لهذه الفضاءات، مما يعزز من التفاعل الاجتماعي (Bicknell, 1998).

3. العمارة وسلوكيات المجتمعات.

تلعب العمارة دورًا في تشكيل سلوكيات المجتمعات من خلال:

تأثير البيئة المبنية على نمط الحياة: تحدد البيئة المبنية أنماط الحركة والسلوك اليومي للأفراد. على سبيل المثال، المدن التي تحتوي على مسارات للمشبي وركوب الدراجات تشجع على نمط حياة نشط، مما يؤدي إلى تحسين الصحة البدنية والنفسية.

تيسير الوصول إلى الخدمات: تؤثر تصميمات الأحياء والمناطق الحضرية على الوصول إلى الخدمات الأساسية مثل المدارس، والمراكز الصحية، والمرافق العامة. الأحياء المصممة بشكل جيد تعزز من فرص الوصول، مما يؤثر على جودة الحياة وسلوك الأفراد. (Appleyard, 1981)

4. دور البحث والتطوير.

تتطلب العلاقة بين العمارة والسلوك الإنساني فحصًا مستمرًا ودقيقًا، يمكن أن تسهم الأبحاث متعددة التخصصات في فهم أعمق لكيفية تأثير التصميم المعماري على السلوك. يمكن أن تشمل هذه الأبحاث:

دراسات حالة: تحليل تأثير التصميم المعماري على المجتمعات المختلفة. (Gehl, 2010)

البحوث التجريبية: استخدام أساليب علمية لدراسة كيفية تأثير التغيرات في البيئة المبنية على سلوك الأفراد.

التقنيات الحديثة: استغلال التقنيات الحديثة مثل التحليل الجغرافي المكاني، ونمذجة المعلومات المعمارية لفهم العلاقة بين الفراغات والسلوك. (Batty et al., 2012)

يمكن القول إن العلاقة بين العمارة والسلوك الإنساني هي علاقة متشابكة ومعقدة تتطلب تفهمًا عميقًا لعدة مجالات. من خلال تصميم بيئات مبنية تلبي احتياجات الأفراد وتُعزز من التفاعل الاجتماعي، يمكن للمعماريين والمخططين أن يسهموا في تحسين نوعية الحياة وتعزيز الصحة

النفسية للأفراد والمجتمعات. تظل الحاجة مستمرة للبحث والدراسة لفهم الأبعاد المختلفة لهذه العلاقة واستثمارها في تحسين البيئات المعمارية.

الخاتمة:

أن العلاقة بين العمارة وسلوك الأفراد تمثل مجالاً معقداً يتطلب فهماً عميقاً لكيفية تأثير التصميم المعماري على تجارب الأفراد في الفضاءات المختلفة. تشير الدراسات إلى أهمية سيكولوجيا الفراغ في تعزيز الراحة النفسية، التفاعل الاجتماعي، والإبداع. يُعدّ العمارة أكثر من مجرد هياكل مادية؛ فهي بيئات تشكل سلوك الأفراد وتجاربهم اليومية، ويؤكد البحث على أهمية العناصر التصميمية مثل الإضاءة، التهوية، والألوان في التأثير على التوتر والانتماء والإبداع. تم تقديم أمثلة على تطبيقات معمارية ناجحة تعكس مبادئ سيكولوجيا الفراغ، بما في ذلك تصميم مكاتب الشركات، المستشفيات، والمؤسسات التعليمية. تُظهر هذه الأمثلة كيف يمكن لتصميم الفراغات تحسين جودة الحياة من خلال توفير بيئات صحية ومريحة، ويتطلب تحقيق توازن بين الجوانب الجمالية والوظيفية تفكيراً شاملاً يستند إلى أسس علمية. لذلك، يُعدّ دمج سيكولوجيا الفراغ ضرورة لتلبية التحديات المعاصرة في التصميم المعماري، مما يساهم في خلق بيئات تفاعلية تلبي احتياجات الأفراد النفسية والجسدية.

ينبغي علينا استكشاف أساليب جديدة تتماشى مع التطورات العلمية في مجال التصميم المعماري، وتعزيز التعاون بين التخصصات مثل علم النفس وعلم الاجتماع لتحقيق تصاميم تعكس فهماً شاملاً للاحتياجات الإنسانية. الهدف النهائي هو تصميم فضاءات معمارية تعزز رفاهية الأفراد وتحسن نوعية حياتهم، مما يساهم في التنمية المستدامة وتعزيز التفاعل الإنساني الإيجابي.

المراجع العربية:

- العساف، أحمد. (2010). الإضاءة الطبيعية وتأثيرها على التجربة البصرية في المتاحف. دار النشر العربي.
الراشد، سامي. (2007). توزيع المساحات في المتاحف الحديثة: دراسة تحليلية. دار الفكر العربي.
أحمد، عادل. (2021). تأثير الضوء على العمارة الحديثة. القاهرة: دار النشر.
أيمن، محمود. (2023). التوزيع المكاني وتأثيره على الحالة النفسية. الرياض: المكتبة العربية.
الأنصاري، نوال (2017) دراسة تأثير البيئة المبنية على الصحة النفسية في المدن العربية. القاهرة: دار العلوم.
بدران، أحمد. (2019). لو كوربوزيه ودور سيكولوجيا الفراغ. الدوحة: مؤسسة التصميم المعماري.
الشريف، علي. (2019). مفاهيم سيكولوجيا الفضاء المعماري. عمان: دار الثقافة.

- سالم، ميساء. (2022). المساحة الشخصية في العمارة. جدة: المؤلف.
- سمير، فاطمة. (2019). الراحة النفسية في الفراغات المعمارية. دمشق: دار الكتب.
- عطا الله، محمد. (2018). أصول ومفاهيم سيكولوجيا الفراغ.
- عبيد، أحمد. (2020). الهوية والانتماء في العمارة. عمان: مركز دراسات العمارة.
- عبد الله، كريم. (2023). الإضاءة وتأثيرها على التصميم. أبو ظبي: أكاديمية التصميم.
- عبد الله، محمد. (2019). دراسة أثر التصاميم المعمارية على الصحة النفسية لدى الطلبة الجامعيين. الرياض: مركز الأبحاث الأكاديمية.
- العباسي، محمود. (2017). التصميم والبيئة النفسية. المنامة: المركز العربي.
- القرشي، مريم. (2021). العمارة وتأثيراتها النفسية. جدة: دار الفكر.
- فؤاد، أحمد. (2021). دراسة دور المساحات العامة في تعزيز الرفاهية النفسية. بيروت: دار النشر العربي.
- فتحي، رامي. (2021). أثر الأصوات والضوضاء على التجربة المعمارية. القاهرة: دار الأبحاث.
- فوزي، سامي. (2022). تحليل تأثير الألوان في التصميم المعماري. جدة: المجلة الهندسية.
- خضر، جمال. (2020). سيكولوجيا التصميم المستدام. بيروت: دار الكتاب.
- محمد، عادل. (2020). تهوية الفراغات وجودة الهواء. الرياض: الجامعة العربية.
- إليك المراجع حسب ترتيب APA بناءً على الأسماء المذكورة:

المراجع الأجنبية:

- Appleyard, D. (1981). *Livable streets*. University of California Press.
- Baker, L., et al. (2000). *Healing spaces: Elements of environmental design that promote health*. Environmental Design Research Association.
- Barrett, P., Zhang, Y., Moffat, J., & Kobbacy, K. (2015). The impact of classroom design on pupils' learning: Final results of a holistic, multi-level analysis. *Building and Environment*, 89, 118–133. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2015.02.006>
- Batty, M., Axhausen, K. W., Giannotti, F., Pozdnoukhov, A., Bazzani, A., Wachowicz, M., Ouzounis, G., & Portugali, Y. (2012). Smart cities of the future. *European Physical Journal Special Topics*, 214(1), 481–518.
- Benfield, F., Schellenberg, R., & Smart, M. (2012). The role of housing in housing and community development. American Planning Association.
- Bicknell, J. (1998). *Environmental psychology: An introduction*. Palgrave Macmillan.
- Davis, M. (1990). The impact of architecture on perception. *Journal of Environmental Psychology*.

- Deng, S., & Wu, Y. (2015). The importance of natural ventilation and daylight in the design of classrooms. *Sustainable Cities and Society*.
- Evans, G. W. (2003). The built environment and mental health. *American Journal of Public Health*, 93(9), 1420–1428. <https://doi.org/10.2105/AJPH.93.9.1420>
- Gifford, R. (2007). The importance of environmental psychology. *Environmental Psychology: Principles and Practice*.
- Gehl, J. (2010). *Cities for people*. Island Press.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Stanford University Press.
- Hall, E. (1966). *The hidden dimension*. Anchor Books.
- Jalal, M., Moudon, A. V., & Ding, D. (2018). Effects of indoor environmental quality on learning: A systematic review of the evidence. *Indoor Air*, 28(5), 697–705.
- Kaplan, R. (1995). The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework. *Journal of Environmental Psychology*.
- Kim, J., Lee, H., & Park, S. (2006). *Cheonggyecheon restoration project: Urban renewal through green spaces*. Seoul Urban Development Press.
- Küller, R., Ball, D., & Laike, T. (2009). The impact of light and color on psychological mood. *Journal of Environmental Psychology*, 29(3), 363–367. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.01.001>
- Küller, R., Balling, J. D., & Laike, T. (2006). The impact of light on mood and behavior. *Light Research Technology*, 38(2), 119–134.
- Lang, J. (2000). *Creating architectural theory: The role of the behavioral sciences in environmental design*. Van Nostrand Reinhold.
- Lindhjem, C., et al. (2015). The relationship between green space and psychological well-being: A longitudinal study. *Environment and Behavior*.
- Lindsay, S. (2007). Architectural design and human behavior. *Environment and Behavior*, 39(5), 677–686.
- Saad, M., & Alghamdi, R. (2020). Flexible learning spaces: How design influences students' learning. *Journal of Educational Research*, 35(2), 145–160.
- Park, Y. (2008). *Environmental design in densely populated urban areas: A case study of Cheonggyecheon Stream*. Asia Urban Studies Publishing.

Tuan, Y. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. University of Minnesota Press.

Vischer, J. (2008). Space meets status: Designing workplace performance. *Journal of Corporate Real Estate*, 10(2), 126–137. <https://doi.org/10.1108/>

Wells, N. M. (2000). At home with nature: Effects of “greenness” on children’s cognitive functioning. *Environment and Behavior*, 32(6), 775–795. <https://doi.org/10.1177/0013916500326002>

Wertheimer, M. (1950). Gestalt theory. *Social Research*, 17(1), 78–99.

Zuo, J., Read, B., Pullen, S., & Shi, Q. (2013). Achieving carbon neutrality in commercial building developments – Perceptions of the construction industry. *Habitat International*, 38, 21–29

دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية في المصارف التجارية: دراسة ميدانية على المصارف التجارية في مدينة بنغازي

أ. إنصاف الراشدي.. كلية الإعلام والاتصال.. جامعة إجدابيا.. ليبيا

ملخص الدراسة :

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية، واتبعت البحث المنهج الوصفي؛ لملاءمته لطبيعة البحث، واستخدمت الباحثة استمارة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات من عينة البحث المكونة من (96)، وتوصلت الدراسة إلى نتائج وتوصيات من أهمها أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي البنوك يجب أن تكون نشطة على منصات مثل Facebook, Twitter, Instagram لنشر محتوى قيم ومشاركة المعلومات المفيدة للعملاء وإنتاج محتوى تعليمي وتوعوي للعملاء حول الخدمات المصرفية المختلفة والخدمات المقدمة تكون ذات محتوى بصري جذاب كالفديوهات والتفاعل مع العملاء والرد على استفسارات العملاء وتلقي آرائهم والشكاوى عبر قنوات التواصل الرقمية وتحليل التعليقات والمشاركات؛ للحصول على تغذية راجعة قيمة وقياس الأداء وتحليل البيانات واستخدام أدوات التحليل الرقمية؛ لمتابعة أداء الحملات التسويقية وفهم سلوك المستخدمين ودمج العلاقات العامة الرقمية مع الجهود التسويقية التقليدية؛ لتحقيق تجربة متكاملة للعملاء عبر مختلف القنوات.

Study Summary

The study aimed to identify the role of digital public relations in marketing banking products. The research followed the descriptive approach due to its suitability to the nature of the research. The researcher used the questionnaire form as a tool to collect information from the research sample consisting of (96). The study reached results and recommendations that the use of social media platforms for banks should be Active on platforms like Facebook, Twitter, Instagram to post valuable content and share useful information to customers Creating valuable content Producing educational and awareness content for customers about the various banking products and services provided Attractive visual content such as videos and interaction with customers Responding to customer inquiries, receiving their opinions and complaints through digital communication channels, analyzing comments and posts to obtain valuable feedback, measuring performance, analyzing data, and using digital analysis tools to monitor the performance of marketing campaigns and understanding user behavior. Integrating digital public relations with traditional marketing efforts to achieve an integrated experience for customers across various sectors Channels.

مقدمة:

يعتبر القطاع المصرفي من القطاعات المهمة التي تعتمد على استخدام الاستراتيجيات المدروسة لإدارة علاقات العملاء، ولأهمية الدور الذي تقوم به المصارف في اقتصاد الدول فإن قدرتها على القيام بوظائفها سيؤثر بشكل إيجابي أو سلبي على تحقيق تنمية تلك الدول، مما

يدفعها إلى أن تعمل على زيادة فعاليتها، وذلك من خلالها رفع مستوى كفاءتها بما ينعكس على تطوير خدماتها المصرفية وتلبية احتياجات عملائها، كما أن أهمية العلاقات العامة في البنوك ترتكز على اعتبار أساسي وهو أن البيئة المحيطة بالبنك ومجريات الأحداث تعتبر محددًا جوهرياً لنجاحه وقدرته على الاستمرار في دائرة المنافسة، ولهذا تعتبر العلاقات العامة الوسيلة للوصول إلى التأثير على أفراد المجتمع وتكوين اتجاهات إيجابية نحو البنك، وأن ثقة عملاء البنوك تعتبر أمراً في غاية الأهمية لاستمرار عمل البنوك خصوصاً وأن الخدمات التي تقدمها متشابهة، إلا أنها تختلف من حيث الكيفية التي تقدم بها إلى العملاء، كما أن التحولات العالمية والتطورات التكنولوجية المتسارعة ألزمت المصارف بضرورة تبني استراتيجيات اتصالية تساعدها على التكيف مع تلك التطورات لإرضاء عملائها، لذا تعتمد على استخدام قنوات جديدة للتواصل مع عملائها بما يتيح المرونة والراحة للعملاء في الحصول على المعلومات الخاصة بالخدمات البنكية فشبكات التواصل الاجتماعي أثبتت قدرتها كأداة فعالة لبناء العلاقات مع الأفراد والمجتمعات محلياً ودولياً من خلال تقديم منصات اتصال مفتوحة.

فالعلاقات العامة الرقمية تعني استخدام وسائل الإعلام المختلفة على الإنترنت لصنع ومشاركة محتوى عن المؤسسة أو الشخص، والوصول للجمهور المستهدف والتواصل معه عن طريق الإعلام الإلكتروني، أي أنها بناء وإدارة سمعة المؤسسة، وهذا لأن تشكيل الصورة الصحيحة للمؤسسة في عقل الناس يعتبر أمراً هاماً جداً في توصيل الماركة أو المؤسسة لهوية مميزة ورائدة لذلك لا يمكن الاستغناء عن العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات المختلفة.

مشكلة البحث :

يسلط هذا البحث الضوء على استخدام المصارف التجارية للأساليب التقليدية في تقديم الخدمات المصرفية مما يجعلها في موقف تنافسي ضعيف، فالعلاقات العامة الرقمية هي تطبيق للتكنولوجيا المعلوماتية بهدف زيادة المنافع التي يحصل عليها العملاء والارتقاء بجودة الخدمات المصرفية

عليه تبلورت مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي:

ما دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية في المصارف التجارية؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذه الدراسة في الآتي:-

1. ترجع أهمية الدراسة إلى أهمية الموضوع في حد ذاته، وذلك من خلال التعريف بالعلاقات العامة الرقمية.

2. في القنوات الاتصالية الرقمية للتواصل مع العملاء.

3. في المحتوى والخدمات الرقمية بناء على احتياجات العملاء.
 4. تفيد نتائج هذا البحث وتوصياته الرفع من مستوى المصارف التجارية؛ للتغلب على الصعوبات التي تواجهها عند تسويق الخدمات المصرفية.
- أهداف البحث:**

1. التعرف على أهمية العلاقات العامة الرقمية للمصارف التجارية.
2. إبراز أهمية العلاقات العامة الرقمية في تحقيق الجودة للخدمات المصرفية.
3. إيجاد العلاقة بين العلاقات العامة الرقمية وتسويق الخدمات المصرفية.
4. التعرف على واقع استخدام المصارف التجارية العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية.
5. تسويق الخدمات المصرفية يحقق نتائج جيدة بغرض اللحاق بسباق التقدم التقني والمعرفي.
6. تحديد الصعوبات التي تواجه المصارف من أجل التفعيل الأمثل للعلاقات العامة الرقمية.
7. اقتراح توصيات لتعزيز فاعلية ممارسة العلاقات العامة في المصارف.

الدراسات السابقة:

دراسة مها سامي الراشد ، دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية: دراسة تحليلية على البنوك في مملكة البحرين⁽¹⁾.

هدفت هذه الورقة البحثية إلى التعرف على محتوى شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها البنوك التجارية والإسلامية في مملكة البحرين لتسويق خدماتها، وأيضاً رصد مؤشرات التفاعلية بين محتوى الحسابات الرسمية للبنوك عينة الدراسة وبين جماهيرها المستهدفة من خدماتها. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي لتحليل مضمون الحسابات الرسمية للبنوك التجارية والإسلامية في مملكة البحرين، وذلك باختيار بنك البحرين الوطني وبنك البحرين الإسلامي لتحليل محتوى حساباتهم الرسمية على تويتر وانستغرام في الفترة من يناير 2021 إلى أكتوبر 2021.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن أكثر المضامين التي تستخدمها البنوك في تسويق خدماتها على تويتر هي "الأخبار" بنسبة (69.1%)، تليها "المعلومات" بنسبة (27.3%)، وأن أكثر اللغات التي تستخدمها البنوك في تسويق خدماتها على تويتر هي "المزيج اللغوي" وتكررت بنسبة (49.9%)، تليها في المرتبة الثانية "اللغة الفصحى" بنسبة (27.1%)، وأن أكثر

¹ - مها سامي الراشد، دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية: دراسة تحليلية على البنوك في مملكة البحرين مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (6) العدد (8) 30 يوليو، 2022م.

أساليب الخطاب التي تستخدمها البنوك في تسويق خدماتها على تويتر هو "الدعائي" بنسبة (49.2%)، تليه في المرتبة الثانية "الإخباري" بنسبة (45.2%)

دراسة أماني صولي، تأثير التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الخليج الجزائر - AGB وكالة بسكرة⁽¹⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى إظهار أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية في الجزائر وذلك بالإجابة عن التساؤلات المطروحة في الإشكالية، كما تهدف إلى معرفة الوسائل المطبقة لدى البنوك لتحسين الجودة المصرفية، ومنه تم تحديد الإطار المفاهيمي لجودة الخدمات المصرفية والتسويق الإلكتروني، بالإضافة إلى إدراج دراسة حالة تخص بنك الخليج الجزائر - AGB وكالة بسكرة - لقياس أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، استخدم الباحث أسلوب التباين الأحادي والانحدار البسيط ومعامل الارتباط R و R² إضافة إلى التكرارات والوسائل الحسابية في تحليل البيانات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وجود عالقة تأثير بين كل من (التسويق الإلكتروني وجودة الخدمة المصرفية)، كما أشارت الدراسة إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة على جودة الخدمات المصرفية تعزى إلى العوامل الديمغرافية للعملاء، وقد انتهت الدراسة بمجموعة من التوصيات أهمها، ضرورة اهتمام البنوك بالجوانب الجمالية للموقع لما له أثر كبير في نظر العملاء عند تقييم الجودة، ضرورة اهتمام البنوك بالاستجابة السريعة وتلبية مطالب العملاء كعوامل تؤثر في جودة الخدمات المصرفية، أن تعمل البنوك على خلق جو من الثقة والطمأنينة والأمان في علاقاتها مع العمال خاصة فيما يتعلق بدقة إنجاز المعاملات المصرفية عبر الإنترنت ومتابعة التطورات الحديثة في مجال التسويق الإلكتروني والوصول إلى العملاء عبر أحدث الوسائل الإلكترونية.

دراسة خولة برباق، خديجة غربية، دور العلاقات العامة الإلكترونية في تسويق خدمات مؤسسة الاتصالات "دراسة على عينة من مستخدمي خدمة "سما ميكس"⁽²⁾.

تهدف الدراسة إلى تبيان الدور الذي تلعبه العلاقات العامة الإلكترونية في تسويق خدمات مؤسسة الاتصالات دراسة على عينة من مستخدمي خدمة سما ميكس موبيليس طولقة، حيث عالجتنا هذا الموضوع من خلال الإشكالية التالية: فيما تمثل دور العلاقات العامة الإلكترونية في تسويق خدمات مؤسسة الاتصالات؟ حيث نجد جل المؤسسات تقوم على الاتصال بينها وبين جمهورها أي أنها تمارس العلاقات العامة في نشاطاتها وفي ظل التطورات الحاصلة في المجال التكنولوجي

¹- أماني صولي ، تأثير التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الخليج الجزائر - AGB وكالة بسكرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر - بسكرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2019-2020م.

²- خولة برباق، خديجة غربية، دور العلاقات العامة الإلكترونية في تسويق خدمات مؤسسة الاتصالات "دراسة على عينة من مستخدمي خدمة "سما ميكس"، رسالة ماجستير منشورة، جامعة محمد خيضر - بسكرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

ظهر ما يُعرف بالعلاقات العامة الإلكترونية والتي تعرف على أنها استخدام وسائل الإعلام المختلفة على الإنترنت لصنع أو مشاركة محتوى على المؤسسة والوصول إلى الجمهور المستهدف كما نجد أنها تعتبر عملية تبادل ونشر المعلومات بين المنظمات والجمهور التي تتعامل معها باستعمال وسائل التواصل الاجتماعي التي تقدم قنوات اتصالية دائمة من خلال الخدمات التي تتيحها هذه الأخيرة نظراً لأهمية الدور الذي تقدمه العلاقات العامة الإلكترونية تم الاعتماد على استمارة استبانة؛ للتعرف على الوسائل التي تعتمد عليها في تسويق خدماتها (الموقع الإلكتروني الرسائل القصيرة والفايس بوك)، حيث تم توزيعها على عينة حجمها 50 مفرد.

توصلت دراستنا إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن العلاقات العامة الإلكترونية للمؤسسة تعتمد على الرسالة القصيرة والفايس بوك في تسويق خدماتها وتسهل للجمهور الوصول إليها.

دراسة صالح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على البنك السالمي الأردني في عمان - الأردن⁽¹⁾.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا الزبائن، وقد جاء اختبار الفرضيات التي طُرحت لمعالجة مشكلة البحث، وتم استخدام المنهج الإحصائي الوصفي التحليلي في هذه الدراسة. ويتكون مجتمع الدراسة من زبائن البنك السالمي الأردني في مدينة عمان، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بتطوير أداة الدراسة الاستبانة التي اشتملت على 14 فقرة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام في البنك السالمي الأردني في مدينة عمان وفروعه من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، أما نتائج الدراسة أن مستوى تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية محل الدراسة سهولة الاستخدام، وتوفير الوقت، والسرية، والأمان كان مرتفعاً، مما يتطلب من البنك ضرورة المحافظة على المستوى المرتفع... إلخ. إجراء دراسة مقارنة بين البنك السالمي الأردني والبنوك السالمية الأخرى حول جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ومستوى رضا الزبائن؛ لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة ولكي يكون منافساً قوياً . للبنوك الأجنبية الأخرى، وللمحافظة على مكانة البنك في القطاع المصرفي، ضرورة قيام البنك بدراسات دورية لقياس فعالية الخدمات المصرفية الإلكترونية وضمان رضا الزبائن والمحافظة عليهم خاصة وأن توقعات وخبرات الزبائن تتفاوت من زبون إلى آخر، فضلاً عن التطور المستمر في مجال التكنولوجيا وأنظمة التصالح.

1- صالح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على البنك السالمي الأردني في عمان - الأردن، رسالة ماجستير منشورة جامعة الشرق الأوسط، 2016.

دراسة مريم درويش، سارة جوادي، دور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الخليج الجزائر وكالة -قائمة. (1)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية حيث تم التطرق في الجزء النظري إلى المفاهيم الخاصة بالتسويق الإلكتروني، وجودة الخدمة المصرفية، ومن ثم التطرق إلى العلاقة بين المتغيرين بالإضافة إلى إدراج دراسة حالة تختص ببنك الخليج، ووكالة قائمة لقياس دور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية حيث قمنا بتوزيع استبانة إلكترونية على عينة عشوائية من عملاء البنك المقدرة 54 عميلاً، وتم تفرغ البيانات ومعالجتها بواسطة التحليل الإحصائي SPSS ، والتوصل إلى أن بنك الخليج يقوم بالتسويق الإلكتروني

التعقيب على الدراسات السابقة

- أسهمت الدراسات السابقة بطريقة علمية في إثراء الجانب النظري والتطبيقي لهذه الدراسة.
- اشتركت الدراسات السابقة في استخدام التسويق الإلكتروني للمنتجات المصرفية.
- ساهمت في ضبط إشكالية البحث وتحديد تساؤلات الدراسة بشكل دقيق، وأن أغلب الدراسات استخدمت المنهج الوصفي.

تساؤلات الدراسة:

1. ما أهمية العلاقات العامة الرقمية للمصارف التجارية ؟
2. ما العلاقة بين العلاقات العامة الرقمية وجودة الخدمات المصرفية ؟
3. ما دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز فاعلية التسويق للخدمات المصرفية؟
4. ما مستوى جودة التسويق الإلكتروني للخدمات المصرفية عبر العلاقات العامة الرقمية؟
5. ما الصعوبات التي تعيق العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية؟
6. ما أهم الآليات والممارسات الرقمية التي تستخدمها المصارف لبناء علاقات أقوى مع العملاء؟

منهج البحث:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات والمعتقدات؛ بهدف التعرف على الأوصاف الدقيقة لظاهرة أو مجموعة من الظواهر التي سنقوم بدراستها من حيث ماهيتها وطبيعتها، ووضعها الحالي والعلاقة بينها، وبين الظواهر الاجتماعية الأخرى المؤثرة فيها؛ حيث توصيف البيانات التي تم جمعها وتحليلها وتفسيرها واستخلاص

¹ - مريم درويش، سارة جوادي، دور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الخليج الجزائر وكالة - قائمة، جامعة 8 ماي 5491 -قائمة -كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية، الجزائر.

المعلومات والآراء منها، وغالباً ما تهتم الدراسات الوصفية بتصوير وتحليل وتقويم الخصائص العامة لمجتمع البحث أو عينة ممثلة له أو تحليل موقف غامض يتعلق بمشكلة البحث أو دراسة الحقائق الزاهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة المبحوثة أو إيضاح موقف من قضية أو وضع معين يهتم الغالبية من الناس والبحث من أجل التوصل إلى معلومات وبيانات كافية ودقيقة تمكن المعنيين من اتخاذ قرار أو مجموعة قرارات صائبة. (1)

اتّبع البحث المنهج الوصفي المسحي، ويعدّ المنهج الوصفي الأنسب للدراسة لمحدودية عدد أفراد مجتمع الدراسة، ولمناسبته لأداة الدراسة وإمكانية الإجابة عن تساؤلاتها وتحقيق أهدافها من خلالها.

مجتمع الدراسة

يتألف مجتمع الدراسة من كل المصارف التجارية الواقعة في مدينة بنغازي والبالغ عددها 4 مصارف وشملت هذه الدراسة مديري الإدارات ورؤساء الأقسام في كافة المستويات الإدارية والبالغ عددهم (112) موظفاً ، وتمّ توزيع أداة الدراسة على كامل مجتمع الدراسة بأسلوب المسح الشامل، وتم تسليم الاستبانة يدأ بيد واستبعاد 10 من الاستبانات لعدم صلاحيتها للدراسة وضياع ستة، وبذلك أصبح مجتمع الدراسة النهائي (96).

حدود البحث :

- الحدود البشرية تمثل كافة الموظفين بمختلف مستوياتهم من مديري الإدارات ورؤساء الأقسام. اقتصر البحث على حدود زمانية ومكانية وهي:
- الحدود الزمانية: الفترة التي تمّ فيها توزيع الاستبانة من 11-5-2024 إلى 19-5-2024.
- الحدود المكانية: المصارف التجارية في مدينة بنغازي وهي مصرف الجمهورية - مصرف الوحدة المصرف التجاري - مصرف التجارة والتنمية.

أدوات الدراسة:

- المسح المكتبي: تم الاطلاع على الكتب والمراجع والأبحاث ذات الصلة بموضوع البحث.
- أداة الاستبانة: وهي مجموعة من التساؤلات تمّت الإجابة عنها من قبل مجتمع الدراسة.
- المصطلحات الواردة في الدراسة
- دور: دار يدور دوراً أي تحرك باتجاهات متعددة في مكانه وكلمة الدور مستعارة من المسرح حيث اعتبر الفرد يمثل مجموعة من السلوكيات على خشبة المسرح وكأن التنظيم الاجتماعي مسرح لحياة الجماعة، وأفرادها يمثلون تلك الأدوار المتعددة والمختلفة(2).

1. مصطفى حميد الطائي وخير ميلاد أبوبكر، (2007): مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية دار الوفاء لنسب الطباعة والنشر، الإسكندرية. ص 97-98.

2- عصمت عدلي، علم الاجتماع الأمني (الأمن والمجتمع)، ب ن ، الإسكندرية 2001، ص14.

العلاقات العامة: هي وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب والمحافظة على تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياساتها وإجراءاتها قدر الإمكان، ولتحقيق تعاون مثمر أكبر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفى عن طريق المعلومات المخططة ونشرها (1).

التسويق: هو العمل الإداري الخاص بالتخطيط الاستراتيجي لجهود المشروع، وتوجيهها والرقابة على استخدامها في برامج تستهدف الربح للمنظمة، وإشباع حاجات الزبائن، ذلك العمل الذي يتضمن توحيد كل أنشطة المنظمة في نظام عمل واحد (2).

الخدمات المصرفية: تعرف البنوك على أنها المؤسسات المالية المرخصة والتي تعمل على تلقي الودائع ومنح القروض وتقديم العديد من الخدمات المصرفية الأخرى مثل : صرف العملات ، بينما تعرف الخدمات المصرفية على أنها التعاملات المالية والخدمات التي تقدمها البنوك للمؤسسات، وفي حال كان تعامل البنك مع الأفراد فإنه يعرف باسم بنك التجزئة، أما بنك الاستثمار فهو البنك الذي يتعامل مع أسواق رأس المال، وتشمل الخدمات المصرفية التي يتم تقديمها للأعمال (3).

الصدق والثبات:

بعد إعداد الاستمارة وتجهيزها تم التأكد من صدقها وثباتها بالطرق التالية:
-الصدق الظاهري: تم عرضها على مجموعة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنغازي - كلية الإعلام وتم إرفاق تقريراً وافياً تضمن مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها، ويعني بالصدق أن تكون الاستمارة صالحة لتحقيق أهداف البحث، وتساؤلاته وتم الأخذ بجميع التعديلات والمقترحات التي نالت اتفاق المحكمين.

-صدق الاتساق الداخلي: وتم التأكد من ثبات الأداة من خلال تطبيقها على عينة استطلاعية تقدر بـ30 موظفاً، وتم حساب الثبات من خلال الاتساق الداخلي وفق معادلة (ألفا كرونباخ Alpha Cronbach)، وبلغ الثبات الكلي للأداة 85% بما يفيد ثبات الأداة وقابليتها للتطبيق، وتعميم نتائجها من أجل تحقيق أهداف الدراسة .

1- علي الفرجاني، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، ط2018، 1 دار امجد للنشر والتوزيع.
2- سعد محمد عبدالجواد بلتاجي، حوافز التسويق التجاري، الهدايا التسويقية نموذجاً، المجلد الثالث، العدد 35، ص421
3- عدنان عواد الشوبك، دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإدارية، عمان، دار اليازوري، 2011، ص 171

الإطار المعرفي للدراسة

مقدمة:

في عصر الرقمنة والتحول التكنولوجي السريع، أصبحت العلاقات العامة الرقمية أمراً حيوياً بالنسبة للمصارف التجارية، فالبنوك تواجه تحديات متزايدة في الحفاظ على سمعتها وإشراك عملائها عبر القنوات الرقمية المتعددة بالتالي أصبح على ممارسي العلاقات العامة أن يفكروا فيما هو أبعد من طريقتهم التقليدية، وأن تكون العملية الاتصالية محورياً رئيساً في ممارسة مهنهم وبالطريقة التي تتلاءم مع العصر الرقمي، وقد زادت أهمية الوسائل الرقمية مع كبر حجم المنظمات واتساع رقعة انتشارها وزيادة أعداد المتعاملين معها، حيث أصبح من الصعوبة بمكان استخدام الاتصال الشخصي من قبل ممارسي العلاقات العامة للتواصل مع الجماهير الغفيرة للمصارف، فجاءت الوسائل الرقمية لتلغي حدود الزمان والمكان وتيسر عملية التواصل والحوار وبناء العلاقات بين المنظمات والجماهير المنتشرة جغرافياً في مناطق بعيدة عن مراكز وفروع المنظمات، وبالتالي اتجه ممارسو العلاقات العامة نحو استخدام الوسائل الرقمية والتفاعلية في ممارسة المهنة ليس كهدف اختياري بل كمتطلب إجباري فرضتها التحولات الرقمية في عالم اليوم.

مفهوم العلاقات العامة الرقمية

تعرف العلاقات العامة الرقمية على أنها إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها من خلال استخدام تطبيقات الإنترنت بما تتضمنه هذه التطبيقات من الموقع الإلكتروني، وخدمات الرسائل النصية التي تقدم المعلومات عبر الإنترنت ودمج النصوص والجرافيك والصور ومقاطع الفيديو⁽¹⁾. فالعلاقات العامة الرقمية وإن تعددت وكثرت تعريفاتها فهي وفق تعريف جمعية العلاقات العامة الدولية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة، قيام الإدارة المعنية بالعلاقات العامة بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديث وقنوات الاتصال الرقمي؛ لتنفيذ أنشطتها وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع.⁽²⁾

وتعرف أيضاً بأنها الأحدث بين التقدم الأخير في التقنيات وإدارة الشركات، فالعلاقات العامة الإلكترونية هي ممارسة العلاقات العامة من خلال تقنيات الاتصال المعلوماتية الجديدة، حيث يمكن ممارسة العلاقات العامة من خلال استخدام الكمبيوتر والإنترنت والشبكة العالمية والنظام العالمي للاتصالات المتنقلة وغيرها من أنظمة المعلومات.⁽³⁾

¹ - فطيمة قبيبي بن دنيا دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد 29، 2022

² - نورة الزعبي، العلاقات العامة الرقمية، الوطن، يومية الشاملة، تفاعلية، الخميس 17.4.2017

³ - عبيد خالد، زينب بن قيراط، واقع تفاعلية المؤسسة عبر الوسائط الرقمية وأثره في تحسين وظائف العلاقات العامة، رسالة ماجستير منشورة، جامعة 08 ماي 1945، 2018، ص 82

تعرف العلاقات العامة الرقمية Digital of public relation بأنها عملية اتصال استراتيجية ووظيفة إدارية تقوم على بناء علاقات مقيدة بين المنظمات وعامة الجمهور أو أصحاب المصلحة وتشمل العلاقات العامة فهم وتحليل الجمهور وإدارة المشورة والتخطيط وتنفيذ وتقييم الاتصالات لمساعدة مجموعة متنوعة من العملاء لتحقيق أهدافهم من خلال استخدام كافة وسائل الإعلام الاجتماعية والمواقع الإلكترونية.⁽¹⁾

وظائف العلاقات العامة الرقمية

وتتمثل هذه الوظائف فيما يأتي :

1. الاتصال الداخلي بالمؤسسة مع ربطه بشبكة الإنترنت للاتصال بالجمهور الداخلي في المؤسسة من العاملين والموظفين، والإداريين والمسؤولين؛ لتوفير المعلومات والأخبار وإيصالها للمعنيين.

2. الاتصال الخارجي بالجمهور العام والمتخصصين، والمندوبين، والمراسلين، ووسائل الإعلام، والمؤسسة العامة والخاصة وإرسال المعلومات والأخبار عبر البريد الإلكتروني.

3. العلاقات العامة الرقمية وسيلة اتصال تفاعلي عن طريق مشاركة القراء عبر غرف الحوار، وغيرها من الوسائل.

4. تعد العلاقات العامة الرقمية كأداة اتصالية تسويقية للخدمات والمعلومات التعليمية، والتجارية والثقافية، والسياحية، والاقتصادية.

5. تعد العلاقات العامة الرقمية كمركز لتقديم المعلومات العامة، عن طريق تحول جهاز العلاقات العامة إلى مزود للخدمات العلمية.

6. تعد العلاقات العامة الرقمية كإنتاج إلكتروني للمواد الإعلامية، وتوزيعها بشكل يعبر عن المؤسسة وتوجهاتها، ويسهم في تحسين صورتها.⁽²⁾

وتعد العلاقات العامة الرقمية استثماراً تقوم به المصارف؛ للحفاظ على صورتها في السوق بما يعود عليها بالنفع والمكسب المادي، فهو نتاج تلاقي تكنولوجيات الاتصال والبت الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته تنشأ خلالها حالة تزامن في إرسال النصوص والأصوات والصور المتحركة والثابتة قادرة على بناء صورة ذهنية إيجابية وتحقيق الأهداف المرجوة من المؤسسة خصوصاً أن عملاء البنوك لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لشراء سلعة أو خدمة وإنما بناء العلاقات.⁽³⁾

¹ حنان أحمد سليم: العلاقات العامة في عصر الإعلام الرقمي، دار الكتاب الحديث، ط1، مصر، 2019، ص13

² محمود محمد الخولف: العلاقات العامة في العصر الرقمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2019، ص33

³ مها سامي الراشد، دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية مجلد 6، العدد 8، 2022، ص114

أدوات العلاقات العامة الرقمية

تتميز العلاقات العامة الإلكترونية بالعديد من الأدوات، نذكر منها :

تحسين الظهور في محركات البحث.

من خلال المنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي يتم التواصل مع الجمهور.

نشر الإصدارات الإعلامية والتواصل مع المؤثرين من خلال صناعة الوسائط المتعددة كالفيديوهات والمواد المسموعة .

من خلال البريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتم التعرف على اتجاهات الجمهور.

من خلال المراسلات الإلكترونية الدورية يتم إيصال المعلومة الصحيحة للجمهور

المستهدف التواصل مع الجماهير بلغات متعددة⁽¹⁾ .

أسس العلاقات العامة الرقمية في المصارف

إن أهم عنصر في العلاقات العامة الإلكترونية الناجحة هو الاستماع إلى عملائك، حيث تجد أنهم لا يخبروك بما يريدون فحسب بل يخبرونك أيضاً بمدى تلقي رسالتك، إن العلاقات العامة الإلكترونية في التعامل والتواصل مع عملائها تتعلق بالرد عليهم من خلال إشراكهم في محادثة قنوات الاتصال التي يتم من خلالها إجراء المحادثة رغم أنه لا يمكنك التحكم في الرسالة إلا أن تقود المحادثة من خلال اتصالات شفافة.

. استمع إلى عملائك إن إدارة السمعة عبر الإنترنت لاستماع إلى ما يقال عنها عبر الإنترنت من المهم بشكل خاص مراقبة جميع القنوات التي يستخدمها العميل للاتصال بالشركة أو التحدث عنها بانتظام .

تسليط الضوء على المشكلات التي تحتاج إلى الاهتمام والمجالات التي يتم تنسيقها بنجاح .

التجاوب مع الآخرين: إن الرد على الاستفسارات وتعليقات الجمهور والتعاطي معها من إحدى

الوظائف الرئيسية للعلاقات العامة الرقمية وإلا ستظهر غير مبالية وتسوء صورتها.

. التحلي بالشفافية والصدق: إن فقدان الثقة يعتبر مظهراً من مظاهر الخداع لذلك تتحلى العلاقات

العامة الرقمية بالشفافية والصدق كونهما أمران حيويان .

. استعد من الإمكانيات التي تتيحها شبكة الإنترنت وتطبيقاتها والتي تتطور من حين إلى آخر.⁽²⁾

¹ - خولة برباق، خديجة غربية، دور العلاقات العامة الإلكترونية في تسويق خدمات مؤسسة الاتصالات، رسالة ماجستير منشورة، بسكرة، 2022، ص35

² - حسين نيازى الصيفي، مبادئ العلاقات العامة الرقمية ، 2022، ص 21

تحديات العلاقات العامة الرقمية

مع تطور وسائل التواصل في عصرنا ومع تسارع الأحداث بمختلف مجالاتها في منطقة الشرق الأوسط ظهرت عدة تحديات لموظفي العلاقات العامة، وهو شيء منطقي لكونها ظاهرة جديدة لم تمر عليها سوى بضع سنوات، هذه التحديات تتلخص فيما يلي:

- عدم اقتناع أو غياب عدد من المنظمات الهامة في المجتمع عن مواكبة التطورات الحاصلة في وسائل الاتصال، كوجود حسابات لديهم في مواقع التواصل الاجتماعي، أو عدم إعادة هيكلة إدارة العلاقات العامة في ظل هذه التطورات.

- عدم كفاية المخصصات المالية لإدارة الموقع الإلكتروني للمنظمة، أو أن تكون المخصصات منخفضة، وبالتالي قد لا يظهر الموقع الإلكتروني بالشكل والمضمون اللائقين.

- عدم وجود أو قلة المتخصصين في العلاقات العامة الرقمية من ناحية التحرير الإلكتروني (إدارة المواقع الإلكترونية)، أو تخصيص موظف بمؤهلات متدنية لإدارة حسابات المنظمة في مواقع التواصل الاجتماعي وغياب وندرة الدورات التدريبية المتعلقة بالعلاقات العامة الرقمية في معاهد ومراكز التدريب في السعودية.

بطء التفاعل من مسؤولي العلاقات العامة الرقمية، مع الزائرين للموقع الإلكتروني أو مع المشتركين أو المتابعين لحسابات المنظمة حيث أصبح الإعلام الجديد حقيقة ماثلة للعيان، ولم تعد مجرد وهم أو خديعة اتصالية أو فرقعات تقنية في الهواء بل هي واقع متنامٍ ومؤثر، وفاعل في تغيير الاتجاهات والمواقف، وبناء المعارف الإنسانية والحديثة في العالم، وظهر ما يعرف بالمواطن المراسل الذي يعمل معظمهم لمبادرة فردية ويشمل هؤلاء المرسلون الأفراد الشجعان الذين قرروا أن يشغلوا كاميراتهم وألا يؤديوا دور المتفرج السلبي، ومع أن بعض هؤلاء الأفراد سيعودون إلى حياتهم العادية، فإن البعض الآخر منهم سيقفون ملتزمين بنقل الأخبار إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص، وذلك على الرغم مما ينطوي عليه هذا الأمر من مخاطر بالنسبة إليهم، وكذلك بالنسبة إلى أسرهم، ويجب بالتالي الإشادة بإسهاماتهم وإيلاء العناية اللازمة لسلامتهم.

الجمهور الكبير الذي يزور الموقع الإلكتروني للمصارف وكذلك الذي يتابع حساباتها في مواقع التواصل الاجتماعي، يتطلب معه تخصيص عدد مناسب من الموظفين، وهو قد لا يتوفر لأي منظمة سواء الأسباب مالية أو إدارية أو غيرها مما قد يؤدي لغياب أو عدم التفاعل معهم⁽¹⁾.

أنواع الخدمات المصرفية في المصارف التجارية

¹ - عبدالعزيز بن سعيد الخياط، العلاقات العامة الرقمية مفهومها أدوارها تجلياتها الملقي الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان العلاقات العامة الرقمية 8. 9. 2015 السعودية- الرياض.

تقدم البنوك العديد من الخدمات المصرفية المختلفة مثل : خدمات البنوك المختلفة وخدمات التأمين، خدمات التمويل، خدمات إدارة النقود، خدمات الرواتب، وكذلك خدمات الحماية من الاحتيال، ومن أهم أنواع الخدمات المصرفية ما يلي:

1. خدمات البنوك : تعد خدمات البنوك أحد أنواع الخدمات المصرفية التي تعمل البنوك في إنحاء العالم على تقديمها للعملاء كلا وفق احتياجاته، ومن خدمات البنوك التي يتم تقديمها ما يلي: . تقديم القروض، الدفع بالشيك، تحميل ودفع أدوات الائتمان، صرف العملات الأجنبية، الاستشارات تسهيلات الضمان البنكي، خدمات أجهزة الصرف الآلي، خدمات بطاقات الخصم، الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المتحرك .

2. خدمات التأمين: تتطوي جميع الأعمال على العديد من المخاطر لذا من المهم قيام إدارة المخاطر بطريقة فعالة، ومن أهم الطرق هو الحصول على أنواع التأمين المناسبة. (1)

نبذة عن المصارف التجارية

1. مصرف الوحدة: هو أحد المصارف العاملة في ليبيا ومقره الرئيس في مدينة بنغازي شرق البلاد، وهو شركة مساهمة البنية تأسست بموجب القانون رقم (153) لسنة 1970 الصادر بتاريخ 22/12/1970 يقدم المصرف الخدمات المصرفية بجميع أنواعها من خلال الفروع والوكالات التابعة له البالغ عددها (76) فرعاً ووكالة والمنتشرة في جميع مدن وقرى ليبيا ومزودة بأحدث الأجهزة اللازمة للعمل المصرفي، وفيما يتعلق بالمعاملات المصرفية الدولية فإن المصرف يتعامل مع شبكة من المراسلين في مختلف قارات العالم حيث بلغ عددهم (247) مراسلاً.

2. مصرف التجاري الوطني: يعد واحداً من أعرق وأهم المصارف على المستوى المحلي في ليبيا، وعلى المستويين الإقليمي والعالمي إذ تأسس في عام 1970 كشركة ليبية مساهمة، ومؤسسه الدكتور المهدي محمد صالح إبراهيم، ويمارس أنشطته المالية والمصرفية منذ ذلك التاريخ سعياً إلى إيجاد قيمة حقيقية للمنتجات التي يقدمها والخدمات التي يؤديها، ومن خلال فروع ال 69 المنتشرة في ليبيا وشبكة مراسيله الواسعة في العالم يهدف إلى أن يكون المصرف التجاري الوطني المقصد الأول والأهم لجميع الزبائن والعملاء.

3. مصرف التجارة والتنمية: هو شركة بنكية مساهمة ليبية تجارية تأسست في عام 2005 بناء على قرار أمين اللجنة الشعبية العامة للتخطيط والمالية رقم (243/1423)، ومؤسسها الأستاذ جمال الطيب عبد المالك، وتسري على المصرف أحكام القانون رقم (1) لسنة 1373 وبر (2005) (ف) بشأن المصارف والقانون التجاري وتعديلاته، ويعد مصرف التجارة والتنمية من

¹ - دارين عبد الغني ، قياس وتقييم الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية نحو إرساء نموذج للإنذار المبكر باستعمال المحاكاة المالية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، جامعة الجزائر 2017 ص34

أكبر المصارف الخاصة في ليبيا، وله عدة فروع موزعة على عدد من المدن الليبية، ويتميز بتقديم خدمات مصرفية آمنة في الواقع وعبر الإنترنت.

4. مصرف الجمهورية تأسس بانكا دي روما في 15 أبريل 1907 نتيجة لما حدث في منتصف القرن التاسع عشر في أواخر الحكم التركي لليبيا قبل الحكم الإيطالي، وذلك بتقديم خدمات للعناصر الأجنبية من التجارة وغيرها، وفي 13 نوفمبر 1969 صدر قانون بتغيير أسماء البنوك العاملة في البلاد إلى أسماء عربية فصار مصرف الأمة عوضاً عن بانكا دي روما وفي 22 ديسمبر 1970 صدر قانون آخر بشأن تأميم جميع حصص البنوك الأجنبية العاملة في البلاد، لتصبح مملوكة بالكامل لليبيا ليتم إعادة تسمية باركليز بنك باسم مصرف الجمهورية، وبتاريخ 10 أبريل 2008 صدر قرار عن مصرف ليبيا المركزي بدمج مصرفي الأمة والجمهورية في مصرف واحد تحت اسم مصرف الجمهورية بميزانية تصل إلى 20 مليار دينار ليبي، ليصبح ثاني أكبر المصارف الليبية بعد المصرف الليبي الخارجي، وبعدد موظفين بلغ أثناء الدمج ما يزيد عن 5.800 موظف وموظفة إضافة إلى 146 فرعاً ووكالة.⁽¹⁾

الدراسة الميدانية

مقدمة:

في هذا البحث قامت الباحثة بتحليل البيانات الأساسية وكذلك تصنيف البيانات حسب الجداول التكرارية وتحليل الجداول عن طريق برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss) للوصول إلى نتائج الدراسة، وقد اشتملت استمارة الاستبانة على قسمين اثنين هما:

القسم الأول: يتضمن البيانات المتعلقة بالخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد مجتمع الدراسة.
القسم الثاني: يتعلّق بمحاور الدراسة الرئيسية ويوضّح الجدول رقم (1.3) محاور الدراسة وهي مواقع التواصل الاجتماعي ومهارات الاستخدام. ثبات أداة جمع البيانات.
حيث تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) دي حساب معامل الثبات باستخدام معامل (كرومباخ ألفا)، وبلغ معامل الثبات (0.881) وهي مناسبة لأغراض تحليل البيانات.

أساليب المعالجة الإحصائية وتحليل البيانات:

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة أسلوب الإحصاء الوصفي الذي يختص بتحليل بيانات المجتمع ولقد استعانت الباحثة بجدول التوزيعات التكرارية، والنسب المئوية، بالإضافة إلى بعض مقاييس

¹ - (www.centralbankoflibya.org)

النزعة المركزية المتمثلة في الوسط الحسابي للتعرف على اتجاه المبحوثين نحو موضوع الدراسة بالإضافة إلى الانحراف المعياري للتعرف على تشتت إجاباتهم عن ذلك الوسط. تحليل بيانات الدراسة الميدانية:-

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة والمتمثلة في تقييم آثار مواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) ومهارات الاستخدام: فقد قامت الباحثة بتحليل البيانات وتفسيرها من خلال استخدام أسلوب الإحصاء الوصفي والاستعانة بالحزم البرمجية الجاهزة للعلوم الاجتماعية (spss). المحور الأول: خصائص مفردات الدراسة

من أجل الوصول إلى الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها فقد دعت الحاجة إلى التعرف على بعض من خصائص مفردات مجتمع الدراسة.

الجدول رقم (1) يوضح خصائص المجتمع حسب النوع

النوع	ك	%
ذكر	71	74%
أنثى	25	25.5%
الإجمالي	96	100%

يتضح من خلال الجدول (1) أنّ مجتمع الدراسة فئة الذكور بلغت (71%) بينما بلغت نسبة الإناث (25%)، نستنتج من ذلك نسبة عمل الذكور في المصارف أكثر من فئة الإناث، وهذا يدل على طبيعة المجال والميول والمهنية والاختيارات الوظيفية تكون النساء أقل ميلاً لها ومناسبة للذكور أكثر.

الجدول رقم (2) يوضح خصائص المجتمع حسب المرحلة العمرية

فئات العمر	ك	%
أقل من 30	25	26%
من 30 إلى أقل من 40	26	27.1%
من 40 إلى أقل من 50 سنة	33	34.4%
من 50 إلى أقل من 60	7	7.3%

من 60 فأكثر	5	%5.2
الإجمالي	96	%100

يتضح من خلال الجدول رقم (2) أن ما نسبته (26%) من مفردات مجتمع الدراسة تقل أعمارهم عن (30) أي حين بلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (30 وأقل من 40) سنة (27.1%) وإنما نسبته (34.4%) من مفردات مجتمع الدراسة هم ما بين (40 إلى أقل من 50) سنة، وإنما نسبته (5.2%) هم من 60 فأكثر، إن أغلبية الموظفين هم الفئة العمرية ما بين 40 إلى أقل من 50 وهذا يدل على أن هذه الفئة تتمتع بمزيج من الخبرة والمهارات المطلوبة وقابليتهم للتكيف والابتكار وتمثل توازناً بين الخبرة المكتسبة والطاقة والحيوية اللازمة التي تناسب احتياجات القطاع المصرفي .

الجدول رقم (3) يوضح المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
%14.6	14	ثانوية عامة وما يعادلها
%8.3	8	دبلوم عالي
%72.9	70	بكالوريوس ليسانس
%3.1	3	ماجستير
%1.0	1	دكتوراه
%100	96	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (3) أن أكبر شريحة من الموظفين داخل المصارف التجارية لديهم بكالوريوس وليسانس بنسبة (72.9%) بينما من نسبتهم (8.3%) بلغت للدبلوم العالي وبنسبة (3.1%) وبنسبة بلغت (1.0%) للدكتوراه، وهذا يدل على أن الكثير من المهام في القطاع المصرفي تتطلب مهارات تحليلية وإدارية يكسبها الموظفون ذوو المؤهلات الجامعية، بالإضافة إلى أنه يتم تقديم برامج تدريبية داخل المصارف؛ لتطوير المهارات اللازمة وهذا أسهل مع خريجي الجامعات .

الجدول رقم (4) يوضح المستوى الوظيفي

المستوى الوظيفي	ك	%
مدير إدارة	7	7.3%
نائب الإدارة	6	6.3%
رئيس قسم	17	17.7%
مدير مكتب	4	4.2%
مدير وحدة	1	1.0%
موظف	58	60.4%
الإجمالي	96	100%

ويشير الجدول رقم(4) إلى أن معظم مفردات المجتمع من الموظفين في المصارف نسبتهم (60.4%) ورؤساء الأقسام نسبتهم (17.7%) بينما مديري الإدارات بلغت نسبتهم (7.3%) ونائبي الإدارات بلغت نسبتهم(6.3%) بينما مديري المكاتب بلغت نسبتهم (4.2%) ومديري الوحدات بلغت نسبتهم (1.0%) وهذا يدل على طبيعة المهام اليومية والحاجة إلى الموظفين للتفاعل المباشر لتقديم الخدمات للعملاء، كما أنها تحتاج إلى قوى عاملة كبيرة؛ لتغطية العمليات والفروع المنشرة وكثرة التخصصات والمهارات لتغطية الأعمال المصرفية المتنوعة .

الجدول رقم (5) يوضح سنوات الخدمة

سنوات الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	52	54.2%
من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	17	17.7%
من 15 سنة فأكثر	27	28.1%
الإجمالي	96	100%

لوحظ من الجدول رقم (5) أن معظم مفردات المجتمع فيما يتعلق بالمستوى الوظيفي لديهم من خمس سنوات إلى أقل من عشر سنوات وبنسبة بلغت (54.2%)، بينما من 15 سنة فأكثر فنسبتهم بلغت (20.1%)، ومن 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة نسبتهم بلغت (17.7%) ونستنتج من ذلك أن أعلى نسبة 54.2% وهذا يدل على أنه كلما زادت سنوات الخدمة العملية في المصارف زادت المهارات والمعرفة التخصصية والالتزام والكفاءة التشغيلية اللازمة.

المحور الثاني: النسب والتكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري
الجدول رقم (6) يوضح مدى استخدام القنوات الرقمية للعلاقات العامة للتفاعل مع المصرف

الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.5255	2.6857	%27.9	70	%24.0	23	%3.1	3	البريد الإلكتروني
0.6945	2.5417	%65.6	63	%22.9	22	%11.5	11	التواصل الاجتماعي فيس بوك
0.5125	2.77708	%4.2	4	%14.1	14	%81.3	78	رسائل قصيرة مواقع sms
0.5795	2.5313	%57.3	55	%38.5	37	%4.2	4	تطبيقات الجوال
0.6698	2.6857	%80.2	77	%11.5	11	%8.3	8	الفيديو والبث المباشر
0.5963	2.137	الاتجاه العام						

أشارت بيانات هذا الجدول إلى أن اتجاهات المبحوثين نحو مدى استخدام القنوات الرقمية للتفاعل مع المصرف تتمثل على الترتيب:

جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.77) الرسائل القصيرة SMS .
وفي المرتبة الثانية الفيديو والبث المباشر بمتوسط حسابي بلغ (2.6)، وفي المرتبة الثالثة جاءت تطبيقات الجوال بمتوسط حسابي بلغ (2.5)،.

وفي المرتبة الرابعة مواقع التواصل الاجتماعي Face book " بمتوسط حسابي (2.54%) ، وجاء في المرتبة الأخيرة البريد الإلكتروني E-mail " بمتوسط حسابي (2.68)، وهذا يدل على أن هناك قنوات عدة يتم استخدامها في المصارف ويحرص المبحوثون على استخدامها، جاء في مقدمتها الرسائل القصيرة SMS؛ لأنها وسيلة سريعة وفعالة للتواصل مع العملاء خاصة لإرسال إشعارات وتحديثات مهمة حيث تتيح المصارف إرسالها دون الحاجة إلى تطبيقات أو حسابات إلكترونية وهي ملائمة للمناطق التي لا تتوفر فيها خدمات إنترنت.

النسب والتكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للجدول رقم (7) يوضح دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق المنتجات المصرفية

الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		إلى حد ما		غير موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.6047	2.6046	%6.3	6	%26.0	25	%67.7	65	استخدام منصات التواصل الاجتماعي لإنشاء محادثات مباشرة مع العملاء وتلقي ردودهم والاستماع إلى احتياجاتهم
0.6385	2.6146	%8.3	8	21.9	21	%69.8	67	بناء سمعة رقمية إيجابية من خلال التواصل بشفافية وصدق مع العملاء للحفاظ على الثقة
0.6147	2.5313	%59.4	75	%34.4	33	%6.3	6	استخدام التحليلات الرقمية لفهم سلوك العملاء
0.5524	2.6771	%4.2	4	%24.0	23	%71.9	69	الابتكار والتكيف مع المتغيرات لتقديم خدمات أكثر ملائمة للعملاء
0.3733	2.8646	%87.5	84	%11.5	11	%1.0	1	تسهيل إجراءات العملاء
0.5567	2.6604	الاتجاه العام						

أشارت بيانات هذا الجدول إلى أن اتجاهات المبحوثين لدور العلاقات العامة الرقمية في تسويق المنتجات المصرفية تتمثل على الترتيب في:

تأتي في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (87.5) تسهيل إجراءات العملاء، وفي المرتبة الثانية تم استخدام التحليلات الرقمية لفهم سلوك العملاء بمتوسط حسابي بلغ (59.4)، وفي المرتبة الثالثة جاء بناء سمعة رقمية إيجابية من خلال التواصل بشفافية وصدق مع العملاء للحفاظ على الثقة بمتوسط حسابي بلغ (8.3)، وفي المرتبة الرابعة جاء استخدام منصات التواصل الاجتماعي لإنشاء محادثات مباشرة مع العملاء وتلقي ردودهم والاستماع إلى الرسائل " بمتوسط حسابي بلغ (6.3) وفي المرتبة الأخيرة يأتي الابتكار والتكيف بمتوسط حسابي بلغ

(4.2) وهذا يتطلب من المصارف تحسين فاعلية تسويق منتجاتها وخدماتها وبناء علاقات أقوى مع العملاء عبر قنوات العلاقات العامة الرقمية.
النسب والتكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للجدول (8) يوضح العلاقة بين العلاقات العامة الرقمية وجودة الخدمات المصرفية

الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		إلى حد ما		غير موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.04005	2.8021	0	0	%19.8	19	%80.2	77	زيادة تفاعل العملاء من خلال نشر الأخبار بشكل فوري.
0.5688	2.6146	%4.2	4	%30.2	29	%65.5	63	تساعد العلاقات العامة الرقمية المصارف في بناء وتحسين صورتها الذهنية الإيجابية لدى العملاء
0.5227	2.6458	%2.1	2	%31.3	30	%66.7	64	التواصل المباشر مع العملاء وفهم احتياجاتهم
0.4866	2.6250	0	0	%62.5	60	%37.5	36	الاستجابة السريعة لشكاوي العملاء مما ينعكس إيجابياً على جودة الخدمات المصرفية
0.4866	2.6250	%6.3	6	%31.3	30	%62.5	60	تقديم خدمات مصرفية عبر القنوات الرقمية
0.519	2.65	الاتجاه العام						

أشارت بيانات الجدول رقم (8) إلى أن اتجاهات الباحثين العلاقة بين العلاقات العامة الرقمية وجودة الخدمات المصرفية تستحوذ على المرتبة الأولى زيادة تفاعل العملاء من خلال نشر الأخبار بشكل فوري وشفاف للعملاء بمتوسط حسابي بلغ (2.80)، وفي المرتبة الثانية التواصل المباشر مع العملاء بمتوسط حسابي بلغ (2.64)، وفي المرتبة الثالثة وبنسب متساوية الاستجابة السريعة لشكاوي العملاء مما ينعكس إيجابياً على جودة الخدمات المصرفية، وتقديم

خدمات مصرفية عبر القنوات الرقمية بمتوسط حسابي بلغ (2.61)، وفي المرتبة الرابعة تساعد العلاقات العامة الرقمية المصارف في بناء وتحسين صورتها الذهنية الإيجابية بمتوسط حسابي بلغ (2.61%) وهذا يدل على أن الاستثمار في تطوير العلاقات العامة الرقمية وربطها بتحسين جودة الخدمات المصرفية يمثل عنصراً أساسياً لنجاح المصارف في تعزيز تجربة العملاء وتحقيق الريادة في السوق، ويمكن المصرف من التفاعل بسرعة مع احتياجات العملاء والأحداث الجارية، ويكون العملاء على اطلاع مستمر، وهذا يساهم في بناء الثقة والولاء، بالإضافة إلى أن المصارف الأكثر سرعة في نشر الأخبار والمعلومات تكون أكثر جاذبية للعملاء والسوق.

النسب والتكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للجدول رقم (9) يوضح مستوى جودة التسويق الإلكتروني للخدمات المصرفية عبر العلاقات العامة الرقمية

الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		إلى حد ما		غير موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.6066	2.6042	%6.3	6	%27.1	26	%66.7	64	مشاركة المحتوى الرقمي للمصارف لنشر محتوى قيم للعملاء
0.5825	2.6354	%5.2	5	%26.0	25	%68.8	66	التواصل الشخصي استخدام قنوات التواصل الرقمية
0.6152	2.6548	%7.3	7	%20.8	20	%71.9	69	استخدام البيانات والتحليلات لتخصيص الرسائل التسويقية
0.5825	2.6354	%5.2	5	%26.0	25	%68.8	66	قياس الأداء ومعدلات التفاعل لتحسين إستراتيجيات التسويق
0.4659	2.8125	%3.1	3	%15.5	12	%84.4	81	التواجد الرقمي الحضور القوي للمصرف على المنصات الرقمية
0.4475	2.1413	الاتجاه العام						

أشارت بيانات هذا الجدول إلى أن اتجاهات المبحوثين نحو مستوى جودة التسويق الإلكتروني للخدمات المصرفية عبر العلاقات العامة الرقمية حيث استحوذ التواجد الرقمي الحضور القوي للمصرف على المنصات الرقمية على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.81)، وفي المرتبة الثانية استخدام البيانات والتحليلات لتخصيص الرسائل التسويقية بمتوسط حسابي بلغ (2.65)، وفي المرتبة الثالثة وبنسب متساوية بلغت (2.63) لكل من قياس الأداء ومعدلات التفاعل لتحسين الاستراتيجيات التسويق والتواصل الشخصي استخدام قنوات التواصل الرقمية، وفي المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (2.60) لمشاركة المحتوى الرقمي للمصارف في تنشر محتوى قيم للعملاء وهذا يدل على أن المحتوى الرقمي هو العنصر الأساسي في التسويق الإلكتروني الفعال للمصارف .

النسب والتكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للجدول رقم (10) يوضح التحديات التي تواجه البنوك في تطبيق العلاقات العامة الرقمية حول الصعوبات التي تعيق العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية

الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		إلى حد ما		غير موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.5615	2.6458	%4.2	4	%27.1	26	%68.8	66	المواءمة مع القوانين والتشريعات المصارف تحتاج إلى الالتزام بالقوانين والتشريعات المصرفية عند تطبيق العلاقات العامة الرقمية
0.5413	2.7083	%4.2	4	%20.8	20	%75.0	72	المصارف في حاجة إلى استثمارات كبيرة في أنظمة الأمن السيبراني
0.5688	2.6146	%4.2	4	%30.2	29	%65.6	63	الحاجة إلى وضع هيكل تنظيمي واضح وتحديد المسؤوليات بشكل دقيق
0.5452	2.6354	%3.1	3	%30.2	29	%66.7	64	العلاقات العامة الرقمية تحتاج إلى تدريب الموظفين وتطوير مهاراتهم في التعامل مع

								التقنيات الرقمية وهذا يشكل عبئاً على المصارف
0.4812	2.7500	%2.1	2	%20.8	20	%77.1	74	تتطلب العلاقات العامة الرقمية بنية تحتية متطورة وآمنة لإدارة القنوات الرقمية والبيانات
0.5396	2.6708	الاتجاه العام						

تشير بيانات الجدول (9) إلى اتجاهات المبحوثين حول التحديات التي تواجه المصارف في تطبيق العلاقات العامة الرقمية تتمثل على الترتيب في: تتطلب العلاقات العامة الرقمية بنية تحتية متطورة وآمنة لإدارة القنوات الرقمية والبيانات بمتوسط حسابي بلغ (2.75)، في حين كان متوسط العبارة الثانية بلغت (2.70) المصارف في حاجة إلى استثمارات كبيرة في أنظمة الأمن السيبراني وكان متوسط العبارة الثالثة بلغت (2.64) الموازنة مع القوانين والتشريعات المصارف تحتاج إلى الالتزام بالقوانين والتشريعات المصرفية عند تطبيق العلاقات العامة الرقمية ومتوسط العبارة الرابعة (2.63) العلاقات العامة الرقمية تحتاج إلى تدريب الموظفين وتطوير مهاراتهم في التعامل مع التقنيات الرقمية وهذا يشكل عبئاً على المصارف، وهذا يدل على عدم وضع إستراتيجية رقمية شاملة تتماشى مع الأهداف العامة للمصرف وتطوير هياكل تنظيمية واضحة للإدارة الأنشطة الرقمية، بالإضافة إلى نقص في إدراك وأهمية العلاقات العامة الرقمية داخل المصارف ونقص في الخبرات والقدرات اللازمة لتصميم وتنفيذ البنية التحتية للعلاقات العامة الرقمية .

عرض النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج

1. إن مجتمع الدراسة كان فئة الذكور الأكثر حيث بلغت (71%) نستنتج من ذلك نسبة عمل الذكور في المصارف أكثر من فئة الإناث.
2. إن معظم مفردات المجتمع المستوى الوظيفي لديهم من خمس سنوات إلى أقل من عشر سنوات بنسبة بلغت (54.2%)، ونستنتج من ذلك أن أعلى نسبة بلغت (54.2%) وهذا يدل على أنه كلما زادت سنوات الخدمة العملية كان إثبات جدارته وأهليته لمتطلبات الوظيفة.
3. اتجاهات المبحوثين نحو مدى استخدام القنوات الرقمية للتفاعل مع المصرف جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.77) الرسائل القصيرة، وهذا يدل على أن هناك قنوات عدة يتم استخدامها في المصارف ويحرص المبحوثون على استخدامها، جاء في مقدمتها الرسائل القصيرة .SMS

4. اتجاهات المبحوثين دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق المنتجات المصرفية تأتي في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (87.5) تسهيل إجراءات العملاء، وهذا يتطلب من المصارف تحسين فاعلية تسويق منتجاتها وخدماتها وبناء علاقات أقوى مع العملاء عبر قنوات العلاقات العامة الرقمية.

5. اتجاهات المبحوثين العلاقة بين العلاقات العامة الرقمية وجودة الخدمات المصرفية استحوذت على المرتبة الأولى زيادة تفاعل العملاء من خلال نشر الأخبار بشكل فوري وشفاف للعملاء بمتوسط حسابي بلغ (2.80)، وهذا يدل على أن الاستثمار في تطوير العلاقات العامة الرقمية وربطها بتحسين جودة الخدمات المصرفية يمثل عنصراً أساسياً لنجاح المصارف في تعزيز تجربة العملاء وتحقيق الريادة في السوق.

6. اتجاهات المبحوثين نحو مستوى جودة التسويق الإلكتروني للخدمات المصرفية عبر العلاقات العامة الرقمية استحوذت تسهيل إجراءات العملاء على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.86)، وهذا يدل على عدم تطوير البنية التحتية الرقمية، وضعف المهارات الرقمية لدى الموظفين لإدارة المحتوى بفاعلية وهذا يؤدي إلى تخلف المحتوى الرقمي.

6. التحديات التي تواجه البنوك في تطبيق العلاقات العامة الرقمية حول الصعوبات التي تعيق العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية وأن متوسط العبارة الأولى كان (2.75)، تتطلب العلاقات العامة الرقمية بنية تحتية متطورة وأمنة لإدارة القنوات الرقمية والبيانات، وهذا يدل على عدم وضع استراتيجية رقمية شاملة تتماشى مع الأهداف العامة للمصرف وتطوير هياكل تنظيمية واضحة للإدارة الأنشطة.

التوصيات:

1. استخدام منصات التواصل الاجتماعي: البنوك يجب أن تكون نشطة على منصات مثل Facebook, Instagram لنشر محتوى قيم ومشاركة المعلومات المفيدة للعملاء.
2. إنشاء محتوى قيم إنتاج محتوى تعليمي وتوعوي للعملاء حول المنتجات المصرفية المختلفة والخدمات المقدمة، محتوى بصري جذاب كالفيديوهات.
3. التفاعل مع العملاء والرد على استفساراتهم وتلقي آرائهم والشكاوي عبر قنوات التواصل الرقمية، وتحليل التعليقات والمشاركات؛ للحصول على تغذية راجعة قيمة.
5. قياس الأداء وتحليل البيانات واستخدام أدوات التحليل الرقمية لمتابعة أداء الحملات التسويقية وفهم سلوك المستخدمين.
6. دمج العلاقات العامة الرقمية مع الجهود التسويقية التقليدية؛ لتحقيق تجربة متكاملة للعملاء عبر مختلف القنوات.

7. تخصيص محتوى مخصص لكل شريحة عملاء وتحليل احتياجات ومتطلبات كل فئة من العملاء

ومن ثم إنشاء محتوى تسويقي مناسب لكل فئة.

8. دمج الخدمات المصرفية الرقمية في الحملات وإبراز مزايا الخدمات المصرفية الرقمية مثل الإنترنت المصرفي والتطبيقات المحمولة وربطها بالمنتجات المطروحة.

9. الاستفادة من المؤثرين واستقطابهم في مجال المال والأعمال للترويج للمنتجات المصرفية عبر قنواتهم الرقمية.

10. الاهتمام بالتسويق عبر البريد الإلكتروني: إرسال عروض وأخبار حول المنتجات الجديدة لقاعدة العملاء الحالية عبر البريد الإلكتروني.

11. الانخراط في منصات البيع الإلكترونية: التواجد على منصات التسوق الإلكتروني لعرض المنتجات المصرفية المناسبة للعملاء المحتملين.

المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب

حنان أحمد سليم: العلاقات العامة في عصر الإعلام الرقمي، دار الكتاب الحديث، ط1، مصر، 2019م.

عدنان عواد الشوبك، دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإدارية، عمان، دار البازوري، 2011م.

عصمت عدلي، علم الاجتماع الأمني (الأمن والمجتمع)، ب ن ، الإسكندرية 2001م.

علي الفرجاني العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2018م.

محمود محمد الخلوف: العلاقات العامة في العصر الرقمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2019م.

ثانياً: الرسائل العلمية

أمانى صولي، تأثير التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الخليج الجزائر AGB- وكالة بسكرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر - بسكرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2019-2020م.

خولة برباق، خديجة غربية، دور العلاقات العامة الإلكترونية في تسويق خدمات مؤسسة الاتصالات" دراسة على عينة من مستخدمين خدمة " سما ميكس رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر - بسكرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2022-2023م.

دارين عبد الغني، قياس وتقييم الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية نحو إرساء نموذج للإنذار المبكر باستعمال المحاكاة المالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2017م صالح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على البنك السالمي الأردني في عمان - الأردن، رسالة ماجستير منشورة جامعة الشرق الأوسط، 2016 .

عبير خالد ، زينب بن قيراط، واقع تفاعلية المؤسسة عبر الوسائط الرقمية وأثره في تحسين وظائف العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة 08 ماي 1945، 2018 مريم درويش ، سارة جوادي ، دور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الخليج الجزائر وكالة -قالمة، جامعة 8 ماي 5491 -قالمة -كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية، الجزائر

ثالثاً: الدوريات

سعاد محمد عبدالجواد بلتاجي، حوافز التسويق التجاري، الهدايا التسويقية نموذجًا، المجلد الثالث، العدد 3.

عبدالعزیز بن سعید الخياط، العلاقات العامة الرقمية مفهومها أدوارها تجلياتها الملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان - العلاقات العامة الرقمية 8 . 9 . 2015 السعودية الرياض.

فطيمة قبيبي بن دنيا، دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد 29، 2022م.

مها سامي الراشد، دور العلاقات العامة الرقمية في تسويق الخدمات المصرفية ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية مجلد 6، العدد 8، 2022.

نورة الزعبي، العلاقات العامة الرقمية، الوطن، يومية الشاملة، تفاعلية، الخميس 17.4.2017

اتجاهات أساتذة الإعلام العربي نحو مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية حيال القضية الفلسطينية "دراسة ميدانية"

أ. عبد الناصر الصغير محمد طيابين.. كلية الإعلام.. جامعة الزيتونة.. ليبيا

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة للتعرف على اتجاهات أساتذة الإعلام العربي نحو مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية حيال القضية الفلسطينية، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج المسحي الذي يعتبر جهداً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، وطبق الباحث أسلوب العينة المتاحة في اختيار عينة الدراسة من اساتذة الإعلام في كليات الإعلام بالجامعات الليبية _ قارين - وقد بلغ مجموع العينة (30) مفردة وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: تصدرت قناة BBC من حيث حجم المشاهدة للقنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية ومن ثم قناة فرنسا24، واخيرا قناة روسيا. تبين نتائج الدراسة إن أغلب أفراد عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية بشكل مستمر (دائماً)، كما تبين ان اغلب أفراد العينة تشاهدون القنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية لمدة تتراوح من ساعة إلى ثلاث ساعات، واتضح من نتائج الدراسة إن أغلب عينة الدراسة تتابع البرامج الاخبارية للقنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية احتلت المرتبة الأولى نشرات الأخبار.

مقدمة:

تعد الفضائيات من وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة والتي أصبح له دور أساسي في التأثير على حياة الناس وخاصة بعد انتشار البث الفضائي، ولعل المعلومات الاخبارية هي من أهم ما يبثه التلفزيون ويصير اهتمام المتلقين للأخبار وهي التي تهم حياة الناس وتؤثر فيهم.⁽¹⁾ وتسعى هذه القنوات إلى تحقيق التأثير الفاعل في مشاهديها ومحاولة استمالتهم، من خلال الاعتماد على تقديم افكار ومعلومات وموضوعات تسهم في تعديل آرائهم وسلوكهم جزئياً أو كلياً بما يتوافق مع سياسات القائمين عليها وأهدافهم معتمدة على تكنولوجيا هائلة الغرض منها الهيمنة والسيطرة في تدفق المعلومات.⁽²⁾

ولأهمية القنوات الأجنبية في تحقيق التواصل بين دول العالم سعت الدول إلى إقامة محطات فضائية خاصة ومتخصصة، فباتت تمثل إحدى أهم دعائم السيادة الوطنية للدول وأداء من الأدوات القادر على نقل التراث والحضارة والتعبير عن طرح الآراء والافكار. (3)

مشكلة الدراسة:

انطلاقاً من ما تمثله فلسطين كقضية شائكة من قضايا الإعلام العربي، ولما للقنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية من مساحات، ولها التأثير لدى المشاهد العربي في مجال الإعلام الإخباري لتغطية الأحداث العربية عامة وخاصة القضية الفلسطينية، ويلجأ الجمهور العربي إلى هذه القنوات لما لها من إمكانيات ضخمة في نقل الأحداث، وغياب في التغطية للقنوات العربية الفضائية الإخبارية حيال القضية الفلسطينية.

ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة من خلال الوقوف على إبراز هذه القضية التي تركز عليها تلك القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية من ناحية رصد آراء أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية حول مدى مصداقية الأخبار التي تعرضها هذه القنوات وأيضاً الكشف على مدى التزامها بالمعايير والشروط المهنية لتغطية القضية الفلسطينية، وعليه تم صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي:

ما اتجاهات أساتذة الإعلام العربي نحو مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية
حيال القضية الفلسطينية؟

أهداف الدراسة:

1. التعرف على اتجاهات أساتذة الإعلام بالجامعات نحو مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية حيال القضية الفلسطينية.
2. التعرف على مستوى أنماط التعرض للقنوات الفضائية الإخبارية لأساتذة الإعلام.
3. ما مدى التزام القنوات الفضائية الإخبارية بالمعايير والشروط المهنية لتغطية الإعلامية للقضية الفلسطينية.
4. التعرف على حجم المشاهدة في القنوات الفضائية الإخبارية لأساتذة الإعلام قيد الدراسة.
5. معرفة مستوى التأثير للقنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية حيال القضية الفلسطينية من وجهة نظر أساتذة الإعلام.

أهمية الدراسة:

1. تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تتناول موضوع مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية من وجهة نظر أكاديمية.
 2. يعالج موضوعاً له انعكاساته على حياة الشعوب العربية.
 3. دراسة موقف أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية باعتبارهم خبراء في مجال الإعلام بشأن قضية فلسطين.
 4. إثراء المكتبة الإعلامية العربية بهذا الموضوع وله أهمية من مواجهة التحديات الإعلام العربي في مواجهة الإعلام الغربي.
- الدراسات السابقة:

دراسة رحاب عبد الناصر، مصداقية القنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة لدى الجمهور المصري، 2016. (4)

وتهدف الدراسة إلى التعرف على درجة مصداقية القنوات المصرية الحكومية والخاصة وفق المستويات المختلفة المكونة لهذه المصداقية والتي يوفرها النموذج البنائي لمستويات المصداقية، وتم تطبيق الدراسة على عينة من 400 مفردة من جمهور المشاهدين للقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة في محافظة أسيوط، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل استخدام القنوات التليفزيونية وإدراك الجمهور لمصداقيتها.

دراسة ناصف فرج موسى، اتجاهات الإعلاميين الليبيين نحو معالجة الإعلام الرقمي للقضايا الليبية، 2015. (5)

سعت هذه الدراسة لرصد معدل استخدام الإعلاميين الليبيين لوسائل الإعلام الرقمي، والتعرف على أهم وسائل الإعلام الرقمي التي يفضل المبحوثين من الإعلاميين الليبيين استخدامها، والكشف عن أهم القضايا الليبية التي يتابعها الإعلاميين الليبيين من خلال وسائل الإعلام الرقمي ورصد اتجاهات الإعلاميين الليبيين نحو معالجة الاعلام الرقمي للقضايا الليبية، أجرى الباحث الدراسة على عينة من الإعلاميين الليبيين قوامهم (126) مفردة، وأشارت نتائج الاستخدام الكثيف من قبل الإعلاميين الليبيين لوسائل الإعلام الرقمي الأمر الذي يستلزم نوعاً من الخبرة في التعامل مع شبكة الإنترنت باعتبارها محتوى يتضمن مضموناً وطريقة عرض مختلفة وهو ما يدل على أن هذا

النموذج لم يعد مجرد حالة ترفيهية أو أداة للتسلية بل أصبح في صلب العملية الإعلامية مما يعنى أن وسائل الإعلام الرقمي اخترقت كل وسائل الإعلام الأخرى في أوساط النخبة في المجتمع، ولجأت إليها النخب كأدوات اتصالية سهلة للوصول للجماهير، وهو ما يؤكد أن وسائل الإعلام الرقمي وسائل مهمة يتم من خلالها الحوار والتخاطب والتفاعل الآني المتمثل في رجع الصدى في مقابل تدني الطرح الإعلامي في وسائل الاعلام التقليدية وهو ما أفقدها المصداقية والثقة لدى الجمهور بشكل عام.

دراسة عبد الرحمن أحمد الناصر السكران، اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015. (6)

تهدف الدراسة إلى التعرف على درجة مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليهما كما يراها الجمهور السعودي، واعتمدت الدراسة على استمارة استقصاء بالمقابلة في جمع البيانات مع عينة الدراسة، وأظهرت النتائج تحديد مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين الذين يتمتعون بمصداقية كبيرة حيث جاء في المرتبة الأولى موقع صحف إلكترونية) وجاء في المركز الثاني موقع (تويتر) وأيضاً جاء في المركز الثالث موقع (يوتيوب) وحل في المركز الرابع موقع (فيسبوك) وجاء أخيراً (القنوات).

الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. اختيار أنسب المناهج التي تتماشى مع هذه الدراسة والاستفادة منها في تحديد مشكلة الدراسة وصياغة تساؤلات الدراسة.
2. الاعتماد على بعض نتائجها كنقطة انطلاق للدراسة الحالية، وكأساس تركز عليه في مراحلها المختلفة.
3. اختيار الأساليب المتبعة في تحديد العينة، بالإضافة إلى توظيف أي جوانب في الدراسة، كالمراجع المستخدمة في الجانب النظري أو بالإضافة إلى تصميم استمارة الاستبيان.
4. مقارنة نتائج الدراسات السابقة بنتائج هذه الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

1. ما اتجاه أساتذة الإعلام بالجامعات نحو مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية حيال القضية الفلسطينية؟
 2. ما مستوى التعرض أساتذة الإعلام للقنوات الفضائية الإخبارية؟
 3. ما مدى التزام القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية بالمعايير والشروط المهنية لتغطية الإعلامية من وجهة نظر أساتذة الإعلام؟
 4. ما مستوى التأثير القنوات الفضائية الإخبارية حيال القضية الفلسطينية؟
- تحديد المفاهيم والمصطلحات الواردة في الدراسة:**

اتجاه:

هو استعداد نفسي تظهر محصلته في وجهة نظر الشخص حول موضوع من الموضوعات سواء كان اجتماعياً أو اقتصادياً أو سياسياً، أو حول قيمة من القيم كالقيمة الدينية أو الجمالية أو النظرة الاجتماعية، أو حول جماعة من الجماعات كجماعة النادي أو المدرسة أو المصنع، ويعبر عن هذا الاتجاه تعبيراً لفظياً بالموافقة عليه أو عدم الموافقة أو المحايدة، ويمكن قياس الاتجاه بإعطاء درجة للموافقة أو المعارضة أو المحايدة. (7)

مصداقية:

هي مجموعة من العوامل والمعايير التي تتضافر مع بعضها البعض، والتي تتشكل من الممارسة المهنية داخل الوسيلة الإعلامية من التزام بالحياد والموضوعية والتوازن في عرض وجهات النظر ونقل الحقيقة دون تعميم والتي يستشعرها المتلقي عند تعامله مع هذه الوسيلة أو تلك، مما يجعله يثق بها وبما تقدمه من مضامين. (8)

أساتذة الإعلام:

بأنهم الأساتذة القارين والمتعاونين في كليات الإعلام بالجامعات الليبية والمتخصصين في الاعلام (علاقات عامة، صحافة، إذاعة وتلفزيون، إعلام عام).

القنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية:

بأنها القنوات التي توجهها دول معينة إلى دول أخرى خارج حدودها، وتصدر عن قنوات أجنبية وتستهدف مجتمع معين باستخدام لغته بغرض التأثير فيه لتحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية. (9)

القضية الفلسطينية:

هو مصطلح يشار به إلى خلاف سياسي تاريخي، والمشكلة الإنسانية في فلسطين بداية 1897 وحتى الوقت الحالي وتعد جزءًا جوهري من الصراع العربي الاسرائيلي ومنتج عنه منامات وحروب في الشرق الأوسط. (10)

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج المسحي الذي يعتبر جهداً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، كما يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، خاصة البحوث الوصفية والاستكشافية، كما أنه يعتبر من أهم المناهج التي يجب الاعتماد عليها، إذ لا يقتصر على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات، وإنما يلجأ إلى استخدام مختلف الأساليب كالاستقصاء والاستبيان. (11)

لذا اعتمد الباحث على هذا المنهج بقصد دراسة اتجاهات أساتذة الإعلام العربي نحو مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية حيال القضية الفلسطينية.

مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة أساتذة الإعلام في كليات الإعلام بالجامعات التالية (طرابلس، والزيتونة)

وطبق الباحث اسلوب العينة المتاحة في اختيار عينة الدراسة من اساتذة الإعلام في كليات الإعلام بالجامعات الليبية _ قارين - وقد بلغ مجموع العينة (30) مفردة.

أدوات جمع البيانات:

والاستبيان هو عبارة عن قوائم من الأسئلة تجعل الباحث قادرا على الإلمام بجوانب الظاهرة أو المشكلة، كما أنه تتم الإجابة عنها من قبل الفرد المبحوث (مفردة البحث) واستخدم الباحث هذه الأداة مع طلاب كليات جامعة الزيتونة. (12)

وبذلك تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات مع هذه الدراسة، وعلى هذا الأساس قام الباحث بتصميم استمارة الاستبيان التي احتجت على مجموعة من الأسئلة الخاصة بموضوع الدراسة واهدافها، وقد خضعت استمارة الاستبيان لاختباري الصدق والثبات قبل أن تصل إلى شكلها النهائي.

اختبار الصدق والثبات:

تم عرض الاستمارة على متخصصين بقسم الإعلام للحكم على مدى شموليتها لموضوع البحث والتأكد من وضوح الأسئلة ودقة صياغتها، وبعد الانتهاء من تعديل الاستمارة في شكلها النهائي وتم توزيعها على عينة الدراسة.

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام نظام التحليل بالبرمجة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS Statistical Package For Social Sciences لمعالجة بيانات الدراسة من خلال استخدام الأسلوب الإحصائي المناسب كما يلي:

1. التوزيعات التكرارية والنسب المئوية:

لتحديد عدد التكرارات، والنسبة المئوية للتكرار التي تتحصل عليه كل إجابة، منسوبةً إلى إجمالي التكرارات، وذلك لتحديد الأهمية النسبية لكل إجابة وبيان.

2. المتوسط الحسابي المرجح:

لتحديد درجة تركز إجابات المبحوثين عن كل فقرة حول درجات المقياس. (13)

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة في جامعتي طرابلس، والزيتونة.

الحدود الزمنية: تم تطبيق هذه الدراسة ميدانياً في الفترة من شهر مايو إلى شهر يوليو/2024.

الحدود الموضوعية: تتمثل الحدود الموضوعية في التعرف اتجاهات أساتذة الإعلام العربي نحو مصادقية القنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية حيال القضية الفلسطينية.

نظرية الاعتماد:

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام برصد ودراسة التأثيرات لوسائل الإعلام تفسير عملية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، كما انها تسعى للكشف عن الأسباب التي تكون لوسائل

يرتبط مفهوم الاتجاهات التي تطرحه الدراسة الحالية بمعرفة مدي اتجاه النخبة أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية نحو مصداقية القنوات الاخبارية الناطقة بالعربية للقضية الفلسطينية. ترتبط هذه النظرية بعرض نتائج الدراسة وتحويلها. باعتبار ان نموذج الاعتماد ويقوم على دعامين راسين هما دعامة الأهداف التي تسعى النخبة الإعلامية إلى تحقيقها، وعامة المصادر باعتبار ان القنوات هو نظام اخباري وتغطية للقضية الفلسطينية بتحكم في مصدرها لتحقيق أهدافها الخاصة. مما يسمح بمعرفة هذه النخبة الإعلامية أهداف تعرضهم للقنوات وأعاده الاعتماد عليها التي تحققها هذه القنوات. عرض نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (1)

الخصائص الديموغرافية لطلاب كليات جامعة الزيتونة

المتغيرات الديموغرافية	ك	%
النوع	ذكر	60
	أنثى	40
	المجموع	100
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	16.66
	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	20
	من 10 إلى أقل من 15 سنة	40
	من 15 سنة فأكثر	23.33
	المجموع	100
العمر	أقل من 30	0
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	26.66
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	46.66
	من 50 سنة فما فوق	26.33
	المجموع	100
المؤهل العلمي	ماجستير	66.66
	دكتوراه	33.33
	المجموع	100
	إعلام عام	6.66

40	12	صحافة	الدرجة العلمية
33.33	10	العلاقات العامة	
26.33	8	الإذاعة والتلفزيون	
100	30	المجموع	
36.66	11	محاضر مساعد	
26.6	8	محاضر	
16.66	5	أستاذ مساعد	
10	3	أستاذ مشارك	
10	3	أستاذ	
100	30	المجموع	

جدول رقم (2)

يوضح مدى متابعة أساتذة الإعلام للقنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية

المشاهدة	ك	%
نعم	22	73
أحياناً	8	27
نادراً	0	0
المجموع	30	100

يتضح من الجدول رقم (2) ارتفاع معدل متابعة أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية للقنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية بنسبة مرتفعة حيث جاءت في فئة (نعم) بنسبة 73 وتليها فئة (أحياناً) بنسبة 27 وجاءت أخيراً في فئة (نادراً) بنسبة 22%.

ويرى الباحث أنها نتيجة طبيعة نظراً لأن هذه النخب متخصصة في مجال الإعلام ولديها الخبرة الكافية.

جدول رقم (3)

يوضح مدى الوقت الذي تمضيه العينة في مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية خلال اليوم

الساعات	ك	%
أقل من ساعة	7	23.33
من ساعة على أقل من ساعتين	12	40
من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات	11	36.66
المجموع	30	100

يتبين من الجدول رقم (3) ان ساعات معدل مشاهدة أساتذة الإعلام بالجامعات الليبية للقنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية حيث حلت بالمرتبة الأولى أكثر مشاهدة من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة 40 وحلت بالمرتبة الثانية من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة 36,66، وفيما حلت بالمرتبة الأخيرة أقل من ساعة بنسبة 23,33.

ومن خلال هذه النتائج يلاحظ ان معدل حجم المتابعة الذي يخصصه أساتذة الإعلام بالجامعات لمشاهدة القنوات الفضائية الاخبارية متوسطة وهذا ما يعكس ثقة النخب بالتلفزيون ويميز هذه القنوات عن غيرها من حيث السرعة في نقل الأخبار والفورية في تغطية الأحداث، وخاصة القضية الفلسطينية وهذا ما تؤكد نتائج جدول رقم (4).

جدول رقم (4)

يوضح البرامج الإخبارية التي تتابعها في القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية

(يمكن اختيار أكثر من الإجابة)

المواد الإخبارية	ك	%
نشرات الأخبار	25	83.33
برامج حوارية	13	43.33
الأفلام الوثائقية	8	26.66
التحليلات والتعليقات الإخبارية	9	30

يتبين من الجدول رقم (4) ان متابعة البرامج الاخبارية في القنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية حيث ان نشرات الأخبار جاءت بالمرتبة الأولى وبنسبة 83,33، فيما جاءت بعدها بالمرتبة الثانية البرامج الاخبارية وبنسبة 43,33، وجاءت في المرتبة الثالثة والرابعة بنسب (30_26,66)

من خلال هذه النتائج يلاحظ أن نشرات الأخبار والبرامج الحوارية أكثر متابعة وأكثر العناصر التي تشكل مصداقية هذه القنوات من طبيعة الممارسة واسلوبها في تغطية الأحداث وخاصة القضية الفلسطينية والتي تثير اهتمامات هذه النخب (الأكاديمية)

جدول رقم (5)

يبين ترتيب القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية من حيث حجم المشاهدة

القنوات الإخبارية	ك	%
فرنسا 24	8	26
BBC	18	60
روسيا اليوم	4	13
المجموع	30	100

يتضح من الجدول رقم (5) ان قناة BBC جاءت في المرتبة الأولى من المشاهدة للقنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية وبنسبة (60) وجاءت في المرتبة الثانية والثالثة كل من قنوات فرنسا 24 وروسيا بنسب مشاهدة بلغت (26_13)

ويرى الباحث ويستنتج من خلال هذه النسب تعكس أهمية متابعة هذه النخب (الأكاديمية) للقنوات الاخبارية للأسباب متعددة منها عرض المواد الاخبارية وتقنيات تكنولوجيا متقدمة، وسرعة نقلها للأخبار، واهتماماتها بالقضايا العربية وقضية فلسطين.

جدول رقم (6)

يوضح مدى اعتماد أفراد العينة لمتابعة القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية

مستوى الاعتماد	ك	%
بدرجة عالية	18	60

23.33	7	بدرجة متوسطة
16.66	5	بدرجة قليلة
100	30	المجموع

يتبين من الجدول رقم (6) ان اغلب عينة الدراسة تهتم بمتابعة اخبار القنوات الفضائية الناطقة بالعربية بدرجة عالية بنسبة 60 وجاءت بعدها متابعة للقنوات بدرجة متوسطة بنسبة 23 ومن خلال هذه النتائج ان اغلب أساتذة الإعلام بالجامعات يتابعون الأخبار بالقنوات وهذا يرجع إلى اهتمامهم بهذه القنوات وما يميزها عن القنوات الأخرى في الأنية في نقل الأخبار وتميزها بقدر كبير من الحرية والاستقلالية في النقل، وهذا ما اكدت عليه نتائج جدول رقم 7 الخاص بأسباب الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية.

جدول رقم (7)

يبين أسباب اعتماد أفراد العينة على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية

(يمكن اختيار أكثر من الإجابة)

%	ك	أسباب الاعتماد
6.66	2	لعدم امتلاك وسائل أخرى
16.66	5	لتميزها بقدر كبير من الحرية والاستقلالية في النقل
36.66	11	تتفرد بعرض أخبار وتفاصيل للقضية الفلسطينية غير موجودة في القنوات الفضائية العربية
20	6	لثقتي بمصداقيتها
16.66	5	لجراتها في نقل الأحداث المتعلقة بالقضية الفلسطينية
40	12	الأنية وسرعة التغطية
23	7	تقدم كافة وجهات النظر المؤيدة والمعارضة
36.66	11	بحكم تعودي على متابعة الأخبار من خلال هذه القنوات

يتضح من الجدول رقم (7) حيث أن جاءت أعلى نسبة اعتماد أفراد العينة هي القنوات الاخبارية لتمييزها بالانية وسرعة نقل الأخبار بنسبة 40، وثم تليها تنفرد بعرض اخبار وتفاصيل للقضية الفلسطينية غير موجودة في القنوات الفضائية العربية وبحكم تعودي على متابعة الأخبار من خلال هذه القنوات بنسب (36,66)، وثم تليها لثقتي بمصداقيتها بنسبة (20) وجاءت اخيرا لعدم امتلاك وسائل أخرى، وتقدم كافة وجهات النظر من خلال المؤيدة والمعارضة وبنسب 16,66 من خلال الجدول نستنتج ان نسب الاعتماد على القنوات الاخبارية يرجع الي مصداقيتها الي عامل الانية وسرعة التغطية وايضا لديها أكثر استقلالية في النقل.

جدول رقم (8)

يبين معايير المصداقية في القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية

غير موافق		محايد		موافق		
%	ك	%	ك	%	ك	
20	6	53.16	16	26.66	8	الدقة في نقل المعلومات
36.66	11	50	15	13.33	4	الحياد في عرض المواد الإخبارية
16	5	23	7	60	18	الشمولية في نقل الأخبار
13.33	4	20	6	66.66	20	السرعة في نقل الأخبار
10	3	6.66	20	23.33	7	الفصل بين الخبر والرأي
33.33	10	26.66	8	40	12	الوضوح في أساليب تقديم المادة الإخبارية
13.33	4	63.33	19	23.33	7	الوضوح في اللغة والأفكار
66.66	20	16.16	5	16.66	5	العدالة والإنصاف في تناول الأخبار عن القضية الفلسطينية
66.66	20	36.66	10	0	0	معالجة القضية بتجرد
13.33	4	70	21	16.66	5	الابتعاد عن المبالغة والتهويل

يتضح من الجدول رقم (8) رأي المبحوثين نحو مصداقية القنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية حيال القضية الفلسطينية حيث أن (محايدون) على الدقة في نقل الأخبار بنسبة (53,16)، كما أن (لا يوافقون) على الحياد في عرض المواد الإخبارية بنسبة (63,66)

وفئة (يوافقون) على الشمولية وسرعة نقل الأخبار بنسب (60،66،66) ، ومحايدون على الفصل بين الخبر والرأي بنسبة (66،6)، ويوافقون على الوضوح في أساليب تقديم المادة الاخبارية بنسبة (40)، ومحايدون على الوضوح في اللغة والأفكار بنسبة (63،6)، وغير موافقون على العدالة والانصاف في تناول الأخبار عن القضية الفلسطينية، ومعالجة القضية بتجرد بنسب (66،6)

ومحايدون على الابتعاد عن المبالغة والتهويل. بنسبة (70)

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج:

من خلال مجموعة من اهمها التي توصلت إليها الدراسة:

1. تبين نتائج الدراسة ان اغلب أفراد عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية بشكل مستمر (دائماً)
2. تبين إن أغلب أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية لمدة تتراوح من ساعة إلى ثلاث ساعات.
3. تتضح من نتائج الدراسة ان أغلب عينة الدراسة تتابع البرامج الاخبارية للقنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية احتلت المرتبة الأولى نشرات الأخبار.
4. تتراوح درجة اعتماد عينة على القنوات الفضائية الاخبارية بين درجة متوسطة وعالية.
5. تصدرت قناة BBC من حيث حجم المشاهدة للقنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية ومن ثم قناة فرنسا24، واخيرا قناة روسيا.
6. انخفاض تقييم أفراد عينة الدراسة حول مدى اعتماد للقنوات الفضائية الاخبارية الناطقة بالعربية على الالتزام بمعايير المصداقية والسلوب المهني.

التوصيات:

بناء على نتائج الدراسة حول مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في تغطية القضية الفلسطينية، فإننا نقدم التوصيات التالية:

1. ضرورة تطوير آليات وضوابط داخلية صارمة لدى هذه القنوات لضمان الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في التغطية الإخبارية، بما في ذلك الموضوعية والحياد والدقة في نقل الحقائق.

2. تعزيز استقلالية هذه القنوات عن التأثيرات السياسية والأيدولوجية للدول التي تتبعها، وذلك من خلال ضمان استقلالية الهيئات الإدارية والتحريرية لديها.
 3. تشجيع القنوات على تخصيص مساحات إعلامية أكبر للتغطية المتعمقة والموضوعية للأبعاد السياسية والتاريخية للقضية الفلسطينية، بدلاً من التركيز الحصري على الأحداث الجارية.
 4. إنشاء آليات رقابية مستقلة على أداء هذه القنوات من قبل هيئات إعلامية وأكاديمية محايدة، وتطوير معايير واضحة للتقييم المهني لمضامينها الإخبارية.
 5. تفعيل دور المجتمع المدني والجهات الأكاديمية في مراقبة وتقييم مصداقية هذه القنوات، وتقديم التغذية الراجعة لها بشكل مستمر.
 6. تشجيع هذه القنوات على تبني برامج تدريبية متخصصة لرفع كفاءة الكوادر الصحفية والتحريرية لديها في مجال التغطية المهنية والموضوعية للقضايا الخلافية.
- الهوامش:**

- هيثم هادي الهيثي، الإعلام السياسي والإخباري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص3.
- أسماء حسن حافظ، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي، ط1، دار النشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص26.
- عبد الرزاق الدليمي، إشكاليات الاتصال في العالم الثالث، مكتبة الرائد، عمان، الأردن، 2004، ص56.
- رحاب عبد الناصر، مصداقية القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة لدى الجمهور المصري، رسالة ماجستير، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2016.
- ناصر فرج موسى، اتجاهات الإعلاميين الليبيين نحو معالجة الإعلام الرقمي للقضايا الليبية، مجلة الإعلام والفنون، العدد 2023/14/13.
- عبد الرحمن أحمد الناصر السكران، اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015.
- محمود السيد أبو النيل، علم النفس الاجتماعي، عربياً وعالمياً، مكتبة الانجلو المصرية، ط1، 2009، ص354.

هبة حسين عبد الوهاب، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام،
قسم الإذاعة والتلفزيون، 2010، ص 92.

ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني الفضائي، ط1، عالم الكتاب، القاهرة،
ص 36.

موقع ويكيبيديا / <https://ar.wikipedia.org/>

سمير حسن، بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتاب، القاهرة، 1995، ص 147.

السيد أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي، منشورات جامعة قاريونس، بنغازي، ص 303.

علي عبد السلام العماري، وعلي حسين العجيلي، الإحصاء والاحتمالات: النظرية والتطبيق،
(مالطا، يلجا، 2000)، ص ص 45-82.

تحليل مشاعر مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي خلال إعصار مدينة درنة الليبية

أ. رحاب محمد الجرباني.. المعهد العالي لتقنيات الفنون .. ليبيا.

ملخص البحث

هدف هذا البحث؛ رصد وتوصيف وتحليل وتفسير تعليقات الجمهور على مواقع و منصات التواصل الاجتماعي في إطار البيانات الضخمة المتاحة ورصد الموضوعات السائدة والمهيمنة على المناقشات و تحليل المشاعر العامة على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا فيس بوك أثناء الوقت الفعلي لإعصار درنة و إلى تقديم رؤى يمكن من خلالها مساعدة صناع القرار على الاستجابة بشكل أفضل لاحتياجات المواطنين أثناء الكوارث. واقتراح نهجًا للاستفادة من الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات الضخمة لفهم ردود أفعال الجمهور ومشاعره حول الكوارث والازمات ، ويعد هذا البحث من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بشقه التحليلي، وقد اعتمد البحث على أداة تحليل لعينة من التعليقات السلبية والايجابية التي تم نشرها عبر المواقع الإخبارية على الفيس بوك (موقع تك يحرق كل شي - درنة لايف - موقع طرابلس) واختيرت العينة لبعض المنشورات Posts على حسب درجة التفاعل (الأعلى تفاعلاً) مع هذه المنشورات المتعلقة بأحداث مدينة درنة الليبية واستخدمت الباحثة أداة **ad Share** لسحب التعليقات من هذه المنشورات، والجدير بالذكر أن هذه الأداة من تصميم مبرمجين متخصصين في علم الحوسبة ، وتم التحليل في الفترة من 2023-9-12م الي 2023-10-12م وبلغت عدد التعليقات (14895) تعليق خضع للتحليل وقد توصل البحث إلى عدد من النتائج؛ أهمها:

1- أظهرت نتائج التحليل تفاعلات المستخدمين التي سجلت 17.000 وتعكس هذه الأرقام التفاعل العام للأشخاص مع منشورات ومعلومات حول إعصار درنة حيث سجلت عدد التعليقات 15.200 و يشير هذا العدد إلى مدى الاهتمام والنقاش وتعبيرات عن القلق والاهتمام حول الكارثة بينما سجل عدد الشير 2,600 ويظهر هذا العدد إلى مدى انتشار المعلومات حول الإعصار.

2- جاءت نتائج التعليقات الإيجابية للمستخدمين بنسبة بلغت 16.30%، و التي تنقل رغبة الناس في تقديم المساعدة والدعم للمتضررين، بينما سجلت التعليقات السلبية نسبة بلغت 10.20% التي تنتقد عدم الاستجابة السريعة للكارثة .

3- أشارت نتائج الدعم الحكومي والمساعدة الإنسانية بإجمالي تعليقات بلغت نسبتها 41.00% حيث سجلت التعليقات الايجابية نسبة بلغت 24.50% ويليها التعليقات السلبية بنسبة بلغت 16.50% .ويدل هذا على تنوع آراء الأشخاص حيال كارثة إعصار درنة .

- 4- احتلت التعليقات الإيجابية والسلبية لموضوع التضامن والتعاون المجتمعي نسب متقاربة جدا بإجمالي نسبة بلغت 7.5% هذا يبين هناك اهتمامًا بالتضامن والتعاون المجتمعي في مواجهة الإعصار وان هناك بعض الانتقادات والقلق بشأن انعدام التضامن في بعض التعليقات السلبية.
- 5- أظهرت نتائج بعض الجمل التي عبر بها المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي عن مشاعرهم وأمنياتهم خلال مراقبتهم لإعصار درنة وتحديدًا بعد انتهاء الإعصار وشعورهم بالإيجابية مثل التعبير " اللهم غيتنا نافعًا " ، "ربي يسلم" ، "يارب ما شاء الله" ، " ربي يبارك" ومشاعر حزينة مثل " إنا لله وإنا إليه راجعون" و"اغفر له وارحمه " باستخدام أداة RapidMiner Studio.
- 6- تبين من خلال النتائج أن تفاعل المستخدمين اقلهم من مدينة طرابلس وأجزاء متفرقة من ليبيا ويأتي هذا التضامن المحلي حيث شعر الأفراد بالتعاطف والمشاركة في الأحداث التي تحدث في بيئتهم المباشرة باعتبار ليبيا بلد واحد ولا يؤثر في المستخدمين إي انقسام سياسي بل يشعر الأفراد بالمسؤولية نحو بلدهم ويسعون إلى التعبير عن تضامنهم ودعمهم للمنطقة المتأثرة.
- 7- اتضح ان تفاعل المستخدمين اقلهم من الشباب، وفي ظل التحولات السريعة في عصر المعلومات والتواصل و ان تفاعل المستخدمين من الذكور أكثر من الاناث.
- 8- اشارت النتائج أن المستخدمون الذين يكون مستواهم التعليمي عالي والذين يعملون في مجالات تتعلق بالإعلام، والصحافة، والمجالات الاجتماعية يكون لديهم تفاعل أكبر مع الكوارث نظرًا لطبيعة عملهم واهتمامهم المهني بمتابعة الأحداث الهامة.

Abstract

The aim of this research is to monitor, characterize, analyze and interpret public comments on social media sites and platforms within the framework of available big data, monitor the prevalent and dominant topics of discussions, analyze public sentiment on social media sites, specifically Facebook during the real time of Hurricane Derna, and to provide insights that can help decision makers better respond to the needs of citizens during disasters. Proposing an approach to take advantage of artificial intelligence and big data analytics to understand the public's reactions and feelings about disasters and crises. This research is one of the descriptive studies that used the analytical approach of the survey. The research relied on a tool of analysis of a sample of negative

and positive comments that were published through news sites on Facebook (Tech burns everything – Derna Live – Tripoli site). The sample was selected for some posts according to the degree of interaction (highest interaction) with these posts related to the events of the Libyan city of Derna. The researcher used the ad Share tool to withdraw comments from these posts. It is worth mentioning that this tool was designed by programmers specialized in computing science. The analysis was carried out from 12-9-2023 to 12-10-2023 AD and the number of comments (95,148) comments was analyzed. The research reached a number of results; the most important of which are:

1- The results of the analysis showed the interactions of users, which recorded 17,000. These figures reflect the general interaction of people with publications and information about the cyclone of Derna, where the number of comments was recorded at 15,200. This number indicates the extent of interest, discussion and expressions of concern and interest about the disaster, while the number of Shares recorded 2,600. This number shows the extent of the spread of information about the cyclone.

2- The results of positive comments came to users at a rate of 16.30%, which conveys the desire of people to provide assistance and support to those affected, while negative comments were recorded at a rate of 10.20%, which criticizes the lack of rapid response to the disaster .

3- The results of government support and humanitarian assistance indicated a total of 41.00%, where positive comments were recorded at 24.50%, followed by negative comments at 16.50% . This shows the diversity of people's views on the Hurricane Derna disaster.

4- The positive and negative comments on the issue of solidarity and community cooperation occupied very close proportions with a total percentage of 7.5%. This shows that there is an interest in solidarity and community cooperation in the face of the hurricane and that there is some

criticism and concern about the lack of solidarity in some negative comments.

5-The results of some sentences that users expressed on social media about their feelings and wishes during their observation of Hurricane Derna, specifically after the end of the hurricane, and their feeling of positivity, such as the expression "O Allah, the Gita is beneficial " , "My Lord, the blessing", " My Lord, the blessing" , and sad feelings such as " We are for God, and to Him we shall return" and"Forgive him and have mercy on him" using the RapidMiner Studio tool.

6-The results showed that the interaction of the users is mostly from the city of Tripoli and different parts of Libya. This local solidarity comes where the individuals felt sympathy and participation in the events that occur in their immediate environment as Libya is one country and does not affect the users any political division. Rather, the individuals feel responsible towards their country and seek to express their solidarity and support for the affected region.

7-It turned out that the interaction of users is mostly young, and in light of the rapid transformations in the age of information and communication, the interaction of users is more male than female.

8- The results indicated that users whose educational level is high and who work in areas related to media, journalism, and social fields have greater interaction with disasters due to the nature of their work and their professional interest in following important events.

المقدمة

فرضت تقنيات الذكاء الاصطناعي واقعا جديداً على الإعلام بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، حيث سعت إلى تطبيق هذه التقنيات تماشياً مع المستجدات التكنولوجية، وتعزيزاً لدورها الحيوي في المنافسة مع بعضها البعض، والتي أدت إلى اتجاه نسبة كبيرة من الجمهور نحو الاعتماد عليها في الحصول على الأخبار والمعلومات والترفيه والتسوق، بل وتقديم فرص فريدة لقياس التصور العام للأشخاص والأفكار المختلفة، حيث يتضمن ذلك الوصول الفعال إلى مشاعرهم نحو ما يقومون بمتابعته، وردود الفعل التي يقدمونها للكشف عن

الرؤى الذكية، كما أن قوة الذكاء الاصطناعي هائلة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يوجه هذا الذكاء التحليلات الاجتماعية السريعة والآلية والدقيقة التي تستخلص حلولاً مبتكرة وتخطيطاً أفضل ومشاركة أسرع للمعرفة، خاصة في ظل ما يسمى بالثورة الصناعية الرابعة والتي من المتوقع أن تتيح تقنيات جديدة لتلك المواقع.

وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من أهم وسائل التفاعل والتواصل في العصر الحديث، حيث أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الملايين حول العالم. تقدم هذه المنصات منصة للأفراد والمجتمعات للتعبير عن آرائهم ومشاركة تجاربهم ومشاعرهم. وفي الوقت نفسه، تتيح للباحثين فرصة فريدة لفهم تفاعل المجتمعات ومواضيع الاهتمام الشائعة في الوقت الحالي.

وقد نجح **Facebook** كأهم وأقوى موقع من مواقع التواصل الاجتماعي في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ونتيجة لذلك تم تأسيس مجموعة أبحاث الذكاء الاصطناعي **Facebook AI Research**، أو ما يُعرف اختصاراً بـ "FAIR"، وكان هدف **Facebook** من تأسيس هذه المجموعة هو الحصول على أحدث تقنيات الذكاء الاصطناعي، محاولة منه لفهم آليات الذكاء، كي يتمكن فيما بعد من استخدامها وتطويرها.

لذا أصبح الذكاء الاصطناعي محورياً في موقع **Facebook** بحيث أصبح يعمل على جميع جوانب البحث والتطوير، ومن البحوث الأساسية إلى البحوث التطبيقية وتطوير التكنولوجيا، واستمر نمو "FAIR" من مجموعة فرعية داخل **Facebook** لتصبح فيما بعد منظمة أبحاث دولية، لها مختبرات في ميلو بارك ونيويورك وباريس

ومونتريال وسياتل ولندن، وكان لـ "FAIR" العديد من المخرجات التي ساهمت بتطوير **Facebook** والحفاظ على مركز الصدارة في نواح متعددة، لاسيما في مجال النص والمحتوى والتطبيقات وأجهزة **portal** (وهي شاشات للدردشة خاصة بالفيس بوك) والمساعد الصوتي (على غرار Siri و Alex) وأيضا في مجال العملات الرقمية، حيث أصبح للفيس بوك عملة رقمية خاصة به أطلق عليها. ⁽¹⁾ Libra

واعتمدت العديد من وسائل الإعلام باستخدام نماذج الذكاء الاصطناعي في أداء أعمالها اليومية من خلال الاستعانة بالخوارزميات في توليد الأخبار التلقائية من دون تدخل البشر، أو الاعتماد على الردود الآلية على الجمهور من خلال الدردشة عبر الروبوتات والتحقق من الأخبار المزيفة، والتي أحدثت تغييرات كبيرة في معدل إنتاجها اليومي من المحتوى الإعلامي وتلبية احتياجات جمهور مؤلف من ملايين البشر يتزايد ارتباطه يوما بعد يوم بالإعلام الرقمي، ولم تكن تجدى مع

الأساليب التقليدية في النشر والتوزيع، خاصة في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ومنصات البث الرقمي.

وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام الدولية وشبكات التواصل الاجتماعي قد قطعت أشواطاً كبيرة للتحويل نحو تفعيل الذكاء الاصطناعي في تأدية خدماتها الرقمية، إلا أن أنظمة الذكاء الاصطناعي المستحدثة لا تزال في مراحلها التجريبية الأولى بالمنطقة العربية، وبرزت تساؤلات عديدة حول مدى نجاحها وقدرتها على نيل ثقة الجمهور، وإسهامها في تطوير منظومة العمل داخل غرف الأخبار وأدائها للعديد من المهام اليومية الروتينية من خلال الخوارزميات، ليتفرغ العاملون بالإعلام لأداء أدوار أعمق ترتبط بالتحليل والتفسير والاستقصاء بشكل أكبر للقصاص الخبرية (1)

تزايدت أهمية تحليل ما يتم نشره ومشاركته على وسائل التواصل الاجتماعي، على موقع "الفييس بوك" خاصة خلال الأحداث والكوارث الكبرى. إن الكارثة التي ضربت مدينة درنة في ليبيا تعد واحدة من تلك الأحداث التي تستدعي دراسة تأثيرها على سلوك المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي. توفر تلك المنصات بيانات ضخمة تحتوي على آراء ومشاعر المستخدمين، وهذا يفتح الباب أمام استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل هذه البيانات ولفحص النصوص واستخلاص المعلومات وفهم تفاعل المستخدمين وتحليل مدى تأثير تلك الأحداث على موضوعات النقاش والمشاعر المشاركة فيها. سيكون لنتائج هذا البحث أهمية كبيرة لتطوير استراتيجيات التواصل والتفاعل في سياق الكوارث والأزمات المستقبلية.

مشكلة البحث

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات التي يتم استخدامها في العصر الحالي لتبادل المعلومات، وخاصة في الأوقات الحرجة والكوارث الطبيعية. وفي الوقت الذي تزداد فيه الاعتماد على هذه المنصات للحصول على الأخبار والتفاعل مع الأحداث الجارية، تبرز أهمية تحليل مشاعر المستخدمين على هذه الوسائل لفهم التأثير النفسي والاجتماعي للكوارث.

يشكل إعصار مدينة درنة الليبية الذي ضرب المنطقة في سبتمبر 2023 مثالاً حياً على الأحداث الطبيعية الكبرى التي تترك آثاراً عميقة في نفوس الأفراد والمجتمعات. في هذه الظروف، تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً محورياً في التعبير عن مشاعر الأفراد وأفكارهم بشأن الحدث، هذه البيانات الضخمة التي من الممكن أن تمد صانعي القرار والمؤسسات المختلفة بكم

هائل من التعليقات و المشاركات سواء كان ذلك من خلال التغريدات على تويتر، أو المنشورات والتعليقات على فيسبوك أو على منصات أخرى.

أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي علي الفيس بوك أثناء إعصار مدينة درنة، من خلال دراسة الأنماط اللغوية والمحتوى والصور المنشورة على تلك المنصات .يساعد لفهم كيفية استجابة المجتمع المحلي لهذه الكارثة، وما هي الانطباعات والمشاعر التي ظهرت عبر منصات التواصل الاجتماعي، سواء كانت مشاعر الحزن، الغضب، التضامن، أو الأمل.

توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل تحليل النصوص ومعالجة اللغة الطبيعية من خلال أداة قوية لدراسة المشاعر الجماعية وديناميكيات التواصل في أوقات الأزمات. ومن خلال هذه الدراسة تقدم الباحثة رؤى حول كيفية تأثير الكوارث الطبيعية على الأفراد من خلال منصات التواصل، وكيفية استعادة الجهات المعنية من هذه المعلومات لتطوير استراتيجيات أفضل للتفاعل مع الأزمات في المستقبل.

وفي ضوء ما تقدم تتمحور مشكلة البحث حول فهم كيفية تفاعل الجمهور الليبي مع أحداث كارثة إعصار درنة الاخيرة على صفحات التواصل الاجتماعي؟

أهمية البحث

1-تتمثل أهمية هذا البحث في مساعده صانع القرار على فهم تفاعل الجمهور تجاه كارثة درنة لمساعدته في أخذ القرارات وايجاد الحلول المناسبة.

2-يعد هذا البحث بمثابة إضافة للمجال البحثي على مستوى البحوث المحلية والعربية والأجنبية على حد سواء، بهدف تحليل وتفسير تعليقات الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي خلال كارثة مدينة درنة.

3- تأتي أهمية هذا البحث بمثابة دليلاً توجيهياً للباحثين، ومراكز الدراسات البحثية، فمن خلال نتائج البحث وتحليلاته يقدم إسهاماً علمياً عن كيفية استخدام أدوات تحليل البيانات الضخمة لمنصات التواصل الاجتماعي لمشاعر الجمهور من خلال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

أهداف البحث

1- رصد وتوصيف وتحليل وتفسير خطاب تعليقات الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في إطار البيانات الضخمة المتاحة.

2-رصد الموضوعات السائدة والمهيمنة على المناقشات المتعلقة بإعصار درنة على مواقع التواصل الاجتماعي الليبية خلال الوقت الفعلي للحدث من خلال أدوات تحليل البيانات الضخمة.

3- تحليل المشاعر العامة على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا فيس بوك أثناء الوقت الفعلي لإعصار درنة للكشف عن مستوى القلق والتوتر لدى المستخدم الرقمي باستخدام أسلوب تعلم الآلة باعتبارها أسلوب لتحليل البيانات الضخمة.

4- تهدف الدراسة إلى تصميم نظام يحلل منشورات تعليقات الجمهور باللغة العربية على وسائل التواصل الاجتماعي بهدف تحديد الرأي العام لهم إيجابي/سلبى وذلك بالاعتماد على مفاهيم وتقنيات تحليل البيانات الضخمة ومنها تحليل المشاعر والتقيب عن الآراء ونمذجة الموضوعات مما يساعد متخذ القرار علي اتخاذ الإجراءات اللازمة في سبيل الوصول الى قرار مناسب تجاه موضوع الحدث.

الدراسات السابقة

دراسة (Singh, Maliha) 2023⁽¹⁾ ركزت الدراسة على تحليل المشاعر العامة والرأي فيما يتعلق بفيروس كورونا وقانون الإغاثة والأمن الاقتصادي، استخدم الباحث نموذج تخصيص Dirichlet (LDA) الكامن لنمذجة الموضوع، أظهرت نتائج تحليل المشاعر أن المشاعر العامة تحسنت بشكل كبير بعد إعلان قانون Cares، ولكن بعد ذلك تلاشى بعد أسبوع قبل التحسن مرة أخرى كتاريخ لتلقي فحص التحفيز الأول. يحدد الباحث بعض البرامج التي تلقت الدعم والانتقاد لقانون Cares من خلال نمذجة الموضوع، تقدم الدراسة نظرة ثاقبة على استجابة الجمهور لقانون Cares وتأثيرها على المشاعر العامة. هذه الدراسة مفيدة لصانعي السياسات والباحثين المهتمين بفهم رد فعل الجمهور على السياسات الحكومية وحزم التحفيز.

دراسة حمزة خليل⁽²⁾ 2021 توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي: تهدف الدراسة إلى تحليل المشاعر العامة والمناقشات على تويتر المتعلقة بجائحة كوفيد-19 خلال مراحلها الأولى، وذلك باستخدام تقنيات التعلم الآلي من الذكاء الاصطناعي. تم جمع البيانات في الفترة من 1 مارس إلى 30 مايو 2020 وتضمنت أكثر من 100000 تغريدة. وأظهر تحليل المشاعر أن المشاعر السلبية تفوق المشاعر الإيجابية في التغريدات حول كوفيد-19. حددت نماذج المواضيع 5 مواضيع رئيسية في مناقشات تويتر: قضايا الرعاية الصحية، والدعم النفسي والعاطفي، والتغيير الاجتماعي، والضغط النفسي، وحماية الصحة. ووجدت الدراسة أن مشاعر التغريدات والموضوعات تختلف بمرور الوقت مع تطور الوباء. تميل التغريدات الواردة من المحافظات ذات معدلات الإصابة المنخفضة إلى أن تكون أكثر إيجابية. وتشير النتائج إلى أن بيانات تويتر وتقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن توفر رؤى

قيمة حول الوعي العام والمخاوف والعواطف فيما يتعلق بأزمة مثل وباء كوفيد-19. يمكن أن تساعد النتائج في توجيه صناعات السياسات ومقدمي الرعاية الصحية وغيرهم في الاستجابة للاحتياجات العامة خلال مثل هذا الحدث. باختصار، توضح الدراسة إمكانية استخدام بيانات تويتر وأدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل المشاعر العامة والمناقشات في الوقت الفعلي خلال أزمة كبرى مثل جائحة كوفيد-19

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة مع تقديم رؤية حول هذه الدراسات:

استفادت الباحثة من دراسات تحليل المشاعر في تقديم فهم أعمق للمشاعر والمواقف التي يمكن أن تكون لدى الناس بعد الحوادث المأساوية، كما يمكن استخدام هذه المعرفة للتفاعل مع المجتمع وتقديم الدعم والمساعدة المناسبة.

أظهرت بعض الدراسات أن النهج الهجين لتحليل المشاعر يحقق دقة أعلى في تصنيف التغريدات إلى فئات المشاعر الإيجابية والسلبية والمحايدة وهذا يعني أنه يمكن تحسين فهم الرأي العام وتحليل المشاعر بشكل أكثر دقة في وسائل التواصل الاجتماعي.

تساؤلات البحث

1- ما شعور الجمهور (مثل السعادة، الحزن، الغضب، الخوف، والاهتمام) تجاه إعصار درنة من خلال تحليل المشاعر؟

تتمثل متغيرات الدراسة في المتغيرات التالية: -

متغير مستقل: - ويتمثل في تعرض الجمهور لإعصار درنة على مواقع التواصل الاجتماعي عينه البحث.

متغير وسيط: - عوامل أخرى دوافع التعرض (ضخامة المحتوى، طبيعة المواد المنشورة)

متغير تابع: - ويتمثل في تفاعل المستخدمين مع إعصار درنة

تحديد المفاهيم والمصطلحات: - يواجه الباحث بعد تحديد مشكلة دراسته الكثير من المفاهيم

والمصطلحات التي تستوجب ضرورة شرحها وتوضيحها حتى يتجنب اللبس أو سوء الفهم أو

التفسير المتباين. ⁽¹⁾ وبناء على ذلك تحدد الباحثة بعض المفاهيم على النحو التالي :

1-مواقع التواصل الاجتماعي (Social Networking Site)

هي تطبيقات قائمة على الإنترنت تسهل إنشاء شبكات منظمة من الأفراد أو الكيانات أو الأشياء

الافتراضية المرتبطة على أساس الخصائص الاجتماعية، وهي تسهل التفاعلات المتعددة بما في

ذلك إنشاء المحتوى ومشاركته من قبل المستخدمين. ⁽²⁾

2- تحليل المشاعر والمعروف أيضا باسم استخراج الرأي **Opinion mining** :-

هو المهمة الأساسية لتصنيف نص أساسي آلياً أو تلقائياً، وتحديد ما إذا كان اتجاهه، أو ميله إيجابياً، أو سلبياً، أو محايداً. (1)

3- تطبيقات الذكاء الاصطناعي: - هو فرعاً من علوم الكمبيوتر يهدف إلى إنشاء أنظمة يمكنها أداء المهام التي تتطلب عادةً نكاهً بشرياً مثل الإدراك والاستدلال والتعلم واتخاذ القرار، وتتضمن مجالات الذكاء الاصطناعي تطوير الخوارزميات والبرامج الحاسوبية التي يمكنها تحليل البيانات والتعلم منها وعمل تنبؤات أو قرارات بناءً على هذا التحليل، ويمكن تصنيف الذكاء الاصطناعي إلى عدة حقول فرعية مثل التعلم الآلي ومعالجة اللغة الطبيعية والروبوتات والكمبيوتر؛ لذلك ستكون أهمية الذكاء الاصطناعي بارزة في المستقبل القريب. (2)

نوع البحث ومنهجه وأدواته:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو الحكم فيها، ويعد المنهج الذي اعتمدت عليه الباحثة في دراسة موضوع ما بمثابة المرشد أو الدليل الذي يسترشد به الباحث للوصول إلى النتائج والأهداف المبتغاة. (3)

فقد استخدمت الباحثة منهج المسح الذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة، موضوع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة حيث تم مسح مضمون عينة من المواقع الاخبارية الإلكترونية الليبية على الفيس بوك وحصر مجموعة المواضيع التي تهتم بإعصار درنة من خلال تحليل المضمون لعينة هذه المواقع الاخبارية الإلكترونية الليبية وهي (موقع تك يحرق كل شي - موقع درنة لايف - موقع طرابلس) في سياق دراسة التفاعل العام مع إعصار درنة على صفحات التواصل الاجتماعي " الفيس بوك "، يمكن أن توفر الدراسات الوصفية لمحة عن كيفية تفاعل الجمهور الليبي مع الأخبار الخاصة بإعصار درنة على هذه الصفحات .

أدوات جمع البيانات

واعتمدت الباحثة في بحثها على الأدوات التالية:

المرحلة الأولى: مرحلة جمع البيانات باستخدام أداة (4) **(Ad Share)** وهي أداة مصممة من جانب مطوري الحاسب الآلي وتساعد هذه الأداة على سحب البيانات المراد تحليلها على الفيس

بوك Facebook وحفظها في ملفات (Text , Excel) وهذه البيانات عبارة عن التعليقات المراد سحبها من الحدث الخاضع للدراسة، وبرنامج (1) E-Marketing Boss ، ومن خلاله أداة

Page Facebook tracker وهذه الأداة مهمه لمعرفة العمر والجنس والموقع الجغرافي

المتفاعل مع الحدث، هذه الأداة لم تستفيد منها الباحثة ونتيجة لارتفاع تكلفتها كان من الأمانة العلمية ذكرها حتى لا يقع الباحث العلمي في اختيار مثل هذه الأدوات وأيضا تم ذكرها لأنها أداة مهمه في مجال التسويق وحتى لا تضيع مجهودات مصممي هذه الأداة، ولا ينصح الباحث باستخدامها في المجالات البحثية.

وهناك أداة أخرى (Golden Share) ، هذه الأدوات من تصميم مبرمجين وهدفها في الأساس مساعده الشركات على زياده حجم مبيعاتها وتم تطويعهما لتحقيق أهداف الدراسة نظرا لصعوبة سحب بيانات متعلقة بالفيس لارتفاع التكلفة والإجراءات المعقدة من قبل المسؤولين عن شبكه فيس بوك، ما يهم الباحثة هنا حفظ المحتوى، فالأداة لها قدره على اختيار ما يريد المستخدم حفظه من تاريخ نشر، ورقم التعريفي للمستخدم على شبكه الأنترنت، الإعجاب like، الردود على التعليقات، ورابط المنشور.

هذه الأداة لها قدرة على تحليل صفحات ومنشورات الفيسبوك، البحث الحر بالتخصص أو الوظيفة أو العنوان، استخراج بيانات على الفيسبوك غير محدود، البحث الحر بالتخصص أو الوظيفة أو العنوان، الحصول على بيانات العملاء المهتمين بقضايا محددة، يري الباحث أن هذه الأداة تفيد المؤسسات الحكومية حيث من الممكن شراء هذه الأدوات وتكون تحت إدارة أحد المتخصصين ويقوم بعد الحصول على البيانات المطلوبة بمخاطبة الأفراد عن طريق إرسال رسائل خاصة بهم وخصوصا لمتابعتهم حول تفاعلهم تجاه قضايا محددة أبدوا بها اهتمامهم

حدود البحث

الحدود المكانية: تركز الدراسة من حيث الموضوع على التعرض لتغطية إعصار مدينة درنة الليبية على مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك Facebook (تك يحرق كل شي- وطرابلس اليوم- درنة لايف)

2-الحدود زمنية: هي التعليقات المنشورة خلال شهر كامل كفترة زمنية تبدأ من شهر سبتمبر 2023م وتنتهي في شهر اكتوبر 2023م وهو الوقت الفعلي لحدوث الكارثة وردة فعل الجمهور

وذلك لتحليل المضامين الخاصة التي تم نشرها وقد راعت الباحثة في هذه الأحداث تناولها لأحداث درنة فقط.

3- **الحدود اللغوية:** التعليقات المنشورة على المنصات الليبية بمواقع التواصل الاجتماعي مع التركيز على جميع التعليقات باللغة العربية وتحليلها بطريقة الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة، والتطبيقات الموجودة بالفعل مثل **Tableau Public** ، **google bard** ، **chatgpt Claude ai** ، 2023.2.

الإطار المعرفي

مفهوم الذكاء الاصطناعي:

يُعتبر الذكاء الاصطناعي **Artificial Intelligence** إحدى الركائز الأساسية التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي، ويُمكن تعريف مصطلح الذكاء الاصطناعي - الذي يُشار له بالاختصار AI بأنه قدرة الآلات والحواسيب الرقمي على القيام بمهام مُعينة تُحاكي وتُشابه تلك التي تقوم بها الكائنات الذكية، كالقدرة على التفكير أو التعلُّم من التجارب السابقة أو غيرها من العمليات الأخرى التي تتطلب عمليات ذهنية، كما يهدف الذكاء الاصطناعي إلى الوصول إلى أنظمة تتمتع بالذكاء وتتصرف على النحو الذي يتصرف به البشر من حيث التعلُّم والفهم، بحيث تُقدم تلك الأنظمة لمُستخدميها خدمات مُختلفة من الإرشاد والتفاعل وغير ذلك .⁽¹⁾

الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي

تم الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال العديد من الاتجاهات:

الاتجاه الأول: تمكن هذه التقنيات من تحديد السمات النفسية للأشخاص من خلال متابعة بصمتهم الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي، والتغيرات التي تطرأ عليها على مدار فترة معينة من الزمن.

الاتجاه الثاني: مكافحة التنمر الإلكتروني من خلال استخدام خوارزميات مراقبة معينة تم تطويرها لرصد التعليقات والتصرفات المسيئة واللغة الضارة المستخدمة في محاولات التنمر، ومن ثم التدخل لكشفها ومنعها في الوقت المناسب.

الاتجاه الثالث: يُعد تحليل المشاعر الاجتماعية أحد الطرق التي يتم بها استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الاجتماعية، حيث يعزز تحليل المشاعر اللغوية الحسابية ومعالجة اللغة الطبيعية لفك تشفير ما يقوله الناس على مواقع التواصل الاجتماعي بذكاء، ويتم استخدام هذا التحليل بالفعل في الترجمة، ومعالجة الكلمات وتطبيقات الاستجابة الصوتية التفاعلية، كما تُعد

معالجة اللغة الطبيعية NLP تقنية قوية، يتم نشرها بشكل متزايد في برامج الاستماع الاجتماعي لقراءة إشارات العلامات التجارية وتصنيفها، التي يتم تجميعها عبر صفحات الويب. (1)

الاتجاه الرابع: يتيح الذكاء الاصطناعي إمكانية تحليل ومعالجة البيانات بسرعة كبيرة، والتي يتم جمعها مباشرة من المستخدمين، مما يسمح لمواقع التواصل الاجتماعي باكتشاف الأنماط ذات المغزى في البيانات الاجتماعية، ويوجد الآن عدد كبير من الأدوات التي تنتشر الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الاجتماعية منها:

أدوات تحليل آراء المستهلكين - منصات ذكاء المستهلك - برامج خدمة العملاء - منصات الاستماع في مواقع التواصل. حيث تتيح التحليلات المتطورة المدعومة بالذكاء الاصطناعي أدوات الاستماع الاجتماعي أو ذكاء وسائل التواصل، لتغذية تحليل المشاعر وتحليل الاتجاهات، وتحديد الموضوعات الشائعة، وإنشاء محتوى ذي صلة ونشره على الجمهور المستهدف.

الاتجاه الخامس: كما يتيح تحليل البيانات في مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات اتخاذ قرارات قائمة على البيانات وتنفيذ الإستراتيجيات بفعالية، حيث يؤدي هذا إلى زيادة مستوى الرؤية مع المحتوى الآلي في الوقت الفعلي الذي يساعد العلامات التجارية في كسب جمهورها المستهدف بعدة طرق.

الاتجاه السادس: كما تتيح تقنيات الذكاء الاصطناعي رصد السخرية في اللغة على مواقع التواصل الاجتماعي. (2)

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام:

على الرغم من أن فكرة الاعتماد على صياغة الأخبار آلياً ليست جديدة، فقبل نصف قرن وصف (1972) Glah عملية لتوليد ما أسماه "منتجاً بواسطة الكمبيوتر تلقائياً عن توقعات الطقس" بالاعتماد على إنشاء بيانات مكتوبة مسبقاً تصف أحوال الطقس، التي يتوافق كل منها مع ناتج معين لنموذج التنبؤ بالطقس منها على سبيل المثال مزيج من سرعة الرياح وهطول الأمطار ودرجة الحرارة.

وكان التحيز بمثابة الوصمة الذي تواجهها وسائل الإعلام غالباً ما يتم ترتيب المعلومات التي يتم تقديمها للجمهور بدرجات من التحيز تؤدي إلى محتوى مضلل بدلاً من الأخبار الواقعية والمتوازنة، وفي هذا الإطار يرى (Leo Leppänen et al(2020) أن صحافة الذكاء الاصطناعي، ستساعد في تقليل التفسير الذاتي للبيانات، حيث يتم تدريب خوارزميات التعلم الآلي على مراعاة المتغيرات التي تحسن دقتها التنبؤية فقط، بناءً على البيانات المستخدمة، لكنها تحتاج

في ذات الوقت للتحقق من إمكانية أن تكون الصحافة الآلية متحيزة من حيث محتوى المعلومات والخيارات المعجمية في النص، ومعرفة الآليات التي تسمح للتحيز البشري بالتأثير على الصحافة الآلية، حتى لو كانت البيانات التي يعمل عليها النظام تعد محايدة. وتشير الإحصائيات الصادرة عن مؤسسة Research and Markets (2019) (1)

إلى أنه من المتوقع أن ينمو سوق الذكاء الاصطناعي العالمي من 28.42 مليار دولار في 2019 إلى 40.74 مليار دولار بنهاية 2020 بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 43.39% نتيجة جائحة كورونا وتزايد الاعتماد على الآلات الذكية والروبوتات ومن المتوقع أن يصل إلى 400.2 مليار دولار بحلول عام 2027 ، ومن المتوقع أن يحتل نمو سوق برمجيات المعلومات الإعلامية والعلاقات العامة والإعلام والترفيه جزءًا كبيرًا منها.

شبكات التواصل الاجتماعي:

مع توسع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وازدهارها بمعدل متزايد على مر السنين، أصبح الذكاء الاصطناعي عبر الخوارزميات المستخدمة للتوصية بمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي موضع اهتمام تدقيق متزايد، حيث تستخدم المنصات مثل التعلم الآلي لاقتراح محتوى وسائط بعينة YouTube و Twitter و Facebook والتوصية بإعلانات تعمل على تحسين تفاعل المستخدم، وأعربت منظمات المجتمع المدني الأمريكية والباحثون عن مخاوفهم من أن تساعد هذه الخوارزميات في نشر المعلومات المضللة، ونشر الدعاية الرقمية.

ويعتمد العمود الفقري لموقع الفيسبوك على فهم واكتساب المعرفة بسلوك قاعدة مستخدميها الهائلة عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي، منها التعلم العميق Deep learning وهذه التقنية لا تحتاج إلى أي بيانات محددة ولديها القدرة على فهم سياق الصورة، وكذلك تحليل محتوياتها باستخدام التعريف والنص Deep Text تستخدم هذه التقنية الشبكات العصبية لتحليل الكلمات في مشاركات المستخدم من أجل فهم سياقها وفهم معناها، باستخدام الخوارزمية الخاصة بها، وكذلك تقنية التعرف على الوجوه Face Detecting للتعرف على الوجوه البشرية في صورتين مختلفتين أو أكثر، كما يستخدم الموقع الذكاء الاصطناعي في التصدي للأخبار المزيفة

Fake News عبر استخدام التدقيق البصري، والبحث العكسي عن الصور وتحليل بياناتها الوصفية مثل أين وتم النقاط الصورة أو الفيديو"، لكن تواجه صعوبات في تحليل الصور الساخرة أو مقاطع الفيديو بسبب التلاعب بالألفاظ والاختلافات اللغوية والثقافية . (2)

ويستخدم مدققو الحقائق تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرار ما يجب التحقق منه يوميًا، حيث يتم إجراء فحص تلقائي Robochecking بالاعتماد على الربط بقواعد بيانات المعلومات وعلى سبيل المثال، إذا قال أحد الأشخاص "انخفضت العمالة بنسبة 10 % منذ عام 2016" يقوم نظام الذكاء الاصطناعي بالعثور على الأرقام الصحيحة وإنشاء رسم بياني والإجابة عنها في وقت وجيز، فبينما تستغل المعلومات المضللة تقنيات جديدة وتستمر في العمل على نطاق واسع، ستكون تقنيات الذكاء الاصطناعي أدوات رئيسة لعمل غرف الأخبار، مثل كشف "التزييفات العميقة"، وتحويل الكلام إلى نص، الترجمة الآلية، التحقق من صحة الصور، الفيديو، وتوليد النص السري بسرعة كبيرة .

إعصار درنة

ففي عام 1941 تعرض وادي درنة لفيضان كبير تسبب بغمر أجزاء من المدينة، وتسبب بجرف آليات عسكرية ألمانية نحو البحر، كانت متمركزة في المنطقة أثناء الحرب العالمية الثانية، كما تعرضت المنطقة في الفترة الممتدة بين 1959 و 1969 لعدة حوادث مشابهة خلفت مئات الضحايا، الأمر الذي يؤكد أنها منطقة خطرة من ناحية الكوارث الطبيعية تعرض منذ أيام الشرق الليبي، لعاصفة تمركزت في مدينة درنة المطلة على البحر المتوسط، خلفت آلاف الضحايا، وتسببت بفيضانات جرفت أجزاء واسعة من المدينة، وسط مناشدات محلية وحكومية للعالم، بضرورة إرسال فرق انقاذ ومساعدات في أكبر كارثة طبيعية ألمت بالبلاد منذ عقود.

وشهد الساحل الليبي المقابل لدرنة هطولات مطرية غزيرة جدا خلال أقل من يومين وصلت لحوالي 414 ملم، في منطقة تصنف بشبه الجافة مناخياً، وتستقبل معدل أمطار سنوي يتراوح بين 200 إلى 250 ملم، أي أن ما يسقط على مدار عامين سقط خلال مدة أقل من 48 ساعة ، ما أدى لتشكيل فيضانات عارمة في منطقة تكثر فيها الوديان، غمرت أجزاء واسعة من المدينة وتسببت بدمار البنية التحتية الهشة و قوة هذه العاصفة تسببت بدمار سدين، يحتجزان خلفها كميات كبيرة من المياه، الأمر الذي زاد كتلة المياه وحجم الفيضانات، ما أدى لمضاعفة حجم الكارثة رغم اخطار مؤسسة الأرصاد الجوية الليبية الجهات الحكومية ووسائل الإعلام عبر الايميل قبل 72 ساعة بخطر وجود عاصفة، حسب ما نقلت الوكالة الدولية للأرصاد الجوية التابعة للأمم المتحدة.

كما تسببت دمار البنية التحتية المقابلة للواجهة البحرية للمدينة، بخروج كميات من البحر وتسللها لأحياء المدينة واختلاطها مع مياه الفيضانات، كل هذه العوامل إضافة لغياب وعدم فعالية أنظمة

الإنذار والمراقبة، زادت حجم الكارثة والتي يتوقع وصول عدد ضحايا لأكثر من عشرة الآلاف إنسان.

لم يحتمل جسم سد أبو منصور كمية مياه الأمطار والضغط العالية عليه، ما أدى إلى انفجاره ودماره، ونتيجة لذلك تشكلت موجة مائية ضخمة كونه السد الأكبر سرعان ما انتقلت نحو سد البلاد الأصغر حجماً، ما أدى لتخطمه مباشرة الكارثة التي أمت بهذين السدين تعودان لعدة أسباب أبرزها، عدم الصيانة والرقابة الدائمة لهما، نتيجة غياب السلطات الرقابية، والوضع السياسي المتشطي، وانقسام البلاد لمناطق نفوذ، إضافة لعيوب في التصميم والتصنيع منذ تاريخ الإنشاء، حيث تؤكد عدة شهادات بأن هذين السدين منذ تاريخ بنائهما يتعرضان لمشاكل عدة كتسرب المياه عند سقوط الأمطار الغزيرة كما حصل في عام 1986، حيث قامت السلطات المحلية بفتح بوابات التصريف، ما أدى لحدوث فيضان آخر تسبب بخسائر بشرية ومادية .⁽¹⁾

تحديد مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة المواقع الإخبارية على صفحات التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" حيث قامت الباحثة بإجراء حصر شامل لكل مواقع الإخبارية الليبية على موقع الفيس بوك ووقع اختيار الباحثة تحديداً على (موقع تك يحرق كل شي - وموقع درنة لايف- موقع طرابلس اليوم)

ويرجع سبب اختيار هذه المنصات للآتي:

زيادة نسبه المعجبين Fans بهذه المنصات مقارنة بالصفحات الاخرى⁽²⁾

هذه المنصات تنشر معدل أخبار متزايد وبالتالي مواكبتها للأحداث بصورة سريعة

وهناك مبررات لاختيار فترة زمنية قدرها شهر واحد وهي:

-تم اختيار التطبيق على موقع الفيس بوك باعتباره الموقع الأكثر شعبية على شبكة الإنترنت في ليبيا، ويتقدم بذلك على كافة الشبكات الاجتماعية الأخرى، وذلك وفقاً لتصنيف موقع اليكسا⁽³⁾

- إتاحة حصر مجموعة واسعة من المنشورات والتفاعلات على مدار فترة زمنية كبيرة، مما يجعل البيانات كافية لتحليل وتقييم الأداء العام للصفحات، وهو ما يجنب الباحثة الاعتماد على عينة صغيرة من المنشورات أو التفاعلات التي قد لا تكون ممثلة تماماً للنشاط العام للصفحات الثلاث.

-تمنح الفرصة لتطبيق تقنيات تحليل البيانات الضخمة مثل تقنيات التعلم الآلي وتحليل الشبكات الاجتماعية والتحليل النصي، لاستخراج رؤى ثاقبة من البيانات وفهم سلوك الجمهور وتفاعله عن كارثة إعصار درنة.

-تحليل نمط التفاعل والتواصل مع الجمهور على مدار فترة زمنية كبيرة مما يساعد على رصد الأنماط المختلفة من التفاعلات (مثل الإعجاب والتعليقات والمشاركات) وتحليل التغيرات التي تحدث بها على مدار الشهور موضع البحث.

اعتمد البحث على تحليل صفحتين أثناء تناولها لأحداث درنة وكيفية تفاعل الجمهور معها، وذلك خلال فترة زمنية محددة وهي شهر واحد، تبدأ (من تاريخ 12-9-2023م الى 12-10-2023م)، وقد راعت الباحثة ترتيبها من الأكثر متابعة الى الأقل وهي كالتالي.

صفحة تك يحرق كل شي

صفحة درنة لايف

صفحة طرابلس

جدول رقم(1)ضخ نموذج لسحب البيانات بواسطة أداة AD SHARE

Comment ID	Content	Likes	Replies Count	Commented Date	Publisher Name	Publisher ID
665854105644...	رابط فيديو على التويتر...	8	0	2023-09-24T...	تاك يحرق كل شي	111
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-28T...	موسى الشريف	100
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-25T...	Mohamed Chalghoum	100
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-24T...	زكريا عويضة	100
665854105644...	محمد اسعده التومص...	0	0	2023-09-24T...	خديجة بوزور	100
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-24T...	امال الصبيح	100
665854105644...	رني بصيرده	0	0	2023-09-24T...	منيرة محمد	100
665854105644...	رني بصيرده	0	0	2023-09-24T...	Hani ElBhalli	100
665854105644...	رني بصيرده	0	0	2023-09-24T...	Mohammed Rafiq	100
665854105644...	رني بصيرده كج بصيرده	0	0	2023-09-24T...	سوزن بوعنه	100
665854105644...	رني بصيرده	1	0	2023-09-24T...	Hivisa Ahmed	100
665854105644...	علي القزاق	0	0	2023-09-24T...	الغالب حسيب	100
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-26T...	Wahim Kraim	100
665854105644...	رني بصيرده	0	0	2023-09-25T...	Amal Abdelrazi	100
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-24T...	Mohammed Gredia	100
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-24T...	محمية علي العزول بخلة	100
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-28T...	خيري علي العلي	100
665854105644...	رني بصيرده برب برب	0	0	2023-09-24T...	Hifsa Hifsa Hifsa	100
665854105644...	انا لله والله اعلم لا اله الا هو	0	0	2023-09-25T...	Abubaker AbdAlmalek	100
665854105644...	علي حيدر ولف	0	0	2023-09-24T...	علي حيدر ولف	100
665854105644...	رني بصيرده واخو واخو واخو	0	0	2023-09-24T...	موسى العلي	100
665854105644...	موسى العلي	0	0	2023-09-24T...	الموسى العلي	100
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-24T...	المنصور العلي	100
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-25T...	ظلال العربي العلي	100
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-26T...	Mounir Kader	100
665854105644...	لا حول ولا قوة الا بالله العلي...	0	0	2023-09-24T...	سوزن بوعنه	100

أولاً : أهم الأحداث التي يتم تحليلها بطريقة تعلم الآلة (machine learning)

تحليل المشاعر في النصوص العربية باستخدام تعلم الآلة يتيح فهم النغمة العاطفية للنصوص، ويتضمن الاستقادة من قواميس لغوية عربية، ونماذج تعلم عميق مدربة مسبقاً، وبرمجيات مخصصة، لتحليل تعليقات القراء، يتضمن العملية جمع البيانات، معالجة النصوص، وتدريب نموذج تعلم الآلة.

بعدها تم جمع مجموعة بيانات من تعليقات القراء .

1-قامت الباحثة بمعالجة نصوص البيانات عن 14895 ألف تعليق عن إعصار مدينة درنة الليبية والتي تم جمعها، وذلك بحذف الكلمات غير الضرورية مثل (علامات الترقيم، كلمات التوقف، حذف التكرارات، الحروف الخاصة (تعجب، استفهام) إلخ.....

2-اختارت الباحثة نموذجاً معد مسبقاً⁽¹⁾ لتحليل المشاعر وهو نموذج مُدرَّب مسبقاً على بيانات مصنفة الى (إيجابية، سلبية)، نموذج ARABERT: وهو نموذج لتحليل المشاعر خاص بنصوص اللغة العربية، يعتبر من أفضل النماذج اللغوية العربية المتاحة حالياً، ويعتمد في بنيته على النموذج اللغوي العالمي BERT الذي تم تطويره من قبل شركة جوجل، يستخدم نموذج ARABERT في العديد من التطبيقات المختلفة، مثل تحليل المشاعر والترجمة الآلية وتوليف النصوص والتعرف على الكلام، وتحليل النصوص، والتحليل اللغوي، وغيرها. ويعتبر

ARABERT أحد أهم الأدوات المستخدمة في مجال معالجة اللغة العربية وتحليل النصوص العربية بشكل عام، ويدعم خدمات الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات المختلفة. وتعتبر القدرة على فهم اللغة العربية وتحليلها بطريقة دقيقة تحدياً كبيراً في مجال معالجة اللغة الطبيعية، ولذلك فإن نموذج ARABERT يلعب دوراً مهماً في تحسين جودة النظم اللغوية العربية المختلفة وتسهيل استخدامها للمستخدمين العرب في مختلف المجالات، وهناك موقع مهم جداً متوفر عليه

العديد من models مثل <https://huggingface.co>

وتم حساب الكفاءة له بعد عملية التدريب وكانت كفاءته تقارب 90 % كما هو بالشكل رقم (1).

	precision	recall	f1-score	support
negative	0.92	0.89	0.90	1011
positive	0.89	0.92	0.90	989
accuracy			0.90	2000
macro avg	0.90	0.90	0.90	2000
weighted avg	0.90	0.90	0.90	2000

يشير الي دقة التصنيف الخاص بتحليل المشاعر

استخدمت الباحثة النموذج لتحليل مشاعر التعليقات الخاصة بكل موضوع (كل تعليق على حده) والتي تم معالجتها مسبقاً.

قامت الباحثة بتحليل النتائج لفهم المشاعر العامة للقراء في الموضوعات المختلفة داخل الوثيقة الواحدة وتحديد أي أنماط أو موضوعات في التعليقات.

لاحظت الباحثة أن تحليل المشاعر مهمة معقدة وصعبة، وليست دقيقة دائماً، ويجب أن تؤخذ النتائج كتقريب وأن تستخدم بحذر، وذلك كان واضحاً في كفاءة النموذج المستخدم والتي كان بها نسبة خطأ 10%.

معايير تقييم النموذج

تم استخدام ثلاث مقاييس لتقييم النموذج الحالي، وهي الدقة accuracy والضبط - precision والاستجابة recall

الدقة (Accuracy): يقيس مدى تطابق تصنيفات النموذج مع التصنيفات الصحيحة بشكل عام،

$$ACCURACY = (TP + TN) / (TP + TN + FP + FN)$$

حيث

TP (TRUE POSITIVE): هي الكيانات التي تم تمييزها على أنها تحقق خاصية معينة وصنفها النموذج بشكل صحيح على أنها تحقق هذه الخاصية.

TN (TRUE NEGATIVES): هي الكيانات التي تم تمييزها على أنها لا تحقق خاصية معينة وصنفها النموذج بشكل صحيح على أنها لا تحقق هذه الخاصية.

FP (FALSE POSITIVES): هي الكيانات التي تم تمييزها على أنها لا تحقق خاصية معينة وفشل النموذج بتصنيفها وصنفها على أنها تحقق هذه الخاصية.

FN (FALSE NEGATIVE): هي الكيانات التي تم تمييزها على أنها تحقق خاصية معينة وفشل النموذج بتصنيفها وصنفها على أنها لا تحقق هذه الخاصية.

الاستدلال الدقيق الضبط (Precision): يقيس دقة تصنيف النموذج للمثالات المصنفة بشكل إيجابي. يتم حسابها كنسبة المثالات المصنفة بشكل صحيح إيجابياً من إجمالي المثالات المصنفة بشكل إيجابي. هذا المقياس يعكس الدقة النسبية للنموذج في تحديد الإيجابيات بشكل صحيح، دون النظر للسلبيات.

$$PRECISION = TP / (TP + FP)$$

التغطية الكاملة (Recall): يقيس قدرة النموذج على اكتشاف جميع المثالات التي يجب أن تكون مصنفة بشكل إيجابي. يتم حسابها كنسبة المثالات المصنفة بشكل صحيح إيجابياً من إجمالي المثالات التي يجب أن تكون مصنفة بشكل إيجابي. هذا المقياس يعكس القدرة النسبية للنموذج في اكتشاف جميع الإيجابيات المتواجدة.

$$Recall = TP / (TP + FN)$$

ذكرت الباحثة سابقاً جمع البيانات وسحبها من خلال أداة Ad Share حيث أوضحت الباحثة كيف تم جمع هذه البيانات، وذلك حتى يتم تحليل النصوص للكشف عن المشاعر الخاصة بهذا

البحث، وسوف يتم تحليل النصوص العربية باستخدام أسلوب تحليل المشاعر LDA +) LDA algorithm sentiment analysis = aspect sentiment analysis

تحليل المشاعر القائم على الجانب "Aspect-Based Sentiment Analysis" (ABSA) هو تقنية معالجة اللغة الطبيعية (NLP) التي تهدف إلى تحديد وتحليل المشاعر المعبر عنها تجاه جوانب أو كيانات معينة داخل نص معين.

تخصيص Dirichlet الكامن (LDA) هو أسلوب نمذجة موضوعي احتمالي يشيع استخدامه في مهام التنقيب عن النص ومهام البرمجة اللغوية العصبية، لا يرتبط LDA بشكل مباشر بتحليل المشاعر، ولكنه يركز على تحديد الموضوعات ، وتُقاس الدقة عادةً بمقارنة تصنيفات المشاعر المعينة بواسطة نظام تحليل المشاعر بمجموعة من البيانات المصنفة يدويًا.

تم اختبار تطبيق النصوص التي تم جمعها من الأحداث الخمس سالفة الذكر والتي سيتم تحليلها على نموذج معد مسبقاً نموذج ARABERT وهو نسخة معدلة عربية من نموذج BERT المشهور، والذي تم تطويره بواسطة مجموعة من الباحثين في المجالات المتعلقة باللغة العربية ومعالجة اللغة الطبيعية. يهدف ARABERT إلى تعزيز قدرات معالجة اللغة الطبيعية للعربية من خلال تطبيق تقنيات BERT على هذه اللغة.

(ARABERT) تم تدريبه على داتا مصنفة بها على 40000 Comment إيجابي وسلبي وهي متاحة على الرابط التالي:

<https://dataverse.harvard.edu/dataset.xhtml?persistentId=doi:10.7910/DV/N/LBXV90>

جدول رقم (2)

التفاعلات الخاصة بالمنشورات التي تم تحليلها

التكرار	الفئة
170k	التفاعلات (Reactions)
15.2k	عدد التعليقات (Comments)
2.6k	عدد المشاركات (Shares)
187.8k	إجمالي (Total Interactions)

انتشرت على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بث مقاطع فيديو ومنشورات posts على الصفحات المذكورة سابقاً ويمكن توضيح دلالة هذه الأرقام على النحو التالي:

1- التفاعلات: 170,000 - (Reactions) تعكس هذه الأرقام التفاعل العام للأشخاص مع منشورات ومعلومات حول إعصار درنة.

2- عدد التعليقات: 15,200 - (Comments) حيث يشير هذا العدد إلى مدى الاهتمام والنقاش الذي أثير حول إعصار درنة، تعليقات المستخدمين تمثل أسئلتهم، تعليقاتهم، مشاركتهم لمعلومات إضافية، وقد تتضمن تعبيرات عن القلق والاهتمام.

3- عدد الشير: 2,600 - (Shares) يشير العدد إلى مدى انتشار المعلومات حول الإعصار. عندما يشارك شخص منشورًا، فإنه يساهم في نشره لجمهوره الخاص، مما يزيد من الوعي بالحادث.

4- إجمالي: 187,800 - (Total Interactions)

يجمع الرقم بين جميع أنواع التفاعلات، بما في ذلك التفاعلات والتعليقات والمشاركات. حيث يعكس المجموع الكلي للتفاعل الاجتماعي حول الإعصار.

جوانب الموضوعات الخاصة بإعصار درنة

أظهرت نمذجة الموضوعات فيما يتعلق بإعصار مدينة درنة بالنسبة للجانب الأول كما هو موضح من الشكل التالي:

جدول رقم (3)

الوضع الطارئ والأمان

التعليقات		المشاعر	جوانب الموضوع
%	ك		
16.30%	2432	إيجابي (Positive)	الوضع الطارئ والأمان
10.20%	1520	سلبي (Negative)	
26.50%	3952	---	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق رقم (3) أن المشاعر الإيجابية للتعليقات والتي وصلت إلى 2432 تعليق إيجابي وبنسبة 16.30% تمثلت في تعبير الأشخاص عن التعاطف والدعم لضحايا الإعصار في مدينة درنة بليبيا، تسميتهم بالتعليقات الإيجابية التي تنقل رغبة الناس في تقديم المساعدة والدعم للمتضررين. و قد تحتوي على كلمات مثل "تمنياتنا بالسلام والأمان لأهالي درنة" و "تصلي من أجلكم ونأمل أن تتخطوا هذا الوضع الصعب" و "يجب على المجتمع الدولي التضامن معكم."

وسجلت المشاعر السلبية للتعليقات والتي وصلت إلى 1520 بنسبة بلغت 10.20% حيث تظهر تلك التي تحمل رأياً مختلفاً أو تنتقد عدم الاستجابة السريعة للكوارثة أو تقدم تصاعداً للغضب. يجب مراعاة التعبير بشكل محترم ومعتدل، حيث يمكن تسميتها بتعليقات الانتقاد الموجهة بنية بناءة. مثل: "نحتاج إلى جهود أكثر للتصدي لهذه الكوارث" أو "نأمل في أن تكون هناك استجابة أفضل في المستقبل".

يهم التفاعل الاجتماعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي في مثل هذه الحالات، وقد تظهر مشاعر مختلفة. يجب تقديم الرأي بحرية، ولكن بشكل محترم ومتوازن لضمان حوار بناء ومشاركة الأفكار. وتعكس تنوع الآراء والمشاعر للأفراد حيال الحدث وتوضح أهمية التواصل والتفاعل الاجتماعي في مثل هذه الأوقات الصعبة. يجب دائماً مراعاة الاحترام والأخذ في الاعتبار للآراء المختلفة والتعبير بشكل مؤدب ومهذب لضمان الحوار البناء والتفاهم المشترك.

جدول رقم (3)

الدعم الحكومي والمساعدة الإنسانية

التعليقات	المشاعر	جوانب الموضوع	
		ك	%
3648	ايجابي (Positive)	24.50%	الدعم الحكومي والمساعدة الإنسانية
2462	سلبي (Negative)	16.50%	الإجمالي
6110	----	41.00%	

يبين الجدول رقم (3) الجانب الآخر من الوثيقة وهو الدعم الحكومي والمساعدة الإنسانية اثناء إعصار مدينة درنة الليبية، ويستعرض عدد التعليقات في كل جانب من الجوانب المختلفة للموضوع بالنسبة الدعم الحكومي والمساعدة الإنسانية، حيث جاءت عدد التعليقات الإيجابية 3648 تعليق بنسبة بلغت 24.50% وجاءت عدد التعليقات السلبية 2462 تعليق بنسبة بلغت 16.50%

وجاء العدد الإجمالي للتعليقات في جميع الجوانب: 6110 تعليق. والنسبة الإجمالية للتعليقات 41.00%، وتفسر الباحثة أن هناك تنوعاً في آراء الأشخاص حيال الدعم الحكومي والمساعدة الإنسانية في مواجهة إعصار مدينة درنة الليبية. حيث يوجد عدد كبير من التعليقات الإيجابية، وكذلك عدد من التعليقات السلبية يُظهر هذا الجدول أهمية التواصل والتفاعل حول القضايا الاجتماعية الهامة والحساسة مثل هذه الكوارث الطبيعية.

جدول رقم (4)

الخسائر البشرية والبنية التحتية

التعليقات	المشاعر	جوانب الموضوع	
		ك	%
1596	سلبى (Negative)	الخسائر البشرية والبنية التحتية	10.70%
912	ايجابى (Positive)		6.10%
2508		الإجمالي	16.80%

يوضح الجدول رقم (4) حيث انه يستعرض جوانب أخرى من الموضوع المتعلق بإعصار مدينة درنة الليبية، حيث يُظهر تقديم تقييمات وآراء الأفراد حول الخسائر البشرية والأضرار في البنية التحتية نتيجة الإعصار. هذه الجوانب تعكس مدى الاستجابة للأزمة وتأثيرها على السكان والبنية التحتية. يُظهر الجدول أن هناك تعدادًا معينًا من التعليقات الإيجابية والسلبية في هذا السياق، ونسبة الإجمالية تبلغ 16.80%، عدد التعليقات السلبية 1596 (Negative) تعليق بنسبة بلغت 10.70%. هذه التعليقات تعبر عن الانتقادات والاستياء من الخسائر البشرية والأضرار التي لحقت بالبنية التحتية نتيجة الإعصار. الأشخاص الذين كتبوا هذه التعليقات يمكن أن يكونوا غاضبين من الاستجابة أو يشعرون بالحزن والقلق بسبب تلك الخسائر، عدد التعليقات الإيجابية 912 (Positive) تعليق بنسبة بلغت 6.10% هذه التعليقات تعبر عن التضامن والتقدير للجهود التي بذلت للتعامل مع الخسائر البشرية وإصلاح البنية التحتية. الأشخاص الذين كتبوا هذه التعليقات أن أشادوا بالجهود الإنسانية والحكومية.

جدول رقم (5)

التحسينات المستقبلية و الاستعداد للكوارث

التعليقات	المشاعر	جوانب الموضوع	
		ك	%
760	سلبى (Negative)	التحسينات المستقبلية	5.10%
456	ايجابى (Positive)	والاستعداد للكوارث	3.10%
1216		الإجمالي	8.20%

الجدول رقم (5) يعكس جوانب أخرى من الموضوع المتعلق بإعصار مدينة درنة الليبية، ويبين عدد التعليقات والنسبة في كل جانب من جوانب الموضوع وهو التحسينات المستقبلية والاستعداد للكوارث وجاءت عدد التعليقات السلبية 760 (Negative) 5.10% تعليق، وجاءت هذه

التعليقات لتعبّر عن المخاوف أو الانتقادات حول الاستعداد للكوارث في المستقبل أو تحسين الاستجابة لها. الأشخاص الذين كتبوا هذه التعليقات يمكن أن يشعروا بأن هناك حاجة لتحسين الإعداد والتصدي للكوارث بشكل أفضل. وجاءت عدد التعليقات الإيجابية (Positive) 456 تعليق بنسبة بلغت 310% وجاءت هذه التعليقات لتعبّر عن الأمل في تحسين التصدي للكوارث في المستقبل والاستعداد الجيد. الأشخاص الذين كتبوا هذه التعليقات يمكن أن يرون أن هناك فرصة لتعزيز الاستعداد وتحقيق التحسينات. النسبة الإجمالية 8.20%. هذه النسبة تمثل الإجمالي لنسبة التعليقات (الإيجابية والسلبية) في هذا السياق. وتشير إلى أن هناك اهتمامًا بالتحسينات المستقبلية والاستعداد للكوارث، وهناك تباين في الآراء حيال هذا الجانب.

جدول رقم (6)

التضامن والتعاون المجتمعي

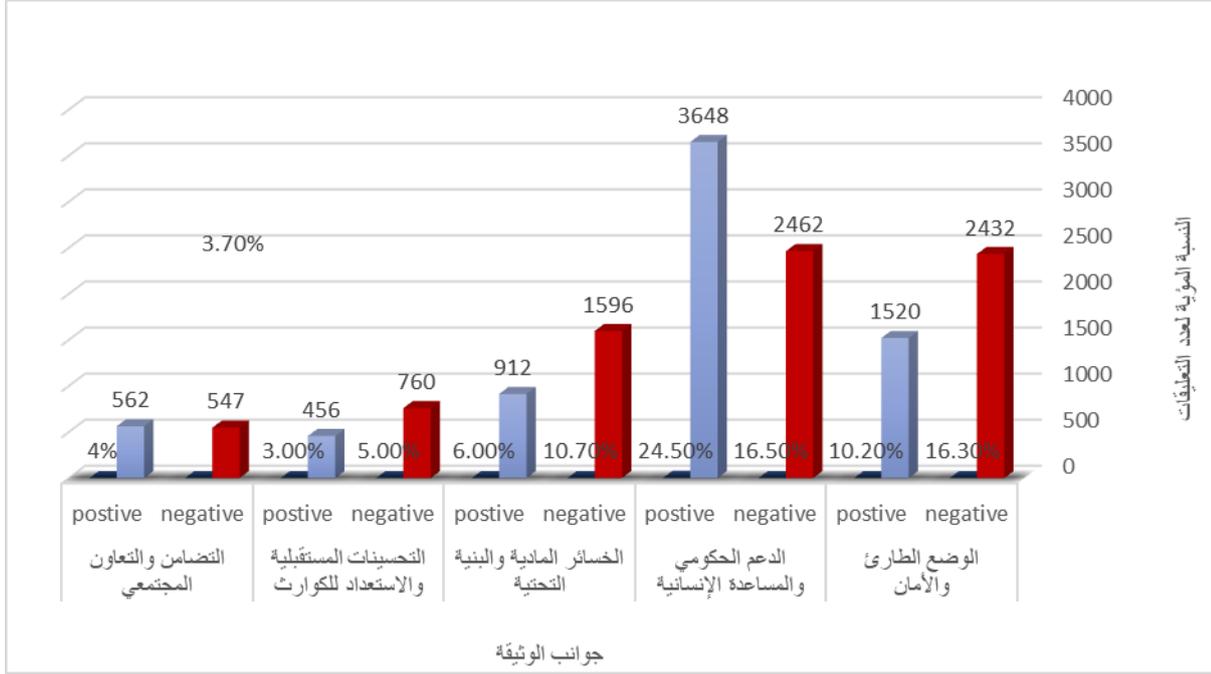
التعليقات	المشاعر	جوانب الموضوع
547	سلبى (Negative)	التضامن والتعاون المجتمعي
562	إيجابى (Positive)	
1109		الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (6) من حيث التضامن والتعاون المجتمعي حيث جاءت عدد التعليقات السلبية 547 (Negative) تعليق بنسبة بلغت 3.70% هذه التعليقات تعبّر عن انعدام التضامن أو نقص التعاون المجتمعي في مواجهة الإعصار. الأشخاص الذين كتبوا هذه التعليقات يمكن أن يكونوا غاضبين من عدم وحدة المجتمع أو قلة التعاون، وجاءت عدد التعليقات الإيجابية 562 (Positive) تعليق بنسبة متقاربة جدا مع التعليقات السلبية بلغت 3.80% وجاءت هذه التعليقات لتعبّر عن التضامن والتعاون المجتمعي في مواجهة الإعصار. الأشخاص الذين كتبوا هذه التعليقات يمكن أن يرون أن هناك إرادة للتعاون والتضامن لمساعدة الضحايا و جاءت النسبة الإجمالية حيث بلغت 7.50%. هذه النسبة تمثل الإجمالي لنسبة التعليقات (الإيجابية والسلبية) في هذا السياق. وتشير إلى وجود تنوع في الآراء حيال التضامن والتعاون المجتمعي في مواجهة الإعصار. ويفسر هذا أن هناك اهتمامًا بالتضامن والتعاون المجتمعي في مواجهة الإعصار. هناك بعض الانتقادات والقلق بشأن انعدام التضامن في بعض التعليقات السلبية، وفي الوقت نفسه، هناك تعبير عن الثقة والتعاون في التعليقات الإيجابية بخصوص قدرة المجتمع على التعاون

والتضامن. هذا النوع من التعبيرات يمكن أن يشجع على تعزيز التضامن والتعاون المجتمعي لمساعدة الضحايا ومواجهة الكوارث.

شكل رقم (1)

يوضح رسم بياني للوثيقة الخاصة بإعصار درنة



الكارثة الإنسانية

تسبب إعصار دانيال في ليبيا، الذي ضرب البلاد في 11 سبتمبر 2023، في كارثة إنسانية كبيرة. فقد لقي ما يقدر بنحو 20 ألف شخص مصرعهم، وأصيب أكثر من 25 ألفاً، ودمرت آلاف المنازل والشركات. كما تسبب الإعصار في أضرار جسيمة للبنية التحتية، بما في ذلك الطرق والجسور والسدود⁽¹⁾

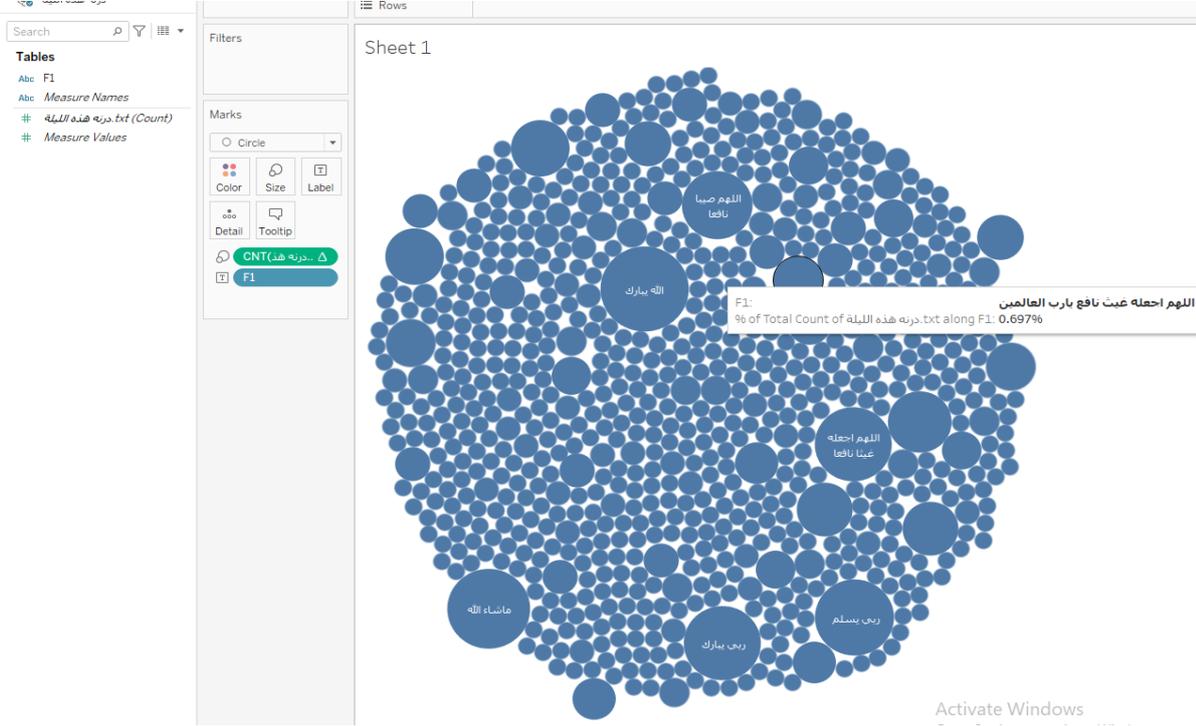
وشكلت الفيضانات التي اجتاحت المدينة الشرقية الليبية خطراً كبيراً على السكان، حيث جرفت المياه إلى البحر أو إلى أماكن أخرى. كما تسببت الفيضانات في انتشار الأمراض، لا سيما الإسهال والكوليرا.

وقد أدى الإعصار إلى تفاقم الأزمة الإنسانية التي تعاني منها ليبيا منذ سنوات. فقد كان ملايين الليبيين يعتمدون على المساعدات الإنسانية قبل الإعصار، ومن المتوقع أن تزداد الحاجة إلى هذه المساعدات في أعقابها.

من المتوقع أن تستمر آثار إعصار دانيال في ليبيا لسنوات قادمة. فقد يتعين على الحكومة الليبية إعادة بناء البنية التحتية المدمرة، وإعادة تأهيل الضحايا، ومعالجة الآثار الاجتماعية والنفسية للكارثة.

شكل رقم (2)

تطبيق أداة Tableau Public 2023.2 على احدى المنشورات⁽¹⁾ الخاصة بإعصار درنة



لاحظت الباحثة من الشكل السابق حيث تعبر بعض الجمل عن تعبير المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي عن مشاعرهم وأمنياتهم خلال مراقبتهم لإعصار درنة وتحديدًا بعد انتهاء الإعصار وشعورهم بالإيجابية وهنا تفسير لكل جملة:

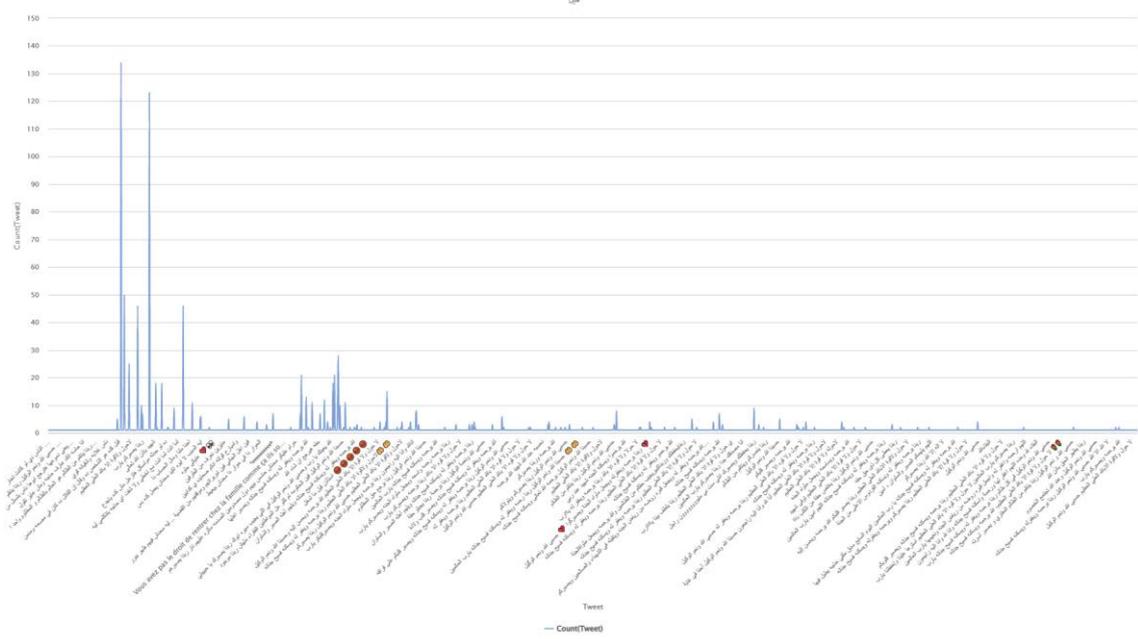
1. "اللهم غيتا نافعًا": هذه الجملة تعبر عن دعاء أو تمنى من المستخدم للسلامة والحماية للمتضررين من الإعصار. "اللهم" تعني "الله" و"غيتا" يمكن أن يرتبط بالسلامة والنجاة. "نافعًا" يشير إلى أن المراد من الدعاء أن يكون الإعصار نافعًا للجميع.

2. "يارب ما شاء الله": هذه الجملة تستخدم للتعبير عن الرغبة في القبول بإرادة الله، وتقدير أن كل ما يحدث هو بمشيئته. "يارب" يعني "يا الله" و"ما شاء الله" يشير إلى ما يشاء الله.

3. "ربي يسلم": هذه الجملة تستخدم للتعبير عن التمنيات بالسلامة والحفاظ على الأمان. "ربي" يشير إلى الله و"يسلم" يعني يحفظ ويحمي ليبيا

شكل رقم (4)

يوضح أكثر تعليقات المستخدمين الرقمي تكرارا بواسطة RapidMiner



يوضح الشكل رقم (4) حيث انحصرت تعليقات المستخدمين الرقمي مع اعصار درنه على مجموعة من الموضوعات المهمة بناء على الشكل السابق منها:

1- نشر معلومات مهمة: المستخدمين يمكنهم نشر معلومات حول الإعصار، مثل مواقع آمنة، لمساعدة الآخرين في التحضير للعاصفة.

التبرع للمساعدة في جهود الإغاثة: المستخدمين الرقميين قد يشعرون بالرغبة في المساهمة في الجهود الإنسانية من خلال التبرع للمنظمات غير الربحية المعنية بمساعدة الضحايا.

3- تقديم الدعم النفسي: يمكن للأفراد تقديم الدعم النفسي للمتضررين من الإعصار عبر الإنترنت، سواء عبر الدردشة أو من خلال المشاركة في مجموعات دعم عبر الإنترنت. واتضح ذلك من خلال كلمات مثل الصبر، والدعاء.

4- متابعة التقارير والتحديثات: تابع المستخدمين التقارير والتحديثات حول الإعصار من مصادر موثوقة مثل مواقع الأرصاد الجوية والحكومة المحلية، وقد وجدت الباحثة تعليقات عن تقارير تثبت صحة المتداول فيها

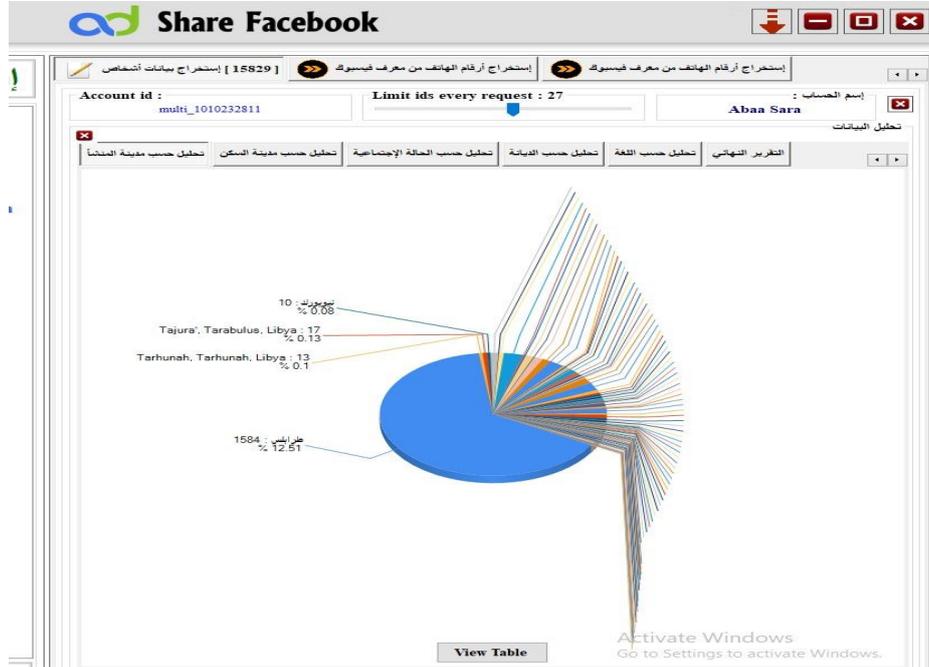
5- توجيه النصائح والتوجيهات: المستخدمون قد يشاركون نصائح وتوجيهات حول كيفية التحضير للإعصار والسلامة الشخصية على منصات التواصل الاجتماعي لمساعدة الآخرين.

6- نشر قصص النجاح والمساعدة: توجد العديد من الحكايات الملهمة عن النجاح والتضحية في مواجهة الكوارث. المستخدمون يمكنهم مشاركة هذه القصص لزيادة الوعي والأم

تحليل بيانات المتفاعلين مع كارثة درنة الليبية بناء على المعلومات التالية:
تصنيف المتفاعلين بناء على مدينة المنشأ (الجمهور الرقمي)
تصنيف المتفاعلين بناء على سن المتفاعلين (الجمهور الرقمي)
تصنيف المتفاعلين بناء على سنه الميلاد (الجمهور الرقمي)
تصنيف المتفاعلين بناء على الجنس (الجمهور الرقمي)
تصنيف المتفاعلين بناء على المسميات الوظيفية (الجمهور الرقمي)
تصنيف المتفاعلين بناء على جهات العمل (الجمهور الرقمي)
تصنيف المتفاعلين بناء على المستوى التعليمي (الجمهور الرقمي)
أولا تصنيف التفاعل بناء على مدينة منشأ المتفاعلين الجمهور الرقمي.

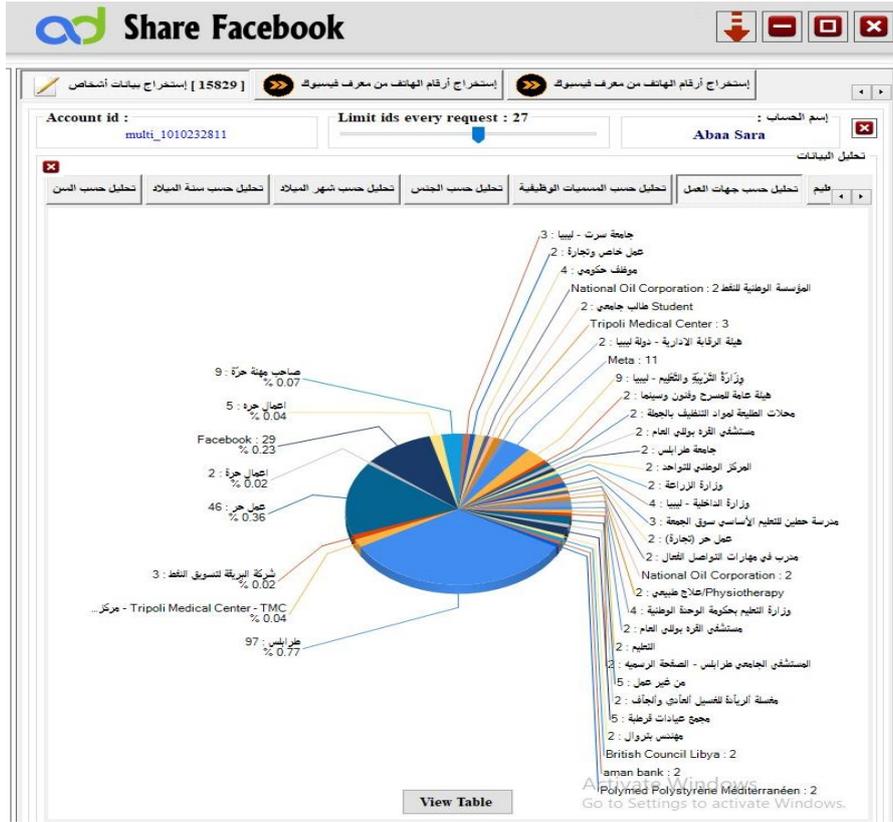
شكل رقم (5)

تصنيف التفاعل بناء على مدينة المنشأ المتفاعلين الجمهور الرقمي.



شكل رقم (6)

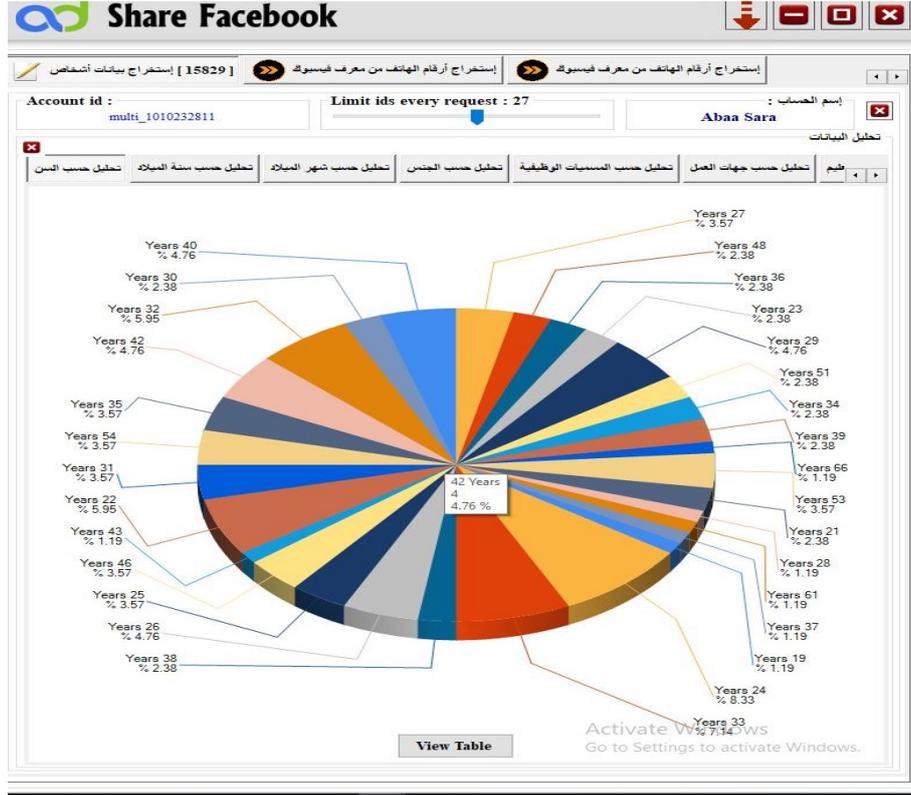
تصنيف التفاعل بناء على جهات العمل المتفاعلين الجمهور الرقمي.



يتضح من خلال الشكل رقم (6) ان تفاعل المستخدمين اغلبهم من مدينة طرابلس وأجزاء متفرقة من ليبيا وتفسر الباحثة هذا التضامن المحلي حيث شعر الأفراد بالتعاطف والمشاركة في الأحداث التي تحدث في بيئتهم المباشرة، كذلك الوعي الإنساني لان هناك وعي للأشخاص الذين تأثروا مباشرة بالكارثة وأبدو اهتمام خاص بتوثيق الأحداث ومشاركة تجاربهم لجذب الانتباه العام إلى الوضع الذي يمرون به، و الانتماء الوطني الذي قد يتأثر التفاعل بالكارثة بشكل كبير حيث يشعر الأفراد بالمسؤولية نحو بلادهم ويسعون إلى التعبير عن تضامنهم ودعمهم للمنطقة المتأثرة. ثانيا تصنيف المتفاعلين (الجمهور الرقمي) بناء على السن .

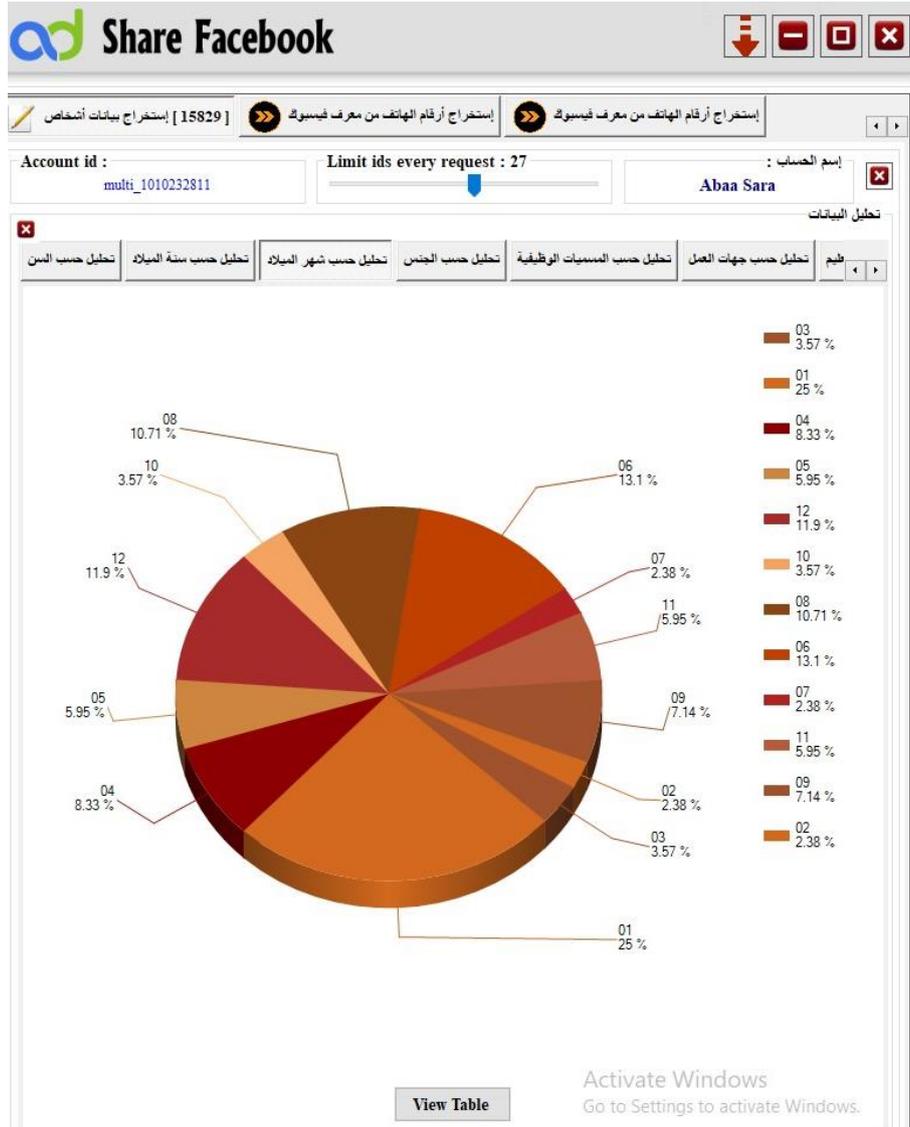
شكل رقم (7)

تصنيف التفاعل بناء على سن المتفاعلين الجمهور الرقمي.



شكل رقم (8)

تصنيف المتفاعلين حسب شهر الميلاد



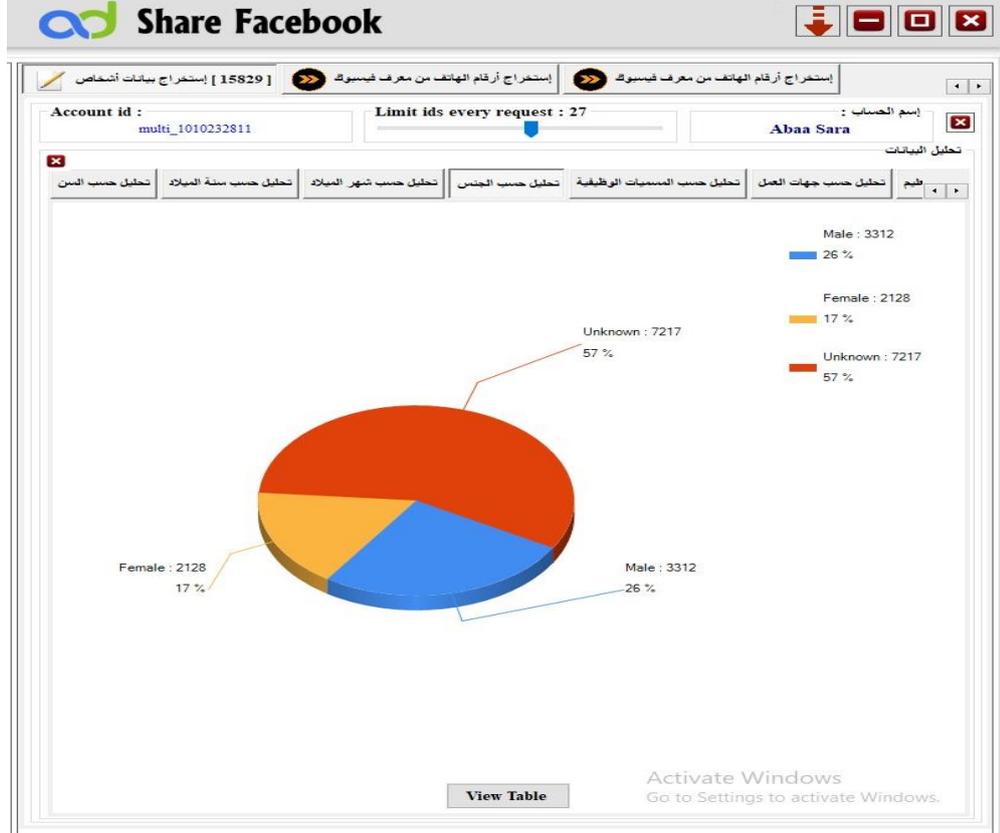
يبين الشكل رقم (8) حيث لاحظت الباحثة ان تفاعل المستخدمين اغلبهم من الشباب، وفي ظل التحولات السريعة في عصر المعلومات والتواصل، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ليست مجرد وسيلة للترفيه والتواصل الاجتماعي، بل أصبحت أيضًا منصة رئيسية لتبادل الأفكار والمشاركة في القضايا الهامة. ومن بين هذه القضايا، يبرز تفاعل الشباب بشكل ملحوظ حول الأحداث الكبرى التي تهم المجتمع والوطن و يتمتع الشباب بارتفاع مستوى الوعي التكنولوجي، مما يجعلهم عرضة للتفاعل بسرعة مع الأحداث الجارية ونشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كذلك يظهر الشباب اهتمامًا متزايدًا بالقضايا الاجتماعية والإنسانية، ويسعون إلى التعبير عن مواقفهم والمشاركة في تسليط الضوء على الأوضاع الصعبة كما هو الحال في كارثة درنة حيث يميل الشباب إلى البحث عن الحقيقة والمعلومات الدقيقة حول الأحداث، ويروجون لها عبر وسائل التواصل للمساهمة في نقل الأخبار بشكل دقيق وفعال. ومشاعر الشباب بالمسؤولية تجاه وطنهم

ومجتمعهم، ويروجون للوحدة الوطنية والتضامن في مواجهة التحديات والكوارث وهي الهوية الوطنية والانتماء للوطن.

رابعاً: تصنيف المتفاعلين بناء على الجنس (الجمهور الرقمي)

شكل رقم (9)

تصنيف المتفاعلين بناء على الجنس (الجمهور الرقمي)



يتضح من خلال الشكل رقم (9) ان تفاعل المستخدمين من الذكور أكثر من الاناث كارثة درنه اللببية يمكن أن تكون ناتجة عن عدة عوامل، او بعض الأسباب المحتملة و منها التأثير الاجتماعي والثقافي في بعض المجتمعات، قد يكون لدى الذكور والاناث توقعات اجتماعية وثقافية مختلفة بشأن كيفية التعبير عن المشاعر والمشاركة في القضايا العامة. ربما يكون الرجال أكثر عرضة للتشجيع على التفاعل العلني أو يمكن أن تكون الأنشطة الاجتماعية التي يشارك فيها الرجال بشكل أكبر، مثل المنتديات الرقمية والمجموعات الاجتماعية عبر الإنترنت، هي أماكن رئيسية للتعبير عن آرائهم والتفاعل مع الأحداث، وقد يكون هناك توجيه إعلامي يستهدف أو يلقي الضوء بشكل أكبر على ردود فعل الرجال في مثل هذه الحالات، مما يشجعهم على المشاركة بشكل أكبر، كذلك المسؤوليات الاجتماعية المفروضة ففي بعض الثقافات، قد يكون من المتوقع أن يكون للرجال دور أكبر في التعبير عن المواقف الاجتماعية والمشاركة في القضايا الهامة

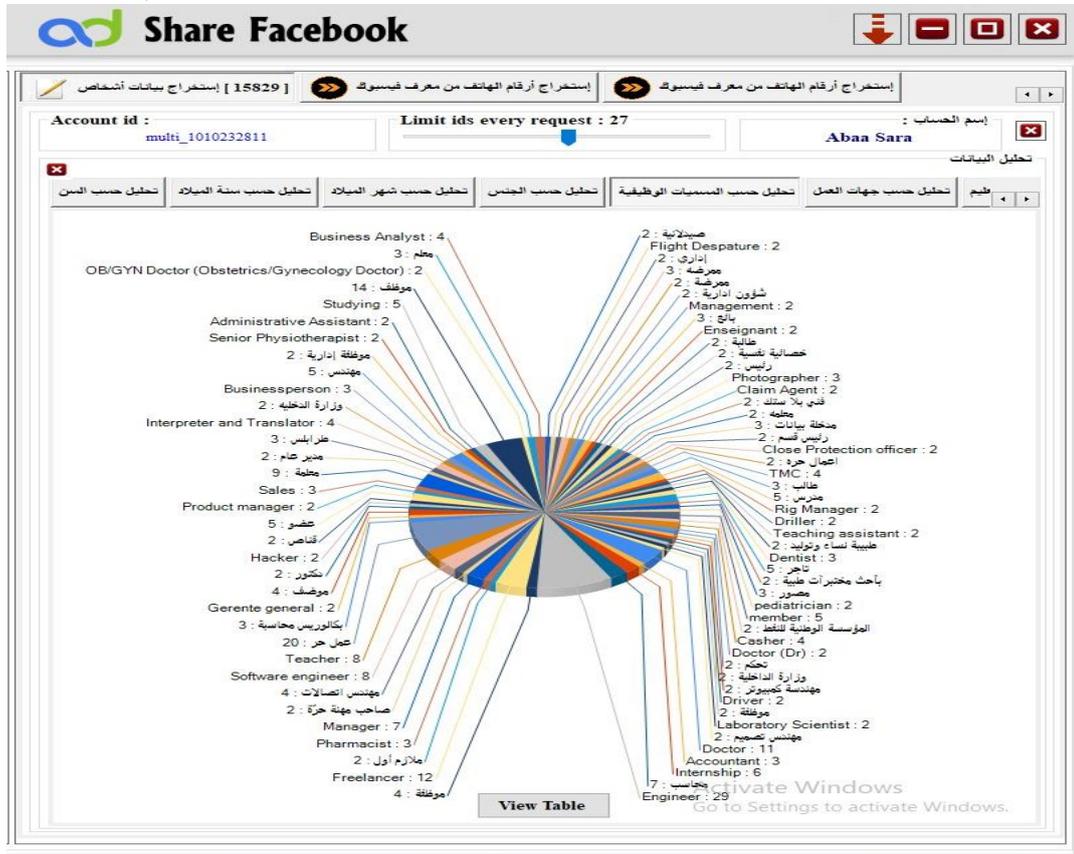
و قد يرتبط التفاعل القوي مع الكوارث بالصورة التقليدية للرجل كقائد ومحل تأثير في المجتمع، مما يحفزهم على التعبير عن آرائهم والمشاركة في المواقف الصعبة و قد يكون هناك عوامل نفسية واجتماعية تؤثر على استعداد الذكور للتفاعل، مثل الرغبة في إظهار القوة والتحكم في الظروف الصعبة.

الغير معروف تعني ان المستخدم مجهول الهوية فيما يخص النوع تعتقد الباحثة تفسير ذلك أن المستخدم الرقمي اثناء تسجيله حساب جديد لم يحدد في خانة النوع ذكر / انثى ولكن اختار الاختيار غير محدد .

التعليقات التي تم جمع بياناتها من خلال أداة ad share فيما يخص إعصار درنة خامسا: تصنيف المتفاعلين بناء على المسميات الوظيفية (الجمهور الرقمي)

شكل رقم (10)

تصنيف المتفاعلين بناء على المسميات الوظيفية (الجمهور الرقمي)



يتضح من خلال الشكل رقم (10) وجود علاقة بين الحالة الوظيفية للمستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعله تجاه الكارثة وتفسر الباحثة هذه العلاقة أن المستخدمين الذين يعملون في مجالات تتعلق بالإعلام، والصحافة، والمجالات الاجتماعية قد يكون لديهم تفاعل أكبر مع

العالي قد يكونون أكثر وعيًا بالأحداث والقضايا العالمية، وبالتالي يكونون أكثر قدرة على فهم تأثير الكوارث والتفاعل معها و يكونون أكثر قدرة على تحليل المعلومات وفهمها بشكل أعمق، مما يؤدي إلى تفاعل أكثر ذكاء وتوجيه إلى القضايا الرئيسية و يكونون أكثر ميلاً للبحث عن المعلومات من مصادر موثوقة، مما يؤثر على تفاعلهم وتقديمهم للمحتوى ذو الجودة، ويكونوا أكثر إدراكًا للمسؤولية الاجتماعية والمشاركة في القضايا الإنسانية ، والأفراد الذين تمتلك مهارات تواصل وتفاعل عالية قد يكون لديهم قدرة أكبر على مشاركة آرائهم والمساهمة في الحوارات المتعلقة بالكوارث.

اهم النتائج :

اظهرت نتائج التحليل تفاعلات المستخدمين التي سجلت 17.000 وتعكس هذه الأرقام التفاعل العام للأشخاص مع منشورات ومعلومات حول إعصار درنة حيث سجلت عدد التعليقات 15.200 و يشير هذا العدد إلى مدى الاهتمام والنقاش وتعبيرات عن القلق والاهتمام حول الكارثة بينما سجل عدد الشير 2,600 ويظهر هذا العدد إلى مدى انتشار المعلومات حول الإعصار. جاءت نتائج التعليقات الإيجابية للمستخدمين بنسبة بلغت 16.30%، و التي تنقل رغبة الناس في تقديم المساعدة والدعم للمتضررين، بينما سجلت التعليقات السلبية نسبة بلغت 10.20% التي تنتقد عدم الاستجابة السريعة للكارثة .

3- أشارت نتائج الدعم الحكومي والمساعدة الإنسانية بإجمالي تعليقات بلغت نسبتها 41.00% حيث سجلت التعليقات الايجابية نسبة بلغت 24.50% ويليها التعليقات السلبية بنسبة بلغت 16.50% .ويدل هذا على تنوع آراء الأشخاص حيال كارثة إعصار درنة .

4- اتضح من خلال نتائج تقديم تقييمات وآراء الأفراد حول الخسائر البشرية والأضرار في البنية التحتية نتيجة الإعصار حيث جاءت إجمالي التعليقات نسبة بلغت 16.80% وسجلت التعليقات السلبية نسبة بلغت 10.70% هذه التعليقات تعبر عن الانتقادات والاستياء من الخسائر البشرية والأضرار التي لحقت بالبنية التحتية نتيجة الإعصار، بينما سجلت التعليقات الإيجابية نسبة بلغت 6.10% حيث عبرت هذه التعليقات عن التضامن والتقدير للجهود الإنسانية والحكومية التي بذلت للتعامل مع الخسائر البشرية وإصلاح البنية التحتية.

5- تبين نتائج موضوع التحسينات المستقبلية والاستعداد للكوارث النسبة الإجمالية حيث بلغت 8.20% وهذه النسبة تمثل الإجمالي لنسبة التعليقات (الإيجابية والسلبية) في هذا السياق. وتشير إلى أن هناك اهتمامًا بالتحسينات المستقبلية والاستعداد للكوارث، وهناك تباين في الآراء حيال هذا الجانب حيث بلغت التعليقات السلبية نسبة بلغت 5.10% لتعبر عن المخاوف أو الانتقادات حول الاستعداد للكوارث في المستقبل أو تحسين الاستجابة لها، ويليها سجلت التعليقات الإيجابية نسبة

بلغت 3.10% وجاءت هذه التعليقات لتعبّر عن الأمل في تحسين التصدي للكوارث في المستقبل والاستعداد الجيد.

6- احتلت التعليقات الإيجابية والسلبية لموضوع التضامن والتعاون المجتمعي نسب متقاربة جدا بإجمالي نسبة بلغت 7.5% هذا يبين هناك اهتمامًا بالتضامن والتعاون المجتمعي في مواجهة الإعصار وان هناك بعض الانتقادات والقلق بشأن انعدام التضامن في بعض التعليقات السلبية.

7- أظهرت نتائج بعض الجمل التي عبر بها المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي عن مشاعرهم وأمنياتهم خلال مراقبتهم لإعصار درنة وتحديدًا بعد انتهاء الإعصار وشعورهم بالإيجابية مثل التعبير " اللهم غيتا نافعًا " ، "ربي يسلم" ، "يارب ما شاء الله" ، " ربي يبارك" ومشاعر حزينة مثل " إنا لله وإنا إليه راجعون" و"اغفر له وارحمه " باستخدام أداة RapidMiner Studio.

8- انحصرت تعليقات المستخدم الرقمي مع اعصار درنه على مجموعة من الموضوعات المهمة كنشر معلومات مهمة حول الاعصار و التبرع للمساعدة في جهود الإغاثة من خلال المنظمات غير الربحية المعنية بمساعدة الضحايا و تقديم الدعم النفسي للضحايا و متابعة التقارير والتحديثات حول الاعصار و توجيه النصائح والتوجيهات و نشر قصص النجاح والمساعدة .

9- تبين من خلال النتائج أن تفاعل المستخدمين اغلبهم من مدينة طرابلس وأجزاء متفرقة من ليبيا ويأتي هذا التضامن المحلي حيث شعر الأفراد بالتعاطف والمشاركة في الأحداث التي تحدث في بيئتهم المباشرة باعتبار ليبيا بلد واحد ولا يؤثر في المستخدمين إي انقسام سياسي بل يشعر الأفراد بالمسؤولية نحو بلدهم ويسعون إلى التعبير عن تضامنهم ودعمهم للمنطقة المتأثرة.

10- اتضح ان تفاعل المستخدمين اغلبهم من الشباب، وفي ظل التحولات السريعة في عصر المعلومات والتواصل، وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ليست مجرد وسيلة للترفيه والتواصل الاجتماعي، بل أصبحت أيضًا منصة رئيسية لتبادل الأفكار والمشاركة في القضايا الهامة. ومن بين هذه القضايا، يبرز تفاعل الشباب بشكل ملحوظ حول كارثة درنة ومشاعرهم واحساسهم بالمسؤولية تجاه وطنهم ومجتمعهم، ويروجون للوحدة الوطنية والتضامن في مواجهة التحديات والكوارث وهي الهوية الوطنية والانتماء للوطن.

11- أظهرت النتائج ان تفاعل المستخدمين من الذكور أكثر من الاناث تجاه كارثة درنه الليبية يمكن أن يكون للرجال دور أكبر في التعبير عن المواقف الاجتماعية والمشاركة في القضايا الهامة الذي يستهدف أو يلقي الضوء بشكل أكبر لردود فعل الرجال في مثل هذه الحالات.

12- اشارت النتائج أن المستخدمين الذين يكون مستواهم التعليمي عالي والذين يعملون في مجالات تتعلق بالإعلام، والصحافة، والمجالات الاجتماعية والأفراد الذين يشغلون مناصب مهنية

عليا أو لديهم مسؤوليات اجتماعية كبيرة والأفراد الذين يتمتعون بشعبية أو نفوذ قد يكون لديهم تفاعل أكبر مع الكوارث نظراً لطبيعة عملهم واهتمامهم المهني بمتابعة الأحداث الهامة.

توصيات البحث

1-دعم تنفيذ التحليل النصي بأهمية استخدام تقنيات تحليل النصوص وتطبيقات الذكاء الاصطناعي لمراقبة وتحليل تفاعل المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي خلال الكوارث والأحداث الهامة.

2-توسيع نطاق البحث ليشمل مناطق جغرافية أخرى أو حوادث مشابهة، مما يزيد من قابلية استخدام نتائجه

3-التوجيه لأغراض إنسانية ضرورة توجيه الجهود نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لأغراض إنسانية، مثل تحسين استجابة الطوارئ والدعم الاجتماعي للمتضررين.

4-ضرورة تعزيز و زيادة الوعي بأهمية تحليل موضوعات المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي وكيف يمكن أن تساهم في التفاعل مع الكوارث والحالات الطارئة.

5-توجيه نتائج البحث والمعلومات الناتجة منه إلى الجهات المعنية مثل الجهات الحكومية والمنظمات غير الربحية لتعزيز جهود الاستجابة والإغاثة.

6-توصي الباحثة بتوجيه الأبحاث المستقبلية نحو استكشاف مزيد من التطبيقات والاستخدامات لتحليل موضوعات المستخدمين بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الكوارث والإغاثة.

المراجع والمصادر

1- الفيس بوك ..بقاء الهيمنة لعقود قادمة

ai- <https://www.scientificamerican.com/arabic/articles/news/can>

<http://khaleej.online/NM3oZz>

2- Guzman, Andrea L., and Seth C. Lewis. "Artificial intelligence and communication:

A Human–Machine Communication research agenda." **New Media & Society**.22.1

(2020) p p 70–86

- 3- Singh, M. (2023). Public sentiment and opinion regarding the CARES act. Business Economics, 58(1), 24-33. doi:https://doi.org/10.1057/s11369-022-00299-8
- 4- خليل، حمزة السيد حمزة. (2021). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الفعلي لأزمة جائحة فيروس كورونا، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. 2020م
- 5- محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامي، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002، ص42.
- 6-Salem, F. (2017). The Arab World Online 2017: Digital Transformations and Societal
- 7-Oliveira, D. J., Bermejo, P.H, & Santos, P.A. (2016). Can social media Reveal the Preferences of Voters? A Comparison Between Sentiment Analysis and Traditional Opinion Polls. Journal Of Information Technology & Politics, 14(1), 34-45.
- 8- الذكاء الاصطناعي، تعريفه، وأهميته، وأنواعه، وأهم تطبيقاته، موقع النجاح، آخر تحديث 2023-7-9 (<https://www.annajah.net/>)
- 9- عبد الناصر الجندي "تقنيات البحث العلمي في العلوم السياسية"، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010م، ص1
- 10- <https://iadshare.com/> لمعرفة طريقة عمل الاداة
- 11- متاح تفاصيل أكثر عبر الرابط التالي https://www.youtube.com/channel/UCEjZVznSi87QapCgX7jtgEg/videos?view_as=subscriber
- 14-Verma, M. Artificial intelligence and its scope in different areas with special reference to the field of education, Artificialintelligence,3(1), p.6
- 12- عبد العزيز الشبيبي. الذكاء الاصطناعي ومواقع التواصل الاجتماعي، دار الحضارة العربية للإعلام والنشر والدراسات، 2021، ص 70 - 71 .
- 13- نفس المرجع السابق، ص72 .

14- عمرو محمد محمود عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى لإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الخامس والخمسون - الجزء الخامس- صفر 1442 هـ - أكتوبر 2020 م ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ص 2819-2820 م .

15- نفس المرجع السابق، ص 2021 .

16- مؤيد الشيخ حسن، كارثة درنة الليبية.. ما هي الأسباب؟ ، مقال نشر الاثنين، 25 سبتمبر 2023 | 12:59 مساءً

<https://www.cnbcarabia.com>

17- تاريخ زيارة الموقع 2023./11/2

18- بشاي، فلورا إكرام متي. (2021). مصداقية صفحات الصحف المصرية على الفيس بوك وقت أزمة كورونا لدى الجمهور المصري: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج20، ع4، ص33 .

19- عاقل، ندي 2020، تحليل توجهات الطلاب الجامعيين عن طريق وسائل التواصل

الاجتماعي تطبيق رأي خاص بطلاب الجامعة الافتراضية، أطروحة ماجستير، سوريا، ص 23.

20- بناء على تقرير اذاعه BBC ARABIC اخر زيارة يوم 2023/11/8 عبر الرابط التالي:

<https://www.bbc.com/arabic/live/66806298>

<https://www.facebook.com/watch/?v=681068450644932-21>

التفاعلية و التبادلية في تقديم المحتوى الاخباري عبر وسائل الاعلام الجديد

"الفييس بوك نموذجاً"

دراسة ميدانية

أ. محمود عمر فرج محمد .. الكلية الآداب .. جامعة طبرق ..ليبيا

الملخص

تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على التفاعلية و التبادلية في المحتويات الاخبارية على شبكة الانترنت كبيئة خصبة لتداول المعلومات و تطويرها و كذلك الاستفادة منها ، و ذلك بأخذ موقع الفييس بوك نموذجاً .

وبطبيعة الحال فإن الدراسة تنتمي الي الدراسات الوصفية ، فقد اعتمد الباحث على استمارة الاستبيان و الملاحظة لجمع المعلومات من المبحوثين ، و تم الاعتماد على عينة قصديه من المبحوثين وقوامها 70 مفردة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ، و أن من اسباب التطرق الي هذا الموضوع للبحث و الدراسة اسباب ذاتية متمثلة في الرغبة لهذا الموضوع و ايضا اسباب موضوعية متمثلة في السعي للتعرف على هذه الظاهرة ، هذا وقد تم تحديد المفاهيم و المصطلحات الواردة في البحث ، و عرض بعض من الدراسات السابقة و التعليق عليها ، و تحديد مجالات الدراسة المكانية و الذاتية و الموضوعية ، كما أن من اهم أهداف الدراسة هو معرفة اشكال التفاعل و التبادل للمحتويات الاخبارية على موقع الفييس بوك بعد ذلك تم الحديث عن مفهوم الاعلام الجديد ومسمياته و خصائصه ، ايضا تطرق الباحث الي مفهوم خاصية التفاعلية و التبادلية و مستوياتها و ابعادها ، ثم الحديث عن موقع الفييس بوك سماته ، ايجابياته و سلبياته ، ايضا تم الحديث عن المحتوى الاخباري ، مميزات ، انواع المحتويات الاخبارية الالكترونية ، أما الإطار التطبيقي فقد قام الباحث بتفريغ البيانات و تحليلها كميًا و كيفيًا كانت استمارة الاستبيان صالحة للإجراءات الاحصائية من خلال spss لنتحصل من خلال ذلك على 15 جدولاً حيث أسفرت نتائج الدراسة على مجموعة من النتائج تمثلت في :

أكدت نتائج البحث أن المحتويات الاخبارية الرسمية هي من اهم مصادر المحتويات التي يتم التفاعل و التبادل معها ، و ذلك من خلال اجاباتهم التي وصلت الي 57.14% .

توصلت نتائج البحث الي أن عملية التفاعل و التبادل تتم عبر الصفحات التي تحمل اسماء حقيقة بينما لا يتم التفاعل و التبادل مع المحتويات الاخبارية الواردة عبر صفحات تحمل اسماء مستعارة أو غير حقيقة .

الكلمات المفتاحية .. التفاعلية و التبادلية ... المحتوى الاخباري .. الفيس بوك

Summary

This study attempts to highlight the interaction and exchange of news content on the Internet, as a fertile environment for the circulation of information and development, as well as its benefit, by taking "Facebook" as a model.

This study belongs to the descriptive studies, whereby the researcher relied on the questionnaire and observation to collect information from the researchers, based on a sample of researchers and 70 lexical items of social media users, The reasons for addressing this subject for research and study are, first, subjective reasons, represented by the desire of this subject, and second, objective reasons represented for identifying this phenomenon, The concepts and terms contained in the research have been identified, presenting some of the previous studies and commenting on them, and identifying the spatial, subjective and objective study areas, One of the most important objectives of the study is to know the forms of interaction and exchange of news content on Facebook, after that, the concept of new media and its names and characteristics has been talked about, In addition, the researcher mentioned the concept of interaction and data_exchange features and its levels and dimensions and then talked about the features, advantages and disadvantages of Facebook.

Then we talked about the content of the news, the characteristics, and the types of electronic news content. In the applied portion, the researcher published the data and analyzed the questionnaire form, based on how and what the data is collected.

It was valid for statistical procedures through SPSS, which produced 15 output tables. These findings have shown:

Official news content is one of the most important sources of content that interacted with, which according to their replies reached 57.14%.

The process of interaction and exchange was carried out through pages with real names, while there were no interaction and exchange with the news content received through pages with pseudonyms or non-real names.

The Keywords... Interact and exchange... The news content... Facebook

مقدمة ...

أن مفهوم التبادل و التفاعل مع الافكار و المعلومات التي تحملها المحتويات الاخبارية ، سواء كانت فيديوهات أو صور او رسومات أو حوارات جميعها كانت نتيجة ثورة المعلومات الحديثة و تطور مفهوم الاعلام ، فقد ولد الاعلام الجديد بإمكانياته لتقديم أفضل الخدمات للأفراد وتغيير الي حد كبير مفهوم الاعلام بعد هذه الثورة المعلوماتية ليختلف مفهومة و وسائله و خصائصه ، كل تلك الوسائل و السمات أو الخصائص أكدت قوتها في التأثير في المضمون و طريقة كتابته و ظهر ذلك في حاجة الافراد المتعرضين للمحتويات في الحصول على المعلومات بشكل سريع و من أماكن متفرقة .

فقد ظهر الاعلام الجديد ... بالعديد من السمات أو الخصائص كان من ابرزها خاصية التفاعلية و التبادلية حيث جمعت هذه الخاصية بين مفهوم المصدر في عملية الرسالة الاعلامية و بين

المتلقي و جعلت للمتلقي حرية الاختيار للموضوعات و التداول و النقاش و أصبح يشارك في عملية النشر و الاعادة و المشاركة الفعالة .

و المحتويات الاخبارية اليوم كونها تفاعلية مكنت المتلقي التعليق و المشاركة عليها في وقت و صولها له ، و اعادة نشرها من جديد مع الافراد الاخرين .

حيث و من خلال ما تم ذكره بشكل مبسط في السابق ، سيتطرق الباحث في بحثه الي كل ما يشمل نطاق البحث معرفيا و ميدانيا وذلك كالآتي :

أولا ... سيتم عرض الجزء المنهجي للباحث من خلال عرض إشكالية البحث ، و الاهمية ، و الاهداف المراد التحقق منها ، و المنهج المستخدم في البحث ، و التعرف على الدراسات السابقة التي استفاد الباحث منها فيما يخص بحثه ، و ادوات جمع البيانات ، وعينة البحث .

ثانيا ... سيتطرق الباحث الي الجانب النظري من خلال الحديث عن مفهوم الاعلام الجديد ، وسائله (الفيس بوك) ، خصائصه . أيضا سيتم الحديث عن المحتويات الاخبارية في الاعلام الجديد .

ثالثا ... عرض الجانب التطبيقي للبحث .

مشكلة البحث ...

تمثل التفاعلية في الإعلام الجديد الإشكالية المنهجية الرئيسة لهذه الدراسة حيث شهد العقد الماضي ثورة كبيرة في مجال وسائل الاتصال جعلت من العالم قرية كونية ، فمع تطور الحاسبات ، وشبكات الهاتف ، وشبكات المعلومات ، واستخدام تكنولوجيا البث الفضائي ، وظهور تكنولوجيا الوسائط المتعددة ، وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة ، وفي هذا الإطار ظهرت وسائل اتصالية حديثة وعالمية و متميزة وذلك لما تمتلكه هذه الوسائل من إمكانيات وقدرات وخصائص تكنولوجية تفنقدها الوسائل الاتصالية التقليدية .

كما أن الاعلام الجديد الذي يعتبر الاكثر انتشارا عبر الانترنت ذلك لما يمتلكه من مميزات وخصائص تميزه عن المواقع الالكترونية الأخرى ، حيث يسمح هذه المواقع بنقل وتبادل البيانات والمعلومات باستخدام اللغة المناسبة ومجموعة من الرموز لتسهيل عملية التواصل ، كما مكنت مستخدميها من ارفاق ملفات الكتابة حول مواضيع معينة تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة

وتخدم مصالحهم المشتركة مما شجع متصفحى الانترنت ومن كافة انحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها.

كما أن وسائل الاعلام الجديد تتيح للفرد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذه الفضاءات الافتراضية ، ولقد تصدرت هذه الوسائل مواقع مهمة ورئيسية منها ، الفيس بوك ، حيث يعد هذا الاخير موقع التواصل الاكثر شهرة على الاطلاق الذي وصل عدد مستخدمي الفيس بوك لسنة 2016 - 2015 الى 1.44 مليار مستخدما 1 .فهي استأثرت بقبول وتجاوب كبير بين الناس، لأن هذا الموقع يتيح التفاعل وتناقل المعلومات وتبادل الاراء بالعديد من الوسائل المكتوبة والمرئية والمسموعة بالإضافة الى توفر امكانية المحادثة الفورية وارسال الرسائل والتفاعل بين الجمهور لتبادل الثقافات والتحاور فيما بينهم.

أهداف البحث ..

التعرف على الاشباعات المتحققة من وراء تفاعل مستخدمي الفيس بوك .
الكشف عن اشكال التفاعل التي تتيحها الصفحات الاخبارية عبر الفيس بوك.
رصد طبيعة المحتويات التي تطرحها الصفحات الاخبارية عبر الفيس بوك من حيث الشكل و المضمون .

التعرف على اكثر المواضيع التي يتفاعل معها مستخدمي وسائل الاعلام الجديد و بتحديد الفيس بوك .

تساؤلات البحث ...

ما هي الاشباعات المتحققة من وراء تفاعل مستخدمي الفيس بوك ؟
ما هي اشكال التفاعل التي تتيحها الصفحات الاخبارية عبر الفيس بوك ؟
ما هي طبيعة المحتويات التي تطرحها الصفحات الاخبارية عبر الفيس بوك من حيث الشكل و المضمون ؟

ما هي اكثر المواضيع التي يتفاعل معها مستخدمي وسائل الاعلام الجديد و بتحديد الفيس بوك ؟

أهمية البحث ...

إن لكل دراسة علمية أهميتها التي تحث الباحث على إجرائها وتتبع أهميتها من عدة نقاط أساسية وهي:

التعرف علي مفهوم الاعلام الجديد ، و ايضاح سماته ، و منها التفاعلية و التبادلية ، و التي باتت اليوم محاهتمام الكثير من مستخدمي شبكة المعلومات العالمية .
تتبع أهمية الدراسة من قيام العديد من مواقع وسائل الاعلام الجديد (الفيسبوك) في نشر محتواها وكذلك إزدياد أعداد المتابعين لها من الافراد ، مما يستدعي التعرف علي كيفية توظيف المحتويات الاخبارية في نشر الأخبار والمعلومات ، وكذل دراسة طبيعة أستخدم محتواها عبر المنصات من جانب الفئة الأكثر استخداما لمواقع وسائل الاعلام الجديد .
تأتي أهمية البحث كذلك من محاولة التعرف علي نوع المصادر الاعلامية التي يعتمد عليها الافراد كمصدر للإخبار في مواقع وسائل الاعلام الجديد وعلى وجه الخصوص الفيس بوك .
أسباب اختيار الموضوع ...

الاسباب الذاتية :

فضول الباحث من خلال تخصصه للإطلاع على مدى التفاعلية و التبادلية من خلال استخدام وسائل الاعلام الجديد (الفيسبوك) .
اهتمام الباحث لهذا النوع من الدراسات .
تعتبر مشاركة من الباحث لتزويد المكتبة الجامعية و كذلك الوطنية ، بدراسة حديثة و لها علاقة قوية أصيلة بتكنولوجيا الاتصال المعاصرة .

الاسباب الموضوعية :

حدائة الموضوع فالتفاعلية و التبادلية في الاعلام الجديد ، تعتبر من الدراسة الحديثة التي تفتقر ليها المكتبات .

نوع الدراسة البحث ...

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وهي " التفاعلية و التبادلية في تقديم المحتوى الاخباري على وسائل الاعلام الجديد "

منهج الدراسة ...

ويعرف المنهج بأنه :مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم أو هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة (شروخ، 2003)

وقد تم استخدام منهج الوصف لاقتراجه من طبيعة الدراسة الوصفية فهو من أكثر المناهج ملائمة لموضوع الدراسة و لأنه يعتمد على الوصف و التحليل و التفسير التي عن طريقها يمكن الوصول إلى المعرفة ، حيث يعرف المنهج على انه " الأسلوب او الطريقة او الوسيلة التي يستعملها الباحث للوصول الى المعلومات التي يريد الحصول عليها بطرق علمية موضوعية مناسبة .

ادوات جمع البيانات ...

هناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات في البحث و يمكن استخدام عدد من هذه الوسائل لتجنب عيوب إحداها و لدراسة الظاهرة بكافة الجوانب و عموما يتعين أن تقيم الأدوات مختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت لها و يمكن حصرها ...الاستمارة ، المقابلة ، الملاحظة ، تحليل المحتوى ، التحليل الإحصائي ، التجريب .

مجتمع الدراسة و البحث...

للقيام بأي دراسة لابد من تحديد المجتمع الذي تريد دراسته سواء كان أفراد أو مؤسسات .ويعرف مجتمع الدراسة بأنه :مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها للوصول لنتائج مفيدة (القاضي، 2011)

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في مستخدمي صفحات الفيس بوك من وسائل الاعلام الجديد ، في المرحلة العمرية ما بين (18) سنة إلي (25) سنة من الذكور والإناث ، أجرى الباحث بحثه على عينة قوامها (70) مفردة موزعة واستخدام الباحث العينة العمدية .

الدراسات السابقة ...

قام الباحث بالإطلاع على الدراسات والأوراق البحثية ذات الصلة بموضوع الدراسة وقد أسفر الإطلاع عن عدد من الدراسات تم تصنيفها في محورين :

المحور الأول يتعلق بالدراسات التي تناول سمه من سمات الاعلام الجديد وهي التفاعلية و التبادلية .

المحور الثاني ناقش الدراسات التي تناول كيفية توظيف الفي سبوك في الحصول علي الأخبار والمعلومات لدي الافراد المستخدمين لهذه المواقع .

دراسة نجوي إبراهيم سيد إبراهيم 2016 بعنوان نشر محتوى الصحف الإلكترونية عبر موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) وعلاقته بنمط المتابعة الاخباري من الشباب الجامعي ، هدف الدراسة إلي رصد معدلات استخدام الشباب الجامعي لموقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر) في متابعة محتوى الصحف الإلكترونية ، اعتمدت الدراسة علي منهج المسح ، وأستخدمت الدراسة أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وتمثل عينة الدراسة في (400) مفردة موزعة بالتساوي من جامعتي حلوان ، الأزهر الجامعة الحديثة ، الجامعة الأمريكية ، وتوصل الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها أن أهم الاشباعات التي تحقق لدي المبحوثين نتيجة استخدامهم محتوى الصحف الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت كالتالي المساعدة علي معرفة الأحداث الجارية في المرتبة الأولى بنسبة % 94.6 ، يليه الالمام بالتكنولوجيا الحديثة في الترتيب الثاني بنسبة % 84.2 ، يليه المساعدة علي قضاء وقت الفراغ بشكل جيد في الترتيب الأخير بنسبة % 77.8 ، كما توصل الدراسة أيضا إلي أن الموضوعات الأكثر أهمية لدي المبحوثين عينة الدراسة من بين محتوى الصحف الإلكترونية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، فقد جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الأولى بنسبة % 56.5 ، ثم استخدامات الوظيفة الإعلامية الإخبارية لموقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك تويتر) والإشباعات المتحققة منهما من وجهة نظر طلبة الجامعات المصرية المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الحادي عشر 353 الموضوعات الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة % 35.8 ، ثم الموضوعات الترفيهية في المرتبة الثالثة بنسبة % 33.3 ، ثم موضوعات التكنولوجيا والعلو في الترتيب الأخير بنسبة 32.3 % 17

2 - دراسة إيمان صابر صادق (2017) بعنوان "استخدامات منصات الإعلام الجديد في المجتمع المصري "الفيس بوك نموذجًا" سعت الدراسة الراهنة للكشف عن عادات استخدام الفيس بوك في مصر من قبل "الشباب الجامعي المصري ، فضلاً عن طبيعة المضامين المنشورة على صفحات الشخصيات العامة "الفنية والدينية ، والمنظمات الحكومية والخاصة ، ومنظمات المجتمع المدني ، وبعض الصفحات التابعة لمؤسسات إعلامية ، فضلاً عن المجموعات المغلقة ، واعتمدت الدراسة على منهج الوصف والتحليل ، وأسلوب المسح بالعينة في كل من الدراسة

التحليلية والدراسة الميدانية ،وقامت الباحثة بتطبيق ست مجموعات نقاشة على (54) مفردة من الشباب الجامعي المصري في الفئة العمرية من (18-24 عامًا).

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها ...

تنوعت الموضوعات المنشورة بصفحات التحليل كل على حسب الاهتمام وتخصص الصفحة ؛ فأغلب الموضوعات المنشورة على صفحة مصطفى حسني كانت دينية ، أما صفحة الفنان محمد صبحي فغلب عليها الموضوعات الفنية ، في حين اهتمت صفحات المجتمع المدني بالترويج لأنشطتها بهدف حشد متبرعين للمرضى والتوعية بالأمراض المختلفة ، أما صفحات المؤسسات الإعلامية فقد تنوعت موضوعاتها ما بين السياسية ، والاقتصادية ، والاجتماعية ، والتكنولوجية ، والصحية ، وجاءت صفحات المنظمات الحكومية لترصد دور المؤسسات الحكومية وجهودها في المجالات المختلفة سياسية وتعليمية. أما صفحة اتصالات مصر فقد اهتمت بالتسويق من خلال الإعلام بعروض وباقات اتصالات ، فيما اهتمت القائمات على مجموعة كلام نواعم بالفيس بوك بالرد على استفسارات أعضاء المجموعة حول الموضوعات المختلفة.

أوضحت نتائج الدراسة أن معظم المواد التي تم نشرها بصفحات التحليل لم يكن بها تحديد للنطاق الجغرافي باستثناء صفحات المؤسسات الإعلامية ، حيث اتسمت بتنوع النطاق الجغرافي ، كما تنوعت الشخصيات الفاعلة في صفحات المؤسسات الإعلامية ، وصفحات المنظمات الحكومية، بينما غلبت الشخصيات الفاعلة الدينية بصفحة مصطفى حسني ، والشخصيات الفنية الفاعلة بصفحة الفنان محمد صبحي ، بينما لم يتم تحديد الشخصيات الفاعلة في أغلب المواد المنشورة بصفحات المجتمع المدني ومجموعة كلام نواعم .

3. دراسة سهيلي لامية (2015) التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية ، جامعة محمد بوضياف ، ومن خلالها حاول الباحث تسليط الضوء على المواقع الإخبارية ، حيث هدفت هذه الدراسة الى وصف الإمكانيات التفاعلية المتاحة في المواقع الإخبارية الجزائرية بصفة خاصة ، ومدى حرص مسؤولي هذه المواقع على توظيف أدوات التفاعلية للمستخدم ، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لعينة عشوائية من المواقع الإخبارية الجزائرية ، الشروق اون لاين

والنهار اون لاين ، وأوصت الدراسة بضرورة توسيع اهتمامات المواقع الإخبارية لتوظيف أدوات التفاعلية وتقديم خدماتها وتطويرها ، ومتابعة آراء الجمهور حول كل ما هو جديد من تقنيات.

التعليقات على الدراسات السابقة

اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اعتمادها على المنهج المسحي .

التعرف على الادوات البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة و كيفية توظيفها .

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في توسيع القاعدة المعرفية حول اشكالية الدراسة و بلورتها

تحديد المفاهيم و المصطلحات الواردة ..

الاعلام الجديد .. يقصد به كل الوسائل الاعلامية التي تزيد من مدى التغطية الاعلامية و

يتخذ اشكالا متعددة كالمواقع الالكترونية و من مميزاته السرعة ، و التنوع ، و التفاعلية .

يعرفه قاموس التكنولوجيا الرقمية بأنه :اندماج الكمبيوتر ، وشبكات الكمبيوتر ، والوسائط المتعددة.

(صادق، 2008)

المحتوي الاخباري ..من اهم عناصر العملية الاتصالية التي يجب توافرها في عملية الاتصال ما

بين المرسل و المتلقي ، بحيث لا يتم الاتصال الا اذا كان هناك محتوى اخباري يتم اصاله الي

قاعدة جماهيرية كبيرة .

التفاعلية و التبادلية ..مصطلح ظهر عام 1954حيث أشار ولبر شرام الي ضرورة وجود خبرة

مشتركة بين المرسل و المستقبل تسهم في حدوث التفاعلية ، ومع ظهور الانترنت و انتشار

تطبيقات الاتصالية تعزز الاهتمام بالتفاعلية و ظهرت العديد من الدراسات التي عنت بتحليل

مفهوم التفاعلية و التبادلية .

الغيس بوك .. اجرائيا يعتبر موقع الغيس بوك من أكثر المواقع شهرة في العالم ، يتمثل هدفه في

تحقيق التواصل والتفاعل بين الافراد لتعزيز ثقافة الحوار بينهم من خلال تكوين صداقات عبره ،

من خلال تبادل المعلومات ومناقشة مختلف المواضيع ، كما ان الدخول اليه سهل ومجاني

يستطيع أي فرد استخدامه.

كما يعرف بأنه :موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيسبوك

محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي

تنظمها المدينة أوجهة العمل أو المدرسة أو الإقليم ، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم ، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أفراد إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية. (عامر ف.، 2011)

مفهوم الإعلام الجديد ...

لقد تعددت تعريفات الإعلام الجديد وصعب وضع تعريف شامل له ، إذ لا يزال الباحثين والمنظرين

في هذا المجال يبحثون ، وذلك بسبب التطور التكنولوجي المستمر ومن بين تعريفاته نذكر:

مجموعة من الأساليب والأنشطة الجديدة التي تمكننا من إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وإستهلاكه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت.

كما عرف الإعلام الجديد على أنه:

إعلام عصر المعلومات فقد كان وليدا لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرفهما هذا العصر ظاهرة تفجر

المعلومات ، وظاهرة الاتصالات عن بعد ، والإعلام الجديد يعتمد على استخدام الكمبيوتر

والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليية وتخزينها وتوزيعها ، هذه الخاصية وهي عملية

توفير مصادر المعلومات والتسليية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي في الواقع

خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد ، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة

خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل .

يعرفه ليستر : الاعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج

بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو . (خليل،

2014)

المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات

الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة

تسمح للأفراد والمجموعات بأسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع . (الزهران)

مسميات الاعلام الجديد ...

الاعلام الرقوى : وهو الاعلام الذى تقوم بعض تطبيقاته على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون
الاعلام التفاعلى : وهو الاعلام الذى يوفر حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة
الانترنت والتلفزيون

الاعلام الشبكى الحى : وهو الاعلام الذى يركز على تطبيقاته فى الانترنت وغيرها من الشبكات
الوسائط السيبرونية : وهو ما جاء وصفه من تعبير الفضاء السيبرونى الذى اطلقه كاتب روايات
الخيال العلمى

اعلام المعلومات : وهو الاعلام القائم على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور
نظام اعلامى جيد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها .
اعلام الوسائط التشعبية : وهو الاعلام القائم على الطبيعة المتشعبة وإمكانية خلقه لشبكة من
المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية .

اعلام الوسائط المتعددة : وهو الاعلام القائم على وسيلة الاندماج التى تحدث داخل الاعلام
الجديد اى بين النص والصورة والفيديو . (فطافطة -م.،، 2011)

خصائص الإعلام الجديد ...

يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص أهمها:

1-التفاعلية :حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه
وتبادلية ، وليست فى اتجاه أحادي بل يكون هناك حوار بين الطرفين .

2-الجمع بين صفتي التزامنية واللاتزامنية : والتزامنية تعني أن الجمهور يتعرض للوسيلة
الإعلامية وقت البث والإذاعة ، كما هو الحال فى الراديو والتلفزيون ، بحيث أنه إن لم يشاهد

المتلقي البرنامج في نفس توقيت عرضه فلن يتمكن من مشاهدته ، وهذا ما قامت الأنترنت بشكل عام والإعلام الجديد بشكل خاص من القضاء عليه نهائي ، فأى مادة فيلمية أو برمجية يمكن إعادة مشاهدتها في موقع يوتيوب وغيرها من المواقع في التوقيت الذي يتناسب مع المتلقي ، لا التوقيت الذي تقوم الوسيلة الإعلامية بفرضه على جماهيرها ، وهو نفسه مفهوم اللاتزامنية ، ومن هنا يمكن القول أن الإعلام الجديد يجمع بين خاصتي التزامنية في حالات القيام بحوار مباشر مع الأصدقاء عبر الماسنجر مثلا ، واللاتزامنية عندما لا يكون التواصل لحظيا أو آنيا .

3- السرعة :من أهم ما يميز الإعلام الجديد بالقياس لوسائل الإعلام التقليدية السرعة التي تتسم عملية التبادل الإعلامي بين كل من المرسل أو المستقبل اللذان يتبادلان المواقع ، كما سبق إيرادها في خاصية التفاعلية ، والسرعة بالنسبة للمرسل المستقبل تعني أن التدوين أو إرفاق الصور والملفات المصورة الفيديوية لا تتطلب ظرفا زمنيا، كما هو الحال في الوسائل التقليدية ، بينما السرعة بالنسبة للمستقبل المرسل تعني أن الوصول للخبر أو المعلومة لا يتطلب انتظار يوم كامل لمعرفة ما يدور كما في الصحافة الورقية.

4- الحركة والمرونة :وتشير تلك السمة إلى إمكانية الوصول إلى الموقع الإلكتروني ببسر وسهولة، ويمكن اصطحاب الوسائل الجديدة مع كل من المرسل والمتلقي في كل مكان ، خاصة بعد انتشار الهواتف الذكية والأجهزة الكفية ، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية .

5- استخدام الوسائط المتعددة :تعني تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الانترنت من صوت ونص وصورة ثابتة ولقطات فيديو في منتج واحد ، فنجد على سبيل المثال بعض تطبيقات الإعلام الجديد توظف وسيطا واحدا من الوسائط المتعددة مثل :اليوتيوب ، والبعض الآخر يجمع بين كل من النص والصور وملفات الفيديو والمواد ثلاثية الأبعاد مثل :الفايسبوك .

6- الكونية :حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية ، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة ، حيث استطاعت كسر الحواجز الجغرافية والسياسية ، بحيث يصل أي مدون أو مستخدم بالمحتوى الذي يقوم بنشره إلى كل بقعة في العالم ، وهو ما ساهم في تشكيل ملامح القرية الصغيرة التي تتبأ بها عالم الاتصال الكندي مارشال ماكلوهان في القرن العشرين .

7-الإنتمابه والتركيز :نظرا لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه ، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلنيا وسطحيا.

8-التخزين والحفظ :حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها في أي وقت ، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بحد ذاتها .

9-سهولة التحديث : فبينما تحتاج الصحيفة الورقية إلى يوم كامل لتحديث أو تصحيح بعض معلوماتها، أو تحتاج إلى طبعة أخرى في أحسن الأحوال لتحديث بعض محتوياتها لا يحتاج هذا الأمر في الإعلام الجديد سوى بضع دقائق أو ربما ثوان لاستبدال مادة قديمة بمادة جديدة ، أو تحسينها والإضافة عليها بما يتوافق ومستجدات الأحداث.

10-انخفاض التكلفة :حيث يمثل النفاذ إلى تطبيقات ومواقع الإعلام الجديد أمرا يسيرا من حيث التكلفة ، وعلى كل فإن انخفاض التكلفة في مجال الإعلام الجديد تتعلق بانخفاض تكلفة التصفح خاصة بعد انخفاض تكلفة الدخول إلى شبكة الانترنت عبر تقنية الواي فاي وعبر الأجيال الحديثة لشركات الاتصالات ، وأيضا بانخفاض تكلفة إنتاج المحتوى ، فالأمر لا يستلزم سوى هاتف نقال أو حاسب لوحي.

11-تساع نطاق الحرية :فالإعلام الجديد - على عكس الإعلام التقليدي - لا يتقيد بالكثير من القيود ، فقد أتاحت الانترنت للمستخدمين فيضاءا حرا يدونون فيه ما يشاءون من الأفكار والآراء والمعتقدات ، وقد أتاحت للأقليات والمهمشين فرصا هائلة للتعريف بقضاياهم ، وإقناع الجماهير (فضلي، 2009).

مفهوم التفاعلية

أول ظهور لمصطلح التفاعلية إلى عام 1954م كان حينما أشار ولبور شرام (Schramm) إلى ضرورة وجود (خبرة مشتركة)بين المرسل والمستقبل تسهم في حدوث التفاعلية ، ومع ظهور الانترنت وانتشار تطبيقاتها الاتصالية تعزز الاهتمام بالتفاعلية .

تعريف التفاعلية

التفاعلية هي منهج التحكم في النظام عن طريق تغذيته بنتيجة فعله وأداءه السابق، ومن الواضح أن هذا التعريف مسكون بهاجس رجوع الصدى أو التغذية الراجعة التي يمكن اعتبارها البذرة الأولى لمفهوم التفاعلية في العملية الاتصالية وليست التفاعلية ذاتها. جودج وزملاؤه تعريف روجرز الذي يرى أن التفاعلية تعني مدى قدرة المشاركين في العملية الاتصالية على تبادل الأدوار والسيطرة والتحكم في خطابهم المشترك.

ايضا عرفها شريف اللبان بأنها اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل ، ومن المستقبل إلى المرسل .

أبعاد التفاعلية ومستوياتها ..

* تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين

أن مصممي المواقع الإلكترونية يدركون جيدا بأن المستخدمين يفضلون الاختيار ما بين تصفح

النصوص والصور الثابتة والمتحركة أو استقبال المعلومات باللغة التي يريدون هذا بالإضافة إلى الخيارات التي تتعلق بقنوات الاتصال من النص الفائق و الفيديو والحركة وغيرها.

* إمكانية الاتصال بين المستخدمين ومسئولي الصحف ومحريها

ويساعد على ذلك توافر عناوين البريد الالكتروني التي يمكن أن تسهل عملية الاتصال بين المستخدمين من جهة والمسئولين في الصحف على الإنترنت من جهة أخرى ، وكذلك إمكانية اتصال المستخدمين لمحري القصص الإخبارية على موقع الصحيفة على الإنترنت.

* إمكانية إضافة المعلومات

في هذا المجال يصبح المستخدم بمثابة مراسل لمحزر الموقع ، إذ يجب على مواقع الصحف على الإنترنت تسهيل عملية إضافة الأنواع إضافة المعلومات على الموقع من المستخدمين وبعض الصحف على الإنترنت تسمح للمستخدمين التالية للمعلومات.

* المراقبة المستمرة للموقع

ويعني توافر أداة أو أكثر لمراقبة موقع الصحيفة بحيث يمكن للموقع أن يسجل كل من زار الموقع وأي جزء من الموقع قادم بزيارته ، وأكثر الموضوعات قراءة وتحميلا وتعليقا من قبل المستخدمين وتعد إتاحة المراقبة المستمرة للموقع من الوسائل التي تجعل الموقع أكثر قدرة على تلبية احتياجات المستخدمين كما تعد وسيلة فعالة لتقويم الموقع .(النجار ، 2009)

الفيس بوك ..

يعرف بأنه : موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم ، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أفراد إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية . (عامر ف.، 2011)

ويعتبر الفاييسبوك لما يملكه من خصائص تميزه عن المواقع الأخرى ، جعلته منصة إخبارية ضخمة ساعدت في تداول الأخبار والمعلومات وأتاحت للأفراد فرصة التفاعل مع مختلف الأحداث والوقائع والقضايا في مختلف المجالات ودون ضغوط ، وهو ما يؤكد أن دور الفاييسبوك لم يعد مقتصرًا على تكوين الصداقات والتسلية والدرشة فقط ، بل اتسع نطاقه وتعددت مجالاته ليشمل أبعاد مختلفة ، كما قد يساعد في عملية تفعيل التفاعل و التبادل أو العزوف عنها ، وبالتالي فقد

أصبح أداة من أدوات التأثير في المحتويات الاخبارية ، لكن من منظور جديد مختلف شكلا ومضمونا.

إنّ الفيسبوك من بين المواقع التي يتفاعل فيها الافراد ، وذلك من خلال مشاركتهم في مختلف الأنشطة والإطلاع على الأحداث الجارية واستقاء المعلومات والأفكار والمعارف اتجاهها ، سواء كان ذلك من الندوات أو الاستفتاءات ، أو وسائل الإعلام التقليدية أو الإعلام الجديد ، ومن بين وسائله التي أصبح الافراد يعتمد عليها موقع فايسبوك والذي تحول إلى فضاء للنقاش في كل المجالات وأزال عنه مختلف تلك الضغوطات و القيود التي كانت تمارسها وسائل الإعلام التقليدية.

ويعرف أيضا بأنه : موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات ، والملفات والصور الشخصية ، ومقاطع الفيديو والتعليق عليها ، وإمكانية الدردشة الفورية ، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة ، وكذلك إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى والجدد وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم . (الشهري، 2005)

سمات الفيس بوك ..

1. إضافة صديق : عن طريقها يستطيع الشخص إضافة أي صديق على صفحته الشخصية أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفاييسبوك بواسطة بريد إلكتروني.

إنشاء مجموعة : يستطيع المستخدم من خلاله إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت وهو عبارة عن مجتمع إلكتروني يجتمع حول قضية معينة سواء كانت اجتماعية ، سياسية ، ثقافية.

الصور : وهي عملية تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الفاييسبوك. (المقدادي، 2013).

إيجابيات موقع الفيس بوك ...

إتاحة الفرصة للصدقة بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع : وذلك عن طريق إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء ، اقتراح أصدقاء جدد ، إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء ، إتاحة المجال لحذف أسم أي صديق من لائحة الأصدقاء.

يتيح الفاييسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور : بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع الأخرى ، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا ، وكذلك تسجيل مقاطع فيديو.

متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات. (شقرة، 2014)

سلبيات موقع الفيس بوك ...

إضعاف العلاقات الاجتماعية والانعزال .

انتهاك خصوصية المشتركين

استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية .

نشر الأخبار الكاذبة.

نشر الإساءة لدين الإسلام والعقيدة .

مفهوم المحتوى الاخباري ...

يعتبر المحتوى الاخباري في الاعلام من أهم العناصر الاتصالية التي يجب توافرها في عملية الاتصال ما بين المرسل و المتلقي ، بحيث لا يتم الاتصال الا اذا كان هناك محتوى اخباري يتم ايصاله الي قاعدة جماهيرية كبيرة ، بحيث يتم ايصاله من خلال بعض الوسائل المرئية و المسموعة و المقروءة .

كما يعتبر المحتوى الاخباري في الاعلام من المفاهيم التي تم ادراجها من قبل الوسائل الاعلامية التي ركزت على ضرورة الاستفادة من المحتوى الاخباري ، و ذلك من خلال استعمال تقنيات الانترنت المستحدثة و المتطورة ، و بتالي قد اكد المحتوى الاخباري على قدرته في استقطاب الجماهير ، و ذلك من اجل الدخول الي المواقع الاخبارية الالكترونية .

مميزات المحتوى الاخباري الالكتروني ...

زيادة المحتوى البصري

و يقصد به السمة أو الخاصية التي ظهرت في الاعلام الجديد ، و ذلك في قدرتها في احداث مجموعة من التغييرات التي طرأت على الموضوعات او المحتويات التي يتم تقديمها في الوسائل الاعلامية التقليدية ، لذا فإن المحتوى البصري في الاعلام الالكتروني ساهم في استعمال التقنيات الرقمية المختلفة ، و ذلك من اجا خدمة المحتوى الاخباري ، بالإضافة الي ذلك فقد اصبحت المحتويات الاعلامية الالكترونية طبقية و ذات مستويات متشابهة و متعددة تشمل على الوسائط

الإعلامية المتعددة و المتنوعة ، سواء كانت صور متحركة أو اصوات أو اجسام ثلاثية الابعاد أو فيديوهات أو نصوص أو رسوم أو اصوات و غيرها .

المحتوى الاخباري الالكتروني أكثر تشاركيه

حيث يقصد بها السمة التي يتم عن طريقها مخاطبة الثقافة الاعلامية و الجماهيرية و نقلها بين الافراد بكل سهولة و يسر .

المحتوى الاخباري الالكتروني اكثر تفاعلية

و يقصد بذلك الخاصة التي تمتاز بها المؤسسات الصحفية الالكترونية بشكل خاص و ذلك بسبب امكانية تناولها للمحتويات الاخبارية المختلفة على ان يتم تحديدها بشكل متطور و مستمر ، بالإضافة الى قدرتها على الحصول على التغذية الرجعية أو العكسية الفورية ، و ذلك من خلال استعمال غرف الدردشة من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و برامج المحادثة .

المصداقية و التنوع

تعتبر المحتويات الاعلامية الالكترونية ذات مصداقية كبيرة بحيث لا يبحث الجمهور الاعلامي التقليدي عن البدائل ، و ذلك بسبب استعمال المسؤوليات و الواجبات الاعلامية الالكترونية التي تقدم الموضوعات الاخبارية بمصداقية كبيرة حيال الاخبار ، كما لا يجب أن تكون المصداقية متناقضة ، بحيث يتم اعتماد الوسائل الاعلامية الالكترونية عليها ، و ذلك من اجل تزويد الجمهور الاعلامي الالكتروني بالموضوعات الاخبارية بموضوعية و مصداقية عالية ، و في ذات الوقت يتم تقييمها وفقا لمجموعة من الشروط المحددة .

انواع المحتوى الاخباري على الفيس بوك ...

من المهم تحديد المحتوى الاخباري الذي ستقوم بالعمل عليه ، كي تستطيع الوصول الي الشريحة المستهدفة بشكل واسع و جذب عدد كبير من المتابعين لك ، و من انواع المحتويات الاخبارية على الفيس بوك :

الفيديو

يعتبر الفيديو من احد اهم المحتوى على الفيس بوك حيث يعد جزءا هاما من التسويق واداء قيمة للترويج ، كما أن لمحتوى الفيديو ثلاث مميزات :

- *. يشاهد المستخدمون يوميا عدد كبير من مقاطع الفيديو و يشاركونها مع اصدقائهم و اسرهم و بشكل تلقائي يقومون بالتفاعل معها و التعليق عليها .
- *. عندما تكون مصحوبة بعنوان واضح ، و تكون جذابة تستطيع شد انتباه المتابعين .
- *. يترك الفيديو أثرا عميقا في نفس المشاهد ، و يبقى أعلى من بقية انواع محتويات الفي سبوك الأخرى .

أنواع محتوى الفيديو :

- فيديوهات مضحكة و مسلية .
- النصائح الشخصية و الحياتية .
- فيديوهات تعليمية .
- فيديوهات تشويقية استكشافية .
- فيديوهات عروض خاصة بالمتابعين .

الصور

تعتبر الاعلانات أو المنشورات المرفقة بصور احد انواع المحتويات الاخبارية على الفي سبوك و من الاكثر شهرة ، و التي يتم نشرها بشكل يومي كونها طريقة سهلة الاعداد و بسيطة و من الضروري أن تحمل الاتي :

- *. من الضروري اخيار صور ضمن المقاييس و المعايير الموضوعية من قبل منصة الفيس بوك حتى لا يتعرض منشورك للمخالفة .

*. ينصح بكتابة نص مرفق للصورة التي قمت بختيارها مما يساعدك في اقناع جمهورك و جذبهم

أيهما أفضل الصورة أم الفيديو

تعد الصورة الخيار الاول من انواع المحتوى على الفي سبوك الذي يلجاء اليه كاتب المحتوى المبتدء الى ان يعتاد عليها و يصبح قادرا على صناعة المحتوى ، كما أن للانتقال لصناعة محتوى قوي و مؤثر يشجع متابعيك على التفاعل معه و تضع فيه بصمتك بذكاء ، ابداء بمحتوى الفيديو ، كما أن اخيرا اصبح محتوى الفيديو من اهتمامات المسوقين لانجاح خطتهم الترويجية ، ايضا اعتماد منصة الفي سبوك على محتوى الفيديو .

النص الكتابي

تتضمن النصوص الكتابية مجموعة من الرؤى و الحقائق و الافكار الممتعة و حتى الاقتباسات الملهمة ، فإذا كان لديك شئ قيم لتقوله لا تتردد في مشاركته مع الجمهور ، قم بالمزج بين استراتيجيات الصور و الفيديو مع النصوص للوصول الى عدد اكبر من الجمهور .

محتوى من أنشاء المستخدم

احد انواع المحتوى على الفبي سبوك الفعالة في اشراك المستخدم و منحة الجمهور شعور الرضا و الثقة بعلامتك التجارية و تتم من خلال نشر المحتوى الذي تم انشائة بواسطة المستخدم حول علامتك التجارية .

مميز مضحك

غالبا ما تحصل الفكاهة على تفاعل و تبادل على منصة الفبي سبوك .

الرسوم البيانية

تعتبر احد انواع المحتوى التسويقي الناجحة في التفاعل مع الجمهور عندما تستخدمها في الحطة الترويجية أو التسويقية ، كما تحصل الرسوم البيانية على مشاركات مجنونة و اعجابات من المهم جدا أن تدعنها بالنص الكتابي .

الاسئلة المفتوحة و الاختبارات القصيرة

نشر الاسئلة التي يتم طرحها بشكل متكرر هي من أفضل الطرق التي يتم من خلالها اجراء علاقة مع الجماهير و الحصول على متابعين اخرين لاعطاء الناس نصائحهم ، ايضا الاختبارات القصيرة تؤدي الى استجابات عاطفية و غالبا ما تثير التفاعل و التبادل ومحادثة بين المشاركين .

الاطار التطبيقي

تحليل بيانات الدراسة الميدانية

التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة ببيانات عينة البحث

الجدول رقم 1 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
60.00	42	ذكر
40.00	28	أنثي
%100	70	المجموع

من خلال الجدول رقم 1 وبالنظر الي التكرارات الناتجة عن المبحوثين في الدراسة نلاحظ أن 60% يمثلون حجم الذكور بمقدار 42 مفردة ، بينما كانت 28% يمثلون حجم الاناث بمقدار 28 مفردة ، و هذا ما يدل على اعتماد الدراسة على فئة الذكور في العينة المبحوثة .

الجدول رقم 2 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

النسبة المئوية	التكرار	السن
42.85	30	25-18
31.42	22	35-25
25.71	18	45-35
%100	70	المجموع

بين الجدول رقم 2 و الذي يختص بالفئات العمرية للعينة المبحوثة في الدراسة بأن الفئة العمرية من 25-18 سنة حازت على نسبة 42.8% بمقدار 30 مفردة ، بينما جاءت الفئة العمرية من 35-25 في المرتبة الثانية بنسبة 31.4% بمقدار 22 مفردة ، و جاءت الفئة العمرية من 45-35 في المرحلة الثالثة و الاخير من بين فأت العينة بنسبة 25.7% بمقدار 18 مفردة .

الجدول رقم 3 يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع المحتويات الاخبارية الفورية عبر صفحات الفيس بوك :

النسبة المئوية	التكرار	هل تتفاعل
88.57	62	نعم
11.42	8	لا
%100	70	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم 3 بأن 88.57% من العينة المبحوثة يتفاعلون و يتبادلون مع المحتويات الاخبارية عبر صفحات الفيس بوك و ذلك بمقدار 52 مفردة من اجمالي العينة المبحوثة ، بينما كانت هناك 18 مفردة اجاباتهم لا يتفاعلون ويتبادلون المحتويات الاخبارية الفورية و ذلك بنسبة 11.42% .

الجدول رقم 4 يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما يختارونه كدافع اول او رئيسي من وراء تفاعلهم مع المحتويات الاخبارية عبر صفحات الفيس بوك .

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع الرئيسية
28.57	20	الحصول على المعلومات السياسية
18.57	13	لمعرفة اخبار الاصدقاء
15.71	11	الحصول على المعلومات الصحية
14.28	10	الترفيه
11.42	8	الحصول على المعلومات الرياضية
11.42	8	الحصول على المعلومات الاجتماعية
%100	70	المجموع

من خلال الجدول رقم 4 تأكد بأن الدافع الاول و الرئيسي كان الحصول على المعلومات السياسية بنسبة 28.57% و بمقدار 20 مفردة ، و جاء دافع لمعرفة اخبار الاصدقاء بنسبة 18.57% و بمقدار 13 مفردة ، بينما اقتريا كل من دافع الحصول على المعلومات الصحية و دافع الترفية كان الاول بنسبة 15.71% و بمقدار 11 مفردة ، و كان الثاني بنسبة 14.28% و بمقدار 10 مفردات ، ايضا تساوى تماما كل من الدافع الحصول على المعلومات الريا ضية و الدافع الحصول على المعلومات الاجتماعية بنسبة 11.42% لكل منهما و بمقدار 8 مفردات فقط . تؤكد هذه النتائج بأن المحتويات الاخبارية التي تحمل معلومات سياسية هي الاكثر تفاعلا و تبادلا و هذا ما جاءت به العينة المبحوثة .

الجدول رقم 5 يبين نوع الاشباعات المتحققة من جراء التفاعل و التبادل مع بعض المحتويات الاخبارية عبر صفحة الفيسبوك لدى افراد العينة .

النسبة المئوية	التكرار	الاشباعات المتحققة
57.14	40	الاكتفاء بالإطلاع على بعض الاحداث المهمة
28.57	20	الحصول على قدر كافي من المعلومات
14.28	10	ابداء الرأي الشخصي حول بعض القضايا و المعلومات
100%	70	المجموع

الجدول رقم 5 يبين اجابات العينة المبحوثة في الدراسة حول الاشباعات المتحققة بعد عملية التفاعل و التبادل مع المحتويات الاخبارية ، فقد اشارت النتائج الي أن 57.14% كانت اشباعاتهم تتمثل في الاكتفاء بالإطلاع على بعض الاحداث المهمة وذلك بمقدار 40 مفردة من اجمالي عينة المبحوثين ، ياليتها الاشباعات المتمثلة في الحصول على قدر كافي من المعلومات بنسبة 28.57% و بمقدار 20 مفردة ، و في الاخير وبنسبة 14.28% كانت الاشباعات متمثلة في ابداء الرأي الشخصي حول بعض القضايا و المعلومات بمقدار 10 مفردات .

الجدول رقم 6 يوضح الطريقة او الكيفية التي يتم بها تفاعل و تبادل المحتويات الاخبارية عبر صفحة الفيسبوك من قبل افراد العينة .

النسبة المئوية	التكرار	الطريقة او الكيفية
38.57	27	من خلال المشارك في المدونات الاخبارية
28.57	20	من خلال تبادل الصور و مقاطع الفيديو و التعبيرات المتحركة
32.85	23	من خلال تبادل الصور
100%	70	المجموع

يوضح الجدول رقم 6 الطريقة التي يتم بها التفاعل و التبادل من قبل المبحوثين مع بعض المحتويات الاخبارية على صفحات الفيس بوك فقد حازت المشارك في المدونات الاخبارية على اعلى نسبة بين المبحوثين و هي 38.57% بمقدار 27 مفردة ، يليها تبادل الصور فقط بنسبة 32.85% و بمقدار 23 مفردة ، بينما كانت في اخر الطرق لدى العينة المبحوثة تبادل الصور و الفيديوهات و التعبيرات المتحركة بنسبة 28.57% بمقدار 20 مفردة .

الجدول رقم 7 يوضح افضل مصادر المحتويات الاخبارية التي يتفاعل معها افراد العينة عبر صفحات الفيس بوك .

النسبة المئوية	التكرار	مصادر المحتويات
57.14	40	المحتويات الرسمية
18.57	13	الاصدقاء
14.28	10	الاهل و الاقارب
10.00	7	جماعات العمل
100%	70	المجموع

من خلال الجدول رقم 7 يتم التعرف على افضل المصادر التي من خلالها يتم الحصول على المحتويات الاخبارية التي يتم التفاعل معها من قبل العينة المبحوثة في الدراسة فكانت المحتويات الرسمية في اولوية العينة بنسبة 57.14% بمقدار 40 مفردة من اجمالي العينة التي بلغت 70 مفردة ، يليها مصدر الاصدقاء بنسبة 18.57% بمقدار 13 مفردة ، يليها ايضا الاهل و الاقارب كمصدر اخر حسب راي العينة المبحوثة بنسبة 14.28% بمقدار 10 مفردات ، المصدر الاخير الذي اعتمدت عليه عينة البحث هي جماعات العمل بنسبة 10.00% بمقدار 7 مفردات فقط .

الجدول رقم 8 يوضح تفاعل و تبادل افراد العينة مع المحتويات الاخبارية مجهولة الهوية او بأسماء مستعارة .

النسبة المئوية	التكرار	هل تتفاعل
28.57	20	نعم
71.42	50	لا
100%	70	المجموع

الجدول رقم 8 بين أن ما نسبته 28.57% من المبحوثين يتفاعلون مع المحتويات الاخبارية على صفحات الفيس بوك و التي بأسماء غير حقيقية أو مستعارة و التي تعد مجهولة الهوية بمقدار 20 مفردة ، بينما امتنع عن التفاعل و التبادل ما نسبته 71.42% بمقدار 50 مفردة .

الجدول رقم 9 يبين اكثر الاماكن التي يتم فيها تفاعل و تبادل المحتويات الاخبارية عبر صفحات الفيس بوك لدى افراد عينة البحث .

الاماكن	التكرار	النسبة المئوية
مع الاصدقاء في الجامعة	31	44.28
المقاهي و الاماكن العامة	20	28.57
في اماكن العمل	10	14.28
البيت	9	12.85
المجموع	70	100%

الجدول رقم 9 اكد أن للأصدقاء دور كبير في تبني عملية التفاعل و التبادل للمحتويات الاخبارية عبر صفحات الفيس بوك فقد جاءت نسبة 44.28% لتؤكد أن الاصدقاء في الجامعة من اكثر الاماكن التي يتم فيها التفاعل و التبادل و كانت بمقدار 31 مفردة من اجمالي مفردات العينة التي كانت 70 مفردة ، يليها بنسبة 28.57% المقاهي و الاماكن العامة و بمقدار 20 مفردة ، بينما لم يكن هناك فرق كبير بين مكان الوظيفة و البيت الاولى كانت نسبتها 14.28% و بمقدار 10 مفردات و الثانية بنسبة 12.85% و مقدار 9 مفردات .

الجدول رقم 10 يوضح الوسائل الاتصالية التي تستخدمها افراد عينة البحث للتفاعل و تبادل المحتويات الاخبارية عبر صفحات الفيس بوك .

الوسيلة الاتصالية	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف الشخصي	51	72.85
جهاز الكمبيوتر	19	27.14
المجموع	70	100%

جدول رقم 10 يوضح نوع الوسيلة المستخدمة لدى العينة المبحوثة للتفاعل و تبادل المحتويات الاخبارية عبر الفيس بوك وكان الهاتف الشخصي من أهم الوسائل بنسبة 72.85% بمقدار 51 مفردة ، يليها جهاز الكمبيوتر بنسبة 27.14% و بمقدار 19 مفردة من اجمالي عينة البحث .

الجدول رقم 11 مشاركة أفراد عينة البحث كأعضاء رسميين في صفحات الفيس بوك الاخبارية .

النسبة المئوية	التكرار	مشاركة
64.28	45	نعم
35.71	25	لا
%100	70	المجموع

الجدول رقم 11 مشاركة عينة البحث كأعضاء رسميين في الصفحات الاخبارية عبر الفيس بوك فكانت نسبة المشاركين 64.28% و بمقدار 45 مفردة ، و اللذين لم يشاركو في مثل هذه الصفحات بنسبة 35.71% و بمقدار 25 مفردة .

الجدول رقم 12 يبين اشكال التفاعل و التبادل مع المحتويات الاخبارية التي تقوم بها افراد العينة عبر صفحات الفيس بوك .

النسبة المئوية	التكرار	اشكال التفاعل و التبادل
25.71	18	الاكتفاء باستخدام الايقونات التعبيرية
21.45	15	تعليق
17.14	12	الاكتفاء بالمرور و الاطلاع و المشاهدة فقط
17.14	12	الإعجاب
11.42	8	مشاركة فيديوهات متحركة
7.14	5	مشاركة صور
%100	70	المجموع

يبين الجدول رقم 12 اشكال التفاعل و التبادل التي يقوم افراد العينة باختيارها عبر صفحات الفيس بوك فكان الاكتفاء باستخدام الايقونات التعبيرية اعلى اشكال التفاعل و التبادل بنسبة 25.71% و بمقدار 18 مفردة ، يليها التعليق الكتابي بنسبة 21.45% و بمقدار 15 مفردة ، و تساوى في الاختيار كل من الاكتفاء بالمرور و الاطلاع و المشاهدة فقط و الإعجاب بنسبة 17.14% لكل منهما و بمقدار 12 مفردة ايضا لكل منهما ، بعد ذلك اختارة عينة البحث مشاركة

الفيديوهات المتحركة بنسبة 11.42% و بمقدار 8 مفردات ، و كان اخر اشكال التفاعل هو مشاركة الصور بنسبة 7.14% و بمقدار 5 مفردات فقط .
الجدول رقم 13 يعرض اكثر المحتويات الاخبارية التي تنال اعجاب و تفاعل و تبادل مع الاخرين من قبل افراد العينة عبر صفحات الفيس بوك .

المحتويات الاخبارية	التكرار	النسبة المئوية
الرياضية	6	8.57
السياسية	12	17.14
الاجتماعية	13	18.57
الاقتصادية	4	5.71
الصحية	11	15.71
التوعوية	17	24.28
الدينية	7	10.00
المجموع	70	%100

الجدول رقم 13 يبين سبعة من اكثر المحتويات الاخبارية التي تنال اعجاب و تفاعل و تبادل مع الاخرين عبر الفيس بوك حيث تحصلت المحتويات التوعوية على اعلى نسبة كانت 24.28% و بمقدار 17 مفردة ، يليها الاجتماعية بنسبة 18.57% بمقدار 13 مفردة ، ثم بعد ذلك جاءت المحتويات السياسية بنسبة 17.14% و بمقدار 12 مفردة ، رابعا المحتويات الصحية بنسبة 15.71% بمقدار 11 مفردة من اجمالي مفردات العينة المدروسة ، بعد المحتويات الصحية جاءت الدينية بنسبة 10.00% و بمقدار 7 مفردات فقط ، المحتويات الرياضية كانت نسبتها 8.57% بمقدار 6 مفردات ، و اخيرا المحتويات الاقتصادية بنسبة 5.71% و بمقدار 4 مفردات فقط .

الجدول رقم 14 يبين مشاركة العينة اثناء عملية التفاعل و تبادل المحتويات الاخبارية باضافة بعض المعلومات حول المحتويات .

المعلومات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	55	78.57
لا	15	21.42
المجموع	70	%100

الجدول رقم 14 يوضح اجابات المبحوثين حول عملية إضافة بعض المعلومات حول

المحتويات الاخبارية و قد اكدتها اجاباتهم بنسبة 78.57% وبمقدار 55 مفردة ، و قليل من المبحوثين كانت نسبتهم 21.42% بمقدار 15 مفردة حسب اجابات العينة المبحوثة .
الجدول رقم 15 يعرض المعلومات التي تقوم افراد عينة البحث باضافتها حول المحتويات الاخبارية .

المعلومات	التكرار	النسبة المئوية
الاستفتاءات	11	15.71
التعليقات	29	41.42
استطلاع الرأي	14	20.00
اضافة صور و فيديو	16	22.85
المجموع	70	100%

الجدول رقم 15 يوضح المعلومات التي تقوم عينة الدراسة باضافتها حول المحتويات الاخبارية وتم اختيار اربع اضافات من قبل العينة و كانت التعليقات الكتابية بنسبة 41.42% و بمقدار 29 مفردة ، ثم اضافة صور و فيديوهات بنسبة 22.85% و بمقدار 16 مفردة ، بعد ذلك اضافة استطلاع الرأى بنسبة 20.00% و بمقدار 14 مفردة ، و كانت اخر اضافات عينة البحث هي الاستفتاءات بنسبة 15.71% و بمقدار 11 مفردة .

نتائج البحث

جاء في نتائج البحث أن التفاعل و التبادل مع المحتويات الاخبارية هي خاصية موجودة في صفحات الفي سبوك ، و هذا ما جاءت به اجابات العينة المبحوثة من خلال اجاباتهم التي وصلت الي 88.57% بأنهم يتفاعلون و يتبادلون .

توصلت نتائج البحث الي أن الدافع الاول من وراء عملية التفاعل و التبادل مع المحتويات الاخبارية هو الحصول على معلومات اكثر حول بعض المحتويات .

أكدت نتائج البحث أن المحتويات الاخبارية الرسمية هي من اهم مصادر المحتويات التي يتم التفاعل و التبادل معها ، و ذلك من خلال اجاباتهم التي وصلت الي 57.14% .

توصلت نتائج البحث الي التفاعل و التبادل يتم عبر الصفحات التي تحمل اسماء حقيقة بينما لا يتم التفاعل و التبادل مع المحتويات الاخبارية الواردة عبر صفحات تحمل اسماء مستعارة أو غير حقيقة .

أكدت النتائج أن الايقونات التعبيرية هي من أهم اشكال التفاعل مع المحتويات الاخبارية عبر صفحات الفيس بوك . يليها التعبيرات الكتابية .

توصيات البحث

أوصت الدراسة بضرورة توفير معلومات أكثر و أعمق حول الموضوعات والقضايا التي يتم التفاعل معها و تبادلها بين الافراد .

أكدت الدراسة على ضرورة تسليط الضوء أكثر و الاهتمام بالمحتويات الاخبارية الرسمية و ذلك لكثرة اعتماد الافراد عليها في حصولهم على المعلومات .

أوصت الدراسة بضرورة دعم و تطوير الصفحات التي تحمل اسماءً حقيقية و غير مستعارة ، وذلك بسبب مصداقية و كثرة التفاعل و تبادل محتوياتها الاخبارية .

المراجع ...

جمال محمد أبو الوفا. (1995). المؤتمر السنوي الثاني عشر لقسم أصول التربية. مصر: جامعة المنصورة.

2. حنان بنت شعشوع الشهري. (2005). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الإجتماعية "الفيسبوك وتويتر نموذجاً. المملكة العربية السعودية: جامعة الملك عبد العزيز.

3. خالد غسان يوسف المقدادي. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية (المجلد 1). عمان، الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.

4. سعيد محمد الغريب النجار. (2009). التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت (المجلد الطبعة الاولى). البحرين: ابحاث المؤتمر الدولي.

5. سماح حسن القاضي. (2011). تلفزيون الواقع (المجلد 1). الأردن: دار جلسين الزمان.

6. شقرة علي خليل. (2014). الاعلام الجديد و شبكات التواصل الاجتماعي. عمان: دار اسامة للنشر و التوزيع.

7. صلاح الدين شروخ. (2003). منهجية العلوم الاجتماعية. الجزائر: دار العلوم.
8. عباس مصطفى صادق. (2008). الاعلام الجديد المفاهيم و الوسائط و التطبيقات (المجلد 1). عمان: دار الشروق.
9. علي خليل شقرة. (2014). الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي) (المجلد 1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
10. فاطمة الزهراء. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية . سوهاج: جامعة سوهاج.
11. فاطمة الزهراء. (بلا تاريخ). دور مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية. سوهاج: جامعة سوهاج. (مرجع سابق)
12. فتحي احسين عامر. (2011). وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الي الفيس بوك (المجلد 1). القاهرة: الدار العربي.
13. فتحي حسين عامر. (2011). وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الي الفيس بوك (المجلد 1). القاهرة: دار العربي. (مرجع سابق)
14. محمد فضلي. (2009). الصحافة الالكترونية - الواقع و المستقبل (المجلد الثالثة). القاهرة: القاهرة.
15. محمد فطافطة. (2011). علاقة الاعلام الجديد بحرية الراي و التعبير في فلسطين. فلسطين: المركز الفلسطيني للتنمية و الحريات الاعلامية.
16. محمد فطافطة. (2011). علاقة الاعلام الجديد بحرية الراي و التعبير في فلسطين. فلسطين: المركز الفلسطيني للتنمية و الحريات الاعلامية. (مرجع سابق)

الرموز والزخارف في فن الخزف الكوتاهي

(دراسة جمالية وتحليلية)

د. نزهات مفتاح البوعيشي .. كلية الفنون .. جامعة طرابلس .. ليبيا

الملخص:-

تتناول هذه الورقة العلمية دراسة الرموز والزخارف في فن الخزف الكوتاهي، حيث تهدف إلى استكشاف المعاني الثقافية والجمالية المرتبطة بهذه العناصر . أبرز أهمية الرموز والزخارف في تجسيد القيم الثقافية والدينية والاجتماعية، مما يسهم في تشكيل الهوية الفنية للمجتمعات. كما يتم تقييم الجوانب الجمالية لهذه الزخارف، وكيف تساهم الألوان والأشكال والتصميمات في تعزيز التجربة البصرية للقطع الخزفية.

تؤكد الورقة على ضرورة إحياء الفنون التقليدية مثل الخزف الكوتاهي كجزء من الهوية الثقافية، وتدعو إلى إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث في هذا المجال. استخدمت الدراسة منهجاً وصفيًا تحليليًا، حيث تم تحليل مجموعة من القطع الخزفية لتوضيح تنوع الرموز والزخارف وما تحمله من معاني ثقافية وفنية.

تسلط الورقة الضوء على نقص الدراسات التي تتناول الرموز والزخارف في فن الخزف الكوتاهي، وتهدف إلى تقديم رؤية جمالية وثقافية متعمقة حول هذا الفن .بشكل عام، كما تسعى الورقة إلى توسيع آفاق الإبداع الفني وتعزيز المهارات الحرفية من خلال فهم الرموز والزخارف، مما يسهم في إحياء الفنون التقليدية والحفاظ عليها كجزء من التراث الثقافي.

Abstract:-

This scientific paper addresses the study of symbols and decorations in the art of Kütahya ceramics, aiming to explore the cultural and aesthetic meanings associated with these elements. Highlight the importance of symbols and ornaments in embodying cultural, religious, and social values, contributing to the formation of the artistic identity of communities. The aesthetic aspects of these decorations are also evaluated, and how

colors, shapes, and designs contribute to enhancing the visual experience of the ceramic pieces.

The paper emphasizes the necessity of reviving traditional arts such as Kütahya ceramics as part of cultural identity and calls for further studies and research in this field. The study used a descriptive–analytical approach, where a set of ceramic pieces was analyzed to illustrate the diversity of symbols and decorations and the cultural and artistic meanings they carry.

The paper highlights the lack of studies addressing the symbols and decorations in Kütahya ceramics and aims to provide an in–depth aesthetic and cultural perspective on this art. In general, the paper aims to expand the horizons of artistic creativity and enhance craftsmanship skills through understanding symbols and ornaments, contributing to the revival and preservation of traditional arts as part of cultural heritage.

مقدمة: -

فن الخزف هو أحد الفنون التقليدية الرائعة التي ازدهرت في العالم الإسلامي منذ القرن السابع الميلادي، ليصبح تعبيراً عن الثقافة. تمثل هذه الصناعة تجسيداً للتفاصيل الدقيقة والتقنيات المعقدة التي استخدمها الحرفيون، مما جعلها تُعبر عن روح الحضارة الإسلامية. تميز الخزف بتنوع أشكاله وألوانه، حيث اعتمد على الزخارف الهندسية والنباتية، بالإضافة إلى استخدام الخط العربي الذي يضيف جمالاً وروحانية على القطع. استخدمت تقنيات متطورة مثل الطلاء القيشاني والبريق المعدني، مما منح الخزف الإسلامي صفات فريدة من حيث المتانة والجمال.

الفن التركي يعتبر جزءاً من الفنون الإسلامية وقد بدأ يتشكل مع نشأة الدولة العثمانية، حيث تأثر بالفن السلجوقي الذي استمد عناصره من الحضارات الساسانية والهندية والصينية. نشأت الحضارة التركية من قبائل وسط آسيا التي هاجرت الي الاناضول في القرون الوسطي وقد شهدت

تطور كبير في صناعة الخزف مع التركيز على الألوان الزاهية والتصاميم المعقدة، وتأسيس مراكز مثل إزنيق وكوتاهيا.

تُعتبر كوتاهيا واحدة من أهم مراكز إنتاج الفخار التقليدي، وصناعة الفخار فن ذو تاريخ عريق بدأ منذ فترة السلاجقة واستمر إنتاجه بلا انقطاع حتى يومنا هذا. حيث يعود تصنيع أول المنتجات الطينية المحروقة إلى منتصف الألفية الثالثة قبل الميلاد. أول السيراميك والسيراميك العثماني بدأ إنتاجه منذ منتصف القرن الرابع عشر، ومنذ ذلك الحين يتم إنتاج السيراميك في المدينة بشكل مستمر، ولا يزال هذا العملية مستمرة حتى اليوم. وتميز بإبداع فني رفيع خاصة في إزنيق وكوتاهيا. حيث استخدمت الألوان زاهية مثل الأزرق، الأحمر، والأخضر، وزُين بزخارف نباتية (كالزنبق والتوليب)، هندسية، وخطوط عربية. برزت تقنية الطلاء القيشاني، التي أعطت الخزف سطحًا لامعًا ومقاومًا للرطوبة، وفي هذه الدراسة، سيتم التطرق إلى مكانة وأهمية صناعة الخزف في كوتاهيا بالإضافة إلى جماليات الزخارف في الخزف الكوتاهي ودورها في بناء هوية فنية مميزة ضمن التراث الفني العثماني والإسلامي. وهم وأبرز العناصر والرموز التي تميزت بها هذه الزخارف.

مشكلة البحث: -

يعد فن الخزف الكوتاهي من الفنون العريقة التي تمتاز بتنوع الرموز والزخارف، والتي تعكس تأثيرات ثقافية وفنية عميقة. على الرغم من الأهمية التاريخية والجمالية لهذا الفن، إلا أن دراسة الرموز والزخارف فيه لم تحظ بتحليل كافٍ من منظور جمالي وثقافي متعمق. فمن هنا تكمن مشكلة البحث في معرفة أهمية هذه الرموز والزخارف، وما تعكسه من قيم ثقافية، دينية، واجتماعية. بالإضافة إلى ذلك، يسعى البحث إلى تحليل كيفية تأثير تلك الزخارف على التجربة الجمالية للفن الكوتاهي، ودورها في بناء هوية فنية مميزة ضمن التراث الفني العثماني والإسلامي.

تساؤلات البحث:

كيف تسهم الرموز والزخارف فن الخزف الكوتاهي في تشكيل الهوية الفنية والجمالية لهذا الفن، وما هي الدلالات الثقافية التي تعكسها؟

أهداف البحث:

- تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق فهم شامل وعميق لفن الخزف الكوتاهي من خلال تحليل الرموز والزخارف، مما يساعد في إثراء الحقل الأكاديمي والبحثي في هذا المجال ومن أهمها ما يلي.
1. دراسة الرموز والزخارف المستخدمة في فن الخزف الكوتاهي، وفهم معانيها ودلالاتها الثقافية.
 2. استكشاف القيم الجمالية أي تقييم الجوانب الجمالية للزخارف، وكيف تسهم الألوان، والأشكال، والتصميمات في إغناء التجربة البصرية للقطع الخزفية.
 - 3 - تعزيز الوعي بأهمية الخزف الكوتاهي كجزء من التراث الفني والثقافي، وتشجيع الدراسات والأبحاث المستقبلية في هذا المجال.
 - 4- إلقاء الضوء على أهمية الحفاظ على الفنون التقليدية مثل الخزف الكوتاهي كجزء من الهوية الثقافية للمجتمعات.

أهمية البحث: -

تكمن أهمية البحث كالاتي: -

1. توسيع آفاق الإبداع الفني: يساعد البحث على فهم كيفية استخدام الرموز والزخارف بشكل مبتكر، مما يلهم الفنانين لتطوير أساليب جديدة وتقنيات حديثة.
2. تعزيز المهارات الحرفية وذلك من خلال تحليل الزخارف، وتوضيح المعاني والدلالات المرتبطة بها، مما يعزز من الفهم الفني للأعمال ويعمق التجربة الجمالية.
3. إحياء الفنون التقليدية: يمكن أن يساعد البحث في تسليط الضوء على الفنون الخزفية التقليدية والحفاظ عليها كجزء من التراث والهوية الثقافية.

منهجية البحث: استخدم في هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي الفني: وذلك بتحليل الرموز والزخارف والألوان المستخدمة لبعض القطع الفنية لخزف كوتاهيا.

عينة البحث: - تم اختيار مجموعة من القطع الخزفية الكوتاهية التي توضح تنوع الرموز والزخارف، وتحليلها من حيث الشكل واللون والزخرفة وما تحمله من معاني ثقافية وفنية.

الإطار النظري: -

نبدته تاريخية عن كوتاهيا: -

تُعتبر كوتاهيا مركزاً مهماً في تاريخ فنون الخزف التركي، حيث يتميز موقعها الجغرافي بتأثيره من عدة ثقافات متنوعة. تقع في منطقة الأناضول، وتعتبر نقطة التقاء بين بحار مرمرة، إيجة، والأناضول. وقد ساهم هذا الموقع في تشكيل تقاليد فنية فريدة تعكس الهوية الثقافية للمنطقة، حيث استمرت فنون الخزف في التطور عبر العصور المختلفة، بما في ذلك الفترات الفرنجية، الهلنستية، الرومانية، والبيزنطية.

يعود نجاح فن الخزف في كوتاهيا إلى توفر المواد الخام مثل الطين، مما ساعد على استمرارية وتطور هذا الفن. يتميز الخزف الكوتاهي بتقنيات خاصة تميزه عن المناطق الأخرى، ويعكس الخصوصية الثقافية للمدينة. على الرغم من ذلك، لا تزال الأبحاث حول إنتاج الفخار في الفترات التاريخية السابقة، مثل فترة الإمارات والفترة العثمانية المبكرة، غير كافية. هناك تشابهات بين فنون الفخار في كوتاهيا ومناطق أخرى، مما يعكس التراث المشترك والتأثيرات الثقافية المتبادلة.

الخزف في كوتاهيا يُعتبر جزءاً من الفنون اليدوية التقليدية، ويتميز بأساليب وتقنيات خاصة تميزه عن المناطق الأخرى. هذه الفنون التقليدية تظهر اختلافات مميزة تعكس الخصوصية الثقافية لكوتاهيا، مما يجعلها فريدة من نوعها. وبالرغم من أن الأبحاث حول إنتاج الفخار في الفترات التاريخية السابقة، مثل فترة الإمارات والفترة العثمانية المبكرة، لا تزال غير كافية، إلا أن الاكتشافات الحديثة تشير إلى وجود تشابهات بين فنون الفخار في كوتاهيا وإزنيك. هذا التشابه يُعزى إلى تبادل الأفكار والتقنيات بين هذه المناطق، مما يعكس التراث المشترك والتأثيرات الثقافية المتبادلة. وبالتالي تُعتبر كوتاهيا نقطة محورية لفهم تطور فنون الخزف في تركيا، حيث تجمع بين عناصر التقليد والابتكار، مما يساهم في إثراء الفنون اليدوية ويعكس التنوع الثقافي في البلاد⁽¹⁾

شهدت صناعة الفخار في كوتاهيا تطوراً ملحوظاً، مما أدى إلى تحسين جودة المنتجات. ومن بين المشاريع الكبيرة التي ساهمت في هذا التطور، تأسيس "رستم باشا" للمدرسة التي أنشأها في الخمسينيات من القرن السادس عشر⁽²⁾. ففي النصف الثاني من القرن السادس عشر، شهد فن الخزف والسيراميك في إزنيك وكوتاهيا تطوراً ملحوظاً، حيث كانت هذه الفترة الأكثر تألقاً. حيث بدأ إنتاج الخزف الملون في كوتاهيا، مما أشار إلى عصرها الذهبي. علاوة على ذلك، كان القرن السابع عشر فترة شهدت تطور صناعة الفخار في كوتاهيا وبدء استبدال الفخار الإزنيكي به⁽³⁾.

تتميز كوتاهيا بأنها ليست مجرد موقع لإنتاج الفخار، بل مركز للحرف اليدوية التي تعكس القيم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لسكانها، مما يجعل صناعة الخزف جزءًا من الهوية الثقافية للمنطقة.

في عام 1935، قام منتجو الفخار والسيراميك من كوتاهيا بإنتاج منتجات بأشكال تقليدية. " تعود تقنياتها إلى الفترات السابقة، أما الخزاف فهي من تصاميم حافظ محمد أمين أفندي القديمة." مع بداية الحرب العالمية الثانية، كان هناك زيادة في الطلب في السوق الداخلية نتيجة للاحتياجات التي ظهرت، لكن هذه الزيادة لم تستمر طويلًا. وفي الفترة (1950-1960) التقنية ولون لم يتغيرا، ولكن سمك الطلاء قد زاد بإضافة السليكات بحرية إلى الطلاء، وأصبح لونه أصفر. (4)

استخدم فنانو كوتاهيا تقنيات مثل الطين المزجج والزخرفة تحت السطح، مما أتاح لهم استخدام مجموعة متنوعة من الألوان مثل الأخضر والكوبالت والتركواز والأحمر، بالإضافة إلى الأصفر والبنفسجي. كانت المنتجات تُنتج بألوان بيضاء أو كريمة مع طبقة زجاجية شفافة، وخزاف نباتية وأشكال بشرية وحيوانية، مما يعكس تنوع الأساليب الفنية التي تشمل المنتجات الخزفية بمختلف أشكالها مثل الأطباق الصغيرة، الأكواب، القوارير، وزجاجات الماء، مما يدل على تنوع الإنتاج وابتكار الحرفيين في هذه المنطقة. (5)

الزخارف والرموز: -

يعد فن الزخرفة من الفنون الإسلامية العريقة التي تعتمد على مبدأ الرؤية الجمالية الشاملة والمتكاملة، مما يساعد في الوصول إلى الكل عن طريق الأجزاء المتناغمة. ويُعد التناسق والتوازن بين الأشكال والمساحات من السمات المميزة لها، مما يخلق جمالاً متناغمًا في التصميم.

تعرف الزخرفة النباتية (بفن التوريق)، ويعتمد هذا الفن على أشكال مستمدة من أوراق النباتات والزهور المتنوعة. هذه الزخرفة تتكون من وحدات زخرفية متداخلة ومتشابكة ومتكررة بأسلوب منسق.

حيث تتسم بالابتعاد عن التصوير الواقعي للطبيعة، وتحويل الأشكال النباتية إلى أنماط هندسية تكرارية معقدة.

والفنان المسلم أبدع في استخدام العناصر الطبيعية بأسلوب زخرفي تميز بإضافة جمالية فنية للتشكيلات النباتية المأخوذة من أوراق وفروع النباتات والأزهار. وذلك بإدخال ألوان وعناصر جديدة تضيف طابعاً خاصاً وتطوراً في هذا الفن. ومن أبرز خصائص الزخرفة النباتية: -

1. التجريد: يتم تحويل الأشكال النباتية لتصبح شبه هندسية، تبتعد عن تصوير الطبيعة بشكل مباشر.

2. التكرار والتناظر: تعتمد الزخرفة على تكرار الوحدات الزخرفية بشكل متناسق لخلق نمط مستمر يلفت النظر إلى التفاصيل الدقيقة.

3. التشابك: تتشابك الخطوط والأغصان في أنماط معقدة، مما يضيف إحساساً بالحركة والاتصال المستمر بين العناصر.

4. اللانهاية: من خلال التكرار والتشابك، تعطي الزخرفة إحساساً بأنها يمكن أن تستمر بلا نهاية، مما يعكس مفهوم الأبدية في الفن الإسلامي.⁽⁶⁾

الزخارف في الفن العثماني تمتاز بتنوعها ودقتها، وتعكس تأثيرات متعددة من العالم الإسلامي والبيزنطي والفارسي. من أبرز هذه الزخارف:

1. الزخارف الهندسية: استُخدمت الأشكال الهندسية المعقدة بشكل واسع في تزيين المساجد والمدارس والمنازل. يتجلى ذلك في تصميم البلاط الخزفي والنوافذ المشبكة والأرضيات المزخرفة. كان لهذه الأشكال رمزية روحية ومعمارية تعكس السعي إلى الكمال والتناغم.

2. الزخارف النباتية: من الزهور الأكثر شهرة في الزخرفة العثمانية كانت زهرة التوليب (اللله) والتي أصبحت رمزاً للدولة العثمانية. تُصوّر التوليب والزهور الأخرى مثل القرنفل والورود بأسلوب جمالي دقيق يظهر في اللوحات الجدارية والمنسوجات.

3. الخط العربي: لعب الخط العربي دوراً كبيراً في تزيين المباني العثمانية. النصوص القرآنية والأدعية والزخارف الخطية تزين جدران المساجد والقصور بأسلوب يعكس الدقة الفنية والروحانية.

4. البلاط الخزفي: كانت إسطنبول مركزاً لإنتاج البلاط الخزفي، خاصة في منطقة إزنيق. البلاط الأزرق والأبيض، بزخارفه الزهرية والهندسية، كان عنصراً أساسياً في تزيين المساجد مثل جامع السلمانية ومسجد السلطان أحمد.

هذه الزخارف لم تكن فقط عناصر جمالية، بل كانت تعبيرًا عن ثقافة وهوية الدولة العثمانية، ورمزًا للقوة والهيمنة الإسلامية خلال عصر الإمبراطورية العثمانية⁽⁷⁾.

ام بالنسبة للدلالات والرموز: -

تنطوي الزخارف العثمانية على رموز ودلالات ذات طابع ديني، اجتماعي، وثقافي، حيث كانت وسيلة للتعبير عن القيم والمعتقدات بالإضافة إلى الجماليات الفنية. وفيما يلي بعض الدلالات والرموز الرئيسية في الزخرفة العثمانية:

1. الرموز الزهرية والنباتية:

الرمز: تعد الزخارف النباتية، مثل الأوراق، والأغصان، والأزهار مثل الزهور البرية، التوليب، والخزامى التي تمثل الجمال والنمو. هذه الأشكال لا تهدف فقط إلى الزخرفة، بل تعبر عن الحياة، الخصوبة، والتجدد. وتعتبر من أكثر العناصر انتشارًا في الزخرفة العثمانية. تُستخدم لتجميل المساجد، الكتب، والخزف.

الدلالة: تعبر عن الخلود والتجدد في الحياة، وترتبط بمفهوم الجنة والإيمان بالحياة الآخرة في الإسلام.

2. الزخارف الهندسية:

الرمز: التكرار في الأشكال الهندسية يعكس البساطة والتوازن، وهي مستوحاة من الفنون الإسلامية التي تهدف إلى تجريد الطبيعة وإبراز الجوانب الروحية.

الدلالة: تشير هذه الزخارف إلى النظام والانسجام في الكون، وتمثل وحدة الخالق في إبداعاته، وكذلك تُظهر إتقان المسلمين للعلوم الرياضية والهندسية.

3. الزخارف الكتابية (الخط العربي):

الرمز: يعتبر الخط العربي من أرقى أشكال الزخرفة في الفن العثماني، وغالبًا ما يُستخدم لكتابة الآيات القرآنية، الأحاديث النبوية، والأدعية.

الدلالة: تمثل الكتابة العربية الوسيلة الأسمى للتعبير عن الإيمان الإسلامي، وهي رمز لقدسية النصوص الإسلامية. يُعبر من خلالها عن الإيمان والعقيدة، وغالبًا ما يُظهر الإتقان الفني والخط اليدوي مهارة الفنان.

4 - التنوع اللوني: -

استخدم حرفيو كوتاهيا مجموعة واسعة من الألوان، أبرزها الأصفر والأخضر بجانب الأزرق، وهو ما يعكس تباينًا مقارنةً بخزف إزنيق الذي اعتمد أكثر على الأزرق والأحمر. هذه الألوان أضفت إحساسًا بالحيوية والتجديد على التصاميم التقليدية حيث يرمز: -

الأزرق والأخضر: إلى السلام والهدوء كما يرمز الأزرق أيضًا للون السماء وقد استُخدم كثيرًا في زخارف المساجد. ام اللونين الأحمر والبرتقالي: يعكسان الحيوية والطاقة.

اللون الذهبي: يعبر عن العظمة والثراء الإلهي، ويُستخدم في زخارف القصور والأماكن المقدسة.

ام اللون الأسود: يستخدم لإبراز الزخارف وتحديدها.

وخلاصة القول الزخارف العثمانية لم تكن مجرد تجميل للعمل الفني، بل كانت لغة رمزية عميقة تعبر عن أفكار دينية وفلسفية واجتماعية.

الأساليب التقنية المستخدمة: -

امتاز خزف كوتاهيا بعجيبته البيضاء والتي رسم عليها الزخارف باللون الأزرق على أرضية بيضاء تقليدا لرسم البورسلين الصيني على الاواني الخزفية قي العصور السابقة (8).

طينة العجين المستخدمة في خزف كوتاهيا، المعروفة أيضًا باسم "خزف كوتاهيا"، هي مزيج من مكونات طبيعية يتم استخدامها لصنع الأواني الخزفية التقليدية. تتكون هذه الطينة بشكل أساسي من الطين، وغالبًا ما يكون طينًا أبيض أو رمادي، مما يمنح الخزف قوة ولونًا جميلًا. وكذلك يضاف الفلسبار لتحسين درجة حرارة الصهر ولزيادة قوة الخزف. اما السيليكا تعمل على تحسين صلابة الطينة وتعزيز تماسكها.

وهناك طينة اخري تسمى طينة الأنجوب (Engobe) ولها دورًا مهمًا في الخزف التركي التقليدي من حيث التهيئة السطحية، وتحسين جودة المنتج النهائي. حيث يتم وضع طبقة ناعمة من الطينة

(الأنجوب) قبل تطبيق التصاميم الزخرفية اليدوية، مما يُبرز دقة الألوان والنقوش. وبالتالي تمنع هذه الطبقة الألوان من التداخل وتحافظ على نقاء الرسوم.

طينة السيجل المستخدمة في خزف كوتاهيا (Kütahya ceramics) هي نوع من الطين المعروف بجودته العالية، والذي يُستخدم بشكل أساسي في صناعة الخزف والأواني الفخارية. تُستخرج هذه الطينة من المناطق الغنية بالمعادن، مما يمنحها خصائص فريدة. ولدبها قوة تحمل درجات الحرارة العالية، مما يجعلها مناسبة لعملية الحرق. وعلاوة على ذلك تسمح طبيعتها بإضافة الزخارف والألوان بسهولة، مما يساهم في جماليات القطع النهائي

الجانب التحليلي: -

الزخارف والأنماط الفنية ترتبط بشكل كبير بالفنون الإسلامية التي انتشرت في عدة دول خلال العصور الإسلامية والعصر العثماني وفيما يلي تحليل لبعض الاعمال الفنية للعناصر الزخرفية والرموز والألوان في الخزف الكوتاهي

العمل الفني الأول: -

تعد هذه المزهرية تحفة فنية رائعة من الخزف العثماني التقليدي من منطقة كوتاهيا، وتعكس بدقة التقاليد الفنية العريقة لهذه المنطقة. ولقد استخدمت الزخارف الحلزونية والنباتية، إلى جانب الألوان الكلاسيكية الأزرق والأبيض التي بدورها تعطي هذه القطعة جمالاً استثنائياً يعكس فنون الخزف سابقاً. (والصورة رقم 1) توضح ذلك: -



(الصورة رقم 1)

قطعة فنية من الخزف الكوتاهي (تصوير الباحثة)

تحليل تفصيلي ودقيق لهذه القطعة الفنية والزخارف الموجودة عليها:

الألوان المستخدمة: - أولاً بالنسبة الزخارف الأساسية تتكون من اللونين الأزرق والأبيض، وهي ألوان تقليدية جداً في صناعة الخزف العثماني. حيث ان الأزرق على الأبيض يعطي إحساساً بالنقاء والهدوء، ويشير إلى تراث فني يمتد لعصور عديدة في المنطقة. الأزرق الفاتح: يتوسط القطعة زخارف بلون أزرق فاتح (في منطقة العنق)، مما يضيف بُعداً آخر للألوان ويخلق تبايناً جذاباً مع الأزرق الداكن.

الزخارف النباتية والهندسية:

الأنماط الحلزونية: يمكن ملاحظة أن معظم الزخارف تأخذ شكلاً حلزونياً دقيقاً جداً، وهو ما يميز الفنون الإسلامية وخاصة الفنون العثمانية. هذه الحلزونات المتكررة تضيف إحساساً بالحركة والتدفق.

الزهور الصغيرة: تنتشر الزهور الصغيرة عبر المزهية بأكملها، متداخلة مع الأنماط الهندسية الأخرى. الزهور الصغيرة المنتشرة بشكل متكرر ترمز إلى الحياة والنمو في الثقافة الإسلامية. التفاصيل الدقيقة: الزخارف تمتاز بالدقة الشديدة، حيث تندمج التفاصيل الصغيرة مع التصميم الكلي لإعطاء القطعة شكلاً متماسكاً ومتناسقاً.

3- الشكل العام للقطعة:

القاعدة العريضة والعنق الطويل: تصميم المزهية يُبرز قاعدة عريضة ومنتفخة وعنق طويل نسبياً، وهو تصميم كلاسيكي جداً في المزهريات العثمانية التقليدية. هذا الشكل يتيح الفرصة لإبراز الزخارف بوضوح على مختلف أجزاء المزهية.

الانسجام بين الأجزاء: على الرغم من التفاوت في عرض الأجزاء المختلفة، هناك انسجام كبير في التصميم، حيث يتكامل التناسق بين القاعدة الكبيرة والعنق الطويل لخلق توازن بصري.

4- الأصول التاريخية:

كوتاهيا: تعتبر ولاية كوتاهيا من المراكز الرئيسية في تركيا لصناعة الخزف التقليدي. حيث يعود تاريخ الخزف فيها لعدة قرون، وتشتهر المنطقة باستخدام ألوان الأزرق والأبيض في الزخرفة، وهي تقنيات مستوحاة من التراث العثماني.

التراث الفني: تقنيات الزخرفة المستخدمة في هذه القطعة تعود إلى العهد العثماني، حيث كانت الزخارف الدقيقة بالألوان الأزرق والأبيض شائعة جداً في البلاط الملكي والمنازل الراقية.

5- المعاني والدلالات الثقافية:

الزخارف الحزونية: الحزونيات ترمز إلى اللانهاية والروحانية، وهي تمثل أيضاً الاستمرارية في الحياة والنمو.

الزهور: ترمز الزهور إلى الجمال والتجديد، وهي عنصر مركزي في الفنون الإسلامية لما تعكسه من ارتباط بين الطبيعة والفن.

الألوان: اللون الأزرق يرمز إلى السماء والهدوء، بينما الأبيض يعكس النقاء والصفاء، مما يجعل هذه القطعة تمثل جمالاً هادئاً وراقياً.

العمل الفني الثاني: -

يظهر هذا العمل الموضح في (الصورة رقم 3) فناً خزفياً وزخرفياً غاية في الدقة والجمال. -

الخامات المستخدمة: يبدو أن القطع الخزفية قد صنعت باستخدام الفخار المطلي أو البورسلين. والسطح الخارجي مطلي بطبقة لامعة تجعل الألوان والزخارف بارزة وملفتة للنظر ويمكن تحليل التصميم والعناصر كما يلي:



تحليل تفصيلي ودقيق لهذه القطعة الفنية والزخارف

الموجودة عليها:

1- الخط العربي: الزخرفة الكتابية على العمل الفني هي بخط الثلث، وهو أحد أجمل وأصعب الخطوط العربية. ويستخدم بشكل رئيسي في الفنون الإسلامية للتعبير عن الآيات القرآنية أو الأدعية. حيث كان يستخدم في تزيين المساجد، المصاحف، والقطع الفنية وشائع استخدامه في الفن العثماني. ونلاحظ ان الكتابة باللون الذهبي تمنح العمل طابعاً فاخراً ومقدساً.

(الصورة رقم 2) تصوير الباحثة

قطعة فنية من الخزف الكوتاهي

الألوان يعتبر اللون الأزرق الفيروزي والتذهيب من الألوان التي لها تأثيرات واضحة على الفن التركي العثماني. خاصة في مدن مثل إزنيك وكوتاهيا التي كانت معروفة بإنتاج الخزف ذو الجودة العالية والزخارف

الدقيقة. حيث يرمز الأزرق الفيروزي في الفن الإسلامي إلى الروحانية والهدوء، وغالبًا ما يستخدم لتزيين المساجد والمدارس الإسلامية. أم اللون الذهبي يرمز إلى الفخامة والأبدية، ويستخدم لتزيين النصوص الإسلامية والمقدسة.

3- الزخارف النباتية والتصميم الدقيق للنقوش يعكسان تأثيراً من الفن الفارسي أيضاً، حيث كان للأرابيسك والزخارف النباتية مكانة كبيرة في الفنون الفارسية تأثرت به العديد من الدول الإسلامية، لأنه يعكس جمال الطبيعة بشكل تجريدي ومتكرر. الأزهار والورود المرسومة بالألوان الزاهية (البرتقالي، الوردية، الأخضر) تمثل الحياة والخصوبة، وهي سمة بارزة في الفن الإسلامي والعثماني.

4- تقنيات الزخرفة: هذه القطعة استخدمت فيها تقنية التذهيب والتلوين اليدوي، حيث إن كل تفصيل صغير تم رسمه بدقة وعناية. كما تم استخدام التكفيت وهو حفر على السطح الخزفي وتعبئته بالذهب لتشكيل الخطوط الذهبية المميزة.

العمل الفني الثالث: -

الزخارف الفنية في هذه الصور تظهر خصائص الفنون اليدوية التقليدية في الزخرفة التركية أو الإسلامية.

تحليل العناصر البارزة في هذه العمل:

1- الألوان الجريئة والمتنوعة: -استخدام مجموعة غنية من الألوان مثل البرتقالي، الأزرق، البنفسجي، الأحمر والأصفر هو سمة مميزة في الزخارف التقليدية، هذه الألوان غالبًا ما تشير إلى التناغم بين العناصر الطبيعية كالأزهار والأوراق، حيث توحى الزخارف بحيوية الطبيعة مع تفاصيل دقيقة تعزز من قيمة القطعة الفنية.



عمل فني للفنان Ahmet yasar (تصوير الباحثة)

(الصورة رقم 3)

2- الأنماط النباتية والزهرية: - الزخارف في الصورة تحتوي على مجموعة من الأشكال النباتية، وخاصة الأزهار ذات البتلات الكبيرة والأوراق المتداخلة، هذه الأنماط النباتية شائعة في الفنون

الإسلامية والتركية، وتستخدم لإضفاء جو من الاستمرارية والنمو، مما يعكس تأثيرات ثقافية ودينية مرتبطة بالثقافات الشرقية، وخاصة الإسلامية والتركية.

3- التركيز على التكرار والتناظر: - على الرغم من أن التصميمات تبدو فنية وعشوائية، إلا أن هناك عنصر واضح من التكرار والتناظر، حيث تتكرر الزخارف عبر سطح القطعة الفنية، مما يعطيها توازنًا بصريًا.

وهذا النهج يُعد تقليديًا في العديد من الفنون الإسلامية التي تعتمد على التناظر لإضفاء النظام والجمال.

4- الخطوط الدقيقة والمعقدة: نلاحظ استخدامًا مكثفًا للخطوط الدقيقة لتحديد الأشكال ولإضافة تفاصيل إلى الأزهار والأوراق، مما يعطي القطع عمقًا وديناميكية وهذا الأسلوب يبرز الدقة في العمل اليدوي ويؤكد على المهارة الحرفية العالية للفنان.

وفيما يخص الملمس والتفاصيل البارزة للسطح يبدو ثلاثي الأبعاد، وهو نتيجة استخدام طلاء سيراميك أو تقنيات أخرى تضيف بروزًا على الزخارف. وهذا الأسلوب يمنح القطعة لمسة فاخرة ويجعلها جذابة للمس وللنظر.

5. التأثيرات الثقافية التركية: -

الطراز العثماني غني الألوان والزخارف المليئة بالتفاصيل التي تعكس التأثيرات الفنية من الفترة العثمانية. الإمبراطورية العثمانية كانت معروفة بتطور فن السيراميك والخزف، وخاصة في مدينة "إزنيق" التركية التي كانت مركزًا رئيسيًا لإنتاج الخزف. والذي انتقل بعدها لولاية كوتاهيا التي اشتهرت بدقة تفاصيل القطع الفنية.

ام بالنسبة للتراث الشعبي للفنون التقليدية التركية تستمد تأثيراتها من الرموز المرتبطة بالطبيعة مثل الزهور (التوليب والقرنفل) وهي رموز شائعة في الفن العثماني وتمثل الجمال والنقاء، وهو ما قد نراه في هذه التصاميم.

الفنون الإسلامية التركية تأثرت أيضًا بالثقافات المحيطة مثل الفارسية والهندية. حيث يظهر ذلك في تنوع الأنماط الزهرية المعقدة والألوان الزاهية التي قد تعكس تأثيرات الفنون الفارسية التي كانت تستخدم بشكل كبير في البلاط العثماني.

وبشكل عام، هذه الأعمال الفنية تعكس تفاعلاً بين الفن الديني والثقافي، حيث يُستخدم الفن كوسيلة للتعبير عن القيم الروحية والهوية الثقافية. من خلال استخدام الزخارف النباتية والهندسية، يتم تكريم التقاليد الفنية التي نشأت من تعاليم الدين الإسلامي وتاريخ الحضارة العثمانية الغنية.

العمل الفني الرابع: -

القطعة المعروضة في (الصورة رقم 4) تمثل فناً زخرفياً غنياً بالتفاصيل والألوان الزاهية وهي تمثل التراث العثماني الثقافي. ام بالنسبة الزخارف الظاهرة في الصورة تتميز بطابع تقليدي وفني يعكس تأثيرات ثقافية متنوعة، مرتبطة بالفن العثماني نظراً لأنماطها الهندسية والزهور التي تظهر في التصميم.

تحليل العمل الفني: -

1. الأسلوب العام: التصميم يجمع بين الأنماط الزهرية والهندسية بأسلوب زخرفي يعكس الفنون الإسلامية بشكل عام والفن العثماني بشكل خاص، حيث تظهر العديد من التفاصيل الدقيقة التي تتكرر في جميع أنحاء القطعة. تتشابه هذه الزخارف مع الأعمال الفنية التي تظهر في الفخار والتزيين في العمارة الإسلامية، خاصة من حيث استخدام الألوان والزخارف النباتية.

2-التكوين الرئيسي: القطعة تشبه في شكلها تماثلاً أو فستاناً تقليدياً مجسماً (في هيئة صدرية أو قميص). الواجهة الأمامية تحتوي على نقوش كثيفة تعتمد على أوراق نباتية وزهور متداخلة، مما يشير إلى تأثير الطراز التقليدي العثماني

3-الألوان:

الألوان الأساسية المستخدمة هنا هي الأحمر والأزرق، وهي ألوان تقليدية تُستخدم بكثرة في الفنون العثمانية. الأزرق يعكس رمزية الهدوء والروحانية، بينما الأحمر يعبر عن القوة والحيوية.

الأصفر والذهبي: يظهر استخدام اللون الذهبي أو الأصفر في النقوش المحيطة بالتفاصيل، مما يضفي شعوراً بالفخامة والثراء على القطعة.



4- الأنماط الزخرفية:

الزهور: الجزء العلوي يحتوي على تصاميم زهرية واضحة بأوراق منحنية وزهور متعددة البتلات. هذا النوع من الزخارف يرتبط بالفن الإسلامي الذي يعتمد بشكل كبير على الأنماط النباتية. (الصورة رقم 4) تصوير الباحثة

الأشكال الهندسية: تظهر عناصر هندسية في بعض الأجزاء من الفستان، مما يعزز التناسق في التكوين الزخرفي. وعند التركيز على المركز نلاحظ بأن التصميم يركز على الجزء الأوسط السفلي للقطعة، حيث تتجمع الأنماط الهندسية والنباتية معاً لتكوين وحدة زخرفية مركزية قوية.

5. التقنية الفنية: هذه القطعة قد تكون مصنوعة باستخدام تقنية التشكيل بالقالب او اليدوي واستخدام الطلاءات الزجاجية على الخزف، حيث تم دمج الأنماط بألوان متباينة لإعطاء التأثير المطلوب.

6. التأثير الثقافي: التصميم العام للقطعة يعكس تأثيراً واضحاً من الفنون الإسلامية والعثمانية والفارسية القديمة، حيث يعتمد الفن في هذه الثقافات على التفاصيل الدقيقة واستخدام الألوان القوية. ربما تكون هذه القطعة تمثل تزاوجاً بين التراث الفني والترينين مع عناصر أكثر حداثة، لكنها تحتفظ بجذورها التقليدية العثمانية القوية.

العمل الفني الخامس: -

العمل الفني في (الصورة رقم 5) عبارة عن تحفة فنية مسطحة على هيئة صحن ومزخرفة حيث تنتمي الزخارف إلى الأسلوب التقليدي للزخرفة الإسلامية والتركية، وتُظهر تداخلاً مميزاً بين الطبيعة الهندسية والنباتية وفيما يلي:

تحليل العناصر البارزة للعمل الفني: -

1- الزخارف النباتية: تهيمن الزهور والأوراق الملتفة على التصميم حيث يظهر فيها زهور بألوان زاهية مثل الأزرق، الأصفر، والبنفسجي. وهذا يدل على تقليد الزخرفة العثمانية التي كانت تعتمد بشكل كبير على الزهور، خصوصاً زهرة التوليب والقرنفل، التي

كانت شائعة في الفن الإسلامي التركي سابقاً.

(الصورة رقم 5) تصوير الباحثة

2-الألوان: اللون الأزرق الفيروزي والأصفر هما الألوان الرئيسية التي تتباين بشكل جميل مع الخلفية البيضاء، هذه الألوان هي جزء من الألوان التقليدية المستخدمة في الفنون العثمانية، حيث يرمز اللون الأزرق إلى السماء والماء، بينما يرمز الأصفر إلى النور والشمس.

3. التكرار والتناظر: يعكس التصميم مبدأ التكرار الذي يُعد عنصرًا جوهريًا في الزخارف الإسلامية. الأوراق والأزهار تتكرر بطريقة متناظرة وجميلة حول المحور المركزي.

4. العمق والتفاصيل: يتم إبراز التفاصيل الدقيقة في التصميم، مثل الأوراق الملتفة والأزهار المتداخلة، وهو ما يخلق إحساسًا بالعمق والحركة في الزخرفة.

تلك الزخارف تمثل نمطًا من الجمال المتوازن والدقيق الذي يُعبر عن الامتداد الطويل للفن الإسلامي والتراث العثماني، حيث كان يُستخدم هذا الأسلوب في تزيين الخزف والسيراميك والمنتجات اليدوية الأخرى.

النتائج والمناقشة: -

من خلال الدراسة وتحليل العناصر الفنية والجمالية للأعمال الفنية نستنتج ما يلي

1-الرموز والزخارف في الخزف الكوتاهي تعكس الهوية الثقافية العثمانية والإسلامية. هذا يعني أن هذه الفنون ليست مجرد أشكال جمالية، بل هي تعبير عن تاريخ وثقافة المجتمعات التي أنتجتها مما يعزز هذا الفهم الفخر الثقافي لدى الأفراد ويعزز من شعورهم بالانتماء.

2-تنوع الرموز والزخارف، مثل الزخارف النباتية والهندسية. هذا التنوع يدل على تفاعل الفنون مع الثقافات المجاورة، مما يعكس تأثيرات متعددة من الحضارات المختلفة. يعكس هذا التنوع أيضًا قدرة الفنانين على دمج عناصر جديدة في أعمالهم، مما يثري الفنون التقليدية

3-التنوع اللوني حيث استخدم حرفيو كوتاهيا مجموعة واسعة من الألوان، أبرزها الأصفر والأخضر بجانب الأزرق، وهو ما يعكس تباينًا مقارنًا بخزف إزنيق الذي اعتمد أكثر على الأزرق والأحمر، وهذه الألوان أضفت إحساسًا بالحيوية والتجديد على التصاميم التقليدية.

4-القيم الجمالية للألوان والتصميمات المستخدمة في الخزف الكوتاهي ساهمت بشكل كبير في إغناء التجربة البصرية. هذا يعني أن الجوانب الجمالية ليست فقط للزينة، بل تلعب دورًا في كيفية استقبال المشاهدين للعمل الفني، مما يعزز من تقديرهم للفن.

5-التأثيرات التاريخية ساهمت في تشكيل فن الخزف الكوثاهي، مثل التأثيرات العثمانية والفارسية. هذا يشير إلى أن الفنون ليست معزولة، بل تتأثر بالسياقات التاريخية والسياسية، مما يساهم في فهم أعمق لتطور الفنون عبر الزمن.

6-تكرار الأشكال في الزخارف الهندسية والنباتية يعكس البساطة والتوازن، وإن هذه الأشكال تهدف الي تجريد الطبيعة وإبراز الجوانب الروحية.

7-من خلال العرض للأعمال الفنية السابقة لوحظ بوجود لمسة تقليدية وفنية خاصة في خزف كوثاهيا وإن هذا الفن حافظ على الروح العثمانية مع دمج عناصر محلية وتقنيات زخرفية متأثرة بالثقافات المجاورة، مما منحه طابعًا مميزًا.

وخلاصة القول بفضل هذه العناصر الفنية، ساهم خزف كوثاهيا في إثراء الفن العثماني بإضافة ألوان وأنماط جديدة، مما جعله جزءًا لا يتجزأ من الهوية الفنية للإمبراطورية العثمانية.

التوصيات: -

1- تشجيع التعاون الأكاديمي بين الجامعات والمعاهد الفنية لتبادل الخبرات في دراسة فن الخزف بما في ذلك الطلاب والباحث.

2- التوسع في دراسة الرموز المستخدمة في الخزف الكوثاهي وتحليل معانيها التاريخية والثقافية بالإضافة الي تأثيرها على الفنون الأخرى.

3- الحفاظ على التراث الفني وذلك بالعمل مع المؤسسات المحلية والدولية لتعزيز الفنون الخزفية وتبادل الخبرات مما يساعد في التعريف بالتراث وتبادل الثقافات بين الشعوب.

4- تنظيم معارض محلية ودولية فنية تسلط الضوء على ابداعات فن الخزف الكوثاهي وجماليات زخارفه للتعريف به ولتبادل المعرفة والتقنيات.

5- تشجيع الفنانين المعاصرين على دمج عناصر من فن الخزف الكوثاهي في أعمالهم، مما يساهم في إحياء هذا الفن بطرق جديدة ويعزز من استمراريته في العصر الحديث.

المراجع: -

1- Ara Altun, Osmanlıda Çini ve Seramik Öyküsü/The Story of Ottoman Tiles and Ceramics, İstanbul1999-1997, s.

2- Abdullah Şevki Duymaz, Osmanlı Devrinden Günümüze Kütahya Çini ve Seramik. s.43-44

3- Garo Kürkman, Toprak, Ateş, Sır, Suna Ve İnan Kıraç Vakfı, İstanbul 2005, s. 70.

4- Abdullah Şevki, Osmanlı Devrinden Günümüze Kütahya Çini ve Seramiği - II.

Uluslararası Kütahya Çini Sempozyumu Çini 98, Ekspres Matbaası, Kütahya 2010 s, .48

5- Rifat Çini, Türk Çiniciliğinde Kütahya, Uycan Yayınları, İstanbul 1991, s.17.

6 - محمد عبدالله الدريسه، عدلي محمد عبدالهادي، الزخرفة الإسلامية، مكتبة المجتمع العربي للنشر، عمان -الأردن.

7- Richard Yeomans, The Art and Architecture of Ottoman Istanbul

Hardcover – August 15, 2012.

8- خليفة ربيع حامد، الفنون الإسلامية في العصر العثماني، الطبعة الرابعة، دار النشر مكتبة زهراء الشرق ص64.

دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لذوي الإعاقة السمعية في إطار خطة لدمج ذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع

أ. عبدالسلام سالم مسعود البوسيفي.. كلية التقنية الطبية صرمان .. جامعة صبراتة.. ليبيا

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لذوي الإعاقة السمعية في إطار خطة لدمجهم في المجتمع، واستخدمت الدراسة لذلك المنهج الوصفي التحليلي، كما استعانت الدراسة بالاستبانة لجمع البيانات والمعلومات، بعينة بلغت (20) من أخصائيي التربية الخاصة العاملين في مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس، وعدد من الأخصائيين العاملين في مركز إياد لتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة بمدينة العجيلات، كما استخدمت الدراسة عددا من الأساليب الإحصائية لبلوغ أهدافها منها المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والنسبة المئوية، والوزن النسبي، ومعامل الارتباط بيرسون، ومعامل الثبات ألفا كرونباخ، ومعامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية، واختبار (ت)، وأسفرت نتائج هذه الدراسة عن وجود توافق كبير لأفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة والتي تهدف للتعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لدى ذوي الإعاقة السمعية، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أهمية دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية مهارات التواصل لدى ذوي الإعاقة السمعية، كما أثبتت نتائج هذه الدراسة بأن وسائل الإعلام الحديثة تلعب دورا هاما في زيادة التواصل الاجتماعي، وتكوين صداقات جديدة، وزيادة الثقة بالنفس، وزيادة القدرة على التعبير عن النفس، وتخطى كل الحواجز التي تمنع عن التواصل مع الآخرين، كما وتساعد في التخلص من كل تلك المشكلات الاجتماعية التي قد تواجه الصم وضعاف السمع التي انبثقت عن إصابتهم بهذه الإعاقة، كما أشارت نتائج هذه الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس (ذكور/ إناث) لصالح الذكور، كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية لصالح مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس.

الكلمات الرئيسية:

وسائل الإعلام الحديثة - المهارات الاجتماعية - الإعاقة السمعية - الدمج - ذوي الاحتياجات الخاصة.

Abstract :

This study aims to identify the role of modern media in developing the social skills of people with hearing disabilities within the framework of a plan to integrate them into society. The study used a descriptive and analytical approach. The study also used a questionnaire to collect data and information, with a sample of (20) special education specialists working in Al-Amal Center for the Deaf and Hard of Hearing in Tripoli, and a number of specialists working at the Lyad Center for Rehabilitation of People with Special Needs in the city of Al-Ajailat. The study also used a number of statistical methods to achieve its goals, including the arithmetic mean, standard deviation, percentage, relative weight, Pearson correlation coefficient, and Cronbach's alpha reliability coefficient. And the reliability coefficient using the split-half method, and the t-test. The results of this study resulted in a large agreement among the study sample members on the questionnaire items, which aim to identify the role of modern media in developing social skills among people with hearing disabilities. If this indicates anything, it indicates The importance of the role of modern media in developing communication skills for people with hearing disabilities. The results of this study also demonstrated that modern media play an important role in increasing social communication, forming new friendships, increasing self-confidence, increasing the ability to express oneself, and overcoming all barriers. Which prevents them from communicating with others, and also helps in getting rid of all the social problems that deaf and hard of hearing people may face that resulted from their affliction with this disability. The results of this study also indicated that there are statistically significant differences in the level of responses of the study sample members, which is attributed to the gender variable. (Males/Females) in favor of males. There are also statistically significant differences in the level of responses of the study

sample members, which are attributed to the educational institutions variable, in favor of the Al Amal Center for the Deaf and Hard of Hearing in Tripoli.

Keywords:

Modern media – social skills – hearing impairment – integration– People with special needs.

المقدمة:

تعتبر الإعاقة هاجسا ملازما للمجتمعات الإنسانية منذ أقدم العصور إلى عصرنا الحاضر، وقد تباينت تلك المجتمعات في نظرتها للمعاقين وفي معاملتهم حسب القيم، والأعراف، والأفكار الدينية، والاجتماعية السائدة في كل منها. (العدرة، 2016) ومن تلك الإعاقات التي انتشرت مؤخرا في مجتمعاتنا العربية الإعاقة السمعية، وتعتبر حاسة السمع الحاسة الرئيسية في التواصل اللفظي فهي الحاسة التي تزودنا بالمثيرات السمعية. (الزريقات، 2017) حيث يعد الفرد بطبيعته كائنا اجتماعيا يعيش في جماعة يؤثر ويتأثر بها، وتنمو مع الفرد منذ نعومة أظفاره قدرته على إقامة العلاقات الاجتماعية مع الآخرين وتفاعله معها، ويعد ذلك مؤشرا دالا على تمتعه بالصحة النفسية. (ابو شندي، 2015) وأن المتأمل في أدبيات التربية الخاصة يجد أن فئة المعاقين سمعياً تعاني الكثير من المشكلات منها ما هو متعلق بطبيعة الإعاقة ومنها ما هو متعلق بالعوامل البيئية المحيطة بالمعاق سمعياً ذلك أن حرمان المعاق سمعياً من حاسة السمع يجعله عرضة لكثير من المشكلات. (الشخص، 1992) ومن خلال مراجعة هوجز (Hughes، 2000) للأدب المتعلق بعلاقة فقدان السمع بالتأثيرات الانفعالية والاجتماعية والحاجات التربوية خلص إلى أن للإعاقة السمعية تأثيرات على اللغة تمتد لتصل تأثيراتها على النمو الاجتماعي والانفعالي وأن ذلك يوجب إيجاد برامج علاجية تربوية خاصة لتحقيق حاجات الطالب المعاق سمعياً لمساعدته للخروج أو التخفيف من هذه التأثيرات (Hughes، 2000) حيث تحتل المهارات الاجتماعية مكاناً بارزاً في حياة الفرد منذ الطفولة حتى نهاية العمر لأهميتها في تفاعل الفرد وتوافقه وتواصله مع الأفراد الآخرين (شوقي، 2003) لذلك اهتم العديد من الباحثين بهذه الفئة من ذوي الاحتياجات الخاصة لما تملكه من قدرات وإمكانيات هائلة، فجعلوا كل اهتمامهم البحث عن كل ما يعيق هؤلاء الأطفال من إخراج إمكانياتهم والاستفادة منها كما يجب، ومن أهم تلك العوامل الهامة التي تعيق الطالب وتعيق دافعيته للإنجاز هي فقدانه للقدرة على التواصل بشكل جيد وعدم امتلاك المهارات الاجتماعية التي تأمله لذلك، لذلك عكف الكثير من الباحثين والمهتمين بفئة الصم وضعاف السمع

بدراسة هذا الجانب في محاولة منهم لتنمية مهارات التواصل لدى هذه الفئة ومن تلك الطرق استخدام التقنيات الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الاجتماعية لديهم.

حيث تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في حياتنا سواء أكانت العملية، أو الاجتماعية، أو حتى التعليمية، فعادة ما يتم استخدامها للتواصل مع الأصدقاء والأهل، أو لتعقب الأحداث الجارية على كل المستويات، وربما الأهم من ذلك للترفيه عن أنفسنا، ولعل كل هذا وذلك هو السبب في أن ملايين من الأفراد يستخدمون مواقع التواصل في جميع أنحاء العالم، لذا يمكننا القول أنها تهدف إلى تحقيق الرفاهية للبشرية وجعل الحياة أكثر سهولة ويسر. (النوبي، 2010)

كما أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي عنصراً أساسياً في حياة الغالبية العظمى من البشر بما في ذلك الأطفال، ففي عالم اليوم المعتمد على التواصل أصبح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يتزايد بشكل كبير أكثر من أي وقت مضى وخاصة في حقبة ما بعد الجائحة والتي تميزت بثورة كبيرة تحدث للأنظمة التعليمية، حيث تظهر الدراسات حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أن ما يقرب من ثلاث مليارات فرد يتواصلون الآن عبر وسائل التواصل الاجتماعي. (WA moto, 2020) حيث يقضي هذا العدد المتزايد من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الكثير من الوقت على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ، حيث تظهر الحقائق والأرقام أن الأفراد يقضون ساعتين في اليوم في المتوسط على مجموعة متنوعة من تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي، وتبادل الصور، والرسائل، وتحديث الحالة، والتغريدات، والتفضيل، والتعليق على العديد من المعلومات التي تمت مشاركتها اجتماعياً. (Abbott, 2017) وحرصاً على تكافؤ الفرص ظهر مفهوم التربية الخاصة الذي يعنى برعاية الفئات غير العادية من المتعلمين من ذوي الاحتياجات الخاصة بما يتفق مع خصائصهم وقدراتهم من خلال برامج خاصة مخطط لها تقدم لهم كافة الخدمات الضرورية تربوية كانت، أم طبية، أم نفسية، أم اجتماعية، أم صحية، أم إرشادية بما يكفل لهم النمو المتكامل. (الخطيب، 2021) لذلك يرى المختصين بهذه الفئة ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الاجتماعية لدى فئة الصم وضعاف السمع وذلك لما حققته من زيادة في التواصل وتنمية لمهاراتهم الاجتماعية، ومن هذا المنطلق بدأت تنتشر العديد من الدراسات التي تبحث في طرق تنمية مهارات التواصل لدى الأطفال عموماً ولدى ذوي الاحتياجات الخاصة من فئة الصم وضعاف السمع خصوصاً، ومن ضمن تلك الدراسات هذه الدراسة التي تهدف للتعرف على ما مدى إمكانية أن تلعب وسائل الإعلام الحديثة دوراً في تنمية المهارات الاجتماعية لدى الأطفال ذوي الإعاقة السمعية ولذلك كانت هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

ونظرا لما تمثله وسائل الإعلام الحديثة من أهمية كبيرة في عالمنا المعاصر، ونظرا لتأثيرها الواضح في التواصل وتنمية المهارات الاجتماعية لدى مستخدميها، ومالها من آثار إيجابية في تخطي حاجز الخجل وعدم القدرة على الاندماج في المجتمع وخاصة لدى ذوي الإعاقة بشكل عام ولدى ذوي الإعاقة السمعية بشكل خاص، وفي إطار خطة لدعم هذه الفئة والتخفيف من معاناتهم، ومن خلال ملاحظة الباحث لمدى ما يعانيه هؤلاء الأطفال من مشاكل اجتماعية كبيرة أعاقتهم عن عيش حياة طبيعية، ومن ما جمعه الباحث من ملاحظات ومعلومات أيدت كلها أهمية هذه الدراسة، قام الباحث بإجراء هذه الدراسة للتعرف أكثر على دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لدى ذوي الإعاقة السمعية في إطار خطة للرفع من حظوظ أبنائنا للتخلص من كل تلك المعوقات التي تواجههم ومحاولة دمجهم في المجتمع أسوة بأقرانهم العاديين.

تساؤلات الدراسة:

وتتمثل تساؤلات الدراسة في التساؤلات الآتية:

- 1- ما دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لدى ذوي الإعاقة السمعية ؟
- 2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس (ذكور/ إناث)؟
- 3- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية؟

أهداف الدراسة:

حيث تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1- التعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لذوي الإعاقة السمعية في إطار خطة لدمج هذه الفئات في المجتمع.
- 2- التعرف على الفروق في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغيري الجنس والمؤسسات التعليمية.
- 3- التوصل إلى بعض التوصيات والمقترحات التي من شأنها إفادة المختصين والمسؤولين والقائمين على رعاية هذه الفئة من الصم وضعاف السمع في بناء خطط وبرامج لتفعيل دور وسائل الإعلام الحديثة في تعليم وإعادة تأهيل الصم وضعاف السمع والاستفادة منها الاستفادة الأمثل.

أهمية الدراسة:

وتتمثل أهمية الدراسة الحالية في عدة نقاط نذكر منها:

- 1- تفيد الدراسة في رصد الواقع الميداني لاستخدام وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لدى ذوي الإعاقة السمعية.
 - 2- أصالة الدراسة إذ تعتبر هذه الدراسة من الدراسات القلائل إن لم تكن الأولى في البيئة المحلية التي تقوم برصد والتعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لذوي الإعاقة السمعية.
 - 3- تعد هذه الدراسة إسهاماً علمياً في سبيل تطوير الخدمات المقدمة للمعاقين سمعياً وخصوصاً من الناحية الاجتماعية.
 - 4- الوصول إلى نتائج يمكن على أساسها تقديم عدد من التوصيات والمقترحات التي قد تساعد المختصين في جانب الإعاقة السمعية للارتقاء بهذه الفئة اجتماعياً.
 - 5- قد تسهم هذه الدراسة في الكشف عن الثغرات الموجودة في برنامج تعليم وتأهيل ذوي الإعاقة السمعية لتلافيها في المستقبل ووضع الحلول للقضاء عليها.
- مصطلحات الدراسة:**

وتتمثل مصطلحات الدراسة في المصطلحات الآتية:

- 1- **مواقع التواصل الاجتماعي:** هي مواقع على الانترنت توفر لمرتاديهيها المجال للنقاش وتبادل الأفكار والمعلومات من خلال الملفات الشخصية، والصور، والردشة وتمثل الشبكات الاجتماعية مجموعة من هويات اجتماعية ينشئها الأفراد أو المنظمات لإنشاء روابط للتفاعل الاجتماعي من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة. (الدبيسي وآخرون، 2013)
- 2- **التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:** هي مواقع إلكترونية هدفها الأساسي إتاحة الفرصة للتواصل بشكل أفضل لتبادل المعلومات والخبرات، كما توفر هذه المواقع الوقت والجهد على مستخدميها، وقد استخدمت هذه المواقع الإلكترونية مؤخراً في عملية التعليم عن بعد وخصوصاً في ظل انتشار جائحة فيروس كورونا المستجد.
- 3- **ضعاف السمع:** هم الأشخاص الذين يعانون من النقص الجزئي أو الكلي في القدرة على سماع الأصوات أو فهمها. (حامد، 2021)
- 4- **التعريف الإجرائي لضعاف السمع:** هم عدد من التلاميذ الذين يعانون من نقص في درجة السمع لديهم وتتباين درجة إعاقتهم بين الارتفاع والانخفاض.

6- **الصمم:** هو فقدان القدرة على السمع من (90) ديسبل أو أكثر، لتحول دون اعتماد الفرد على حاسة السمع في فهم الكلام سواء باستخدام السماعات أو بدون استخدامها. (موسى، 2012)

7- **التعريف الإجرائي للصمم:** هو فقدان القدرة على السمع كلياً، فإما أن يُولد به الشخص، أو يكون مكتسباً نتيجة لحادث أو إصابة ما، والذي يؤثر بشكل كبير على تعلم اللغة، والنطق، والكلام.

8- **المهارات الاجتماعية:** هي عادات وسلوكيات مقبولة اجتماعياً يتدرب عليها الطفل إلى درجة الإتقان والتمكن من خلال التفاعل الاجتماعي الذي يعد عملية مشاركة بين الأطفال من خلال مواقف الحياة اليومية، والتي من شأنها أن تقيده في إقامة علاقات ناجحة مع الآخرين. (فرحات، 2008، ص: 12)

9- **التعريف الإجرائي للمهارات الاجتماعية:** هي الدرجة التي يتحصل عليها أفراد عينة الدراسة على مقياس المهارات الاجتماعية.
حدود الدراسة:-

وتتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

1- **الحد الموضوعي:-** دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لذوي الإعاقة السمعية في إطار خطة لدمج هذه الفئات في المجتمع.

2- **الحد المكاني:** أجريت هذه الدراسة على عدد من معلمي ذوي الإعاقة السمعية العاملين في مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس، ومركز إيداد لتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة بمدينة العجيلات.

3- **الحد الزمني:-** أجريت هذه الدراسة خلال العام 2024م.

4- **الحد البشري:-** أجريت هذه الدراسة على عدد (20) من معلمي ذوي الإعاقة السمعية العاملين في مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس، ومركز إيداد لتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة بالعجيلات.

الإطار النظري:

المحور الأول: مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت نشأت مواقع التواصل الاجتماعي عندما عملت بعض الشركات بمحاولة بناءها بالاعتماد على تكنولوجيا الويب، وعلى الرغم من أن هنالك العديد من الوسائل التي وفرت لمستخدميها

بعض ميزات مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن تلك المزايا لم تكن كافية ليُطلق عليها اسم موقع تواصل اجتماعي. (المقدادي، 2012) واستمر هذا الأمر حتى عام (1997) حين ظهر أول موقع تواصل اجتماعي فعال ومشابه لطبيعة مواقع التواصل التي تستخدم حالياً، حيث سمح الموقع لمستخدميه بإنشاء ملفات شخصية، بالإضافة إلى إمكانية إضافة الأصدقاء، وإنشاء قوائم الاتصالات، وإرسال الرسائل إلى المستخدمين الآخرين، وبعد العقد الأول من القرن الحادي والعشرين أعلن عن أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث شهدت تلك الفترة ظهور معظم مواقع التواصل الاجتماعي، كما شهدت بداية القرن الحادي والعشرين تحديداً عام (2003) ظهور موقع تواصل اجتماعي جديد الذي منح مستخدميه إمكانية مشاركة المحتوى، والصور، ومقاطع الفيديو، كما شهد أيضاً إطلاق موقع تواصل اجتماعي آخر سيطر على أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي طوال الفترة الممتدة من (2005-2008) وهو موقع (Myspace) الذي وفر لمستخدميه إمكانية لعب الألعاب الإلكترونية مع المستخدمين الآخرين، إلا أن شعبية هذا الموقع انخفضت بالتزامن مع ظهور موقع (Facebook) (الدليمي، 2019) ويطلق مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني الويب التي تتيح التواصل فيما بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات الاهتمام أو شبكات الانتماء كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشرة من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتبعونها للعرض. (الجزار، 2014) وتتعدد أشكال التواصل في العالم الرقمي بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء، والتجمع على الإنترنت، وتبادل المنافع، والمعلومات، والبيئة الرقمية تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع، وهذه الأشكال أو التقنيات ما تزال تتطور يوماً بعد يوم ويوجد منها العديد من الأشكال مثل المدونات التي يستخدمها شخص أو أكثر كلوح أو كدفتر أو كصحيفة على الإنترنت يسجل فيها ما يرغب من اهتمامات، وذكريات، ومواقف، وآراء، وصور، ورسومات، وفيديوهات ويوجد كذلك ما يعرف بالمنديات الاجتماعية التي تجمع عدداً من الأشخاص والجماعات ذوي الاهتمامات المشتركة، مثل منتدى الرياضيين، أو منتدى الأدباء وغير ذلك من الاهتمامات التي تتوزع بين السياسة، والاجتماع، والأدب، والعلوم، والرياضة، والفنون، والترفيه وغيرها الكثير. (النوبي، 2010) وعرف (AK soy، 2018) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها بيئة اجتمعت فيها مجموعة من الأشخاص لمشاركة البيانات، والعلاقات، والمحتوى باستخدام قنوات الاتصال عبر الإنترنت حيث تظهر تطبيقات الوسائط الاجتماعية كمنديات، ومدونات صغيرة، وشبكات اجتماعية، كما عرفها خليفة (2016) بأنها مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم

لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر مستخدميها من خلال عملية الاتصال، ومن تلك المواقع:

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

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

3- الانستغرام (Instagram): هو شبكة اجتماعية تم إطلاقها عام (2010) يتيح هذا الموقع للمستخدمين التقاط الصور وإضافة بعض الفلاتر إليها وتحميلها على الموقع ليتم مشاهدتها من قبل مستخدميه (عبدالله وآخرون، 2018)

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

5- يوتيوب (YouTube): هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة في عرض ومشاهدة وتحميل ومشاركة الفيديوهات على الإنترنت، كما ويُعد ثاني أكبر موقع بحث في العالم. (Coates, 2020)

6- لينكد إن (LinkedIn): هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الموجه نحو الأعمال والمهنيين، تأسس في عام (2002) وهو عبارة عن شبكة من الأفراد الذين يبحثون عن عمل والتواصل مع أرباب العمل، و"لينكد إن" معروف كوسيلة تسوق لعمل أو وظيفة لأن أرباب العمل يتفاعلون مع المهتمين بخدماتهم عن طريق الإجابة عن أسئلتهم والمشاركة في نقاشاتهم وغيرها، وبإمكان أصحاب الأعمال الإعلان عن وظيفة ما من خلال " لينكد إن " والوصول إلى أكبر عدد من الباحثين. (الدليمي، 2019)

7- سكايب (Skype): هو برنامج تجاري يساعد مستخدميه على الاتصال هاتفياً بشكل مجاني من خلال الإنترنت. (شقرة، 2014)

8- فايبر (Viber): هو تطبيق يعمل على الهواتف الذكية متعددة المنصات، في البداية تم إطلاق التطبيق ليعمل على جهاز آيفون في (2010) وفيما بعد عمل على جميع الأجهزة، وهو

من تطوير شركة فايبر ميديا حيث يتيح للمستخدمين إجراء الاتصالات وإرسال الرسائل النصية، والصور، والفيديو بشكل مجاني شرط استخدام الشخص هذا البرنامج، ويعمل على الشبكات الخلوية والشبكات اللاسلكية (واي فاي) على حد سواء، ويوفر التطبيق العديد من اللغات من بينها اللغة العربية. (نصار، 2016)

9- اوتلوك (Outlook): هو نظام تطبيق لإدارة المعلومات أو البيانات الشخصية من مايكروسوفت، وهو جزء من مجموعة مايكروسوفت أوفيس، بالرغم أنه بريد إلكتروني إلا أنه يتضمن أيضا عدة وظائف كإدارة المهام والتقويم وإدارة جهات الاتصال، وتسجيل دفتر اليومية، وتدوين الملاحظات، وتصفح الإنترنت. (Belin, 2012)

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

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

1- **التلقائية:** حيث يمكن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع الآخرين دون مواعيد مسبقة أو تخطيط أو قواعد لتنظيم التواصل.

2- **قلة التكلفة:** التواصل من خلال الإنترنت يكون مجاني ولا يحتاج إلى دفع مبالغ مالية لا استخدامه مما يساعد على التواصل بشكل أكبر من خلاله.

3- **إذابة الفواصل التطبيقية:** توفر مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة للتواصل مع العلماء وطلبة العلم مما يساعد على زيادة فرص التعلم والتواصل الاجتماعي فيما بينهم.

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

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

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

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

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

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

مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

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

- 1- التكامل من مشاركة المصادر والموارد العلمية: أي يتم النشر على مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركتها مع الآخرين.
- 2- التواصل المستمر بين المجموعات المختلفة أي يبقى الجميع على دراية بكل ما يفعله الأصدقاء من خلال الالتحاق الإلكتروني بين المشاركين.
- 3- إزالة القيود المفروضة في العالم الحقيقي أي التخلص من القيود المفروضة مثل الاختلافات الاجتماعية، والموقع الجغرافي، واللغة، والثقافة، وقيود المكان والزمان.
- 4- توفير مخزون معرفي للمجتمع من خلال تخزين المعارف والمعلومات حول أشكال المعرفة المختلفة.
- 5- التوفير والاقتصاد أي اقتصاد في المال، الجهد، والوقت في جمع المعلومات.
- 6- تمكن الأفراد من اكتشاف اهتماماتهم والبحث عن حلول للمشكلات مع الآخرين.
- 7- العالمية حيث تلغي الحواجز المكانية والجغرافية والغاء الحدود الدولية.

إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

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

- 1- فتح المجال للتعبير عن الآراء الشخصية.
 - 2- التحفيز على التفكير الإبداعي.
 - 3- سهولة التواصل مع العلماء والمتقنين وفتح باب الحوار بينهم.
 - 4- تزيد من مفهوم المشاركة والدعم من الآخرين.
 - 5- سهولة الوصول للمعلومة والتعلم.
- ومن أهم إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي أيضا يرى (الزازان، 2014):

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

سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي بعض السلبيات لخصها (هتيمي، 2015) و (Collin، 2011) في النقاط الآتية:

1- الإدمان: وهو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فوق الحد الطبيعي حتى يصل لدى البعض عدم استطاعته التوقف لمدة ساعة كاملة بدون تصفح هذه المواقع، ويؤثر إدمان مواقع التواصل الاجتماعي على التركيز بشكل عام وتشتت التفكير.

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

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

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

5- عرض المواقع الإباحية والتي تعتبر من أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي. فوائده منجزات التكنولوجيا لذوي الإعاقة:

تتمثل أحد أهم مزايا استخدام منجزات التكنولوجيا مثل الحاسب الآلي وأجهزة الاتصالات الحديثة بما فيها من وسائل التواصل الاجتماعي في مجال رعاية ذوي الإعاقة في الطبيعة الفردية للتعليم والتدريب والتثقيف. ولذلك فإن الأدوات التي توفر للمعاق إمكانية التواصل تشكل مصدر دعم كبير، كما أن البرمجيات المصممة جيداً تقدم تثقيفاً وتعلماً يراعي مبادئ التعليم الفعال وتستثير الدافعية بما فيها من استخدام وسائل سمعية وبصرية متعددة، وتمكن ذوي الإعاقة من تقييم استجاباته بدقة نسبياً، وذلك يسمح بتقديم التغذية الراجعة الملائمة، ويشجع على الانتباه والتذكر، ونقل أثر التعلم، وإتاحة فرص الممارسة الكافية واللازمة لإتقان المهارات، كما أن منجزات التكنولوجيا في مجال الاتصال ممكن أن توفر عدة خدمات للفرد منها:

1- توفير عدد من البرامج في مجالات مختلفة من الحياة.

2- كثيراً من البرامج والأنشطة تنفذ على شكل ألعاب، وذلك نموذج فعال لتعليم المهارات الحركية البصرية ومهارات أكاديمية.

- 3- حفظ المعلومات وجعلها أكثر سهولة وتنظيمها وتحديثها.
- 4- تطور تلك الأجهزة عند المعوقين الإحساس بالاستقلالية والسيطرة، وذلك يختلف عن الخبرات اليومية لمعظم الأطفال المعوقين الذين يغلب عليهم الشعور بالعجز.
- 5- توفر منجزات التكنولوجيا فرصاً كافية للتشعب في تقديم المعلومات، حيث تمكن الأفراد الذين يعانون صعوبة في الفهم من التعلم وإتقان المهارات المطلوبة كما تسمح بها قدراتهم.
- 6- كما أن تلك الأجهزة تستطيع إغناء هوايات الفرد وخاصة المعاق من حيث رسم الصور وحل الألغاز، وكتابة القصص، ولعب الألعاب.
- 7- تسهيل التواصل مع المجتمع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، مما يساعد على خروج المعاق من عالم الضيق إلى عالم أكثر رحابة واتساع.
- 8- معالجة المعلومات والتعلم التفاعلي حيث أن وسائل التواصل الاجتماعي تساعد الفرد المعاق على أن يصنع له وسط تعليمي يناسب قدراته.
- 9- يستطيع المعاقين استقبال المعلومات عبر الكمبيوتر وأجهزة التلفزيونات النقالة الحديثة باستخدام النموذج الحسي الأقوى لديهم ويستطيعون التحكم بسرعة تقديم المعلومات، وبذلك فهم يركزون انتباههم على محتوى المعلومات وليس على عملية الاستقبال ذاتها والتواصل التعبيري يتحسن تبعاً لنفس الأسلوب الذي يتحسن فيه التواصل الإستقبالي.
- 10- مكنت وحدات التواصل من قبيل (Smart Phone) الأشخاص الصم من إجراء مكالمات هاتفية مع الأشخاص السامعين باستخدام هواتفهم المنزلية.
- 11- قدمت تطبيقات التكنولوجيا في المجال الترويحي بعض البرامج للمستخدمين ألعاباً تستثير التفكير، وتوفر برامج أخرى فرصاً لتنفيذ أنشطة متنوعة مثل البحث، والقراءة، والدراسة الشخصية.
- 12- استفاد المعاقين من بعض البرامج مثل البرنامج التربوي الفردي باعتباره نظاماً يحدد موقع الطالب حالياً، وإلى أين سيصل، وكيف سيصل إلى هناك، وكم من الوقت سيستغرق للوصول، وكيف ستعرف أنه قد وصل فعلاً إلى الموقع المنشود، من خلال وضع تحديد ومتابعة الأهداف بعيدة المدى والأهداف المرحلية. (أبو صوي، 2019)

المحور الثاني: الإعاقة السمعية:

مفهوم الإعاقة السمعية:

لغة: في مختار الصحاح عاقه عن كذا أي حبسه عنه وصرفه، والمعوقون هم الأشخاص الذين يعانون من نقص جزئي أو عجز في بعض قدراتهم البدنية، أو الحركية، أو العصبية، أو الحسية، أو العقلية، أو النفسية، والتي تحول بينهم وبين مزاوله أنشطة حياتهم الخاصة أو العامة مما

يستوجب تقديم العون الخارجي لهم ورعايتهم صحيا، ونفسيا، وتربويا، وثقافيا لتعاد قدراتهم إلى المستوى العادي أو على الأقل أقرب ما يكون إلى هذا المستوى. (النظيمي وآخرون، 1997)

اصطلاحا: تعددت وجهات النظر لدى المختصين في مجال الإعاقة السمعية لبيان و تحديد مفهوم للإعاقة السمعية و من هذه التعريفات ما يلي:

الإعاقة السمعية هي نتائج لشدة الضعف السمي وتفاعله مع العمر عند فقدانه والعمر عند اكتشاف هذا الفقدان، والمدة الزمنية التي استغرقها حدوث ذلك الفقدان، ونوع الاضطراب المؤدي إليه، وأثر الوسائل المعينة في ذلك (العزة، 2001) وتعرف الإعاقة السمعية على أنها حالة من حرمان الإنسان من حاسة السمع أو ضعف القدرة السمعية لديه، مما يحول دون استخدامه لهذه الحاسة في التواصل مع الآخرين بشكل عادي، بمعنى أن الإعاقة السمعية تحول دون قيام الجهاز السمي بتأدية وظائفه، فينفصل الفرد عن الآخرين لعدم التواصل بواسطة اللغة مع من هم حوله. (ابو النصر، 2005) وقد عرفها القريطي فقال: الإعاقة السمعية أو القصور السمي مصطلح عام يغطي مدى واسع من درجات فقدان السمع (Hearing Loss) يتراوح بين الصمم أو الفقدان الشديد الذي يعوق عملية تعلم الكلام.

والفقدان الخفيف هو الذي لا يعوق استخدام الأذن في فهم الحديث، وتعلم الكلام واللغة، وهكذا يمكن التمييز بين طائفتين من المعوقين سمعيا هما:

الأطفال الصم (Hard of Hearing) ثقيلو السمع (Deaf Children) (القريطي، 1996)

مفهوم الطفل الأصم:

لغة: عرف ابن منظور الصم في لسان العرب بأنه انسداد الأذن وثقل السمع. (ابن المنظور، 1981)

اصطلاحا: وهو الطفل الذي لا يسمع، ونتيجة لذلك لم يستطع اكتساب اللغة بشكل طبيعي بحيث لا تصبح لديه القدرة على الكلام وفهم اللغة. (عبيد، 2000) أو هو ذلك الشخص الذي يعاني من فقدان حاسة السمع بدرجة تعوقه عن التواصل مع الآخرين إلا باستخدام طرق وفنيات خاصة تساعده على التواصل اعتمادا على حاسة الإبصار. (عامر وآخرون، 2008)

ويوجد العديد من التعريفات من الناحية التربوية، والمهنية، والطبية وهي كما يلي:

1- التعريف التربوي: الإعاقة السمعية هي تلك الإعاقة التي تؤثر على أداء الفرد وتحصيله الأكاديمي.

2- التعريف المهني: الإعاقة السمعية هي تلك الإعاقة التي تؤثر على أداء المهام والواجبات المهنية بشكل جيد.

3- التعريف الطبي: هي تلك الإعاقة التي تعتمد على شدة فقدان السمع والتي تقاس بالديسبل. (العزة، 2001)

نسبة انتشار الإعاقة السمعية:

حيث أشارت الدراسات في الدول الغربية إلى أن حوالي (5%) من طلاب المدارس لديهم ضعف سمعي، إلا أن هذا الضعف لا يصل مستوى الإعاقة، أما بالنسبة للضعف السمعي الذي يمكن اعتباره إعاقة سمعية فتقدر نسبة انتشاره بحوالي (0,5%) وتقدر نسبة انتشار الصمم بحوالي (0,75%)، أما فيما يتعلق بالإعاقة السمعية في الدول النامية لا يستطيع أحد أن يقدم معلومات دقيقة عن أعداد الأطفال المعاقين سمعياً في الدول النامية، فقد أشارت بعض التقارير إلى أن نسبة حدوث الإعاقة السمعية بمستوياتها المختلفة قد تزيد عن (5%) بل وقد تصل إلى (10%) في بعض الدول النامية. (الخطيب، 1998) أما في الدول العربية فإنه لا توجد إحصاءات دقيقة وشاملة عن انتشار الإعاقة السمعية وتجاهل هذه الإحصاءات في معظم هذه الدول يدل على أن مشكلة الإعاقة السمعية لم تطرح نفسها كقضية اجتماعية تستحق التعامل معها على أساس من التخطيط الجيد لها لمواجهتها بشكل علمي، وإنما تواجه الان بأسلوب جزئي. (عبد الواحد، 2001) يرى الباحث أن نسبة انتشار الإعاقة السمعية وخاصة في عالمنا العربي تعد من أكبر نسب انتشار هذه الإعاقة في دول العالم، نتيجة انخفاض نسبة الوعي بهذه الإعاقة واعراضها وطرق التعرف عليها، كذلك الوسائل القديمة التي يستخدمها الأخصائيين في الكشف عن مثل هذه الإعاقات، وعدم الاستفادة من خبرات الدول المتقدمة في هذا المجال، وغياب دور المؤسسات التعليمية والصحية في القيام بدورها في التوعية والعلاج والتوجيه، كل تلك الأسباب أدت إلى زيادة نسبة انتشار هذه الإعاقة في مجتمعاتنا.

أنواع الإعاقات السمعية:

1- الإعاقة الضعيفة: لا يستطيع الأطفال الذين يعانون من صعوبة سمع طفيفة من سماع الأصوات الخافتة أو البعيدة مع عدم وجود صعوبات في التعلم، ومن الضروري الانتباه إلى تطوير مفرداته، وتوفير مقاعد وإضاءة جيدة في الفصول تساهم في تحسين التعلم لديهم، وقد يستفيد الأطفال من تعلم الشفاه وقد يحتاجون إلى تصحيح الكلام.

2- الإعاقة المتوسطة: يفهم الأطفال الذين يعانون من صعوبة سمع متوسطة أحاديث الآخرين عندما يكونون وجها لوجه على مسافة قريبة تقدر بثلاثة إلى خمسة أقدام، أما إذا كان الكلام خافتا

أو ليس في مستوى نظرهم فقد يفقدون خمسون في المائة من فهم الحوار مع العلم أن مفرداتهم محدودة ومصاحبة باضطراب في كلامهم.

3-الإعاقة الملحوظة: لا بد من التحدث مع الأطفال من هذه الفئة بصوت مرتفع لكي يستوعبوه هؤلاء الأطفال الذين يعانون صعوبة واضحة في الكلام، واللغة الاستقبالية، والتعبيرية.

4-الإعاقة الشديدة: يسمع الأطفال من هذه الفئة الأصوات العالية التي تبعد قدما واحدا عنهم، وقد يتعرفون على أصوات البيئة من حولهم، ويمتازون ببعض الأصوات العالية في اللغة والكلام.

5-الإعاقة التامة: قد يسمع الأطفال من هذه الفئة بعض الأصوات العالية، ولكنهم في الحقيقة يدركون اهتزاز الصوت أكثر من معرفته ويعتمدون على قدراتهم البصرية عوضا على القدرات السمعية للتواصل مع الآخرين. (فتحي، 1990)

تصنيف الإعاقة السمعية:

يمكن تصنيف الإعاقة السمعية بحسب:

أولاً : من حيث العمر عند الإصابة، ويمكن تقسيمها إلى ما يلي:

1-إعاقة سمعية ولادية (congenital): بمعنى أن الفرد قد يولد وهو ضعيف السمع منذ لحظة ولادته الأولى.

2-إعاقة سمعية ما قبل تعلم اللغة (prelingual): أي أن الإعاقة التي تحدث عند الفرد قبل تعلم اللغة واكتسابها أي ما قبل سن الثالثة من العمر، ويتميز أفراد هذه الفئة بعدم القدرة على الكلام لأنهم لم يتمكنوا من سماع اللغة.

3-إعاقة سمعية بعد تعلم اللغة: وهي تشمل الأفراد الذين أصيبوا بها بعد تطور الكلام واللغة لديهم.

4-إعاقة سمعية مكتسبة: وتشمل الأفراد الذين فقدوا حاسة السمع بعد الولادة، وفقدوا قدرتهم اللغوية التي كانت قد تطورت لديهم إذا لم تقدم لهم خدمات تأهيلية خاصة. (العزة، 2001)

ثانياً: من حيث موقع الإصابة:

1-الإعاقة السمعية التوصيلية (Conductive Hearing Loss): تنتج الإعاقة السمعية التوصيلية عند أي اضطراب في الأذن الخارجية أو الوسطى، وذلك لأنه يمنع الموجات أو الطاقة الصوتية إلى الأذن الداخلية، لذلك فالحد الأقصى للضعف السمعي الناتج عن الإعاقة السمعية التوصيلية هو (60) ديسيبل، لأن الأصوات السمعية التي تزيد شدتها عن (60) ديسيبل تؤثر على القوقعة مباشرة، وتتخطى الأذن الوسطى. (الخطيب، 1998) ولكي تمنع حدوث مثل هذا الصمم

يمكن علاجه طبياً وجراحياً، والإهمال في العلاج المبكر يؤدي إلى التهابات في الإذن الوسطى والتي تؤدي إلى الصمم العصبي نتيجة انتشارها في الأذن الداخلية أو المخ. (عبيد، 2000)

2-الإعاقة السمعية الحسية العصبية (sensorineural Hearing loss): وتشير إلى الإعاقة السمعية الناتجة عن خلل في الأذن الداخلية أو العصب السمعي. (ابو النصر، 2005)

ومن الصفات المميزة للضعف السمعي الحسي العصبي الناجم عن اضطرابات القوقعة:

الصفة الأولى: اضطرابات نغمات الصوت (Diplacusia) حيث تكون النغمة ذات الذبذبات المتشابهة ترددات مختلفة بشكل ملحوظ في كل أذن.

الصفة الثانية: هي ازدياد شدة الصوت بشكل غير طبيعي وغير منسجم مع الزيادة الحقيقية في شدته.

ومن الصفات الأخرى لهذا النوع من الضعف السمعي هو أن الشخص يجب أن يتكلم بصوت مرتفع نسبياً لسمع نفسه مما يجعله يتكلم مع الآخرين بصوت عال. (الخطيب، 1998)

3-الإعاقة السمعية المركزية: وتكمن المشكلة في التفسير الخاطئ لما يسمعه الإنسان، بالرغم من أن حاسة السمع قد تكون طبيعية، والمشكلة تكون في توصيل السوائل العصبية من جدع الدماغ إلى القشرة السمعية الموجودة في الفص الصدغي في الدماغ، وذلك نتيجة وجود أورام أو تلف دماغي، والمعينات السمعية في هذا النوع تكون ذات فائدة محدودة. (العزة، 2001)

ثالثاً : من حيث شدة فقدان السمع:

وهذا النوع يتحدد حسب درجة الإعاقة لدى الشخص المعاق، وفي ضوء درجة ضعف حاسة السمع لدى الشخص يمكن تصنيف هذه الإعاقة إلى فئات خمس وهي:

1-الإعاقة السمعية البسيطة جداً: ويتراوح فقدان السمع ما بين (27) - (40) ديسبل، وأهم ما يميز هذه الإعاقة لدى صاحبها صعوبة سماع الكلام الخافت أو عن بعد، أو تمييز بعض الأصوات، ولا يواجه الفرد صعوبات تذكر في المدرسة، وقد يستفيد من المعينات السمعية والبرامج العلاجية. (العزة، 2001)

2-الإعاقة السمعية البسيطة: ويتراوح شدة فقدان السمع بين (41) - (55) ديسبل، ونجد ان الأشخاص الذين لديهم هذا المستوى من فقدان السمع لا يسمعون جيداً إلا إذا كان الصوت عالياً. (كمال، 2007، ص: 127)

3-إعاقة سمعية متوسطة: ويتراوح فيها فقدان السمع لدى الشخص المعاق بين (56 - 70) ديسبل، ولا يستطيع الشخص صاحب هذه الإعاقة فهم المحادثة إلا إذا كانت بصوت عال،

ويواجه صاحب هذه الإعاقة صعوبات كبيرة في المناقشات الصفية الجميلة، وقد يعاني من اضطرابات كلامية ولغوية، وقد تكون الذخيرة اللفظية لديه محدودة. (الخطيب، 1998)

4-الإعاقة السمعية الشديدة: ويتراوح فقدان السمع في هذه الحالة بين (71 - 90) ديسبل، وصاحب هذه الإعاقة لا يستطيع سماع حتى الأصوات العالية، ويعاني من اضطرابات في الكلام واللغة، كما وتحول هذه الإعاقة دون تطور اللغة لدى الطفل إذا كانت هذه الإعاقة لديه منذ السنة الأولى، ويحتاج الطفل صاحب هذه الإعاقة إلى مدرسة خاصة بالمعاقين سمعياً ليتدرب على السمع وقراءة الشفاء، كما ويكون بحاجة إلى سماعة طبية، حيث إن صاحب هذه الإعاقة يعتمد على حاسة البصر. (العزة، 2001)

5-الإعاقة السمعية الشديدة جداً: وفيها يتراوح فقدان السمع لدى الشخص المعاق أكثر من (90) ديسبل. (ابو النصر، 2005) وهذا النوع يشكل إعاقة شديدة، حيث أن الشخص قد لا يستطيع أن يسمع سوى بعض الأصوات العالية، فهو يعتمد على حاسة البعد أكثر من السمع، كما ويكون لديه ضعف واضح في الكلام واللغة، وهو يحتاج إلى دوام كامل في مدرسة للأشخاص الصم وتكون مزودة بالوسائل الخاصة، وتستخدم أساليب خاصة لتطوير الكلام واللغة، وتوظف طرق التواصل اليدوي والتدريب السمعي. (الخطيب، 1998)

العوامل المؤثرة في أنشطة المعاقين سمعياً:

ومن تلك العوامل ما يلي:-

- 1-مهارات التواصل:** حيث إن سلوك التواصل للشخص المعاق سمعياً يعتمد بدرجة كبيرة على حاجات التواصل وقدرتهم على التفاعل مع البيئة المحيطة.
- 2-الظروف النفسية الاجتماعية:** حيث إن المظاهر الاجتماعية والنفسية للتكيف الشخصي تؤثر على التواصل والتفاعل مع الآخرين، ووجود مظاهر لا تكيفية تحرم الشخص المعاق سمعياً من أنواع العلاقات الاجتماعية والأهداف المهنية التي تعطي معنى للحياة. (الزريقات، 2009)
- 3-مشكلات التدريب والتأهيل:** وهي تتمثل في صعوبة وجود فرص التوجيه المهني المناسب، والتدريب على مهنة تتناسب ظروف الإعاقة وتلقي القبول من ذوي الإعاقة السمعية، خاصة أن ذوي الإعاقة يصعب عليهم الحركة وحيدين، ويتطلب الأمر تدريب كاف في مؤسسة تتوفر فيها الشروط المناسبة من كفاءة مهنية، وقرب المكان لسهولة الوصول إليها. (ابو النصر، 2005).

خصائص المعاقين سمعياً:

يختلف الطلاب ذوى الإعاقة السمعية عن بعضهم البعض في بعض الخصائص نظراً لاختلاف شدة الإعاقة السمعية، وهناك مجموعة من الخصائص المشتركة لهؤلاء الطلاب المعاقين سمعياً وهي:

الخصائص اللغوية: يعتبر تطور اللغة أمراً هاماً بالنسبة للأطفال المعاقين سمعياً، ويحتاج الأطفال إلى تطوير لغتهم ما أمكن بهدف الوصول إلى النمو المناسب. (صديق، 2001) وأي تأخير في النمو اللغوي للطفل سوف يظهر ذلك في المراحل المتأخرة من العمر، ويتأثر الأطفال المعاقون سمعياً بمدى التدريب المبكر، ونوعه، ومتى استخدمت المضخات الصوتية، والعوامل الذكائية، والانفعالية، والبصرية، وفقدان الدعم الأسري، والتقاضي، والعمر عند التشخيص، وخدمات التدخل. (Silvestre, 2007)

وأشارت (أسماء سراج الدين، 2009) أن من خصائص المعاقين سمعياً ما يلي:

1- الشخصية والنضج والتكيف الاجتماعي لدى المعوقين سمعياً: اهتم الباحثون بدراسة خصائص المعوقين سمعياً واستعداداتهم العقلية، واللغوية، والشخصية، والتحصيلية الأكاديمية، وحظى جانب الشخصية بنصيب وافر من دراساتهم، وقد أسفرت النتائج على أن أطفال الصم الذين يتعلمون بالطريقة الشفوية كانوا أكثر توافقاً اجتماعياً من أقرانهم الذين يستخدمون طريقة الإشارة، وأن الأطفال الصم الذين ينتمون إلى أسر ليس بها أطفال صم آخرون كانوا أقل توافقاً من نظرائهم الذين توجد في أسرهم حالات صم أخرى.

2- الخصائص العقلية: كشفت نتائج البحوث المبكرة التي استخدمت اختبارات ذكاء شفوية أو لفظية عدة خصائص للمعاق منها وجود فروق في مستوى الذكاء بين الصم والعادين، وقد رأى بعض الباحثين إن مثل هذه الاختبارات غير ملائمة لقياس ذكاء الصم وأن معدل ذكائهم وإن كان ينخفض عن معدل ذكاء العادين فإن أدائهم يتحسن ويصل إلى المستوى العادي على الجزء العملي والذي لا يستلزم مستوى عالياً من المهارات اللغوية.

3- التحصيل الأكاديمي: يتأثر أداء الأطفال المعوقين سمعياً بشكل سلبي في مجالات التحصيل الأكاديمي، كالقراءة، والعلوم، والحساب نتيجة تأخر نموهم اللغوي وتواضع مقدراتهم اللغوية إضافة إلى تدنى مستوى دافعتهم، وعدم ملائمة طرق التدريس المتبعة، ويبدو ذلك واضحاً في الانخفاض الملحوظ في معدل التحصيل القرائي خاصة. (سراج الدين، 2009).

طريقة الوقاية من الإعاقة السمعية:

وتتمثل طرق الوقاية في:-

- 1-الوقاية من الصمم الوراثي بعدم تشجيع زواج الاقارب، كذلك سن تشريعات تمنع الزواج من المرضى الذين يؤدي زواجهم إلى ولادة الأطفال المعوقين.
 - 2-العناية بصحة الام الحامل ووقايتها من الأمراض والعوارض، وامتناعها عن تناول العقاقير الضارة، والمخدرات، والمسكرات، وتوفير التغذية الضرورية لها واتخاذ الاجراءات الحديثة لمعالجة تنافر فصائل الدم بين الوالدين، العناية في الولادة العسرة، وأتباعها الطرق الصحيحة لتجنب كل ما يعرض الوليد للشدة والاختناق عند المحاولة لإنقاذ الأم.
 - 3-الوقاية من أمراض الطفولة بالتحصين ضد الأمراض باللقاح اللازم.
 - 4-معالجة امراض الأذن والأمراض التي لها أثر سيء على الأذن والسمع بوقت مبكر.
 - 5-وقاية السمع من التعرض إلى الانفجارات والضجيج الذي يكون متواصل أثناء العمل اليومي.
 - 6-عدم الإفراط في التدخين، والكحوليات، والامتناع عن تناولها.
 - 7-التشخيص المبكر لأعراض الأذن واكتشاف الحالات التي تؤدي الى فقدان السمع وحالات الصمم بالمسح لسمع الطلاب والأطفال بصورة عامة.
 - 8-توعية الاباء وتوجيه المعلمين لاكتشاف حالات ضعف السمع أو الصمم بين الاطفال.
 - 9-توفير العلاج اللازم في الأدوار المبكرة للإصابة بأمراض الأذن. (عبيد، 2000)
- ويرى الباحث أن من أهم طرق الوقاية من الإعاقة السمعية هو بتوعية أفراد المجتمع بالأضرار الناجمة عن الإعاقة السمعية، وطرق تفاديها، والحد من تأثيرها على الفرد، وأسبابها، وأعراضها، وكيفية التعرف عليها وذلك عن طريق بث المحاضرات التوعوية، والندوات، والبرامج المرئية، والمسموعة، كذلك عدم سماع الموسيقى والأغاني بصوت مرتفع وخاصة عن طريق السماعات، والعمل على توفير أجهزة قياس السمع في كل المستشفيات العامة مجاناً، كذلك العمل على تدريب وإعداد أخصائيين ذو كفاءة عالية، وتوفير أخصائيي السمع في كل المؤسسات التعليمية.

المحور الثالث: المهارات الاجتماعية:

النظريات المفسرة للمهارات الاجتماعية:

فسرت مجموعة من النظريات اكتساب الأفراد للمهارات الاجتماعية ومن تلك النظريات:

أولاً: النظرية السلوكية:

يرى أصحاب هذه النظرية بأن السلوك الإنساني عبارة عن مجموعة من العادات التي يتعلمها الفرد ويكتسبها أثناء مراحل نموه المختلفة، ويتحكم في تكوينها قوانين العقل وهي: قوى الكف وقوى الاستثارة اللتان تسييران مجموعة الاستجابات الشرطية، ويعززون ذلك إلى العوامل البيئية التي يتعرض لها الفرد، وتتمحور أفكار هذه النظرية حول عمليات التعلم عند اكتساب التعلم الجديد أو إطفائه أو إعادته، ولذا فإن هذه النظرية تنظر إلى السلوك الإنساني باعتباره سلوكاً مكتسباً عن طريق التعلم، وأن سلوك الفرد قابل للتعديل أو التغيير بإيجاد ظروف وأجواء تعليمية معينة. (وهبة، 2010) ووفقاً للنظرية السلوكية فإن المهارات الاجتماعية هي عبارة عن مجموعة من السلوكيات والعادات يقوم الفرد باكتسابها وتعلمها خلال مراحل نموه المختلفة عبر أساليب التنشئة الاجتماعية ومن خلال قوى الكف وقوى الاستثارة اللتان تتحكمان في استمرار تلك المهارات عن طريق تعزيزها وتكرارها أو كف تلك المهارات إذا كانت غير مرغوبة. (أبو منصور، 2011)

ثانياً: نظرية التعلم الاجتماعي:

يعتبر (Bandura) رائد هذه النظرية فهو من أهم العلماء الذين اهتموا بالتعلم الاجتماعي وبالتحديد التعلم بملاحظة سلوك الآخرين والمحاكاة، فيشير باندورا إلى ان التعلم يحدث بالملاحظة من خلال أربع عمليات تتم على النحو الآتي (كامل، 2003، ص: 284-283)

1- عملية الانتباه: وفيها يلاحظ الفرد المتعلم وينتبه لسلوك النموذج ومن ثم يستوعب المعلومات التي يعرضها النموذج.

2- عملية الاحتفاظ: وهي بمجرد أن ينتبه المسترشد للمعلومات الأساسية الخاصة بالسلوك حتى يكون قادراً على تذكر المادة التي استقبلتها حواسه ويتم ذلك من خلال حفظ المادة في صورة سمعية وبصرية.

3- استرجاع السلوك الحركي: يتم في هذه العمليات استرجاع السلوك المحفوظ في الذاكرة غير أنه في بعض السلوكيات الحركية المعقدة مثل ركوب الدراجات فإن مشاهدة السلوك وحفظه في الذاكرة لا تكونان كافيتين لأدائه بل يجب أن تكون لدى الفرد المهارات الحركية المناسبة والقدرة على حفظ التوازن المطلوبين لأداء السلوك.

4- عملية الدافعية: وفيها لا بد من وجود باعث مناسب حتى يمكن أداء الاستجابة المتعلمة. وعملية التعلم لا تعتمد فقط على العوامل الداخلية بل أيضاً على المثيرات الخارجية ومن ضمنها الثقافة الفرعية الموجودة في الوسط الذي يعيش فيه الفرد، ويضيف باندورا أن السلوك المتعلم هو نتاج التفاعل بين الفرد والبيئة التي يعيش فيها. (الوهيدة، 2007).

ثالثاً: النظرية المعرفية:

يفترض أصحاب هذا الاتجاه أن الاستجابات لا تحدث على نحو آلي وإنما هي نتاج سلسلة من العمليات المعرفية التي تتم عبر مراحل متسلسلة من المعالجة تؤدي في نهاية المطاف إلى أن ينسق توظيف المعلومات مع المواقف المتنوعة، لذلك يفترض أن القصور في المهارات الاجتماعية إنما هو نتاج للعوامل المعرفية مثل التوقعات السلبية. (معتز، 2000)

خصائص المهارات الاجتماعية وأهميتها:

هناك عدة خصائص أساسية مميزة للمهارات الاجتماعية وهي:

مفهوم المهارة الاجتماعية يشتمل على البراعة والكفاءة والخبرة في أداء الفرد لنشاطاته الاجتماعية ومختلف أشكال تفاعلاته مع الآخرين، والعنصر الجوهري في أي مهارة اجتماعية هو القدرة على تحقيق نتيجة فاعلة في الاختبارات من أجل الوصول إلى هدف مرغوب، وتشتمل المهارات الاجتماعية على قدرة الفرد على الضبط المعرفي السلوكي، وهدف الفرد من وراء سلوكه الحصول على التدعيم الاجتماعي من البيئة التي يعيش فيها بالشكل الذي يحقق له التوافق النفسي والاجتماعي، وتتحدد المهارات الاجتماعية في ضوء جوانب معينة من سلوك الفرد وخصاله وفي إطار ملائم للموقف الاجتماعي، كما أن المهارات الاجتماعية تكتسب بالتعلم حيث أنها تتكون من خلال معايشة الخبرة أو التجريب. (جمعة، 2009) (معتز، 2000) وتعد المهارات الاجتماعية بمثابة بوابة عبور الفرد إلى عملية التواصل والتفاعل مع مجتمعه والبيئة المحيطة به، حيث يعتبر التواصل والتفاعل الاجتماعي والقدرة على مشاركة الآخرين عوامل مهمة وضرورية لنمو ونجاح العلاقات الاجتماعية واستمرارها في جميع المراحل العمرية للفرد، وفيما يلي بعض النقاط التي تتحدث عن أهمية المهارات الاجتماعية بالنسبة للأفراد:

- 1- تعتبر المهارات الاجتماعية عاملاً مهماً في تحقيق التكيف الاجتماعي داخل الجماعات التي ينتمون إليها وكذلك المجتمع.
- 2- تقيد المهارات الاجتماعية في التغلب على مشكلاتهم وتوجيه تفاعلاتهم مع البيئة المحيطة.
- 3- يساعد اكتساب الأفراد المهارات الاجتماعية على استمتاعهم بالأنشطة التي يمارسونها وتحقيق إشباع الحاجات النفسية لهم.
- 4- يساعد اكتساب المهارات الاجتماعية على تحقيق قدر كبير من الاستقلال الذاتي، والاعتماد على النفس، والاستمتاع بأوقات الفراغ.

- 5- يساعد اكتساب المهارات على اكتساب الثقة في النفس ومشاركة الآخرين في الأعمال التي تتفق وقدراتهم وإمكاناتهم.
 - 6- يساعد اكتساب المهارات على التفاعل مع الرفاق والابتكار والإبداع في حدود طاقاتهم الذهنية والجسمية.
 - 7- يجنب اكتساب المهارات الأفراد حدوث الصراعات وإن حدثت فإنهم يتمكنون من حلها بصورة فاعلة.
 - 8- تمكن الفرد من السيطرة على أشكال سلوكه المختلفة وتزيد من قدرته في التعامل مع السلوك غير المنطقي الصادر من الآخرين، وتمكنه من إقامة علاقة وثيقة مع المحيطين به والحفاظ عليها. (ابو منصور، 2011، ص: 120-140)
- أساليب اكتساب المهارات الاجتماعية:**

هناك أسلوبان لتعليم المهارات الاجتماعية يتمثل الأول منها في التعليم المباشر وفيه يتم تعلم المهارات الاجتماعية بنفس أسلوب تعلم المهارات الأكاديمية، أما الثاني فيتمثل في التعليم غير المباشر عن طريق ثلاث استراتيجيات هي التعزيز الاجتماعي، والتوقعات المتعلقة بالنواتج المستقبلية أو التوقعات المدركة للنواتج ثم النموذج الاجتماعي. (حسونة، 2007) وفيما يلي توضيح لهذه الاستراتيجيات الثلاث:

أولاً: التعزيز الاجتماعي: يشير (Skinner) إلى أن المعززات الاجتماعية ذات فاعلية في دراسة الإشراف الإجرائي ويتم تعزيز الاستجابة التي تقترب من الهدف ولو جزئياً حتى تحقق الأداء المطلوب وقد قدم سكنر جدولاً للتعزيز ميز فيه بين نوعين من التعزيز هما:

- 1- النوع الأول: التعزيز المستمر ويقصد به تعزيز الاستجابة في كل مرة تصدر فيها.
 - 2- النوع الثاني: التعزيز المنقطع ويقصد به تعزيز الاستجابة في بعض مرات حدوثها دون البعض الآخر ويتم التعزيز على فترات زمنية ثابتة أو متغيرة. (سلامة، 2013)
- ثانياً: توقع النواتج :** تدور فكرة توقع النواتج حول نتيجة تعزيز الخبرات السابقة، فقد يتوقع الفرد أن تصرفات أدائية محددة له ستكافأ بناء على التوقعات السابقة وهذه الفكرة قامت على نظرية (Rotter) في التعلم الاجتماعي حيث أكد على التوقعات الذاتية للتدعيمات في الموقف النفسي الذي يمر به الفرد، وتتوقف عملية احتمال حدوث نوع معين من السلوك على توقعات الفرد التي تتعلق بالنواتج أو المترتبات الناشئة عن سلوكه وعن القيمة المدركة لتلك النواتج. (الدريد، 2005)
- ثالثاً: النمذجة الاجتماعية:** وتتضمن الطرق التي يلاحظ الأفراد من خلالها السلوكيات الاجتماعية للنماذج من الكبار والرفاق، وأن التعلم بالنمذجة هو العملية التي من خلالها يلاحظ

الشخص أنماط سلوك الآخرين ويكون فكرة عن الأداء ونتائج الأنماط السلوكية الملاحظة بمعنى أن يكون هناك شخص فعلي يكون سلوكه قدوة يقتدي به من يلاحظه، أي أن الفرد قد يتعلم في موقف ما سلوك ما حتى ولو لم يظهر هذا السلوك المتعلم من خلال الملاحظة بصورة فورية لكنه يؤدي هذا السلوك في ظروف مستقبلية بصورة لا نستطيع معها إلا أن نستنتج بأنه قد تعلم بالفعل من الموقف السابق ولهذا نكون أمام عملية إدراكية معرفية. (كامل، 2000)

طرق تعلم وتحسين المهارات الاجتماعية:

هناك العديد من الأساليب والفنيات المستخدمة في تحسين المهارات الاجتماعية منها ما يلي:

- 1- **لعب الدور أو أداء الدور:** ويتضمن أداء الدور منهجاً آخر من مناهج التعلم الاجتماعي يدرّب فيه الطفل (المسترشد) بمقتضاه على تمثيل جوانب من المهارات الاجتماعية حتى يتقنها وإجراء هذا الأسلوب يطلب المرشد من الطفل (المسترشد) الذي تنقصه المهارات الاجتماعية أن يؤدي دوراً مخالفاً لشخصيته أو أن يقوم بأداء دور طفل جريء، ويطبق هذا الأسلوب بتشجيع الطفل على تبادل الأدوار بالتدريب على المهارات الاجتماعية.
- 2- **النمذجة:** ويقصد بها إتاحة نموذج سلوكي مباشر (فرد) للمسترشد أو الطفل حيث يكون الهدف هو توصيل معلومات حول النموذج السلوكي المعروض للطفل بقصد إحداث تغيير ما في سلوكه أو إكسابه سلوكاً جديداً.
- 3- **التدريب على توكيد الذات:** ويهدف هذا الأسلوب إلى مساعدة المسترشدين في التعبير عن مشاعرهم وأراءهم تعبيراً مباشراً وبأسلوب مقبول اجتماعياً، وتساعد التوكيدية على تحقيق أكبر قدر ممكن من الفاعلية والنجاح عندما يدخل المسترشد في علاقات اجتماعية مع الآخرين فلا يكون ضحية لموقف خاطئ من صنع الآخرين ودوافعهم في مثل هذه المواقف.
- 4- **التدريب على حل المشكلات:** تساعد هذه التقنية المسترشدين الذين يفنقرون لمهارات حل المشكلات، وتهدف إلى مساعدتهم عن طريق تعليمهم سلسلة من الخطوات التي تساعدهم على المضي في التفكير السليم عند مواجهة المشكلات المختلفة، كما يهدف هذا الأسلوب إلى مساعدتهم على التأقلم مع مشكلاتهم بطريقة بناءة وأكثر فاعلية.
- 5- **التغذية الراجعة:** وتقدم للفرد بعد أن يمارس السلوك ويجب أن تكون التغذية الراجعة إيجابية تصحيحية وذلك بإخباره بالخطوات الناجحة وكذلك بالخطوات الفاشلة وكيفية تعديلها.
- 6- **التعزيز:** ويتضمن مدح المسترشد والثناء عليه في كل خطوة يتقدم فيها نحو إتقان السلوك المطلوب.

7-الواجبات البيئية: وتتضمن عملية تشجيع المسترشدين على تطبيق السلوك الذي تعلمه في مواقف حياتية متنوعة.(عبد الرحمن، 2018)، (راشد وآخرون، 2014)، (الحميضي، 2004) وهناك بعض الشروط لاكتساب المهارات بشكل عام ومنها النضج الجسمي أو العصبي المناسب، والاستعداد لتعلم المهارة، والرغبة الشديدة في تعلم المهارة، والتشجيع الدائم على اكتساب المهارات والأداء السليم والتدريب اللازم، والقدوة أو النموذج السليم، والتقليد أو النقل الصحيح عن النموذج، والإرشاد والتوجيه المناسب في اكتساب المهارة، والتركيز، والانتباه خلال التدريب النموذج، والإرشاد والتوجيه المناسب في اكتساب المهارة والتركيز والانتباه خلال التدريب والإشراف على الفرد خلال أداء المهارة. (فرحات، 2014)

الدراسات السابقة:

نظرا لندرة الدراسات التي تبحث في موضوع دراسة الباحث والذي يتمثل في التعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لذوي الإعاقة السمعية في إطار خطة لدمجهم في المجتمع، فقد تعذر على الباحث كتابة بعض الدراسات السابقة.

إجراءات الدراسة:

منهج الدراسة: وللإجابة عن تساؤلات هذه الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج المناسب للدراسات التي تهدف إلى دراسة الظاهرة كما هي في الواقع. **مجتمع الدراسة:** ويتكون مجتمع الدراسة من جميع معلمي ذوي الإعاقة السمعية في مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس، ومركز إياد لتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة بمدينة العجيلات والبالغ عددهم (30) معلم ومعلمة.

عينة الدراسة: حيث تم اختيارها عن طريق تواصل الباحث مع عدد من معلمي ذوي الإعاقة السمعية في مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس، ومركز إياد لتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة بمدينة العجيلات ، وقد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة.

العينة الاستطلاعية: وتتمثل في عدد (10) من معلمي ذوي الإعاقة السمعية في مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس، ومركز إياد لتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة بمدينة العجيلات.

العدد	العينة الاستطلاعية
5	ذكور
5	إناث
10	العدد الإجمالي

الجدول رقم (1) يوضح توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية

العينة الفعلية: وتتمثل في عدد (20) من معلمي ذوي الإعاقة السمعية بمركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس، ومركز إيداد لتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة بمدينة العجيلات.

النسبة المئوية	العدد	عينة الدراسة
50%	10	ذكور
50%	10	إناث
100%	20	العدد الإجمالي

الجدول رقم (2) يوضح توزيع عينة الدراسة الفعلية تبعا لمتغير الجنس

والجدول التالي يوضح توزيع عينة الدراسة الفعلية تبعا لمتغير المؤسسات التعليمية

النسبة المئوية	العدد	المؤسسات التعليمية
50%	10	مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس
50%	10	مركز إيداد لتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة بالعجيلات
100%	20	العدد الإجمالي

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

أداة الدراسة:

وتتمثل أداة الدراسة في الاستبانة (إعداد الباحث) حيث اشتملت الاستبانة على عدد (20) فقرة.

صدق وثبات أداة الدراسة:

صدق المحكمين: تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة

لإبداء الرأي في فقراتها بعدد (5) محكمين وتم أخذ آرائهم بعين الاعتبار.

صدق الاتساق الداخلي: تم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية قوامها (10) من معلمي ذوي

الإعاقة السمعية بمركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس، ومركز إيداد لتأهيل ذوي

الاحتياجات الخاصة بمدينة العجيلات، وتم استخدام معامل الارتباط بيرسون في حساب مدى

ارتباط كل عبارة بأداة الدراسة، فكانت النتائج كالتالي:

رقم العبارة	معامل الارتباط بيرسون	الدالة الإحصائية
1	0.844	0.01
2	0.836	0.01
3	0.775	0.01
4	0.752	0.01
5	0.821	0.01
6	0.741	0.01
7	0.784	0.01
8	0.827	0.01
9	0.759	0.01
10	0.766	0.01
11	0.744	0.01
12	0.869	0.01
13	0.783	0.01
14	0.821	0.01
15	0.773	0.01
16	0.864	0.01
17	0.752	0.01
18	0.817	0.01
19	0.789	0.01
20	0.772	0.01
معامل الارتباط الكلي	0.794	0.01

الجدول رقم (4) يوضح مدى ارتباط كل عبارة بالاستبانة باستخدام معامل الارتباط بيرسون

من خلال نتائج الجدول السابق تبين لنا أن معاملات ارتباط العبارات بالاستبانة التي تتبعها كانت جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01)، مما يؤكد على أن جميع عبارات الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة من الصدق الداخلي.

ثبات أداة الدراسة:

ولحساب ثبات الاستبانة تم استخدام كلا من:-

معامل الثبات ألفا كرونباخ:- تم استخدام معامل الثبات (الفكرونباخ) لحساب ثبات الاستبانة وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) للبيانات التي تم الحصول عليها من العينة الاستطلاعية كما هو موضح بالجدول التالي:-

عدد فقرات الاستبانة	معامل الثبات ألفا كرونباخ	الدلالة الإحصائية
20 فقرة	0.847	دال إحصائيا

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

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

بطريقة التجزئة النصفية:- تمت تجزئة عبارات الاستبانة إلى نصفين العبارات الفردية في مقابل العبارات الزوجية، وتم استخدام معامل ارتباط بيرسون في حساب مدى الارتباط بين النصفين وجرى تعديل الطول بمعامل سبيرمان وبراون وبمعامل حساب جتمان كما هو موضح بالجدول التالي:-

عدد فقرات الاستبانة	معامل بيرسون	معامل جتمان	معامل سبيرمان وبراون
20 فقرة	0.794	0.832	0.852

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

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق نستطيع القول بأن الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات.

جمع البيانات: تم جمع البيانات عن طريق الاستبانة، حيث تم إرسالها ورقيا لعدد من معلمي ذوي الإعاقة السمعية بمركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس، ولعدد من معلمي مركز إيااد لتأهيل

ذوي الاحتياجات الخاصة بمدينة العجيلات، وتم إرجاع عدد (20) استبانة من عدد (30) استبانة موزعة.

تحليل البيانات: ولتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها، قام الباحث باستخدام برنامج تحليل البيانات الإحصائية (SPSS) لمعالجة البيانات الإحصائية، وقد استخدم الباحث لذلك الأساليب الإحصائية الآتية: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، والوزن النسبي، والنسبة المئوية، والتوزيع التكراري، واختبار (ت).

نتائج الدراسة:

نتائج السؤال الأول:

والذي ينص على: ما دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لذوي الإعاقة السمعية؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب الأوزان النسبية لكل فقرة من فقرات هذه الاستبانة، فكانت النتائج كالتالي:

الرتبة	درجة التوافق	الوزن النسبي	العبارات
5	كبيرة جدا	%87	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية المهارات الاجتماعية للطلبة الصم وضعاف السمع.
8	كبيرة	%83	يزيد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانية فرص التواصل لدى الطلبة الصم وضعاف السمع في ما بينهم.
4	كبيرة جدا	%88	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيل الكثير من المشكلات الاجتماعية لدى الطلبة الصم وضعاف السمع.
11	كبيرة	%80	يزيد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قدرات الطالب الأصم وضعيف السمع على التعبير عن نفسه.
6	كبيرة جدا	%86	تعوض مواقع التواصل الاجتماعي بعض الجوانب التي يفتقدها الطالب الأصم وضعيف السمع اجتماعيا.
12	كبيرة	%79	تعزز مواقع التواصل الاجتماعي المهارات الاجتماعية لدى الطالب الأصم وضعيف السمع.
13	كبيرة	%78	تقلص مواقع التواصل الاجتماعي المسافات بين المعلم والطالب.

الرتبة	درجة التوافق	الوزن النسبي	العبارات
9	كبيرة	%82	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على مد جسور التواصل بين الطلبة الصم وضعاف السمع والاسوياء .
10	كبيرة	81	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على زيادة الثقة بالنفس.
2	كبيرة جدا	%90	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على زيادة رغبة الطالب الأصم وضعيف السمع في التواصل مع الآخرين
14	كبيرة	%77	يعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أحد الأساليب التربوية الهامة لتعليم ذوي الإعاقة السمعية.
16	كبيرة	%75	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تزيل كل الحواجز أمام الطالب الأصم وضعيف السمع التي تمنعه من التعامل مع الآخرين.
1	كبيرة جدا	%91	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساعد على تكوين صداقات جديدة.
15	كبيرة	%76	تحفز مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل .
3	كبيرة جدا	%89	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة لتبادل المعلومات والتعرف على أشخاص جدد.
7	كبيرة	%84	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على دمج الصم وضعاف السمع في مجتمعاتهم
17	كبيرة	%%73	تزيد مواقع التواصل الاجتماعي من الخبرات الاجتماعية لدى فئة الصم وضعاف السمع.
18	متوسطة	%67	تقلل مواقع التواصل الاجتماعي من العزلة والانطوائية لدى الأطفال الصم وضعاف السمع.
20	متوسطة	%60	تزيد مواقع التواصل الاجتماعي من تواصل الصم وضعاف السمع مع بيئتهم المحيطة بهم.

الرتبة	درجة التوافق	الوزن النسبي	العبارات
19	متوسطة	63%	تقلل مواقع التواصل الاجتماعي من الرهاب الاجتماعي لدى الأطفال الصم وضعاف السمع.
	كبيرة	79.45%	الوزن النسبي العام

الجدول رقم (7) يوضح الأوزان النسبية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق نلاحظ توافق كبير لأفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة، والتي تهدف للتعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لذوي الإعاقة السمعية في إطار خطة لدمج هذه الفئات في المجتمع، وبوزن نسبي عام بلغ (79.45%) حيث جاءت استجابات أفراد عينة الدراسة الأكثر ارتفاعاً على فقرات الاستبانة كالآتي:-

- **العبارة الثالثة عشر:** (استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساعد على تكوين صداقات جديدة) حيث جاءت استجابات أفراد عينة الدراسة بالموافقة على هذه العبارة وبدرجة كبيرة جداً، وبوزن نسبي بلغ (91%) لتأتي هذه العبارة في المرتبة (الأولى) من حيث درجة التوافق.
- **العبارة العاشرة:** (تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على زيادة رغبة الطالب الأصم وضعيف السمع في التواصل مع الآخرين) حيث جاءت استجابات أفراد عينة الدراسة بالموافقة على هذه العبارة وبدرجة كبيرة جداً، وبوزن نسبي بلغ (90%) لتأتي هذه العبارة في المرتبة (الثانية) من حيث درجة التوافق.
- **العبارة الخامسة عشر:** (تعمل مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة لتبادل المعلومات والتعرف على أشخاص جدد) حيث جاءت استجابات أفراد عينة الدراسة بالموافقة على هذه العبارة وبدرجة كبيرة جداً، وبوزن نسبي بلغ (89%) لتأتي هذه العبارة في المرتبة (الثالثة) من حيث درجة التوافق.

نتائج السؤال الثاني:

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

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكور	10	1.88	0.26	0.49	33	0.02
إناث	10	1.53	0.44			

الجدول رقم (8) يوضح استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لتحديد مستوى الفروق في

استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس

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

نتائج السؤال الثالث:

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

المؤسسات التعليمية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس	10	1.78	0.16	0.46	29	0.02
مركز إياد لتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة بالعجيلات	10	1.43	0.34			

الجدول رقم (9) يوضح استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لتحديد مستوى الفروق في

استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية

يتضح من النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية لصالح مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس.

الاستنتاجات:

بعد الإبحار عميقا في فصول هذه الدراسة نستنتج:

- 1- وجود توافق كبير لأفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة والتي تهدف إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية المهارات الاجتماعية لذوي الإعاقة السمعية.
- 2- تلعب وسائل الإعلام الحديثة دورا هاما في زيادة التواصل الاجتماعي، وتكوين صداقات جديدة، وزيادة الثقة بالنفس، وزيادة القدرة على التعبير عن النفس، وتخطى كل الحواجز التي تمنع عن التواصل مع الآخرين، والمساعدة في التخلص من كل المشكلات الاجتماعية التي قد تواجه الصم وضعاف السمع التي انبثقت عن إصابتهم بهذه الإعاقة.
- 3- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس (ذكور/ إناث) لصالح الذكور.
- 4- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية لصالح مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس.

التوصيات:

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

- 1- الاهتمام بفئة الصم وضعاف السمع وخصوصا من الناحية الاجتماعية.
- 2- توعية أفراد المجتمع بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة في الجانب الاجتماعي، عن طريق بث المحاضرات التوعوية، والندوات، والبرامج المرئية، والمسموعة، والمقروءة، والتنويه على الاضرار الناجمة عن سوء الاستخدام وسلبيات استخدام هذه المواقع وكيفية التغلب عليها وتلافيها.
- 3- مراقبة الأبناء وحمايتهم من المواقع الاجتماعية الغير مأمونة، ومتابعتهم بشكل مستمر.
- 4- تنبيه التلاميذ الى مضار مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية عدم الوقوع فيها.
- 5- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعليم الصم وضعاف السمع لما فيه من فوائد جمة تعود على الطالب، والمعلم، والعملية التعليمية ككل.

المقترحات:

يقترح الباحث:

- 1- يقترح الباحث إجراء العديد من الدراسات التي تبحث في موضوع الدراسة بشكل أكثر دقة وأكثر تعمقا.

2- على المسؤولين والقائمين على فئة الصم وضعاف السمع أخذ نتائج هذه الدراسة ونتائج الدراسات السابقة والتي ستليها بعين الاعتبار ووضعها في إطار البحث.
3- تكوين عدد من اللجان العلمية والمتخصصة في كل مجال على حدة لوضع كافة الحلول الممكنة لمعالجة كل تلك المشكلات التي تحول دون السماح للطفل الأصم وضعيف السمع من التواصل والتفاعل مع الآخرين بشكل جيد.

المراجع والمصادر:

أولاً: المراجع العربية:

- 1-النوبي، علي محمد (2010) إدمان الإنترنت في عصر العولمة، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 2-الخطيب، جمال (2021) استخدامات التكنولوجيا في التربية الخاصة، عمان: دار وائل للطباعة والنشر.
- 3-الدبيسي، عبد الكريم علي، والطاهات، زهير ياسين (2013) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 40 (1)، 66-81.
- 4-المقداوي، خالد (2012) ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع.
- 5-الدليمي، عثمان (2019) مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، الأردن، دار غيداء للنشر والتوزيع.
- 6-الجزار، هالة حسن (2014) دور المؤسسة التربوية في غرس قيم المواطنة الرقمية تصور مقترح، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، 56 (3)، 385-418.
- 7-الحازمي، مرام حامد (2021) مستوى الوعي بقيم المواطنة الرقمية لدى طلبة المرحلة المتوسطة والثانوية في المدينة المنورة، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، (1015)، 71-123.
- 8-الزازان، سارة عبد العزيز (2014) العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعزلة الاجتماعية لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية.

- 9-السرحان، هائل، ومشاقبة، عهد، وسلامة، محمد، ودرابكة، محمد (2016) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي دراسة تطبيقية على طلبة جامعة آل البيت، 2015 - 2016، مجلة المنارة للبحوث والدراسات (422)، 193-260.
- 9-النظيمي، عودة مصطفى، وشعنت، رزق عبد المنعم (1997) سيكولوجية ذوي الاحتياجات الخاصة مقدمة في التربية الخاصة، غزة، مطبعة المقداد، ص: 17.
- 10-العزة، سعيد حسني (2001) الإعاقة السمعية واضطرابات الكلام والنطق واللغة، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 11-ابو النصر، مدحت (2005) الإعاقة السمعية، المفهوم، الأنواع، وبرامج الرعاية.
- 12- القريطي، عبدالمطلب (1996) سيكولوجية ذوي الاحتياجات الخاصة وتربيتهم، القاهرة، الفكر العربي، ص: 137-138.
- 13-ابن المنظور (1981) لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، الجزء الرابع.
- 14- الخطيب، جمال (1998) مقدمة في الإعاقة السمعية، دار الفكر للنشر، ص: 35-39.
- 15- الزريقات، إبراهيم عبد الله فرج (2009) الإعاقة السمعية مبادئ التأهيل السمعي والكلامي والتربوي، دار الفكر، عمان.
- 16- الزريقات، ابراهيم.(2017) التكنولوجيا المساندة في التربية الخاصة المبادئ والممارسات، دار وائل للنشر.
- 17- العذرة، إبراهيم.(2016) التحديات التي تواجه الطلبة ذوي الإعاقة في الجامعة الأردنية، دراسة ميدانية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (43) ملحق (5).
- 18- الشخص، عبد العزيز.(1992) دراسة لكل من السلوك التكيفي والنشاط الزائد لدى عينة من الأطفال المعاقين سمعياً وعلاقتهم بأسلوب رعاية هؤلاء الأطفال، المؤتمر السنوي الخامس للطفل المصري، جامعة عين شمس، ص: 23-24.
- 19- الحميضي، أحمد.(2004) فاعلية برنامج سلوكي لتنمية بعض المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال المتخلفين عقليا القابلين للتعلم، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- 20- الوهيدة، فلاح.(2007) فاعلية برنامج إرشادي قائم على نظرية التعلم الاجتماعي في تنمية المهارات الاجتماعية وخفض العنف لدى طلبة المرحلة الثانوية العامة بدولة الكويت، أطروحة دكتوراة غير منشورة، كلية العلوم التربوية والنفسية، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.
- 21-الدردير، عبد المنعم.(2005) الجوانب الاجتماعية في التعليم المدرسي، عمان، عالم الكتب.

- 22- أبو زيد، لمياء شعبان (2019) فاعلية برنامج مقترح في إدارة المنزل واقتصاديات الأسرة قائم على تطبيق الواثس آب لتنمية الوعي الاقتصادي وبعض مهارات إدارة الوقت لدى طلاب جامعة القصيم، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، 35 (4)، 304-344.
- 23- إسماعيل، سلمى عزت، وتوفيق، فيفي أحمد، ومحمد، إيمان عبد الرحمن (2019) الانعكاسات التعليمية والأخلاقية للهواتف الذكية وأثرها على طلاب التعليم الثانوي العام والصناعي الثقافة والتنمية، 19 (136) 78-39.
- 24- أبو صوي، ساجدة (2019) وسائل الإعلام والتواصل الحديثة شبكة المعلومات العنكبوتية، على الرابط: <https://mawdoo3.com>
- 25- أبو شندي، يوسف. (2015) الشعور بالوحدة النفسية وعلاقتها بسمات الشخصية لدى عينة من طالبات جامعة أم القرى، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، السعودية.
- 26- ابو منصور، حنان. (2011) الحساسية الانفعالية وعلاقتها بالمهارات الاجتماعية لدى المعاقين سمعياً في محافظات غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين.
- 27- جمعة، عبلة بساط. (2009) مهارات التربية النفسية لفرد متوازن وأسرته متماسكة، ط3، بيروت، دار المعرفة.
- 28- حسونة، أمل. (2007) المهارات الاجتماعية لطفل الروضة القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- 29- حامد، محمود (2021) مشكلات تطبيق مناهج التعليم العام على طلاب ذوي الاحتياجات الخاصة (الصم وضعاف السمع) من وجهة نظر معلمهم بمنطقة عسير، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، ع (10)، مج (36).
- 30- خليفة، إيهاب (2016) حروب مواقع التواصل الاجتماعي، الأردن، دار المنهل للنشر والتوزيع.
- 31- راشد عدنان، وكعيد حسين. (2014) أثر برنامج تدريبي في تنمية بعض المهارات الاجتماعية للمعاقين حركياً، مجلة كلية التربية الأساسية، (94)، 751-794.
- 32- سراج الدين، أسماء (2009) تأهيل المعاقين، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص:150.
- 33- سلامة، مشيرة فتحي. (2013) الانتباه والمهارات الاجتماعية لدى الأطفال ذوي صعوبات التعلم، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

- 34- شوفي، طريف. (2003) المهارات الاجتماعية والاتصالية، دراسات وبحوث تربوية القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر.
- 35- شقرة، على خليل (2014) الإعلام الجديد، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 36- صديق، محمد (2001) سيكولوجية الطفل المعاق سمعياً وأساليب تواصله مع الآخرين، مجلة علم النفس، ع (57)، ص: 6- 25.
- 37- عبيد، ماجدة السيد (2000) السامعون بأعينهم، دار الصفا للنشر، عمان، الأردن، د.ط.
- 38- عامر، طارق عبدالرؤوف، ومحمد، ربيع (2008) الإعاقة السمعية مفهومها أسبابها تشخيصها، القاهرة، دار طيبة للنشر، ص: 3
- 39- عبد الواحد، محمد (2001) الإعاقة السمعية وبرنامج إعادة التأهيل العين، دار الكتاب.
- 40- عبد الله، أفنان محمد، والحبیب، حلیمة (2018) اتجاهات المرأة السعودية نحو التسوق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2 (9) 1-39.
- 41- عبد الرحمن، ولاء أحمد. (2018) فاعلية برنامج سلوكي معرفي في تحسين مستوى المهارات الاجتماعية. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- 42- عبد الله، معتز. (2000) بحوث في علم النفس الاجتماعي والشخصية، دار غري للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- 43- فرحات، سعاد مصطفى. (2014) أهمية المهارات الاجتماعية في تعديل السلوك العدوانى لطفل من ذي الإعاقة البصرية، المجلة الجامعة، 16 (1) 93-118.
- 44- فرحات، سعاد مصطفى. (2008) مدي فاعلية التدريب على المهارات الاجتماعية في تعديل السلوك العدوانى لدى الطفل الكفيف بالجمهورية الليبية، رسالة دكتوراة، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة.
- 45- فتحي، عبد الرحيم (1990) سيكولوجية الأطفال الغير عاديين، دار القلم للنشر والتوزيع، الكويت، ط 4.
- 46- كامل، سهير أحمد. (2003) سيكولوجية الشخصية، الإسكندرية، مركز الاسكندرية للكتاب.
- 47- كامل، سهير أحمد. (2000) أسس تربية الطفل، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
- 48- كمال، طارق (2007) الإعاقة الحسية المشكلة والتحدى، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ص: 127.
- 49- موسى، نعمات عبدالمجيد (2012) الإعاقة السمعية، مكتبة المتنبى للطباعة والنشر: عمان.

50-رنصار، أنور شحادة (2016) واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة كليات التربية بجامعة غزة ودورها في تعزيز الهوية الثقافية، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، فلسطين، 6 (1)، 161-185.

51-هتيمي، حسين محمود (2015) العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، دار أسامة للنشر.

52-وهبة، هدى. (2010) المهارات الاجتماعية وعلاقتها بأعراض الوحدة النفسية لدى المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، مصر.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1-Abbott, J (2017) Introduction: Assessing the social and political impact of the internet and new social media in Asia, J, Contempt, Asia 43, 579-590, doi: 10.1080/00472336.2013.785698

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

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

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

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

6-Hughes,P (2000) The relation ship of degree of hearing loss to social emotional impact and educational needs. CAEDHH journal – la revue ACESM. Vol: 24, No: 2-3.

- 7-Silvestre, Nuria, Ramspott, Anna, Pareto, Irenka. (2007) Conversational Skill in a Semi structured Interview & Self-Concept in Deaf Students, Journal of Deaf Studies & Deaf Education, 12 (1), PP:38-5.
- 8-WA moto, D, & Chun, H (2020) The emotional impact of social media in higher education, Int, J, High, Educ, 9, 239-247. doi: 10.5430/ijhe.

تبني استخدام أساليب تقنية الاتصال الحديثة في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية

دراسة ميدانية على مصلحة الأحوال المدنية – إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي

د. سالم محمد سالم .. كلية الإعلام .. جامعة بنغازي .. ليبيا

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أساليب تقنية الاتصال الحديثة وانعكاساتها في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية، وذلك من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي وأساليب الممارسة المسحية للعيينة الممثلة لمجتمع الدراسة بالاعتماد على العينة العشوائية البسيطة، هذا وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تؤكد على أهمية وضرورة دور تقنيات الاتصال الحديثة في تحسين جودة الأعمال الإدارية لمهنة العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية، وأن لها دوراً كبيراً في تسيير العمليات الإدارية بخطوات إيجابية كما قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات التي ستثري البحوث العلمية المستقبلية في هذا المجال.

الكلمات المفتاحية: تقنية الاتصال الحديثة، الأداء المهني، العلاقات العامة.

Abstract

This study aims to shed light on modern communication technology methods and their reflections in improving the professional performance of public relations within government institutions, by relying on the descriptive approach and survey practice methods for the sample representing the study community based on the simple random sample. The study reached a set of results that confirm the importance and necessity of the role of modern communication technologies in improving the quality of administrative work for the public relations profession

within government institutions, and that it has a major role in running administrative processes with positive steps. The study also presented a set of recommendations that will enrich future scientific research in this field.

Keywords: Modern communication technology, professional performance, public relations.

المقدمة

استطاع العصر الرقمي وإحداث تغييرات عميقة ومتسارعة في مهام ووظائف مهنة العلاقات العامة والأساليب التي تعمل به، فقد خلقت هذه التقنيات أدوات جديدة على الشبكة العنكبوتية كوسائل التواصل الاجتماعي حيث تحتل العلاقات العامة أهمية بالغة في النظم الإدارية الحديثة وتسد إليها أدوار حيوية تتعلق بإبراز الصور المشرفة للمؤسسة، وما تقدمه من خدمات للمجتمع.

فالعلاقات العامة عبارة عن حلقة وصل داخل المؤسسة لتفعيل الأنشطة داخلها وخارجها.

ومن هذا المنطلق يتضح لنا أهمية استخدام أساليب تقنية الاتصال الحديثة لممارسي مهنة العلاقات العامة داخل أي مؤسسة حكومية نظراً لما تقدمه من مزايا متنوعة تساهم في تفعيل دور العلاقات العامة من خلال قدرة هذه التقنيات على التعرف على وجهة نظر وردود أفعال الجماهير اتجاه الرسائل التي تبثها عبر مواقع المؤسسة التي تنتجها تقنيات الاتصال الحديث في أي وقت وفي أي مكان دون الالتزام بوقت محدد.

إن تطور العلاقات العامة بفعل تقنية الاتصال الحديث والتغيرات التي طرأت على ممارسي مهنة العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية والتي تمثلت في تطوير شكل الاتصال وتطور الأهداف الخاصة بالعلاقات العامة في احتواء الأزمات قبل وقوعها في طرق إعداد البرامج

الاتصالية وحجم التغطية الإعلامية والاستماع إلى آراء الجماهير وأفعالها، فمن حيث الممارسة اتجهت ممارسة العلاقات العامة من الاتصال الأحادي الاتجاه الهادف إلى إعلام وإقناع الجماهير إلى اتصال ثنائي الاتجاه، وهذا التطور يتم عبر أساليب التقنية الحديثة لمهنة العلاقات العامة⁽¹⁾.

مشكلة البحث

ظهرت الحاجة إلى معرفة العلاقة بين أساليب تقنية الاتصال الحديثة وأداء العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية بالتركيز على أهمية تطوير مهنة العلاقات العامة من خلال أساليب تقنية الاتصال الحديثة خصوصاً أن نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية يقوم أساساً على عملية متكاملة أساسها الاتصال حيث تركز العلاقات العامة في نشاطها الاتصالي على نشر المعلومات للجماهير التي تتعامل معها بمختلف فئاتها.

لذا فإن استخدام تقنيات الاتصال الحديثة من شأنها أن يؤثر بشكل أو بآخر في تطوير وتحسين الأداء بالمؤسسات الحكومية⁽²⁾ حتى تحقق العلاقات العامة المتطورة أهدافها الاتصالية التي خلقت من أجلها في المؤسسات كان إلزاماً عليها مواكبة واستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة وإدراك طبيعة هذه التكنولوجيا على مستوى أداء ممارسي الوظيفة وأداء المنظمة، والعمل على تطوير هذا الأداء داخل الهيكل التنظيمي الإداري حيث الاستعانة بتقنية الاتصال الحديثة لم يعد خياراً أمام المؤسسات الحكومية بل هو شرط أساسي لنجاحها⁽³⁾.

ومن هنا تكمن مشكلة الدراسة في كيفية استخدام تقنية الاتصالات الحديثة في تطوير الأداء المهني ومهام العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية.

1- فواده البكري (2014) العلاقات العامة وتغير ثقافة المنظمات، مصر، ص15.
1-محمد عبد الله اليبوي (2011) استخدام التقنيات الحديثة في العلاقات العامة، مصر، ص1.
2- إيمان فتحى حسين (2021) تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء العاملين بالمؤسسات الحكومية، السعودية، ص89.

وبالتالي وطبقاً لما سلف ذكره تتجلى مشكلة البحث بوضوح في تبيان أهمية تبني استخدام تقنية الاتصال الحديثة في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية "دراسة ميدانية على مصلحة الأحوال المدنية... إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي".

أهمية البحث

نظراً للمكانة والأهمية الكبيرة التي تحتلها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في أي مؤسسة كانت خدمية أو استهلاكية أو فكرية تتبع أهمية هذا البحث في النقاط التالية:

1. تكمن أهمية هذا البحث في الكشف عن مدى تبني استخدام تقنية الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي لمهنة العلاقات العامة داخل مصلحة الأحوال المدنية . إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي.

2. النظر إلى ما يحدث من تطورات سريعة في التقنية الاتصالية الحديثة والتي أدت بدورها إلى تغيرات في أداء ممارس العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية.

3. تقديم التوصيات التي من شأنها أن تسهم في زيادة وعي ومعرفة ممارسي مهنة العلاقات العامة بأهمية استخدام تقنية الاتصال الحديثة في تطوير العمل الإداري داخل مصلحة الأحوال المدنية . إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي.

أهداف البحث

تتلخص أهداف البحث في التالي:

1. معرفة مدى تأثير تقنية الاتصال الحديثة في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة داخل مصلحة الأحوال المدنية . إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي.

2. التعرف على معدل استخدام تقنية الاتصال الحديثة في إنجاز مهام العلاقات العامة داخل مصلحة الأحوال المدنية . إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي.

3. الوقوف على التحديات والصعوبات التي تواجهها مهنة العلاقات العامة في ظل التطورات الهائلة لتقنيات الاتصال الرقمي.

4. التعرف على مدى قبول الموظفين داخل المؤسسة لاستخدام أساليب تقنية الاتصال الحديثة في تطوير العمل الإداري لمهنة العلاقات العامة.

تساؤلات البحث

يمكن حصر تساؤلات البحث في التساؤلات التالية:

1. ما مدى تأثير تقنية الاتصال الحديثة في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة ومصلحة الأحوال المدنية . إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي؟

2. ما هي معدلات استخدام تقنية الاتصال الحديثة في إنجاز مهام العلاقات العامة داخل مصلحة الأحوال المدنية . إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي؟

3. ما مدى الصعوبات والتحديات التي تواجهها مهنة العلاقات العامة في ظل التطورات الهائلة لتقنيات الاتصال الرقمي؟

4. ما مدى معرفة قبول الموظفين داخل المؤسسة لاستخدام أساليب تقنية الاتصال الحديثة في تطوير العمل الإداري لمهنة العلاقات العامة.

التعريف الإجرائي للمفاهيم الواردة في عنوان البحث:

- تقنية الاتصال الحديثة

يمكن الإشارة إلى أن تقنية الاتصال الحديثة هي تلك الأدوات والأجهزة أو المعدات التي تنقل المعلومات بين الأشخاص، وقد ابتكر البشر على مر العصور العديد من وسائل الاتصال بدءاً من إرسال الإشارات عن طريق الأذخنة وصولاً إلى الهاتف والبريد الإلكتروني.

وتكمن أهمية هذه الوسائل الاتصال الحديثة في عدة محاور أهمها، إمكانية الوصول إلى المواقع الإلكترونية من خلال اتصالها بالإنترنت؛ لتسهيل العمليات التنظيمية الإدارية للمهام المناطة بمهنة العلاقات العامة.

- الأداء المهني

الأداء المهني يعكس الكيفية التي يحقق منها الفرد متطلبات العمل الخاص به، وهو تقييم ما إذا كان الشخص ينفذ وظائفه المناطة به بشكل جيد ومقبول.

ويعتبر الأداء المهني أو الوظيفي عصب الخدمة الاجتماعية لما يمثله من مكانة مهمة في تدعيم الأداء المهني للعلاقات العامة، وذلك من خلال تزويدهم بالمعارف والمهارات والمعلومات المختلفة والأكثر ارتباطاً بأساليب التقنية الحديثة داخل المؤسسات الحكومية وغير الحكومية.

- المؤسسات الحكومية

تُعرف المؤسسات الحكومية بأنها تلك المؤسسات التي تتبع حكومة الدولة القائمة تحت إشرافها وتنفذ سياستها العامة، وتشمل هذه المؤسسات الوزارات والهيئات الحكومية والمجالس والمؤسسات

العامّة والمؤسسات المستقلة وغيرها، وتهدف هذه المؤسسات إلى تقديم الخدمات العامّة، وتنفيذ السياسات العامّة بما يخدم المصلحة العامّة للمواطنين والمجتمع.

- مصلحة الأحوال المدنيّة إدارة الشؤون المحليّة بمدينة بنغازي الكبرى

تعد مصلحة الأحوال المدنيّة " إدارة الشؤون المحليّة بمدينة بنغازي الكبرى إحدى أهم المؤسسات الحكوميّة التابعة للدولة الليبيّة".

حيث تأسست إدارة الشؤون المحليّة بمدينة بنغازي الكبرى بموجب قرار رقم (372) لسنة 2007م الذي نص على إضافة اختصاصات تابعة لمصلحة الأحوال المدنيّة من بين هذه الاختصاصات " إدارة الشؤون المحليّة بمدينة بنغازي الكبرى" وذلك لتقديم خدمات اجتماعية للمواطن الليبي حيث يبلغ عدد الموظفين داخل إدارة الشؤون المحليّة بمدينة بنغازي الكبرى حوالي 3141 موظفاً تقريباً الذين يشغلون المهام الإداريّة داخل مختلف الفروع التابعة لإدارة الشؤون المحليّة بمدينة بنغازي الكبرى.

الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة أداة إرشاد وتوجيه أثناء البحث العلمي، وتساهم في إثراء الدراسة البحثيّة معرفياً من خلاصة تجارب باحثين سابقين، كي تساعد الباحث في وضع ورسم تصورات طريقة خلال إعداد مراحل الدراسة ورسمها بتشكيل خلفية دراسية عن موضوعه البحثي⁽¹⁾.

وفيما يلي يتناول الباحث الدراسات السابقة ذات العلاقة بتبني استخدام أساليب تقنية الاتصال الحديثة في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامّة داخل المؤسسات الحكوميّة.

1- منال زهران، (2023)، المؤسسات الحكوميّة الفلسطينيّة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في أداء موظفيها، فلسطين، ص19.

- الدراسة الأولى: -

دراسة (بداية عقبة سنة 2018) حول دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي

لدى الموظفين

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي أو المهني لموظفي شركة الاتصالات، الجزائر، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الدراسة عينة قوامها (50) مفردة من موظفي شركة الاتصالات، الجزائر، وقد وصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ساهمت بدورها في تغيير طبيعة العمل داخل شركة الاتصالات بالجزائر، وذلك بالاعتماد على تقنية الاتصال الحديثة حيث تم تطوير سياق العمليات التنظيمية الإدارية بالانتقال من الطريقة الكلاسيكية في إنجاز الأعمال الإدارية إلى الطريقة الحديثة المبتكرة والعصرية، وذلك بفضل الاعتماد على تقنية الاتصال الحديثة وتأثيراتها الإيجابية على أداء العاملين داخل مؤسسة الاتصالات بالجزائر⁽¹⁾.

- الدراسة الثانية: -

دراسة (عبير فهمي، 2017) حول أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير

منظومة التعليم المحاسبي

تهدف هذه الدراسة إلى تلبية متطلبات الجودة والاعتماد إلى إلقاء الضوء على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة وكيفية استخدامها في تطوير التعليم المحاسبي وخاصة وسائل التدريس والتواصل مع الطلاب داخل المؤسسات التعليمية حيث استخدمت عينة البحث في

1-بداية عقبة، (دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي، الجزائر، ص98.

مجموعة من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين لوسائل تقنية المعلومات والاتصالات في مجال التدريس المحاسبي.

ومن أهم نتائج الدراسة أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منظومة التعليم المحاسبي حققت العديد من المزايا أهمها إمكانية تلبية متطلبات المعايير الدولية للتعليم المحاسبي ومساعدة الطلاب على تنمية مهاراتهم المعلوماتية (1).

الدراسة الثالثة

دراسة (جابر محمد عبد الموجود، 2016) حول نشاطات العلاقات العامة في ظل المتغيرات

الاتصالية الحديثة

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على تقنية الاتصال الحديثة، ومدى استخدامها في مجال العلاقات العامة، والأغراض التي تستخدم من أجلها، والمزايا التي يمكن أن تحققها ومدى وجود رغبة في استخدام تقنيات جديدة أو حديثة لم تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسة الوصفية حيث قامت على الاعتماد على الدراسات المسحية⁽¹⁾ أساليب الممارسة المسحية⁽²⁾ حيث يتمثل مجتمع البحث من إدارات العلاقات العامة، وتم اختيار العينة بأسلوب العينة الطبقية نظراً لاحتواء مجتمع الدراسة على اختبار ثمان وعشرين جهة تمثلت في (الشركات، والبنوك، والجهات الحكومية، والهيئات العامة).

وتوصلت هذه الدراسة إلى نتائج منها أن القنوات التقليدية كالتلفزيون والاتصال الموجه والمكتبات ووسائل الإعلام المختلفة أهم الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة في الاتصال بجمهورها⁽²⁾.

1- عبير فهمي، (2017)، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير التعليم المحاسبي، مصر، ص10.
2- جابر محمد عبد الموجود، (2001)، نشاطات العلاقات العامة في ظل المتغيرات الاتصالية الحديثة، مصر، ص121-177.

الدراسة الرابعة: -

دراسة (عبد اللطيف العرفي، 2005) وهي بعنوان علاقة الوسائل الإعلامية في العلاقات العامة وكيفية استخدام التقنيات الاتصالية

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على نشاطات الوسائل الإعلامية للعلاقات العامة في أهم الهيئات والوزارات والمنشآت الخاصة في المملكة العربية السعودية، ومدى قدرتها على التعامل الإعلامي والاتصالي وماهية استخدامها للتقنيات الاتصالية المحلية والدولية واستخدام التوجيهات الحديثة.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي حيث يتكون مجتمع البحث من مديري ومشرفي العلاقات العامة، بالإضافة إلى مسؤولي وموظفي الوسائل الإعلامية بأجهزة العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص.

وتوصلت هذه الدراسة إلى نتائج أهمها أن التعامل الإعلامي مع دول العالم مازال يعتمد بشكل كبير على التقنيات والوسائل الإعلامية التقليدية من الصحف، والتلفزيون، والفاكس بنسبة 84% فيما لم يتجاوز استخدام الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة بنسبة قدرها 58%، وتؤكد الدراسة أن القطاع الخاص أكثر استخداماً للتقنيات الحديثة والإنترنت والبريد الإلكتروني من نظيره القطاع العام (1).

التعليق على الدراسات السابقة:

1. لاحظ الباحث من هذه الدراسات السابقة اتفاقها على أهمية استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في تطوير جودة المهام المناطة بمهنة العلاقات العامة.

1-عبد اللطيف العرفي، (2005)، علاقة الوسائل الإعلامية في العلاقات العامة وكيفية استخدام التقنيات الاتصالية، القاهرة، ص453،411.

2. تتفق معظم الدراسات السابقة مع المنهجية البحثية في الدراسة الحالية من حيث منهج البحث المستخدم، وأداة جمع البيانات للدراسة القائمة.

3. أكدت غالبية الدراسات السابقة على مدى تأثير تقنيات الاتصال الحديثة على تحسين الأداء المهني لوظيفة العلاقات العامة من خلال النتائج التي توصلت إليها.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في الدراسات الحالية

1. تحديد إشكالية الدراسة تحديداً دقيقاً بحيث تصاغ الأهداف والتساؤلات وفقاً لهذه المشكلة قيد الدراسة، فكلما كانت المشكلة البحثية محددة بدقة كانت الأهداف والتساؤلات دقيقة أيضاً.

2. ساعدت الدراسات السابقة الباحث في تحديد الأداة البحثية المناسبة في جمع البيانات والمعلومات لما يحقق أهداف الدراسة.

3. أسهمت في اختيار منهجية الدراسة والأداة البحثية المناسبة للبحث والتي تدفع للوصول إلى نتائج علمية سليمة.

3. منحت الدراسات السابقة الباحث إماماً كاملاً وشاملاً بموضوع البحث قيد الدراسة، وذلك بتنوع المصادر والمراجع والكتب العلمية المستخدمة في هذا الحقل.

نوع الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية؛ لأنها ركزت على إيضاح ووصف الظواهر المتعلقة بالجانب البشري، والقضايا المجتمعية، وتعتبر البحوث الوصفية الأكثر شيوعاً واستخداماً في بحوث العلوم الإنسانية لاسيما بحوث الإعلام والاتصال، والتي تهدف إلى شرح وتفسير أفضل

الطرق لاستخدام تقنيات الاتصال الحديثة وانعكاساتها في تحسين الأداء المهني لوظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية.

الدراسات الوصفية

هو منهج لدراسة مشكلات أو ظواهر علمية وتحليلها وتفسيرها عبر المعلومات التي تم جمعها ومن تم وصف المشكلة بالكامل بناء على المعلومات التي توفرت من الباحث وتدوينها في البحث العلمي، الدراسات الوصفية هي أكثر أنواع الدراسات شيوعاً واستخداماً؛ لقدرتها على وصف المشكلة قيد الدراسة بالكامل (1).

منهج البحث:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية والتي تسعى إلى تصوير وتحليل وتقييم خصائص الظاهرة موضوع الدراسة.. يسعى هذا البحث إلى وصف الدور المهني الذي تقوم به العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية، وذلك بالاستعانة بأحدث تقنيات الاتصال المتطورة التي بدورها تعمل على دعم وتطوير العمليات التنظيمية الإدارية لمهام العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية لاستبيان أثر هذه التكنولوجيا الحديثة في زيادة جودة إنجاز المهام المناطة بمقتضى وظيفة العلاقات العامة داخل " مصلحة الأحوال المدنية . إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي الكبرى"، والوصول إلى النتائج المأمولة والإجابات الشافية عن افتراضات هذا البحث العلمي، حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي الكمي الذي يعد نوعاً من أساليب الدراسات المسحية حيث اعتمد الباحث في هذه الدراسة على أسلوب المسح بالعينة نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة المستهدف في هذه الدراسة.

مجتمع البحث والعينة المستخدمة في الدراسة

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة من كافة الموظفين العاملين بمصلحة الأحوال المدنية . إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي الكبرى الذي يبلغ عددهم (3141) موظفاً تقريباً الذين يشغلون

1-سمير حسين، 2010، بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، مصر، جامعة القاهرة، ص97.

المهام الإدارية داخل مختلف الفروع التابعة لإدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي الكبرى حيث اعتمد الباحث في هذه الدراسة على العينة العشوائية، وذلك نظراً لكبر حجم مجتمع البحث والبالغ عددهم (3141) موظفاً وموظفة داخل هذه المؤسسة الحكومية حيث تم اختيار (341) مفردة لتمثيل مجتمع الدراسة وذلك طبقاً لمعادلة (كريجسي ومورجان) عام 1970م لتحديد حجم العينة من مجتمع الدراسة الكلي.

أدوات جمع البيانات

تمثلت أداة الدراسة التي قام الباحث باستخدامها على ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها لجمع البيانات والمعلومات المتمثلة في التالي:

- استمارة الاستبانة

الاستبانة هي أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.

تعد الاستبانة من أكثر الوسائل أو الأدوات شيوعاً واستخداماً لجمع البيانات والمعلومات كما يمكن تحديد مفهوم الاستبانة على أنها إحدى أهم وسائل البحث العلمية المستخدمة من طرف الباحث لجمع معلومات من المبحوثين في شكل استمارة تضم أسئلة لاستنباط حقائق معينة تتعلق بإشكالية محددة ترسل أو تسلم إلى المستجيبين الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة حيث يقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة وإعادتها للباحث لغرض التحليل والتفسير⁽¹⁾.

الإطار المعرفي

مفهوم تقنية الاتصال الحديثة

يعبر مفهوم تقنيات الاتصال الحديثة عن الطريقة التي من خلالها يتم الاتصال بين الأفراد وبعضهم البعض حيث إن هذا التواصل ينتج عنه نقل المشاعر والمعلومات، ويحدث تأثيراً متبادلاً بين جميع الأفراد، وتعد تقنية الاتصال الحديثة من العلوم العصرية نسبياً لمرورها بالعديد من المراحل إلى وصولها لدرجة كبيرة من التطور الذي تشهده اليوم.

1- هوارى سعاد، 2020-2021، أساليب الاستبيان، الجزائر، ص3.

وبناءً على ما سبق يمكن تحديد بعض التعريفات والمفاهيم الخاصة بتقنية الاتصال الحديثة منها على سبيل المثال لا الحصر:

يعتبر مفهوم تقنية الاتصال الحديثة مفهوماً جديداً نسبياً، ويكاد لا يوجد تعريف محدد له حتى الآن، ومع ذلك يمكن وصفه بأنه " القدرة على الوصول إلى مصادر المعلومات المختلفة بأيسر الطرق وأكثرها دقة ومرونة، وبما يوفر الوقت والجهد والنفقات (1) .

تعرف أيضاً تقنية الاتصال الحديثة على أنها أي وسيلة تساعد في نقل المعرفة أو الأفكار بأي شكل كانت في اتجاه واحد أو اتجاهين جماعية كانت أو فردية (2) .

أساليب تقنية الاتصال الحديثة

تعد أساليب تقنية الاتصال الحديثة هي الركيزة الأساسية في نشاطات العلاقات العامة داخل المؤسسات (الإنتاجية، الفكرية، الخدمية)، هذا النشاط هو في الأساس عبارة عن عملية اتصال مع الجماهير وتبادل المعلومات والآراء معها بهدف توثيق العلاقات الطيبة وخلق سمعة جيدة لمؤسسة ما من خلال الوسائل المتاحة.

ويمكن أن تستخدم العلاقات العامة كل الأساليب التقنية الحديثة التي تتناسب مع أنشطتها طبقاً للإمكانات المتوفرة في المجتمع المحلي، ويمكن عرض أهم هذه الأساليب فيما يلي:

1. الحاسب الآلي:

هو عبارة عن آلة إلكترونية مصممة بطريقة تسمح باستقبال البيانات ومعالجتها بحيث يمكن إجراء العمليات البسيطة بسرعة ودقة ... ويتم الحصول على النتائج بطريقة آلية (3) .

2. الإنترنت:

توجد شبكة الإنترنت كجزء من الحياة اليومية في العالم العربي يعد ظاهرة جديدة نسبياً حيث يشكل العالم العربي نسبة 4% من سكان العالم ومع ذلك ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي من 25 مليون نسمة في 2005م أي نحو 50 مليون شخص بحلول نهاية عام 2008م.

1- محمد سعيد العمودي، 2008م، دور تقنيات الاتصالات في تعزيز استخدام الطرق الحديثة، عدن، ص5.

2- بليلا شاوي، 2021م، تقنيات الاتصال، الجزائر، ص104.

3- لبنان هاتف الشامي، 2001م، العلاقات العامة المبادئ والأسس العلمية، عمان، ص86.

والإنترنت هو عبارة عن مجموعة متصلة من شبكات الحاسوب التي تضم الحواسيب المرتبطة حول العالم والتي تقوم بتبادل البيانات فيما بينها بواسطة تبديل الحزم باتباع بروتوكول الإنترنت الموحد.

3. البريد الإلكتروني:

يعد البريد الإلكتروني أبعد وسائل الاتصال الموجهة بالحاسوب والأكثر انتشاراً ففي بعض الشركات يعد البريد الإلكتروني في سبيله إلى أن يحل محل الرسائل الإخبارية والمحلات والبيانات الداخلية⁽¹⁾.

4. المجموعات الإخبارية:

هي عبارة عن مجموعات المناقشة التي يمكن فيها تبادل المعلومات والآراء مع أشخاص من جميع أنحاء العالم، ويتم الوصول إليهم من خلال برنامج لقراءة الأخبار على الإنترنت.. حيث يستطيع ممارس مهنة العلاقات العامة الاستفادة من خاصية المجموعات الإخبارية في توزيع المعلومات للجمهور على أنشطة الشركة وخدماتها، وقد يستخدم لوحات إعلانية على موقع الشركة لغرض تعليقهم على الرسائل والأخبار التي تم نشرها على المواقع الإلكترونية والحصول على التغذية الراجعة للجمهور المستهدف.

5. منتدى العلاقات العامة:

تتلخص فكرة المنتدى في كونه موقعا لتبادل الرسائل والحوارات بين المشتركين في هذا المنتدى، وعادة ما تقسم هذه المنتديات إلى أقسام بهدف تصنيف المجالات التي يدور فيها الحوار.

6. الدردشة:

وهي من أنواع الاتصال المتزامن حيث يمكن أن تكتب وتقرأ وتسمع في بعض البرامج والرسائل في الوقت نفسه، ويمكن من خلال بعض البرامج التحدث إلى عدد كبير من الأفراد في وقت واحد.

7. الرسائل الفورية:

تعد الرسائل الفورية من التطبيقات الحديثة العامة حيث يجب على موظف العلاقات العامة حيث يجب على موظف العلاقات العامة أن يبقى هذا البرنامج نشطاً دائماً، وتعد هذه الرسائل من

1-فريال مهنا، 2002م، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دمشق، ص297.

أساليب الاتصال الجيدة لموظفي العلاقات العامة حيث تسمح له بالاتصال المباشرة مع الطرف الآخر في اللحظة نفسها.

8. شبكة الويب:

تعد شبكة الويب من أهم التطورات التي حدثت في شبكة الإنترنت، ويعرف الويب على أنه من برامج استقطاب لملايين المستخدمين على الشبكة، وهو برنامج معالج النصوص ويتيح هذا الأسلوب البحث في وسائط متعددة داخل شبكة الإنترنت.

مفهوم العلاقات العامة

العلاقات العامة وظيفة ذات أهمية بالغة لمؤسسة حيث تعمل على توثيق العلاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي لخلق صورة طيبة في أذهان الجمهور وفق التعامل الإنساني والأخلاقي السليم من خلال وسائل الاتصال والإعلام المتاحة⁽¹⁾.

لذلك يمكن تعريف العلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية متميزة تساعد على خلق وبناء دعم بقاء الاتصال الفعال والفهم المتبادل والموافقة والتعاون المشترك بين المؤسسة وجمهورها الداخلية والخارجية، وتعمل على حل المشكلات التي تواجه الإدارة وإمدادها بتقارير مستمرة من المعلومات والبيانات مما يجعلها متجاوبة مع الرأي العام، وتحدد وتؤكد مسؤولية الإدارة اتجاه اهتمامات الجماهير، وتساعدهم على أن تواكب التغيير وتطوير العمليات التنظيمية الإدارية، وتستخدم في سبيل ذلك بحوث وأساليب وطرق ووسائل الاتصال لتحقيق هذه المهمات الأساسية.

وظائف العلاقات العامة

ينبغي على مهام ووظائف العلاقات العامة أن تكون محددة وواضحة وصريحة ومفهومة وواقعية وعملية من حيث قابليتها للتحقيق وإمكانية التنفيذ، وفي الواقع فإن نجاح إدارة العلاقات العامة في أعمالها هو الالتزام بعدة وظائف أهمها:

1. البحث:

تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة لمعرفة آرائهم واتجاهاتهم حتى يمكن الحصول على حقائق صحيحة.

1- عبد السلام أبو قحف، 2011م، العلاقات العامة، مصر، ص19.

2. التخطيط:

يقوم جهاز العلاقات العامة برسم السياسة العامة في إطار السياسة العامة للمؤسسة وخطتها في ضوء البحوث والدراسات التي يقوم بها الجهاز وذلك بتحديد الأهداف الجماهير المستهدفة.

3. الاتصال:

يعنى الاتصال بقيام وتنفيذ الخطط والاتصال بالجماهير المستهدفة وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور .

4. التنسيق:

تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة؛ لتحقيق التفاهم بينهما، كما تعمل كحلقة اتصال ووصل وأداة تنسيق بين الموظفين والشخصيات المختلفة وبين المستويات الدنيا والمستويات العليا، كما تقوم بالتنسيق بين إدارة التسويق والمستهلكين وإدارة المشتريات والموردين والمؤسسة وحملة أسهمها.

5. التفويم:

يقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة والقيام بالإجراءات الصحيحة؛ لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها

دور تقنيات الاتصال في تعزيز الأداء المهني لوظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسات

تعد المنظمات نتاجاً مجتمعياً وإن كل منظمة في المجتمع تعمل على تحقيق هدف أو تقديم خدمة أو منتج معين لأفراد المجتمع.

وعلى هذا الأساس أصبح لأفراد المجتمع أو جمهور المنظمة على وجه التحديد دور في الاعتراف بوجود المنظمة، فالجماهير هي التي تمنح الدعم والتأييد الذي تحتاجه أي منظمة في ظل تنوع وتنافس المنظمات وتنامي أهمية الرأي العام⁽¹⁾.

وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الرقمي وأيضاً الحاجة إلى الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وكإفراز طبيعي للعولمة وثورة المعلومات قد أدركت الشركات أن نجاحها يرتبط بقدرتها على الاتصال بالجماهير، وتشكيل صورة إيجابية لنفسها وتحسين سمعتها والتأثير على الرأي العام، وهذا الواقع جعل العلاقات العامة بحاجة ماسة وجوهرياً لكل المنظمات الحديثة

1- مداح خالدية، 2021م، استخدام التقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة، الجزائر، ص73.

بمختلف أنواعها، فلا يمكن تجنب العلاقات العامة أو تجاهلها حيث إن بدون الاتصال لا يتم أي نشاط ولا يتحقق أي هدف، وهذا معناه أن العلاقات العامة أصبحت ظاهرة اجتماعية جبرية وقيمة فأينما يوجد الإنسان فلا بد من قيام علاقات بين المنظمات وأفراد هذا المجتمع، وذلك بدوره انعكس على البعد الاستراتيجي للعلاقات العامة فيما يتعلق بإدارة المنظمة وصناعة القرار فيها بعيداً عن المفاهيم التقليدية للعلاقات العامة في كونها ارتبطت في أذهان البعض بالتشريعات ومجالات الاستقبال والقيام بالمهام الإعلانية فقط في حين أن إدارة العلاقات العامة يقع عليها الكثير من المسؤوليات المتنوعة مثل المسح البيئي للمنظمات، وتحديد هوية التغيير والتنبؤ بنتائجه وتقديم النصح والمشورة للإدارة العليا ومن تم حماية المنظمة وسمعتها وبالتالي تطورت أنشطتها نتيجة التعقيدات المتزايدة في المجتمعات والقوة الهائلة للرأي العام ومحاولة فهم دوافع الجماهير، ولكن مع تزايد أهمية التقنيات الحديثة وتطبيقاتها في مجال الاتصال والإعلام، وبما أن الوظيفة الاتصالية تعد الركيزة الأساسية لأداء العمل بإدارة العلاقات العامة وجوهر أنشطتها⁽¹⁾ في الوقت ذاته مما ينعكس بالإيجابية على نتائج عمليات الاتصال داخل المؤسسات وذلك يعتمد في الأساس على تطور أساليب تقنيات الاتصال الحديثة.

الجماهيرية

حيث أتاحت المعلوماتية إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة وكذلك التحكم في نظام الاتصال ونقل المعلومات بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتجها إلى مستهلكها.

الأنتزامية

وتعني إمكانية الاتصال ونقل المعلومات والحصول عليها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه فمثلاً في نظام الإنترنت والبريد الإلكتروني، ترسل الرسالة من مرسلها إلى مستقبلها في أي وقت دون الحاجة إلى وجود المستقبل.

قابلية التحرك أو الحركية

أتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الحصول على المعلومات ونقلها من مكان إلى آخر أثناء حركته، ومن أمثلة ذلك الحاسب الآلي (المحمول) المزود بقابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من

1- عبد العزيز بن سعيد، 2021م، العلاقات العامة الرقمية، الرياض، المدونة العربية السعودية، ص 1

وسيط إلى آخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس وكذلك تحقيق نظام الترجمة الآلية ظهرت في نظام "مينيل" الفرنسي.

الكونية

فالمعلوماتية جعلت من العالم قرية صغيرة تفعل الترابط المعلوماتي الذي نتج من تقدم وسائل تسجيل ونقل ومعالجة المعلومات، ولقد أتاحت المعلوماتية تفسيرات عند الأفراد من هنا خلقت بناءات ذاتية ومشتركة ذاتية ومشتركة مع الآخرين عن معنى الواقع المادي، والاجتماعي للمعلومات فترتب عليه التفاعل النفسي الإنساني المشترك (1).

معامل ثبات ألفا كرونباخ لأداة الدراسة = 0.818.

الصدق الذاتي = 0.904.

اختبار التوزيع الطبيعي

اختبار Kolmogorov-Smirnov لمعرفة التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

عرض وتحليل ومناقشة نتائج البحث الميداني

في إطار التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة تم تخصيص هذه الجزئية لوصف وتقييم إجابات عينة الدراسة من خلال المتوسطات الحسابية ومستوى الموافقة على تلك الأسئلة واختباراتها، وفيما يلي التفاصيل:

الجدول رقم (1) معامل ثبات ألفا كرونباخ

اختبار Kolmogorov-Smirnov			متغيرات الدراسة
قيمة الدلالة	درجة الحرية	القيم	
.200*	223	.028	تأثير تقنية الاتصال في تحسين الأداء
.200*	223	.044	استخدام تقنية الاتصال في إنجاز المهام
.200*	223	.034	قبول الموظفين لاستخدام تقنية الاتصال
*دال عند مستوى معنوية 0.05			

من الجدول أعلاه يتضح أن الثبات الكلي لأداة الدراسة المتمثل في قيمة ألفا كرونباخ (0.818) هذه القيمة تشير إلى أن أداة الدراسة تتمتع بثبات داخلي عالٍ، مما يعني أن العناصر المختلفة للأداة متسقة بالشكل المطلوب مع بعضها البعض، وطبقاً لعدد الدراسات فإن معامل الثبات يعد عالياً إذ بلغ (0.6) فما فوق، وبالتالي فإن معامل الصدق الذاتي للاستمارة ككل هو معامل صدق جيد حيث بلغ (0.904) ويجعل استمارة الاستبانة على درجة كافية من الموضوعية والصدق

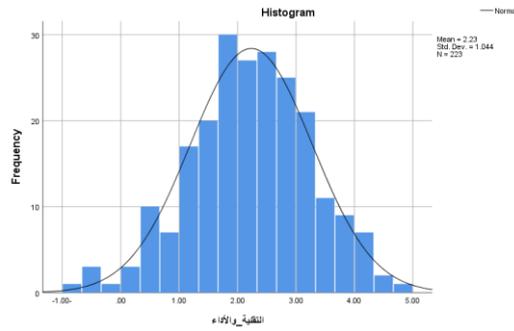
1- وجدي محمد بركات، 2013م، المعلوماتية والخدمة الاجتماعية، جامعة القاهرة، ص9.

والثبات.

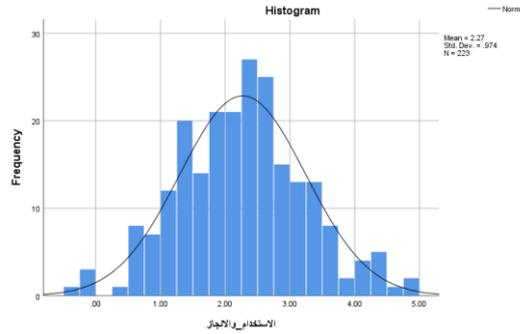
اختبار التوزيع الطبيعي (كولموجروف)

من خلال الاستمرار في تفسير الجدول رقم (1) يتضح أن قيمة الدلالة (0.200^*) والقيم (0.028) حيث قيمة الدلالة (0.200^*) أكبر من 0.05 ، هذا يشير إلى توزيع هذه الدراسة هو توزيع طبيعي، وكذلك الحال فيما يتعلق بباقي المتغيرات حيث نجد أن قيمة الدلالة (0.200^*) لمتغير استخدام تقنية الاتصال في إنجاز المهام، وكذلك لمتغير قبول الموظفين لاستخدام تقنية الاتصال، مما يؤكد أن جميع المتغيرات المدروسة تتبع التوزيع الطبيعي المطلوب.

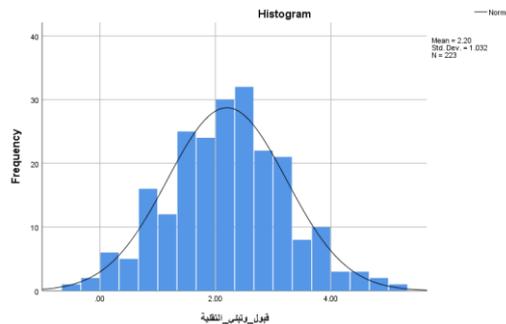
رسم بياني رقم (1) الاستخدام والإنجاز



رسم بياني رقم (2) القضية والأداء



رسم بياني رقم (3) قبول - تبني التقنية



عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية أولاً: خصائص عينة الدراسة

الجدول رقم (2) الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	النوع
49.3	110	ذكور
50.7	113	إناث
100	223	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة الذكور في العينة أقل من نسبة الإناث حيث يشكل الذكور حوالي 49.3% من العينة، ونظراً لتقارب النسبة بين الجنسين مما يشير إلى أن مصلحة الأحوال المدنية - إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي تعتمد في أداء مهامها على الذكور والإناث على حد سواء نظراً لتقارب النسبة المئوية بينهما.

الجدول رقم (3) الفئات العمرية لعينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الفئات العمرية
20.2	45	أقل من 25 سنة
34.1	76	25 - 35 سنة
25.1	56	36 - 46 سنة
17.5	39	47 - 54 سنة
3.1	7	55 سنة فأكثر
100	223	المجموع

يظهر الجدول رقم (3) أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً هي الفئة من 25 إلى 35 سنة بنسبة 34.1% كمتوسط أعمار الموظفين داخل المؤسسة قيد الدراسة.

الجدول رقم (4) المؤهل التعليمي لعينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل التعليمي
26.9	60	الثانوية العامة وما يعادلها
62.3	139	الجامعي وما يعادله
9.9	22	دبلوم دراسات عليا
.9	2	الإجازة العالية الماجستير
100	223	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن نسبة الموظفين الحاصلين على المؤهل العلمي الجامعي أو ما يعادله هم

الأكثر عدداً (139) والأعلى نسبة (62.3%) مما يشير إلى أن معظم الموظفين العاملين داخل المؤسسة قيد الدراسة من أهل التخصص في ممارسة المهام الإدارية المناطة بهم.

الجدول رقم (5) سنوات الخبرة للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة
30.5	68	أقل من 3 سنوات
35	78	3 - 6 سنوات
26.5	59	7 - 10 سنوات
8.1	18	أكبر من 10 سنوات
100	223	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أعلى نسبة للموظفين الذين لديهم خبرة أقل من ثلاث سنوات 30.5%، يليهم الموظفون من 7 إلى 10 سنوات خبرة، وثاني أعلى نسبة مئوية 26.5% مما يشير إلى أن هذه المؤسسة تعتمد على التحديث والتجديد المستمر للكادر الوظيفي، وهذا ما يؤكد حصول الأفراد الموظفين الذين تتراوح سنوات الخبرة لديهم من 10 سنوات فأكثر هي النسبة المئوية الأقل 8.1% في هذه المؤسسة قيد الدراسة.

الجدول رقم (6) المركز الوظيفي للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	المركز الوظيفي
.9	2	مدير
3.6	8	رئيس قسم
74.4	166	إداري
21.1	47	فني
100	223	المجموع

يُظهر الجدول أعلاه أن 74.4% هي الأعلى نسبة للمركز الوظيفي إداري مما يؤكد على أهمية سير العمليات الإدارية المنتظمة داخل هذه المؤسسة، في حين كانت النسبة الأقل للمدير بنسبة مئوية قدرها 0.9% مما يعكس مصداقية البيانات؛ نظراً لأن شغل مهام المدير في المؤسسات في العادة يكون العدد ضئيلاً طبقاً للهيكل التنظيمي الإداري.

ثانياً: تأثير تقنية الاتصال الحديثة في تحسين الأداء المهني للحالات العامة داخل مصلحة الأحوال المدنية

الجدول رقم (7) تأثير تقنية الاتصال الحديثة في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة داخل
مصلحة الأحوال المدنية - إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	ضعيفة		متوسطة		عالية		الفقرات
			%	ك	%	ك	%	ك	
87.7	.502	2.63	.9	2	35	78	64.1	143	تسهل تقنيات الاتصال الحديثة في إنجاز المهام الإدارية العلاقات العامة بجودة عالية
71.7	.466	2.15	4.5	10	76.2	170	19.3	43	تتيح أساليب التقنية الاتصالية الحديثة فرصة أكبر للعاملين لإنجاز المهام المناطة بهم بكل وقت وجهد ممكن
76.7	.626	2.30	9	20	52	116	39	87	تساعد التقنية الحديثة في تقليل الصعاب والمشكلات والتدليل منها أثناء العمل
73	.564	2.19	8.1	18	64.6	144	27.4	61	تعزيز ثقافة التنافس بين العاملين في ظل تطبيق تقنيات الاتصال الحديثة لتسيير العمليات التنظيمية الإدارية
73.7	.626	2.21	11.2	25	56.5	126	32.3	72	تقوم تقنيات الاتصال الحديثة على المساهمة في نشر المعلومات والأخبار الخاصة بالعمليات التنظيمية الإدارية داخل المؤسسة
.30777		2.29	المتوسط الحسابي العام						

يوضح الجدول رقم (7) مدى تأثير تقنية الاتصال الحديثة في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة داخل مصلحة الأحوال المدنية - إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي، حيث تشير النتائج أعلاه أن غالبية الباحثين يؤكدون على إسهامات تقنية الاتصال الحديث في إنجاز المهام الإدارية للعلاقات العامة بجودة عالية وذلك بنسبة مئوية تصل إلى 87.7%، في حين أن عبارة تساعد التقنية الحديثة في تقليل الصعاب والمشكلات أثناء العمل نالت المرتبة الثانية من حيث النسبة المئوية بدرجة 76.7%، بينما حصلت عبارة تعزيز ثقافة التنافس، وعبارة تقوم تقنيات الاتصال الحديثة على المساهمة في نشر المعلومات على نفس الدرجة المئوية تقريباً وذلك 73.7، 73% على التوالي، أما أقل وزن مؤوي من حيث الأهمية النسبية فقد حصلت عليها عبارة تتيح أساليب التقنية الاتصالية الحديثة فرص أكبر للعاملين في إنجاز أعمالهم الإدارية وذلك بوزن نسبي قدره 71.7%.

ثالثاً: التعرف على معدل استخدام تقنية الإيصال الحديثة في إنجاز مهام العلاقات العامة داخل مصلحة الأحوال المدنية - إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي).

الجدول رقم (8) التعرف على معدل استخدام تقنية الاتصال الحديثة في إنجاز مهام العلاقات العامة داخل مصلحة الأحوال المدنية - إدارة الشؤون المحلية بمدينة بنغازي

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	ضعيفة		متوسطة		عالية		الفقرات	
			%	ك	%	ك	%	ك		
76	.627	2.28	9.4	21	52.9	118	37.7	84	تعتمد إدارة الشؤون المحلية على تقنية الاتصال الحديثة في إنجاز معظم المهام الإدارية المناطة بها	
71.3	.595	2.14	11.7	26	62.8	140	25.6	57	تساهم تقنية الاتصال الحديثة في التغلب على الصعوبات التي تواجهك أثناء العمل	
70.7	.614	2.12	13.5	30	61	136	25.6	57	تعزيز وتحسين الأداء المهني للعاملين وذلك بفضل الاستعانة بتقنية الاتصال الحديثة	
70.7	.654	2.12	16.1	36	56.1	125	27.8	62	يعتمد إنجاز المهام الإدارية الأساسية بالمؤسسة على التطبيقات الإلكترونية عبر الإنترنت	
71.3	.610	2.14	12.6	28	61	136	26.5	59	تشجع المؤسسة بالاعتماد على تقنية الاتصال الحديثة في إنجاز المهام المناطة بالعاملين	
.39727		2.16	المتوسط الحسابي العام							

يتضح من الجدول أعلاه التعرف على معدل استخدام تقنية الاتصال الحديثة في إنجاز مهام العلاقات العامة أن عبارة تعتمد إدارة الشؤون المحلية على تقنية الاتصال الحديثة في إنجاز معظم المهام على أكبر نسبة مئوية 76% من حيث الأهمية النسبية للمبجوثين، بينما تقاسمت العبارات التي تنص على تساهم تقنية الاتصال الحديثة في التغلب على الصعوبات، وعبارة تشجع المؤسسة على الاعتماد على التقنية الحديثة في إنجاز المهام نفس المرتبة من حيث الأهمية النسبية وذلك بدرجة 71.3% في حين تديل الترتيب كأقل وزن نسبي عبارة تعزيز وتحسين الأداء المهني، وتعتمد المؤسسة على التطبيقات الإلكترونية الحديثة في إنجاز المهام الأساسية في الإدارة وذلك بدرجة 70.7%.

رابعاً: التحديات والصعوبات التي تواجهها مهنة العلاقات العامة في ظل التطورات الهائلة لتقنيات الاتصال الرقمي)

الجدول رقم (9) التحديات والصعوبات التي تواجهها مهنة العلاقات العامة في ظل التطورات

الهائلة لتقنيات الاتصال الرقمي

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	ضعيفة		متوسطة		عالية		الفقرات
			%	ك	%	ك	%	ك	
74	.625	2.22	10.8	24	56.1	125	33.2	74	مواكبة كل ما هو عصري وحديث في عالم الاتصال الرقمي لإنجاز المهام الإدارية
70.3	.578	2.11	11.7	26	65.5	146	22.9	51	صعوبة التعامل مع الرأي العام أو جمهور المؤسسة دون توافر بنية تحتية حديثة لتقنيات الاتصال

الجدول رقم (9) التحديات والصعوبات التي تواجهها مهنة العلاقات العامة في ظل التطورات الهائلة لتقنيات الاتصال الحديثة من وجهة نظر المبحوثين أن مواكبة كل ما هو عصري وحديث في عالم الاتصال الرقمي لإنجاز المهام الإدارية أعلى نسبة مئوية بدرجة 74% من حيث الأهمية النسبية في حين كان لعبارة قلة الوعي لدى بعض العاملين بكيفية الاستخدام السوي لتقنيات الاتصال الحديثة أثناء العمل								
66	29.6	123	55.2	34	15.2	2.14	.656	71.3
55	24.7	138	61.9	30	13.5	2.11	.608	70.3
57	25.6	135	60.5	31	13.9	2.12	.619	70.7
المتوسط الحسابي العام						2.14	.39090	

يبين الجدول رقم (9) التحديات والصعوبات التي تواجهها مهنة العلاقات العامة في ظل التطورات الهائلة لتقنيات الاتصال الحديثة من وجهة نظر المبحوثين أن مواكبة كل ما هو عصري وحديث في عالم الاتصال الرقمي لإنجاز المهام الإدارية أعلى نسبة مئوية بدرجة 74% من حيث الأهمية النسبية في حين كان لعبارة قلة الوعي لدى بعض العاملين بكيفية الاستخدام السوي لتقنيات الاتصال الحديثة أثناء العمل المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية بدرجة 71.3% وتقاربت باقي العبارات من حيث الأهمية النسبية حيث كان لعبارة برامج الأمان والحماية للمعلومات تعتبر كافية 70.7% بينما صعوبة التعامل مع الرأي العام مع عدم توافر بنية تحتية حديثة، كذلك عبارة توفير الإمكانيات اللازمة لخلق بيئة عمل مناسبة على أقل وزن نسبي بدرجة 70.3% مما يؤكد اتجاه نتائج الدراسة في الطريق الصحيح وذلك للتقارب والتطابق لنتائج الأهمية النسبية في الجزئية الأخيرة من عرض النتائج للجدول رقم (9).

خامساً: قبول الموظفين داخل المؤسسة استخدام أساليب تقنية الاتصال الحديثة في تطوير العمل الإداري لمهنة العلاقات العامة

الجدول رقم (10) قبول الموظفين داخل المؤسسة لاستخدام أساليب تقنية الاتصال الحديثة في

تطوير العمل الإداري لمهنة العلاقات العامة

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	ضعيفة		متوسطة		عالية		الفقرات
			%	ك	%	ك	%	ك	
77.7	.574	2.33	5.4	12	56.5	126	38.1	85	تساعد تقنية الاتصال الحديثة على رفع كفاءة الموظفين لوظيفة العلاقات العامة لتنفيذ المهام الإدارية بشكل سريع وفعال
71	.563	2.13	10.3	23	66.8	149	22.9	51	يقلل من الأخطاء ويزيد من جودة العمل المنجز حيث تساعد التقنية الحديثة في تحسين دقة العمل وتقليل الأخطاء
71.7	.658	2.15	15.2	34	54.7	122	30	67	تعزيز سمعة المؤسسة وصورته الذهنية من خلال الاعتماد على أحدث طرق تقنيات الاتصال الحديثة
70.7	.589	2.12	12.1	27	64.1	143	23.8	53	زيادة رضا العاملين بالمؤسسة من خلال دعم وتشجيع استخدام طرق

									الاتصال الحديث لإنجاز المهام الإدارية المناطة بهم
71.7	.593	2.15	11.2	25	62.8	140	26	58	توافر دورات تدريبية لموظفي مهنة العلاقات العامة لرفع كفاءة الكادر الوظيفي بالمؤسسة لتسيير العمليات الإدارية بالشكل المنتظم
.32940		2.22	المتوسط الحسابي العام						

يُظهر الجدول رقم(10) أن غالبية المشاركين يرون أن تقنية الاتصال الحديث تساعد على رفع كفاءة الموظفين لوظيفة العلاقات العامة لتنفيذ المهام الإدارية وذلك بنسبة 77.7% من حيث الأهمية النسبية، في حين تشابهت الأهمية النسبية لعبارات تعزيز سمعة المؤسسة، وتوافر دورات تدريبية بالمؤسسة وذلك بالاعتماد على استخدام تقنيات الاتصال الحديثة بنسبة 71.7% لكل منهما، وكانت عبارة يقلل من الأخطاء ويزيد من جودة العمل المنجز بوزن نسبي قدره 71% بينما جاءت عبارة زيادة رضا العاملين بالمؤسسة، وذلك باستخدام تقنيات الاتصال الحديث في المركز الأخير بدرجة نسبية قدرها 70.7%.

فرضيات الدراسة

1 . لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة (حجم تأثير تقنية الاتصال في الأداء، معدل استخدام التقنية في إنجاز العمل معدل قبول الموظفين للتقنية، تحديات استخدام التقنية) وبين الوسط الفرضي لمقياس ليكرت الثلاثي المستخدم في الدراسة.

جدول يوضح الفروق بين المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة وبين الوسط الفرضي باستخدام اختبار ت

لعينة واحدة One-Sample Test

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	قيمة الدلالة	الدلالة
تأثير التقنية	2.2969	.30777	14.404	222	.000	دالة
استخدام التقنية	2.1596	.39727	6.001	222	.000	دالة
قبول التقنية	2.2224	.32940	10.083	222	.000	دالة
التحديات	2.1417	.39090	5.413	222	.000	دالة

2 . لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في معدل قبول الموظفين لاستخدام تقنية الاتصال الحديثة نتيجة لاستخدام التقنية في إنجاز العمل.

جدول يوضح حساب حجم تأثير استخدام تقنية الاتصال الحديثة في معدل قبول الموظفين للتقنية باستخدام معادلة الانحدار الخطي البسيط

معلمتي الانحدار B	دلالة ANOVA	دلالة الارتباط	قيمة الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغيران	اختبار الانحدار
1.373	.000	.000	.293**	.39727	2.16	استخدام التقنية	بين متغيري
.354				.32940	2.22	قبول التقنية	الدراسة

كلما زاد استخدام الموظفين لتقنية الاتصال الحديثة في إنجاز العمل بمقدار 1.373 كان لذلك تأثير إيجابي على قبول الموظفين لهذه التقنية في المؤسسة بنسبة 35% تقريباً.

النتائج العامة للدراسة

نستخلص من النتائج المفسرة سلفاً أن كافة المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة ليس لها أي أثر في إحداث أي فروقات في الإجابة تبني استخدام أساليب تقنية الاتصال الحديثة في تحسين الأداء المهني للعلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن هناك دوراً كبيراً في تسيير العمليات الإدارية بخطوات إيجابية، وهذا من أجل تحقيق أهداف المؤسسة قيد الدراسة ومواكبة التطورات الهائلة للتقنية الحديثة للالتحاق بركب الحياة العصرية.

قائمة المراجع

1. إيمان فتحي حسين (2021) تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء العاملين بالمؤسسات الحكومية، السعودية.
2. بدة عقبة، (دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي، الجزائر).
3. جابر محمد عبد الموجود، (2001)، نشاطات العلاقات العامة في ظل المتغيرات الاتصالات الحديثة، مصر.
4. سمير حسين، 2010، بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، مصر، جامعة القاهرة.
5. عبد السلام أبو قحف، 2011م، العلاقات العامة، مصر.
6. عبد العزيز بن سعيد، 2021م، العلاقات العامة الرقمية، الرياض، المدونة العربية السعودية.
7. عبد اللطيف العرفي، (2005)، علاقة الوسائل الإعلامية في العلاقات العامة وكيفية استخدام التقنيات الاتصالية، القاهرة.
8. عبير فهمي، (2017)، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير التعليم المحاسبي، مصر.
9. فريال مهنا، 2002م، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دمشق.

10. فؤادة البكري(2014) العلاقات العامة وتغير ثقافة المنظمات، مصر.
11. لبنان هاتف الشامي، 2001م، العلاقات العامة المبادئ والأسس العلمية، عمان.
12. ليليا شاوي، 2021م، تقنيات الاتصال، الجزائر.
13. محمد سعيد العمودي، 2008م، دور تقنيات الاتصالات في تعزيز استخدام الطرق الحديثة، عدن.
14. محمد عبد الله اليدوي(2011) استخدام التقنيات الحديثة في العلاقات العامة، مصر.
15. مداح خالدية، 2021م، استخدام التقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة، الجزائر.
16. منال زهران،(2023)، المؤسسات الحكومية الفلسطينية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في أداء موظفيها، فلسطين.
17. هواري سعاد، 2020.2021، أساليب الاستبيان، الجزائر.
18. وجدي محمد بركات، 2013م، المعلوماتية والخدمة الاجتماعية، جامعة القاهرة.

فعالية برامج مُخيمات طَمْوُح التّدريبيّة في تنمية فاعليّة الذات الإبداعية ورأس المال النفسي ومركز الضّبط لدى الشّباب الليبي "دراسة نوعيّة"

أ. الشيباني عبد الله الشيباني ..جمعية بيوت الشباب الليبية.. ليبيا

الملخص :

هَدَفَ البحثُ الحاليُّ إلى الكَشْفِ عن فَعَالِيَةِ برامجِ مُخَيِّماتِ طَمْوُحِ التَّدْرِيبيَّةِ في تَنْمِيَةِ فاعليَّةِ الذاتِ الإبداعيةِ ورأسِ المالِ النفسيِّ ومركزِ الضَّبطِ لدى الشَّبابِ الليبيِّ، ولتَحْقِيقِ أهدافِ البحثِ تمَّ تطبيقُ أدواتِ البحثِ بعدَ التَّأكُّدِ من خصائصها السيكومترية المتمثلة بمقياسِ فاعليَّةِ الذاتِ الإبداعيةِ ومقياسِ رأسِ المالِ النفسيِّ ومقياسِ مَرَكِزِ الضَّبطِ على عينةٍ شملت (233) شابٍ من الفئَةِ العمريَّةِ (17- 25) سنة، وتمَّ اتِّباعُ المنهجِ التجريبيِّ ذو المجموعة الواحدة بقياسِ قبليِّ وبعديِّ، وقد أشارت نتائجُ البحثِ إلى فاعليَّةِ مُخَيِّماتِ طَمْوُحِ في تَنْمِيَةِ فاعليَّةِ الذاتِ الإبداعيةِ ورأسِ المالِ النفسيِّ ومقياسِ مَرَكِزِ الضَّبطِ، وقد تَأَكَّدتْ نتائجُ التحليلِ الإحصائيِّ من خلالِ المقابلاتِ التي أُجريتِ على عينةٍ ضمت (21) شابٍ منهم ثلاثة قادة للمُخَيِّماتِ، وثمانية عشر شابٍ ممن شارك في فَعَالِيَّاتِ مُخَيِّمِ طَمْوُحِ. وأوصى البحثُ بضرورةِ إشراكِ أكبرِ عددٍ من الشَّبابِ الليبيِّ بمثلِ هذه المُخَيِّماتِ.

The current research aimed to investigate the effectiveness of the Ambition training camp programs in enhancing creative self-efficacy, psychological capital, and locus of control among Libyan youth. To achieve the research objectives, the research tools were applied after verifying their psychometric properties, which included the creative self-efficacy scale, psychological capital scale, and locus of control scale. The sample consisted of 233 young individuals aged between 17 and 25 years. The experimental one-group pretest-posttest design was used. The research results indicated the effectiveness of the Ambition camps in enhancing creative self-efficacy, psychological capital, and locus of control. The statistical analysis results were confirmed through interviews conducted with a sample of 21 young people, including three camp leaders and 18 participants in the Ambition camp activities. The research recommended involving a larger number of Libyan youths in similar camps.

مقدمة:

يُعدّ التّعليم بشكل عام من أفضل الاستثمارات؛ لأنه يستثمر في تنمية الموارد البشرية، وهم غاية عملية التّربية ومقصدها، ويُعتبر التّعليم المنتظم في المؤسسات التربوية كالمدرّس والجامعات إحدى الركائز الأساسية في تطوير وتحسين المهارات التي تؤدي إلى زيادة ثقة الفرد بنفسه واحترامه لذاته وعطائه لمجتمعه، ويهدف التعليم في المؤسسات التربوية كالجامعات إلى مساعدة الطلاب على التزوّد بالجوانب الاجتماعيّة والأخلاقية والدينيّة، بالإضافة إلى الجانب التعليمي المهاري المعرفي، وهذا ما أكدته العديد من الدراسات كدراسة كعكي (2017)، ودراسة الخياط (2017)، ودراسة موسى وآخرون (2016)، ودراسة نمور (2012)، كما ورد في الرميح والشهري (2021) فالّتعليم الجامعي ذو قيمة وفائدة على المجتمع، حيث يُسهم في زيادة إنتاجيته ورفاهيته على المدى البعيد.

تلعب المنظمات الشّبابية دوراً حيوياً في المجتمع بتقديمها العديد من الخدمات الرئيسيّة، بالإضافة إلى تصديها لمعالجة كثير من التّحديات الاجتماعيّة والاقتصاديّة والبيئيّة التي تواجه الشّباب، وقد ينظر إلى دورها كمُكمل لدور المؤسسات التعليميّة الرسميّة كالمدرّسة والجامعة ولدور الأسرة كمؤسسة تنشئة اجتماعية في عملية التنشئة الاجتماعيّة وفي التعلم وتنمية القدرات المعرفيّة والمهاريّة الشخصيّة، الأمر الذي ينعكس على قدرة الشّباب على التعامل مع التّحديات التي تواجههم بشكل يومي بكل جدارة واقتدار (Tomasik et al., 2019).

تعدّ المُخيمات بشكل عام (الصيفيّة والشّتويّة وغيرها) والتي تُعدّ إحدى الفعاليات الرئيسيّة للمنظمات الشّبابية بيئة خصبة لتعزيز الموارد الشخصيّة للفرد (كالثقة بالنفس، والقُدرة على التكيف، وإدارة الذات والوقت، والتمنّع بالصّحة العقليّة والجسميّة والنفسيّة، وبناء العلاقات، والوعيّ الذاتيّ، والتنظيم الذاتيّ، والتعاطف، وأخذ القرارات المُستنيرة، وتحمل المسؤولية) (Lerner et al., 2019)، ولتعزيز رفاهيّتهم النفسيّة والاجتماعيّة والمعرفيّة وتُساهم في إعدادهم ليكونوا أشخاص فاعلين ومؤثرين في المجتمع (Kirchhoff, Keller and Blanc, 2024).

إن تعزيز الموارد الشخصيّة في المؤسسات الرسميّة التربوية كالمدرّسة والجامعة وكذلك في البيئات خارج المؤسسات الرسميّة كالمُخيمات له تأثير كبير وإيجابي على الفرد كزيادة تقديره لذاته، والتقليل من الضغوط النفسيّة، وزيادة السُّلوكيات الاجتماعيّة، والتقليل من الاضطرابات السلوكيّة، وتحفيز التعلّم والإنجاز الأكاديمي، (Durlak et al., 2010; Ciocanel et al., 2017; Skeen et al., 2019; Singla et al., 2020) كما أن الأفراد من فئة المُراهقين والشّباب الذين يمتلكون الموارد الشخصيّة يكونون أكثر حذرًا ويتصرفون بشكل يتناسب مع الموقف (Bonell et al., 2015; Ciocanel et al., 2017; MacArthur et al., 2018;

(OECD, 2021) ويظهرون دافعية عالية نحو المساهمة في تطوير أنفسهم وذويهم وأقرانهم ومجتمعاتهم (Lerner, 2017; Lerner et al., 2019).

وقد بين توماسيك وآخرون (Tomasik et al., 2019) أن الخدمات (الأنشطة والفعاليات) المتضمنة في المخيمات التي تقدمها المنظمات الشبابية تسهل على المشاركين عملية الانخراط في الأنشطة والفعاليات المقدمة، وتمنح الفرص لتولي الشباب الأدوار القيادية، إضافة إلى أنها تبني العلاقات العاطفية والاجتماعية القوية بين المشاركين أنفسهم من جهة وبين المشاركين والقائمين على البرامج من جهة أخرى. كما أن الفرص المدروسة والمخطط لها التي تقدمها المخيمات للمشاركين تعد عوامل مهمة في تحقيق التنمية الناجحة والمستدامة عبر مراحل حياة المشاركين، وتمدهم بالصحة النفسية والعقلية خصوصا إذا تم التركيز على بناء العلاقات الاجتماعية بين المشاركين من خلال العمل الجماعي المنظم وبناء الفريق (Jang et al., 2014; Oberle et al., 2016; Dibben et al., 2017; Taylor et al., 2017; Immordino–Yang et al., 2019; Lerner et al., 2019; Berger et al., 2020; Dawson and Harrison, 2023).

إن المشاركة في مخيمات خارج المدرسة ضمن برامج منظمة ومدروسة تحقق نتائج واعدة خصوصا إذا كانت فعاليات المخيمات متنوعة تتضمن مواد علمية، ونشاطات ترفيهية وتجارب وخبرات استكشافية ومغامرات حقيقية وتعايش ضمن ظروف بيئية محددة، فهي تعزز من المهارات الاجتماعية، والعلاقات القوية مع الأقران وتزيد من مهارات التعاطف والإيثار، كما تنمي تقدير الذات والكفاءة الذاتية والمرونة وحل المشكلات وتخفف من العدوانية والخوف، والمزاج السيء، وتزيد من التحصيل الأكاديمي (Rose et al., 2018; Whittington and Aspelmeier, 2018; Mygind et al., 2019; Carpio de los Pinos et al., 2020; Gerber et al., 2022).

قام خيرشوف وكيلر وبالانس (Kirchhoff, Keller and Blanc, 2024) بدراسة أجريت في سويسرا وقد شملت (607) شاب تتراوح أعمارهم بين (14-17) عام اشتركوا في مخيم صيفي لمدة أسبوعين ضمن المخيم الوطني السويسري لحركة الكشافة السويسرية، بينت نتائجها أنه في أقل من أسبوعين أظهر المشاركون مستوى أعلى من التعاطف مع الآخرين، ودرجة عالية من ضبط المشاعر والتفاوض والحزم، والقدرة على إظهار المشاعر الإيجابية، والثقة بالنفس، واستعداداً أكبر للمساهمة في تطور وبناء المجتمع، وزادت من رفايتهم. كما بينت النتائج إلى أن قادة المجموعات القائمين على المخيم لعبوا دوراً حاسماً في التأثير المباشر وغير المباشر على المشاركين، من خلال تشجيعهم للمشاركين ومساعدتهم عند الحاجة، وإظهار الاهتمام الحقيقي

بهم، وتوفير فرص الاستكشاف، إضافة إلى وجود أنشطة متنوعة تفاعلية وترفيهية وعلمية مُحفزة، إضافة إلى ذلك فقد أكدت نتائج الدراسة أن التغييرات الإيجابية في الموارد الشخصية للمشاركين ثابتة ولم تتغير مع مرور الوقت.

وقام ريتشموند وآخرون (Richmond, et al., 2019) بدراسة شملت (352) شاباً تتراوح أعمارهم بين (18- 25) عام حضروا معسكر لمدة ثلاثة أسابيع في السابق وذلك لمعرفة فيما إذا كان أثر المُخيمات يمتد إلى أمد طويل أم أنه ينتهي بانتهاء المُخيم، وقد بينت الدراسة أن المُخيم الصيفي آثاره طويلة الأجل وأن المُخيمات تُعد بيئة مُهمة للتعليم وتطويع المهارات، وأشارت النتائج أن المشاركين أصبحوا أكثر استقلالاً ومثابرةً وأكثر تحملاً للمسؤولية، وقد بين المشاركين أن المُخيم كان بيئة رئيسية لتطوير الانتماء للطبيعة، والتعايش مع الأقران، والاستعداد لتجريب الأشياء الجديدة، والتعاطف والرّحمة، وقد بينت كذلك النتائج أن أكثر من 14 مليون شاب يشاركون في المُخيمات الصيفية في الولايات المتحدة الأمريكية.

وقام كلاودت (Claudette, 2013) بدراسة بين فيها أهمية النشاطات المنهجية اللاصفية، حيث أظهرت الأبحاث أن المشاركة في الأنشطة اللاصفية ترتبط ارتباطاً إيجابياً بتطور الطلبة على المستويين الأكاديمي والشخصي. فالطلبة الذين يشاركون في الأنشطة اللاصفية يحققون نجاحاً أكاديمياً أكبر، ويتطورون على مستوى الشخصية، وخاصة في مجالات إدارة الوقت ومهارات القيادة، كما يحققون تطوراً اجتماعياً إيجابياً ويظهرون اهتماماً أكبر بالمشاركة في المجتمع. وأوصت الدراسة بضرورة استخدام النظام التعليمي هذه المعلومات لتشجيع الطلاب على المشاركة في الأنشطة التي تُعزز إنجازاتهم الشخصية والأكاديمية. وأشارت الدراسة كذلك إلى أن المشاركة في الأنشطة اللاصفية تؤثر بشكل إيجابي على نجاح الطالب، وأن أكثر من 80% من الشباب يشاركون في الأنشطة اللاصفية وإن المشاركة في الأنشطة اللاصفية توفر فرصاً هامة لتطوير المراهقين، مثل العلاقات مع الأقران، والسلوك الاجتماعي المناسب، والمهارات الأساسية لتحقيق النجاح الأكاديمي. وبينت الدراسة أن الإنجازات الأكاديمية للطلاب تُعد أساس معظم المُخرجات التي يستخدمها المُعلمون لتقييم نجاح الطلاب. ومع ذلك، أصبح من الأهمية بمكان أن يحصل الطلاب على فرص لتعلم أكثر بكثير من مجرد المُخرجات الأكاديمية. فالمرهقون الذين يشاركون في الأنشطة اللاصفية يُظهرون مستويات أعلى من الإنجازات الأكاديمية، وتطوراً أكبر في الشخصية والتطور الاجتماعي، بالإضافة إلى إدراك أعمق لأهمية المشاركة المجتمعية.

وقام اوميلان وآخرون (Omelan, 2018) بدراسة بينت أن المُخيمات الصيفية تعد الشكل الأكثر أهمية من الأنشطة الترفيهية المنظمة للأطفال والمراهقين، وتزداد شعبيتها عاماً بعد عام، وتقديم خدمات ترفيهية لهذه الفئة من المستفيدين يعد تحدياً كبيراً للمنظمين، لأنه يتعين عليهم

تلبية توقعات المشاركين وأيضًا توقعات أولياء أمورهم. ومن هنا، كان الهدف من الدراسة هو الحصول على بيانات تمكن من تقدير درجة التقارب بين احتياجات المشاركين في المخيمات الصيفية واحتياجات أولياء أمورهم والمنتج الترفيهي، وهو المخيم الصيفي، وقد شملت عينة الدراسة (100) مشارك في مخيم صيفي، تتراوح أعمارهم بين 11 و17 عامًا. تم إجراء مسح تشخيصي باستخدام المقابلات المباشرة والاستبيانات. وتم معالجة البيانات وتحليلها، وأشارت النتائج أن الاهتمام الأكبر في المخيم الصيفي كان موجّهًا نحو القائمين على المخيم، وأن المشاركين الذين يُكونون علاقات جيدة مع المنظمين والمدربين هم الأكثر استمتاعاً بإقامتهم وامتلاكهم لذكريات سعيدة، وعند اختيار المخيم الصيفي يولى المشاركون وأولياء الأمور اهتماماً خاصاً إلى مدى غنى البرنامج بالأنشطة الترفيهية؛ لذلك يجب تصميم المخيمات بعناية لتلبية توقعات الطرفين.

وبيّن كتاب لجنة التجارب الصيفية والتعليم والصحة والسلامة للأطفال والمراهقين في أمريكا (Sepúlveda and Hutton, 2019) المُستند إلى عدة دراسات، كيف تؤثر المخيمات الصيفية على نمو الأطفال والمراهقين، حيث ذُكر أن الكثير من النقاش كان في السابق وصفيًا، ولكن في هذا الكتاب تم دراسة فعالية البرامج عملياً، وأنه من المهم تحديد مدى اليقين بأن النتائج التي يقيسها البرنامج هي نتيجة البرنامج نفسه وليس عوامل أخرى، مثل مرور الوقت أو الفروقات الموجودة مسبقاً بين المشاركين وغير المشاركين، وقد استخدمت الدراسات إجراءات عديدة في ذلك وأجمعت على أن هناك تأكيد قوي بأن البرامج الصيفية أوجدت نتائج إيجابية للعديد من الأطفال والشباب والتي يمكن تكرارها في سياقات أخرى. وقد أُجريت دراسة تجريبية عشوائية على العديد من الأطفال والشباب (أكثر من 350) في أكثر من موقع وتم توزيع المشاركين فيها عشوائياً إما لتلقي التدخل أو المشاركة في مجموعة مقارنة لا تتلقى التدخل، مما يوفر مرجعية قوية للمقارنة. وقد أشارت النتائج أن للمخيمات أثر في رفاهية الفرد وتحسين السلوك الاجتماعي الإيجابي والصحة النفسية والعقلية والجسمية، وتطوّر الجانب العاطفي والتحصيل الأكاديمي والإثراء المعرفي.

يعود تاريخ البحث حول أثر المخيمات والمُعسكرات ودورها في صقل شخصية الشباب على الصعيد العالمي إلى أوائل القرن العشرين والتي بينت أثر المخيمات الإيجابي على المشاركين (Henderson, et al., 2007)، وعلى المستوى الليبي قد يكون هذا البحث من أوائل البحوث الذي بحث أثر المخيمات ودورها على شخصية الشباب الليبي، حيث قررت جمعية نُبوت الشباب الليبية على إجراء هذا البحث وأعدت له بصفتها الجهة المنظمة لمخيم طمّوح التدريبي بمستوياته المختلفة للفئة العمرية (18-25) سنة، وذلك لتقييم التجربة والوقوف على تفاصيلها وتقديم التغذية الراجعة للمنظمين ومن ثم البناء على نتائجها.

يعيش الشباب الليبي ظروف صعبة نتيجة الصراعات السياسية والاقتصادية التي تعصف بالبلاد منذ سنوات، حيث تأثرت حياتهم اليومية بشدة نتيجة غياب الاستقرار السياسي وتدهور الاقتصاد، مما أدى إلى نقص الفرص الاقتصادية والتعليمية وتفاقم معدلات البطالة، والجريمة، والشعور بالضياع، وانتشار الاضطرابات النفسية كالإحباط والقلق وعدم وضوح المستقبل، والأمراض الاجتماعية كالإدمان، وعلى الرغم من ذلك، تظهر بين الشباب الليبي إرادة قوية للمضي قدماً لإحداث تغيير إيجابي، هذه الظروف الصعبة التي يعاني منها الشباب الليبي هي التي دفعت جمعية بُيوت الشباب الليبية لعقد النشاطات والفعاليات المختلفة عبر رُبوع ليبيا كاملةً للتخفيف من معاناة الشباب. ومن هذه الفعاليات مُخيمات طُمُوح التي تهدف إلى تمكين الشباب وصقل شخصيتهم وإكسابهم المهارات اللازمة ليكونوا مواطنين فاعلين في المجتمع يمتلكون مهارات القيادة والثقة بالنفس ومهارات التواصل والتفكير الناقد والإبداعي والتفكير التصميمي، يشعرون بالأمن والاستقرار والرفاه النفسي والعاطفي وبأنهم قادرون على إحداث الفرق في الحياة من خلال تدريبهم على عمل المشاريع الصغيرة والمتوسطة وريادة الأعمال النابعة من الاحتياج المجتمعي لتحسين ظروفهم المعيشية.

وقد تم اختيار مجموعة من المتغيرات المهمة على صعيد الشباب لتكون هي محور البحث الحالي، تمثلت بمتغير رأس المال النفسي ومركز الضبط وفاعلية الذات الإبداعية، حيث يمثل مفهوم رأس المال النفسي الحالة النفسية الإيجابية للفرد ويتحدد بأربعة أبعاد وهي: التفاؤل، والأمل، والمرونة، والكفاءة الذاتية (Luthans et al,2008). ويُعد من المتغيرات الحديثة في علم النفس الإيجابي.

يعكس رأس المال النفسي الحالة النفسية الإيجابية للفرد التي تمكنه من التطور ويظهر من خلال امتلاك الفرد لدرجة من الثقة لبذل الجهود في عمل المهمات والتي تجعله يحقق أهدافه (الكفاءة الذاتية)، والاستمرار في الإيجابية الآن وفي المستقبل عند التفكير و إنجاز المهمات لتحقيق النجاح (التفاؤل)، وتعديل المسارات أو إعادة توجيهها وبذل الجهد للنجاح في الوصول إلى الأهداف (الأمل)، وأخيراً القدرة على مواجهة المشكلات والإصرار على التغلب وتجاوز العقبات لتحقيق النجاح والوصول إلى الأهداف (المرونة) (Luthans, & Avay, Avolio, Norman, (2007).

ويشير (الكرداوي، 2013) إلى أن رأس المال النفسي مجموعة المشاعر التي تكون إيجابية عند الفرد، وتعمل على تطوير الأمل لديه للوصول إلى أهدافه، والتفاؤل بشأن مستقبله وحياته سواء من الناحية الدراسية أو المهنية، وقدرته على تجاوز المشكلات والأزمات التي يتعرض لها

مع وجود الثقة بالقدرة على الوصول للأهداف وتحقيق النجاح (Luthans, et al, 2008)، ويشمل المجالات التالية:

1. الكفاءة الذاتية (Self-efficacy): وهي الثقة المتوفرة التي تحرك الفرد وتوجه مسارات العمل لديه للقيام بمهمة ما على أكمل وجه وتحقيق النجاح (Luthans, et al, 2008)، وأشار نورمان (Norman, 2006) إلى إمكانية تحقيق الكفاءة الذاتية من خلال تدريب الفرد عليها، عن طريق نجاح الفرد بإنجاز المهمات وإتقانها، وحصوله على تغذية راجعة إيجابية من المحيطين به نتيجة إنجازه، ويمكن للفرد التدريب على إتقان المهام وتعلمها من خلال عملية النمذجة وملاحظة الآخرين مما يُنمي الكفاءة الذاتية لديه (Corner, 2015).

2. الأمل (Hope): يشير إلى التحفيز الإيجابي والدافعية التي تؤدي إلى الشعور بالنجاح الذي أساسه قوة الهدف (وهو الدافع الذي يُحرك الفرد للوصول إلى الهدف)، وقوة المسار (رسم المسارات وتعديلها للوصول إلى الهدف)، ويشير أيضاً إلى الإصرار للتطور والتقدم أماماً والعمل على الجهد الشخصي والحفاظ عليه للوصول إلى الأهداف المطلوبة بنجاح (Snyder, et al, 1991).

3. التفاؤل (Optimism): يشير التفاؤل إلى المشاعر الإيجابية عند الفرد تجاه المستقبل وتقييمه له بشكل إيجابي، وهذا يؤدي إلى قدرة الفرد على معرفة التعامل مع الأحداث المستقبلية بفاعلية أكبر (Seligman, 2011). ويتصف الشخص المتفائل بأنه ينسب الأحداث السلبية إلى أحداث مؤقتة غير دائمة ومستقرة، فهو يتخذ التفاؤل كصفة داخلية مستقرة يبني أفكاره عليها، والتفاؤل هو الاستمرار في الإيجابية في العمل والتفكير بشكل إيجابي للوصول إلى الأهداف المطلوبة وتحقيق النجاح (الفتلاوي، 2018).

4. المرونة (Resilience): عرف بوكورني (Bockorny, 2015) المرونة على أنها قدرة الفرد على النهوض وإعادة التوازن بعد التعرض للعقبات والمشكلات خلال محاولته لتحقيق الأهداف، فالمرونة في التفكير تقود الفرد إلى العودة للوضع الطبيعي واستعادة قواه لمواصلة السعي وراء تحقيق الهدف وتخطي العقبات والصعوبات التي تعترض طريقه، لأنه من الطبيعي وجود معوقات لأي هدف يسعى الإنسان للوصول إليه، وهنا تكمن أهمية المرونة بمساعدته على الاستمرار بإيجابية وعدم التوقف والاستسلام.

يتصف الأفراد الذين يمتلكون رأس مال نفسي مرتفع أنهم يسعون بشكل كبير إلى تحقيق أهدافهم، ولديهم الشعور بالسعادة والرضا والثقة بالنفس، ويمتاز تفكيرهم بالتوازن وينعكس ذلك على أدائهم في الحياة. (Gaza et al, 2010)

وقد ذكر كل من لوثانس وكوينزبيري (Luthans, 2007; Quisenberry, 2015) أن رأس المال النفسي يحقق العديد من الفوائد مثل: شعور الفرد بالسعادة، وزيادة إبداعه وتنمية روح التعاون لديه، وشعوره بالرضا، وتقوية الدافعية، وزيادة الفاعلية بتفكيره وأدائه، وقدرته على تخطي العقبات والتعامل مع الضغط، والاستمرار في المثابرة لتحقيق الأهداف. فهو مهم لأنه يعد من العوامل التي تؤثر في الإنسان من الناحية النفسية وطريقة تفكيره.

وبخصوص متغير فاعلية الذات الإبداعية (Creative Self Efficacy) فهي من الموضوعات الحديثة نسبياً في الأدب النفسي والتربوي، حيث بدأ الاهتمام بها منذ مطلع القرن الحالي لدى عددٍ من الباحثين مثل فيلان (Phelan, 2001)، وتيرني وفارمر (Tierney & Farmer, 2002)؛ وتوصف فاعلية الذات الإبداعية بأنها حالة خاصة من فاعلية الذات العامة؛ ففاعلية الذات العامة تمثل درجة اعتقاد الفرد بقدرته على أداء مهمةٍ محددةٍ بنجاح داخل سياقٍ معينٍ، بصرف النظر عن درجة صعوبة ذلك السياق، أما فاعلية الذات الإبداعية، فهي من أهم عوامل التحفيز لإيجاد الإبداع، وهي تشير إلى معتقدات الفرد حول قدراته الإبداعية وإثارة دافعيته نحو الإبداع ونحو امتلاك المعرفة اللازمة للإبداع، ونحو مسارات العمل اللازمة لتلبية مطالب الفرد الإبداعية المختلفة من أجل الخروج بنتائج جديدة (Yu, 2013).

وعرّف زهو وشن وكانيليا (Zhou, Shin & Cannella, 2008) فاعلية الذات الإبداعية بأنها إدراك الأفراد لإنتاج الأفكار الجديدة والنافعة. كما تُعرف على "أنها المعتقدات الخاصة في قدرات الفرد التي تتبع عنها الدافعية، والموارد المعرفية، ومسارات العمل اللازمة للتعامل مع الظروف المختلفة" (Chuang, Shiu, & Cheng, 2010). ورأى ديليلو وهاوغتون وديويلي (Diliello, Houghton & Dawley, 2011) أنّ فاعلية الذات الإبداعية تقييم ذاتي يقوم خلاله الفرد بتقييم إمكاناته الإبداعية التي تتطوي بشكلٍ خاصٍ على رؤيته لنفسه بأنه جيد في حل المشكلات الإبداعية والإتيان بأفكارٍ جديدة.

ويعتمد بناء الذات الإبداعية على مستوى الكفاءة الذاتية لدى الفرد، ومدى ثقته بقدراته، بالإضافة إلى توقعاته الذاتية حول نتائج الأعمال الإبداعية التي تقع ضمن طمّوحاته المستقبلية؛ فالأفراد الذين لديهم مستوى عالٍ من فاعلية الذات الإبداعية يتمكنون من ربط الدوافع مع مصادر المعرفة، ومسارات العمل اللازمة لتلبية متطلبات الظروف والحاجات التي تشكل تحديات في تحقيق الفرد لأهدافه (Hsu, Sheng-Tsung & Hsueh-Hiang, 2011).

ويتّصف الأفراد الذين لديهم فعالية ذات مرتفعة، أي أنهم ذوو كفاءة، ولديهم القدرة اللازمة للقيام بمهمة يشعرون بأنهم مندفعون نحو أداء تلك المهمة، ويميلون إلى أدائها بشكل أفضل، وتكون لديهم دافعية للاستفادة والتعلم بأقصى قدر ممكن من الأنشطة التي يؤديونها، أو المعلومات

التي يتعرضون لها، ويستخدمون العمليات المعرفية العليا في التعلم، وأنهم يميلون إلى اختيار الأنشطة ومهام التعلم التي تناسبهم، وأنهم أكثر استمراراً في بذل الجهد والمثابرة من أجل تحقيق الأهداف التي يسعى إليها أثناء التعلم (غباري وأبو شعيرة والجبالي، 2008).

ويَرى هسيو وشينق تسنج وهيسيوه هيقان (Hsu, Sheng-Tsung & Hsueh-Hiang, 2011) أنّ الأفراد الذين يمتلكون فاعلية ذات إبداعية عالية يتسمون بالمثابرة والتغلب على الصعوبات التي تواجههم، ويشعرون بثقة عالية بأنفسهم، ويمتلكون مهارات حل المشكلات بطرق إبداعية، ويفضلون التطبيق الحقيقي لقدراتهم الإبداعية، ومتفائلون ويشعرون بالرضى عن الذات، مما ينعكس ذلك على قدراتهم العقلية وتحصيلهم الدراسي وسلوكياتهم وطرق تفكيرهم مما يسهم في التغلب على مخاوفهم أثناء ممارسة العملية الإبداعية.

وقد حدد أبوت (Abbott, 2010) مجالين رئيسيين لفاعلية الذات الإبداعية هما؛ مجال فاعلية الذات في التفكير الإبداعي الذي يمثل فاعلية الحالة العقلية الداخلية؛ كالتعبير عن الإبداع من خلال مهارات التفكير الإبداعي: الطلاقة، المرّونة، التفاصيل، والأصالة التي تمكن الفرد من إنتاج الأفكار الجديدة والمناسبة. ومجال فاعلية الذات في الأداء الإبداعي الذي يمثل فاعلية الحالة الاجتماعية الخارجية كالتعبير عن الإبداع من خلال أنظمة الفرد الداخلية والخارجية التي تتفاعل مع بعضها البعض أثناء الأداء الإبداعي مثل الدوافع، والشخصية، والمزاج، والسياق الاجتماعي وغيرها، وبين أن فاعلية الذات الإبداعية تلعب دوراً حاسماً في تعزيز الابتكار.

أما بخصوص متغير مركز الضبط Locus of Control فهو يعد من المتغيرات التي يفسر فيها الفرد سلوكه في محاولته السيطرة على البيئة، ويختلف الأفراد في إدراكهم للأحداث والمواقف، الأمر الذي يجعل الاختلاف بينهم في التحكم بها ظاهراً، ويظهر ذلك الاختلاف في كيفية إدراكهم للأهداف التي يحققونها ، حيث يعتقد البعض أن ما يحدث لهم مصدره الآخرون، في المقابل يعتقد البعض الآخر أن مصدره إنجازاتهم وأعمالهم ويفسر ذلك في ضوء قدراتهم وما يستطيعون القيام به من مجهود ، ومثابرة في تحقيق الأهداف وما يرجونه من نتائج للسلوك وما يتخذون من قرارات حيال هذا السلوك (جبريل، 1996).

ومركز الضبط سمة من سمات الشخصية؛ لما له من القدرة على التنبؤ بأداء الفرد في مختلف المواقف. كما أنه يحدد مصادر توقعاته. ومن خلاله يمكن تحديد المكونات البارزة لتوضيح العلاقة بين سلوك الفرد وما يرتبط به من نتائج في أعماله في ضوء نجاحه، أو فشله وذلك بناء على مستوى قدراته. وبذل مجهود أكثر وتحقيق أهدافه واستخلاص النتائج بناء على سلوكه. وتحديد قراراته التي يصل إليها بناء على السلوك (Petri & Govern, 2004). ويرجع الفضل في إبراز مفهوم مركز الضبط إلى روتر (Rotter, 1966) باعتباره أحد أهم المفاهيم التي أكد

عليها في نظريته للتعليم الاجتماعي (Social Learning) التي صاغها بالاستناد إلى مدرستين كبيرتين من مدارس علم النفس وهما المدرسة السلوكية والمدرسة المعرفية. فالأفراد الذين يصنفون على أن مركز الضبط لديهم داخلي (Internal Individuals) يعتقدون أنهم يتحكمون في تصرفاتهم وسلوكهم وبالتالي يدركون أن ما يحصلون عليه من مكافأة أو عقاب هي نتاج سلوكهم هم فهم يتحملون مسؤولية ما يقومون به من أعمال (جبريل، 1996). أما الأفراد الذين يصنفون أن مركز ضبطهم خارجي (External Individuals) يعتقدون أن هنالك قوى ومؤثرات خارجية تتحكم في سلوكهم كالصدفة والحظ، والقدر، والأشخاص ذوي التأثير والنفوذ القوي، وبالتالي فإن ما يحصلون عليه من مكافأة أو عقاب لا يمكن السيطرة عليه، يتضح مما سبق أن مركز الضبط يعكس المعتقدات التي يؤمن بها الفرد عن العوامل التي تتحكم بنتائج أفعاله والأحداث التي تمر به (الهابشنة، 1999) كما ويشير مركز الضبط إلى درجة تقبل الفرد لمسؤوليته الشخصية عما يحدث له مقابل أن ينسب ذلك إلى قوى تقع خارج سيطرته (الغرابية، 2002)، ولذلك يُعد أحد الأبعاد المهمة في الشخصية الإنسانية، وبالترتيب عليه عند الأفراد يمكن فهم شخصياتهم وطريقة إدراكهم وتفكيرهم بما يواجههم من مواقف حياتية (الزغول، والصمادي، والطلافة، 2008).

يساعد ملء وقت فراغ الشباب بأنشطة مفيدة ومثمرة على الاستفادة القصوى من طاقتهم وإمكانياتهم، ويسهم في بناء مجتمع أقوى وأكثر استقراراً، خصوصاً في ظل التحديات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجههم. إن غيرة القائمين على جمعية بيوت الشباب الليبية على الشباب الليبي دفعهم إلى بناء وتنظيم فعاليات فريدة من نوعها من شأنها ملء فراغ الشباب واستثمار وقتهم، وقد تمثلت الفعاليات بمُخيّم طَمْوُح الذي بُنى بأعلى المواصفات وضم أنشطة متنوعة مفيدة تلبي احتياجات الشباب وتُكسبهم الأدوات الضرورية للحياة في القرن الحادي والعشرين في ظل التطور التقني والتكنولوجي وتطور وسائل الاتصال، وتحفزهم على الإبداع والابتكار، ولغاية التطوير والتحديث على البرامج التي تقدمها جمعية بيوت الشباب الليبية قامت بهذا البحث، حيث تمثلت المشكلة البحثية بفحص الفرضيات التالية:

- الفرضية الصفريّة الأولى: "لا يوجد أثر لبرامج مُخيّمات طَمْوُح للشباب التدرّيبية في تنمية فاعلية الذات الإبداعية (الدرجة الكلية والأبعاد)، ورأس المال النفسي (الدرجة الكلية والأبعاد)، ومركز الضبط لدى المشاركين (الداخلي والخارجي) في الأسبوع الأول عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".
- الفرضية الصفريّة الثانية: "لا يوجد أثر لبرامج مُخيّمات طَمْوُح للشباب التدرّيبية في تنمية فاعلية الذات الإبداعية (الدرجة الكلية والأبعاد)، ورأس المال النفسي (الدرجة الكلية والأبعاد)، ومركز الضبط لدى المشاركين (الداخلي والخارجي) في الأسبوع الثاني عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

- الفرضية الصفريّة الثالثة: "لا يوجد أثر لبرامج مُخيّمات طَمْوُح للشباب التّدريبيّة في تنمية فاعليّة الذات الإبداعيّة (الدرجة الكلّيّة والأبعاد)، ورأس المال النفسي (الدرجة الكلّيّة والأبعاد)، ومركز الضّبط لدى المشاركين (الداخلي والخارجي) في الأسبوع الثالث عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

أهداف البحث:

- الكشف عن أثر برامج مُخيّمات طَمْوُح للشباب التّدريبيّة في تنمية رأس المال النفسي لدى المشاركين في مجموعات الأسابيع الثالث.
- الكشف عن أثر برامج مُخيّمات طَمْوُح للشباب التّدريبيّة في تنمية فاعليّة الذات الإبداعيّة لدى المشاركين في مجموعات الأسابيع الثالث.
- الكشف عن أثر برامج مُخيّمات طَمْوُح للشباب التّدريبيّة في توجيه مركز الضّبط لدى المشاركين في مجموعات الأسابيع الثالث.

أهمية البحث:

تتضمن أهمية البحث جانبين، الأهمية النظرية والأهمية التطبيقية، وسيتم توضيحهم على النحو التالي:

الأهمية النظرية: تتبع الأهمية النظرية للدراسة من خلال حداثتها وأصالتها، إذ تعد الدراسة الأولى في حدود علم الباحثين التي درّست هذه المتغيرات لدى فئة الشّباب الليبي، وقد سعت الدراسة الحاليّة إلى إبراز مفاهيم رأس المال النفسي، وفاعليّة الذات الإبداعيّة، ومركز الضّبط لدى الشّباب الليبي، كما ساهمت الدراسة الحاليّة في تقديم معلومات وأدب نظري بخصوص متغيراتها المستقلة ومتغيرها التابع الذي تمثّل بمُخيّمات طَمْوُح المستوى الثاني وما تضمنته من أنشطة وفعاليات وتمارين وورش عمل ومحاضرات، بحيث يمكن للمهتمين الاستفادة منها والرجوع إليها، ومن المؤمل أن يكون للبحث الحالي دوراً في زيادة وعي الشّباب الليبي لأهمية دور جمعية بُيوت الشّباب الليبية وما تقدمه من إقامة المُخيّمات وعقد القاءات العلميّة والترفيهيّة والتّدريبيّة.

الأهمية التطبيقية: تبرز الأهمية التطبيقية للبحث الحالي من خلال توفير أدوات لقياس رأس المال النفسي وفاعليّة الذات الإبداعيّة ومركز الضّبط التي تتمتع بخصائص سيكومترية للبيئة الليبية لدى فئة هامة من فئات المجتمع هم فئة الشّباب المنتسبين لجمعية بُيوت الشّباب الليبية، كما أنه من المؤمل أن تقدم نتائج الدراسة الحاليّة واقع رأس المال النفسي وفاعليّة الذات الإبداعيّة وطبيعة مركز الضّبط لدى فئة الشّباب الليبي ودور مُخيّمات طَمْوُح المستوى الثاني في تنميتها وتحسينها، وبالتالي يمكن أن تكون نواة لدراساتٍ مستقبليةٍ يمكن أن تكون تجريبية من خلال بناء برامجٍ نوعيّةٍ متخصصةٍ تعمل على تنمية كل من رأس المال النفسي، وفاعليّة الذات الإبداعيّة ومركز الضّبط لدى الشّباب من فئات عمريّة مختلفة. كما تتضح أهمية الدراسة التطبيقية بما

توفره من نتائج ومعلومات تفيد القائمين على جمعية بُيُوت الشَّبَاب الليبية لتوجيه الشَّبَاب من أجل تحسين مستوى رأس المال النفسي لديهم، وفاعلية الذات الإبداعية لديهم، و لرفع نسبة المشاركين من الشَّبَاب ذوي مَرَكز الضَّبَط الداخلي، الأمر الذي سينعكس إيجاباً على تحسين إمكانيتهم العلمية والعملية والنفسية، ورفع مستوى أدائهم وإنجازهم وإبداعاتهم في مختلف مجالات الحياة وانعكاس ذلك على حياتهم المستقبلية.

التعريفات الإجرائية:

مُخَيِّم طَمُوح المستوى الثاني: يمكن تعريفه إجرائياً على أنه مُخَيِّم يخاطب الفئة العمرية من (17-25) أُقيمت به مجموعة من الأنشطة والفعاليات المخطط لها بعناية من قبل تربويين متخصصين في علم النفس التربوي تشرف عليه وتنفذه جمعية بُيُوت الشَّبَاب الليبية التابعة لوزارة الشَّبَاب. وقد عملت الأنشطة والفعاليات على تنمية وتعزيز قيم المشاركين ومعارفهم ومهاراتهم واتجاهاتهم، حيث تنوعت أنشطة وفعاليات برامج مُخَيِّمات طَمُوح بين المحاضرات وورش العمل المتخصصة في تنمية الشخصية والتفكير والتدريبات العملية من خلال أدوات MTA التي تعمل على إكساب المشاركين الخبرات الواقعية كمهارات القيادة والتواصل والتأقلم والاستدامة وإدارة الذات والوقت، والتفكير الناقد والإبداعي والابتكار، والتفكير التصميمي، وبين تمارين التفاعل والترفيه وكسر الجمود، وتمارين عمل الفريق وبناء القدرات والتعارف وبناء الصداقات والعلاقات بين المشاركين، إضافة لممارسة النشاطات ذات العلاقة بالتعايش في ظل الظروف الصعبة والاعتماد على الذات والألعاب الشاطئية.

رأس المال النفسي Psychological Capital: يُعرف إجرائياً بأنه الدرجة التي سوف يحصل عليها المشاركون على مقياس رأس المال النفسي المستخدم في الدراسة الحالية من خلال قياس الأبعاد التالية: التفاؤل، الأمل، المرونة، الكفاءة الذاتية.

- التفاؤل: يشير إلى الاستمرار بالإيجابية في العمل لتحقيق الأهداف، ويُعرف إجرائياً بأنه الدرجة التي سيحصل عليها المشاركون على المقياس المستخدم في الدراسة الحالية.
- الأمل: يشير إلى تحديد الأهداف وتعديل المسارات للوصول إلى النجاح، ويُعرف إجرائياً بأنه الدرجة التي سيحصل عليها المشاركون على المقياس المستخدم في الدراسة الحالية.
- المرونة: تشير إلى الإصرار على التغلب وتجاوز العقبات ومواجهة المشكلات لتحقيق النجاح، وتُعرف إجرائياً بأنها الدرجة التي سيحصل عليها المشاركون على المقياس المستخدم في الدراسة الحالية.

- الكفاءة الذاتية: تشير إلى امتلاك الفرد درجة من الثقة في عمل المهمات والتي تجعله يحقق أهدافه، وتُعرف إجرائياً بأنها الدرجة التي سيحصل عليها المشاركون على المقياس المستخدم في الدراسة الحالية (Luthans, et al., 2007).

فاعلية الذات الإبداعية Efficacy Creative Self تُعرف إجرائياً بالدرجات التي حصل عليها المشاركون في مخيم طموح المستوى الثاني على مقياس فاعلية الذات الإبداعية المستخدم في الدراسة الحالية، ويتراوح مدى الدرجات على المقياس ككل بين (21 - 105) درجة، وعلى المهارات الآتية:

- فاعلية الذات في التفكير الإبداعي Creative Thinking Self Efficacy ويُعبر عنها بالفقرات التي تقيس (فاعلية الذات في الطلاقة، والمرونة، والأصالة، والتفاصيل) ويندرج تحت كل بعد ثلاث فقرات، وتحدد إجرائياً بالدرجات التي حصل عليها المشاركون، وتتراوح بين (12-60) درجة

- فاعلية الذات في الأداء الإبداعي Creative Performance Self Efficacy ويُعبر عنها بالفقرات التي تقيس (فاعلية الذات في التعليم للإبداع، والاتصال والترويج للإبداع، والمحافظة على الشخصية الإبداعية) ويندرج تحت كل بعد ثلاث فقرات، وتُحدد إجرائياً بالدرجات التي حصل عليها المشاركون، وتتراوح بين (9-45) درجة.

مركز الضبط الأكاديمي: يمكن تصنيف الأفراد إلى نوعين حسب روتر هما: (Rotter, 1966).

- ذوو الضبط الداخلي: وهم الأفراد الذين يعززون ما يحدث لهم إلى سلوكهم الخاص، وبالتالي فهم يرون أنهم يستطيعون أن يضبطوا مصادر تعزيزاتهم بأنفسهم (جبريل، 1996) ويقاس في الدراسة الحالية من خلال مقياس روتر حيث تعبر عنه الدرجة ما بين (0-9)

- ذوو الضبط الخارجي: وهم الأفراد الذين يعتبرون أن ما يحدث لهم ناتج عن الصدفة، أو الحظ أو عوامل أخرى، ويرون أنهم لا يستطيعون السيطرة عليها أو فهمها، وبالتالي فهم غير قادرين على ضبط مصادر التعزيز بأنفسهم (جبريل، 1996). ويقاس في الدراسة الحالية من خلال مقياس روتر حيث تعبر عنه الدرجة ما بين (10-23).

تصميم البحث:

تم اتباع تصميم المجموعة الواحدة One Group Pretest Posttest Design أي المنهج التجريبي ذو المجموعة الواحدة (تصميم اختبار قبلي - بعدي للمجموعة الواحدة)، وفي هذا التصميم يتم تطبيق القياسات مرتين، مرة قبل تعرضها للمعالجة ومرة بعد تعرضها للمعالجة، ثم يقاس الأثر الناتج عن المعالجة باستخراج الفرق في متوسطات الأداء على القياسين، ثم يتم

اختبار دلالة الفروق بالطرق الإحصائية المناسبة، وفي البحث الحالي تم إشراك ثلاث مجموعات تجريبية في مُخَيِّمَات طَمُوح.

O1 X O2

O1: القياس القبلي (اختبار رأس المال النفسي، وفاعلية الذات الإبداعية، ومركز الضبط)

O2: القياس البعدي (اختبار رأس المال النفسي، وفاعلية الذات الإبداعية، ومركز الضبط)

X: المعالجة (مُخَيِّمَات طَمُوح)

إجراءات البحث:

تتضمن إجراءات البحث ما يلي:

المحور الأول:

محور المقاييس العالمية: حيث تم تطبيق المقاييس التالية: (مقياس رأس المال النفسي، ومقياس فعالية الذات الإبداعية، ومقياس مركز الضبط)، كقياسات قبلية وبعديّة في كل أسبوع على حدة، للكشف عن أثر المُخَيِّمَات بما تحويه من برامج وفعاليات وأنشطة على تنمية المشاركين، حيث تم تطبيق المقاييس في أول يوم من انطلاق المُخَيِّمَات ومباشرة قبل إجراء أي نشاط أو فعالية، وبعد الانتهاء من كل مُخَيِّم وتوزيع الشهادات تم تطبيق المقاييس السابقة كقياس بعدي في كل أسبوع على حدة.

المحور الثاني:

محور المقابلات الشخصية، حيث تم إجراء مقابلات مع 18 مشارك وثلاثة قادة وفقا لما يلي:
- تم إجراء مقابلات مع مدراء المُخَيِّمَات الذين تعاملوا مع المشاركين بشكل مباشر قبل وبعد المشاركة بمُخَيِّمَات طَمُوح المستوى الأول الذي سبق المُخَيِّمَات الحالية (مُخَيِّمَات طَمُوح المستوى الثاني).

- تم إجراء مقابلات مع مدربين ممن شاركوا في الأسبوع الأول والتعرف على مدى استفادتهم من مُخَيِّمَات طَمُوح السابقة والحالية.

- تم إجراء مقابلات مع المشاركين في (الأسبوع الثاني والثالث) الذين تعاملوا وتدريبوا وتأثروا بالمدربين الذين شاركوا في مُخَيِّم الأسبوع الأول وممن كانوا بمُخَيِّمَات طَمُوح المستوى الأول.

- تم إجراء مقابلات مع قادة المُخَيِّمَات في الأسابيع الثلاث.

حدود الدراسة ومحدداتها:

تُعمم هذه الدراسة تبعاً للحدود الآتية:

- الحدود البشرية: اقتصرت هذه الدراسة على المشاركين في مُخَيّمات طَمْوُح المستوى الثاني من الشَّبَاب الليبي للفئة العمرية (17 - 25) سنة من المنتسبين لجمعية بِيُوت الشَّبَاب الليبية.
 - الحدود المكانية: شملت عينة الدراسة مختلف المناطق الليبية.
 - الحدود الزمانية: طُبقت هذه الدراسة في شهر يوليو وأغسطس (تموز وآب) من العام 2024م.
- أما محددات الدراسة فتكمن في:
- عينة الدراسة: حيث اقتصرت عينة الدراسة على (233) شاب مشارك في مُخَيّمات طَمْوُح المستوى الثاني.
 - أدوات الدراسة والخصائص السيكومترية الخاصة بها: حيث تتحدد بتعميم نتائج الدراسة استناداً لصدق وثبات مقاييس الدراسة المتمثلة بـ (مقياس رأس المال النفسي، ومقياس فاعلية الذات الإبداعية، ومقياس مركز الضبط) وإمكانية تعميم نتائج الدراسة على عينات مماثلة.
 - تم التقييم عبر روابط على الأنترنت من خلال دخول المشاركين إليها وتعبئة المقاييس.
- مخرجات برامج مُخَيّمات طَمْوُح للشباب
- يمتلك معتقدات إيجابية حول قدراته ومهاراته.
 - متفائل ولديه أمل في المستقبل ورضا عن الذات.
 - يمتلك المرونة النفسية والعقلية الذاتية التي تؤهله للتفاعل مع المجتمع بفاعلية.
 - يمتلك معتقدات إيجابية حول قدرته على الإبداع والترويج الإبداعي والمحافظة والاستمرار على ذلك.
 - يمتلك دافعية عالية نحو أداء المهمات الموكلة إليه، والميل لأدائها على أكمل وجه .
 - يمتلك دافعية عالية نحو التعلم والاستفادة والمشاركة بالأنشطة والمهام التي يتعرض إليها بشكل عام.
 - يمتلك ويبدل الجهد ويتغلب على الصعاب لتحقيق الأهداف أثناء التعلم.
 - يمتلك الثقة بالنفس، ومهارات التواصل بفاعلية، والتفكير الناقد.
 - يطبق خطوات التفكير التصميمي، ومهارات التكيف.
 - لديه القدرة على اتخاذ القرار، وحل المشكلات بطرق إبداعية.
 - لديه القدرة على التطبيق الحقيقي للقدرات الإبداعية.
 - يمتلك مَرَكِز ضبط داخلي.
 - يؤمن أن لديه القدرة على التحكم بنتائج أفعاله من خلال ضبط الأحداث التي يمر بها.

عينة الدراسة:

جدول (1) توزيع أفراد الدراسة حسب أسابيع مُخَيِّم طَمُوح المستوى الثاني وطبيعة القياس (القبلي والبعدي)

عدد المشاركين في القياس البعدي	عدد المشاركين في القياس القبلي	
50	50	مُخَيِّم طَمُوح المستوى الثاني الأسبوع الأول
87	87	مُخَيِّم طَمُوح المستوى الثاني الأسبوع الثاني
96	96	مُخَيِّم طَمُوح المستوى الثاني الأسبوع الثالث
233		المجموع

أدوات الدراسة:

أولاً: مقياس رأس المال النفسي:

تم في البحث الحالي استخدام مقياس رأس المال النفسي للوثانس ويوسف (Luthans and Youssef, 2004) والذي يحتوي على (24) فقرة تقيس أربعة أبعاد وهي (الكفاءة الذاتية، التفاؤل، الأمل، المرونة)، بحيث تم تخصيص 6 فقرات لكل بُعد، وأمام كل فقرة تدرج خماسي وفقاً لليكرت (دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً، أبداً)، وتُمثَل رقمياً (1،2،3،4،5) على الترتيب، وتم اعتماد المقياس بصورته العربية لاستخدامه والذي يتكون من (24) فقرة، موزعين على أربعة أبعاد، وفي ما يلي توضيح لكل بعد ورقم الفقرات الدالة عليه: بُعد الكفاءة الذاتية الفقرات 1، 8، 11، 14، 17، 24، و بُعد الأمل: 2، 5، 12، 15، 18، 21، و بُعد المرونة: 3، 6، 9، 16، 19، 22، و بُعد التفاؤل: 4، 7، 10، 13، 20، 23.

قام لوثانس ويوسف (Luthans and Youssef, 2004) بحساب معاملات ثبات المقياس بطريقة كرونباخ ألفا للاتساق الداخلي، حيث تراوحت معاملات الثبات بين (0.66 - 0.89) وحساب صدق البناء حيث بلغت قيمته (0.051)، كما تم حساب جذر متوسط مربع الخطأ حيث بلغت قيمته (0.046)، كما تم استخراج نموذج المطابقة comparative fit index (CFI) حيث بلغ (0.93) وُعد ذلك مناسباً.

صدق المقياس في البحث الحالي:

تم استخراج دلالات صدق المقياس من خلال صدق المُحكِّمين، حيث تم عرض المقياس على خمسة من أعضاء هيئة التدريس من المُتخصِّصين في علم النفس والتربية، وذلك للحكم على مدى مناسبة فقراته للفئة المستهدفة، ومدى مناسبة عددها، ووضوح لغتها، وقد تم الأخذ بملاحظات المُحكِّمين وإجراء التعديلات المطلوبة. كما تم حساب صدق البناء بحساب معاملات ارتباط كل فقرة وبين الدرجة الكلية، وبين كل فقرة وارتباطها بالمجال التي تنتمي إليه، وبين المجالات ببعضها والدرجة الكلية، من خلال عينة استطلاعية من خارج عينة البحث تكونت من (30) شاباً، وقد تراوحت معاملات ارتباط الفقرات مع الأداة ككل ما بين (0.46-0.85)، ومع المجال (0.62-0.88) والجدول التالي يبين ذلك.

جدول (2) معاملات الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية والمجال التي تنتمي إليه

رقم الفقرة	معامل الارتباط مع المجال	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع المجال	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع المجال	معامل الارتباط مع الأداة
1	** .74	** .71	9	** .76	** .65	17	** .67	** .47
2	** .83	** .81	10	** .76	** .79	18	** .88	** .83
3	** .71	** .73	11	** .82	** .76	19	** .77	** .73
4	** .65	** .46	12	** .87	** .85	20	** .69	** .72
5	** .70	** .68	13	** .78	** .77	21	** .81	** .71
6	** .72	** .77	14	** .76	** .81	22	** .64	** .72
7	** .70	** .71	15	** .71	** .64	23	** .69	** .83
8	** .73	** .65	16	** .62	** .65	24	** .86	** .82

*دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

**دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

كما تم استخراج معامل ارتباط المجال بالدرجة الكلية، ومعاملات الارتباط بين المجالات ببعضها والجدول التالي يبين ذلك.

جدول (3) معاملات الارتباط بين المجالات ببعضها وبالدرجة الكلية

رأس المال النفسي	التقاؤل	المرونة	الأمل	الكفاءة الذاتية	
				1	الكفاءة الذاتية
			1	** .784	الأمل
		1	** .870	** .826	المرونة
	1	** .745	** .771	** .712	التقاؤل
1	** .863	** .938	** .938	** .920	رأس المال النفسي

* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

يبين الجدول (3) أن جميع معاملات الارتباط كانت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائياً، مما يشير إلى درجة مناسبة من صدق البناء.

ثبات المقياس:

تم التحقق من ثبات مقياس رأس المال النفسي عن طريق حساب ثبات الاستقرار (test-retest) بتطبيق المقياس وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين على مجموعة من خارج عينة البحث مكونة من (30) شاباً (من الفئة العمرية 18-25) سنة، ومن ثم تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين تقديراتهم في المرتين، كما تم حساب معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا، وقد تراوحت معاملات ثبات الإعادة بين (0.81 - 0.89)، وللدرجة الكلية (0.89) فيما تراوحت معاملات قيم ثبات الاتساق الداخلي بين (0.71 - 0.85)، وللدرجة الكلية (0.85) واعتبرت هذه القيم ملائمة لغايات هذا البحث والجدول (4) يوضح ذلك.

جدول (4) معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات وبالدرجة الكلية

المجال	ثبات الإعادة	الاتساق الداخلي
الكفاءة الذاتية	0.86	0.82
الأمل	0.83	0.79
المرونة	0.81	0.71
التقاؤل	0.85	0.80
رأس المال النفسي	0.89	0.85

ثانياً: مقياس فاعلية الذات الإبداعية:

استخدم البحث الحالي مقياس أبوت (Abbott, 2010) لفاعلية الذات الإبداعية الذي طوره الزعبي (2014)، ويتكون من (21) فقرة ويشمل مجالين رئيسيين هما: مجال فاعلية الذات في التفكير الإبداعي ويشمل أربعة أبعاد للتفكير الإبداعي (فاعلية الذات في الطلاقة، والمرونة، والأصالة، والتفاصيل) وتندرج تحت كل بعد ثلاث فقرات، فيما يتمثل المجال الرئيس الثاني في فاعلية الذات في الأداء الإبداعي ويشمل ثلاثة أبعاد هي: (فاعلية الذات في التعليم للإبداع، والاتصال والترويج للإبداع، والمحافظة على الشخصية الإبداعية) ويندرج تحت كل بعد ثلاث فقرات، ويعد المقياس مناسباً للكبار والصغار كون فقراته عامة تخاطب الفرد حول معتقداته الذاتية حول الإبداع بصرف النظر عن عمره.

صدق وثبات مقياس فاعلية الذات الإبداعية

يتمتع المقياس بصورته الأجنبية بمعاملات صدق وثبات مرتفعة، وفي صورته العربية قام الزعبي (2014) باستخراج الصدق الظاهري له، كما تمّ التحقق من صدق البناء للمقياس، وكان ذلك دلالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$). وفيما يتعلق بثبات المقياس فقد قام الزعبي (2014) باستخراج معامل الثبات الكلي باستخدام معادلة كرونباخ ألفا للاتساق الداخلي، كما تمّ حساب معامل ثبات الإعادة وكانت مرتفعة.

صدق المقياس وثباته في البحث الحالي: تمّ التأكد من صدق المقياس بعرضه على مختصين بالتربية وعلم النفس، كما تمّ التحقق من صدق البناء بتطبيقه على عينة استطلاعية من مجتمع البحث ومن خارج عينتها بلغت (30) شاباً (من الفئة العمرية 17-25) سنة، وأثناء تطبيق المقياس تم الاستماع لاستفسارات الشّباب باهتمام، وتم تسجيل بعض الكلمات غير المفهومة من قبلهم والتي أخذت بعين الاعتبار عند تطبيق الأداة بصورتها النهائية، وتم حساب معامل ارتباط الفقرة بالبُعد الذي تنتمي إليه، والفقرة مع الدرجة الكلية، وقد تراوحت معاملات ارتباط الفقرات مع الأداة ككل ما بين (0.51-0.81)، ومع المجال (0.59-0.84) والجدول التالي يبين ذلك.

جدول (5) معاملات الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية والمجال التي تنتمي إليه

رقم الفقرة	معامل الارتباط مع المجال	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع المجال	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع المجال	معامل الارتباط مع الأداة
1	** .75	** .75	8	** .78	** .79	15	** .73	** .64
2	** .74	** .69	9	** .61	** .51	16	** .76	** .70

معامل الارتباط مع الأداة	معامل الارتباط مع المجال	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة	معامل الارتباط مع المجال	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع الأداة	معامل الارتباط مع المجال	رقم الفقرة
** .76	** .81	17	** .76	** .69	10	** .74	** .82	3
** .52	** .59	18	** .59	** .64	11	** .80	** .84	4
** .68	** .75	19	** .67	** .65	12	** .76	** .81	5
** .74	** .78	20	** .79	** .78	13	** .81	** .79	6
** .54	** .62	21	** .70	** .71	14	** .80	** .83	7

* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

كما تم استخراج معامل ارتباط المجال بالدرجة الكلية، ومعاملات الارتباط بين المجالات ببعضها والجدول التالي يبين ذلك.

جدول (6) معاملات الارتباط بين المجالات ببعضها وبالدرجة الكلية

فاعلية الذات الإبداعية	فاعلية الذات في التفكير الإبداعي	فاعلية الذات في الأداء الإبداعي	
		1	فاعلية الذات في الأداء الإبداعي
	1	** .750	فاعلية الذات في التفكير الإبداعي
1	** .951	** .919	فاعلية الذات الإبداعية

* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

ثبات المقياس في البحث الحالي: للتأكد من ثبات أداة الدراسة، فقد تم التحقق بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (test-retest) بتطبيق المقياس، وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين على مجموعة من خارج عينة الدراسة مكونة من (30)، ومن ثم تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين تقديراتهم في المرتين.

وتم أيضاً حساب معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا، والجدول رقم (7) يبين معامل الاتساق الداخلي وفق معادلة كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات والدرجة الكلية واعتبرت هذه القيم ملائمة لغايات هذه الدراسة.

جدول (7) معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات والدرجة الكلية

المجال	ثبات الإعادة	الاتساق الداخلي
فاعلية الذات في الأداء الإبداعي	0.85	0.71
فاعلية الذات في التفكير الإبداعي	0.82	0.80
فاعلية الذات الإبداعية	0.90	0.87

تصحيح المقياس: تكون المقياس بصورته النهائية من (21) فقرةً متبوعةً بتدرج خماسي، حيث يحصل المستجيب دائماً على 5 درجات، وغالباً على 4 درجات، وأحياناً على 3 درجات، ونادراً على درجتين، وأبداً على درجة واحدة، علماً أن جميع الفقرات إيجابية، وللحكم على مستويات فاعلية الذات الإبداعية فقد تمّ اعتماد المعيار التالي: المستوى المنخفض من (1-2.33)، والمستوى المتوسط من (2,34 - 3,66)، والمستوى المرتفع من (3,67 - 5).
ثالثاً: مقياس مركز الضبط:

تم في البحث الحالي استخدام مقياس مركز الضبط لروتر وتكون من (29) بنداً وكل بند تكون من فقرتين أحدهما تقيس مركز الضبط الداخلي والأخرى تقيس مركز الضبط الخارجي، وتوجد في المقياس (6) بنود وضعت للتمويه بقصد إضفاء الغموض على الغرض من المقياس، ويُطلب من المستجيب اختيار إحدى الفقرتين (أ) أو (ب) بما يتوافق مع حالته ومعتقداته الشخصية، علماً أنه لا توجد إجابة صحيحة أو خاطئة، ولا توجد في المقياس عبارات تشير بشكل مباشر لتفضيل مركز الضبط الداخلي أو الخارجي، بل إنه يقيس إدراك الفرد للعلاقات المحتملة بين السلوك وبين الأحداث المرتبطة بذلك السلوك.

صدق المقياس:

للتحقق من صدق المحتوى؛ تم عرض المقياس على مجموعة من الأساتذة المختصين بالتربية وعلم النفس. ولاستخراج دلالات صدق البناء للمقياس، أُستخرجت معاملات ارتباط الفقرة مع الدرجة الكلية للمقياس في عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة تكونت من (30) شاباً (من الفئة العمرية 18-25) سنة، وقد تراوحت معاملات ارتباط الفقرة مع الدرجة الكلية للمقياس ما بين (0.40-0.63)، والجدول التالي يبين ذلك.

جدول (8) معاملات الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية للمقياس

معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة
*.40	17	** .51	9	** .52	1
*.43	18	*.44	10	** .53	2
** .49	19	*.40	11	** .59	3
*.46	20	*.42	12	*.42	4
*.44	21	** .56	13	** .60	5
*.44	22	** .53	14	** .63	6
*.46	23	*.46	15	** .52	7
		** .52	16	** .56	8

* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

ثبات المقياس:

تم حساب معامل ثبات المقياس باستخدام معادلة (KR-20) وقد بلغت (0.83)، وتم حساب معامل الثبات للمقياس بطريقة الإعادة، حيث قام بتوزيعه على مجموعة مكونة من (30) شاباً (من الفئة العمرية 18-25) سنة، ثم بعد أسبوعين من الاستجابة الأولى قام بتوزيعه على نفس المجموعة؛ لتسجيل استجاباتهم الثانية، وقد بلغ معامل الثبات (0.90) وهذه النتائج مقبولة لغايات أغراض الدراسة، والبحث العلمي، علماً بأن معامل الثبات بلغ في دراسة روتر (Rotter, 1966) (0.72) لعينة تكونت من (60) طالباً جامعياً.

تصحيح المقياس:

تُحسب درجة واحدة للفقرات (2 ، 6 ، 7 ، 9 ، 16 ، 17 ، 18 ، 20 ، 21 ، 23 ، 25 ، 29) عند الإجابة عليها بالرمز (أ)، وتُعطى صفراً عند الإجابة عليها بالرمز (ب)، وفيما يخص الفقرات (3 ، 4 ، 5 ، 10 ، 11 ، 12 ، 13 ، 15 ، 22 ، 26 ، 28) تُعطى علامة واحدة لكل فقرة عند الإجابة عليها بالرمز (ب)، وتُعطى صفراً عند الإجابة عليها بالرمز (أ)، وتترج الدرجات على المقياس من (صفر - 23)، حيث يعني الصفر عدم وجود مركز ضبط خارجي تماماً؛ في حين تعني الدرجة (23) عدم وجود مركز ضبط داخلي تماماً، ويصنف المستجيبون على المقياس إلى فئتين: ذوي الضبط الداخلي وتقع درجاتهم ما بين (صفر - 8) درجات وذوي الضبط الخارجي وتقع درجاتهم ما بين (9 - 23) درجة.

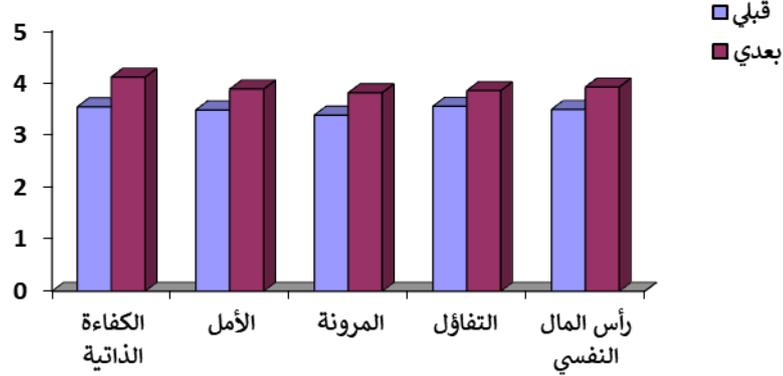
نتائج الدراسة :

المجموعة الأولى: (الأسبوع الأول من مُخَيّمات طَمُوح المستوى الثاني)
الفرضية الصفرية الأولى: "لا يوجد أثر لبرامج مُخَيّمات طَمُوح التّربّية المستوى الثاني في تنمية رأس المال النفسي لدى عينة الدراسة" عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)
للتحقّق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات عينة الدراسة على مقياس رأس المال النفسي في المجموعة الأولى في التطبيقين القبلي والبعدي، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم حساب اختبار "ت" للبيانات المترابطة، والجدول (9) يوضح ذلك.

جدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لدرجات عينة الدراسة على مقياس رأس المال النفسي في التطبيقين القبلي والبعدي

رأس المال النفسي	التطبيق	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
الكفاءة الذاتيّة	قبلي	50	3.54	1.123	- 3.533	49	.001
	بعدي	50	4.11	.629			
الأمل	قبلي	50	3.48	.982	- 2.876	49	.006
	بعدي	50	3.88	.505			
المرونة	قبلي	50	3.38	.859	- 3.076	49	.003
	بعدي	50	3.81	.581			
التعاوّل	قبلي	50	3.55	.656	- 3.377	49	.001
	بعدي	50	3.85	.439			
رأس المال النفسي	قبلي	50	3.49	.839	- 3.580	49	.001
	بعدي	50	3.92	.402			

يتبين من الجدول (9) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) لدرجات عينة الدراسة على مقياس رأس المال النفسي بين التطبيقين القبلي والبعدي وجاءت الفروق لصالح التطبيق البعدي.



تؤكد النتائج أثر برنامج مُخَيِّمات طَمُوح التَدْرِيبِيَّة المَسْتَوَى الثَّانِي فِي تَنمِيَّة رَأْس المَالِ النَفْسِي (الدرجة الكلية والأبعاد) وبالتالي تُرْفَضُ الفَرَضِيَّة الصَفْرِيَّة وَتُقْبَلُ الفَرَضِيَّة البَدِيلِيَّة الَّتِي تَتَّصُ عَلى أَنَّهُ " يَوجَدُ أَثرُ لِبِراِمِجِ مُخَيِّماتِ طَمُوحِ التَدْرِيبِيَّةِ المَسْتَوَى الثَّانِي فِي تَنمِيَّةِ رَأْسِ المَالِ النَفْسِي لَدَى عِينَةِ الدَّرَاسَةِ عِندَ مَسْتَوَى الدَّلَالَةِ ($\alpha \leq 0.05$).

فِي تَنمِيَّةِ الفَرَضِيَّةِ الصَفْرِيَّةِ الثَّانِيَّة: " لا يَوجَدُ أَثرُ لِبِراِمِجِ مُخَيِّماتِ طَمُوحِ التَدْرِيبِيَّةِ المَسْتَوَى الثَّانِي فِي تَنمِيَّةِ مَرَكِزِ الضَّبْطِ لَدَى المِشَارِكِينَ (الداخلي والخارجي) لَدَى عِينَةِ الدَّرَاسَةِ عِندَ مَسْتَوَى الدَّلَالَةِ ($\alpha \leq 0.05$)

لِلإِجَابَةِ عَن هَذَا السُّؤَالِ تَمَّ اسْتِخْرَاجُ التَكَرَّراتِ والنسب المئوية لِمَرَكِزِ الضَّبْطِ الداخلي والخارجي لَدَى المِشَارِكِينَ فِي المَجمُوعَةِ الأُولَى بَينَ التَطْبِيقِينِ القَبْلِي والبَعْدِي كَمَا تَمَّ اسْتِخْداَمُ اِخْتِبارِ كاي2 لِبَيانِ الإِخْتِلافِ بَينَهُما وَالجَدول (10) يَوضِحُ ذَلِكَ.

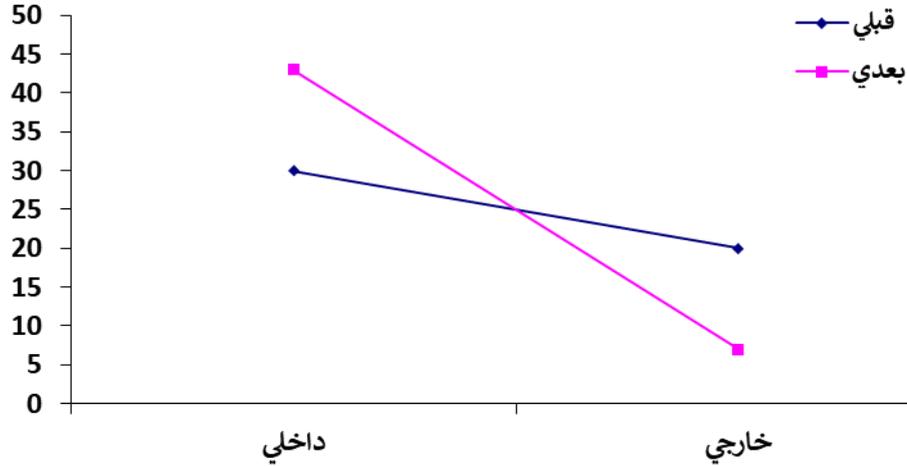
جدول (10) التكرارات والنسب المئوية لمركز الضبط الداخلي والخارجي لدى المشاركين في

التطبيقين القبلي والبعدي واختبار كاي2 لبيان الاختلاف بينهما

المجموع	مركز الضبط بعدي				
	داخلي	خارجي			
20 40.0%	14 28.0%	6 12.0%	لتكرار النسبة	خارجي	مركز الضبط قبلي
30 60.0%	29 58.0%	1 2.0%	التكرار النسبة	داخلي	
50 100.0%	43 86.0%	7 14.0%	التكرار النسبة	المجموع	

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	القيمة	
.008	1	7.087	كاي 2

يتبين من الجدول (10) وجود اختلاف دال إحصائياً في مركز الضبط في التطبيقين القبلي والبعدي وكانت الفروق لصالح مركز الضبط الداخلي في التطبيق البعدي حيث بلغت قيمة كاي 2 (7.087) وبدلالة إحصائية بلغت (0.008).



تؤكد النتائج أثر برنامج مخرجات طمّوح التدريبية المستوى الثاني في تنمية مركز الضبط (الداخلي والخارجي) وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد أثر لبرنامج مخرجات طمّوح التدريبية المستوى الثاني في تنمية مركز الضبط (الداخلي والخارجي) لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الصفرية الثالثة "لا يوجد أثر لبرنامج مخرجات طمّوح التدريبية المستوى الثاني في تنمية فاعلية الذات الإبداعية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات عينة الدراسة على مقياس فاعلية الذات الإبداعية في المجموعة الأولى في التطبيقين القبلي والبعدي، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت" للبيانات المترابطة، والجدول أدناه يوضح ذلك.

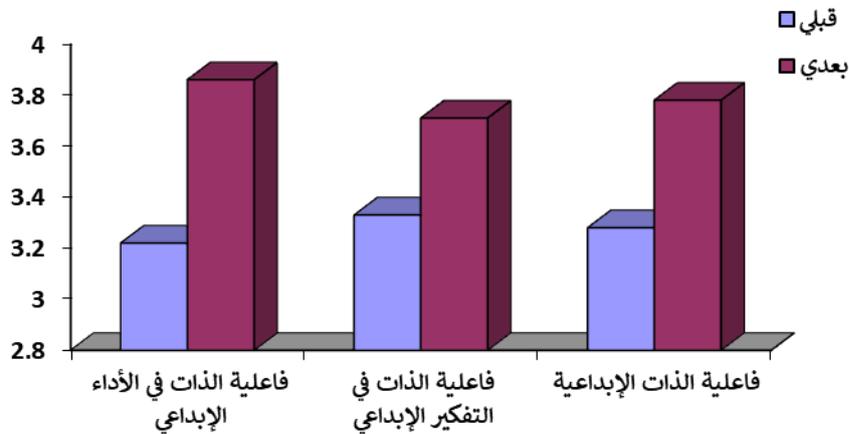
جدول (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لدرجات عينة الدراسة على

مقياس فاعلية الذات الإبداعية في التطبيقين القبلي والبعدي

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	التطبيق

.000	49	-	4.919	.838	3.22	50	قبلي	فاعلية الذات في الأداء الإبداعي
							بعدي	
.004	49	-	3.059	.836	3.33	50	قبلي	فاعلية الذات في التفكير الإبداعي
							بعدي	
.000	49	-	4.070	.808	3.28	50	قبلي	فاعلية الذات الإبداعية
							بعدي	

يتبين من الجدول (11) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لدرجات عينة الدراسة على مقياس فاعلية الذات الإبداعية في التطبيقين القبلي والبعدي وجاءت الفروق لصالح التطبيق البعدي.



تؤكد النتائج أثر برنامج مُخيمات طُمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية فاعلية الذات الإبداعية (الدرجة الكلية والأبعاد) وبالتالي تُرَفِّض الفرضية الصفرية وتُقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد أثر لبرنامج مُخيمات طُمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية فاعلية الذات الإبداعية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

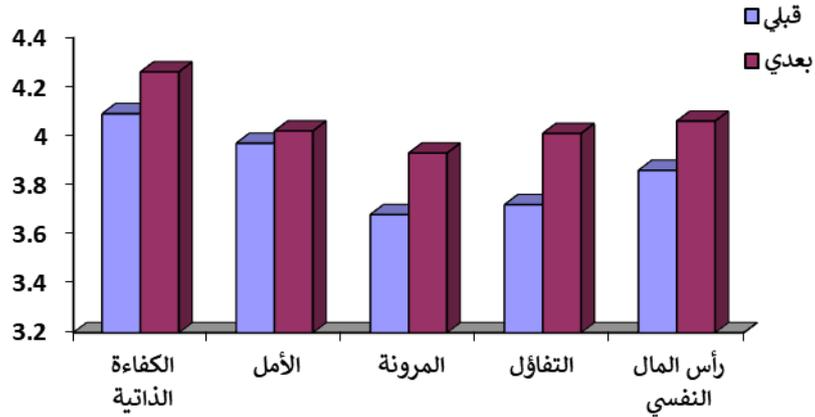
المجموعة الثانية (الأسبوع الثاني من مُخيمات طُمُوح المستوى الثاني) الفرضية الصفرية الأولى: "لا يوجد أثر لبرنامج مُخيمات طُمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية رأس المال النفسي لدى عينة الدراسة؟ عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات عينة الدراسة على مقياس رأس المال النفسي في المجموعة الثانية في التطبيقين القبلي والبعدي، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت" للبيانات المترابطة، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لدرجات عينة الدراسة على مقياس رأس المال النفسي في التطبيقين القبلي والبعدي

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	التطبيق		
.000	86	-	3.998	.613	4.09	87	القبلي	الكفاءة الذاتية
							البعدي	
.009	86	-	2.663	.575	3.97	87	القبلي	الأمل
							البعدي	
.000	86	-	6.448	.592	3.68	87	القبلي	المرونة
							البعدي	
.000	86	-	7.300	.568	3.72	87	القبلي	التعاؤل
							البعدي	
.000	86	-	7.698	.474	3.86	87	القبلي	رأس المال النفسي
							البعدي	

يتبين من الجدول (12) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($a = 0.05$) لدرجات عينة الدراسة على مقياس رأس المال النفسي في التطبيقين القبلي والبعدي وجاءت الفروق لصالح التطبيق البعدي.



تؤكد النتائج أثر برنامج مُخيمات طَمُوح التَّربيبية المستوى الثاني في تنمية رأس المال النفسي (الدرجة الكلية والأبعاد) وبالتالي تُرْفَضُ الفرضية الصفرية وتُقبَلُ الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد أثر لبرامج مُخيمات طَمُوح التَّربيبية المستوى الثاني في تنمية رأس المال النفسي لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

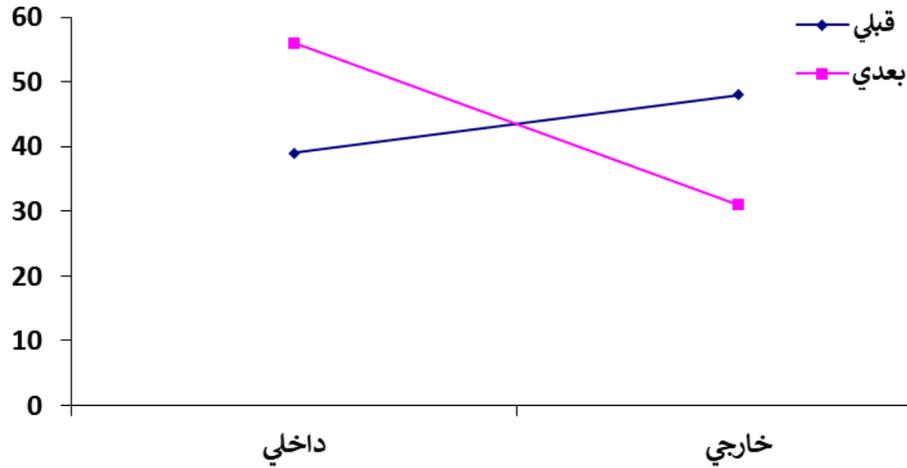
الفرضية الصفرية الثانية: "لا يوجد أثر لبرامج مُخيمات طَمُوح التَّربيبية المستوى الثاني في مركز الضبط الداخلي لدى المشاركين (الداخلي والخارجي) لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمركز الضبط في التطبيقين القبلي والبعدي وكانت الفروق لصالح مركز الضبط الداخلي في المجموعة الثانية بين التطبيقين القبلي والبعدي كما تم استخدام اختبار كاي 2 لبيان الاختلاف بينهما والجدول (13) يوضح ذلك. جدول (13) التكرارات والنسب المئوية لمركز الضبط الداخلي والخارجي لدى المشاركين في التطبيقين القبلي والبعدي واختبار كاي 2 لبيان الاختلاف بينهما

المجموع	مركز الضبط بعدي		التكرار	النسبة	
	داخلي	خارجي			
48	17	31	التكرار	النسبة	مركز الضبط خارجي
55.2%	19.5%	35.6%			
39	39	0	التكرار	النسبة	مركز الضبط قبلي
44.8%	44.8%	.0%			
87	56	31	التكرار	النسبة	المجموع
100.0%	64.4%	35.6%			

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	القيمة	
.000	1	39.131	كاي 2

يتبين من الجدول (13) وجود اختلاف دال إحصائياً في مركز الضبط في التطبيقين القبلي والبعدي وكانت الفروق لصالح مركز الضبط الداخلي حيث بلغت قيمة كاي 2 (39.131) وبدلالة إحصائية بلغت (0.000)،



تؤكد النتائج أثر برنامج مخرجات طمّوح التدريبية المستوى الثاني في تنمية مركز الضبط (الداخلي والخارجي) وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية وتُقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد أثر لبرامج مخرجات طمّوح التدريبية المستوى الثاني في تنمية مركز الضبط (الداخلي والخارجي) لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الصفرية الثالثة: "لا يوجد أثر لبرامج مخرجات طمّوح التدريبية المستوى الثاني في تنمية فاعلية الذات الإبداعية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات عينة الدراسة على مقياس فاعلية الذات الإبداعية في المجموعة الثانية في التطبيقين القبلي والبعدي، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت" للبيانات المترابطة، والجدول أدناه يوضح ذلك.

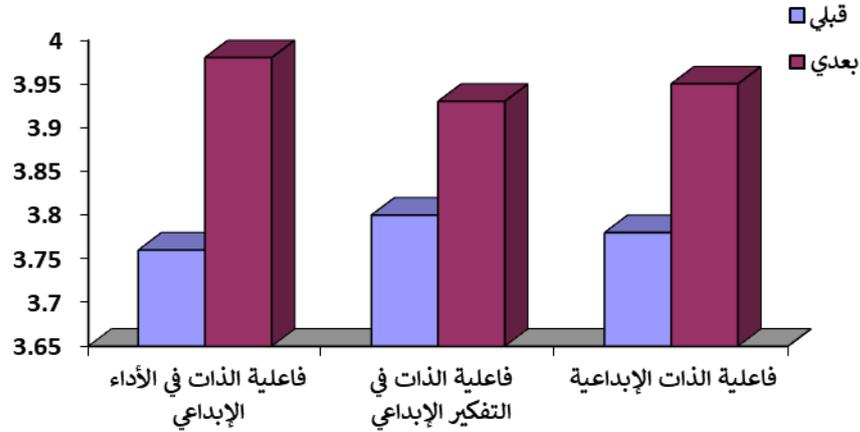
جدول (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لدرجات عينة الدراسة على

مقياس فاعلية الذات الإبداعية في التطبيقين القبلي والبعدي

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	التطبيق

.000	86	-	6.741	.583	3.76	87	قبلي	فاعلية الذات في الأداء الإبداعي
							بعدي	
.000	86	-	4.864	.511	3.80	87	قبلي	فاعلية الذات في التفكير الإبداعي
							بعدي	
.000	86	-	7.376	.483	3.78	87	قبلي	فاعلية الذات الإبداعية
							بعدي	

يتبين من الجدول (14) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لدرجات عينة الدراسة على مقياس فاعلية الذات الإبداعية في التطبيقين القبلي والبعدي وجاءت الفروق لصالح التطبيق البعدي.



تؤكد النتائج أثر برنامج مُخيمات طُمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية فاعلية الذات الإبداعية (الدرجة الكلية والأبعاد) وبالتالي تُرْفَضُ الفرضية الصفرية وتُقبَلُ الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد أثر لبرنامج مُخيمات طُمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية فاعلية الذات الإبداعية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

المجموعة الثالثة (الأسبوع الثالث من مُخيمات طُمُوح المستوى الثاني) الفرضية الصفرية الأولى: "لا يوجد أثر لبرنامج مُخيمات طُمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية رأس المال النفسي لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"

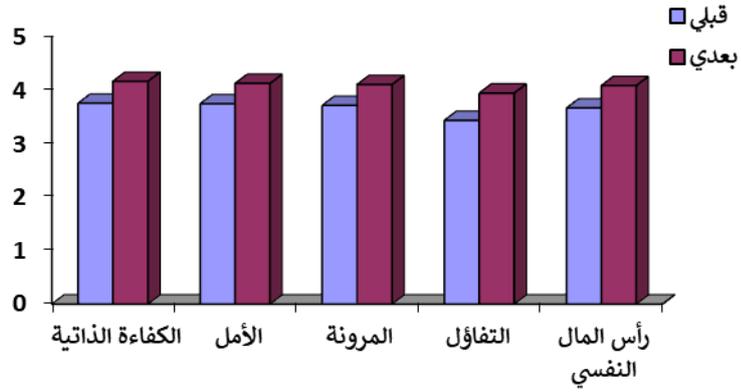
للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات عينة الدراسة على مقياس رأس المال النفسي في المجموعة الثالثة في التطبيقين القبلي

والبعدي، وليبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت" للبيانات المترابطة، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لدرجات عينة الدراسة على مقياس رأس المال النفسي في التطبيقين القبلي والبعدي

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	التطبيق	
.006	95	-	1.229	3.75	96	قبلي	الكفاءة الذاتية
			2.814	4.16	96	بعدي	
.008	95	-	1.190	3.74	96	قبلي	الأمل
			2.690	4.12	96	بعدي	
.002	95	-	1.052	3.71	96	قبلي	المرونة
			3.162	4.10	96	بعدي	
.000	95	-	.949	3.43	96	قبلي	التعاؤل
			4.443	3.94	96	بعدي	
.001	95	-	1.061	3.66	96	قبلي	رأس المال النفسي
			3.453	4.08	96	بعدي	
			.494	4.08	96	بعدي	

يتبين من الجدول (15) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($a = 0.05$) لدرجات عينة الدراسة على مقياس رأس المال النفسي في التطبيقين القبلي والبعدي وجاءت الفروق لصالح التطبيق البعدي.



تؤكد النتائج أثر برنامج مُخَيِّمات طَمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية رأس المال النفسي (الدرجة الكلية والأبعاد) وبالتالي تُرَفِّض الفرضية الصفرية وتُقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد أثر لبرنامج مُخَيِّمات طَمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية رأس المال النفسي لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الصفرية الثانية: "لا يوجد أثر لبرنامج مُخَيِّمات طَمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية مركز الضبط الداخلي لدى المشاركين (الداخلي والخارجي) لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"

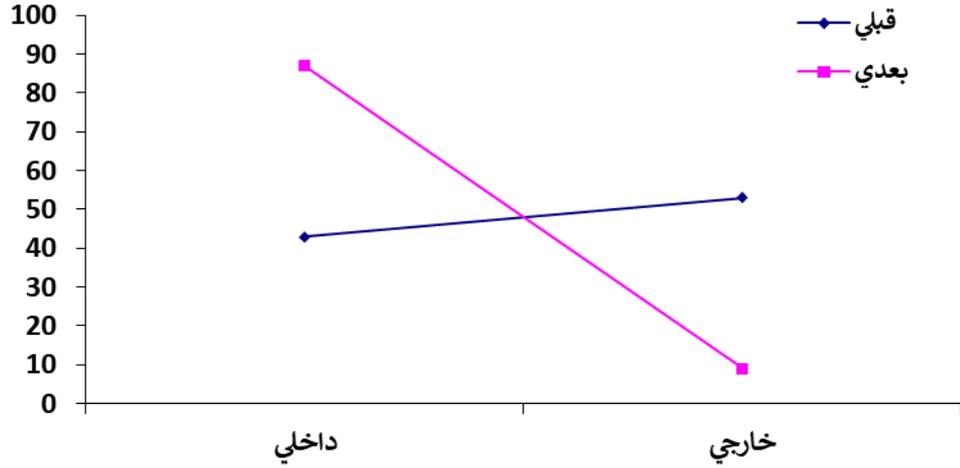
للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمركز الضبط الداخلي والخارجي لدى المشاركين في المجموعة الثالثة بين التطبيقين القبلي والبعدي كما تم استخدام اختبار كاي 2 لبيان الاختلاف بينهما والجدول (16) يوضح ذلك.

جدول (16) التكرارات والنسب المئوية لمركز الضبط الداخلي والخارجي لدى المشاركين بين التطبيقين القبلي والبعدي واختبار كاي 2 لبيان الاختلاف بينهما

المجموع	مركز الضبط بعدي				
	خارجي	داخلي			
53	45	8	التكرار	داخلي	مركز الضبط قبلي
55.2%	46.9%	8.3%	النسبة		
43	42	1	التكرار	خارجي	
44.8%	43.8%	1.0%	النسبة		
96	87	9	التكرار	المجموع	
100.0%	90.6%	9.4%	النسبة		

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	القيمة	كاي 2
0.033	1	4.556	

يتبين من الجدول (16) وجود اختلاف دال إحصائياً في مركز الضبط في التطبيقين القبلي والبعدي وكانت الفروق لصالح مركز الضبط الداخلي حيث بلغت قيمة كاي 2 (4.556) وبدلالة إحصائية بلغت (0.033).



تؤكد النتائج أثر برنامج مُخيمات طُمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية مركز الضبط (الداخلي والخارجي) وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية وتُقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد أثر لبرامج مُخيمات طُمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية مركز الضبط (الداخلي والخارجي) لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الصفرية الثالثة: "لا يوجد أثر لبرامج مُخيمات طُمُوح التدرّيبية المستوى الثاني في تنمية فاعلية الذات الإبداعية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لدرجات عينة الدراسة على مقياس فاعلية الذات الإبداعية في المجموعة الثالثة في التطبيقين

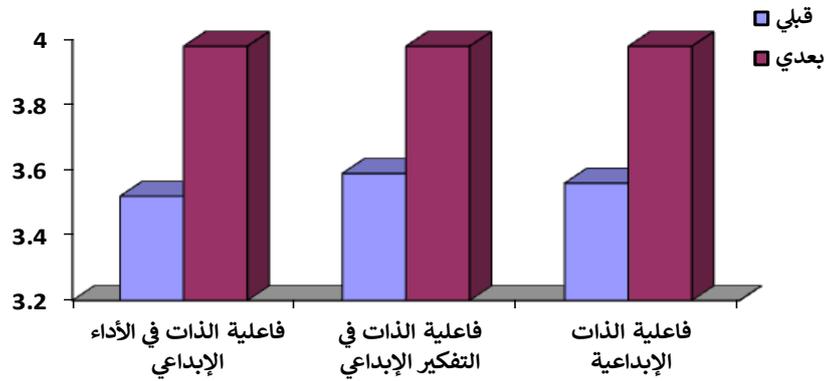
القبلي والبعدي، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت"

للبيانات المترابطة، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (17) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لدرجات عينة الدراسة على مقياس فاعلية الذات الإبداعية في التطبيقين القبلي والبعدي

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	التطبيق		
.000	95	-	3.798	.969	3.52	96	قبلي	فاعلية الذات في الأداء الإبداعي
							بعدي	
.004	95	-	2.923	1.088	3.59	96	قبلي	فاعلية الذات في التفكير الإبداعي
							بعدي	
.001	95	-	3.429	1.001	3.56	96	قبلي	فاعلية الذات الإبداعية
							بعدي	

يتبين من الجدول (17) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) لدرجات عينة الدراسة على مقياس فاعلية الذات الإبداعية في التطبيقين القبلي والبعدي وجاءت الفروق لصالح التطبيق البعدي.



تؤكد النتائج أثر برنامج مخرجات طمّوح التدريبية المستوى الثاني في تنمية فاعلية الذات الإبداعية (الدرجة الكلية والأبعاد) وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد أثر لبرنامج مخرجات طمّوح التدريبية المستوى الثاني في تنمية فاعلية الذات الإبداعية (الدرجة الكلية والأبعاد) لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

مناقشة النتائج

أشارت نتائج البحث إلى وجود أثر لبرنامج مُخَيِّم طَمُوح التَّدرِيبِي المَسْتَوَى الثَّانِي للمجموعات الثلاث في تنمية رأس المال النفسي (الدرجة الكلية والأبعاد)، ومركز الضبط (الداخلي والخارجي)، وفاعلية الذات الإبداعية (الدرجة الكلية والأبعاد) لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

إن نتائج المجموعات الثلاث أكدت فاعلية برنامج مُخَيِّم طَمُوح وتحقيق أثر إيجابي لدى المشاركين تمثل في تحسن رأس المال النفسي ومركز الضبط وفاعلية الذات الإبداعية، وهذا مؤشر على نجاح مُخَيِّم طَمُوح التَّدرِيبِي وتحقيقه للأهداف المرجوة منه والتي ظهرت على شكل مخرجات ظاهرة للعيان، ويمكن تفسير النتائج التي توصل إليها البحث الحالي اعتماداً على عدة أسباب أهمها ما يأتي:

- عوامل الجذب التي تمتع بها البرنامج التَّدرِيبِي لتوافقه مع خصائص الفئة العمرية وسماتهم المميّزة من حيث الفضول والشغف وحب الاستطلاع وتعدّد الاهتمامات، والدافعية المتوقّدة، فقد تنوعت فعاليات وأنشطة برنامج مُخَيِّم طَمُوح بين المحاضرات وورش العمل المتخصصة في تنمية الشخصية والتفكير، والتدريبات العملية من خلال أدوات MTA التي تعمل على إكساب المشاركين الخبرات الواقعية كمهارات القيادة والتواصل والتأقلم والاستدامة وإدارة الذات والوقت، والتفكير الناقد والإبداعي، والابتكار والتفكير التصميمي، وبين تمارين التفاعل والترفيه وكسر الجمود وتمارين عمل الفريق وبناء القدرات والتعارف وبناء الصداقات والعلاقات بين المشاركين، إضافة لممارسة التمارين الرياضية والألعاب الشاطئية والنشاطات ذات العلاقة بالتعايش في ظل الظروف الصعبة والاعتماد على الذات. الأمر الذي أشبع فضول المشاركين وحبهم للاستطلاع وشغفهم واهتمامهم، كذلك فإنّ اتصاف فعاليات البرنامج بالمرونة والتنوع دون اعتمادها على السرد بطريقة التلقين المباشر. وفي هذا توافق مع سمات المشاركين النفسية والاجتماعية والعقلية والجسمية، وحبهم للغموض، وإقبالهم على ما يتحدّى قدراتهم.

- عمل البرنامج التَّدرِيبِي من خلال فعالياته وأنشطته المتنوعة (برامج وورش التفكير التصميمي والتفكير الناقد، والقيادة، وإدارة الذات، والذكاء العاطفي، والمشاعر، وعمل الفريق، والتواصل اللفظي وغير اللفظي، والحوار والاستماع، والإقناع، والمرونة والتكيف، والمسؤولية الاجتماعية، والمواطنة، والأعمال التطوعية) على توسيع مدارك المشاركين، وتزويدهم بخبرات علمية وعملية حول مواضيع متنوّعة ومهمة، وأضيفت هذه الخبرات للبنى المعرفية لدى المشاركين، واصبحوا يستخدمونها خلال عمليّات التفكير والتحليل والحكم على المواضيع المختلفة، وقد ظهرت على

سلوكياتهم بشكل واضح، وبالتالي فإنّ أحكامهم أصبحت تُبنى على معلومات أدقّ وأشمل، ولهذا دور كبير في تنمية رأس المال النفسي وفاعلية الذات الإبداعية ومركز الضبط لدى المشاركين.

- أثارت المحتويات العلمية المنتقاة والمصممة بطريقة إبداعية تحاكي الحياة الواقعية اليومية للمشاركين بعيداً عن الحشو الممل دافعية كثير من المشاركين للتوسع بها بعمق من خلال التعلّم الذاتي، خصوصاً أن المواضيع المنتقاة أثارت اهتمامات كثير منهم، فتعمّقوا في قراءات حرة حول مواضيع طرحت خلال البرنامج، مما أكسبهم مهارات أكثر في البحث والتحليل والمقارنة وتقصي الحقائق. وقد كان بعض المشاركين يُحضرون ملخصات ومعلومات عما تمّ جمعه وقراءته ويستفسرون حول نقاطٍ معيّنة عمّا تمّ مناقشته خلال الجلسات السابقة.

- ظهرت خلال جلسات البرنامج التدريبي قضايا خلافية حول الآثار الإيجابية والسلبية للعلم والتكنولوجيا وغيرها من المواضيع، كما اختلف المشاركون أحياناً في آرائهم وإجاباتهم على الأسئلة المفتوحة التي كانت تطرح، وكان للنقاش الذي دار بين المشاركين أنفسهم من جهة وبين المشاركين والمدربين من جهة أخرى دور مهمّ في معرفة المشاركين أنّ اختلاف وجهات النظر أمر وارد، وتدريبهم على النظر للموضوع الواحد من عدّة جوانب قبل تقييمه وإصدار الحكم عليه، كما عمل ذلك على تدريب المشاركين على استخدام الأدلة والبراهين المناسبة والحجج المنطقية للدفاع عن وجهات نظرهم، والاعتماد على الحقائق المثبتة لا على وجهات النظر الخاصة عند تبني رأي في قضية ما، وهذه تعدّ مهارات تفكير عليا راقية تُدرّب عليها المشاركين خلال تطبيقهم للبرنامج التدريبي الأمر الذي انعكس على رأس المال النفسي، ومركز الضبط، وفاعلية الذات الإبداعية لدى المشاركين، والتي ظهرت على شكل فروق بين القياس القبلي والبعدي ولصالح القياس البعدي مما يعمق أثر برنامج مُخيم طموح التدريب وفعاليتها.

- الدور الذي لعبته لغة العلم التي كانت سائدة أثناء تنفيذ الورش التدريبية والتي قدمها مختصون في مُخيم طموح والتخطيط الدقيق المدروس بعناية في تنمية المهارات الشخصية المتكاملة (المعرفية والنفسية والمهاريّة والاجتماعية)، فتعامل المشاركون وتفاعلهم مع المحتويات العلمية زاد من ثراء المشاركين العلمي، واعتاد المشاركون على طريقة الصياغة العلمية الدقيقة للمعلومات والإجابات، والتدرج المنطقي في عرض الأفكار. كذلك فإنّ الطلب من المشاركين الإجابة عن الأسئلة بلغتهم الخاصة بطريقة كتابية وشفوية استدعت منهم جميع الأفكار، وربطها معاً بشكلٍ منطقي، وصياغتها بطريقة متدرجة مفهومة، دفعهم لإعادة التفكير عدة مرات ليعبروا بأفضل ما لديهم. ويمكن اعتبار ذلك نوع من التدريب على التفكير فوق المعرفي والمهارات العقلية العليا لأنّ المشارك سيقمّ إجابته ويعدّلها حتى تعبر عمّا يقصد قوله بأفضل طريقة ممكنة، وفي تكرار هذه العملية تدريب على تنمية فاعلية الذات الإبداعية ومركز الضبط ورأس المال النفسي.

ما أكد نتائج البحث الحالي في تحسن رأس المال النفسي ومركز الضبط وفاعلية الذات الإبداعية ما ظهر كسلوكيات على المشاركين أثناء المخيم، فقد لاحظ المدربون خلال تطبيق البرنامج التزاماً كبيراً جداً من قبل المشاركين بأجندة المخيم، وتفاعلهم أثناء تنفيذ الأنشطة والفعاليات بحماس وشغف، وسعادتهم الغامرة، وقد يكون تنفيذ البرنامج الذي اتخذ في أغلب الأحيان شكل المنافسة الإيجابية بين المجموعات، وشكل الألعاب الممتعة انطلاقاً من مبدأ تلعب التعليم Gamification مع المحافظة على أهداف المخيم وقيم التنافس وأخلاقيات الممارسة، دور في إثارة حماس المشاركين ودافعيتهم للتعلم والممارسة، وقد لاحظ المدربون ظهور بعض الاهتمامات الخاصة لدى المشاركين حول مواضيع معينة فبعضهم تعمق في التفكير التصميمي وبعضهم في مهارات القيادة والتفكير الناقد، وبعضهم في الذكاء العاطفي والمشاعر وغيرها الأمر الذي خلق فضاءً رحباً للتعلم والتنافس ونمى لدى المشاركين روابط انفعالية مع المحتويات العلمية من الصعب التخلي عنها، وهذا يشير إلى تشكل تغيرات ثابتة في سلوكياتهم المستقبلية.

وما أكد أيضاً نتائج البحث الحالي نتائج المقابلات المعمقة التي أجريت مع المشاركين وقادة المخيمات وبعض المستفيدين من خدمات المشاركين في المخيم بأسابيعه الثلاثة، حيث تم مقابلة (21) شخص، وأجمعوا على أهمية المخيم ودوره في صقل شخصية الشباب وتمكينهم من مهارات القيادة والتفكير التصميمي والتفكير الناقد والتواصل والذكاء العاطفي والثقة بالنفس والاستقلالية وإدارة الوقت والعمل الجماعي، وأوصوا بمشاركة أكبر عدد ممكن من الشباب الليبي بمثل برنامج مخيمات طموح التدريبية لأهميتها على الصعيد الشخصي والوطني، وقد قال أحد المشاركين ممن له خبرة في بيوت الشباب وممن شارك ببرنامج مخيم طموح المستوى الأول أنه حقق فائدة كبيرة على الصعيد الشخصي فأصبح أكثر كفاءة وتواصلًا مع ذاته والآخرين وزادت ثقته بنفسه وأصبح أكثر مرونة واستقلالية وتفاؤلاً وأكثر احتراماً والتزاماً بالوقت، وأصبح تفكيره أكثر عمقاً وإبداعاً، يقول: "أصبحت أدخل في نشاطات جديدة دونما تردد وأينما وجدت ومهما كانت صعوبتها، حيث أشعر بأنني امتلك مفاتيح واستراتيجيات حل المشكلات، وأصبح الآخرون يستشيرونني ويطلبوا مساعدتي في حل مشكلاتهم، وأشعر بالفخر بذلك، وكثير من الشباب تأثروا بي".

مشاركاً آخران من برنامج مخيم طموح المستوى الأول اجمعوا وقالوا: "أصبحنا أكثر قدرة على التواصل مع الآخرين والقيادة والتأثير بالآخرين، ونشعر أن برنامج مخيم طموح المستوى الأول وبرنامج مخيم طموح المستوى الثاني عملاً على صقل شخصيتنا وأصبح لدينا توقعات نجاح في أي عمل نشارك به، ... كنا قبل المشاركة بالمخيمات انطوائيين ولا نحب التواصل مع الآخرين ودائمي التردد".

مدراء المُخيم في الأسبوع الأول والثاني قالوا: " نطالب المسؤولين بأن تتوسع المُخيمات ليكون هناك فرصة لكل شاب ليبي للمشاركة بها، حيث أصبح طُمُوح كل شاب ليبي أن يصبح قائد في حركة بُيوت الشَّبَاب الليبية من خلال ما شاهده وسمعه عن نشاطاتها ومُخيماتها. كثير من الشَّبَاب تغيرت شخصيتهم 180 درجة، حيث أصبحوا أكثر اجتماعية بعد أن كانوا انطوائيين، وأصبحوا مستقلين بعد أن كانوا معتمدين على الآخرين، وأهم ما يميز هذا المُخيم "برنامج مُخيم طُمُوح المستوى الثاني" تجربة الشَّبَاب لحياة الخلاء والتعايش والخروج من حياة الرفاهية والاعتماد على النفس، وتمارين MTA الرائعة، والمحتويات العلمية المفيدة".

أحد المشاركين في برنامج مُخيم طُمُوح المستوى الثاني ممن شارك في الأسبوع الثاني من المُخيم والذي وقع عليه الاختيار ليكون من المتميزين قال " أنه نتيجة مشاركتي في المُخيم الثاني قمت بإقناع أكثر من 7 أصدقاء وزملاء دراسة وحثهم على المشاركة في المُخيم الثالث وقال: "إنني أشعر بالفخر والاعتزاز بالمشاركة، وقد كان لمشاركتي دور كبير في صقل شخصيتي وفي تعلم آلية عمل المشاريع المجتمعية الريادية"، وأشار إلى الدور الكبير للمشاركين في الأسبوع الأول واعتبرهم قادة أثروا به وكان لهم الفضل في صقل شخصيته.

أحد المشاركين في الأسبوع الثالث قال: "إن أحد المشاركين في الأسبوع الثاني حثه على المشاركة في المُخيم وقال إنني مدين له على مشاركتي هذه في هذا المُخيم الذي وصفه بالرائع وأنه يتواصل مع والدته بشكل يومي وهي سعيدة لما أقوله لها عن المُخيم وهي المرة الأولى لي خارج البيت".

تم طرح أسئلة مكتوب مخطط لها على المشاركين الـ (18) دون مدراء المُخيم الثلاثة، حول السلوكيات المتعلقة برأس المال النفسي ومركز الضبط وفاعلية الذات الإبداعية التي لوحظت على المشاركين أثناء تواجدهم في المُخيم قام بتعبئتها مدراء المُخيم الثلاث إضافة للفريق القائم على هذا البحث أثناء إجراء المقابلات، وقد أجمعوا على أن المشاركين يتصفون بالثقة بقدراتهم للوصول للأهداف وتحقيق النجاح، والدافعية العالية، والشعور بالاستقلالية والنجاح والأمل، والشعور بالتعاؤل والقدرة على التفاعل مع الأحداث المستقبلية بكل اقتدار، والمرونة والاستجابة الإيجابية تجاه الأحداث والتحديات للسير نحو تحقيق النجاح، والمثابرة والشعور بالثقة العالية والتغلب على الصعوبات التي تواجههم. وامتلاك مهارات حل المشكلات والشعور بالرضى حول قدراتهم، وامتلاك مهارات متنوعة للتعامل مع الأحداث والصعوبات. ويعتقدون أنهم يتحكمون في تصرفاتهم وسلوكياتهم، ويدركون أن ما يحصلون عليه من مكافأة أو عقاب هي نتاج سلوكهم، ويتحملون مسؤولية ما يقومون به من أعمال.

وقال مدير أحد البرامج أني شجعت ابني للمشاركة في المُخيم نظراً لما شاهدته وعشته في الأسبوع الأول من المُخيم وللفائدة التي حصلت عليها وها هو الآن أحد المشاركين في المُخيم / الأسبوع الثالث وهو سعيد جداً.

المراجع:

- جبريل، موسى (1996). العلاقة بين مركز الضبط وكل من التحصيل الدراسي والتكيف النفسي لدى المراهقين. مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، 23(1)، 358-378
- الحباشنة، فادية عبد الرزاق (1999). الهوية النفسية وتوافقها مع مركز الضبط لدى طلبة جامعة مؤتة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الكرك، الأردن.
- الزغول، عماد؛ والصمادي، عبد الغفور؛ وطلاحة، فؤاد (2007). مركز الضبط لدى عينة من طلبة جامعة مؤتة تبعاً لمتغيرات الجنس والتخصص والرغبة في التخصص. مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس. 31(2)، 477-793.
- الزعبي، أحمد محمد (2014). فاعلية الذات الإبداعية لدى الطلبة والمعلمين في الأردن، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، 10 (4): 475-488.
- الرميح، صالح؛ والشهري، مشاعل (2021) دور الأنشطة اللاصفية في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالبات الجامعيات؛ مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمام حمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الغرابية، سالم (2002). الشعور بالوحدة ومركز الضبط لدى المتفوقين والمتأخرين تحصيلياً من طلبة المرحلة الثانوية في مدارس مدينة اربد. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، اربد، الأردن.
- الفتلاوي، ميثاق هاتف (2018). العلاقة بين رأس المال النفسي والصمت التنظيمي، مجلة غري للعلوم الاقتصادية والإدارية، 15(4)، 244-267.
- الكرداوي، مصطفى محمد أحمد (2013). أثر الانطمار الوظيفي في العلاقة بين رأس المال النفسي ومستوى الشعور بالاحتقان التنظيمي لدى العاملين بالقطاع الحكومي في محافظة الدقهلية، معهد الإدارة العامة بالرياض، 53(3).
- Abbott, D. (2010). Construction a creative self-efficacy inventory: A mixed methods inquiry. Unpublished doctoral thesis, Nebraska University, USA.

- Berger, C., Deutsch, N., Cuadros, O., Franco, E., Rojas, M., Roux, G., et al. (2020). Adolescent peer processes in extracurricular activities: identifying developmental opportunities. *Child Youth Serv. Rev.* 118:105457. doi: 10.1016/j.chilyouth.2020.105457
- Bockorny, K.M. (20015). Psychological capital, courage, and entrepreneurial success (doctoral dissertation). Bellevue university
- Bonell, C., Hinds, K., Dickson, K., Thomas, J., Fletcher, A., Murphy, S., et al. (2015). What is positive youth development and how might it reduce substance use and violence? A systematic review and synthesis of theoretical literature. *BMC Public Health* 16:135. doi: 10.1186/s12889-016-2817-3
- Carpio de los Pinos, C., Pinos, C., Soto, A. G., Martيn Conty, J. L., and Serrano, R. C. (2020). Summer camp: enhancing empathy through positive behavior and social and emotional learning. *J. Exp. Educ.* 43, 398–415. doi: 10.1177/1053825920923382
- Ciocanel, O., Power, K., Eriksen, A., and Gillings, K. (2017). Effectiveness of positive youth development interventions: a meta-analysis of randomized controlled trials. *J. Youth Adolesc.* 46, 483–504. doi: 10.1007/s10964-016-0555-6
- Chuang, Ch., Shiu, Sh., and Cheng, Sh. (2010). The relation of college students' process of study and creativity: the mediating effect of creative self-efficacy. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 43: 960– 962.
- Claudette, C. (2013). The Benefits of Participating in Extracurricular Activities, *BU Journal of Graduate Studies in Education*, 5 (2), 17–20. <https://www.brandonu.ca/master-education/journal/>

- Diliello, T., Houghton, J., & Dawley, D. (2011). Narrowing the creativity gap: The moderating effects of perceived support for creativity. *The Journal of Psychology*, 145 (3): 151–172
- Dawson, A., and Harrison, K. (2023). The employability badge. Skills for life, work and a stronger society. Demos. Available at: <https://demos.co.uk/research/the-employability-badge-skills-for-life-work-and-a-stronger-society/>
- Durlak, J. A., Weissberg, R. P., and Pachan, M. (2010). A meta-analysis of after-school programs that seek to promote personal and social skills in children and adolescents. *Am. J. Community Psychol.* 45, 294–309. doi: 10.1007/s10464-010-9300-6
- Gaza, A., Bagozzi, R.P., wooley, L., & Barker Caza, B. (2010). Psychological capital and authentic leadership: Measurement, gender, and culture extension Asia-pacific. *Journal of business Administration*, 2(1), 53–70.
- Gerber, Y., Gentaz, E., and Malsert, J. (2022). The effects of Swiss summer camp on the development of socio-emotional abilities in children. *PLoS One* 17: e0276665. doi: 10.1371/journal.pone.0276665
- Henderson, K. A., Bialeschki, M. D., & James, P. A. (2007). Overview of camp research. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of north America*, (4), 755–767. doi: 10.1016/j.chc.2007.05.010
- Hsu, M., Sheng – Tsung, H., & Hsueh – Liang, F. (2011). Creative self-efficacy and innovative behavior in a service setting: optimism as a moderator. *Journal of Creative Behavior*, 45 (4): 258–272.
- Immordino-Yang, M. H., Darling-Hammond, L., and Krone, C. R. (2019). Nurturing nature: how brain development is inherently social

- and emotional, and what this means for education. *Educ. Psychol.* 54, 185–204. doi: 10.1080/00461520.2019.1633924
- Kirchhoff E, Keller R and Blanc B (2024) Empowering young people—the impact of camp experiences on personal resources, well-being, and community building. *Front. Psychol.* 15:1348050. doi: 10.3389/fpsyg.2024.1348050
 - Lerner, R. M. (2017). Commentary: studying and testing the positive youth development model: a tale of two approaches. *Child Dev.* 88, 1183–1185. doi: 10.1111/cdev.12875
 - Lerner, R. M., Tirrell, J. M., Dowling, E. M., Geldhof, G. J., Gestsdóttir, S., Lerner, J. V., et al. (2019). The end of the beginning: evidence and absences studying positive youth development in a global context. *Adolescent. Res. Rev.* 4, 1–14. doi: 10.1007/s40894-018-0093-4
 - Luthans F. & Jensen, S. M. (2002), “Hope: A new positive strength for human resource development”, *human resource development review* 3(1): 304–322.
 - Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction *Personnel psychology*, 60(3), 541–572.
 - Luthans, Fred, James B. Avey, and Jaime L. patera. (2008). “Experimental analysis of a web-based training intervention to develop positive psychological capital” *Academy of management learning & education*,7(2): 209–221.
 - MacArthur, G., Caldwell, D. M., Redmore, J., Watkins, S. H., Kipping, R., White, J., et al. (2018). Individual-, family-, and school-level interventions targeting multiple risk behaviours in young people.

Cochrane Database Syst. Rev. 2018:CD009927. doi: 10.1002/14651858.CD009927.pub2

- Mygind, L., Kjeldsted, E., Hartmeyer, R., Mygind, E., Bølling, M., and Bentsen, P. (2019). Mental, physical and social health benefits of immersive nature-experience for children and adolescents: a systematic review and quality assessment of the evidence. *Health Place* 58:102136. doi: 10.1016/j.healthplace.2019.05.014
- Newman, A., Nielsen, I., Smyth, R., Hirst, G., & Kennedy, S. (2018). "The effects of diversity climate on the work attitudes of refugee employees: The mediating role of psychological capital and moderation role of ethnic identity" *Journal of Vocational Behavior*, 105, 147-158.
- Norman, S. (2006). "The role of trust: implications for psychological capital and authentic leadership" (PH. D), Faculty of the Graduate college at the university of Nebraska.
- OECD. (2021). *Beyond academic learning. First results from the survey of social and emotional skills [report]*. Berlin: OECD Publishing.
- Omelan, A., Breś, B., Raczkowski, M., Podstawski, R., Polgár, T., Koltai, M. (2018). Summer Camps from The Perspective of Participants and Organisers. *Pol. J. Sport Tourism* 2018, 25(4), 33-38, DOI: 10.2478/pjst-2018-0025
- Petri, Herbert. L. & Govern, John. M (2004). *Motivation Theory, Research and Application*. Belmont! Thomson Learning Academic Resource Center Belmont USA.
- Phelan, S. (2001). *Developing creative competence at work: The reciprocal effects of creative thinking, self-efficacy and organizational culture on creative performance*. *Dissertation Abstracts International*, 62 (2): 1059B. (UMI No. AA13003909).

- Quisenberry, D.M. (2015). Testing the internal validity of psychological capital: A laboratory experiment utilizing neuro physical and psychological measures (Doctoral dissertation), the university of Nebraska– Lincoln.
 - Richmond, D., Sibthorp, J., Wilson, C. (2019). Understanding the Role of Summer Camps in the Learning Landscape: An Exploratory Sequential Study, *Journal of Youth Development*, 14 (3), DOI 10.5195/jyd.2019.780, ISSN 2325–4017 (online).
 - Rotter, J.B (1966). Generalized Expectancies for Internal Versus External of Reinforcement. *Psychological Monograph*, 80, 1–28.
 - Rose, L., Williams, I. R., Olsson, C. A., and Allen, N. B. (2018). Promoting adolescent health and well-being through outdoor youth programs: results from a multisite Australian study. *J. Outdoor Recreat. Educ. Leadersh.* 10, 33–51. doi: 10.18666/ JOREL–2018–V10–I1–8087
 - middle-income countries: a critical review and meta-analysis. *Behav. Res. Ther* 130:103402. doi: 10.1016/j.brat.2019.04.010
- Sepúlveda, M., Hutton, R. (2019). *Shaping Summertime Experiences: Opportunities to Promote Healthy Development and Well-Being for Children and Youth*. Committee on Summertime Experiences and Child and Adolescent Education, Health, and Safety Board on Children, Youth, and Families, Division of Behavioral and Social Sciences and Education, Washington, DC: The National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/25546>.
- Skeen, S., Laurenzi, C. A., Gordon, S. L., Du Toit, S., Tomlinson, M., Dua, T., et al. (2019). Adolescent mental health program components and behavior risk reduction: a meta-analysis. *Pediatrics* 144: e20183488. doi: 10.1542/peds.2018–3488

- Snyder, CR., Irving, L., Anderson, J. (1991). Hope and health: measuring the will and the ways. In Snyder CR., Forsyth DR., (Eds), Handbook of social and clinical psychology (285–305) Elmsford, NY: Pergamon.
 - Taylor, R. D., Oberle, E., Durlak, J. A., and Weissberg, R. P. (2017). Promoting positive youth development through school-based social and emotional learning interventions: a meta-analysis of follow-up effects. *Child Dev.* 88, 1156–1171. doi: 10.1111/cdev
 - Tierney, P., & Farmer, S. (2002). Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45: 1137–1148.
- Tomasik, M. J., Napolitano, C. M., and Moser, U. (2019). Trajectories of academic performance across compulsory schooling and thriving in young adulthood. *Child Dev.* 90, e745–e762. doi: 10.1111/cdev.13150
- Yu, C. (2013). The relationship between undergraduate students' creative self-efficacy, creative ability and career self-management. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 2 (2): 181–193.
- Whittington, A., and Aspelmeier, J. E. (2018). Resilience, peer relationships, and confidence: do girls' programs promote positive change? *J. Outdoor Recreate. Educ. Leadersh.* 10, 124–138. doi: 10.18666/JOREL-2018-V10-I2-7876
 - Zhou, J., Shin, S., & Cannella, J. (2008). Employee self-perceived creativity after mergers and acquisitions: Interactive effects of threat-opportunity perception, access to resources, and support for creativity. *Journal of Applied Behavioral Science*, 44: 397–421.



Journal of Communication Research

Refereed Scientific Journal
Issued semi annually

Faculty of Media

Issue sixteen , the Eighth year , December 2024