



# مجلة بحوث الاتصال

مجلة علمية محكمة نصف سنوية

تصدر عن كلية الفنون والإعلام  
جامعة الزيتونة





# مجلة بحوث الاتصال

كلية الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة  
ترهونة/ ليبيا

## مجلة بحوث الاتصال

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

### رئيس التحرير

د. إبراهيم سالم اشتيوي

### مدير التحرير

د. صلاح الدين رمضان عثمان

### الهيئة الاستشارية

أ.د. عابدين الدريد الشريف	جامعة الزيتونة
أ.د. محمد علي الأصفر	جامعة الزيتونة
أ.د. الطاهر عمار العباني	جامعة طرابلس
أ.د. عمران الهاشمي المجذوب	جامعة طرابلس
أ.د. علي المنتصر فرفر	جامعة طرابلس
د. ساعد ساعد	جامعة الملك خالد/السعودية

## مجلة بحوث الاتصال

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

- © حقوق الطبع والنشر محفوظة لكلية الفنون والإعلام /جامعة الزيتونة، ويسمح باستعمال ما يرد في هذه المجلة شرط الإشارة إلى مصدره.
- © المعلومات والآراء الواردة في المجلة تعبر عن آراء أصحابها، ولا تعبر عن وجهة نظر المجلة.
- © إن تقديم البحوث المنشورة أو تأخيرها في ترتيب الصفحات لا يعني المفاضلة، إنما متطلبات التنسيق الفني هي التي تتحكم في هذا الترتيب.

يتم تسليم البحوث إلى مكتب المجلة في كلية الفنون والإعلام بسوق الأحد، أو ترسل على عنوان المجلة:  
[comsemaq@gmail.com](mailto:comsemaq@gmail.com)  
.. للاستفسار الاتصال بالأرقام التالية: 0926612168 / 0916760614

\* قواعد وشروط النشر:

## أولاً: قواعد النشر:

تصدر مجلة "بحوث الاتصال" وفق الضوابط الآتية:

- 1- قوانين الإصدار والنشر في الدولة الليبية.
- 2- رؤية ورسالة وأهداف جامعة الزيتونة.
- 3- أن يكون البحث في مجال الاتصال والإعلام.
- 4- لا تنشر المجلة سوى البحوث الأصلية التي لم يسبق نشرها ويتم إعلام الباحث بقرار المجلة بقبول النشر خلال مدة خمسة عشر يوماً من تاريخ استلام البحث.
- 5- أن تكون لغة البحث لغة سليمة وفصيحة، وأن يتصف البحث أو الدراسة بالموضوعية والمنهجية العلمية.
- 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 كتابها 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 بحقها 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 20 صفحة وترسل الأوراق البحثية بالموصفات التالية:  
- أن يقدم البحث أو الدراسة من نسختين مطبوعة على ورق (A4) ونسخة على قرص مرن (CD) (أو ترسل عن طريق البريد 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 للجدول، على أن تكون عناوين الجداول بخط (Simplified Arabic) وبحجم 12 .
3. يجب أن يحتوي البحث على العناصر التالية: عنوان البحث، ملخص البحث، الكلمات الدلالية للبحث، مقدمة البحث، مشكلة البحث، أهمية البحث، أهداف البحث، الدراسات السابقة، تساؤلات أو فروض البحث، مجتمع الدراسة والعينة، منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، عرض النتائج وتحليلها، التوصيات، المصادر والمراجع، و(الملاحق إن وجدت).
4. أن يلتزم الباحث بعدم إرسال بحثه لأي جهة أخرى للنشر حتى يصله رد المجلة، ولا يجوز نشر البحث أو أجزاء منه في مكان آخر بعد إقرار نشره في المجلة.

5. أن يكتب على البحث أو الدراسة اسم الباحث ثلاثيا، و كذلك جهة عمله وعنوانه والبريد الالكتروني، وفي حالة وجود أكثر من باحث أسهم في البحث فمن المناسب ذكر الأسماء مع عنوان المراسلة للتمكن من الاتصال بهم.
6. للمجلة الحق في نشر هذه الأبحاث و الاستفادة منها في المجالات العلمية دون الرجوع لأصحابها بشرط الإشارة إلي أصحاب هذه الدراسات و البحوث حسب القواعد المتعارف عليها.
7. الأعمال المقدمة للنشر لا ترد لأصحابها سواء نشرت أم لا، ولا يحق للمتقدم المطالبة بها.
8. عند قبول البحث ونشره في المجلة يستلم الباحث نسختين من العدد الذي نُشر فيه البحث أو الدراسة وفق الإجراءات الإدارية والمالية المتبعة بالمجلة.
9. أن تكون البحوث والدراسات المقدمة للنشر غير مستله من رسالة أو أطروحة علمية للمقدم بالدراسة أو البحث .
10. تكتب البحوث والدراسات و المقالات باللغة العربية (ملخص باللغة الانجليزية) أو بالإنجليزية (ملخص باللغة العربية).
11. يُشار إلى الهوامش في المتن بأرقام متسلسلة، ويتم توثيق الهوامش في نهاية البحث حسب تسلسلها في متن البحث ، وتكتب الهوامش على النحو التالي: اسم المؤلف ، الكتاب، الناشر، رقم الطبعة، مكان النشر، السنة، رقم الصفحة، (عند ذكر المرجع للمرة الأولى) مع الالتزام بالمنهجية المتبعة في البحث العلمي.



## محتويات العدد

رقم الصفحة	اسم الكاتب	الموضوع
8	رئيس تحرير المجلة	كلمة العدد
<b>البحوث والدراسات</b>		
9	د. فاطمة محمد طالب د. محمد رمضان السريتي	تتبع سلطات الإدارة البريطانية لأنشطة الصحافة الليبية خلال الفترة من 1944 إلى 1952م، من خلال بعض الوثائق البريطانية
32	د. جمعة عمر فرج	الاستخدام الاجتماعي والمعرفي لمواقع التواصل الاجتماعي
42	أ. علي العماري عبد الحفيظ	وسائل الإعلام ودورها في توعية الأسرة الليبية
59	ريم فتيحة عبد القادر قدوري	الإعلام الجديد وإشكالية المصطلح
72	د. إبراهيم علي عمر	إقبال الوسط الطلابي على صناعة المحتوى الإعلامي والاستراتيجيات المتاحة للقنوات التلفزيونية الليبية للتعامل معه
100	د. محمد فرج مادي	وسائل الاتصال في الدولة الأموية بالأندلس في عصر الأماة 138 / 299 هـ / 756 / 911م
115	د. محمد علي الفقهي أ. عمار عقيلة الهماي	استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك وانعكاسه على العلاقات الأسرية والاجتماعية"
140	د. حسين علي الغول	الرضا الوظيفي لدى معلمي ومعلمات التعليم العام بمراقبة تعليم عين زارة وعلاقته ببعض المتغيرات
168	د. فوزي محمد سالم المحمودي د. نور الدين محمود سعيد د. عبد الباري محمد مادي	مجالات الضوء وتركيز الوضوح في التصوير الفوتوغرافي الرقمي
192	أ. عمار ميلاد نصر جهاد النفاتي	الإعلام بين المفهوم والممارسة (إشكالية مصطلح الإعلام في أساليب الاتصال)
204	د. خالد أبو القاسم غلام أ. أحمد الطيف الكردي	واقع استخدام تحليل الخطاب في الرسائل العلمية الإعلامية المجازة في ليبيا خلال ربع قرن



## كلمة العدد

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على محمد وعلى آله وصحبه أجمعين .. تستمر مجلة بحوث الاتصال بفضل الله وتوفيقه في صدورها بانتظام ، حيث نضع أمام المهتمين ببحوث ودراسات الاتصال والإعلام العدد السادس من المجلة ، لتواصل رحلة العطاء وتقديم الخدمة العلمية للباحثين، ونسأل الله أن يوفقنا في المحافظة على صدورها بانتظام للمساهمة في نشر البحوث والدراسات والرسائل العلمية والمقالات وكل نتاج علمي في مجال الاتصال والإعلام.

إن ماتحتويه المجلة من دراسات وبحوث من مختلف الجامعات ، داخل ليبيا وخارجها يعد حافزا لنا لبذل المزيد من الجهد والعطاء من أجل استمرارية المجلة في صدورها بانتظام .

ويصدر العدد السادس من مجلة بحوث الاتصال نجدد دعوتنا كالعادة للباحثين للمشاركة بنتائجهم العلمي لإثراء المجلة بأفكارهم وعلمهم.

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

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

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

د. إبراهيم سالم اشتيوي

رئيس تحرير المجلة

## تتبع سلطات الإدارة البريطانية لأنشطة الصحافة الليبية خلال الفترة من 1944 إلى 1952م، من خلال بعض الوثائق البريطانية

د. فاطمة محمد طالب.. جامعة الزيتونة / كلية الآداب.

د. محمد رمضان السريتي/ جامعة طرابلس.

### المقدمة:

تعتبر الصحافة من أهم وانجح الوسائل لتثقيف الشعوب ونشر الوعي السياسي والاجتماعي والديني والصحي بينها والدفاع عن قضاياها، وبذلك رأينا أن نبرز في هذا البحث الدور الذي قامت به الصحافة الليبية خلال فترة الإدارة البريطانية (1944-1952م) لتحقيق هذه الأهداف.

وحيث أنه تم الإفراج عن معظم هذه الوثائق البريطانية المتعلقة بهذه الفترة وصارت قابلة للاطلاع عليها من خلال دار المحفوظات البريطانية (Public Record Office) ووجود البعض القليل في مركز الدراسات والبحوث التاريخية بطرابلس، ومدى علمنا أنه لم يتم تناول هذه الزاوية من هذا الموضوع من قبل، رأينا أن نبحث في الوثائق التي أمكن توفُّرها عن متابعة السلطات البريطانية لأنشطة الصحافة الليبية خلال الفترة الأخيرة من إدارتها لليبيا وفترة الاستقلال أي من سنة 1944م وحتى نهاية عام 1952م، لمحاولة الإجابة عن بعض التساؤلات التي منها:

- ما هي المواقف الوطنية المشرفة التي سجَّلتها الصحافة الليبية؟
- ما مدى اهتمام الإدارة البريطانية بمتابعة الصحافة الليبية؟ وهل اتخذت بريطانيا مواقف عدائية من الصحف الوطنية والقيام بإيقاف نشرها؟
- هل كانت بريطانيا تُقيِّم المادة الصحفية المنشورة من الزاوية السياسية، خاصة فيما يتعلَّق بعلاقة ليبيا بمصر وجامعة الدول العربية وعلاقة المادة المنشورة برغبة بريطانيا إقامة قواعد عسكرية لها في ليبيا وتنصيب حكومة موالية لها لتحقيق هذا الهدف؟
- هل نجحت بريطانيا في كبح جماح الصحافة الليبية المعارضة لسياستها في ليبيا؟

نرجو أن يضيف هذا البحث المتواضع، ولو القليل، للدور الوطني المشرف لبعض الصحف ومحرريها وكاتبي المقالات فيها خلال هذه الفترة، وأن يكون حافزاً للمزيد من البحث في هذا الموضوع.

### نبذة عن وضع الصحافة الليبية إبان الحكم العثماني وحقبة الاستعمار الإيطالي:

شهدت الصحافة في ليبيا تطوراً بسيطاً إبان الفترة العثمانية، حيث كانت بدايتها عشوائية واتسمت بضعف اللغة والأسلوب<sup>(1)</sup>، إلا أنها شهدت تطوراً أكبر بعد إعلان الدستور العثماني سنة 1908م<sup>(2)</sup>، من حيث المعالم الفنية والهيكلية والأسلوب، وقد نُشرت، خلال هذه الفترة، صحف "التراقي" و"طرابلس الغرب" و"الكشاف" وغيرها<sup>(3)</sup>. وحتى هذه البداية الخجولة للصحافة الليبية لم تُدم، حيث قضى عليها الاستعمار الإيطالي لليبيا سنة 1911م وشلَّ حركتها رداً من الزمن لتعود إلى الظهور من جديد في خطأ متعثرة خلال العشرينيات والثلاثينيات من القرن الماضي، وتمثلت في نشر صحف "العدل" و"الرقيب" ومجلة "ليبيا المصورة" وغيرها<sup>(4)</sup>، ثم تعطلت مرة أخرى خلال الحرب العالمية الثانية<sup>(5)</sup>.

### أنشطة الصحافة الليبية خلال فترة الإدارة البريطانية في ليبيا:

بعد الحرب العالمية الثانية وهزيمة إيطاليا في ليبيا على يد بريطانيا وفرنسا وخلال عهد الإدارة البريطانية في ليبيا، استأنفت الصحافة الليبية مسيرتها ونشاطها<sup>(6)</sup>، ساعداً في ذلك عدم وجود قانون فاعل يحد من حريتها خلال بداية هذه الفترة<sup>(7)</sup>. أيضاً، أدت نشأت العديد من الأحزاب والتيارات السياسية في ليبيا، خلال هذه الحقبة، إلى وجود منافسة بينها، مما أدى إلى بروز فئة من الكتاب كان لهم دور في تصدُّر الأخبار السياسية على صفحات الجرائد<sup>(8)</sup>. كذلك فإن تردد بريطانيا في منح ليبيا الاستقلال، كدولة موحدة، أثار الشعور الوطني لدى الليبيين للمطالبة بالاستقلال والوحدة وأن تكون ليبيا جزءاً من الأمة العربية، وكانت بعض الصحف خير معبراً عن رأي الشعب الليبي في هذا المضمار. وبالطبع فقد كانت

لهذه المطالبات ردة فعل من قبل السلطات البريطانية في ليبيا تجلَّت في التقارير التي كانت تصدر عنها ومراسلاتها إلى وزارة الخارجية البريطانية.

بشكل عام، لم تهتم الإدارة البريطانية، في بدايتها، بالصحافة الليبية كما يظهر في تقاريرها ووثائقها وانصبَّت اهتماماتها، بالدرجة الأولى، على الأمور العسكرية ثم الأمور الإدارية. وحيث أن طرابلس وبرقة كانتا تحت إدارتين مختلفتين، رأينا أن نتناول الموضوع في جزأين، الأول، يخص برقة والثاني، يخص طرابلس.

### أولاً: متابعة السلطات البريطانية لأنشطة الصحافة في برقة، حسب ما جاء في الوثائق البريطانية:

في التقرير السنوي الذي أعده مدير الإدارة العسكرية البريطانية في برقة السيد دو كاندول ( E.A.V. de Candole ) عن الفترة ما بين يناير 1946م وديسمبر من نفس السنة جاء أنه "بمجرد انتهاء وزارة المعلومات البريطانية، أخذ قطاع خدمات المعلومات العامة (Public Information Services) في وزارة

الخارجية البريطانية على عاتقه أعمال الصحافة والدعاية في منطقة برقة، تم إصدار جريدة بالعربية تُنشر ثلاث مرات في الأسبوع"<sup>(9)</sup>.

وفي تقرير سنوي آخر، أعده أيضا مدير الإدارة العسكرية في برقة عن الفترة من يناير 1948م وحتى ديسمبر من نفس السنة، دُكرت الجرائد التي تصدر في برقة خلال هذه الفترة، حيث جاء ما يلي: "في الوقت الحالي، الجرائد التي تنشر في منطقة برقة، تشمل:

- 1- جريدة "برقة الجديدة": وهي تحت رعاية مكتب المعلومات العامة البريطاني ( Public Information Office)، وتصدر 3 أيام في الأسبوع.
- 2- جريدة "الجبل الأخضر": بدأت في النشر حديثا وليس لها في الظاهر أي توجه سياسي أو أي توجه آخر، وفي الوقت الحاضر مؤيدة لبريطانيا والسنوسية، وتصدر مرة في الأسبوع.
- 3- جريدة "الوطن": مُتكَفَل بها نادي عمر المختار، وتصدر مرة في الأسبوع.
- 4- جريدة "صوت الشعب": كانت في السابق تسمى "الاستقلال"، وهي ناطقة بلسان التجمع الشبابي البنغازي، وتصدر مرة في الأسبوع.

كما ذكر التقرير أن "صحيفتا "صوت الشعب" و "الوطن" لم تكونا أبدا متأخرتين عن نشر إسهابات مطولة ضد اليهود وضد الإدارة البريطانية، حيث أن جريدة "الوطن" نُشرت مقالاً تضمّن انتقاداً مبطناً لأمير برقة، وفي كل الأحوال لا توجد لهذه الانتقادات أي أرضية وهي غير هادفة، وأحيانا كان من الضروري تحذير الملاك والمحررين عند نشر مواد ومواضيع ملتهبة خارجة عن حدود النقد المشروع". وأضاف التقرير أنه "تُعقد مؤتمرات صحفية أسبوعية تحت رعاية الأمين السياسي البريطاني (Political Secretary) باستمرار، ومن المعتاد أن يحضرها ممثلون عن جريدة "برقة الجديدة" وجريدة "الجبل الأخضر" وجريدة "صوت الشعب" ووكالة الأخبار العربية والشرق الأدنى والصحافة الأمريكية المتحدة، بينما لا ترى جريدة "الوطن" أنه من الملائم أن تُرسل ممثلا لها". وقال التقرير أيضا أن "مكتب المعلومات العامة البريطاني نجح، بالتعاون المستمر والوثيق مع الإدارة العسكرية البريطانية، في ضمان استخدام خدمات الإرسال للقوات المسلحة البريطانية المحلية لفترة قصيرة في الصباح وأخرى في المساء للإرسال باللغة العربية، وقد أُتبثت أن لها شعبية في متابعتها والاستماع إليها"<sup>(10)</sup>.

أما فيما يخص مقارنة مقالات الجريدة الرسمية لبرقة وما يقابلها من مقالات في الصحافة المعارضة، فقد جاء في التقرير السابق الآتي: "المقال في جريدة "برقة الجديدة" حول "الوصاية" نال إعجاب مكتب المعلومات العامة البريطاني لأنه يهدف لتثقيف الجماهير العامة المحلية بالمعنى الحقيقي للكلمة، إلا أنه

قابلته مقالات في جريدة "الوطن" تحذّر الناس وتنصحهم بأن لا يندفعوا بمثل هذه المقالات، وأوضحت بشكل واضح أن الوصاية تعني الاستعمار وإحلال المُتصدّقين الإنجليز مكان المُستبدّين الطليان"(11).

كما أهتم التقرير السابق بالتغطية الصحفية لمجريات الأحداث التي كانت تتبناها الأمم المتحدة خلال عام 1948م بهدف الوصول لحل للمشكلة الليبية، حيث جاء فيه "كان عدد الصحفيين الذين غطّوا زيارة مفوضي القوى الأربعة الكبرى لبرقة، قليلاً على غير المتوقع، بالمقارنة بزيارتهم لطرابلس، قد يُعزى هذا إلى حقيقة أن الأمر كان أكثر تعقيداً في طرابلس، وبالتالي مثيراً للاهتمام بشكل أكبر من زاوية الأخبار، وكذلك نتيجة لحقيقة أن الوضع في فلسطين قد بلغ ذروته خلال هذه الأثناء"(12).

كما تابع هذا التقرير اهتمام الصحافة المصرية بوحدة ليبيا وانضمامها لجامعة الدول العربية، حيث جاء فيه "استمرت الصحافة المصرية والراديو في الدعاية لموضوع الوحدة الليبية والانضمام لجامعة الدول العربية، حيث أن التقرير الذي نُشر في الصحافة المصرية، والذي أثار كثيراً من القلق الشديد في منطقة برقة، كان في شهر يونيو 1948م، بعد أن أعلن الأمير إدريس استقلال برقة وأقام حكومة وطنية فيها، وقد علّق ديوان الأمير على هذا بعبارة غامضة، لحد ما، وهي "أنها كانت مُنتظرة من يوم ليوم ومن ساعة لساعة" والتي تؤكد أن هذه الأخبار المنشورة يجب ألا تسبب إلا قليلاً من القلق لأنها كانت متوقعة، والقصد كان تحاشي التكذيب المباشر والتأكيد على رغبة برقة في الاستقلال المبكر. كما زار برقة عدد من الجواسيس الذين لُقنوا من طرف الحكومة المصرية والجامعة العربية للتأكيد على هدف الوحدة الليبية والانضمام لجامعة الدول العربية، ولكنهم لم يثيروا إلا استجابة قليلة محلياً"(13).

كما جاء في التقرير السنوي لمجريات الأحداث خلال عام 1951م، الذي كتبه القنصل العام البريطاني في بنغازي رافنسديل (T.C. Ravensdale)، وأرسله السير أليكسندر كيركبرايد ( Sir Alec Kirkbride)، الذي كان المندوب السامي البريطاني في ليبيا ثم صار أول سفير لبريطانيا في ليبيا بعد الاستقلال، إلى السيد إيدن (Eden) بوزارة الخارجية البريطانية مجملاً فيه ما يلي: "تظّمت مجموعة من عناصر المعارضة الشباب من أنصار "الاتحاد الوطني" مظاهرة معادية للحكومة البريطانية في يوليو 1951م، تمّ خلالها الاعتداء على منزل المندوب السامي البريطاني في بنغازي وإلقاء القاذورات عليه، ولكن الحكومة البرقاوية اتخذت إجراءات مضادة شديدة كانت نتيجتها وضع زعماء المظاهرة في السجن، كان من بينهم رئيس الحزب "مصطفى بن عامر"، وحكم عليهم بأحكام تتراوح بين ستة أشهر إلى الثلاثة سنوات(14) ومنع الحزب الوطني وصحيفته "الوطن" ومؤسساته الفرعية(15).

جاء أيضا في التقرير الشهري السياسي والاقتصادي عن برقة في يناير 1952م، الذي أعدته البعثة البريطانية في بنغازي، الآتي: "أنشأ صالح بويصير، الذي انتخب للبرلمان الاتحادي عن دائرة توكرة وفاز بالتركية، جريدة اسمها "الدفاع"، ويشاع أنه يُمولها اثنان مرموقان من العائلة السنوسية. إلى جانب الدعاية الانتخابية، فإن العدد الأول من الجريدة التي تصدر أسبوعياً اتخذ خط معادي للإمبريالية واستنكر سياسة بريطانيا في مصر والسياسة الفرنسية في تونس" (16).

كما جاء في التقرير السابق "كان موقف جريدة "الاستقلال" في تعليقها على موقفنا في مصر أكثر اعتدالاً في اللهجة، ولكنها أزعجت السلطات المحلية في برقة بتعليقها على موضوع الإصلاح الاجتماعي". واستطرد التقرير قائلاً "جريدة الحكومة "برقة الجديدة" تحاول أن تمضي في خط وسط". كما ذكر التقرير أن "ساعة البث باللغة العربية من إذاعة القوات المسلحة البريطانية في بنغازي كانت وسطاً مفيداً لنشر البلاغات التي تصدرها القوات البرية البريطانية في الشرق الأوسط (MELF) (17) ومقار القيادة العامة البريطانية (GHQ) (18) والقسم العربي بإذاعة البي بي سي (BBC) والشرق الأدنى، ولها شعبية بين من لهم أجهزة استقبال محلية" (19).

كما ذُكر في التقرير السابق أن "مُمثِّل عن جريدة الأهرام المصرية زار بنغازي خلال شهر يناير 1952م، ويقال أنه ألقى محاضرة في النادي المصري ووصف انطباعاته حول زيارته حديثاً لأوغندا" (20).

وفي تقرير شهري سياسي اقتصادي عن برقة خلال شهر فبراير 1952م جاء الآتي: "ظهرت جريدة رابعة (21) في بنغازي هذا الشهر اسمها "المنار"، التي وصفت نفسها، في عددها الأول، بأنها صحيفة سياسية شاملة، تُحرر وتُنشر من قبل عمر الأشهب وتُطبع في المحيشي للصحافة المستقلة. كان الأشهب قد أصدر، سابقاً، جريدة "التاج" التي أرغمت على التوقف بسبب هجماتها المتكررة على حكومة برقة وعلى الأجانب وعلى إدارات الأعمال الأجنبية، والتي كانت في الغالب غير مُبررة. حتى الآن، أتت جريدة "المنار" خطأً معتدلاً في مقابل تسليمها كمية صغيرة من ورق الصحف من مكتب المعلومات البريطاني، كما نشرت الجريدة مواد لصالح مكتب المعلومات شملت موضوع من الجريدة المصرية "آخر لحظة" الذي تضمن حزناً على أحداث القاهرة في يوم 26 يناير 1952م الذي سُمي بيوم "السبت الأسود" (22).

كما جاء في التقرير السابق أنه "نُشر تأبين في الصحافة المحلية لصاحب الجلالة الراحل، الملك جورج السادس، وفيما عدا جريدة "الدفاع" كانت كل الصحف ممثلة في يوم الذكرى الذي أقيم يوم 15 فبراير 1952م. كما كتبت جريدة حكومة برقة "برقة الجديدة" مقالاً مطولاً منقولاً من الجريدة المصرية "الاثنين" مُجد فيه الملك الراحل" (23).



واسترسل التقرير في تناوله الدقيق لأنشطة الصحافة البرقاوية، وذكر الآتي: "استمرت جريدة "الدفاع" خلال النصف الأخير من فبراير 1952م في خطّها المُعادي للغرب، وكانت فرنسا وإيطاليا الهدف". كما أفاد التقرير بأن "ثلاثة من صحف برقة انتقدت، بلهجة شديدة، خطط المعارضة في انتخابات طرابلس البرلمانية وما رافقها من شغب، إلا أن جريدة "الدفاع" كانت أقل حدة حيث قالت أن التأثير قليل عندما نضع في الحسبان أن هذه أول انتخابات من نوعها في ليبيا المستقلة، وفي الحقيقة أبدت الجريدة دهشتها من أن الانتخابات البرلمانية جرت في برقة في جو هادئ" (24).

كما أنه لم يفت التقرير ذكر الصحافة والصحفيين الذين زاروا برقة في ذلك الوقت، حيث أفاد بأن "مراسل جريدة "التايمز" (The Times) في روما السيد فرانك جيلس (Frank Giles) زار برقة في نهاية شهر فبراير 1952م، خلال تغطيته للانتخابات البرلمانية في ليبيا. كما أن يونس بحري، الصحفي العراقي السابق والذي يصدر جريدة "العرب" في باريس، زار بنغازي مرة أخرى وأُسْتُقبل من قبل الملك إدريس" (25).

كما جاء في هذا التقرير السياسي الاقتصادي أيضاً: "أن مندوب الأمم المتحدة في ليبيا، الدكتور أدريان بلت (Adrian Pelt) يرافقه السيد بَور (Power)، أمين مندوبية الأمم المتحدة في ليبيا، قاما بزيارة وداع للملك إدريس وتلقى بلت من والي برقة صندوق هدايا فضي يحتوي على نسخة ذات تجليد فاخر من الدستور الليبي. وحيث أن حرارة نقاش الجمعية العامة للأمم المتحدة حول ليبيا كانت أقل من الذي كان متوقعا، فإن سلطات برقة، من الملك إدريس ونازلاً، وكذلك الصحافة المحلية مليئة بالاستحسان لإدارة السيد بلت لمختلف الشئون كمندوب للأمم المتحدة في ليبيا" (26).

وفي تقرير سياسي اقتصادي آخر عن برقة خلال شهر مارس 1952م، جاء "كان تُرَكِّز الصحافة، خلال شهر مارس 1952م، على افتتاح البرلمان الليبي، حيث أتفتت كل الجرائد على تقديم الشكر على هذه المناسبة الهامة وتقديم النصيحة للنواب والشيوخ. وفي الوقت الذي اعترفت فيه جريدة "الدفاع" بأن لا أحد يستطيع التكهن بمستقبل هذا البرلمان، إلا أنها قدمت ملاحظة تحذيرية، بأنه الآن يجب الاعتماد على الأعضاء أنفسهم لكي يجعلوا البرلمان يعمل". كما ذكر التقرير في هذا الصدد بأنه "قَدَم بعض أعضاء صحافة طرابلس إلى بنغازي لتغطية افتتاح البرلمان" (27).

وذكر التقرير السابق، أيضاً: "أثارت المشكلة بين بريطانيا ومصر القليل من التعليق خلال هذا الشهر، ما عدا بعض التقارير الواقعية عن الوضع في مصر، حيث كُتِب مقالاً في جريدة "الاستقلال" من قبل شخص محلي يتضمّن أحقية مصر في إلغاء معاهدة قناة السويس مع بريطانيا، إلا أن الجريدة نشرت رسالة

بأكملها من قبل ضابط المعلومات البريطاني يصحح فيه وجهة النظر هذه في عدد لاحق والتي أضيف إليها تعليق ملتوي وناقداً<sup>(28)</sup>.

وجاء في التقرير السابق أيضاً أن "جريدة" برقة الجديدة" وضعت إيران على المحك على طمعها وأملها في حدوث المعجزات<sup>(29)</sup>، وأشارت الجريدة بأنه من الواضح للعيان بأن إيران لا تستطيع تشغيل الصناعة البترولية لوحدها، فإذا كان لديها الخبرة فإنها تحتاج للأموال وإذا كان لديها المال فإنها تحتاج للسوق العالمي والناقلات، واستنتجت الجريدة بأن شركة البترول البريطانية الإيرانية لديها أكبر أسطول من ناقلات النفط في العالم ولا زالت تطوره<sup>(30)</sup>.

كما ذكر هذا التقرير السياسي الاقتصادي الشهري عن برقة بأن "الصحافة في برقة انتقدت السياسة الفرنسية في تونس، ومن المحتمل أن هذا هو ما يعكس الشعور الشعبي العميق المنتشر فيما يخص هذا الموضوع. حيث نشرت كل من جريدتا "الدفاع" و "الاستقلال" موضوعاً خلال هذا الشهر عن سرطان الإمبريالية الفرنسية، بعنوان "تونس الأمس واليوم"<sup>(31)</sup>.

كما جاء في التقرير السابق الآتي: "تساءلت جريدة الاستقلال في عدد 4 مارس عن، متى تحذو الحكومة الليبية حذو سوريا وتمنع نشرات الدعاية الأجنبية؟"<sup>(32)</sup>.

وفي تقرير سياسي واقتصادي شهري عن برقة خلال شهر أبريل 1952م، بأنه "تمّ نشر القانون الدستوري لولاية برقة<sup>(33)</sup> في عدد كبير جداً من جريدة "برقة الرسمية"، وكان موعد الإعلان الرسمي لإصدار التشريع هو يوم 18 فبراير 1952م ولكن نشر النص تأخر لأكثر من شهرين بعد هذا التاريخ بسبب بعض التردد من جانب المهتمين فيما يخص بعض شروطه"<sup>(34)</sup>.

كما ذكر هذا التقرير الآتي: "البرقاوي الذي كان إدارياً في قسم التعليم والآن أعطي وظيفة في الحكومة الاتحادية، كان أحد اثنين مثلاً ليبيا في الاحتفال الذي جرى في بغداد بمناسبة مرور ألف سنة على وفاة الفيلسوف العربي ابن سينا. وحسب ما جاء في الصحف المحلية فإن زيارتهما أتاحت فرصة للدعاية السياسية والثقافية في العراق وفي الدوائر العربية الأخرى"<sup>(35)</sup>.

وأيضاً، جاء في التقرير السابق، ما يلي: "زار بنغازي شقيق القائد المنفي أمير عبد الكريم يرافقه سكرتيره ومدير "بيت المغرب - المركز الوطني المغربي في القاهرة"، وذكرت جريدة الحكومة بأنهم أتوا لتهنئة الملك إدريس على حصول ليبيا على استقلالها". كما ذكر التقرير الآتي: "زار بنغازي أيضاً السيد توفيق طوقان، رئيس لجنة اللاجئين العرب في الأردن وسوريا ولبنان وصاحب جريدة أردنية، حيث جاء في بعثة

دعائية لإثارة الاهتمام بمشكلة اللاجئين الفلسطينيين، واحضر معه هدايا رمزية من اللاجئين للملك إدريس. وفي مقابلة له مع إحدى الجرائد، صرح بأن اللاجئين فقدوا الأمل في الجامعة العربية، وأنهم رفضوا خطط وكالة الأمم المتحدة لغوث اللاجئين الفلسطينيين (UNRWA) (36) بإعادة توطينهم خارج فلسطين" (37).

كما جاء في هذا التقرير أن "صحفي عربي آخر وهو "الشريز" محمد علي طاهر، كان لبعض الوقت في بنغازي خلال شهر أبريل 1952م، حيث نزل ضيفاً على الملك إدريس، وشجع في مقابلة صحفية على فكرة علاقات وطيدة بين ليبيا ومصر، وصرح بأنه في اعتقاده أن الملك إدريس يأمل بأن تلتحق ليبيا بجامعة الدول العربية" (38).

كما ذكر التقرير عن برقة خلال شهر أبريل 1952م ما يلي " يعتبر الأمن العام في برقة خلال هذه الفترة بشكل عام مرضي، ولكن توجد كآبة ملحوظة في مدينة بنغازي والمناطق الساحلية وكذلك المناطق الزراعية جنوب وغرب بنغازي بسبب التلف الذي أحاط بالمحاصيل نتيجة لرياح القبلي الساخنة التي هبّت خلال الأسبوع الأخير من شهر مارس. يبدو أن بعض الزيادة التي سُجّلت في البطالة والتدهور الكبير في توقعات محصول الحبوب يؤديا إلى سنة أخرى مصحوبة بالقلق على اقتصاد البلاد. مصادر حكومية أبدت قلقها أيضاً من الصعوبات التي يعانيها السكان في منطقة شرق درنة. مشكلة الأمن العام قابلة بأن تزداد نتيجة للمحنة الاقتصادية، خاصة وأن جرائد المعارضة يفعلون ما في وسعهم لإثارة الرأي العام ضد حكومة برقة ولكي يوقظوا الشعور بالخوف من الأجانب". واستطرد التقرير بأنه "بسبب المضاعفات على الاقتصاد نتيجة لهبوب الرياح الساخنة الغير موسمية في نهاية شهر مارس والمعاناة التي سببها الجفاف الاستثنائي السنة الماضية، كانت هناك حركة غير طبيعية للقبائل في اتجاه مصر وأيضاً في اتجاه طرابلس من المناطق الداخلية الشرقية والغربية في برقة، وتحاول الصحف الحكومية أن تقنع الناس بأنه لا شيء غير معتاد" (39). وفيما يخص الحملة ضد الغرب، ذكر التقرير ما يلي: "كانت هناك زيادة ملحوظة في قوة الحملة ضد الغرب وضد حكومة برقة خلال شهر أبريل 1952م والذي أدارته ثلاثة من صحف المعارضة، حيث انغمست صحيفتي "المنار" و"الاستقلال" في تشويه الحقائق وتحريفها في محاولة لتشويه بريطانيا خاصة وكذلك حكومة برقة. جريدة "الدفاع" مع أنها كانت ناقدة ولكن نتيجة لخبرة محررها صالح مسعود بويصير، أدارت حملتها بطريقة أكثر لطفاً. اثنتان من هاتين الجريدتين يحررهما عضوين من "الاتحاد الوطني" المحلول، وعليه فإن الآراء التي كان يُعبّر عنها في جريدة الاتحاد الوطني "الوطن"، التي مُنعت السنة الماضية، هي نفسها تُكرّر الآن. كما امتدت الشئون التي نوقشت في هذه الجرائد من وجود الفرنسيون في فزان إلى عدم دفع رسوم الجمارك من قبل القوات البريطانية في برقة. نشرت صحيفة "المنار" في نهاية الشهر مقالاً تشهيريّاً إلى الحد الذي ذكرت فيه أن الضابط البريطاني، أمر الحرس الملكي، حوكم عسكرياً بسبب

سوء معاملته لجنوده. كما أن الإدارة المحلية لبرقة وُيخت بعنف بسبب الادعاء بعدم كفاءتها فيما يخص الشؤون الصحية والتي رُكِّز عليها الانتباه نتيجة لوباء التيفوس المنتشر حالياً، ولذلك فإن الخدمات الصحية هي الموضوع الذي تُحدث فيه الانتقادات الصحفية تأثيراً في عقول الناس العامة<sup>(40)</sup>.

كما ذكر التقرير أن "جريدة الاستقلال نشرت، من غير ذكر أسماء، إدعاء عن هدية سيارة نوع بويك لشخصية قيادية في حكومة برقة من قبل تاجر محلي، الأمر الذي أثار قليلاً في مكانة الحكومة"<sup>(41)</sup>.

وفيما يخص جريدة حكومة برقة الرسمية، جاء في هذا التقرير الآتي: "فشلت جريدة حكومة برقة 'برقة الجديدة' في الرد الكافي على التشويه الذي صورته الصحف الأخرى لحكومة برقة وبريطانيا وفرنسا، على الرغم من توفُّر التسهيلات تحت تصرفها والتي لا تملكها الصحف الأخرى بما فيها آلات الطباعة الحديثة والتزويد اللامحدود بورق الصحف والأموال"<sup>(42)</sup>.

وفيما يخص اهتمام الصحف بالوجود البريطاني في قناة السويس ودوره في التصدي للتمدد الشيوعي في المنطقة، جاء في نفس التقرير، ما يلي: "نُشر في بداية شهر أبريل 1952م، مقالاً جديراً بالثناء، عنوانه "أهمية قناة السويس"، أوضح أهمية القاعدة البريطانية هناك، ليس لمصر فقط بل للعالم الحر كله. كما نُشر مقال آخر مضاد للشيوعية نُسخ من جريدة "الأهرام"، إلا أن مثل هذه المقالات تلاقي في برقة اهتماماً ضئيلاً جداً"<sup>(43)</sup>.

أما فيما يخص زوار برقة من المهتمين بالصحافة، فقد جاء في هذا التقرير الآتي: "زار بنغازي السيد إ.ه. أندروود (E.H. Underwood) من المكتب المركزي البريطاني للمعلومات في أبريل 1952م من خلال جولة له في مراكز الشرق الأوسط ذات العلاقة باقتراح نشر مجلة عربية تحت اسم "الإعلام"<sup>(44)</sup>.

تقرير آخر عن الوضع السياسي والاقتصادي في برقة خلال شهر مايو 1952م، تحدث عن نشر إعلانات لتوظيف عرب في الخدمات الصحية في برقة، جاء فيه ما يلي: "ذكرت الجريدة المؤيدة للحكومة، 'برقة الجديدة'، بأن القسم الصحي في برقة نشر إعلان في جرائد مصرية وسورية ولبنانية وأردنية وفلسطينية يدعو فيه الأطباء والمفتشين الصحيين العرب والممرضات والقابلات العربيات للتوظيف في المستشفيات الحكومية في برقة"<sup>(45)</sup>.

كما جاء في التقرير السابق بخصوص الصحف المعارضة في برقة، ما يلي: "استمرت الحملة التي قامت بها ثلاثة من صحف المعارضة في برقة خلال شهر مايو 1952م ضد الإدارة المحلية فيها وضد

بريطانيا، بشكل قوي. واحدة من هذه الصحف الثلاثة وهي جريدة "الاستقلال" توقفت عن النشر في منتصف هذا الشهر بسبب ما يعتقد أنه خلاف بين المسؤولين عن سياستها وأيضاً نتيجة للضغط من قبل الإدارة المحلية البرقاوية على رئيسها (صاحب الأسهم أو المالك) (46).

كما جاء في هذا التقرير كسابقاته الإشارة إلى عدم فعالية جريدة حكومة برقة، حيث ذكر أن: "الجريدة التي تُنشر وتُطبع من قبل الإدارة المحلية في برقة، وهي "برقة الجديدة"، لم تحاول إلا قليلاً أو لم تحاول مطلقاً أن تضاد المقالات الماكرة والمُشوّهة التي نشرتها جريدتي "الدفاع" و"المنار"، حيث أتبعَت جريدة "المنار" أسلوباً جديداً في نهاية هذا الشهر، عندما أشارت إلى أن بريطانيا العظمى كسبت الحرب على الطليان بمساعدة ليبيا، كما نشرت جريدة "الدفاع" سلسلة مقالات خلال هذا الشهر عن "الثالوث الإمبريالي في ليبيا"، وادّعت في طبعات متلاحقة، أنها تحلل السياسة البريطانية في برقة والسياسة الأمريكية في طرابلس والسياسة الفرنسية في فزان. كما قدمت جريدة "الدفاع" من خلال مقالاتها التماس للحس الأمريكي الديمقراطي بأن يرى أن ليبيا حصلت على سيادتها، الأمر الذي لن يكون ممكناً إلا إذا أغلق الأمريكان آذانهم وألاً يستمعوا لمكائد البريطانيين واقتراحات الفرنسيين الشريرة". وجاء في هذا التقرير أن مكتب المعلومات البريطاني أحتج على هذه المقالات كالاتي "أرسل مكتب المعلومات البريطاني، بطلب من أمر منطقة برقة البريطاني، رسالة إلى محرر جريدة "الدفاع" يحتج فيها على المقال الذي ينتقص من قدر الجيش البريطاني وطلب منه أن ينشر الحقائق الصحيحة. وعدت الجريدة بأن تفعل هذا في طبعة قادمة" (47).

كما جاء في التقرير السابق ذكر لأنشطة جريدة برقة الحكومية خاصة تلك المضادة للشيوعية، كالاتي: "نشرت جريدة "برقة الجديدة" خلال شهر مايو 1952م عدة مقالات ذات طبيعة مضادة للشيوعية ونشرت أيضاً مقتطفات من كتيب عنوانه "التطور السياسي في المستعمرات البريطانية" الذي كان قد أرسل إليها من مكتب المعلومات البريطاني" (48).

وفي تقرير عن الوضع في برقة خلال شهر يونيو 1952م جاء ذكر لنقل بعض السلطات من الإدارة البريطانية السابقة إلى إدارة ولاية برقة كما يلي: "احتوى العدد 34 من جريدة برقة الرسمية على قانون رقم 5-1952 ينص على "أن تُعطى للناظر ذو العلاقة السلطات التي كانت تمارس سابقاً من قبل المدير الإداري والمعتمد البريطاني بناءً على التشريع الذي صار نافداً قبل وبعد 16 يونيو 1949م على التوالي وليس منذ ادّعاء التشريع الاتحادي، وعلى نفس الشاكلة، فإن أي سلطات كانت منوطة برئيس وزراء ووزراء برقة السابقين تُنقل إلى والي ولاية برقة والنظراء في الإدارة الحالية، على التوالي، بناءً على التشريع الذي سُنَّ بعد 18 سبتمبر 1949م" (49).

وفي التقرير السابق، جاء عن الاتحادات العمالية الآتي: "نشرت الجريدة الرسمية لبرقة طلبات للتسجيل من قبل ثلاثة من الاتحادات العمالية وهي: 1- سائقي السيارات، 2- عمال المجاري والطرق والمخازن والمواني، 3- الميكانيكيين"<sup>(50)</sup>.

وعن موقف بعض الصحف في برقة من التواجد الغربي في ليبيا ومحاولة إدارة برقة الحد منه، جاء في هذا التقرير الآتي: "استمرت حملة تشويه سمعة السلطات الغربية في الصحافة المحلية وأعطيت دفعة جديدة للرد على مقال كتبه عمر باشا منصور الكيخيا، رئيس مجلس الشيوخ، الذي انتقد فيه صحافة المعارضة لموقفهم العدائي للقوات الصديقة ونصحهم بأن يخففوا لهجتهم ويتأكدوا من حقائقهم. نَبّه المقال أيضا للدين الليبي لبريطانيا العظمى خاصة. وُلد هذا التدخل المقصود إحساسا ولكن لا يمكن القول بأنه وضع حد للعاصفة، إلا أنه مثل آراء العناصر الأكثر مسئولية في برقة. يشترك الآن عمر باشا مع بريطانيا العظمى والولايات المتحدة الأمريكية في دائرة شك صحف المعارضة، وبأن يكون هدفاً لغضب محرري هذه الصحف . جُرّت إدارة برقة، بشيء من التردد، إلى أن تضع في الاعتبار سنّ تشريع يُمكنها من أن تُمارس شيء من الانضباط على ما هو زائد عن الحد من قبل الصحافة"<sup>(51)</sup>.

وعن بعض القضايا المرفوعة ضد إحدى صحف المعارضة في برقة، جاء في التقرير الشهري عن برقة خلال شهر يوليو 1952م الآتي: "فشلت شكوى التشهير التي رفعها عمر باشا منصور الكيخيا، رئيس مجلس الشيوخ، إلى المحاكم ضد عمر الأشهب، محرر الجريدة الأسبوعية "الدفاع"، التي تُعتبر ضد حكومة ولاية برقة وضد الغرب. رحّبت صحافة المعارضة بهذا الفشل الذي يُعتبر تشجيع للمزيد من الحد الزائد من تشويه السمعة"<sup>(52)</sup>.

وحول تفاعل صحف برقة مع الأحداث التي جرت في مصر بعد ثورة 23 يوليو 1952م، جاء في التقرير الشهري عن برقة خلال شهر أغسطس 1952م الآتي: "أخذت الأزمة في مصر الصحف المحلية في برقة على حين غرّة وتَحَفَّظت في تعليقاتها، غير أن جريدة "المنار" كانت على الاستثناء، حيث كتبت عن غلق الحدود الليبية المصرية من قبل السلطات الليبية، ولكن غير هذا لم يُكتب إلا القليل بطريقة أو بأخرى". واستطرد هذا التقرير ذاكراً "أن الأحداث في مصر لم تؤدي إلى ردود فعل في برقة، ولكن البوليس اتَّخذ احتياطات لمنع الأشخاص من اللجوء إلى ليبيا بعد الانقلاب العسكري، حيث كانت هذه تعليمات شخصية من الملك إدريس الذي كان يشعر بأنه لا يستطيع تسليم اللاجئين ويتوقع أن وجودهم في ليبيا سيسبب له حرج مع السلطات المصرية"<sup>(53)</sup>.

كما تناول التقرير السابق رأي الصحف المحلية المعارضة في برقة، وبالتحديد جريدة "المنار" وجريدة الدفاع"، في المعاهدات العسكرية بين القوى الغربية وليبيا، حيث جاء أن "صحيفتا المعارضة تنتقدا أي معاهدة مع القوى الغربية والتي اعتبرها بطريقة أو بأخرى تحُد من سيادة الوطن، وقدمتا دعوات أخرى للحكومة المحلية في برقة للمساعدة في تخفيف الأزمات الاقتصادية المزمنة والتي يدّعي أنها أعاقت البلاد، كما استمرت كالعادة الهجمات على الديمقراطيات الغربية خاصة بريطانيا وفرنسا ولكن بأقل حدة من الشهرين الماضيين" (54).

وفيما يخص الاجتماعات البرلمانية، أفاد هذا التقرير أن "جريدة الدفاع" تنقل تقارير بالكامل عن الاجتماعات البرلمانية، خاصة تلك الأسئلة والتعليقات البارزة التي يُقدّمها مالكاها "صالح بويصير" الذي هو عضو في مجلس النواب" (55).

واستمرت السلطات البريطانية في انتقاد حكومة برقة الرسمية لعدم فعاليتها في مواجهة الصحف المعارضة، حيث جاء في التقرير السابق الذكر أن "صحيفة الحكومة "برقة الجديدة" استمرت في طريقتها غير الفعالة، إلا أنها ركّزت في منتصف شهر أغسطس 1952م على تسليم الجيش البريطاني مبنى كبير في بنغازي للسلطات المحلية في برقة، وذكرت أن المبنى المذكور سُيّد على حساب الجيش البريطاني وقد سُلم في حالة جيدة" (56).

وفي التقرير الشهري عن برقة خلال شهر أكتوبر 1952م جاء "استمرت صحيفتا المعارضة في هجومهما على "القوات المحتلة" مع خبثهما المعتاد، حيث اتّهما البريطانيون بأنهم احتفظوا بمباني مدنية بالقوة المطبقة. صارت مؤسسات القوات البحرية والبرية والجوية البريطانية (NAAFI) (57) في ليبيا عُرضة لهجوم الصحف المعارضة مرة أخرى، وأدّعي أنها إذا ما دفعت الضرائب على البضائع التي استوردتها فإن دخل برقة سيرتفع إلى نقطة أن الإعانة المالية البريطانية تصبح غير ضرورية" (58).

كما ذكر هذا التقرير أن إدارة برقة المحلية أوقفت إحدى الصحف المعارضة، حيث جاء فيه ما يلي: "أوقفت، في نهاية شهر أكتوبر 1952م، جريدة "المنار" بأمر إداري، ويعتقد أن هذا الفعل جاء نتيجة مقال نُشر في العدد الصادر يوم 20 أكتوبر 1952م، يُمجّد فيه كاتبه مصطفى بن عامر، زعيم حزب المؤتمر الوطني، بشير السعداوي، حيث ذكر أنه وطني عظيم. صارت هذه الصحيفة قبل إيقافها قوية جداً في انتقاداتها للسياسة الفرنسية في شمال إفريقيا، ولكن لا يوجد سبب للاعتقاد بأن رد الفعل الفرنسي على هذه الانتقادات كان العامل الملموس وراء قرار تعليق الجريدة" (59).



أشار التقرير الشهري عن برقة في نوفمبر 1952م إلى صدور المرسوم الملكي بشأن خلافة العرش، كالاتي:

"نشر في جريدة برقة الرسمية "برقة الجديدة" مرسوم ملكي يحتوي على الشروط التي تُنظّم خلافة العرش في غياب الوريث الشرعي. أكثر ما يثير الانتباه هو البند 14 الذي يذكّر أنه في حالة موت الملك بدون أن ينجب ولداً، فإن الملك أّتخذ قراره، بأن يُسمّى خليفته عن طريق وصية سرية محتواها يُعلن في البرلمان بعد موته فقط"<sup>(60)</sup>.

كما اهتم التقرير بجريدة المعارضة المُتبقّية، حيث ذكر "على الرغم من إيقاف زميلاتها، فإن جريدة المعارضة المُتبقّية، "الدفاع"، استمرت في الهجوم على "القوات المحتلة" وموظفي حكومة برقة الأجانب والجيش البريطاني خلال شهر نوفمبر 1952م". كما جاء في هذا التقرير أن "صحيفة الحكومة الرسمية نشرت التملّقات المعتادة للملك وحكومة برقة"<sup>(61)</sup>.

ثانياً: متابعة السلطات البريطانية لأنشطة الصحافة في طرابلس، حسب ما جاء في الوثائق البريطانية: جاء في التقرير السنوي الذي أعده السيد بلاكلي (T.R. Blackley) مدير الإدارة العسكرية البريطانية في طرابلس عن وضع الصحافة في طرابلس خلال عام 1944م، ما يلي: "كان مكتب المعلومات العامة البريطاني (Public Information Office) يعمل بشكل وثيق مع الإدارة العسكرية البريطانية في طرابلس وهو مسئول عن نشر جريدين يوميتين وهما: جريدة "كارير دي تريبولي" (Carriere de Tripoli) ، أي بريد طرابلس، التي تُصدّر بالإيطالية وجريدة "طرابلس الغرب" التي تُصدّر بالعربية، كذلك فإن جريدة "تريبولي تايمز" (Tripoli Times) التي تُصدّر بالإنجليزية ربما سُنشّر تحت إشراف مكتب المعلومات العامة البريطاني في القريب العاجل. وبذلك فإن العمل الصحفي الحكومي استمر يعمل بفعالية وحسب الخطط التي وُضعت له منذ سنة مضت"<sup>(62)</sup>.

أما خلال العام 1945م، فقد جاء في تقرير صادر عن بلدية طرابلس بخصوص الأحوال الصحية، الآتي: "أوقفت طباعة مواضيع الدعاية الصحية في الصحافة اليومية بسبب المستوى التعليمي المُتدني للناس، حيث وُجد أنها لا تصل الأشخاص الذين يجب أن يستفيدوا من الدروس في النظافة، زد على ذلك، أن معظم أوجه ومشاكل النظافة العامة، تقريباً، كانت مواضيع نُشرت خلال السنوات السابقة، وكذلك نظراً لعدم وجود جوائح وعدم توفّر أي ظروف قد تؤدي إلى انتشارها بسهولة، عليه لا يُنصح بإعادة نشر مواضيع على أشياء ليست بذات أهمية حالياً"<sup>(63)</sup>.



وخلال شهر أكتوبر 1950م، جاء في تقرير شامل صادر عن الإدارة البريطانية في طرابلس بخصوص نشاط السيد بلت (Mr Pelt)، مندوب الأمم المتحدة في ليبيا، الآتي: "أستقبل نشر مقتطفات من تقرير السيد بلت في الصحافة المحلية في طرابلس باستحسان من قبل كل الأحزاب مع وجود رضى عام على توصياته واستنتاجاته"<sup>(64)</sup>.

كما جاء في التقرير السابق، ذُكر لتعليق صدور إحدى الجرائد الطرابلسية كالتالي: "عُلِّقت عن النشر جريدة "المرصاد"، وهي جريدة محلية أُعطيت ترخيصاً حديثاً، لأن أعمدتها التي تنشرها صارت مثيرة جداً إلى حد أنها من الممكن أن تؤدي إلى تهديد الأمن العام"<sup>(65)</sup>.

تناول تقرير الإدارة البريطانية في طرابلس خلال شهر يوليو 1951م نشاط بعض الأحزاب وصحفها، حيث ذُكر أن حزب "الاستقلال" وحزب "الاتحاد المصري الطرابلسي" كانا غير نشيطين خلال هذه الفترة، ولكن جريدة حزب "الاتحاد المصري الطرابلسي" "لواء الحرية"، التي يحررها علي رجب رئيس الحزب، عاودت الصدور مرة أخرى ونشرت مقالاً من شأنه أن يبعث الشعور المضاد للمسيحيين، ولذلك تمّ تعليقها لأجل غير محدد"<sup>(66)</sup>.

كما ذكر نفس التقرير أنه نُشر محتوى قانون الدولة 1951م في جريدة "طرابلس" ( Tripolitanian Gazette ) خلال شهر يوليو، على أن يبدأ العمل به يوم 20 أغسطس 1951م"<sup>(67)</sup>.

وجاء في تقرير شامل آخر صادر عن الإدارة البريطانية خلال شهر سبتمبر 1951م أن "صاحب السعادة محمود بي المنتصر، رئيس وزراء الحكومة الليبية الانتقالية، سافر إلى لندن في بداية شهر سبتمبر 1951م ورجع يوم 27 من نفس الشهر، حيث تناول الغداء مع النبيل (R. Hon.) السيد كلمنت أتليك (C. Attlee) وقابل شخصيات سياسية أخرى، وقد نُشر في جريدة التايمز (Times) اللندنية مقال، مُدح فيه صاحب السعادة، والذي كان قد أُنقذ فيما بعد في الصحافة الليبية"<sup>(68)</sup>.

كما جاء ذُكر نُشر نص دستور المملكة الليبية المتحدة في التقرير الشامل عن شهر أكتوبر 1951م، كما يلي: "صدرت جريدة "طرابلس" الرسمية تنشر على صفحاتها نص دستور المملكة الليبية المتحدة"<sup>(69)</sup>.

كما تناول تقرير ديسمبر 1951م الأحداث التي واكبت استقلال ليبيا في 24 ديسمبر 1951م، ف جاء فيه "نقل خطاب الملك إدريس بمناسبة الاستقلال وأُستمع إليه بشغف في كل المدن والقرى في كل أنحاء منطقة طرابلس، وكانت مشاهد الحماس تلاحظ في كل مكان"<sup>(70)</sup>.

وجاء في نفس التقرير السابق فيما يخص نشاط حزب المؤتمر الوطني، ما يلي: بَلَّغ مندوب الحكومة الليبية في الخمس (District Commissioner) بأنه في غياب بشير السعداوي<sup>(71)</sup>، زار أخوه نوري بصحبة محرر جريدة "الشعلة"، أحمد زارم، مكاتب حزب المؤتمر الوطني في القصبات، وكان في استقبالهم حوالي عشرون شخصاً أو يِقْلُون، كما زاروا الخمس يوم 4 ديسمبر 1951م، وغادروا بعد الغداء إلى طرابلس وبرفقتهم الحاج عمر النعاس<sup>(72)</sup>.

وجاء في هذا التقرير أيضاً أن "جريدة شعلة الحرية" بطرابلس التي يحررها احمد زارم، الذي هو في نفس الوقت سكرتير عام حزب المؤتمر الوطني، تؤيد حزب المؤتمر الوطني<sup>(73)</sup>.

وفي تقرير آخر يُلخّص الأحداث السياسية خلال شهر ديسمبر 1951م، جاء "نشرت جريدة "الليبي" مقالاً مشجعاً يوم 6 ديسمبر 1951م، كتبت فيه محتوى مقابلة مع عبد الرحيم خان، المندوب الباكستاني في المجلس المُشكّل من الأمم المتحدة من أجل ليبيا (Council for Libya)، ينصح فيه الليبيين بـدفع اختلافاتهم وبأن يتعاونوا كلٌّ مع الآخر على دعم الحكومة الليبية الجديدة". كما جاء في هذا التقرير حول نفس الموضوع "أن مصطفى ميزران، كان قد ذكر في اجتماع لحزب المؤتمر الوطني، في نفس التوقيت، أن المندوب الباكستاني نصحه قبل هذا المقال الصحفي بأن يُلح على جميع أعضاء المؤتمر بأن يشاركوا بكل قلوبهم في الانتخابات لمنع الحكومة الليبية المؤقتة الحالية من أن يكون لها مجال واسع للفوز، الأمر الذي سيكون ضد مصلحة البلاد". وتعليقاً على هذا الموضوع، جاء في التقرير الآتي: "يظهِر أن الغرض من هذه التصريحات كان جزءاً من الحملة الانتخابية لحزب المؤتمر وتشجيعاً على نشر الدعاية الانتخابية الموالية له ولصرف انتباه أتباع المؤتمر عن التغيير الذي حصل في سياسة الحكومة المصرية<sup>(74)</sup>.

وفي تقرير شامل بعد استقلال ليبيا، مُتضمّن حضور رئيس وزراء ليبيا، السيد محمود المنتصر، جلسة الجمعية العمومية للأمم المتحدة، في باريس، جاء الآتي: رَجَعَ صاحب السعادة رئيس وزراء ليبيا من باريس يوم 29 يناير 1952م، حيث كان يرأس الوفد الليبي الذي حضر اجتماع الجمعية العامة للأمم المتحدة، وقد ألقى خطاباً هناك وكان مسروراً بما جرى خلال وجوده في باريس، كما عقد مؤتمراً صحفياً بعد عودته إلى طرابلس<sup>(75)</sup>.

كما جاء في التقرير الشهري السياسي الاستخباراتي خلال شهر يناير 1952م، فيما يخص التنافس بين الليبيين في طرابلس، ما يلي: "حدث انفجار، يوم 19 يناير 1952م، خارج مكاتب الجريدة المحلية "الليبي"، وهو نفس المكان الذي يعيش فيه الشيخ علي الديب، رئيس الجريدة. نَجَم الانفجار عن قنبلة محلية الصنع وُضعت على عتبة إحدى النوافذ. يعتقد أن الباعث هو احتجاجاً ضد مختلف المقالات التي استمر

رئيس الجريدة في كتابتها مهاجماً فيها بشير السعداوي واتباعه. تشير تحقيقات البوليس إلى أن عبد الحميد السعداوي، نجل بشير السعداوي، يحرض ضد القانون ولكن لا يوجد دليلاً مؤكداً يثبت هذا<sup>(76)</sup>.

كما جاء في نفس التقرير السابق ذكراً للعلاقة بين حزب المؤتمر والسلطات المصرية، كالاتي: "سبب طرد حكومة الوفد في القاهرة قلقاً في أوساط حزب المؤتمر الوطني، حيث قامت المعارضة بمناورة كبيرة فيما يتعلق بالأحداث الجديدة في مصر، عندما أعادت جريدة المعارضة "شعلة الحرية" نشر بعض المقالات من الصحافة المصرية وخاصة من جريدة "المصري" الوفدية"<sup>(77)</sup>.

تضمن التقرير السياسي المخبراتي عن طرابلس خلال شهر فبراير استعدادات اللحظة الأخيرة لأول انتخابات برلمانية في ليبيا ووقوف بريطانيا إلى جانب حكومة محمود المنتصر ضد حزب المؤتمر الوطني، حيث ذكر التقرير أنه "على الرغم من فشل بشير السعداوي في الحصول على دعم الملك إدريس لاقتراحه بأن تُراقب الأمم المتحدة الانتخابات البرلمانية، إلا أنه عند رجوعه لطرابلس من بنغازي، أبلغ أتباعه بأن الملك إدريس عرض عليه وظيفة رئيس المجلس الاستشاري الملكي في طرابلس وكذلك عرض

عليه مناصب في المجلس الاستشاري الاتحادي لأعضاء حزب المؤتمر الوطني، إلا أنه رفض العرض مفضلاً انتظار نتيجة الانتخابات. من الملفت للنظر أن القليل جداً أعطي للإشارة لهذا الاجتماع في صحيفة المعارضة، صحيفة شعلة الحرية"<sup>(78)</sup>.

وفي تقرير آخر عن طرابلس خلال شهر فبراير 1952م، الذي جرت فيه أول انتخابات برلمانية، جاء فيه "تمّ إقفال جريدة "شعلة الحرية" الناطقة باسم حزب المؤتمر الوطني يوم 21 فبراير 1952م لأجل غير مُسمّى، أي بعد يومين من الانتخابات البرلمانية والتي على إثرها قام أتباع حزب المؤتمر بمظاهرات وشغب، وتمّ طرد بشير السعداوي رئيس حزب المؤتمر الوطني وأغلق مقر الحزب في طرابلس كما أغلقت كافة فروعها في المناطق الأخرى، بأمر من الحكومة الليبية"<sup>(79)</sup>.

تناول تقرير شهر أبريل 1952م موقف جريدة "الليبي" التي يرئسها الشيخ علي الديب، حيث جاء فيه "استمرت جريدة "الليبي"، وهي الجريدة العربية المستقلة الوحيدة المتداولة في طرابلس، في هجومها العنيف على البريطانيين والأمريكان"<sup>(80)</sup>.

كما جاء في التقرير الشهري السياسي عن طرابلس خلال شهر مايو 1952م، تصنيف لبعض الجرائد الصادرة في طرابلس مبني على توجهاتها السياسية، كالاتي: "استمرت جريدة "الليبي" خلال شهر مايو 1952م في هجماتها على السلطات الغربية، ولكن الجريدتان اللتان تسيطر عليهما الحكومة في طرابلس

أوضحتا ميولاً للتعاون أكثر ونشرت عدة مقالات زودهما بها مكتب خدمات المعلومات العامة البريطاني (Public Information services office) (81).

كما جاء في نفس التقرير السابق، ما يلي: "تمّ التوصل إلى ترتيب بين مكتب المعلومات العامة البريطاني وحكومة طرابلس، يقضي بأن تشترك حكومة طرابلس، تحت إشراف مكتب المعلومات البريطاني، في البث العربي اليومي من محطة إذاعة القوات المسلحة البريطانية والتي تُرَوِّج لها صحف الحكومة للحصول على شعبية كبيرة والمساعدة في اجتذاب مستمعين أكثر لهذا البرنامج الذي يقدّم الأخبار بالعربية والإنجليزية عن طريق الراديو" (82).

كما تضمن تقرير شهر يونيو 1952م صدور قانون يُنظّم جريدة "طرابلس" جريدة الحكومة الليبية الرسمية، كما يلي: "صدر قانون يُنظم الوضع القانوني والنظم التي تُحدّد سعر جريدة "طرابلس" (Tripolitania Gazette) (83).

وفي التقرير الشهري السياسي المخبراتي عن طرابلس خلال شهر يونيو 1952م، جاء الآتي: "وقّفت جريدة "الليبي" التي تهاجم القوات الغربية عن الصدور، بسبب إصابة محررها في حادث سيارة". وجاء في هذا التقرير أيضاً الآتي: "أظهرت الاستطلاعات أن المزيد والمزيد من الناس يستمعون الآن للبرنامج العربي الجديد والمحسّن الذي تبثه "إذاعة طرابلس"، هذه البرامج يُشرف عليها مكتب المعلومات العامة البريطاني" (84).

كما ظهرت في تقرير سياسي مخبراتي آخر عن طرابلس خلال شهر يوليو 1952م مخاوف عن مصير الاتفاقيات العسكرية التي أرادت إبرامها القوات الغربية مع الحكومة الليبية، كما يلي: "انتشرت تعليقات كثيرة محلياً، خاصة في الصحافة، حول المناقشات القادمة في مجلس النواب بخصوص الاتفاقية الأمريكية الليبية. في الوقت الذي أظهر فيه الأمريكان عصبية حول إذا ما ستكون نتيجة النقاش في البرلمان ناجحة، لأن الليبيين انتقدوا علناً العرض الأمريكي المقدم وهو مليون دولار في السنة مقابل القاعدة الجوية في ويلز (85) (86).

وجاء في نفس التقرير السابق عن البث الإذاعي ما يلي: "استمر "راديو طرابلس" في وظيفته بشكل مرضي، حيث تُظهر المؤشرات ازدياد عدد المستمعين تدريجياً، لأن الناس عامة يعتقدون أنه الإذاعة الرسمية لحكومة طرابلس، مع أنه في الحقيقة يسيطر عليه مكتب المعلومات التابع للبعثة البريطانية. هذا وقد ازداد بث كمية الدعاية المستترة المؤيدة للغرب والمضادة للشيوعية. وتشير بحوث خدمات المستمعين التي أجراها

مكتب المعلومات إلى أنه يوجد قبول مؤيد لهذه المواضيع". كما ذكر التقرير رضا البعثة البريطانية على الصحافة المحلية أخيراً، حيث جاء فيه أن "الصحافة المحلية استمرت في تعاونها"<sup>(87)</sup>.

كما جاء في التقرير الشهري السياسي المخابراتي عن طرابلس خلال شهر سبتمبر 1952م، عن الصحافة في طرابلس، الآتي: "يوجد عدد بسيط من المواضيع ذات الأهمية في صحافة طرابلس المحدودة خلال شهر سبتمبر 1952م، حيث كانت المقالات الرئيسية في الجريدة الحكومية العربية التي تنشر أحياناً، مهتمة بالشئون الداخلية خصوصاً التعليمية على ضوء فتح المدارس، والتي تحثُّ الحكومة على بذل ما في وسعها للرفع من المستوى التعليمي في ليبيا. ولقد أُخذت المقالات الرئيسية في الشئون الخارجية عامة من الجريدة المصرية "الأهرام"، والتي نُقلت بدون تعليق"<sup>(88)</sup>.

وفيما يخص الأحداث في مصر الناتجة عن قيام ثورة 23 يوليو 1952م وتفاعل الصحافة في طرابلس معها، ذكر التقرير السابق، ما يلي: "ذُكرت الشئون في مصر كأخبار مُتقطّعة، ما عدا في عدد 9 سبتمبر، عندما نُشر مقال بعنوان "سياسة الدول العربية"، الذي ناقش اليقظة العامة في الدول العربية، ونمّت مقارنة الوضع السياسي الحالي في مصر بالذي في سوريا واستنتجت الجريدة بأن المشكلة الرئيسية التي تؤثر على السلام في العالم العربي هي مشكلة فلسطين وليس مشكلة قناة السويس"<sup>(89)</sup>.

وبخصوص جريدة "الليبي" أفاد التقرير السابق بما يلي: "استمرت جريدة "الليبي" العربية الأسبوعية الساخنة والمؤيدة للوطنية في حملتها المناهضة للأجانب على طول شهر سبتمبر 1952م. وربما نتيجة لمحادثات أجراها سكرتير الشرق (Oriental Secretary) ومكتب المعلومات البريطاني مع محرر الجريدة، أُوقف الهجوم المفتوح على بريطانيا خاصة، كما توقّف المحرر عن التلميح، الأمريكان مع ذلك ما زالوا يهاجموا بشدة"<sup>(90)</sup>.

كما جاء في التقرير السياسي المخابراتي عن طرابلس خلال شهر أكتوبر 1952م، ما يلي: "لاقت زيارة أربعة ليبينين إلى لندن شعبية جيدة في الصحافة المحلية خلال الزيارة وخلال رجوعهم إلى طرابلس". كما جاء في نفس التقرير أنه "جرت ترتيبات لتحسين إذاعة البرامج العربية من "راديو طرابلس" ويُؤمل، وأنه ليس ببعيد، أن يمدد البرنامج العربي لفترة أطول". وذكر هذا التقرير أيضاً، ما يلي: "لاقت زيارة أربعة ليبينين إلى لندن قبولاً شعبياً في الصحافة المحلية خلال الزيارة وبعد رجوعهم إلى طرابلس". كما جاء في نفس التقرير أنه "جرت ترتيبات لتحسين إذاعة البرامج العربية من "راديو طرابلس" ويُؤمل، وأنه ليس ببعيد، أن يمدد البرنامج العربي لفترة أطول"<sup>(91)</sup>.

وفي تقرير نوفمبر 1952م، جاء الآتي: "تحسّن البث من "راديو طرابلس" كثيرا بعد ترتيبات عُملت لتغيير طول الموجة". كما جاء في نفس التقرير ما يلي: "كان هناك الكثير من السخط في الصحافة المحلية بسبب تقرير كاذب في جريدة "الدلي ميل" (Daily Mail) البريطانية بأنه تم تسميم الملك إدريس، حيث يُقال أن التقرير نُقل عن جريدة أخبار إيطالية". كما ذكر هذا التقرير أن "جريدة "الليبي" توقفت عن الصدور، احتمالاً نتيجة لعدم توفّر الدعم المالي لها"<sup>(92)</sup>.

### الخاتمة:

تُبيّن الوثائق التي تناولتها هذه الدراسة المتابعة الدقيقة والمستمرة التي أظهرتها السلطات البريطانية في ليبيا لمختلف الشئون الليبية، خاصة فيما يتعلق برغبة بريطانيا تنصيب حكومة ليبية مُلبيّة لرغباتها في السيطرة على ليبيا وإنشاء قواعد عسكرية بريطانية وأمريكية عليها أو كل ما يقرب ليبيا من مصر أو يدعو لانضمامها لجامعة الدول العربية. وقد تجلّى هذا الموقف في إبعاد ومحاربة كل ليبي وطني يعارض أو يتصدى لهذه الرغبات وإيقاف العديد من الصحف ولعدة مرات أو إلى الأبد، خاصة تلك التي كانت تطالب بوحدة ليبيا واستقلالها، حتى انتهى بها الأمر إلى إيقاف كل الصحف الوطنية ولم تُبقي إلا على الصحف الرسمية المؤيدة للحكومات الليبية (المحلية والاتحادية) ولإدريس السنوسي (أميراً لبرقة وملكا على ليبيا) ولمارب بريطانيا وأمريكا. كما عاودت الإدارة العمل بقانون المطبوعات في إعلان رقم 212 لسنة 1950م<sup>(93)</sup> لوضع القيود على الصحافة الليبية بحجة تنظيم الصحافة وتقنينها.

كما أنه من خلال هذه الوثائق، تجلّى أن السلطات البريطانية ركّزت على التأثير على الرأي العام الليبي من خلال مكاتب المعلومات العامة البريطانية ومن خلال إذاعات القوات المسلحة البريطانية والصحف المؤيدة لها وللسلطات الليبية المختلفة الموالية لبريطانيا، وكذلك كبح أنشطة الصحف المعارضة، خاصة جرائد "المنار" و"الدفاع" في برقة و"الليبي" و"شعلة الحرية" في طرابلس، بل إيقاف هذه الصحف عند الضرورة. كما أوضحت الوثائق محاولة السلطات البريطانية عزل ليبيا عن محيطها العربي، خاصة مصر، وتأخير حصولها على عضوية جامعة الدول العربية.

هذا، وقد حاربت السلطات البريطانية الأحزاب والتجمّعات الليبية التي كانت تعارض السياسة البريطانية فيما يخص إقامة معاهدات عسكرية بين ليبيا وكل من بريطانيا وأمريكا، وخاصة تجمّع "الاتحاد الوطني" في برقة وحزب "المؤتمر الوطني" في طرابلس.

كما أظهرت الوثائق محاولات السلطات البريطانية التأثير على نتائج أول انتخابات برلمانية قامت في ليبيا بعد الاستقلال، وعملت جاهدة من أجل حصول الحكومة الليبية المؤقتة الموالية لبريطانيا، بزعامة

محمود المنتصر على الأغلبية، ووقفت بكل الوسائل ضد حزب المؤتمر الوطني، بزعامة بشير السعداوي الذي كان منافساً كبيراً للحكومة الليبية المؤقتة في هذه الانتخابات البرلمانية، بل كانت مؤيدة لطرده رئيسه وبعضاً من زعمائه وإقال مقاره وجريدته "شعلة الحرية" بحجة الاضطرابات التي أعقبت نتيجة هذه الانتخابات التي رأى حزب المؤتمر الوطني أنها كانت مزوّرة لأنها أظهرت فوز الحكومة الليبية المؤقتة. وبهذه السياسة استطاعت بريطانيا القضاء على أول تجربة ديمقراطية في ليبيا وأنهت المنافسة الديمقراطية الحزبية الوليدة والتي لو استمرت لكانت أثمرت ثقافة حزبية وديمقراطية وأسست لمفهوم التداول السلمي على السلطة.

وبهذا الأسلوب الذي أتبعته السلطات البريطانية، استطاعت تحجيم أنشطة الصحافة الليبية وتوجيهها من خلال الحكومة الليبية التي سعت إلى تنصيبها. ومن خلال هذه الوثائق، يلاحظ أن التيار المعارض للسياسة البريطانية في الصحف الليبية اضمحلّ تدريجياً وصار لا يكاد يُذكر بعد مرور سنة على استقلال ليبيا الذي أنجز بمساعدة الأمم المتحدة في ظل استمرار التواجد العسكري الغربي فيها.

نرجو أن يضيف هذا البحث المتواضع، ولو القليل، للدور الوطني المشرف لبعض الصحف الليبية ومحرريها وكاتبي المقالات فيها خلال هذه الفترة من تاريخ ليبيا، وأن يكون نبزاً للصحافة الليبية الحالية التي، للأسف، صار جُلّها منحازاً أو مأجوراً. كما نتمنى أن يكون هذا البحث البسيط حافزاً للمزيد من البحث والتحليل في هذا الموضوع.

#### الهوامش:

- 1- الشريف، الطيب، الصحافة الأدبية في ليبيا، منذ الحرب العالمية الثانية إلى بداية العقد الأخير من القرن العشرين وأثرها في تطور الأدب الحديث، المجلد الثاني، مركز جهاد الليبيين للدراسات التاريخية، سلسلة الدراسات الأدبية (4)، الطبعة الأولى، 2000، ص625.
- 2- سُميّ بعام الحريات، حيث سُمح فيه بإصدار الصحف.
- 3- الشريف، الطيب علي سالم، المرجع السابق ص626-628.
- 4- المرجع السابق ص628.
- 5- المرجع السابق ص628-629.
- 6- المرجع السابق ص629.
- 7- معاطي، اسمهان ميلود، الإدارة العسكرية البريطانية في ليبيا وأثرها على المجتمع المحلي (1951-1943م)، دراسة اقتصادية، اجتماعية، ثقافية. أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الماجستير، 1997م، جامعة الزاوية، كلية الآداب، قسم التاريخ.
- 8- المصراتي، علي، صحافة ليبيا في نصف قرن. دار الكشاف، بيروت، 1960م، ص244.
- 9- Annual report, by E.A.V. de Candole, the Chief Administrator on the British Military Administration of Cyrenaica, for the period 1st January 1946 to 31st December 1946 (restricted), p21.
- 10- Annual report by E.A.V. de Candole, the Chief Administrator on the British Military Administration of Cyrenaica, for the period 1st January 1948 to 31st December 1948 (restricted), p32-33.

- 11- Ibid.
- 12- Ibid.
- 13- Ibid.
- 14- اطلق سراح مصطفى بن عامر وعلى زواوة من السجن يوم 6 مايو 1952م بعد إعفائهما من جزء من مدة الحكم.  
(Monthly political and economic report (Cyrenaica), May 1952, by British Legation in Libya, Benghazi, Ref. No. 10112/24/52, 9th June 1952, FO 371 (97267)- XC 155055).
- 15- Middle East Land Forces.
- 16- General Head Quarters.
- 17- الصحف الثلاثة الأخرى هي: "برقة الجديدة" و"الدفاع" و"الاستقلال".
- 18- Cyrenaica, Annual review for 1951, and written by T.C. Ravensdale (British General Council in Benghazi), and sent by Sir Alec Kirkbride (Ambassador of U.K. in Libya) to Mr Eden (Foreign Office), secret (18509) JT 1011/2, 12th March 1952, section 2, FO 371 (97266)- XC 155055).
- 19- Monthly political and economic report (Cyrenaica), January, 1952, by British Legation in Libya, Benghazi, 13th February, 1952, Ref. 101.12/1/52, FO 371 (97267)-XC 155055.
- 20- Ibid.
- 21- Ibid.
- 22- Monthly political and economic report (Cyrenaica), February 1952, FO 371 (97267)-XC 155055
- 23- Ibid.
- 24- Ibid.
- 25- Ibid.
- 26- Ibid.
- 27- Monthly political and economic report (Cyrenaica), March 1952, by British Legation in Libya, Benghazi, 4th April 1952, Ref. No. 101.12/12/52, FO 371 (97267)- XC 155055.
- 28- Ibid.
- 29- قام الدكتور محمد مصدق رئيس وزراء إيران في مارس 1951م بتأميم للصناعة النفطية في إيران التي كانت تسيطر عليها الشركات البريطانية.
- 30- Monthly political and economic report (Cyrenaica), March 1952, by British Legation in Libya, Benghazi, 4th April 1952, Ref. No. 101.12/12/52, FO 371 (97267)- XC 155055, Ibid.
- 31- Ibid.
- 32- Ibid.
- 33- يلغي دستور إمارة برقة الصادر في سبتمبر 1949م وعلى ضوءه يشكل مجلس تشريعي لولاية برقة يتكون من 20 عضواً، منهم 15 ينتخبوا و 5 ينصّبوا من قبل الملك.
- 34- Monthly political and economic report (Cyrenaica), April 1952, by British Legation in Libya, Benghazi, Ref. 10112/19/52, 9th May 1952, FO 371 (97267)-XC 155055.
- 35- Ibid.



- 36 United Nations Relief and Works Agency (UNRWA) ووكالة الأمم المتحدة لغوث اللاجئين الفلسطينيين.
- 37– Monthly political and economic report (Cyrenaica), April 1952, by British Legation in Libya, Benghazi, Ref. 10112/19/52, 9th May 1952, FO 371 (97267)–XC 155055, Ibid.
- 38– Ibid.
- 39– Ibid.
- 40– Ibid.
- 41– Ibid.
- 42– Ibid.
- 43– Ibid.
- 44– Ibid.
- 45– Monthly political and economic report (Cyrenaica), May 1952, by British Legation in Libya, Benghazi, Ref. No. 10112/24/52, 9th June 1952, FO 371 (97267)– XC 155055.
- 46– Ibid.
- 47– Ibid.
- 48– Ibid.
- 49– Situation report on Cyrenaica, for June 1952, 10112/30/52, FO 371 (97267), XC 155055.
- 50– Ibid.
- 51– Ibid.
- 52– Monthly report on Cyrenaica, for July 1952, 10112/34/52, FO 371 (97267)– 155055.
- 53– Monthly report on Cyrenaica, for August 1952, 10112/37/52, FO 371 (97267), XC 155055.
- 54– Ibid.
- 55– Ibid.
- 56– Ibid.
- 57– Navy, Army and Air Force Institutes (NAAFI).
- 58– Monthly report for Cyrenaica, October 1952, FO 371 (97267)–XC 155055.
- 59– Ibid.
- 60– Monthly report for Cyrenaica, November, 1952, FO 371 (97267), XC 155055.
- 61– Ibid.
- 62– Annual report, by T.R. Blackley, the Chief Administrator on British Military Administration of Tripolitania, for the period 1st January 1944 to 31st December 1944 (restricted), p38–39.
- 63– Report on health services of Tripoli city for the year 1945, by the Civil Affairs Medical Officer, Municipality of Tripoli Public Health Department, p4–5.
- 64 حيث قلّ دعم الحكومة المصرية لحزب المؤتمر الوطني بعد الاستقلال وصارت تتوحد للحكومة الليبية.  
(Comprehensive report No. 6, for the month of October 1950, Tripolitania).

- 65- Ibid.
- 66- Ibid.
- 67- Comprehensive report No. 15, for month of July 1951, Tripolitania, p1.
- 68- Comprehensive report, for the month of September 1951, Tripolitania, p2.
- 69- Comprehensive report, for the month of November 1951, Tripolitania, p2,3.
- 70- Comprehensive report, for the month of December 1951, Tripolitania, FO 371 (97267)- XC 155055, p1.
- 71- كان بشير السعداوي في زيارة طويلة إلى المملكة العربية السعودية ومصر، عاد منها إلى طرابلس يوم 13 ديسمبر 1951م.
- (FO 371/97267, JT 1013, confidential report (101, 12/ 1, 52), monthly political and economic report (Cyrenaica), January, 1952, by British Legation in Libya, Benghazi, 13<sup>th</sup>, Feb., 1952, p3).
- 72- Ibid.
- 73- Ibid.
- 74- Summary of political events in Tripolitania during December 1951, FO 371 (97267)- XC 155055.
- 75- Comprehensive report, for the month of January 1952, Tripolitania.
- 76- Monthly political intelligence report, January 1952, Tripolitania, FO 371 (97267)- XC 155055.
- 77- Ibid.
- 78- Monthly political intelligence report, February 1952, Tripolitania, FO (371 (97267)- XC 155055.
- 79- Comprehensive report for month of February 1952, Tripolitania, p3.
- 80- Monthly political intelligence report , April 1952, Tripolitania, FO 371 (97267)- XC 155055.
- 81- Monthly political intelligence report, May 1952, FO 371 (97267)- XC 155055.
- 82- Ibid.
- 83- Comprehensive monthly report, June 1952, Tripolitania, p1.
- 84- Monthly political intelligence report, June 1952, Tripolitania, FO 371 (97267)- XC 155055.
- 85- قاعدة معيّنقة (الملاحه سابقاً).
- 86- Monthly political intelligence report, July 1952, Tripolitania, FO 371 (97267)- XC 155055.
- 87- Ibid.
- 88- Monthly political intelligence report, September 1952, Tripolitania, FO 371 (97267)- XC 155055.
- 89- Ibid.
- 90- Ibid.
- 91- Monthly political intelligence report, October 1952, Tripolitania, FO 371 (97267)- XC 155055.
- 92- Monthly political intelligence report, November 1952, Tripolitania, FO 371 (97267)- XC 155055.

## الاستخدام الاجتماعي والمعرفي لمواقع التواصل الاجتماعي

دراسة اجتماعية على عينة من طلاب كلية الدراسات العليا بجامعة الزيتونة

د جمعة عمر فرج .. جامعة الزيتونة / كلية الدراسات العليا

### الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهم الاستخدامات الاجتماعية والمعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلاب الجامعة، تم استخدام منهج المسح الاجتماعي لتحليل ظاهرة انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعة تحليلاً شاملاً، وطبقت على عينة من الطلاب الدراسات العليا بجامعة الزيتونة قدرها (100) تم اختيارها بالطريقة العشوائية البسيطة ، وتوصلت إلى جملة من النتائج منها إن مواقع التواصل الاجتماعي تشبع الطلبة اجتماعياً معرفياً وتزودهم بمعرفة متعمقة حول العالم.

### مقدمة:

لقد فتح الانترنت عسراً جديداً تميز بأسلوب جديد للحياة الاجتماعية لم تكن مألوفة قبل اختراعه، فمن السمات هذه الأسلوب الجديد سهولة التواصل وبساطة نقل المعلومات بهدف التأثير على الأفراد والجماعات، وكنتيجة حتمية لهذه الظاهرة تم القضاء على العزلة الاجتماعية والثقافية والعلمية والحضارية التي تميزت بها الجماعات في المجتمع الإنساني قبل ذلك.

إن مواقع التواصل الاجتماعي هي نوع من الاتصال الشخصي في مجال العلاقات العامة وتبرز أهميتها في أنها لها تأثير كبير على الأفراد المتواصلين مع بعضهم من خلالها، فاجتماع الكلمة المسموعة والمكتوبة والصورة الثابتة والمتحركة تلقي انتباهاً كبيراً بين المتواصلين يمكنهم من تبادل الآراء والأفكار، بميزة التكلفة القليلة، فالإمكانية فيها متاحة أن تري الشخص الذي تتواصل معه، مع توفير مساحة كبيرة من الحرية الشخصية رغم العادات والتقاليد.

إن انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة بين شباب الجماعات يحتاج إلى البحث العلمي لمعرفة دوافع الاستخدام وانعكاساته على أنماط العلاقات الاجتماعية.

### أهداف الدراسة:

- 1- معرفة دوافع طلاب الدراسات العليا بجامعة الزيتونة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- معرفة أهم الاشباكات التي تتحقق للطلاب من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- معرفة أهم الاستخدامات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلاب الجامعة.

4- معرفة أهم الاستخدامات المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلاب الدراسات العليا بجامعة الزيتونة.

5- معرفة أهم الخدمات التي يتحصل عليها الطلاب من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

#### أهمية الدراسة:

1- تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور مؤثر على مستخدميها بما تقدمه من خدمات وتيسيرات اتصالية بطريقة سهلة وجذابة ومشوقة ومتنوعة تلقي اهتماماً مثيراً من كافة أفراد المجتمع وخاصة طلاب الدراسات العليا بجامعة الزيتونة.

2- حرية وسرية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يجعله أكثر وسائل الاتصال خطورة على الأفراد، وخاصة إذا أسئ استخدامها.

#### تساؤلات الدراسة:

- 1- ما دوافع الطلاب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما أهم الاشباعات التي تحقق لطلاب الدراسات العليا بجامعة الزيتونة من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما أهم الاستخدامات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الدراسات العليا بجامعة الزيتونة؟
- 4- ما أهم الاستخدامات المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلاب الدراسات العليا بجامعة الزيتونة؟

#### مفاهيم الدراسة:

##### الاستخدامات الاجتماعية:

هي المرتبطة بتقوية العلاقة والاتصال مع أفراد الأسرة والأصدقاء والعالم، وهي تتبع من رغبة الفرد للانتماء إلى الجماعة.

##### الاستخدامات المعرفية:

هي المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة، عليها، وهي تستند إلى الرغبة في فهم البيئة والسيطرة عليها، هي تشبع حاجة حب الاستطلاع والاكتشاف.

##### مواقع التواصل الاجتماعي:

هي منظومة من الشبكات الإلكترونية تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة.

### الدراسات السابقة:

1- دراسة حسن قطيم المطيري حول الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي، أجريت هذه الدراسة سنة 2013، وهدفت إلى الكشف عن طبيعة الاستخدامات السياسية لموقع "تويتر" وأغراضها ومضامينها المختلفة من قبل الشباب الكويتي، واستخدم المنهج الوصفي التحليلي عن طريق الاستبيان على عينة قدرها (404) بطريقة عشوائية بسيطة، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج منها:-  
- في محور الاستخدامات المتنوعة لموقع "تويتر" تبين أن الاستخدامات التي تتعلق بطبيعة العمل الذي يقوم به المبحوث حلت في المرتبة الأولى، وجاءت في المرتبة الثانية الاستخدامات التي تتعلق بصداقات جديدة من الجنسين.

- بينت نتائج فرضيات الدراسة وجود بعض الفروقات كان أهمها الفروقات التي كانت لصالح الفئة المستخدمة لموقع "تويتر" فئة الأعمال الحرة.

2- دراسة بعنوان الطلاب والشبكات الاجتماعية مع التطبيق على عينة من طلبة كلية الفنون والاعلام بجامعة الفاتح في ليبيا أجريت هذه الدراسة سنة 2010، حول مستخدمين الفيس بوك كشبكة بهدف البحث في الإشباع المتحققة من جراء استخدامه. وتوصلت الدراسة إلى إن الفيس بوك كشبكة اجتماعية يستخدم من معظم الطلبة وهم من يخبرون بعض عنه، وأن السبب الرئيسي لاستخدام هو اكتساب معارف وتعمق أكثر بالعالم والتواصل مع الناس ذو اهتمام مشترك، كما اجمع كل الطلبة أن الاستخدام المفرط للفيس بوك يؤدي إلى الانشغال عن القراءة ويؤدي إلى الكسل والتراخي، كما يؤدي إشباع فكري حيث انه طرح افكار جديدة للتواصل بين الطلبة ويناقدون مع بعض مناهج الدراسة والمحاضرات واكتشافهم طرق افضل لمراجعة الدروس (الدماري، 2010).

3- دراسة نزمين خضر حول الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيس بوك (2009) وهدفت إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب المصري لموقع الفيس بوك، والكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية والصداقات التي يكونها الشباب المصري خلال استخدامهم موقع الفيس بوك. وكان من أهم نتائجها:

- أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيس بوك  
- أن مشاهدة ألبومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسها المبحوثون على موقع الفيس بوك بنسبة 76.5%.

- اتفقت مجموعة طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية (ذكور وإناث) على أن التفاعل الاجتماعي بين الأشخاص عبر موقع الفيس بوك يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين.

### نظرية الدراسة:

تري نظرية الاستخدامات والاشباعات أهمية النظر الي التباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الاعلام ،فاستخدام الأفراد للوسيلة الإعلامية يتأثر بعدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها السن والجنس والمؤهل العلمي إذا إن لكل هذه المتغيرات أو لبعضها تأثيراً عن اختيارات الفرد للمضامين الاعلامية التي يريد متابعتها .

هذه النظرية أكثر استخداما في بحوث والدراسات المتعلقة بالإعلام والمجتمع لأنها نظرية تمتاز بالشمولية والواقعية ، فهي تقدم إجابات منطقية عن أثر وسائل الإعلام عن المتلقين ، فهي لا تنادي بالأثر السريع والفوري ،لكنها تشير إلي الأثر المتراكم والبطي للرسائل الإعلامية، وهي من خلال تأكيدها علي الاثر بعيد المدى ،فإنها تركز علي التربية أو التوجيه الذي تمارسه وسائل الإعلام ،وهو أثر اشبه ما يكون بأثر التربية التي تقوم به الاسرة والمدرسة وغير ذلك في المؤسسات .

تسعي هذه النظرية إلي تحقيق ثلاثة أهداف هي (مكاوي،السيد،2006،98)

1- التعرف علي كيفية استخدام الافراد لوسائل الاعلام وذلك بالنظر إلي المجهود النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

2- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من رسائل الاعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

3- التركيز علي أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

فاستخدام الأفراد لهذه الوسائل يبين حاجات مرتبطة بالظروف الاجتماعية للأفراد مثل اكتساب الاخبار،والمعلومات عن البيئة المحيطة ،والتفاعل الاجتماعي داخل المجتمع (عبد الحميد 2004،210).

إن اتجاه الاستخدامات والاشباعات يركز علي الفرد المستخدم لوسائل الاتصال ويبين سلوكه الاتصال علي أهدافه بشكل مباشر ،فضلا علي أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته .

ففي كثير من المجتمعات تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك الفكري والسياسي ،ومناقشة الأوضاع الاجتماعية والسياسي،ومناقشة الأوضاع الاجتماعية والسياسية والنقد اللاذع لممارسات سياسية سلبية ومظاهر للفساد، وتكوين مجموعات رأي مهمة بشأن اجتماعي معين أو سياسي، إذا يتم تفعيل نوع في

الحوار حول الموضوع ، أو إنشاء مجموعات يكون هدفها الضغط على اصحاب القرار اتجاه مطلب شعبي أو نثوي (فرغلي، 2011).

وتقسم النظرية الاحتياجات التي يسعى الجمهور إلى إشباعها عن طريق التعرض لوسائل الاتصال إلى خمس فئات هي: (مكاوي، السيد، 2006، 241).

- 1- احتياجات معرفية مثل الحصول على المعلومات أو المعرفة أو فهم الأشياء.
- 2- احتياجات عاطفية مثل تحقيق الاستمتاع والاحتياجات العاطفية والجمالية.
- 3- تحقيق الاندماج الذاتي مثل زيادة المصداقية والثقة والاستقرار والوضع الاجتماعي.
- 4- الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي مثل تحسين العلاقات مع أفراد الأسرة والأصدقاء.
- 5- إزالة التوتر والهروب من المشاكل، والرغبة في تغيير المسار مع بعيداً عن الآخرين.

وتعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والشبكات كأساس نظري لها وتتطرق من أهدافها المتمثلة في:

- 1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- 2- شح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- 3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال.

### الاجراءات المنهجية:

#### منهج الدراسة:

تم استخدام منهج المسح الاجتماعي لتحليل ظاهرة انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعة تحليلاً شاملاً لغرض استخلاص النتائج والدلالات، وذلك على عينة من الطلاب الدراسات العليا بجامعة الزيتونة.

#### عينة الدراسة:

تم اختيار العينة باتباع أسلوب العينة العشوائية البسيطة حتى يمكن استيفاء العدد المطلوب، الذي يتمثل في 100 مفرداً، ويرجع السبب في اختيار طلاب الدراسات العليا بجامعة الزيتونة كمجال للدراسة لأنهم أكثر اهتماماً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأن هذه السن تتيح للفرد القدرة والحرية على التعبير عن آرائه واتجاهاته ودوافعه بوضوح، كما أن طلاب الدراسات العليا بجامعة الزيتونة يمثلون كل فئات المجتمع ومستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية.

## عرض وتحليل البيانات:

جدول رقم (1) عادات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والفروق بين الجنسين

مستوى الدلالة	قيمة كاي 2	المجموع		انثى		ذكر		درجة التأثير	الجنس عادات الاستخدام
		%	ك	%	ك	%	ك		
*0.001	14.867	51.9	47	41.6	21	63.6	26	دائما	مدى الاستخدام
		41.8	39	48.7	25	33.3	14	احيانا	
		6.3	4	9.7	3	3.0	1	نادرا	
0.288	4.989	50.0	48	40.3	21	61.4	27	يومية	عدد مرات الاستخدام
		28.7	27	38.3	19	17.4	8	يومان في الاسبوع	
		16.1	15	15.6	8	16.7	7	3-5 في الاسبوع	
		5.2	5	5.8	3	4.5	2	مرة واحدة في الاسبوع	
*0.003	14.247	30.1	28	37.7	19	21.2	9	اقل من ساعة	عدد ساعات الاستخدام
		38.1	36	39.0	20	37.1	16	ساعة- ساعتين	
		21.0	20	16.2	8	26.5	12	3-5 ساعات	
		10.8	10	7.1	3	15.2	7	اكثر من 5 ساعات	

من خلال الجدول السابق نلاحظ ارتفاع نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب بجامعة الزيتونة بنسبة 93.7%. وجاء الاستخدام دائما على مستوى المجموع العام بنسبة 51.9% ( 63.6% للذكور، 41.6% للإناث) ، في حين جاء الاستخدام بشكل احيانا على مستوى المجموع العام بنسبة 41.8% (48.7% للإناث و 33.3% للذكور). أما الذين كانت إجابتهم نادراً فقد جاءت ضعيفة 6.3% . وبحساب قيمة مربع كأي التي بلغت ( 14.867 ) ومستوى دلالة (0.001) تبين وجود فروق في مدى الاستخدام. وفيما يتعلق بعدد ايام الاستخدام، فتشير بيانات الجدول الى ان الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي قد حظي بالمرتبة الاولى بنسبة عامة 50.0% ( 61.4% للذكور و 40.3% للإناث) اما استخدام الشبكات بمعدل يومان في الاسبوع فقد جاء بالترتيب الثاني بنسبة عامة 28.7% (38.3% للإناث و 17.4% للذكور) في حين جاء الاستخدام بمعدل ثلاثة الى خمسة ايام بالاسبوع بالترتيب الثالث بنسبة عامة 16.1% ( 16.7% للذكور و 15.6% للإناث) واخيرا حقق الاستخدام بمعدل مرة واحدة في الاسبوع المرتبة الاخيرة وبنسبة قليلة 5.2%. وبحساب مربع كأي تبين عدم وجود فروق بين الذكور والاناث بعدد ايام استخدام شبكات التواصل حيث كانت قيمة كاي 2 غير داله احصائيا عند مستوى اقل من 0.05 .



وتشير النتائج المتعلقة بعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كانت إجابة أفراد العينة الذين يستخدمون تلك الشبكات من ساعة إلى ساعتين يوميا بنسبة عامة 38.1% ( 39.0% للإناث و 37.15% للذكور) أما الذين يستخدمونها لا قل من ساعة بنسبة عامة 30.1% ( 37.75% للإناث و 21.2% للذكور) أما الذين يستخدمونها من ثلاثة الى خمس ساعات بلغت نسبتهم 21.0% ( 26.5% للذكور و 16.2% للإناث) أما اللذين يستخدمون أكثر من خمس ساعات فقد بلغت نسبتهم العامة إلى 10.8%. وبحساب مربع كأي تبين أن هنا فروقا لصالح الإناث بعدد ساعات الاستخدام حيث كانت قيمة مربع كأي داله احصائياً عن مستوى اقل من 0.05.

جدول رقم (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات طلبة جامعة الزيتونة للاستخدامات المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي على فقرات مرتبة تنازليا

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
1	لأشعر إنني مميز	4.82	0.453	1
8	لأحقق إشباعي العاطفي	4.74	0.540	2
5	كي أكون شخصا متحضرا في عيون الآخرين	4.68	0.656	3
2	لأنها تجنبي التعامل المباشر مع الآخرين	4.67	0.571	4
4	لتكوين رأي عام يشعر به المسئولين	4.67	0.591	5
6	لأنها مصدر موثوق للمعلومات	4.66	0.569	6
3	لتقليد نماذج من حياة الشعوب الأخرى	4.61	0.658	7
9	للتعبير عن السلوكيات غير المقبولة اجتماعيا	3.41	0.622	8
10	لتقليد نماذج من حياة الشعوب الأخرى	3.31	0.604	9
7	للتعرف على القوانين والقواعد التي تقرها الدولة	2.87	0.500	10
	الدرجة الكلية	4.32	0.390	-

من خلال الجدول رقم(2) نلاحظ أن المتوسطات الحسابية لهذا البعد (الاستخدام المعرفي) تراوحت ما بين (4.82)و(2.87) ومتوسط حسابي اجمالي(4.32) وهو من المستوى متوسط، وتحصلت الفقرة (لأشعر إنني مميز)على أعلى متوسط حسابي بلغ(4.82) وانحراف معياري(0.453) وهي من المستوى المتوسط، وجاءت في المرتبة الثانية الفقرة(لأحقق إشباعي العاطفي)بمتوسط حسابي(4.74)وانحراف معياري(0.540) وهي من المستوى المتوسط، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة(كي أكون شخصا متحضرا في عيون الآخرين)بمتوسط حسابي(4.68)وانحراف معياري(0.656) وهي من المستوى المتوسط، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة(للتعرف على القوانين والقواعد التي تقرها الدولة)بمتوسط حسابي(2.87)وانحراف معياري(0.500) وهي من المستوى المنخفض، وجاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة الفقرة(لتقليد نماذج من حياة الشعوب الأخرى)بمتوسط حسابي(3.31)وانحراف معياري(0.604) وهي من المستوى المنخفض. وهذا يوضح الاستخدامات المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي تتمتع بمستوى متوسط.

جدول رقم (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات طلبة جامعة الزيتونة في الاستخدامات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على فقرات مرتبة تنازليا

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	رقم الفقرة
1	0.459	4.81	لأنها تعرفني على المزيد من الأشخاص	19
2	0.484	4.80	لاكتساب صداقات جديدة	11
3	0.558	4.77	لمشاركة الآخرين الأفراح والإحزان	17
4	0.562	4.75	لتحقيق وسيلة سريعة للتواصل مع الآخرين	15
5	0.527	4.71	للتفاعل مع الآخرين	14
6	0.567	4.44	للتفاعل مع الآخرين	13
7	0.616	3.91	للاطلاع على كل جديد	20
8	0.754	3.67	لتبادل الخبرات مع الآخرين	18
9	0.792	3.48	لأنها تشعرني بوجود علاقات اجتماعية حميمة	16
10	0.876	3.42	لدعم أفكار اجتماعية معينة	12
-	0.427	4.66	الدرجة الكلية	

من خلال الجدول رقم (3) نلاحظ أن المتوسطات الحسابية لهذا البعد (الاستخدام الاجتماعي) تراوحت ما بين (4.81) و(4.44) ومتوسط حسابي إجمالي (4.66) وهو من المستوى متوسط، وتحصلت الفقرة (لأنها تعرفني على المزيد من الأشخاص) على أعلى متوسط حسابي بلغ (4.81) وانحراف معياري (0.459) وهي من المستوى المتوسط، وجاءت في المرتبة الثانية الفقرة (لاكتساب صداقات جديدة) بمتوسط حسابي (4.80) وانحراف معياري (0.484) وهي من المستوى المتوسط، وجاءت في المرتبة الثالثة الفقرة (لمشاركة الآخرين الأفراح والإحزان) بمتوسط حسابي (4.77) وانحراف معياري (0.558) وهي من المستوى المتوسط، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة (لدعم أفكار اجتماعية معينة) بمتوسط حسابي (3.42) وانحراف معياري (0.876) وهي من المستوى المنخفض، وجاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة الفقرة (لأنها تشعرني بوجود علاقات اجتماعية حميمة) بمتوسط حسابي (3.42) وانحراف معياري (0.427) وهي من المستوى المنخفض. وهذا يوضح الاستخدامات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي تتمتع بمستوى متوسط.

جدول رقم(4) اختبار (t) للتعرف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفق متغير النوع

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	الدالة الإحصائية
ذكر	47	2.59	0.845	0.34	0.973
أنثى	53	2.52	0.653		

دالة احصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)

من خلال الجدول السابق نلاحظ من اختبار (t) عدم وجود فروق احصائية وفق النوع فيما يتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فبلغ المتوسط الحسابي للذكور (2.59) والمتوسط الحسابي للإناث (2.52)، وهي قيم متقاربة مع بعضها، وبلغت الدالة الاحصائية (0.973) وهي أكبر من (0.05) وهذا يؤكد أنه لا يوجد فروق احصائية بين الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم(5) نتائج اختبار (t) لدلالة الاختلاف في الحاجات تبعاً لمتغير النوع

الحاجات	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	الدالة الإحصائية
الاجتماعية	ذكر	47	2.64	.345	.561	284	.573
	انثى	53	2.61	.429			
المعرفية	ذكر	47	2.10	.552	.220	284	.824
	انثى	53	2.07	.463			

من الجدول نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في الحاجات/ الاشباع التي يحققها الطلاب في جامعة الزيتونة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير النوع (ذكر - انثى) فقيمة (ت) المحسوبة لم تكن دالة احصائياً عند مستوى اقل من 0.05 . ويثبت هذه النتيجة تقارب المتوسطات الحسابية للذكور والاناث في كل من الاستخدامات الاجتماعية والمعرفية.

### خلاصة نتائج الدراسة:

- بينت الدراسة أن الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة كلية الدراسات العليا بجامعة الزيتونة يتراوح ما بين ساعة إلى ساعتين يومياً.
- كشفت نتائج الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة لغرض لاكتساب صداقات جديدة و لمشاركة الآخرين الأفراح والإحزان و لتحقيق الإشباعي العاطفي و الشعور بالتميز.
- إن مواقع التواصل الاجتماعي تشبع الطلبة معرفياً وتزودهم بمعرفة متعمقة حول العالم.
- مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي اشباع اجتماعي من خلال التفاعل الاجتماعي مع الآخرين، وتبادل الخبرات معهم.

### المراجع:

- 1- ابراهيم فرغلي، الفيس بوك العربي من الثورة إلى الرقابة الشعبية، مجلة العربي، الكويت، العدد 630، 2011.
- 2- حسن مكاي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006.
- 3- حسن قطيم المطيري، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2013.
- 4- سميرة الشولي، الاتصال السياسي والحاجات المتغيرة للمجتمعات، دار المعرفة، القاهرة، 2011.
- 5- صالحه الدماري، الطلاب ولشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية في استخدامات واشباعات طلاب كلية الفنون، 2010.
- 6- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 7- نزمين خضر، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة على مستخدمي الفيس بوك. بحث مقدم للمؤتمر العلمي الاول بعنوان: الاسرة وتحديات العصر 15-17 فيريلير-2009 جامعة القاهرة، كلية الاعلام.

## وسائل الإعلام ودورها في توعية الأسرة الليبية

( دراسة ميدانية )

أ . علي العماري عبد الحفيظ .. جامعة طرابلس/ كلية الفنون والإعلام

### المقدمة :

كانت وما تزال وسائل الإعلام تشكل عنصرا مهما في المجتمعات، وتزداد أهمية ودرجة تأثيرها سلبا وإيجابا وفق منظور إستخدامها، ويزداد ذلك مع تطور تقنيات الإتصال التي جعلت من العالم قرية صغيرة، هذه الظروف وغيرها أدت إلي تطور وسائل الإعلام ووظائفها الاجتماعية، وأصبحت من الأدوات المهمة لإحداث التغيير الاجتماعي ، والتغيير في السلوك والقيم ، نظرا لما تكتسبه من أهمية التأثير الإعلامي علي المتلقي ، وتعد التنشئة الاجتماعية من الأسباب المهمة لتعزيز القيم الاجتماعية لأفراد المجتمع، فهي تسهم في بناء شخصياتهم، وتحدد علاقاتهم مع غيرهم، ومن هذا المنطلق للأسرة دور مهم في تحديد ما يقبل وما يرفض من هذه القيم، وتحدد السلوك الصحيح والخطأ خاصة وأن الكثير من الأبناء تحرروا من بعض الرقابة الوالدية وفك الشفرات للكثير من القنوات المغلقة، ومن المعلوم أن ما يتعلمونه من التعرض يستقر في ذاكرتهم لاستخدام البث بالصوت والصورة، والمؤثرات والموسيقى، لتوجيه مستقبل جيل تساهم في تنشئته وتربيته العشرات من القنوات الفضائية الكثير من مضامينها تنتهك العقل وتلوث الفطرة السليمة، وهذا ما يعطي للأسرة مكانة كبيرة الحد من هذا التأثير، وما يمثله من انعكاس التغييرات التي تشهدها كافة المجتمعات، والأسرة لا يمكن أن تكون بمعزل عن هذه التغييرات، وليست بمنأى عن التغيير الاجتماعي الذي يمس البنيان الاجتماعي ، و يزداد الإعلام في المجتمعات نظرا للتقدم الكبير في تقنيات الرسالة الإعلامية بفعل ثورة المعلومات، ما يضع الأسرة أمام واقع يحتاج للاهتمام بالوعي الإعلامي لكل ما يقدم من رسائل إعلامية تتضمن مضامين متعددة، لتوعية أفراد الأسرة بحسن الاستخدام المفيد للتقنيات الإعلامية وتوظيفها في خدمة الأسرة المجتمع، لتكون العلاقة بين وسائل الإعلام والأسرة متكاملة تحقق الأدوار لكل منهما، ومن هذا المنطلق تأتي هذه الورقة لتسلط الضوء علي موضوع التوعية الأسرية للتعامل مع وسائل الإعلام، باعتبار أن للأسرة دور مهم في التوعية للأفراد، ولارتباط الوعي الأسري باستخدام وسائل الإعلام وما تتناوله من قضايا قد تمثل مكانة للأسرة الليبية، وتؤثر علي العلاقات الأسرية، وما يمكن أن يفعله الحوار الأسري في التخفيف و الحد من هذه التأثيرات الإعلامية علي الأسرة ، ومعرفة مجمل الدور الإيجابي لوسائل الإعلام في توعية الأسرة للحد من الممارسات السلبية للتأثيرات الإعلامية، بقوانين ثورة إعلامية جديدة كانت

من أهم الأسباب لظواهر ومشاكل اجتماعية، انعكست سلبياتها علي جوانب متعددة من الحياة الاجتماعية والعلاقات الأسرية .

### إشكالية الدراسة :

تعد وسائل الإعلام في الوقت الحاضر من الظواهر المهمة ، لتعاضد دورها وتدخلها في كل المناحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات ، وعدت من الأدوات المهمة للتأثير مما ساهم في زيادة الميزانيات ورأس المال المخصص لتطويرها ، وزيادة تعددها وتخصصها (1) ، وتنوع مضمونها السلبي وتأثيراته السلبية علي القيم و الاتجاهات والسلوك، بما يقدم أفكار متعددة، جعلت المتلقي غير قادر علي التحقق من صحتها، مما شكل استجابة غير واعية لكثرة هذه المضامين، مما قد يسبب غياب الكثير من الحقائق ويضعف قدرة المتلقي علي فهم المعني الواقعي لمضمون الرسائل الإعلامية، ومن ثم يكون التفسير حسب الفهم الذي رسمته الرسالة الإعلامية، وتبني وجهة النظر والرأي الذي تتبناه وسائل الإعلام، حول المطروح من القضايا المجتمعية، وذلك قد يساهم في تلوث البيئة التربوية بوجود مؤثرات غير مرغوبة في الوسط الذي يعيش فيه الأفراد، وهذه المؤثرات من شأنها تعطيل النمو السليم للفرد، وتوجيهه لاتجاهات لا يقرها المجتمع، من هذا المنطلق جاءت المشكلة البحثية في صياغتها في التساؤل الآتي : ما دور وسائل الإعلام في توعية الأسرة الليبية ؟

### أهمية الدراسة :

تكمن أهميتها من أهمية الأسرة التي تمثل الخلية الأولى في المجتمع، وإحدى المؤسسات الاجتماعية المهمة ، ومن هذا المنطلق تأتي أهمية الورقة في تناول العلاقة بين الأسرة ووسائل الإعلام ، ومحاولة تقديم مقترحات للتوعية الأسرية تجاه التعامل مع مضامين وسائل الإعلام .

### أهداف الدراسة :

- تسعي الدراسة إلي تحقيق الأهداف التالية :
- التعرف علي الأسرة ودورها في المجتمع .
- التعرف علي دور وسائل الإعلام في التوعية للأسرة .
- التعرف علي إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام علي الأسرة .
- محاولة لتقديم مقترحات للتوعية الأسرية نحو مضامين رسائل وسائل الإعلام الموجهة للأسرة .

### تساؤلات الدراسة :

تتفرع عن المشكلة الرئيسية مجموعة من التساؤلات وهي علي النحو التالي :

1. هل لقضايا الأسرة مكانة في وسائل الإعلام ؟
2. هل لوسائل الإعلام تأثير علي العلاقات الأسرية ؟

3. ما العلاقة بين وسائل الإعلام المختلفة والتوعية للأسرة ؟
4. كيف تحد الأسرة من خطورة تأثيرات وسائل الإعلام ؟
5. هل لوسائل الإعلام دور إيجابي أو سلبي في توعية الأسرة ؟
6. هل للتربية الإعلامية دور في التوعية للأسرة ؟

#### مجتمع الدراسة والعينة :

يمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة أساتذة وموظفي كلية الفنون والإعلام جامعة طرابلس، وطبق الباحث أسلوب العينة العمدية في إختيار عينة الدراسة من الأساتذة القارين، وبلغ عددهم 35 عضو هيئة تدريس، و35 موظف بلغ مجموع العينة 70 مفردة .

#### منهج الدراسة :

المنهج هو " الطريق الذي يسلكه الباحث للتعرف علي الظاهرة أو مشكلة الدراسة، للكشف عن الحقائق المرتبطة بها بغرض التوصل إلي إجابات عن الأسئلة التي تثيرها المشكلة او الظاهرة من خلال إستخدام مجموعة من الأدوات لتجميع البيانات وتحليلها إلي نتائج تساعد في الإجابة عن تلك التساؤلات " (2).

والمنهج الوصفي " هو إستقصاء ينصب علي دراسة الظاهرة كما هي قائمة في الحاضر ،قصد تشخيصها، وكشف جوانبها ، وتحديد العلاقات بين عناصرها " (3).

وبالنسبة لهذه الدراسة ولتحقيق الأهداف المرجوة من إجراء الدراسة، والتي تحاول معرفة دور وسائل الإعلام في التوعية للأسرة، فإن المنهج الوصفي يعد مناسباً لهذا النوع من الدراسات .

#### أدوات جمع البيانات :

"يعد الاستبيان من الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث ، عن طريق بناء استمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة ، بهدف التعرف علي حقائق معينة ووجهات نظر لمبجوثين واتجاهاتهم " (4) .

وعلي هذا الأساس قام الباحث بتصميم استمارة الاستبيان (\*) التي ضمت مجموعة من الأسئلة التي تتعلق بموضوع الدراسة وأهدافها ، وعرضت الاستمارة علي مجموعة من المحكمين قبل إعدادها بصورتها النهائية<sup>(5)</sup>

#### تحديد المفاهيم والمصطلحات الواردة في الدراسة :

#### الأسرة :

تعد من أهم المؤسسات الاجتماعية التي يتكون منها البناء الاجتماعي، والأسرة هي أهل الرجل وعشيرته، وتطلق علي الجماعة التي يربطها أمر مشترك، وجاء في معجم علم الاجتماع أن الأسرة هي عبارة عن جماعة من الأفراد يرتبطون معا بروابط الزواج والدم ويتفاعلون معا<sup>(6)</sup> ويرى الدكتور أحمد زكي بدوي في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية أن الأسرة هي الوحدة الاجتماعية الأولى، التي تهدف إلي المحافظة

علي النوع الإنساني ، وتقوم علي المقترضيات التي يرتضيها العقل الجمعي، والقواعد التي تقرها المجتمعات المختلفة (7) والأسرة كانت ومازالت محل اهتمام البحث من المهتمين بالعلوم الإنسانية، وكل يدرسها حسب اختصاصه، فالمهتمين بالعلوم الاجتماعية يركزون علي دراسة الظواهر والمشكلات الاجتماعية، والتربويون من الجوانب التربوية، إنطلاقاً من منظور أن الأسرة تمثل مكانة اجتماعية وتربوية، باعتبارها الأساس الأول للحياة الاجتماعية، والفضاء الذي يلتقي فيه الأفراد وتتكون فيه العلاقات الاجتماعية، ومنها يكتسب الأفراد الأدوار الأولية للحياة الاجتماعية ، والإسلام ميز الأسرة وحدد الأدوار في القوامة والميراث لرب الأسرة لأنه سيكون المسئول عنها، وعليه تقع الأعباء المالية النفقة، واهتم بالتربية للأولاد، وأوصي بالوالدين، ولقيت الأسرة الخلية الأولى في بناء المجتمع الاهتمام من التشريع، بتنظيم أحكامها وتفصيلها في الحقوق والواجبات، وأعطى للمرأة حقوق حرية التصرف في أموالها، واختيار شريك حياتها بإرادتها دون ضغط أو إكراه، وسوي بينها وبين الرجل في الأجر والثواب والعمل، فالأسرة في نظر الشريعة الإسلامية ليست خلية للإنجاب بل خلية اجتماعية أساسية في المجتمع، تبني بالمودة والرحمة، وهي نظام اجتماعي أساسي وضروري للمجتمع، وعليها يتوقف بقاؤه .

#### وسائل الإعلام :

هي مصطلح يطلق علي وسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدم أدوات ووسائل تقنية، تديرها مؤسسات إعلامية عامة وخاصة، من وظائفها نقل الأخبار والمعلومات، ونشرها وبتها للجمهور، باستخدام وسائل مفرزة، ومسموعة، ومرئية .

ومن مفاهيم الإعلام نشر الحقائق الثابتة الصحيحة، والمعلومات الصادقة والأفكار والآراء للمساهمة في تكوين رأي عام صائب للجمهور، ويرى أوت جرت بأن الإعلام التعبير الموضوعي لعقلية الجمهور وروحها وميولها واتجاهاتها ، (8) وهو ما يتطلب الموضوعية .

#### التوعية :

التوعية كمفهوم هي اتجاه عقلي يمكن الفرد من إدراك ذاته والبيئة المحيطة به، والجماعة التي ينتمي إليها كعضو، ويذهب جورج ميد أن عملية الاتصال تساعد الفرد علي النظر إلي نفسه، والقيام بدور الآخرين، وتعتبر عملية الاندماج بالآخرين أو تمثل الظروف المحيطة شرطاً أساسياً لظهور الوعي (9).

#### وظائف وسائل الإعلام الاجتماعية :

وظائف الإعلام كثيرة من بينها الوظيفة الاجتماعية ، التي تؤديها نظم الاتصال في المجتمع ، وهي وظيفة أساسية لوسائل الإعلام يمكن أن تساهم في نقل المجتمع من مراحل التخلف إلي مراحل التقدم ،ومن الوظائف الهامة التي تقوم بها وسائل الإعلام الوعي الاجتماعي ،وتعتبر وسائل الإعلام من منظور اجتماعي الصورة



الممثلة للجماعات ، بمعنى أن تلبى كل احتياجات الفئات المجتمعية ، وتشبع حاجاتهم، حتى يكونوا قادرين علي استيعاب عمليات التغيير الاجتماعي. (10)

### النتشئة الاجتماعية :

يشير الاجتماعيون والتربويون علي أن هناك مؤسسات معينة في كل مجتمع تقوم بتنشئة الأفراد ، وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا، إضافة إلي تلقينهم العقائد والمعارف التي تشكل هويتهم الثقافية والوطنية، والتنشئة الاجتماعية هي التي تنقل وتعزز القيم الاجتماعية للفرد ، وتحدد الخطوط العامة لتكوين شخصيته ، وتحدد علاقاته الاجتماعية مع الآخرين ، ويعرف قاموس علم الاجتماع التنشئة الاجتماعية بأنها " العملية التي يتعلم الطفل عن طريقها كيف يتكيف مع الجماعة عند إكتسابه السلوك الإجتماعي الذي تتوافق عليه هذه الجماعة " بينما معجم علم النفس والطب النفسي يعرفها بأنها " العملية التي يكتسب من خلالها المعرفة والمهارات الإجتماعية ، التي تمكنه أن يتكامل مع المجتمع " (11) ومن هذا المنطلق للأسرة دور مهم في التنشئة الاجتماعية وتحديد السلوك.

### فلسفة الإعلام تشكيل الوعي الاجتماعي :

المقصود بفلسفة الإعلام ما ذهب إليه د.محمد سيد محمد وهي محاولة النظر في جوهر الإعلام وتحليله واستقصاء أبعاده المختلفة، والنظر إلي المشكلة الإعلامية وتفسيرها من جوانبها المختلفة (12) أهداف هذه الفلسفة تنصب حول محاور هي تحديد هدف النشاط الإعلامي في المجتمع، وهنا الإعلامي عليه أن يعرف الفلسفة الإعلامية لواقعه الإعلامي الذي يعيش فيه ، وزيادة فاعلية الإعلام في المجتمع، وقوة تأثيره، عندما يتمكن الإعلاميون من معرفة الفلسفة الإعلامية السائدة في مجتمعاتهم ، فإنهم يجدون الدافع الحقيقي والقوي للإقناع الجمهور بما يقدم لهم في وسائل الإعلام، هدف فلسفة الإعلام تجنب التناقض بين النشاط الإعلامي بأن تكون فلسفة الإعلام هي الميزان لما يمكن تقديمه من النشاط الإعلامي من عدمه، لأنه في ضوء هذه الفلسفة يصبح الإطار التنظيمي للمؤسسات الإعلامية واضحا، وتحدد ملكية وسائل الإعلام ومن يديرها وطرق تمويلها .

### وسائل الإعلام والتوعية في العالم الثالث :

علي الرغم مما يعنيه التصريح العالمي لحقوق الإنسان من حق الاتصال للفرد في التعبير عن رأيه في وسائل الإعلام ، غير أن السياسات الإعلامية في هذه الدول تتخذ أشكالا ضمن سياستها من خلال التشريعات والقوانين لقييد حرية التعبير ، وسيطرة الحكومات علي وسائل الإعلام ، ووضع الصعوبات الاقتصادية والثقافية التي تعاني التخلف الصناعي والتقني ،وأهتم علماء النفس الاجتماعي بدراسة ظاهرة تأثير وسائل ، وأن دور سواء كان سلبا أو إيجابيا تؤثر في الأفراد ذاتيا تأثير نفسي أو علاقتهم بالآخرين تأثير اجتماعي، ومنهم فرنش ورفر حيث أكدوا أن الإعلام لا يمارس التأثير علي الأفراد فقط ، بل يؤثر علي المجتمع وثقافته،

كما يستطيع التأثير علي معتقداتهم والقيم الاجتماعية ، ويؤثر بصفة خاصة علي استمرار تدفق المعلومات التي من شأنها إحداث تأثيرات عميقة في التغيير الاجتماعي (13) .

والاتجاه المقبول وغير مقبول، والسلوك الصحيح والخاطئ، ولهذا فإن للأسرة موضع مهم وموقع كبير، من حيث الرسالة الإعلامية ، وهو أثر لا يتوقف عند حدود المحيط الداخلي بل يمتد ليشمل المحيط الخارجي المجتمعي ليؤثر فيه، ومع تطور الإعلام ووسائله، وازدياد كمية تدفق المعلومات، وتطور التقنيات تضخم الدور الإعلامي في المجتمع، مما يضعنا أمام واقع يحتاج لوقفات كثيرة، وتطرح تساؤلات عديدة حول وسائل الإعلام، وما وصل إلينا من تقنيات هل استخدمت الاستخدام السليم، أم أسيء استخدامها بشكل جعلها تمثل خطراً علي مجتمعاتنا، هذه العلاقة المتكاملة بين وسائل الإعلام والأسرة تضعنا أمام إشكالية المضمون المقدم وتأثيره علي الأسرة، هذه المؤسسات الاجتماعية الأسرة والمدرسة والمؤسسة الدينية ( المسجد ) ووسائل الإعلام، لتقوم بدورها في التنشئة الاجتماعية، في عصرنا الحاضر وسائل الإعلام تأخذ النصيب الأكبر في التنشئة الاجتماعية، بدخولها لكل بيت، وتعرض كل الفئات لها من الصغير والكبير، واقتحمت كل المجالات من الفكر والثقافة إلي الترفيه والتسلية، أمام تضائل دور المؤسسات الأخرى ، وتقردت وسائل الإعلام بطوفان المعلومات، التي استخدمت تطور تقنيات الاتصال لإيصال الرسائل لاستهداف العقل ، والغرائز، واستلمت المتلقي وأخذت دور المربي الإلكتروني للنشء بدلا من الأسرة والمؤسسات الاجتماعية الأخرى، والمتلقي أصبح يتعامل مع وسائل الإعلام علي أنها أدوات للترفيه، أو مصدر للأخبار والمعلومات، وبالتأكيد ليس هناك ترفيه بريء، ولا أخبار محايدة ، فكل ما يبث في وسائل الإعلام لا يخلو من أهداف محددة، والرسائل الإعلامية مها كان مضمونها أو شكلها، ضمن أهدافها تسعى إلى إحلال وترسيخ القيم وتشبيتها، وإزالة أخرى، وترسيخ وغرس ثقافة قادمة والتصدي لما هو موجود من الثقافات الوطنية ، وهذا يدخل ضمن التنشئة الاجتماعية ، لأن تعرض الأفراد للرسائل الإعلامية تجعلهم ينشئون علي القيم التي تتضمنها تلك الرسائل الإعلامية.

#### وسائل الإعلام وتغيير المواقف والاتجاهات للجمهور :

تعمل وسائل الإعلام علي تغيير المواقف والاتجاهات للجمهور ، ولا يقتصر علي موقف الأفراد ، بل تعدي ذلك ليشمل القيم والسلوك ، هذه المتغيرات التي دخلت حياتنا الاجتماعية ، وأحدثت خلا في منظومة القيم التي تحكم علاقاتنا الاجتماعية تجاه الآخرين من الأقارب والجيران وبقية أفراد المجتمع ، وتحكم رؤيتنا لأمر الحلال والحرام ، والعيب ، والشرف ، والعرض، وغيرها من المفاهيم الاجتماعية ، لإحداث خلل في النظام الأخلاقي والسلوك العام في المجتمع ،هذه بعض تأثيرات وسائل الإعلام ، ولا يحدث ذلك لهشاشة ثقافتنا ، أو قابليتها للاختراق ، ولا ضعف مناعة نظامنا القيمي ضد الثقافات الأخرى ،ولكن الأمر يتعلق بالاستهداف لها عبر آلة إعلامية ضخمة، لضربها في أضعف حلقاتها مكون من مكونات الأسرة الأطفال ،

والشباب، بحملات الإثارة للغرائز التي تتولاها وسائل الإعلام المصورة ، مقابل الانحسار للدور التربوي للأسرة و مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى ، وعجزها عن تحصين المتلقي من وسائل الإعلام التي يتعرض لها بطريقة تشبه الإدمان ، والنتيجة عندما يكون المصدر واحد تفهم الأمور والحكم عليها بوجهة نظر متطابقة ، وهنا ليست كل وسائل الإعلام سيئة ،ولكن للأسف المفيد منها قليل ، مما يجعل من الصعوبة إيجاد المضمون المناسب للأسرة وهي مجتمعة مع بعضها ، وفي ظل هذه الحرية المفرطة لوسائل الإعلام لم تعد الأسرة آمنة علي أولادها المتواجدين في أحضان وسائل الإعلام طوال الوقت ، لتلقي المضامين المنفلتة من كل القيود الأخلاقية ، الفن إبداع يرتقي بالذوق الاجتماعي ، ويناقش قضايا المجتمع بالكلمة والنص والعمل الفني ، العشرات من الفضائيات تبيث علي الأقمار الصناعية الغناء ، ما هو معروف عن الغناء بموهبة الصوت ، وموجه للأذن وليس للعين والغرائز ، ومن المفترض أن يكون علي الإذاعات المسموعة وليس الفضائيات المرئية ، تطبيق هذا الافتراض سيخلص المتلقي من المشاهد الفاضحة عل الأقل ، انتشار المحطات والقنوات الفضائية بالمنطق ضمن التعدد ،وهو جانب إيجابي عندما يتحقق ، ولكن للأسف انتشار جغرافي فقط ، هذا الكم الهائل من وسائل الإعلام تجدها نسخة واحدة ، وهنا يتقلص حرية التعبير والرأي فيما يتعلق بالقضايا الحقيقية للمتلقي ، وأصبح التعدد لوسائل الإعلام يتبني حرية السوق المتوحشة مقابل التقلص الفعلي لحرية الرأي والتعبير ، وأصبحت ثقافة التقليد وللأسف فيما يضر ولا يفيد ، وبدلا من تقليدهم في التقدم العلمي ، وبناء دولة المؤسسات ، وتحقيق ثقافة الديمقراطية ، وتداول ممارسة السلطة ، والشفافية ، وثقافة القانون ، يتسابق ملاك رأس المال للربح بطرق رخيصة للجذب لأكبر نسبة من الجمهور ، حتى لو كان الثمن تخريب القيم والثقافة وبالتالي تخريب الأجيال ، مقابل الصمت الرسمي والأهلي، هذه المشاكل لا يكفي قرارات إدارية لحلها فقط ،بل تحتاج لنشر ثقافة الوعي ،لمواجهة الفساد ، والاهتمام بالأرضية التي يترعرع عليها النشء وينمو ، الأسرة التي يتعلم منها أجدبيات حياته الأولى ، ويستمد منها قيمه ونظامه التربوي بالتنشئة الاجتماعية السليمة التي تحدد له التعامل مع وسائل الإعلام ، وحسن الانتقاء والاختيار للرسالة الإعلامية المناسبة .

### وسائل الإعلام والتوعية :

التوعية مأخوذة ومشتقة من وعى التي عرفها قاموس مختار الصحاح ، وهو من المعاجم العربية الحديثة الوعي من الوعاء وأخذ الأوعية يقال أوعيت الزاد والمتاع ، ووعاه أي حفظه ، <sup>(14)</sup> تأثير وسائل الإعلام أخذ اهتماما وشغل الكثيرين من المهتمين بالاتصال ، ويعد هوفلاندر وجينز من أبرز ممن اهتم بالإقناع في وسائل الإعلام ، ومدى الدور الذي تلعبه في التوعية الاجتماعية بصفة خاصة ، ومن الأسباب المهمة للتأثير صحة المصدر ، وأهمية الموضوع بالنسبة للمتلقي، واتجاهات المتلقي بالنسبة للموضوع الذي تتناوله وسائل الإعلام، وما تشكله وسائل الإعلام في مختلف أشكالها من أهمية بالغة في تشكيل الوعي للأسرة، يولي

باحثون أهمية للأسرة ودورها في التنشئة الاجتماعية باعتبارها النواة الأولى والوحيدة في العلاقات الإنسانية، حيث تبدأ الأسرة بمفردها في إيجاد العلاقات الاجتماعية ، وزيادة الحاجات الجديدة للأفراد، مما يساهم في التطبيع الاجتماعي، ويؤكدون على الرعاية الوالدية للتنشئة الأسرية باعتبارها أولى المراحل، فقد تتبعها زيادة حاجة الإنسان للترابط الأسري يكون الوعي لدى الأفراد ،وهو البداية الحقيقية للتعايش بين المجتمع .

**التربية الإعلامية :**

التعامل مع وسائل الإعلام يتطلب وضع إستراتيجية للحد من تدفق السلبيات، وتكوين تفاعل واعي مع ما تبث من مضامين، لبناء شخصية سوية متزنة تمتلك المبادئ والقدرات النقدية الفاعلة، والإلمام بالتفاعل الإعلامي وأبعاده المختلفة، ووضع إستراتيجية للتربية الإعلامية وتطبيقها وتطويرها لتلائم المستجدات من وتطور الأسرة وأفرادها من جهة أخرى، شخصية تبدأ بتحديد ما نريد من وسائل الإعلام ، لأسرتنا ومجتمعنا، وتنشئة جيل مثقف واعي يحمل قيما ومبادئ وأخلاق مجتمعه، متحضر ومتطور بعقل منفتح، يعرف كيف يتعامل مع وسائل الإعلام الحديثة، وكيف يطوعها ويسخرها لخدمة المجتمع، بدلا من الإدمان علي هذه الوسائل ، والموازنة بين القيم الاجتماعية والانفتاح علي الآخر، التسارع في انتشار وسائل الإعلام وقوة تأثيرها طرح العديد من التساؤلات علي الأسر حول أبنائهم ، وأوقعها في حيرة بين التفكير في منع هذه الوسائل الجديدة حسما لهذه الحيرة، التفكير العاقل يدرك استحالة التجنب أو المنع أو حتى التشويش، أو الرقابة المطلقة، لأن الاستخدام لهذه الوسائل يتضمن جانب إيجابي، لا يستقيم الأمر بمنعه، وهنا يطرح الرأي السليم العقلاني وهو التربية الإعلامية الصحيحة التي تمر بخطوات هامة وهي: بناء ثقافة دينية صحيحة وواعية، رسم العلاقة بين أفراد الأسرة مبنية علي الاحترام للوالدين، تعليمهم الفكر الناقد البناء ونشر ثقافة الحوار، ومناقشة كل ما يطرح من الآراء وتحليلها وتفسيرها، عدم إلزامهم بثقافة الطاعة العمياء والقبول المطلق للأفكار المطروحة إلا بعد التمحيص والافتتاح، تعزيز الرقابة الأسرية الداعمة في بناء الثقة لأبنائهم، وتعليمهم وتدريبهم علي التمسك بالقيم الدينية والأخلاقية والاجتماعية السليمة، تأصيل الدور الاجتماعي ومفهوم المسؤولية الاجتماعية لكل أفراد الأسرة، والتنشئة الصحيحة لأبناء تجعلهم محصنين من كافة الآفات الاجتماعية التي تنقلها مضامين وسائل الإعلام، وعلي الأسرة الاهتمام بألويات التربية الإعلامية وتطبيقها علي الأبناء ذات أهمية لضمان تنشئة اجتماعية سليمة، محصنة من كافة السلبيات، والأسرة عليها الاعتراف بوجود إيجابيات وسلبيات للتعرض لوسائل الإعلام، وإدراك استحالة تجنب التعرض ، وهنا التعامل مع وسائل الإعلام يكون يتم بالدعم العاطفي للأبناء كوظيفة مكملة للتنشئة الاجتماعية، ومقاومة كل ما يعارض القيم الأخلاقية والاجتماعية في وسائل الإعلام، والاعتدال في التعامل مع الأولاد والتوازن بالوعي من الأسرة للاستفادة من مضامين وسائل الإعلام الإيجابية، والتفاعل الإيجابي .<sup>(15)</sup>

**الضبط الاجتماعي :**

وسائل الإعلام أصبحت من أهم أدوات الضبط الاجتماعي لطبيعتها الجماهيرية، واعتماد الكثير من الجمهور كمصدر للمعلومات، وجعلها قادرة علي جمع الناس وتحدد لهم طرق تفكيرهم ومعيشتهم وأكلهم وشربهم، وعلاقاتهم الاجتماعية، ودور وسائل الإعلام في الضبط الاجتماعي من خلال قيامها بتوحيد الجمهور علي ثقافة واحدة ( ثقافة العولمة ) ويصبح الخروج عنها من الأمور الصعبة، بغض النظر عن مقومات وصحة تلك الثقافة أو انحرافها، فالأنماط السلوكية التي يتعلمها الجمهور من وسائل الإعلام ، ومع مرور الوقت تترسخ وتصبح أعرافا وتقاليد لدي الغالبية ، ثم تتحول لتصبح جزءا من الثقافة للمجتمع المكونة لعملية الضبط الاجتماعي، كما تقوم وسائل الإعلام بصياغة الواقع الاجتماعي للجمهور، من خلال ما يتعرضون له من وسائل الإعلام بحيث يبدو وكأنه واقعي ومعبر عن الحقيقة، مثلا في الجانب الاجتماعي قد يكون الفقر والتخلف سمة لمجتمع ما، بينما وسائل الإعلام تركز علي طبقة أو فئة صغيرة لتعطي الانطباع معايير لما هو بالمجتمع، تعرض واقعا مختلفا لفئات اجتماعية لطبقة غنية مثقفة وهنا توظف وسائل الإعلام للصورة الذهنية (النمطية ) لصنع واقعا غير دقيق أو غير أصلي من صنع وسائل الإعلام ، وتكرس الواقع بعد صياغته وتعمل علي تكريس ما هو سائد، أو ما هو موجود وتزكية ما هو قائم، وإقرار الواقع وتبريره .

**محددات التعامل مع وسائل الإعلام من قبل الأسرة :**

يتطلب من الأسرة ضبط التعرض لوسائل الإعلام المختلفة من حيث الفترة الزمنية، وزمن التعرض، ونوعية المادة المعروضة، وعمر المتعرض، والوسيلة المستخدمة، وأنماط التعرض، وضع قواعد وضوابط تضبط عملية التفاعل مع وسائل الإعلام بما يتناسب مع القيم الأخلاقية، ونقد ما لا يتناسب معها، لتجنب عن اقتناع تام، مما يستوجب مشاركة كافة الأفراد الأسرة في وضع هذه القواعد لضمان تطبيقها، وضع إستراتيجية وتقييمها وتطويرها لنتلاءم مع كل ما يستجد في الإعلام، وضبط التفاعل الاجتماعي، يشكل الإعلام بوسائله المختلفة عنصرا مهما في المجتمعات، وتزداد أهميته ودرجة تأثيره سلبا أو إيجابا وفق المنظور للمستخدم لها، وزاد ذلك بتقدم وتطور تقنيات الاتصال التي جعلت العالم قرية صغيرة، هذه الظروف أدت إلي تسارع تطور وسائل الإعلام ووظائفها الاجتماعية، لتصبح من الأدوات المهمة في إحداث التغيير الاجتماعي، والتغيير في السلوك والقيم ، نظرا لما تكتسبه من أهمية قوة التأثير في وقتنا الحاضر، وتبعها لما للتأثير والتأثر لمضمون الرسائل الإعلامية ، يأتي موضوع التوعية الأسرية علي اعتبار أن وسائل الإعلام تلعب دورا مهما في التوعية للأفراد والجماعات، وبوجودها في أغلب البيوت بالإمكان أن تجعل الأسرة ذات مكانة اجتماعية، للعلاقة بين الوعي الأسري ووسائل الإعلام .

## عرض وتحليل البيانات

## جدول رقم ( 1 )

## يبين توزيع عينة الدراسة

النسبة	العدد	عينة الدراسة	ت
50%	35	عضو هيئة تدريس	1
50%	35	موظف	2
100%	70	المجموع	

تم إختيار عينة عشوائية من أعضاء هيئة التدريس عدد 35 عضو هيئة تدريس ذكور وإناث وكذلك عدد 35 من الموظفين العاملين بالكلية أي بنسبة 50% لكل منهما ، وتم توزيع استمارة الاستبيان عليهم وتجميعها .

## جدول رقم ( 2 )

## يبين خصائص عينة الدراسة

الخصائص	العينة	ك	%	ت
الجنس	ذكر	50	71%	1
	أنثى	20	29%	
	المجموع	70	100%	
المستوى التعليمي	أساسي	2	3%	2
	متوسط	5	7%	
	جامعي	28	40%	
	عال	35	50%	
العمر	المجموع	70	100%	3
	18 - 25	12	17%	
	26 - 36	25	36%	
	37 - 50	30	43%	
	50 فأكثر	3	4%	
الحالة الاجتماعية	المجموع	70	100%	4
	متزوج	53	76%	
	أعزب	15	21%	
	مطلق	2	3%	
	المجموع	70	100%	

## جدول رقم ( 3 ) يبين متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام

ت	متابعة وسائل الإعلام	ك	%
1	صحف	03	4%
2	راديو	27	39%
3	TV	30	43%
4	كلها	10	14%
	المجموع	70	100%

توضح بيانات الجدول رقم ( 3 ) مدى متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام فجاءت القنوات التلفزيونية المرتبة الأولى بنسبة 43% بينما الصحف في المرتبة الأخيرة بنسبة 4% بينما جاءت متابعة الراديو بنسبة 27%، ويمكن القول أن أفراد عينة الدراسة يتابعون القنوات التلفزيونية ثم الراديو .

## جدول رقم ( 4 ) يبين مدى اهتمام عينة الدراسة بالمادة الإعلامية

ت	الأكثر متابعة	ك	%
1	جيد جداً	20	29%
2	نوعاً ما	28	40%
3	متوسط	22	31%
	المجموع	70	100%

توضح بيانات الجدول رقم ( 4 ) بأن وسائل الإعلام الأكثر متابعة جاءت نوعاً ما بنسبة 40% في المرتبة الأولى بينما جاءت متوسط بنسبة 31% وفي المرتبة الأخيرة جيد جداً بنسبة 29% .

## جدول رقم ( 5 ) يبين الجوانب التي تهتم بها عينة الدراسة في وسائل الإعلام

ت	الجوانب المقدمة في وسائل الإعلام	ك	%
1	جوانب دينية	21	19%
2	جوانب تربوية	18	16%
3	جوانب اخلاقية	13	11%
4	جوانب اخبارية	31	27%
5	جوانب ثقافية	18	16%
6	جوانب تسلية	8	7%
7	أخرى	02	2%
8	كل ما سبق	02	2%
	المجموع		100%

تشير معطيات الجدول رقم (5) أن الجوانب التي يهتم بها عينة الدراسة في وسائل الإعلام المرتبة الأولى الإخبارية بنسبة 27% بينما النسبة الأقل لإهتمامهم التسلية بنسبة 8% ، وكان إهتمامهم بالجوانب التربوية والتعليمية ثم الثقافية ، ثم الأخلاقية ، مما يبين تأثير متغير المستوى التعليمي على الإهتمام .

## جدول رقم ( 6 ) يبين مكانة قضايا الأسرة الليبية في وسائل الإعلام

ت	مكانة قضايا الأسرة الليبية في وسائل الإعلام	ك	%
1	كافية	05	7%
2	غير كافية	32	46%
3	منعدمة	33	47%
	المجموع	70	100%

تشير بيانات الجدول رقم ( 6 ) إلي أن مكانة قضايا أسرة في وسائل الإعلام سجلت أعلى نسبة منعدمة بنسبة 47% ثم تلتها غير كافية بنسبة 46% بينما جاءت كافية في المرتبة الأخيرة بنسبة 7%، ويتضح من خلال نفس الجدول أن درجة إهتمام وسائل الإعلام بقضايا الاسرة غير كافية .

## جدول رقم ( 7 ) يبين دور وسائل الإعلام تجاه الأسرة الليبية

ت	دور وسائل الإعلام تجاه الأسرة الليبية	ك	%
1	أضافت لدي معرفة تجاه قضايا الأسرة	5	7%
2	تعلمت سلوكيات جديدة	4	6%
3	تدعم الترابط الأسري	5	7%
4	اضافت لدي معرفة تجاه قضايا الأسرة	10	14%
5	ضعفت العلاقة بين وسائل الإعلام والأسرة	33	47%
6	لم تضيف لي شيئاً	11	16%
	أخرى تذكر	2	3%
	المجموع	70	100%

تشير بيانات الجدول رقم ( 7 ) إلي أن دور وسائل الإعلام تجاه الأسرة جاءت ضعف العلاقة بين وسائل الإعلام والأسرة بنسبة 47% وتلتها لم تضيف لي شيئاً بنسبة 16% بينما كان أضافت لدي معرفة تجاه قضايا الأسرة ، وتدعم الترابط الأسري في المرتبة الأخيرة بنسبة متقاربة 5% مما يتفق مع الجدول السابق بعدم كفاية مكانة قضايا الأسرة في وسائل الاعلام.



## جدول رقم ( 8 ) يبين دور الحوار الأسري

ت	دور الحوار الأسري	ك	%
1	تنمية القيم الأخلاقية والإجتماعية	26	37%
2	تقوية الإتجاهات الإيجابية	13	19%
3	تخفيف التأثير السلبي لوسائل الإعلام	31	44%
4	أخري تذكر	//	//
	المجموع	70	100%

تشير بيانات الجدول رقم ( 8 ) بأن الحوار الأسري يساعد في تخفيف التأثير السلبي لوسائل الإعلام في المرتبة الأعلى بنسبة 44% ثم تلتها تنمية القيم الأخلاقية والإجتماعية بنسبة 37% وجاءت تقوية الإتجاهات الإيجابية في المرتبة الأخيرة بنسبة 19 %، مما يوضح أهمية الحوار الأسري في التخفيف من تأثيرات وسائل الإعلام .

## جدول رقم ( 9 ) يبين دور إيجابيات وسائل الإعلام

ت	إيجابيات وسائل الإعلام	ك	%
1	تفتح الأذهان وتوسع المدارك	56	20%
2	ترفع المستوي الثقافي والتعليمي	43	15%
3	تقوي الثقافة الإجتماعية	50	18%
4	تقدم المعلومات الثقافية	44	15%
5	تدعوا للإستقامة والإصلاح	46	16%
6	تقدم التسلية والترفيه	46	16%
	المجموع	285	100%

تشير بيانات الجدول رقم ( 9 ) بأن إجابات عينة الدراسة بأن إيجابيات وسائل الإعلام جاءت في المرتبة الأولى تفتح الأذهان وتوسع المدارك بنسبة 20% ثم تلتها تقدم الثقافة الإجتماعية بنسبة 18% وتقدم التسلية بنسبة 16 % مما يتفق مع نتائج الجدول السابق ، وجاءت النسب متقاربة حول إيجابيات وسائل الإعلام ، لأهمية دور وسائل الاعلام في الوقت الحاضر

## جدول رقم (10) يبين دور سلبيات وسائل الإعلام

ت	سلبيات وسائل الإعلام	ك	%
1	تبيث الكثير من المفاسد	29	26%
2	لا تتبني قضايا الأسرة والمجتمع	28	25%
3	تضرر بالقيم والمثل العليا	22	20%
4	تضييع الوقت للابناء والاباء والأمهات	18	16%
5	تضعف الروابط الأسرية بين الأفراد	14	13%
	المجموع	111	100%

يبين الجدول رقم ( 10 ) بأن سلبيات وسائل الإعلام حسب رأي عينة الدراسة بأن من سلبيات وسائل الإعلام بأنها تبث الكثير من المفاسد بنسبة 26% في المرتبة الأولى ثم تلتها لانتبني قضايا الأسرة في المرتبة الأولى بنسبة 25% بينما تضعف الروابط الأسرية بين الأفراد بنسبة 13 % في المرتبة الأخيرة ،مما يتفق مع نتائج سابقة حول تأثيرات وسائل الإعلام .

#### جدول رقم ( 11 ) يبين كيف تحد الأسرة من خطورة وسائل الإعلام

ت	ك	%
1	26	10%
2	22	9%
3	25	10%
4	18	7%
5	31	13%
6	22	9%
7	11	4%
8	13	5%
9	15	6%
10	14	6%
11	15	6%
12	12	5%
13	14	6%
14	10	4%
	248	100%

تشير بيانات الجدول رقم ( 11 ) حول كيف تحد الأسرة من تأثيرات وسائل الاعلام فجاءت في المرتبة الأولى تحديد جدول وأوقات لمتابعة وسائل الإعلام بنسبة 13 % مشاركة الأبناء فيما يتابعون من وسائل الإعلام وإدراك وفهم الأسرة إيجابيا لإستخدام وسائل الإعلام بنسب متساوية 10% تشجيع الأبناء ومساعدتهم علي الإختيار الواعي من وسائل الإعلام بنسبة 9% وجاءت في المرتبة الأخيرة مناقشة كل مايتعرض له الأبناء في وسائل الإعلام 4 % .

مقترحات عينة الدراسة بخصوص وسائل الإعلام والتوعية للأسرة في المجتمع الليبي :

- 1 . الوقاية ثم الرقابة .
- 2 . وضع ميثاق للعمل الإعلامي .

3. التكثيف لبرامج التوعية في وسائل الإعلام ، والإهتمام بقضايا الأسرة .
4. مناقشة القضايا والمشاكل التي تتعرض لها الأسرة والمجتمع ، وتنوع الموضوعات بحيث تشمل جميع قضايا الأسرة .
5. تحديد الأوقات المناسبة لبث للبرامج بما يتناسب مع الأسرة ، وبث كل ما هو هادف علي أسس علمية.
6. التركيز علي الإنتاج المحلي بما يتناسب مع الهوية الوطنية .
7. إعداد برامج إعلامية قادرة علي تناول المشاكل الإجتماعية ، ومراعاة خصوصية الأسرة الليبي .
8. التحلي بالمسؤولية الإجتماعية ونشر ثقافة السلم الإجتماعي ، والترابط الأسري .
9. التركيز علي وسائل الإعلام وتطويرها بما يخدم أهداف الأسرة .
10. تخصيص مساحات زمنية كافية للتوعية للأسر .

### النتائج :

توصلت الدراسة إلي جملة من النتائج أهمها مايلي :

1. متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام جاءت القنوات التلفزيونية المرتبة الأولى بنسبة 43% بينما جاءت متابعة الراديو بنسبة 27% ، بينما الصحف في المرتبة الأخيرة بنسبة 4% ويمكن القول أن أفراد عينة الدراسة يتابعون القنوات التلفزيونية ثم الراديو .
2. تشير نتائج الدراسة إلي أن مكانة قضايا الأسرة في وسائل الإعلام سجلت أعلى نسبة منعدمة بنسبة 47% ثم تلتها غير كافية بنسبة 46% بينما جاءت كافية في المرتبة الأخيرة بنسبة 7% ، مما يبين بأن درجة إهتمام وسائل الإعلام بقضايا الاسرة غير كافية .
3. تشير نتائج الدراسة إلي أن دور وسائل الإعلام تجاه الأسرة جاءت ضعف العلاقة بين وسائل الإعلام والأسرة بنسبة 47% وتلتها لم تضيف لي شيئاً بنسبة 16% بينما كان أضافت لدي معرفة تجاه قضايا الأسرة، وتدعم الترابط الأسري في المرتبة الأخيرة بنسبة متقاربة 5% مما يوضح بعدم كفاية مكانة قضايا الأسرة في وسائل الاعلام .
4. تشير نتائج الدراسة بأن الحوار الأسري يساعد في تخفيف التأثير السلبي لوسائل الإعلام في المرتبة الأعلى بنسبة 44% ثم تلتها تنمية القيم الأخلاقية والإجتماعية بنسبة 37% وجاءت تقوية الإتجاهات الإيجابية في المرتبة الأخيرة بنسبة 19% ، مما يوضح أهمية الحوار الأسري في التخفيف من تأثيرات وسائل الإعلام .
5. يبين نتائج الدراسة بأن سلبيات وسائل الإعلام حسب رأي عينة الدراسة جاءت سلبيات وسائل الإعلام بأنها تبث الكثير من المفاسد بنسبة 26% في المرتبة الأولى ثم تلتها لاتتبنى قضايا الأسرة في

المرتبة الأولى بنسبة 25% بينما تضعف الروابط الأسرية بين الأفراد بنسبة 13 % في المرتبة الأخيرة ، مما يتفق مع نتائج سابقة حول تأثيرات وسائل الإعلام .

5. تشير نتائج الدراسة بأن علي الأسرة لكي تحد من تأثيرات وسائل الإعلام جاءت في المرتبة الأولى تحديد جدول وأوقات لمتابعة وسائل الإعلام بنسبة 13 % مشاركة الأبناء فيما يتابعون من وسائل الإعلام . وإدراك وفهم الأسرة إيجابيا لاستخدام وسائل الإعلام بنسبة بنسب متساوية 10% تشجيع الأبناء ومساعدتهم علي الإختيار الواعي من وسائل الإعلام بنسبة 9% وجاءت في المرتبة الأخيرة مناقشة كل مايتعرض له الأبناء في وسائل الإعلام المختلفة .

### التوصيات :

- 1 . مخاطبة الأسرة كوحدة اجتماعية أساسية للبنين الإجتماعي ، وتركيز علي وسائل الإعلام وتطويرها بما يخدم أهداف الأسرة ، والإهتمام بالبرامج الخاصة بالأسرة .
- 2.تنوع الموضوعات بحيث يشمل جميع قضايا الأسرة ،وتوعية أبنائها من الظواهر السلبية ،وتخصيص مساحات زمنية كافية للتوعية للأسرة .
- 3 .عرض السليبات واقتراح الحلول وإشراك المواطنين في مقترح حل القضايا.
- 4 . علي وسائل الإعلام إختيار ذوي الكفاءة المهنية للحوار والنقاش للإقناع لمناقشة قضايا الأسرة ، .
5. التركيز علي الإنتاج المحلي في وسائل الإعلام وتطويرها بما يخدم أهداف الأسرة ،ويحافظ علي الهوية الثقافية الوطنية .
- 6 وضع ميثاق عمل إعلامي ، ودعم المؤسسات الإعلامية ، وتكليف المتخصصين في إدارتها .
- 7 .دعم قطاع الإعلام و تخصيص قناة للأسرة الليبية تهتم ببرامج بناءة تتناول مختلف قضايا الأسرة .
- 8 .التحلي بالمسؤولية الإجتماعية ، ونشر ثقافة السلم الإجتماعي والترابط الأسري .
- 9 .إعطاء الأولوية لقضايا الأسرة والمجتمع والفرد في التوعية والتنقيف .
- 10 .المصادقية والموضوعية في السياساتالإعلامية وعدم الإنحياز لأي مكون إجتماعي والمحافظة علي الوحدة المجتمعية في كل مضمون البرامج في وسائل الإعلام .

### الهوامش :

- 1.محمود عبد المولى ،العالم الثالث والتخلف ، الدار العربية للكتاب ، ص 207 .
- 2 . إبراهيم إشتيوي ، إستخدام أساتذة الإعلام في الجامعات الليبية للإنترنت في مناهج التعليم والبحث العلمي،دراسة ميدانية ،مجلة بحوث الإتصال ، كلية الفنون والاعلام ،جامعة الزيتونة ، العدد الأول ،يونيو، 2017، ص 17
- 3 . المرجع السابق ص 17
- 4 . المرجع السابق ص18

- 5 . عبد القادر القصير ، الأسرة المتغيرة في مجتمع المدينة العربية ، دار النهضة العربية ، بيروت 1999 ص 33 .
  - 6 . عبد القادر القصير ، المرجع السابق ، ص 33. ل ف
  - 7 . عبدالله عبد الرحمن ، مرجع سبق ذكره ، ص 254 .
  - 8 . عبد القادر القصير ، مرجع سبق ذكره ص 33 .
  - 9 . بدر أحمد كريم ، دور المذيع في تغيير العادات والتقاليد والقيم في المجتمع السعودي ، دراسة ميدانية ، ط 2 ، د.ت ، ص 170 .
  - 10 <http://mogadishucenter.com/2013/09/> . /
  - 11 . طه عبد العاطي ، الإتصال الجماهيري في المجتمع الحديث الموضوع والقضايا ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 2000 ، ص 22 .
  - 12 . المرجع السابق ، ص 127 .
  - 13 . المرجع السابق ، ص 111 .
  - 14 . سهير كامل أحمد ، شحاتة سليمان ، تنشئة الطفل وحاجاته بين النظرية والتطبيق ، مركز الإسكندرية ، 2007 ص 54 .
  - 15 . للإستزادة يمكن الرجوع لكتاب ، فهد بن عبد الرحمان ، التربية الإعلامية ، كيف نتعامل مع وسائل الإعلام .
- \* عرضت إستمارة الإستبيات للتحكيم على السادة الأساتذة وهم :
- أ.د على المنتصر فرفر ... أستاذ الإعلام بالجامات الليبية
  - د. إبراهيم سالم إشتيوي ... أستاذ الإعلام بالجامات الليبية
  - د. فتحية الباروني ... أستاذة علم النفس
  - أ. د. نجاة فرنكة ... أستاذة العلوم الإجتماعية

## الإعلام الجديد وإشكالية المصطلح

### قراءة في الأدبيات واستطلاع لآراء واتجاهات بعض الباحثين العرب

ريم فتيحة عبد القادر قدوري .. المركز الجامعي أحمد زبانة/غليزان/ الجزائر

#### ملخص:

يُعتبر مفهوم ومصطلح New Media أو ما يُعرف بـ "الإعلام الجديد" من الترجمات الحديثة الوافدة إلى اللغة العربية نتيجة التطورات التكنولوجية الكبيرة والمتسارعة، ويرى البعض أننا لم نصل بعد إلى الإتفاق على الكثير من المفاهيم والمصطلحات الواردة إلينا من الغرب.

ونسعى بهذه الورقة إلى الوقوف على إشكالية المصطلح، من خلال مراجعة الأدبيات العلمية التي قُدمت، ومحاولة الوقوف على آراء واتجاهات بعض المختصين والباحثين في حقل علوم الاعلام والاتصال من خلال أداة المقابلة، في محاولة منا لإستجلاء آراءهم حول مصطلح New Media .

من أجل ذلك اتجهت هذه الورقة إلى:

أولاً: قراءة في الأدبيات كمحاولة لعرض مسألة تعدد تسميات الاعلام الجديد، وتعريفاته المتعددة.

ثانياً: عرض لأهم خصائص لإعلام الجديد.

ثالثاً: عرض آراء واتجاهات بعض المختصين والباحثين العرب نحو إشكالية مصطلح New Media "الإعلام الجديد".

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد.

#### المقدمة:

إن اشكاليات المصطلحات واختلاف تعريفاتها وتطور مفاهيمها لحين تستقر عند مجموعة مفاهيم متقاربة، هو أمر يطال كثير من المصطلحات بما في ذلك المصطلحات المرتبطة بالإعلام والمعلومات. نحن نُقر أولاً بوجود اختلاف المصطلحات في جميع اللغات الكبرى، واللغة العربية ليست استثناء في هذه مسألة.

ولكن ما يدعونا كباحثين مختصين للاهتمام بمسألة اختلاف المصطلح في مجال علوم الإعلام والاتصال، هو ملاحظتنا لما يُمكن تسميته بفوضى المصطلحات في مجال الدراسات الإعلامية العربية الحديثة. وما صاحب هذه الفوضى من عدم القدرة في التحكم والاستخدام لهذه المصطلحات، خاصة في مجال ما يُعرف بدراسات Media New، أو دراسات الإعلام الجديد.

في هذا الإطار يجب علينا إثارة سؤال من أين جاء الإعلام الجديد؟ والإجابة تأتي بأنه حصيلة اندماج أو انصهار أو أيضا التزاوج Convergence بين تكنولوجيات الاتصال الجديدة والتقليدية مع جهاز الكمبيوتر وشبكاته.<sup>1</sup>

يُقدم فضيل دليو مصطلح الإعلام الجديد كمفهوم يُشير إلى الجمع بين تكنولوجيا الاتصال والبيث الجديد والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، وقريباً منه مفهومي الاعلام الشبكي الحي والاعلام السيبراني أو الرقمي.<sup>2</sup>

الإعلام الجديد تركز مفهومه في مرحلة من شيعه على الأدوات ووسائل الاتصال الحديثة خصوصا المرتبطة بالإنترنت.<sup>3</sup>

لذا فإننا نعتقد بوجود اختلاف في مفهوم "الاعلام الجديد" في الدراسات العربية، وإن بدرجة غموض أقل من غيره من كثير من المصطلحات المستخدمة في الدراسات الإعلامية والاتصالية.

### مشكلة البحث:

تستند مشكلة هذا البحث حول عدم الوضوح الذي يكتنف استخدام وتوظيف مصطلح New Media في الكتابات والدراسات العربية في مجال علوم الإعلام والاتصال.

حيث يُشير الصادق الحمامي في كتابه "الميديا الجديدة" إلى أنه لا مناص من إثارة مسألة المصطلح في مسألة التفكير النظري في الميديا الجديدة، لأننا نتعامل مع مصطلحات وافدة على اللغة العربية وتشكلت في سياقات معرفية وثقافية مختلفة، فقد درج الباحثون على استخدام مصطلح الإعلام الجديد كترجمة للمصطلح الإنجليزي (New Media)، والمصطلح الفرنسي (Nouveaux Mmédias)، وإذا كان لا يوجد خلاف في ترجمة الجزء الثاني من المصطلح.<sup>4</sup>

ويرى الحمامي أن كلمة الإعلام لا تبدو الحل الأمثل لترجمة (Media) و (Mmédias)، رغم الاستخدام الشائع لمصطلح "الإعلام الجديد" في الدراسات العربية.

يرفض العديد من المختصين في حقل علوم الإعلام والاتصال استخدام مصطلح الإعلام الجديد، وهو ما عبر عنه علي قسايسية في تدوينه له على صفحته الشخصية عبر الفيسبوك بقوله: "لا يوجد إعلام جديد وإعلام قديم، توجد وسائل إعلام جديدة وأخرى قديمة There are New Media & Old

Media, Information is even single، مخيف الخلط الفادح في الأدبيات المعربة بين المعرفة العامة public knowledge ، والمعرفة العلمية<sup>5</sup>.

من هنا تركز الدراسة على ما لاحظناه من وجود اشكالية حقيقية في مجال الترجمات المعتمدة لدى الباحثين المهتمين بحقل الدراسات الاعلامية والاتصالية، فأى مصطلح يُمكننا الاتفاق عليه واعتماده كترجمة لـ **New Media**؟

### أهمية البحث:

تبرز أهمية هذا البحث من وجهة نظرنا في أهمية اعتماد المصطلحات العلمية المستخدمة والتي يتبناها الباحث في أبحاثه العلمية، ومسألة التدقيق في مدى صلاحية المصطلح المستخدم، وتقديم مبررات علمية دقيقة لهذا الاستخدام وكيفية توظيفه في البحث.

إلى جانب أهمية تحديد المصطلحات على مستوى البحث العلمي الذي يُعتبر خطوة أساسية لتحديد موضوع البحث.

يقول مرسلي في مسألة تحديد المصطلح أنه "إذا فشل الباحث من البداية في تحديد موضوع بحثه بصورة دقيقة- من حيث صياغة الإشكالية وتحديد المصطلحات فإنه لا يستطيع ضمان بداية موفقة لإنجاز عمل ناجح"<sup>6</sup>.

### أهداف البحث:

المنطلق الأساسي لهذه الدراسة هو اهتمامنا الخاص كباحثين في حقل علوم الإعلام والاتصال بمسألة المصطلحات العلمية المستخدمة في حقل الدراسات الإعلامية الحديثة، وهدف هذا البحث إلى:

- إلقاء الضوء على إشكالية المصطلح في الدراسات العربية لحقل علوم الإعلام والاتصال.
- عرض بعض الأدبيات العربية التي تناولت مصطلح الإعلام الجديد أو ما يُعرف بـ: **New Media**.
- استطلاع آراء واتجاهات بعض المختصين والباحثين العرب نحو إشكالية مصطلح الإعلام الجديد ما يُعرف بـ: **New Media**.

### تساؤلات البحث:

- 1- نعتقد بوجود اشكالية حقيقية في مجال الترجمات المعتمدة لدى الباحثين المهتمين بحقل الدراسات الاعلامية والاتصالية، فأى مصطلح يُمكننا الاتفاق عليه واعتماده كترجمة لـ: **New Media**؟



2- هل نقول إعلام جديد أم وسائل إعلام جديدة؟ ولماذا؟

3- ما سبب اشكالية عدم توحيد المصطلحات الحديثة في حقل علوم الإعلام والاتصال من وجهة نظر المختصين؟ ومن المسؤول عن تصحيح المسارات البحثية في اعتمادها مصطلحات مضبوطة ومدروسة أكاديمياً؟

### منهج البحث وأدواته:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستكشافية، حيث تعتمد على المنهج الوصفي، الذي يُعرف بأنه: "منهج قائم على وصف الظاهرة، وتحليلها وتفسيرها، طبقاً لوضعها الطبيعي".<sup>7</sup> واعتمدنا في دراستنا على أداة المقابلة العلمية، والتي تُعرف بأنها: "أداة يستعين بها الباحث في جمع المعلومات الضرورية لبحثه من مختلف المصادر الحية التي تكون لها علاقة مباشرة بالظاهرة، بمعنى إجراء مقابلة مع الشخصيات فاعلة في الظاهرة أو تلك التي لها علاقة غير مباشرة بالظاهرة وتكون معلوماتها فعالة في حدوثها أو في تفسير بعض ملامحها".<sup>8</sup> تم إجراء المقابلة مع الأساتذة والمختصين في مجال علوم الإعلام والاتصال، عبر البريد الإلكتروني، وموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك).<sup>9</sup>

### عينة البحث:

تتنمي عينة الدراسة إلى العينة النمطية، حيث "يتم التركيز في هذا النوع من العينة على بعض الصفات النمطية لمجتمع البحث يوجه على أساسها اختيار عينة الدراسة".<sup>10</sup>

### أولاً: قراءة في أدبيات المصطلح:

#### - في مسألة تعدد التسميات لـ New Media:

يوجد تداخل اصطلاحى ودلالي كلما جد حديث عن العلاقة بين التقنية الاتصالية الجديدة مجسدة في شبكة الإنترنت والكومبيوتر ووسائل الاتصال التقليدية اذاعة، تلفزيون، صحيفة. وقد أفرز هذا التداخل بين عديد المصطلحات في القاموس المهني والأكاديمي مشهدا ضبابيا فيما يتعلق باستعمالات وتمثلات تكنولوجيات الاتصال الحديثة NTIC التي هي امتدادا لترجمة المصطلح الإنجليزي New Media.

يطرح عباس مصطفى الصادق في كتابه (الإعلام الجديد)، مسألة تعدد المداخل في مفهوم الإعلام الجديد وتطور وسائله في سياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة.<sup>11</sup>

حيث يرى أن البعض ممن تصدوا للبحث في فكرة الإعلام الجديد مثل بافليك الذي يراه من خلال مدخلي الثورة الرقمية والإنترنت وما يليهما من تطبيقات في الخمسين عاماً الماضية، وباحثون آخرون مثل ديفيس Davis وواين Owen الذين يرايا انطلاقة من خلال مجموعة من الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت تماماً نموذج الإعلام التقليدي كبرامج الحوار التلفزيوني Talk Show والبرامج المتنوعة والحية، وهما لا يغفلان دور التكنولوجيا الرقمية، وظهور الإنترنت في بلورة هذا النوع من الإعلام، ولكنهما يختلفان مع بقية الباحثين حول تاريخ بدايات حقبة الإعلام الجديد.

ويشير الصادق إلى ضرورة الإقرار بمظاهر تعدد تسميات الإعلام الجديد الذي لم تتبلور خصائصه النهائية بعد. حيث يُعرف الإعلام الجديد بـ: " الإعلام الرقمي (Digital Media) لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر.<sup>12</sup>

ويطلق عليه الإعلام التفاعلي **Interactive Media** طالما توفرت حالت العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الاعلامية التفاعلية الجديدة".<sup>13</sup>

وهو ايضاً الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال **Online Media**، كما يُطلق على الاعلام الجديد ايضاً صفة إعلام المعلومات **Info Media** للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام اعلامي جديد سيستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.<sup>14</sup>

ويُعرف بـإعلام الوسائط التشعبية **Hypermédias** لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية. كما يطلق على بعض تطبيقات هذا الاعلام المستحدث، اعلام الوسائط المتعددة **Multimedie** لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو. هذه بعض من التسميات المتعددة للإعلام الجديد كما ذكرها الباحثون.

**نلاحظ ارتباط جل هذه الاسماء بتطبيقات الكمبيوتر وتشبيكه، فبعض التسميات مصدرها طبيعة الوسيط الاتصالية وأخرى مستمدة من خبرات ثقافية يصعب ايجاد تعبير مقابل لها خارج البيئة التي**

ولدت فيها، كما أن بعض الاسماء تشير إلى تطبيق جزئي وانتقائي من تطبيقات الاعلام الجديد أو احدى مميزاته، كما هو الحال بالنسبة للتسميات التي تنطلق من مميزات شبكة الانترنت، وبعضها يلم بأطراف أخرى من الوسائل، مما يوسع من قاعدة التعريف ومن قاعدة الوسائل والتطبيقات والخصائص والتأثير للإعلام الجديد.<sup>15</sup>

#### - في مسألة التعريفات المتعددة لـ New Media :

لم يتفق الباحثين على وضع تعريفاً محدد وواضح لمفهوم الإعلام الجديد، ويرجع ذلك لأسباب عديدة منها: إن صورة الإعلام الجديد لم تتبلور بعد بشكل واضح ومحدد، يضاف إلى ذلك أنه لا يمكن الجزم على بقاء الإعلام الجديد على صورته الحالية، لأن التكنولوجيا الحديثة وثورة المعلومات وما توصل إليه الاعلام والاتصال من تطور وتقدم، قد تأتي بما هو أكثر جدة وحادثة عما هو عليه الآن، لذلك تمحورت جميع التعريفات حول الآليات المتبعة والمستخدمه في الإعلام عموماً، فمنها من استند على القديم المطور والجديد المحدث، وهناك من زواج بين هذين الشكليين.<sup>16</sup>

يقدم سعيد الكاتب مقارنة بين الاعلام القديم والاعلام الجديد، معتبراً أن التفاعلية أهم ما يميز الإعلام الجديد، وهذه الخاصية أضافت بعداً جديداً وهاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية. ويُضيف كاتب أن تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه، وأن الاعلام الجديد غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة.<sup>17</sup>

ولعدم وضوح معالم الإعلام الجديد وما سترتب عليه مستقبلاً من مفاهيم، فإن كل التعريفات حذرة، ولم تقدم إجابة وافية عن هذا النوع من الإعلام، ومن هذا المنطلق فإن تعريف جونز (Jones) حول الإعلام الجديد يُقدم هذا التحفظ إذ يقول: "الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني، أصبح ممكناً باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم، التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات، والتلفزيون والراديو - إلى حد ما - وغيرها من الوسائل الساكنة. ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعتة ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه"<sup>18</sup>

إن الاعلام كان دائما وسيظل في حالة انتقالية، وأن كل وسائل الإعلام كانت جديدة عندما ظهرت واستخدمت لأول مرة، ويتجاوز المشروع فكرة دراسة الإعلام الجديد بتكريس مفهوم إعلام اللحظة أو إعلام اليوم الجديد. ويؤكد المرجع على بناء فكرة الجدة في الاعلام انطلاقا من سياقاتها التاريخية، ففترات الانتقال من وسائل وأجهزة وأنظمة سابقة إلى إعلام جديد لم يعرّف إلى حد الآن بشكل نهائي ومتكامل".<sup>19</sup>

## ثانياً: أهم الخصائص والمميزات لـ New Media

يذكر الشمري في كتابه (التربية الإعلامية) العديد من خصائص الإعلام الجديد، ونقدمها على النحو التالي:<sup>20</sup>

- 1- **التفاعلية:** حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين.
- 2- **اللاتزامية:** وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواءً كان مستقبلاً أو مرسلًا.
- 3- **المشاركة والانتشار:** يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين.
- 4- **الحركة والمرونة:** حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.
- 5- **الكونية:** حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
- 6- **اندماج الوسائط:** في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد،...إلخ.
- 7- **الانتباه والتركيز:** نظراً 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 عادةً سلبياً وسطحياً.
- 8- **التخزين والحفظ:** حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.

## ثالثاً: آراء وإتجاهات بعض المختصين والباحثين العرب نحو إشكالية مصطلح الإعلام الجديد\*:

### إعلام جديد أم وسائل إعلام جديدة؟

في طرحنا لهذا السؤال فإن بعض الباحثين أكد وجود إشكالية مصطلح ووجود فوضى في المفاهيم المتعلقة بـ New Media ، وآخرون لا يرون وجود لهذه الإشكالية غير الذي تخلقه بعض الآراء الفردية هنا وهناك.

### البروفيسور علي قسايسية:<sup>21</sup>

عبر عن رفضه لاستخدام مصطلح الاعلام الجديد، وفي سؤالنا له عن هذا الطرح أجاب: "أنه من العيب والعار أن تتجر الجامعة وراء ما ينتجه الشارع العام أو المهني، وتعمل على نشر أخطاء إبيستومولوجية متداولة في الثقافة العامة والمهنية".

ويُضيف قسايسية أنه من حق عامة الناس أن يخلطوا بين الوسيلة ومحتوى الوسيلة، ومن حق المهنيين أيضاً أن يختصروا مهنتهم في السعي وراء المعلومة ومعالجتها ونشرها على الجمهور، ولكن ليس من حق من يفترض أنهم ينتجون المعرفة ويقودون المجتمع والمهنة أن ينساقوا وراء التبسيط المخل والمشوه لإنتاج الآخرين".

### الدكتورة ليلي الفيلاي:<sup>22</sup>

تتوافق مع قسايسية، حيث تقول: "انها عند تدريس الطلبة تتفادى استخدام مصطلح الإعلام الجديد، لعدم اقتناعها بالمصطلح الذي لا يعبر عن حقيقة هذه الوسائل، وتعتقد أنها ترجمة خاطئة لمصطلح New Media، لهذا كثيراً ما تستخدمه بلغته الأصلية أو تدعوه الوسائط الجديدة، أو وسائل الاتصال الجديدة".

وتبرر الفيلاي ذلك أن ما يُعرف بالإعلام الجديد يُعبر عن عملية في اتجاه واحد، وهذه الوسائل الجديدة تعمل وفق نظام الاتصال الذي تتطلب العملية فيه رجعاً للصدى، خاصة أن من مميزات هذه الوسائل التكنولوجية الجديدة هو التفاعلية وما بعد التفاعلية.

### البروفيسور عابدين الشريف: <sup>23</sup>

يرى أن الصواب في استخدام مصطلح وسائل إعلام جديدة، ذلك أن: "الإعلام هو الإعلام فكرة وأداة ووسيلة" والفرق أن هناك وسائل إعلام قديمة، واليوم وبحكم التطور التقني الهائل والتدفق الحر للمعلومات والعولمة والسماوات المفتوحة والانترنت أصبحت هناك وسائل إعلام جديدة، أما مصطلح الاعلام الجديد فهنا يمكن اعتباره جديدا من ناحية تطور الوسيلة، فبدلاً من أن تكون راديو أو تلفزيون أو صحيفة أصبحت عبر الانترنت. إذاً وسائل إعلام جديدة.

يُضيف الشريف أن هذه الوسائل الإعلامية الجديدة تمتاز بالديناميكية والتفاعلية عبر التقنية العالية والجودة، السرعة، والآنية والفردية في الاستخدام والاستحواذ. كما أن الإعلام الجديد ما هو إلا مُبلغ بهدف الرسالة وموصل للرؤية وهنا يُطرح سؤال وهو هل الإعلام الجديد إطار أم مسار؟ يقول البعض أن الاجابة موجودة ضمن السؤال فغياب ما بعد (أم) يجعله غاية في ذاته وإطار استخدامه ووجود ما بعدها يجعله هدفاً ومساراً لغاية مستخدمة.<sup>24</sup>

**نلاحظ من خلال هذه الآراء توافقها في رفض استخدام ترجمة New Media بالإعلام الجديد،** ويتجلى هذا الاتفاق في كون أن الإعلام هو الإعلام ما تطور فقط هو الوسيلة التي تحمله، ونقصد بها شبكة الإنترنت، وهذا التطور لم يؤثر في العملية الاتصالية إلا من خلال تعزيز عنصر التفاعلية بالدرجة الأولى، الذي أدت إلى تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل.

في الإتجاه الآخر حول مسألة إعتقاد الإعلام الجديد كترجمة لـ: New Media ، نجد بعض الآراء التي لا تمانع ولا تعارض اعتماد مصطلح الإعلام الجديد، ونذكر هذه الآراء على النحو التالي:

### الدكتور عباس مصطفى صادق: <sup>25</sup>

عند طرحنا لإشكالية مصطلح New Media بالنسبة له قال: "أفضل مصطلح إعلام جديد كونه يستبطن داخله جانبيين هما الوسائل المادية للنقل مثل شبكات الكومبيوتر وشبكات الهواتف الذكية والاجهزة من كومبيوتر وهواتف ومساعدات شخصية وغيرها، فضلا عن المنصات الجديدة من مواقع وبوابات وتطبيقات مختلفة.

## الدكتور جمال الزرن: <sup>26</sup>

عند سؤاله حول إشكالية المصطلح يرى "أن الإعلام الجديد جديد، بالفكر الذي تحمله التقنية الجديدة الكامنة فيه". وأنه لا وجود لإشكالية مصطلح بل تعدد المصطلحات ثراء، وإن النُحاة العرب يقولون العبرة بالدلالة وليس بالمصطلح.

## الدكتور محمد الفاتح: <sup>27</sup>

يرى أنه لكل مصطلح دلالاته واستخداماته في بحوث الاتصال والإعلام، وهنا يتوقف الاستخدام والتحليل حسب قدرة كل باحث. وأشار إلى وجود إشكالية كبيرة في ترجمة المصطلحات من اللغات الأجنبية إلى العربية، وهو ما يوجب علينا العمل على تقديم الترجمة الأقرب له. فالمصطلح الأنسب لتعبير عن New Media هو وسائط الإعلام الجديدة التي ظهرت نتيجة تطور وسائل وتكنولوجيا الاتصال والإعلام.

ويُضيف: أن الفوضى في مسألة استخدام المصطلحات الحديثة للإعلام، نتيجتها التطور الكبير في نماذج ونظريات الاتصال والإعلام وظهور العديد من المفاهيم الحديثة والجديدة، ولهذا يجب القيام بمؤتمرات علمية لإعادة النظر في المصطلحات الحديثة لحقل علوم الاتصال والإعلام.

## -المختصين والباحثين العرب بين فوضى المصطلحات وتوحيد الجهود:

يتجه عباس الصادق في هذا الصدد: "نحو عدم وجود فوضى مصطلحات، ولكنها نتاج تعدد المعارف الثقافية والعلمية من جانب، ومن جانب آخر أن معظم الإنتاج العلمي يأتي من خارج المنطقة العربية ويستمد مفاهيمه من أصول ثقافية غير عربية".<sup>28</sup>

ويقول الدكتور جمال الزرن هنا: "لماذا يبحث وفق تعبيره الباحثون العرب على الاجماع ولا يريدون أن يكونوا مختلفين؟ ويُضيف في كندا الفرنكفونية توجد مدونة لغوية مختلفة كلية عن فرنسا وسويسرا وبلجيكا. ونفس الشيء فيم يتعلق باللغة الإنجليزية".<sup>29</sup>

قسايسية يرى: أنه من المهم الاعتراف بوجود فوضى مصطلحات في المؤسسات الجامعية، ويجب التصدي لها من قبل الباحثين والمؤسسات العلمية. وهو الرأي الذي يؤيده الدكتور عابدين الشريف، والدكتورة ليلي الفيلاي.

وهنا يطرح الصادق إمكانية توحيد منظومة المصطلحات الإعلامية والاتصالية الحديثة من خلال لجنة أكاديمية عربية إعلامية مشتركة، تعمل تحت مظلة المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، فالتجارب الفردية أو القطرية أنتجت ترجمات متعددة لا حصر لها<sup>30</sup>.

رغم اختلاف الآراء التي تم استطلاعها، إلا أننا لاحظنا اتفاق المختصين من عينة الدراسة، حول أهمية إنشاء مدونة حديثة في حقل علوم الإعلام والاتصال، لمواكبة المصطلحات العلمية الوافدة من المدارس الغربية التي تنشأ بين أحضانها وتتطور المفردات والعلوم الإعلامية والاتصالية. كما أننا لاحظنا أن جميع المختصين من عينة الدراسة لم يُشيروا من قريب أو من بعيد إلى مسألة الترجمة، ودورها البارز في هذا المجال. حيث أننا نؤمن بأهمية ودور الترجمة والمختصين بها في مسألة بناء واعتماد منظومة المصطلحات العلمية وفي مختلف حقول المعرفة الإنسانية.

### نتائج الدراسة:

من خلال هذه الدراسة نعترف بعدم اتفاق المختصين حول الترجمة العربية لمصطلح New Media، الذي حمل عدة تسميات مختلفة، وفقاً للمدرسة العلمية التي تم استجلاب المصطلح منها، ووفقاً لاتجاهات الكتب والدراسات العربية المنتجة في هذا المجال.

من المهم هنا أن نُشير إلى التعدد الثقافي لكل بلد عربي، وتأثره بالإنجليزية أو الفرنسية.

حول أي التسميات يمكننا اعتمادها لمصطلح New Media: في هذا الصدد نجد اتجاهين للمختصين العرب:

اتجاه أول: يرفض استخدام مصطلح الإعلام الجديد ويعتبره غير دقيق، ولا يجب تبنيه في الدراسات العربية في حقل علوم الإعلام والاتصال، ويؤكد على ضرورة اعتماد مصطلح وسائل الإعلام الجديدة كترجمة لـ New Media.

اتجاه ثاني: يعتقد أنه لا مشكلة في استخدام مصطلح الإعلام الجديد، ويرى أنه مناسب ولا يتعارض مع مصطلح New Media.

وعن أسباب اشكالية عدم توحيد المصطلحات الحديثة في حقل علوم الإعلام والاتصال من وجهة نظر المختصين، اتفق الجميع أن من أهم الأسباب في نشأة مثل هذه الإشكالية يعود إلى حداثة هذه المصطلحات، والتطور الهائل والسريع لتكنولوجيات الاتصال، بالإضافة إلى تبعثر الجهود، وعدم التنسيق بين الباحثين العرب أنفسهم، وعدم وجود مدونة موحدة يتم العمل بها في الهيئات العلمية العربية.



وهو ما يضع مسؤولية توحيد المصطلحات وتدقيقها يقع على كاهل الباحثين والمختصين في حقل علوم الإعلام والاتصال على مستوى الوطن العربي، وتظافر جهود الهيئات العلمية في هذا المجال.

### الخاتمة:

يرى البعض أن تعدد المصطلحات مشكلة من الواجب معالجتها، وتكثيف الجهود لحل هذه المشكلة، في حين يرى آخرون أن هذا التعدد والتنوع هو نتيجة لتنوع والغنى الثقافي، وهنا نقول: أن في الاختلاف غنى وتنوع، ونعتقد جازمين أن لكل منا الحق في تبني منظومة لغوية خاصة به، تبعاً للمدرسة العلمية والفكرية التي ينتمي لها.

ولكن عدم توحيد المصطلحات يخلق العديد من الإشكاليات العلمية للطلبة والباحثين الجدد، ويضعهم وسط تجاذبات المختصين والمؤسسات العلمية بين المشرق العربي ومغربه، وهو ما يعني أننا بحاجة ماسة لتظافر الجهود من أجل العمل على توحيد المصطلحات العلمية المرتبطة بتطور حقل علوم الاعلام والاتصال في العالم العربي.

### الهوامش:

1. جمال الزرن، الإعلام الجديد والإعلام العربي: أية علاقة؟، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم، العدد 13، مارس 2018.
2. فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للاعلام والاتصال (NTIC-NICT): المفهوم-الاستعمالات-الافاق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الاردن، ط1، 2010، ص35.
3. حسنين شفيق، نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر، 2014، ص21.
4. الصادق الحماي، الميديا الجديدة الإستيمولوجيا والإشكاليات والسياقات، سلسلة البحوث المنشورات الجامعية بمنوبة، ط1، 2012، ص13.
5. علي قسايسية أستاذ تعليم عالي في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، رابط التدوينة: [https://web.facebook.com/ali.kessaissia/posts/1276180722412886?\\_tn\\_=%2CdH-R-R&eid=ARCY2e9UqQtXjy2710RpytRQOS5VxRNV-KKK9RkfHhZlxWq2o6HxTE4lz\\_eblKfV2lnwfmGvsplalZnP](https://web.facebook.com/ali.kessaissia/posts/1276180722412886?_tn_=%2CdH-R-R&eid=ARCY2e9UqQtXjy2710RpytRQOS5VxRNV-KKK9RkfHhZlxWq2o6HxTE4lz_eblKfV2lnwfmGvsplalZnP)
6. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص83.
7. أحمد بن مرسلي، مرجع سابق، ص288 .
8. يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية- الإتصالية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون طبعة، 2017، ص106.
9. قائمة بأسماء الأساتذة الذين تفاعلوا مع المقابلة العلمية:
  - علي قسايسية، أستاذ التعليم العالي، جامعة الجزائر .
  - عابدين الدردير الشريف، أستاذ التعليم العالي، جامعة الزيتونة، ليبيا.
  - عباس مصطفى الصادق، أستاذ التعليم العالي،
  - الدكتور جمال الزرن، جامعة قطر.
  - الدكتورة ليلي الفيلاي جامعة قسنطينة 3 الجزائر.

- الدكتور محمد الفاتح جامعة الأغواط الجزائر .
10. سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبه للنشر، الجزائر، الطبعة الثانية، 2012، ص148 .
11. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2008.
12. المرجع السابق، ص29-30 .
13. حسنين شفيق، صحافة واعلام الهاتف المحمول، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، 2013، 53.
14. عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص 30.
15. نفس المرجع، ص31 .
16. حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص97 .
17. سعيد صالح كاتب: الاعلام القديم والاعلام الجديد: هل الصحافة المطبوعة في طريقها الى الانقراض؟، المدينة المنورة للطباعة والنشر، جدة 2002.
18. حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، سبق ذكره، ص96 .
19. جمال الزرن، الإعلام الجديد والإعلام العربي: أية علاقة؟ سبق ذكره.
20. فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، دار اقرأ الدولية، جمهورية مصر، 2010. يمكن تحميل الكتاب عبر مكتبة طريق العلم عبر الرابط التالي: <https://www.books4arab.com>
- \* من المهم التنويه هنا أننا تواصلنا مع عدد كبير من المختصين والباحثين العرب من أجل استجلاء آراءهم حول اشكالية مصطلح الاعلام الجديد، وللأسف فان عدد من تعامل معنا قليل، ولضيق الوقت لم ننتظر الاخرين واكتفينا بالأساتذة الذين تفاعلوا معنا.
21. مقابلة إلكترونية، علي قسايسية، أستاذ التعليم العالي بجامعة الجزائر .
22. مقابلة إلكترونية، الدكتورة ليلي الفيلالي جامعة قسنطينة 3، الجزائر.
23. مقابلة إلكترونية، عابدين الدردير الشريف، أستاذ التعليم العالي جامعة الزيتونة، ليبيا.
24. نفس المرجع.
25. مقابلة إلكترونية، الدكتور عباس مصطفى الصادق، باحث واستاذ إعلام متخصص في تطبيقات الاعلام الجديد، يعمل حالياً بتلفزيون أبوظبي، وله العديد من المؤلفات في مجال تخصصه، السودان.
26. مقابلة الكترونية، جمال الزرن، أستاذ الاعلام والاتصال جامعة قطر، واستاذ مشارك بمعهد الصحافة وعلوم الاخبار، جامعة منوبة، تونس.
27. مقابلة إلكترونية، الدكتور محمد الفاتح، الجزائر، يعمل حالياً بجامعة قطر .
28. مقابلة إلكترونية، عباس مصطفى صادق، سبق ذكره .
29. مقابلة إلكترونية جمال الزرن، سبق ذكره .
30. مقابلة إلكترونية، عباس مصطفى صادق، سبق ذكره.

## إقبال الوسط الطلابي على صناعة المحتوى الإعلامي والاستراتيجيات المتاحة للقنوات التلفزيونية الليبية للتعامل معه

د . إبراهيم علي عمر .. جامعة طرابلس/ كلية الفنون والإعلام

### الملخص:

إن العلاقة بين التلفزيون والجمهور أصبحت تأخذ منحى جديدا بعد التطورات التقنية الهائلة التي أصبحت تتيح للجمهور إمكانية المشاركة في صناعة المحتوى الإعلامي.

إن صناعة المحتوى فرضت نفسها بشكل أو آخر على وسائل الاعلام التقليدية المختلفة وباتت توظفها في صيغ مختلفة ضمن برامجها وهي بالتالي تحاول ان تعطي مساحة للجمهور كي يشارك في محتوياتها. لكن البعض يذهب الى ان هذه المشاركة participation تجاوزت كونها مشاركة لتحسين محتويات وسائل الإعلام لتصبح محتوى قائم بذاته.

باتت صناعة المحتوى متاحة وتكاد تتحول الى ممارسة طبيعية(للجمهور) تحفزها التقنية التي لا تتطلب أي مهارات احترافية عالية في التصوير والتحرير على سبيل المثال. كما تحفزها من ناحية أخرى المنابر المتاحة والفضاء الحر التي باتت تقنيات الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي توفره لهذا الجمهور.

إننا هنا بصدد تحليل درجة من انغماس الجمهور بصناعة المحتوى الذي كان مقتصرًا على وسائل الإعلام فقط حين كانت الأدوار تتسم بالتباعد فالمرسل هو وسائل الإعلام المختلفة مقابل طرف يتمثل في متلقي الرسالة وهو الجمهور لكن ذلك تغير وبتنا امام واقعا جديدا تغيرت فيه الأدوار ايضا.

هذا البحث يتخذ من طلبة جامعة طرابلس موضوع للدراسة سعيا للتعرف على دوافع قيام الجمهور بصناعة المحتويات الإعلامية واهم أدواتها ومنابرها من جهة وأيضاً رصد وتحليل لأهم أشكال واستراتيجيات القنوات التلفزيونية للتعامل مع هذا الواقع الجديد من جهة اخرى.

### الإطار النظري

لقد خلق الانترنت براحا جديدا أصبحت فيه وسائل الإعلام التقليدية تواجه واقع جديد. هذا الواقع بات الجمهور فيه طرفا فاعلا . إن هذا البراح الجديد هو نتاج ظاهرة تعرف بالتمازج او التلاقي Convergence الذي يعرفه لوسون Lawson على انه " المزج بين وسائل الإعلام القديمة او التقليدية

كالمجلات والصحف والتلفزيون والراديو مع وسائل الإعلام الجديدة وهي الكمبيوتر والانترنت لإيصال وتوزيع المحتوى".<sup>31</sup>

كما يرى لوسون Lawson بان التمازج او التلاقي هو عالم الممكن حيث يقع التعاون بين الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع لتوزيع محتويات الوسائط المتعددة من خلال استعمال الكمبيوتر والانترنت.<sup>32</sup>

إن جوهر ظاهرة التمازج او التلاقي Convergence هو كونها تضع نهاية لأسلوب وسائل الإعلام القديمة او التقليدية الذي يقوم على الاتصال او التدفق الأحادي للمحتوى في اتجاه المتلقي وحسب. وأصبح لزاما على وسائل الإعلام اليوم ان تتكيف مع واقع الإعلام الجديد الذي يقوم على الاتصال في اتجاهين ويكون فيه المتلقي شريكا في صناعة المحتوى.<sup>33</sup>

أصبح الجمهور مشاركا فاعلا في صناعة المحتوى الاعلامي وهذه المساهمة او المشاركة تأخذ أشكالا عدة. هنا فان المشاركة Participation ينظر اليها على انها مفهوم يقترب في الاستخدام والمعنى من مفهومي الاستعمال او الاستخدام Access وأيضا مفهوم التفاعل Interaction وهي مفاهيم متقاربة خصوصا اذا كنا نصف سلوك معين لجمهور وسائل الإعلام.<sup>34</sup>

كان مفهوم مشاركة الجمهور قبل التطور التقني الهائل وثورة الإعلام الالكتروني محددا وأكثر وضوحا. الباحثون في الدراسات المتعلقة بالتلفزيون يحددون المشاركة بانها مشاركة الناس العاديين " On screen على الشاشة" في قوالب تلفزيونية مختلفة مثل برامج الالغاز والبرامج الحوارية. والمشاركة في مثل هذه الحالات أساسية لهذه البرامج. جزء من بنية ونجاح هذه البرامج. وهذا الصيغة من المشاركة مازالت ذات شعبية في التلفزيون حتى اليوم.<sup>35</sup> ثم اصبح مفهوم المشاركة اكثر اتساعا ليشمل أنواع مختلفة من البرامج اما حين ظهرت تقنية الدجتل Digitalization واصبح بإمكان الجمهور المشاركة بشكل واسع في قوالب مختلفة وعبر منصات مختلفة فان مفهوم المشاركة كمفهوم اصبح أكثر تعقيدا وغموضا.<sup>36</sup>

إن المشاركة بمعنى المساهمة تشمل ايضا تضمين ومشاركة المحتوى بين الافراد المشاركة هنا تعنى Sharing و هو شكل من اشكال المساهمة Participation وهذا يفيدنا في توضيح حدود واستخدام كلا المصطلحين على الرغم من اختلافهما الواضح في اللغة الانجليزية .

فمشاركة المحتوى Sharing أصبحت تشير الى الانغماس والمساهمة Participation الجيدة في وسائل التواصل الاجتماعي. ويمكن ان تكون من ضمن اعمال التوزيع والاتصال والاستهلاك معا . ان المشاركة Sharing ايضا تعني صيغة اجتماعية وتبادل اجتماعي وتعني أيضا التوزيع والنشر من جهة أخرى.<sup>37</sup>

المشاركة بمعنى المساهمة هي مفهوم اشمل ويضم سلوك وممارسة وأفعال عديدة أخرى أحداها هو مشاركة المحتوى مع الآخرين. ويمكننا مثلا ان نحدد عدد من أشكال المشاركة بمعنى المساهمة Participation في الصحف الالكترونية والتي يمكن ان ترصد من خلال خمسة مراحل أساسية وهي كما يشير "نوغور" Noguier " : الاستعمال Access والملاحظة Observation و الاختيار Selection و الغرلة Filtering والمعالجة Processing والتحرير Editing، والتوزيع Distribution ، والتفسير Interpretation".<sup>38</sup>

اما حين نتخذ التلفزيون محورا لرصد أشكال مشاركة الجمهور وتفاعله فانه يمكن ان نحدد مراحل محددة .حيث تتراوح المشاركة او المساهمة في مراحل مختلفة من عملية الإنتاج في ثلاثة مراحل او صيغ:

خلف الشاشة Behind the screen

على الشاشة On screen

ما بعد الشاشة Beyond the screen

على الشاشة يشارك الجمهور كجزء من مكون بعض البرامج مثل الألعاب او البرامج الحوارية وكثيرا ما يكون الجمهور داخل الاستوديو مثلا في وضع يشبه المشاركة في المسرح ليس له علاقة بموضوع الإنتاج الا بشكل ثانوي. اما المشاركة وراء الشاشة ويقصد بها تلقي المنتج لاراء الجمهور وتعليقاتهم ويمكن توظيف او استخدام اراء الجمهور بقدر معين وبانتقائية. اما الصيغة الثالثة فهي ما بعد الشاشة وهنا المشاركة او المساهمة يكون مركزها مواقع التواصل الاجتماعي. والمنتج يستخدمها في الغالب لتعزيز الصلة مع الجمهور وتشير الدراسات ان الانتاج التلفزيوني الذي يستخدم التواصل الاجتماعي يهتم بشكل كبير بتوزيع المحتوى الذي صنعه المنتجين او المؤسسات اكثر من اهتمامه بالحوار او بمشاركة الجمهور عبر هذه المواقع.<sup>39</sup>

خلال كل هذه المراحل وأشكال تفاعل الجمهور فإن الفكرة الجوهرية هنا هو ان الجمهور بات مؤهلا لفرض قراءات مختلفة للأحداث او القصة. له سرديته الخاصة التي يرى بها الأشياء والأحداث من زاوية معينة قد

تكون مختلفة تماما عن تناول المؤسسات الإعلامية ومعالجتها ورؤيتها لهذه الأحداث والقصص. لهذا فغالبا الدراسات الإعلامية ترى بان المشاركة او المساهمة هي في جوهرها وجهة نظر المتلقي. " فغالبا الدراسات الإعلامية تعتبر المشاركة تبدأ من وجهة نظر المتلقي وتحليل المشاركة كمنتج يتضمن وجهات نظر مختلفة من قبل صناعة الإعلام نفسها".<sup>40</sup>

فالتغير اذا طال كيفية معالجة الأحداث والزوايا او المنظور التي ينظر بها اليها. انه كسر لاحتكار وسائل الاعلام التقليدية لتقديم وتصوير الأحداث والعالم.

ان التغير الذي طال سرد القصة او الحدث Storytelling هو نتيجة التطور التقني بالأساس فالتحول الذي طرأ على الإعلام والعلاقة بينه وبين الجمهور خلق براح جديد يمكنه ان يكون مسرحا لقراءات مختلفة للأحداث . ان الامر يتعلق بما يمكن ان نطلق عليه السردية فاذا كانت بنية الاعلام القديم تجعله يحتكر هذه الفعل ويضع الجمهور في الطرف الآخر كمتلقي لسرد ورؤية المؤسسات الإعلامية فان التحول التقني كسر احتكار السردية وباتت هناك قراءات وروايات حتى من قبل المتلقي نفسه هذا التحول يجعل وسائل الإعلام التقليدية في وضعية ما يمكن ان نسميه لاجب أساسي لكنه ليس الوحيد. اذ لم يعد با مكانها الاستئثار بالرواية والسرد للقصة او الحدث وبات عليها وضع استراتيجيات جديدة تتماشى مع هذا التحول الجوهرى وهو عامل أساسي يفترض ان يكون محفزا لمؤسسات ووسائل الإعلام التقليدية بضرورة وضع استراتيجيات جديدة.

ان كسر احتكار وسائل الاعلام التقليدية بالانفراد بحق سرد الأحداث وإتاحة الفرصة امام روايات وقراءات متعددة هو تحول ذو بعد سياسي أيضا حيث يتم النظر فيه لظاهرة مشاركة ومساهمة الجمهور في صناعة المحتوى على انه تحول في علاقات السلطة وإنتاج المعاني.

المشاركة او الإسهام Participation ينظر اليها من زاويتين الأولى هي منظور سياسي والذي يتعامل معها على انها تحول في علاقات السلطة في الإنتاج الإعلامي وتري المشاهدين على انهم مواطنين يتخذون موقعا في عملية إنتاج المحتوى. وقد أشار بعض المهتمين بهذا المنظور الى وجود سلم تقييم للمشاركة او المساهمة السياسية من الأدنى حيث يسيطر طرف واحد الى المشاركة القصوى حيث السلطة يتم مشاركتها بالتساوي في عملية إنتاج المعاني، الى الدرجة القصوى حيث القوة متساوية والجميع يشتركون في صناعة المعاني.<sup>41</sup>

اما المنظور الثاني فهو منظور المؤسسة والذي لا يعبأ بالتحول بالعلاقة بين الجمهور والمنتجين بل يرى الجمهور على انهم مستهلكين يتفاعلون مع المحتوى الإعلامي. ويهتم بكيفية استجابة الشركات الإعلامية لرغبات المستهلكين والعكس.<sup>42</sup>

ان التشبث بما يمليه المنظور الثاني منظور المؤسسة مليء بالعيوب وهو اتجاه تضحضه التجربة اذ ان الجمهور يمكنه مقاطعة المؤسسات الإعلامية او تجاهلها كما حدث مع قناة الجزيرة بعد ثورات الربيع العربي وتراجع أهميتها لدى المشاهدين. هذا فعلا ما عانت منه المؤسسات الإعلامية الرسمية خاصة في ليبيا إثناء أحداث وتطورات ثورة فبراير 2011. اذ انها تمسكت بموقف يسرد الأحداث والتطورات حينها بصيغة لا تخلو من التعالي متجاهلة ما يتداول من محتويات وقصص في براح مواقع التواصل الاجتماعي. هذا التجاهل ادى الى اعتماد اكبر على مواقع التواصل الاجتماعي وايضا الإعلام الوافد وعلى رأسه قناة الجزيرة التي كانت توظف محتويات ومواد مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك واليوتوب بشكل محايد او بانقائنية وتحامل لكنه بشكل او بآخر كان يمثل سردية اخرى للأحداث اصبحت الأقرب للجمهور الليبي في تلك الفترة الذي كان متعطشا للأخبار ومتابعة أحداث ثورة فبراير 2011 وكان الإعلام الرسمي يتجاهل هذه الحاجة و ولايعي تماما خطورة إتباع هكذا إستراتيجية في ظل ثورة المعلومات ، اذ انه بشكل او بآخر يتم دفع المتلقي للجوء لمواقع التواصل الاجتماعي والأعلام الوافد بحثا عن المعلومات والأخبار التي تتكتم عليها وسائل الإعلام الرسمية.

ان النظرة الى الجمهور على انه غير مؤهل لإنتاج المحتوى بمستوى حرفي او وانه غير ذي قيمة هو منطق متعالي وإستراتيجية غير فعالة لان المواد الإعلامية غير الاحترافية لا يعني انها غير ناجحة ولا تحقق الهدف بل انها قد تكون اكثر مصداقية وتلقائية إثناء الأزمات والكوارث واكثر نجاحا وفاعلية من المواد المعالجة بحرفية. لهذا فان على المؤسسات ان تتعامل بشكل او بآخر مع هذا النتاج الذي ينتجه الجمهور ليكون السؤال هو كيف سيتم التعامل مع هذه المحتويات وليس تجاهلها او ازديائها.

لقد سادت فكرة ان الجمهور ليس مؤهلا ولا مدرب بشكل كاف لإنتاج مخرجات إعلامية ذات مستوى جيد وهي حجة تستخدم للإبقاء على احتكار والتحكم في صناعة المحتوى ولإبقاء الأمور في حالة الوضع الراهن لعلاقات قوة متأصلة.<sup>43</sup>

حتى لو سلمنا بصحة هذه الفكرة فإنها تصطدم واقعياً بحقيقة أخرى وهي كون الإعلام المحترف لا يستطيع ان يتواجد في كل مكان كل الوقت بينما الناس العاديين باتوا مؤهلين لتحقيق السبق ونقل الأحداث اثناء وقوعها. فالتقنية توفر إمكانيات عالية الجودة للهواة والناس العاديين الذين لهم الفضل اليوم في تسجيل وتوثيق اغلب احداث القرن المهمة التي باتت جزءا من الذاكرة المعاصرة بداية من أحداث 11 سبتمبر مروراً بمشاهد الحروب والكوارث مثل تسونامي وآخرها فيديو مذبحة جامع النور في نيوزلندا 2019.

ان الهواة والأفراد العاديين غير المحترفين هم واقعياً عمالة مجانية لصناعة المحتوى فهم مسلحون بالتقنية وبالفضاء المتاح وقادرين على تصوير الأحداث اثناء وقوعها .

الامر يتعدى تصوير وتوثيق الأحداث والكوارث والقصاص اذ ان فضاء الإعلام الالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي أصبحت فضاء يتحول فيه أسهام وإنتاج الأفراد الى مادة يتم تداولها وتصبح ذات اثر ومنفعة جماعية مشتركة.

ان الفرد الهاو قد يلتقط صورة او يسجل فيديوهات يسرد فيه رؤية او حكاية لكن هذا النتاج قد يتحول بفعل الفضاء الالكتروني الى محتوى ذو اثر ابعد بكثير من البعد الشخصي او الفردي.

اذا كانت وسائل الإعلام والمؤسسات الإعلامية التقليدية مازالت غير قادرة على الاستفادة بشكل فعال من هذا الخيار فأن لديها خيار آخر وهو ان تسهم هي في صنع هذه المحتويات التي تتخذ من مواقع التواصل الاجتماعي فضاء لها.

نحن هنا بصدد التمييز بين نوعين من الانتاج المشترك. تكون الصيغة الاولى لهذا الانتاج تتصف بأنها تتم داخل فضاء الإعلام الالكتروني و يقابله نوع ثان هو الانتاج القائم على المستهلك- والشركة.

يسمى النوع الأول بالإننتاج الجماعي المشترك. **Collective Production** وهو الإنتاج الذي " يتعاون المستهلكين مع بعضهم البعض لإنتاج أشياء ذات قيمة لصالح مجتمع المستهلكين".<sup>44</sup>

اما النوع الثاني فهو انتاج المستهلك -الشركة والذي يشير الى سياق المستهلك والشركة اللذان يتعاونان لإنتاج أشياء ذات قيمة. إنتاج المستهلك -الشركة هو إنتاج يعمل فيه المستهلك بمعية الشركة .  
**Company -Consumer Production** والنقطة الفارقة هي إن الإنتاج المشترك الجماعي يتم بدون



مشاركة المؤسسات والشركات في كل مراحل إنتاج واستهلاكها. بينما إنتاج الشركة -المستهلك هو تعاون بين المؤسسة والمستهلكين.<sup>45</sup>

ويمكن لوسائل الإعلام التقليدية والمؤسسات الإعلامية بشكل عام ان تستفيد من هاتين الصيغتين اي صيغتي الإنتاج الذي ينتجه الأفراد فيما بينهم والإنتاج الذي تسهم في صنعه الشركات والمؤسسات نفسها. اذ أن جوهر الفكرة هو كون فضاء الإعلام الالكتروني يمكنه ان يكون مكثفيا بنسبة كبيرة إنتاجا واستهلاك للمحتوى أي ان فضاء الانترنت والإعلام الجديد يتيح إمكانية إنتاج جماعي مشترك داخل فضاء مستقل بمعزل عن وسائل الإعلام التقليدية التي يمكن ان تكون طرف وحسب وليس اللاعب الوحيد. بحيث تتم عملية الإنتاج والاستهلاك داخل هذا الفضاء نفسه. بينما النوع الثاني وهو الإنتاج المشترك بين المستهلكين والمؤسسات والشركات فان ذلك يعني ان هذه المؤسسات ينبغي ان تطور من أدواتها واستراتيجياتها بحيث تستفيد من هذا الفضاء الجديد المتاح بفضل تقنية الانترنت لتكون لاعبا مهما فيه يمتاز بمؤهلات الحرفية. و يمكننا ان نرى حسب الشكل التوضيحي فان القنوات والمؤسسات الإعلامية عليها ان تستفيد من هذا الفضاء الجديد في الإنتاج وفي الوصول للمستهلك الذي بات مؤهلا ليدبر ظهره لوسائل الاعلام التقليدية.

وهذا يجعلنا نحدد الخطوات التي يمكن ان تقوم بها المؤسسات والقنوات الاعلامية المختلفة تجاه هذا التحدي الجديد.

الخيار الأول ان تتجاهل تماما إمكانيات الإعلام الجديد وتتشبث بالنمط القديم والاعتماد فقط على إمكانيات وسائل الإعلام القديمة للوصول والتأثير في جمهور لم تعد وسائل الإعلام التقليدية مصدره الوحيد في المعلومات. وهذا الخيار لجأت اليه اغلب وسائل الإعلام الحكومية العربية لفترة طويلة اي الاتصال الأحادي الاتجاه متجاهلة إمكانيات وقدرات الإعلام الجديد. وهو خيار تبث انه متجاوز وغير مجد خاصة اثناء الأزمات.

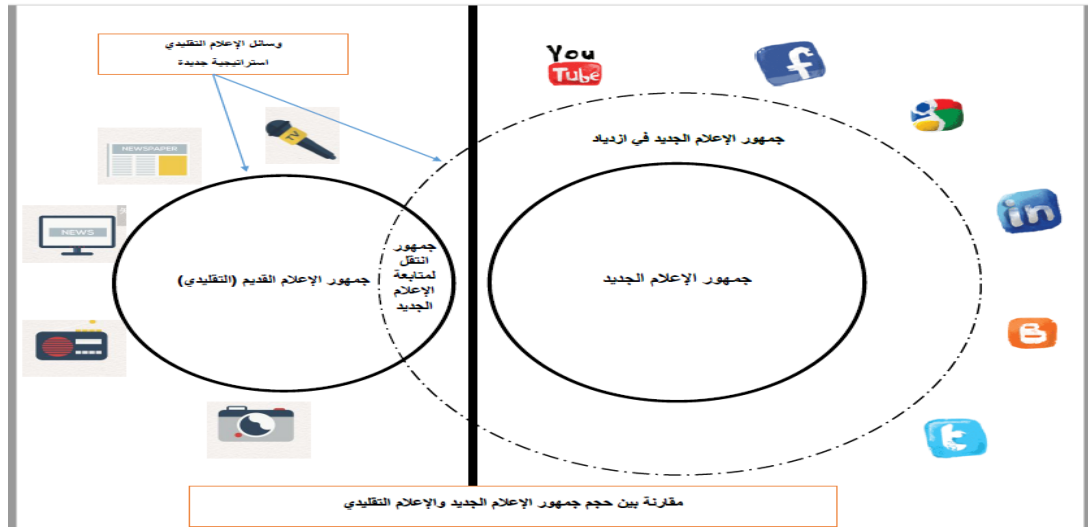
اما الخيار الثاني فهو ان تتعامل وسائل الإعلام التقليدية بحذر مع فضاء الإعلام الجديد وتستفيد منه فيما يخدم سياسات وتوجهات هذه الوسائل وتتعامل بانتقائية. ونلاحظ هنا ان المؤسسات والقنوات الإعلامية توظف المحتويات التي أنتجها ويتداولها الجمهور داخل فضاء الإعلام الالكتروني. وهذه خطوة ايجابية بلا شك لكنها غير كافية.

اما الخيار الثالث فهو إشراك المتلقي في الإنتاج أي توظيف الفضاء الالكتروني الجديد لإنتاج محتويات بمعية الجمهور وهنا تقف مع جمهورها بدرجة من الندية باعتبارها إطاراً منتجاً. اما نقطة التفوق والأفضلية لهذه القنوات والمؤسسات هو كونها هنا يمكن ان تدخل الفضاء ولديها مشاريع و اهداف تسعى لتحقيقها والجمهور او جزءا منه شريك في الإنتاج. الخطوة الثالثة هي ما يمكن ان نعتبره إستراتيجية فعالة وإيجابية. (انظر الشكل رقم 1).

هناك من يعتقد بأن على المؤسسات الإعلامية يجب ان تعمل على تشجيع الجمهور على توزيع المحتوى الذي هو أكثر اهمية من مشاركتهم في صناعته.<sup>46</sup>

حيث المتلقي يسهم في إنجاز عملية التوزيع. مصطلح المستخدم الموزع للمحتوى User- Disrupted Content او UDC هو العملية التي تلتقي فيها وسائل الإعلام مع شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الاستعمال المقصود لخدمات مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الأخرى ضمن جهود توسيع توزيع المحتويات الإعلامية.<sup>47</sup>

شكل رقم (1) مقارنة بين حجم الاعلام الجديد والاعلام التقليدي.



ان استراتيجيات التعامل مع واقع بات فيه الجمهور يصنع المحتوى ويلعب دور أساسي في التوزيع والتطوير والابتكار هو واقع يفرض على القنوات التلفزيونية بشكل عام بناء إستراتيجية جديدة تقوم على الاستفادة من

هذه الواقع والتخلي عن أسلوب التجاهل واعتبار فضاء الإعلام الإلكتروني فضاء للهواة وغير قادر على منافسة حرفية وقدرات قنوات التلفزيون.

وفيما يتعلق بالقنوات التلفزيونية الليبية والتي تعمل منذ سنة 2011 في ظل واقع سياسي يتسم بالخصوصية حيث لازالت ليبيا تعاني من غياب فعلي لمؤسسات الدولة وعدم قدرة ما هو موجود على العمل بفاعلية في ظل انقسام سياسي خلق حكومتين وبرلمان غير فعال وفوضى فيما يتعلق بتنظيم الإعلام. " وشهدت فترة ما بعد فبراير 2011 طفرة هائلة وتزايد عدد القنوات الليبية المرئية والمسموعة وعدد عناوين الصحف وبلغ في 2012 عدد القنوات 40 قناة مرئية ومسموعة و92 صحيفة يومية وأسبوعية.<sup>48</sup>

اما الصراع الذي اتخذ أوجه عسكرية في اغلب الأحيان فقد ادى الى هروب الكثير من القنوات تلفزيونية ذات توجهات مختلفة مما يعني ان ليبيا في الغالب ليست آمنة بالنسبة للإعلام . وصارت في اغلب الأحيان بيئة تخنق حرية التعبير وتكتم أنفاس الصحفيين حتى سجلت ليبيا معدلا مرتفعا بين دول العالم في مقتل الصحفيين . حيث بلغ عدد الصحفيين الذين قتلوا في الفترة ما بين 2011 الى 2019 حسب تقرير مراسلون بلا حدود 19 صحفيا.<sup>49</sup>

ويفترض ان التنوع و المناخ المتاح للقنوات الليبية التي وجدت ملاذا في الخارج يجعلها اكثر اهتماما بإشراك المتلقي والانفتاح على كل الآراء والاستفادة من المواد والمحتويات التي يصنعها الجمهور والتي هي لسان حاله و مرآة حياته اليومية . غير ان اغلب هذه القنوات توظف الآراء ووجهات النظر في حدود ضيقة و برامج محدودة مثل "برنامج آراء " الذي تبثه قناة ليبيا الحدث او "برنامج العشية "الذي تبثه قناة 218 وبرنامج "الرأي رأيك" الذي تبثه قناة ليبيا روحها الوطن. والملاحظة المشتركة هو ان القنوات الليبية توظف الآراء وتبرز ما يخدم طرحها بشكل او بآخر وبغض النظر عن مستويات الحيادية المتبعة وعدم الانقائية في تناول آراء وتعليقات الجمهور الليبي فان هذا التوظيف غير كاف ولا يعد الإستراتيجية المثلى لإشراك الجمهور المنتج للمحتوى في برامج هذه القنوات.

اذ ان فضاء مواقع التواصل الاجتماعي مليء بالأفكار والأطروحات ومليء بأشكال النتاجات الإعلامية المختلفة ولا تشكل الآراء والتعليقات والصور إلا جزءا بسيطا من إمكانيات هذا الفضاء الإلكتروني الريح.

ان هذه الدراسة تسعى للتعرف على آراء فئة مهمة من فئات المجتمع الليبي وهي فئة الطلاب في مدى فاعلية ونجاعة تناول الفضائيات الليبية لإسهامات ومشاركات الجمهور في صناعة المحتوى و من ناحية أخرى التعرف على مدى إقبال الطلاب على صناعة المحتويات الإعلامية وأشكال وصيغ هذه المحتويات.

وتظل هذه الدراسة محدودة لابد من إجراء دراسات أخرى تتعلق بتحليل المضمون للوقوف على النسبة الفعلية لإسهام الجمهور في صناعة محتويات البرامج المختلفة لهذه القنوات.

وقد حاولنا من خلال دراستنا لإسهام فئة الطلاب في صناعة المحتوى والمشاركة والتفاعل في البرامج التلفزيونية المختلفة للقنوات الليبية ان نلقي ضوء ولو بسيطا قد يفيد في تحديد الاتجاه لأبحاث مستقبلية تتعلق بالجمهور وصناعة المحتوى وكيفية تعامل القنوات الليبية مع هذه الإسهامات.

تسعى هذه الدراسة لمعرفة مدى قيام فئة الطلاب ب صناعة المحتويات الإعلامية المختلفة الصور والفيديوهات والنصوص المكتوبة المختلفة. ومدى الاهتمام بنشرها وأي المواقع او المنابر الإعلامية التي يسعون لاستخدامها لنشر او عرض هذه المحتويات.

وأیضا مدى انغماس هذه الفئة في متابعة القنوات التلفزيونية الليبية والتفاعل معها ومدى الإقبال واستخدام محتوياتها المرئية المختلفة.

كما تسعى ايضا للتعرف على مدى تفاعل و اهتمام هذه القنوات بمحتويات ونتاجات الجمهور.

## نظرية الدراسة

### 1- انتشار المبتكرات:

يمكن الاستفادة من نظرية انتشار المبتكرات وأطروحات كلا من روجرز وشوماكير Shoemaker & Rogers في تفسير استخدامات تقنية الانترنت وتوظيفها لصالح الأفراد حيث تفترض هذه النظرية ان المبتكرات تمر بمراحل اربعة أساسية هي : المعرفة او التعرف على الابتكار وجمع معلومات حوله. ثم مرحلة الإقناع وهي مرحلة يحدد فيها الفرد موقفه من هذه التقنية ثم مرحلة القرار وهي تعني ان الفرد قد قرر ان يتبنى او يرفض هذا المبتكر او ذلك. ثم مرحلة التدعيم وفيها يسعى الفرد الى تدعيم موقفه من المخترعات.<sup>50</sup>

كما ان هناك خصائص تؤثر في قبول وانتشار المبتكرات من حيث الميزة النسبية التي سيضيفها المبتكر او الاختراع الجديد وايضا درجة الملائمة ودرجة التعقيد والقبليية للتقسيم والتجزئة وأخيرا القبليية للتداول.<sup>51</sup>

اما مرحلة التبني لهذه المخترعات فتمر بخمسة مراحل اساسية حسبما يرى شوماكير وروجرز Rogers & Shoemaker هذه المراحل الخمسة هي مرحلة الوعي بالفكرة حيث يعلم الفرد بالمخترع لأول مرة ثم مرحلة الاهتمام بهذا المخترع والاطلاع او البحث فيما يتعلق به من معلومات ثم مرحلة التقييم وفيها يوازن الفرد بين تجاربه وخبراته ومعلوماته وما يتوقعه مستقبلا ثم مرحلة التجريب وفيها يخضع الفرد هذه المخترعات لنوع من الاختبار ولو على نطاق ضيق. اما المرحلة الخامسة والأخيرة فهي مرحلة التبني حيث يقرر فيها الفرد استخدام وتبني المخترع اذا ما قنع تماما بأهميته وجدواه.

هذه المراحل تتسم احيانا بالتداخل كما ان الفرد قد يقفز ويتخطى مرحلة او اكثر. وان المبتكرات قد يتم تبنيها ببطء ثم تنتشر بوثيرة أسرع وان هناك فروقات بين الأفراد فمنهم المبتكرون والمسارعون في تبني المبتكرات وهناك ايضا الغالبية المتأخرة ثم المتلكئون.<sup>52</sup>

يمكن ان نستفيد من هذه النظرية في الإشارة الى ان تقنية الانترنت رغم انها باتت متاحة ومستخدمة بشكل واسع فانها تخضع كتقنية مستخدمة لمنطق هذه النظرية خصوصا من حيث تقسيم الأفراد الى فئات تتبنى هذه التقنية وتطوعها وفئات قد تتعامل معها بتلكؤ.

كما يمكننا أيضا ان نستفيد من نظرية أخرى هي نظرية الاستخدامات و الاشباعات التي تفسر جانب آخر من أهمية تقنية الانترنت في حياة الأفراد وهو المتعلق باستهلاك المحتويات. فاذا كانت النظرية الأولى تفسر انتشار الانترنت كتقنية فان الثانية تفسر الإقبال واستهلاك المحتوى.

## 2- نظرية الاستخدامات والاشباعات:

وجوهر هذه النظرية هو التحول من فكرة قوة الإعلام الطاغية الى الجمهور الذين باتوا حسب هذه النظرية قوة فاعلة تختار بوعي ويقصد وسائل الاتصال المناسبة لإشباع حاجات او رغبات ودوافع نفسية واجتماعية. وحسبما يرى كاتز وآخرون ان اتجاه الاشباعات والاستخدامات يبنى على خمسة فروض أساسية وثلاثة أهداف.

1- ان الجمهور فعال في المشاركة في عملية الاتصال ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق اهداف محددة.

- 2- ان استخدام الجمهور لوسائل الاتصال تتأثر بالفروق الفردية والحاجات تتنوع باختلاف الأفراد.
  - 3- الأفراد يستخدمون بوعي وسائل الاتصال بغية إشباع حاجات معينة
  - 4- يختار الأفراد وسائل الاتصال التي تشبع حاجاتهم
  - 5- ان نمط استخدام الجمهور لوسائل الاتصال يمكن ان يفيد في التعرف على الأنماط الثقافية السائدة  
اما الأهداف الثلاثة فهي:
  - 1- معرفة كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال
  - 2- تفسير دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الناتج عن ذلك.
  - 3- ان نتائج استخدام وسائل الاتصال يقودنا إلى فهم العملية الاتصالية.<sup>53</sup>
- وتتحصّر أهم عناصر نظرية الإشباع ر في ستة عناصر أساسية هي مجمل جوانب وأبعاد النظرية وهي:

54

- 1- ان الجمهور نشط.
- 2- الأصول النفسية والاجتماعية التي تقف وراء استخدام الأفراد للوسائل الاعلام.
- 3- دوافع اجمهور وحاجاته التي يسعى لإشباعها من وسائل الإعلام.
- 4- التوقعات من وسائل الاعلام.
- 5- التعرض لوسائل الاعلام .
- 6- اشباعات وسائل الإعلام.

ان هذه النظرية احدث تحولا في دراسات المتعلقة بالإعلام حيث باتت تنظر الى ان الجمهور لم يعد ذاك المتلقي السلبي الذي يؤثر فيه الاعلام بوسائله المختلفة وتقوده حيث تشاء بل ان الجمهور هو متلقي يتعامل مع وسائل الاعلام بوعي ويتعامل مع هذه الوسائل ويستخدمها بقصد ونية ومسبقة بغية الوصول الى اهداف محددة.

كما ان هذا الجمهور الذي يرتبط افراده ببيئة اجتماعية وثقافية معينة فان احتياجاته وأهدافه وتعامله يتأثر بهذه البيئة وهذه الظروف. وبالتالي فان تعرضه لوسائل الاعلام والاحتياجات الفردية التي يسعى الافراد لإشباعها عبر وسائل الإعلام تتأثر بهذ البيئة بالإضافة الى الفروقات المتعلقة بالعمر والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي التي تلعب دور في التعرض لوسائل الاعلام.<sup>55</sup>

هناك ايضا الجانب المتعلق بوجود دوافع للأفراد للتعرض لوسائل الاعلام وان كانت هناك اختلافات بين الباحثين في حصرها فان جميع دراسات الاتصال تشير الى ان هذه الدوافع اما طقوسية Ritualized Motives وتتمثل في الرغبة التسلية والترفيه و البحث عن صداقات والهروب من المشاكل او ضغط الواقع وهناك دوافع منفعية instrumental Motives او غائية وتتمثل في الرغبة في التعلم والاستكشاف وتطوير الخبرات.<sup>56</sup>

وبالتأكيد فان اغلب جوانب هذه النظرية يمكن ان ينطبق على واقع الإعلام الجديد الذي يتيح للأفراد مرونة أكثر من حيث الاستخدام وإشباع الحاجات. غير ان اغلب الباحثين المتحمسين لنظرية الاشباع والاستخدامات يتفقون على ان مفهوم الفاعلية والجمهور يجب ان تتم مراجعته حين يتم تطبيق النظرية على الدراسات المتعلقة بالانترنت. وحسب هؤلاء الباحثين فان هناك اختلافات بين الأفراد فبعضهم لديه هدف يسعى اليه من وراء زيارة موقع محدد.آخرون ربما ليهم فضول ويجوبون صفحاته بحثا عن التسلية والمتعة.كما ان هناك مجموعات المناقشة او الحوار عبر الانترنت فهناك أيضا فئة تجوبه بصمت ودون أي تفاعل.<sup>57</sup>

#### الدراسات السابقة:

#### — الدراسة الأولى:

دراسة قام بها شاشنق ساكسينا Shashank Saksena بجامعة جورجيا بامريكا حول تطور استخدام الطبعات الالكترونية في الصحف الأمريكية. واستخدم الباحث أسلوب المقابلة عبر الهاتف لناشري الصحف اليومية في ولاية واحدة في جنوب شرق الولايات المتحدة. وقد تركزت الدراسة بالاساس على عمليات ادارة التقنية التي تبناها مديري الصحف اليومية عندما اصبحوا يواجهون تقنية الانترنت الجديدة في التسعينيات.<sup>58</sup>

اجريت الدراسة على 23 صحيفة بنسبة 68% من مجموع صحف الولاية. وتم استجواب 13 ناشر يديرون صحيفة يومية. واطهرت الدراسة ان عملية إدارة التقنية innovation-management process المستعملة من قبل الصحف كانت غير منظمة وارتجالية. وهناك درجة منخفضة من البحث وتخصيص الموارد

ومستوى محدود من مشاركة قسم التحرير ونسبة قليلة من الصحف تستعمل كل إمكانيات والخصائص التي تتيحها تقنية الانترنت .<sup>59</sup>

واظهرت الدراسة ان 67% من الصحف كانت قد بدأت طبعاتها الالكترونية على الانترنت في سنة 1998 او بعد ذلك. وان مايقارب من 58% من المبحوثين اعتبروا انه حين نشروا طبعاتهم الالكترونية بان الانترنت تقنية سلبية وسيكون ذو شعبية بمستوى الصحافة المطبوعة و التلفزيون والراديو. واعتقد 42% ان الانترنت سيقصر على شريحة من السكان او سيبقى وسيلة ثانوية.<sup>60</sup>

اظهرت الدراسة ان الصحف تستخدم الانترنت لتقديم محتويات بصيغ جديدة لا توفرها النسخة المطبوعة التقليدية. وأظهرت ان 70% من الصحف ذات الطبعات الالكترونية تقدم للقارئ اربعة او اقل من صيغ التفاعلات.<sup>61</sup>

أهمية هذه الدراسة في الواقع تسلط الضوء على كيفية التعامل مع التقنيات الجديدة من قبل الصحف والناشرين وكيف يقيمونها كتقنية. وما اذا كان هناك إستراتيجية مدروسة لتبني هذه التقنية في الصحف اليومية. ورغم ان الدراسة أصبحت ذات قيمة تاريخية ضمن دراسة تطور الصحافة الالكترونية في الغالب باعتبار انها درست حقبة التسعينيات إلا ان الموضوع يكاد يكون نفسه الذي تواجهه القنوات التلفزيونية اليوم مع التقنية والجمهور صناعة المحتوى .

#### — الدراسة الثانية:

قامت بها ديورا بيتيجا وآخرون في ايطاليا حول تأثير التمازج او التلاقي في اقبال الجمهور على وسائل الاعلام. وكيف تواجه الشركات التغير الذي يطراء على مستهلكي وسائل الإعلام نتيجة التمازج والتلاقي . وتم إجراء إتباع أسلوب المقابلة مع عينة مكونة من 50 فرد للتعرف على الادوات والتقنيات وسياق استخدامها.

كما شملت العينة ايضا إجراء مقابلات هاتفية مع 3000 فردا تراوحت أعمارهم بين 15 الى 64 وأيضا تم إجراء مقابلات مع 1500 فرد بأسلوب المقابلة المباشرة.<sup>62</sup>



واظهرت الدراسة حول صلة كل تقنية مستعملة بحاجات الجمهور ان نسبة 65% يعتمدون على التلفزيون في الترفيه بينما 27% يستعملون الكمبيوتر في التواصل وفي العلاقات بينما نسبة 63% يستعملون الهواتف الذكية لنفس الغرض.<sup>63</sup>

#### – الدراسة الثالثة:

قام بها ماكبرايد (MacBride J (2015) حول تاثير مواقع التواصل الاجتماعي في مشاهدة التلفزيون وتركزت على موقع تويتر بشكل خاص. وتم اجراء استبيان مع 49 امراء تراوحت اعمارهن بين 18 الى 23 سنة . وجريت الدراسة على عينة مكونة من طلاب وموظفات بجامعة Akron وقد استخدمت الدراسة الاستبيان عبر البريد الالكتروني للتعرف على مدى استخدام موقع تويتر في التفاعل مع ثلاثة برامج تلفزيونية هي Glee, American Idol project Runway واهم ماخلصت اليه الدراسة هو ان افراد العينة يستخدمون تويتر في الاطلاع والقراءة حول البرامج اكثر منه في الانغماس في المشاركة والتعليق والتفاعل الحي مع البرامج.<sup>64</sup>

وما يمكن ان نستقيده من هذه الدراسات هو ان التقنية المتاحة امام الجمهور اليوم غيرت في نمط استهلاكهم لوسائل الاعلام والتفاعل معها.

اما كيف تستجيب المؤسسات الإعلامية وخاصة القنوات التلفزيونية لهذا التحول فهو ما سنحاول التعرف عليه و تحديد ملامحه.

#### مشكلة الدراسة:

تتمحور مشكلة الدراسة حول معرفة مدى إسهام فئة الطلاب في صناعة المحتوى الإعلامي عبر ما بات متاح من إمكانيات في وسائل الإعلام الجديد..كما ان التعرف على مدى تقبل فئة الطلاب وهي الفئة المتعلمة و المثقفة والمؤهلة اكثر من غيرها من شرائح المجتمع على استعمال تقنيات وإمكانيات الإعلام الجديد والقدرة على المشاركة الفعالة في صناعة المحتويات الإعلامي.

#### أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة في جانبها الميداني رصد وتحليل آراء الطلاب والتعرف على درجة مشاركتهم في صناعة المحتوى والتفاعل مع القنوات اللببية، وتندرج تحت الهدف الرئيسي للدراسة عدد من الأهداف ، وهي على النحو التالي:

- التعرف على مدى إقبال الطلاب على صناعة المحتويات الإعلامية. بهذا النوع من البرامج والأسباب التي تقف وراء متابعتها؟
- التعرف على اهم منصات مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة كفضاء لنشر المحتويات الإعلامية من قبل الطلاب.
- التعرف على صيغ وقوالب وأشكال إسهامات أفراد العينة في صناعة المحتوى

#### تساؤلات الدراسة:

- ما أشكال تفاعل فئة الطلاب مع القنوات التلفزيونية الليبية ؟
- ما مدى مشاركة الطلاب في صناعة المحتويات الإعلامية؟.
- ما صيغ وقوالب المحتويات التي يصنعها الطلاب ؟
- ما أهمية الإعلام الالكتروني في صناعة واستهلاك المحتوى بالنسبة للعينة؟
- ما أهم المنابر والمواقع التي يقصدها الطلاب في نشر واستهلاك المحتويات الإعلامية؟

#### الفرضيات:

- ان الطلاب يقومون بنشاط فعال في صناعة المحتويات الإعلامية.
- ان الطلاب يتفاعلون مع القنوات التلفزيونية الليبية ؟
- مواقع التواصل الاجتماعي أهم منابر صناعة المحتوى
- ان للطلاب مهارات في صناعة أشكال مختلفة من المحتويات الإعلامية نصوص ورسوم وصور وفيديوهات يتم نشرها ومشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ان القنوات التلفزيونية الليبية توظف بقدر بسيط ما ينتجه جمهورها من محتويات.

#### نوع الدراسة ومنهجها:

- تقع الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وتستند إلى منهج الدراسات المسحية لمسح الجمهور من أجل للحصول على البيانات المطلوبة المتعلقة بموضوع الدراسة.

#### مجتمع الدراسة والعينة:

#### – مجتمع الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في طلاب جامعة طرابلس مجتمعا باعتبارها اكبر جامعات ليبيا.

**عينة للدراسة:**

تم اختيار 120 مفردة باتباع أسلوب العينة العمدية لم ترجع منها 5 لذلك تم احتساب العينة من 115 وقد تم توزيع الاستمارات في ثلاثة كليات هي القانون والزراعة والعلوم خلال الفترة من 18 ديسمبر 2018 الى 22 يناير 2019 م ،وتعتبر العينة العمدية احد أنواع العينات غير الاحتمالية والتي تعتمد على قيام الباحث باختيار مفردات العينة بناء على خبرته الشخصية وتقييمه الشخصي للخصائص التي يجب توافرها في عينة الدراسة.<sup>65</sup>

**أدوات جمع البيانات:**

اعتمد الباحث في الجانب النظري والفكري للدراسة على النتائج المتعلقة بصناعة المحتوى من خلال عدد من الكتب والبحوث العربية والغربية.

أما الجانب الميداني فقد اعتمد الباحث على استمارة الاستبيان الذي استهدف شريحة الطلاب في جامعة طرابلس .

**عرض وتحليل البيانات:****أولاً : خصائص العينة:**

جدول رقم ( 1 ) توزيع افراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
31.3%	36	ذكر
68.7%	79	انثى
100%	115	المجموع

يظهر الجدول رقم (1) توزيع افراد العينة بين الجنسين حيث يتبين ان نسبة الاناث هي ضعف نسبة الذكور تقريبا بنسبة تقارب من 69% من مجموع المبحوثين.

## ثانيا: اتجاهات افراد اعينة نحو نشر النتاج الاعلامي:

جدول رقم ( 2 ) مدى نشر المحتويات الإعلامية في المواقع الالكترونية

النسبة	التكرار	مدى النشر
33.0%	38	لا ابدا
7.8%	9	نادرا
22.6%	26	احيانا
27.0%	31	غالبا
9.6%	11	دائما
100%	115	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (2) ان هناك اتجاه وميل لنشر النتائج من قبل الجمهور وان اختلفت درجات المواظبة حيث نرى ان مجموع نسبة الذين ينشرون نتاجهم غالبا او دائما يقارب من 40% في حين نسبة الذين لا يميلون للنشر نسبة 33%. وتعكس النسب مدى اهتمام عينة الدراسة والتي هي فئة مثقفة وذات ميل طبيعي للمشاركة والتفاعل مع المحيط الاجتماعي عامة والمنابر الاعلامية بشكل خاص.

## ثالثا: أهم المواقع المفضلة من افراد العينة لنشر الاسهامات والنتاج

جدول رقم ( 3 ) المواقع المفضلة للجمهور لنشر المشاركات

النسبة	التكرار	المواقع الأكثر تفضيلا لنشر أعمالك
8.7%	10	تويتر
93.0%	107	فيس بوك
8.7%	10	اليوتيوب
0%	0	لنكدان
0.9%	1	بيترست
5.2%	6	واتس اب
3.5%	4	جوجل وجوجل بلس
40.9%	47	انستجرام

سُمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

يظهر الجدول رقم (3) اهم المواقع المفضلة في نشر الإسهامات والنتائج المختلفة. حيث يحظى موقع الفيس بوك بالنسبة الاعلى وهي 93% فيما كانت نسبة 40% لموقع انستجرام. و بنسب اقل كل من اليوتوب وتويتر.

#### رابعاً: اهتمام القنوات الليبية بنتائج افراد العينة:

جدول رقم (4) مدى اهتمام القنوات الليبية بمساهمات الجمهور

النسبة	التكرار	مدى الاهتمام
74.8%	86	لا
25.2%	29	نعم
100.0%	115	الإجمالي

يبين الجدول رقم (4) تقييم الجمهور لمدى انتباه والتفات القنوات الليبية لإسهاماتهم ونتائجهم. حيث اجاب نسبة 75% تقريبا ان القنوات لا تهتم بنتائجهم فيما نسبة 25% اجابوا بان القنوات اهتمت بنتائجهم. ورغم ان النسبة الاعظم لم تنتبه القنوات لإسهاماتهم فان وجود نسبة 25% ممن انتبهت اليهم القنوات نسبة تعد ايجابية جدا وان القنوات لا تتجاهل بشكل تام هذا الجمهور.

#### خامساً: درجات تفاعل الاخرين مع نتائج افراد العينة

جدول رقم (5) درجة التفاعل مع مساهمات الجمهور

النسبة	التكرار	هل يتفاعل الاخرون مع اسهاماتك؟
3.5%	4	لا ابدا
5.2%	6	نادرا
32.2%	37	احيانا
36.5%	42	غالبا
22.6%	26	دائما
100.0%	115	الإجمالي

يبين الجدول رقم (5) درجات تفاعل الآخرين مع مختلف الاسهامات والنتائج لأفراد العينة،

ويظهر ان نسبة التفاعلات مع هذه المنتجات مرتفعة اذ ان نسبة الذين يرون ان التفاعلات غالبا ما تحدث نسبة 36% والذين يرون انها احيانا نسبة 32% مما يعني ان هناك اهمية بشكل او باخر لهذه المنتجات ويتم ترجمه هذه الاهمية من خلال اشكال التفاعل المختلفة مع الاخذ في الاعتبار ان هذه المنتجات تتم من قبل الجمهور نفسه وه تتم من قبل افراد عاديين غير محترفين في الغالب.

سادسا : مواظبة افراد العينة على متابعة القنوات الليبية:

جدول رقم ( 6 ) مدى مواظبة الجمهور على متابعة القنوات الليبية

النسبة	التكرار	درجة المواظبة
33.9%	39	حسب الظروف
14.8%	17	نادرا
20.9%	24	احيانا
21.7%	25	غالبا
8.7%	10	دائما
100.0%	115	الإجمالي

يظهر الجدول رقم (6) مدى المواظبة على متابعة القنوات الليبية حيث يلاحظ ان نسبة المواظبين بشكل دائم منخفضة جدا حيث بلغت نسبتهم ما يقارب 9% فقط.بينما ترتفع نسبة الذين يشاهدونها حسب الظروف بنسبة 34% وهذه النسب ينبغي اعتبارها مؤشرا على ضرورة عمل القنوات الليبية على الرفع من مستواها واهميتها لدى هذه الفئة من الجمهور وهي فئة الطلاب والشباب .

سابعا: درجات تواصل افراد العينة مع القنوات الليبية:

جدول رقم ( 7 ) مدى تواصل الجمهور مع القنوات الليبية

النسبة	التكرار	مدى التواصل
48.7%	56	لا ابدا
23.5%	27	نادرا
9.6%	11	احيانا
11.3%	13	غالبا
7.0%	8	دائما
100.0%	115	الإجمالي

يبين الجدول رقم (7) نسب درجات تواصل الجمهور الليبي مع القنوات الليبية وظهرت النسبة الأكبر حوالي 49% او مايقارب من النصف انهم لايتواصلون ابدا مع القنوات الليبية وهذه نسبة مرتفعة تؤشر الى وجود خلل ما في العلاقة بين القنوات ولجمهور . خاصة مع توافر اشكال التواصل والتفاعل .

**ثامنا : التفاعل افراد العينة مع المواد والبرامج التلفزيونية الليبية.**

**جدول رقم ( 8 ) درجة تفاعل الجمهور مع المواد والبرامج التلفزيونية الليبية**

النسبة	التكرار	درجة التفاعل
10.4%	12	لا تفاعل معها
46.1%	53	بدرجة قليلة
35.7%	41	بدرجة متوسطة
7.8%	9	بدرجة عالية
100.0%	115	الإجمالي

الجدول رقم (8) يبين مدى اقبال الجمهور الليبي على التفاعل مع المواد والبرامج التلفزيونية الليبية. وهذه مسألة مهمة في عالم اليوم الذي اصبح فيه بالامكان تلقي رد الفعل بشكل سريع ومباشر وتوافر وسائل ومناير مختلفة لنشر ونقل هذه التفاعلات.

ونلاحظ ان ان هناك ميل للتفاعل بدرجة اكبر وان تركزت النسبة الأكبر في خانة المتوسط.

حيث ان النسبة الاكبرهي للذين يتفاعلون بدرجة قليلة ونسبتهم 46% وبدرجة متوسطة 36% تقريبا.واضح من خلال النسب ان التفاعل هو في مستوى المتوسط وان مايقارب 11% فقط هم من لايتفاعلون ابدا مع البرامج والمواد التلفزيونية .

## تاسعا: اهتمامات القنوات الليبية بالنتائج الاعلامية المختلفة لافراد العينة:

جدول رقم ( 9 ) تقييم الجمهور لاهتمام القنوات الليبية بنتائجهم

النسبة	تكرار	اهتمام القنوات التلفزيونية بنتائج الجمهور
74.8%	86	لا
25.2%	29	نعم
100.0%	115	الإجمالي

يظهر الجدول رقم (9) تقييم افراد العينة لاهتمامات القنوات الليبية بنتائجهم الاعلامية المختلفة .حيث يرى نسبة 74.8% تقريبا ان القنوات الليبية لم يسبق وان اهتمت بنتائجهم بينما 25.2% اجابوا بانه اهتمت بهم.

ورغم تدني نسبة الذين اهتمت بنتائجهم القنوات الليبية الا انها من ناحية اخرى مؤشر ايجابي اذ ان وجود هذا الاهتمام وبهذه النسبة اذا ماوضعنا في الاعتبار تجربة القنوات الليبية الحديثة نسبيا ووضعية الاوضاع في ليبيا وعدم اتاحة المناخ الصحي للعمل الاعلامي بسبب الحروب والاضغاط الامنية . ورغم كل ذلك فان نسبة من الجمهور تجد استجابة من هذه القنوات .

## عاشرا : صيغ واشكال النتائج التي تتم مشاركتها مع الاخرين:

جدول رقم ( 10 ) نوع المساهمات المفضلة للمشاركة مع الآخرين

النسبة	التكرار	أنواع الإسهامات
55.7%	64	صور
20.0%	23	فيديوهات
43.5%	50	نصوص مكتوبه

سُمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

يوضح الجدول (10) اشكال وصيغ النتائج والاسهامات التي يتشاركها فراد العينة مع الآخرين،حيث ارتفعت نسبة الصور والنصوص بنسبة 55.7% ونسبة 43.5% على التوالي وبنسبة اقل للفيديوهات . واذا اخذنا في الاعتبار عامل الوقت الذي يدفع الجمهور اكثر للاستهلاك النصوص القصيرة او الصور وكلها تتسم بتركيز الافكار بينما الفيديوهات تتطلب وقتا اطول وتركيز اكثر اضافة الى عامل تقني مهم وهو ان



الفيديوها كثيرا ماتتطلب سرعة وسعة اكبر في الاجهزة المستخدمة وهي كثيرا ماتكون عائق امام فئلت واسعة من الجمهور وعزوفه عن الفيديوهات.

حادي عشر: الصيغ التفاعل المستخدمة مع نتاجات افراد العينة:

جدول رقم ( 11 ) المواقع الالكترونية المفضلة للتفاعل ونشر إسهامات الجمهور

النسبة	التكرار	المنبر المفضل
7.8%	9	تويتر
79.1%	91	فيسبوك
16.5%	19	اليوتيوب

سُمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

الجدول رقم ( 11 ) ايضا من بين الذين اجابوا بانهم ينشرون نتاجهم واسهاماتهم فقد اظهرت النتائج ان المواقع المفضلة للنشر على راسها يقف فيس بوك حيث احتل المركز الاول بنسبة 79.1% ثم يوتيوب بنسبة 16.5% بينما تويتر احتل النسبة الاقل وهي 7.8%.

ثاني عشر: صيغ التفاعل مع إسهامات الجمهور:

جدول رقم ( 12 ) يبين صيغ التفاعل مع إسهامات الجمهور

النسبة	التكرار	طبيعة تفاعل الآخرين
27.0%	31	مشاركات
20.9%	24	مشاهدات
47.8%	55	تعليقات
58.3%	67	تسجيل اعجاب

سُمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

يبين الجدول (12) ان الآخرين يتفاعلون باشكال مختلفة مع نتاجات افراد العينة وان الصيغ الاكثر هي شكل تسجيل الاعجاب بنسبة 58.3% من مجموع الذين يتفاعلون مع النتاجات الاعلامية المختلفة. بنسبة 47.8% تتخذ شكل التعليقات ثم المشاركات والمشاهدات بنسب متقاربة حيث ان بنسبة 27% للمشاركات ونسبة 20.9% للمشاهدة.

## ثالث عشر: وسائل وادوات تواصل افراد العينة مع البرامج المباشرة للقنوات الليبية:

جدول رقم ( 13 ) وسائل وادوات تواصل افراد العينة مع البرامج المباشرة للقنوات الليبية

النسبة	التكرار	الوسيلة
6.7	4	مكالمة هاتفية
44.1	26	الانترنت
37.3	22	الايمل
54.2	32	الفيديوك
1.7	1	تويتر

مجموع من سئلوا 59 الذي يتواصلون مع برامج القنوات الفضائية الليبية، وسمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة

يظهر الجدول (13) ان افراد العينة يتواصلون بأشكال مختلفة مع البرامج المباشرة للقنوات التلفزيونية ويتصدر الفيديوك هذه الوسائل حيث ان نسبة 54.2% من الذين يتواصلون مع القنوات الليبية ويستخدمونه للتواصل والتفاعل مع البرامج المباشرة. وان نسبة 44.1% تقريبا تتواصل عبر الانترنت بشكل او آخر للتواصل مع البرامج المباشرة.

ونلاحظ ارتفاع نسبة الذين يتفاعلون عبر الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بالمقارنة مع الهاتف مثلا.

## مناقشة نتائج الدراسة:

1- ان نسبة مرتفعة من افراد العينة تميل لنشر نتائجها ، ويحتل موقع الفيس بوك وموقع انستجرام اهم المواقع لنشر نتائج افراد العينة .

2- ان الجمهور نشط وان هناك اتجاه لنشر هذه المنتجات والاسهامات سواء كانت صور او رسوم او نصوص او فيديوهات.من ناحية اخرى هناك برامج ومنابر تسمح بهذا النشر دون شروط الاحترافية والتخصص مما يعني ان البرامج التقني المتاح يصبح نافذة لكل مستخدم تقريبا ويمكنهم من الوصول لجمهور واسع . ورغم تواضع نسبة الذين يرون ان القنوات اهتمت بهم فان هذه النسبة المتواضعة لها ما يبررها حيث حداثة تجربة القنوات الليبية فاعلها ظهر للوجود بعد التحول السياسي في ليبيا سنة 2011، من ناحية اخرى فان القنوات ستراعي بعض المعايير بالتاكيد وخاصة الجودة او مستوى الحرفية والمضمون وبالتالي فان نسبة 25% ممن يعتبرون القنوات الليبية تهتم بنتائجهم تعد مؤشرا إيجابيا دون شك.

3- من حيث تفاعل الجمهور مع هذه النتائج فان نسبة التفاعلات مع هذه النتائج مرتفعة ، مما يعني ان هناك اهمية بشكل او باخر لهذه النتائج وان التفاعلات تحدث وان هناك جمهور يتابع هذا البراح ويتفاعل معه.

4- بالنسبة للكيفية التي يترجم بها التفاعل فقد تعددت بين التعليق والمشاركة وتسجيل الاهتمام او الاعجاب، وكلها صيغ وقوالب اصبحت بمثابة لغة تفاعل خاصة مع البراح الالكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي، وارتفعت نسبة الصور والنصوص بقرانة بالقوالب الأخرى.

5- جاء فيس بوك في المرتبة الأولى بين المواقع المفضلة للنشر ثم يوتوب في المرتبة الثانية، و لاشك لان طبيعة المواد بالدرجة الاولى هي من يحدد المنبر الانسب لكن لايجب ان نغفل الاسباب التقنية حيث ان متابعة الفيديوهات يتطلب سرعة وخدمة انترنت قد لاتكون متاحة عند اغلبية افراد العينة مما يعني ان المادة الاولى ستكون نصوص او رسوم وصور ثابتة باعتبار ان متابعتها ممكنة تقنيا وايضا يجب ان ناخذ في الاعتبار الاتجاه نحو المواضيع المكثفة والمختصرة مثل الصورة الثابتة او التعليق القصير. مما يعني متابعة مواضيع تستدعي وقت اطول وتركيز اكثر ستكون اقل جاذبية.

6- يتواصل افراد العينة باشكال مختلفة مع البرامج المباشرة للقنوات التلفزيونية وهذا مؤشر على ان الجمهور فاعل ونشط وان لديه التقنيات المناسبة التي تمكنه من التواصل والتفاعل.

ويتصدر الفيسبوك هذه الوسائل او القوالب حيث ان نسبة 28% من الذين يتواصلون مع القنوات الليبية ويستخدمونه للتواصل والتفاعل مع البرامج المباشرة. وان نسبة 23% تقريبا تتواصل عبر الانترنت بشكل او آخر للتواصل مع البرامج المباشرة.

واذا كان لنا ان نسمي ملامح العلاقة بين القنوات الليبية والجمهور فاننا نخلص الى وجود علاقة وتفاعل وان كان بمستويات متواضعة وان الخطوة المهمة التي يجب القيام بها هي ان على القنوات الليبية الاستفادة من براح قائم يسهم الجمهور في انتاج محتواه وبالتالي عليه الاستفادة منه في افساح مجال لها و توظيف المادة في برامجها وان التواصل مع الجمهور واشراكه في انتاج المحتوى يسهم في تقوية العلاقة بين القناة وجمهورها.

## خلاصة وتوصيات :

ان العلاقة بين القنوات التلفزيونية الليبية وجمهورها مازال يستدعي البحث وان دراستنا هذه والتي اتخذت من شريحة اجتماعية واحدة وهي الطلاب موضوع للدراسة يمكن ان تكون نتائجها مؤشرا مهما ولكن غير كاف اذ يستدعي الامر اجراء دراسات اوسع خاصة على المستوى الوطني الشامل. وهذا لاشك يفيد في التعرف على حاجات ومتطلبات الجمهور ويسهم في وضع اسس وملامح استراتيجية للاعلام الليبي .

اما الدراسات المتعلقة بالاعلام الالكتروني وتأثير ذلك على الاعلام التقليدي خاصة في ليبيا هو موضوع يستدعي البحث والمزيد من الاهتمام . خاصة وان هناك مؤشرات الى تراجع اهمية الصحافة المكتوبة مثلا في مقابل تزايد المواقع الالكترونية وهي ظاهرة ملحوظة في ليبيا من خلال محدودية عناوين الصحف الورقية المعروضة في الاسواق والمكتبات. هذا بالاضافة الى ضرورة دراسة طبيعة نتاجات واسهامات الجمهور المختلفة والمواد الإعلامية الأكثر استهلاكاً او قبولاً بشكل عام هل هي صور ام رسوم ام نصوص.. الخ

ان القنوات الليبية رغم الظروف الصعبة وعدم الاستقرار السياسي الذي تشهده ليبيا منذ 2011 فانها تجربة تستدعي التقييم والمتابعة خاصة اذا وضعنا في الاعتبار ان اغلبها يعمل من خارج ليبيا وان لديها مساحات من الحرية في التناول والطرح ما يؤهلها لان تكون منابر ذات درجة من الاهمية لدى الجمهور الليبي. تستطيع فيه ان تنافس القنوات العربية والدولية الاخرى.

## الهوامش:

1- Lawson-Borders, G. (2003). Integrating New media and old media seven observation of convergence as a strategy for best practices in media organization. The international journal on media management ,5(2)p92.

2-Ibid,p92

3-Ibid,p93

4-Ibid,p93)

-Walvaart ,M et al (2018) Production perspectives on audience participation in television: On, beyond and behind the screen, The International Journal of Research into New Media Technologies, 1-15 ,p 3.

6- ibid ,p3.

Villi, Mikko; et al (2017 ) **Sharing Media Content in Social Media The Challenges and Opportunities of UDC (User-Distributed Content)** Journal of Applied Journalism and Media Studies, 6 (2), 207-223.

doi:10.1386/ajms.6.2.207\_1p 210.

8-(Noguera et al.,2013 The Role of the Media Industry When Participation is a Product, In Carpentier, N., Schroeder, K., and Hallett, L. (Eds.), Audience Transformations: Shifting Audience Positions in Late Modernity (pp. 172-190). UK: Routledge .p28-8

9 - Walvaart ,M et al (2018) ibid ,p 4)

10 (Villi .M ,2017,ibid,p211)

11- Walvaart ,M et al (2018) ibid p 3)

12) ibid p 3)

13- ibid, p 40)

- Ashlee Humphreys.A & grayson.K (2008)The intersecting roles of consumer and producer a critical perspective on co production co creation and presumption, Sociology Compass 2(3):p 963-980.p15.

15-ibid,p 15

16- ( (Villi M, M,2017,ibid,,p208) )

17- ibid ,p208)

18- ابراهيم علي عمر - الجمود التنظيمي للاعلام الليبي في مرحلة التحول نحو الديمقراطية وانعكاس ذلك على ادائه- المجلة العلمية لكلية الاداب جامعة دمياط المجلد الاول العدد الثاني 2012 ص154

19- تاريخ الزيارة 19-03-2019 <https://rsf.org/22-junary-2019>

20 - - حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد/ الاتصال ونظرياته المعاصرة الدار المصرية اللبنانية الطبعة العاشرة 2012.ص378

21- المرجع نفسه ص379

22- المرجع نفسه ص (283)

23- المرجع نفسه ص 241-240

24- ال صمرجع نفسه ص (243)

25- المرجع نفسه ص (244)

26- المرجع نفسه ص (247)

- Ruggiero T,(2000) Uses and Gratification Theory in the 21century, Mass communication & society 3(1).p20 -27

Shashank Saksena(2002) U.S Newspapers &the Development of Online Editions.The international Journal on Media Management Vol .4 no 2(75-84).p77

ibid,p78 - 29

ibid,p79 -30

ibid,p82 -31

- Bettiga D,Boaretto A,chen S(2013)Exploring media Convergence evidence from Italy.International Journal Of -32  
Engeneraing Buseness Management.vol,5,53pp3,4.

33- المرجع نفسه ص 4

- McBride, Marie J(2015) social media & Audience Participation in Regard to television, Honor research - 34  
project6.pp4,5.

35- روجر ويمر و جوزيف دومنيك، مقدمة في أسس البحث العلمي ، ط 2، دار آرام ،الأردن ،1998ص 100.

## وسائل الاتصال في الدولة الأموية بالأندلس في عصر الأمانة

138 / 299 هـ / 756 / 911م

د . محمد فرج مادي حسن .. جامعة الزيتونة / كلية الآداب

### مقدمة

ظهرت أهمية الاتصال كعامل مهم في استمرار الحياة وأزدهاها على وجه الأرض منذ زمن بعيد , ولعبت وسائل الاتصال دوراً كبيراً في حياة البشرية وتقدمها , واستعان الانسان منذ بدء الخليقة بأساليب متنوعة ووسائل كثيرة للتعامل في الحياة والتفاهم مع الناس وفي التعبير عن أفكاره وأرائه , ولم تكن الكلمة المنطوقة هي أسلوبه الوحيد في ذلك بل لجأ إلى الرموز والإشارات وجعل فيها لغة التفاهم , كما استعان بالوسائل المحسوسة في التعامل بين الناس بعضهم البعض.

ومنذ أن قامت الدولة الأموية بالأندلس عام 138 هـ / 756 م وحدث الاستقرار بين الناس بعد القضاء على أعدائها سواء كان خارجياً أو داخلياً , بدأت الدولة في العمل على وجود وسائل اتصالات لتنظيم الحياة اليومية بين سكان الأندلس الاصليين من أفرنجة ويهود وغيرهم وذلك من أجل التفاهم فيما بينهم ومعرفة كل منهم للآخر , وكذلك بعد أن قسمت البلاد إلى مناطق تبعد كل منها عن بعضها البعض مسافات طويلة , إضافة إلى حاجتها بالتواصل مع العالم الخارجي لأحاطتها بجيرانها , عليه بحث أهل الأندلس عن وسائل اتصالات تفي بهذه الاغراض لان متطلبات الحياة تستوجب ذلك , وتدخل الاتصالات في عدة مجالات منها الدينية لمعرفة مواقيت الصلاة ومواعيد الامساك عن الطعام والشراب في حالة الصيام , وتعريف أهل الأندلس الذين دخلوا إلى الإسلام تعاليم الدين الإسلامي الحنيف , وكذلك من الناحية السياسية والاجتماعية , وتم تقسيم البحث إلى مقدمة وتحتوي على أهمية البحث وأهدافه , تم أسباب البحث عن وسائل اتصالات , تم وسائل الاتصالات المختلفة في تلك الحقبة الزمنية وهي الأذان , اللغة العربية , الترجمة , البريد , والسعاة تم خاتمة وهوامش البحث .

### أهداف البحث :

يهدف الباحث إلى تعريف الباحثين على مدى أهمية الاتصالات في مختلف الأزمنة , وكيف استطاع القائمون على شؤون الدولة الأموية بالأندلس بالعمل على ايجاد وسائل اتصال يكون فاعل مهم في بلادهم لتوحيد الثقافات بين طوائف الشعب الأندلسي , والوسيلة الافضل لقيادة الناس إلى التفاهم بينهم وبناء جسر

من الثقافة واحترام بعضهم البعض والتعرف كل منهم على الآخر ، والانصهار في بوتقة اجتماعية واحدة لإزالة العنصرية بين طبقات الشعب .

### أهمية البحث :

تكمن أهمية البحث في التعرف على وسائل الاتصالات التي تمكّن أمراء الدولة الأموية استعمالها ، وكيف عملوا على السير بها مثل مواكبهم للمظاهر الأخرى في مختلف مجالات الحياة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية ، وخاصة مظاهر الحياة الحضارية في عاصمة الأمانة قرطبة وسائر مدن الأندلس الأخرى ، ولقى تشجيعاً من أمراء الدولة لأهمية وسائل الاتصال لمّا لها من دور كبير في تقريب وجهات النظر بين مختلف طوائف المجتمع ، واندماج سكان الأندلس الاصليين في المجتمعات العربية التي دخلت إلى الأندلس واستقرت فيها ، والتعرف على الدين الإسلامي الذي هو الهدف الأول للمسلمين العرب كي ينتشر الإسلام بسرعة ويحسن فهم تعاليمه بين أهل الأندلس الاصليين حتى يرغبوا غيرهم من أبناء جنسهم في الدخول إلى الدين الإسلامي الجديد بالنسبة لهم .

### الأسباب :

1 . اتسعت رقعة الأندلس الجغرافية ، حيث عندما دخلها طارق بن زياد (\*) وانتصاره على لذريق ملك القوط عام 711 م / 92 هـ ، قام بالتوغل والانتشار في جزيرة الأندلس وفتح العديد من المدن الواحدة تلو الأخرى مثل قرطاجنة ، قرطبة ، إستجة ، رية ، غرناطة ، طليطلة ، ثم توجه إلى الفج المعروف بفج طارق الذي منه دخل مدينة جليقية ، ثم إلى مدينة أسترقة . (1)

وأقام القائد موسى بن نصير (\*) مجاهداً بالأندلس ومرتباً للأمر بقية عامي 93 / 94 هـ / 712 . 713 م ، وبعض الأشهر الأولى من عام 95 هـ / 714 م ، حيث خرج في عشرة آلاف مجاهد من شمال إفريقية ، فسار إلى مدينة أشدونة فأفتتحها وهي أول المدن التي قام بفتحها ، ثم أتجه إلى عدة مدن أخرى فأفتتحها على التوالي وهي قرمونة ، إشبيلية ، ماردة ، وبذلك استطاع أن يضاف هذه المدن إلى المدن التي افتتحها القائد طارق بن زياد . (2)

وبهذه الفتوحات الجسيمة التي قام بها القائدان ، أصبحت الأندلس دولة كبيرة مترامية الاطراف تبعد المدن عن بعضها البعض بمسافات طويلة تبلغ أحياناً ألف ميل أو أكثر ، ومثالاً على ذلك أن المسافة بين ممالك قرطبة ، فالى المدور ستة عشر ميلاً ، وبينها وبين القصير ثمانين عشرة ميلاً ، وبينها وبين البيانة أربعون ميلاً ، وبينها وبين إستجة ثلاثون ميلاً ، ومنها إلى قبرة ثلاثون ميلاً ، وكذلك بينها وبين الساحل مسير خمسة



ليالي , ومن ساحل قرطبة إلى غرناطة إلى أربونة وهي آخر الأندلس مما يلي أفرنجة ألف ميل , ومن قرطبة إلى طليطلة عشرين ليلة . (3)

وبهذه المسافات بين عاصمة الأمانة وباقي المدن الأخرى يستوجب وجود وسائل اتصالات في ما بينها , وذلك لتوصيل المعلومات أولاً بأول بينها وبين باقي الولايات التابعة لها .

2 . بعد أن بدأت زمام الأمور في الأندلس في يد بني أمية منذ عام 138هـ / 756 م بقيادة الأمير عبد الرحمن بن معاوية بن هشام (\*), ومهد الدولة واتخاذ قرطبة عاصمة لدولته الجديدة, واستقرت أركان دولته , عمل على توثيق النظم الإدارية المعروفة في المشرق الإسلامي في عهد بني أمية , وتطبيقها تطبيقاً عملياً , وقد تم ذلك على نحو يثير الإعجاب , وسرعان ما ارتقت من مجرد ولاية تابعة للخلافة العباسية إلى مصاف الدول الكبرى المستقلة , ومن أهم هذه النظم تقسيم البلاد إلى كور , أو أمارات ووضع على كل منطقة أمير يقوم بتدبير شؤونها , ومثالاً على ذلك كان الرماحس بن عبد العزيز والياً على الجزيرة الخضراء , والحسين بن يحيى بن سعيد والياً على سرقسطة , وابنه هشام والياً على مدينة ماردة , وابنه سليمان والياً على طليطلة , وأبا الصَّبَّاح بن يحيى اليعصبى والياً على إشبيلية , وجميعهم كانوا يتلقون الأوامر والتعليمات من مدينة قرطبة عاصمة الأمانة , وبذلك كان لا بد من وجود وسيلة اتصال بين العاصمة وهذه الولايات المترامية الاطراف وخاصة كانت بعض هذه الأوامر في غاية الضرورة والسرية ويجب وصولها بسرعة . (4)

3 . بعد افتتاح الأندلس واستقرار المسلمين فيها , كانت توجد عدة ملل تسكن فيها , وبها خليط من السكان , منهم الأسبان السكان الاصليين للبلاد الذين بقوا على الدين المسيحي ولم يدخلوا في الدين الإسلامي وعاشوا مع المسلمين جنباً إلى جنب , وكذلك اليهود , حيث كثرت جماعاتهم في إسبانيا وتمركزوا في كثير من المدن مثل اليسانه , البيرة , وغرناطة من مدن الجنوب , ووقفوا إلى جانب المسلمون أثناء الفتح الإسلامي للأندلس ودلوهم على عورات البلاد والأماكن السرية في الاسوار للدخول منها , ولكن جميع هذه الملل كانوا لا يعرفون كيف يتعاملون مع المسلمون , فهم يتكلمون باللغة الإسبانية واللغة العبرية , وبذلك كان لزاماً من وجود وسيلة اتصال بينهم حتى يتمكن كل منهم مخاطبة بعضهم البعض ومعرفة ما يريد كل منهم من الآخر (5).

4 . كانت للدولة الأموية بالأندلس علاقات خارجية مع الدول الأخرى المجاورة لها , وكانت هذه العلاقات احياناً تتصف بالعلاقات العدائية , وأحياناً أخرى بالعلاقات التي يسودها الود والتفاهم والصدقة واحترام كل منهم للآخر ومثالاً على ذلك فإن الأمير عبد الرحمن بن معاوية بن هشام(\*) كانت له علاقات عدائية خارج الأندلس وخاصة في بداية تأسيسه للدولة , وقد أحاط به اعدائه من الشمال ومن الجنوب من طرف العباسيين والبيزنطيين وشارلمان ملك فرنسا , وكذلك العداء بين الحكم بن هشام بن عبد الرحمن (\*) ولذريق بن قارلة

ملك الإفرنج , ومثلاً على العلاقات التي يسودها الود والصدقة والتفاهم , العلاقات بين الدولة الأموية بالأندلس والدولة البيزنطية , وبين الأمير عبد الرحمن بن الحكم بن هشام (\*) وملك النورمانديين . (6)

وبذلك كانت هذه العلاقات الخارجية بين الدولة الأموية في الأندلس والدول الخارجية المحيطة بها تتطلب وجود وسائل اتصالات سريعة حتى يتمكنوا من إرسال الرسائل وتبادلها بينهم وبين الدول المحيطة بهم .

كل هذه الأسباب مجتمعة كانت سبباً رئيسياً في البحث عن كيفية إيصال الرسائل ولأشياء المصاحبة لها سواء في الداخل أو الخارج .

**وسائل الاتصال في عهد الدولة الأموية بالأندلس .**

### **1 . الأذان :**

الأذان كونه إعلماً بدخول وقت الصلاة والدعوة إليها , وبذلك لما كانت الصلوات الخمس مؤقتة بأوقات معينة لا يجوز فعلها قبل دخول تلك الأوقات , وكان الكثير من الناس لا يعرف دخول الوقت , أو قد يكون مشغولاً لا ينتبه لدخوله , شرع الله الأذان للصلاة إعلماً بدخول وقتها ووسيلة من وسائل الاتصال بين المسجد والمصلين , وقد شرع الأذان في السنة الأولى للهجرة النبوية لعسر معرفة المصلين لأوقات الصلاة. (7)

وكذلك الأذان الدعاء إلى الجماعة وإظهار شعائر المسلمين , وكلمة الدين , والحكمة في اختيار القول له دون الفعل وسهولة القول وتيسره لكل زمان ومكان , والفرق بين المسلمون والكافرين , ثبت عن النبي صلى الله عليه وسلم . (8)

وكان الأذان وسيلة من وسائل الاتصال بين المسجد والمصلين أهتم بها رسول الله صلى الله عليه وسلم كثيراً وهي كيف يستطيع أن يجمع الناس لها فليل له : انصب راية عند حضور وقت الصلاة , فإذا رآها اذن بعضهم بعضاً , فلم يعجبه ذلك قال ؛ " هو من أمر اليهود , فذكر له الناقدوس , فقال : هو من أمر النصارى " وكان بجانبه عدد كبير من المسلمون ومنهم عبد الله بن زيد حيث أهتم كثيراً بهذا الأمر الذي بحث فيه رسول الله صلى الله عليه وسلم . (9)

بقى المسلمون في المدينة المنورة فترة من الزمن بعد أن شرعت الصلاة عليهم والزموا بها وتم إنشاء مسجد بجانب بيت رسول الله صلى الله عليه وسلم , وكانت الصلوات تقوم فيه خمسة مرات في اليوم , ولكن المسلمون لا يستطيعون معرفة أوقاتها بدقة ولقوا صعوبة في ذلك , وحصل نقاش بين المسلمون في المدينة على كيفية إيجاد وسيلة اتصال لمعرفة أوقات الصلاة والتنبيه عليها , وكان بينهم رسول الله صلى الله عليه وسلم ,

والصحابي عبد الله بن زيد الذي شغلهما بما حدث في النقاش ، ذهب إلى بيته للنوم والخلود إلى الراحة ، ولاهتمامه لهذا الأمر وخاصة عند ما ترك رسول الله صلى الله عليه وسلم قلق لأجل إيجاد وسيلة اتصال تكون بين المسجد والمصلين ، وأمره بالناقوس يعمل ليضرب به للناس لجمع الصلاة ، وبينما هو يفكر في ذلك الأمر ، أخذته النوم رأى رؤية في المنام توضح الوسيلة والكيفية التي يجب أن يسلكها المسلمون لأجل الغرض المنشود وهو كيفية الدعوة للصلاة ، حيث قال " اطاف بي وأنا نائم رجل يحمل ناقوساً في يده ، فقلتُ ؛ يا عبد الله ، أتبيعُ الناقوس ؟ قال : وما تصنع به ؟ فقلتُ ندعو به إلى الصلاة ، قال : أفلا أدلك على ما هو خيرٌ من ذلك ؟ فقلت له بلا ، قال تقول ؛ اللهُ أكبرُ ، اللهُ أكبرُ ، اشهَدُ أن لا إله إلا اللهُ ، اشهَدُ أن لا إله إلا اللهُ ، اشهَدُ أن محمد رسول الله ، اشهَدُ أن محمد رسول الله ، حيَّ على الصلاة ، حيَّ على الصلاة ، حيَّ على الفلاح ، حيَّ على الفلاح ، اللهُ أكبرُ ، اللهُ أكبرُ ، لا إله إلا اللهُ ، فلما أ صَبَحْتُ أتيتُ رسول الله صلى الله عليه وسلم فأخبرته بماء رأيتُ ، فقال إنها لرؤيا حقَّ إن شاء الله ، فقم مع بلال ، فجعلت ألقيه عليه ويؤذن به ؛ فسمع عمرُ بن الخطاب رضي الله عنه وهو في بيته ، فخرج يجزُ رداءه يقول : والذي بعتك بالحقِّ يا رسول الله ، لقد رأيتُ مثل ما رأى ، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم " فله الحمدُ " . (10)

وعندما استقر المسلمون في المدينة المنورة يجتمعون فيتحينون الصلاة ليس ينادي لها فتكلموا يوماً في ذلك وحدث نقاش بينهم كل منهم يدلي برأيه ، فقال بعضهم ؛ اتخذون ناقوساً مثل ناقوس النصارى ، وقال بعضهم ؛ بل بوقاً مثل قرن اليهود ، فقال عمر بن الخطاب رضي الله عنه ؛ أولاً تبعثون رجلاً ينادي بالصلاة، وكان بينهم رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال بلال قم فناد بالصلاة . (11)

واشتقاقه من الأذان بفتحيتين وهو الاستماع والإعلام بشي ما بألفاظ مخصوصة قال القرطبي وغيره " الأذان على قلة ألفاظه مشتمل على مسائل العقيدة لأنه بدأ بال أكبريه وهي تتضمن وجود الله وكماله ، ثم ثنى بالتوحيد ونفي الشرك ، ثم بإثبات الرسالة لمحمد صلى الله عليه وسلم ، ثم دعا إلى الطاعة المخصوصة عقب الشهادة بالرسالة لأنها لا تعرف إلا من جهة الرسول صلى الله عليه وسلم ، ثم دعا إلى الفلاح وهو البقاء الدائم وفيه الإشارة إلى المعاد ، ثم أعاد ما أعاد توكيداً " . (12)

وكان الناس في شهر رمضان الكريم يحتاجون إلى وسيلة اتصال توقظهم لوقت تناول الطعام قبل صلاة الفجر ، وبذلك شرع رسول الله صلى الله عليه وسلم وسيلة اتصال وهي الأذان ، حيث قال عندما تسمعوا بلال يقوم بالأذان بليل ، فتناولوا الطعام والشراب حتى تسمعوا ابن كلثوم ينادي . (13)

نستخلص مما سبق ذكره بأن الأذان لغة الاعلام ووسيلة من وسائل الاتصال التي اتخذها المسلمون بينهم للأعلام بوقت الصلاة ، وكذلك للأعلام بوقت الطعام للصيام قبل اذان الفجر .

والأندلس من المناطق التي تمّ دخول المسلمون الفاتحون إليها , ووضعيتها لا تختلف عن سائر بلاد المسلمون , فمنذ بداية افتتاحها عام 92 هـ / 711م دخل مع جيش المسلمون الفاتحون نفر من الصحابة والتابعين الذين كانوا على حظ من المعرفة بأصول الدين , وصحبوا الجند بعد الفتح للإفتاء في أمور الدين وتخطيط المساجد وتفقيه الناس وخاصة الذين يعتقدون الدين الإسلامي من أهل البلاد , حيث انشئت المساجد في المدن الأندلسية بعد افتتاحها واستقرارهم فيها , مثل أستجة , قرمونة , قرطبة , إشبيلية طليطلة , بلنسية , مرسية , الجزيرة الخضراء , غرناطة , وغيرها من المدن الأخرى , وبمرور الزمن بدأت المساجد في الزيادة عاماً بعد عام في المدن والقرى والأرياف , وأصبحت كل مدينة تحتوي على العشرات من المساجد , وهذا يدل على مدى اهتمام المسلمون بإنشاء المساجد وخاصة من قبل القائمين على رأس الدولة من أمراء وخلفاء ووزراء , وطال إنشاء المساجد بعض الشخصيات الأخرى من أثرياء المدن الأندلسية . (14)

وبهذا الكم الهائل من المساجد التي تمّ إنشائها وتشييدها في معظم المدن الأندلسية , فكان لزاماً على القائمين على أمر هذه الدولة العمل على إيجاد وسيلة اتصال تسهل المحافظة على مواقيت الصلاة الخمس , لأن أهل هذه البلاد حديثي الدخول إلى الإسلام ولا يستطيعون معرفة أوقاتها , ولهذا عملوا بما هو قائم في بلاد الإسلام الأخرى في المشرق والمغرب , وكذلك عملاً بأن الإسلام والعمل به صالح في كل زمان ومكان

وبما أن الأذان هو الوسيلة الأكثر شيوعاً في العالم الإسلامي للإعلام بوقت الصلاة , فقد ظل أيضاً الوسيلة الوحيدة للاتصال بين بيوت الله وبين المسلمون لمعرفة وقت الصلاة في الأندلس , وبهذا عندما يسمع الناس الأذان ينبه الداني القاصي ويهرعون إلى المساجد في كل وقت من أوقات الصلاة , وبالإضافة إلى ذلك كان المسلمون في الأندلس في حاجة إلى معرفة وقت التوقف عن الطعام والشراب للصيام في شهر رمضان وغيره في باقي أيام السنة لمن يريد الصيام تطوعاً , ولهذا عملوا بما كان سائداً في بلاد الإسلام الأخرى وبما شرعه رسول الله صلى الله عليه وسلم بذلك , فعندما يسمع المسلمون النداء ليل يتناولون طعامهم وشرابهم , وعندما يسمعون النداء الذي يليه يتوقفوا عن الطعام والشراب. (15)

يتضح أن القائمين على الشؤون الدينية في بلاد الأندلس عملوا بما كان قائم في باقي بلاد العالم الإسلامي في ما يتعلق بوسائل الاتصال ومعرفة أوقات الصلاة وإمساك عن الطعام في شهر رمضان وباقي الأيام الأخرى لصيام التطوع .

## 2 - اللغة العربية :

بعد افتتاح المسلمون للأندلس والسيطرة عليها , كان المجتمع الأندلسي يتكون من السكان الأصليين للبلاد , وكانوا يتخاطبون باللغة الأسبانية لغة الكنيسة , منهم من بقى على دينه ولم يدخل الدين الإسلامي ,

وعاشوا مع المسلمون العرب والبربر في المدن والأرياف , ومنهم من دخل إلى الدين الإسلامي نظراً لما يمتاز به هذا الدين والقائمون عليه من التسامح والطيبة وحسن الأخلاق والمعاملة الحسنة التي لم يألفوها من قبل في عهد الحكم القوطي ومن غيرهم , وكان لهذا أثر كبير في دخول عدد كبير من الأهالي في الدين الإسلامي , وإلى جانب السكان الأصليين تعايش معهم عدة أجناس بشرية مختلفة الأصول والمعتقدات دخلت الأندلس على مدار الأزمان السابقة مثل اليهود اللذين كثرت جماعاتهم في إسبانيا وتمركزوا في كثير من المدن ومنها اليسانة والبيرة من مدن الجنوب وغيرها من المدن الأخرى , وكانت هذه الشعوب تتكلم وتتخاطب باللغة العبرية ومنهم من يتكلم اللغة المحلية للبلاد . (16)

وبذلك لم تكن وسيلة اتصال موجودة بين المسلمون الفاتحون وبين أهل البلاد لأن كل منهم لم يستطيع فهم وتعلم لغة الآخر بسرعة وفي وقت قصير والتحدث بها , ولم تكن تربطهم علاقات في ما بينهم في السابق قبل الفتح الإسلامي للأندلس , وفي بداية دخول المسلمون للأندلس لم يتمكن أهل البلاد من تعلم اللغة العربية لأنه خلال تلك الفترة لم تكون الأمور قد استقرت بعد , ولم تترك مشاغل الغزو والخلافات والانقلابات المتوالية على السلطة مجالاً لاتجاه أهلها في التفكير في تعلم لغة الفاتحين , ولكن بعد أن تولى بني أمية زمام الأمور في الأندلس منذ دخول الأمير عبد الرحمن بن معاوية عام 138 هـ / 756 م بدؤوا يبحثون عن وسيلة اتصال بينهم وبين أهل الأندلس للتفاهم في ما بينهم ويستطيع كل منهم أن يفهم الطرف الآخر , وبذلك قضوا على الفوضى والمنازعات في قرطبة والأندلس قاطبة , ولم يجدوا وسيلة أفضل من تعلم أهل البلاد الأصليين اللغة العربية لأنها مفتاح هذه المشكلة بينهم , فقد عمل أمرائهم على توحيد التعليم وتعميم دراسة اللغة العربية في ربوع البلاد المنطوية تحت أمرتهم , وفتح مكاتب عامة لجميع الناس لتعليمهم دون استثناء سواء كانوا المسلمين أو أصحاب الديانات الأخرى , وبذلك أصبح أفراد الشعب الأندلسي يتوافدون على هذه المدارس والمكاتب لتفهم أصول اللغة العربية والأدب العربي لتكون وسيلة اتصال بين الفاتحين وأهل البلاد . (17)

ورحّب أهل الأندلس بتعلم اللغة العربية كتابة وقراءة لتكون وسيلة اتصال بينهم وبين الفاتحون , وبما إنهم أصبحوا يعيشون تحت سلطة بني أمية , فكان عليهم أتباع ملوكهم في كل مجالات الحياة بالأندلس , ولهذا تم أقدام أهل الأندلس على التوافد لتعلم اللغة العربية من جميع أفراد أهلها وخاصة أصحاب الديانات غير الإسلامية لحاجتهم إلى الاتصال بالحاكم , واستدراار خيره من مقتضيات الملك , حيث إنه عادة نجد الحاكم بحاجة إلى من يدير دفة الأمور في القصر والد وويين والإدارة بصفة عامة , ولمن يقوم بالكتابة والحسبة والحراسات والجندية وغيرها من الوظائف التي تحتاج إلى مؤهلات وقدرات يشترط في من يتقدم إليها شروط من بينها وأهمها اتقان اللغة العربية كتابة وقراءة حتى يحصلوا على أحدي هذه الوظائف في الدولة , وقد

حَظَرَ حكام بني أمية على النصارى أن يتكلموا بغير العربية حتى تكون وسيلة اتصال مهمة , وأصبحت بذلك هي لغة الكنيسة , فترجموا إليها الكتاب المقدس ونصوص الصلوات وأصبحت هي اللغة الرسمية في التدريس في معاهد النصارى واليهود , وكان لهذا القرار أثر كبير وعميق في التقريب والاتصال المباشر بين المسلمون والنصارى , وثم اعتناق كثير من النصارى الدين الإسلامي , بعد أن وقفوا على أصوله وتفاصيله , وأخذوا كثيراً من هذه اللغة لسهولة وسرعة تعلمها , وبذلك زاد استحسانهم لشعائر الإسلام وتلاوة كتاب القرآن الكريم الذي يعدّ الأساس الأول في اعتناق الدين الإسلامي , ودفعوا أبناءهم إلى هذا , وأستعرب عدد كبير من أهل الأندلس استعراباً كاملاً ديناً ولغةً , وقد كان ذلك من أكبر العوامل التي أسرعت بتعريب أهل الأندلس جميعاً . (18)

نلاحظ مما سبق أن أمراء بني أمية جعلوا من اللغة العربية اللغة الرسمية في الدولة وبذلك أصبحت لزاماً على أهل الأندلس الأصليين تعلمها وإتقانها حتى تصبح وسيلة اتصال بينهم وبين الحكومة , وذلك لحاجتهم للعمل في الدولة وتقلد مناصب فيها , بالإضافة إلى إنها اللغة التي نزل بها القرآن على رسول الله صلى الله عليه وسلم لقوله تعالى " {نَزَلَ بِهِ الرُّوحُ الْأَمِينُ (193) عَلَى قَلْبِكَ لِتَكُونَ مِنَ الْمُنذِرِينَ (194) بِلِسَانٍ عَرَبِيٍّ مُبِينٍ (195) } (19) , وهي لغة الدين الإسلامي , وبذلك تمّ فرض تعلم اللغة العربية على كل عجم أهل الأندلس من قبل أمراء بني أمية , وخاصة الذين دخلوا في الدين الإسلامي , حيث أصبحوا يتخاطبون بها مع المجاهدين الفاتحين وأصبحت وسيلة الاتصال الرسمية في ما بينهم .

### 3 . الترجمة :

كانت الترجمة وسيلة من وسائل الاتصال المهمة التي لعبت دوراً كبيراً في عهد الدولة الأموية في الأندلس , وخاصة أنها كانت لها علاقات كبيرة مع جيرانها , وكذلك حاجة الأمراء خاصة وأهل الأندلس عامة إلى الرغبة في الاطلاع على ما عند الأمم الأجنبية ومعرفة أشياء في الكتب المكتوبة بلغاتهم من علوم وآداب مثل اليونانية والهندية والعبرية والإيرانية وغيرها من اللغات الأخرى , ومثالاً على ذلك كان الأمير عبد الرحمن بن الحكم بن هشام مهتماً بالعلوم الحديثة والقديمة , وبذلك وجه عباس بن ناصح الجزيري إلى بلاد المشرق وأتاه بكتاب السند هند وغيرها من الكتب , ويعتبر هذا الكتاب من أقدم الكتب التي ترجمت إلى اللغة العربية من اللغة الهندية , وقد تعلم منه أهل الأندلس الحساب والأعداد الهندية المعروفة , وكذلك شكل لجنة لترجمة المصنفات وكتب الفلاسفة والعلماء اليونانيين , حيث اشتهروا في كثير من العلوم مثل علم الهندسة , وعلم الفلك وعلوم الرياضيات , والعلوم الطبيعية وعلوم الطب , وقاموا بترجمة هذه العلوم ودرسوها ثم انتقدوها , واخذوا بدورهم يجربون النظريات القديمة ويراقبون التجارب فيزيدون عليها , ويعيدون أخطاءها , ثم يضعون

ملاحظاتهم عليها , وتعد المساجد في الأندلس معاهد الثقافة والدراسة الأولى , فكان الناس يقومون بالقراءة والكتابة والترجمة فيها , ومن أهم مساجد الأندلس مسجد قرطبة . (20)

وفي سنة 225هـ / 840 م أرسل الامبراطور البيزنطي تيوفيل سفارة إلى الأمير عبد الرحمن بن الحكم بن هشام , وأرسل معها هدايا فاخرة ورسالة يخطب فيها وده ويسأله عقد تحالف معه ضد أعدائه , وكان الملك البيزنطي بعث مع هذه السفارة مترجم يوناني من اللغة البيزنطية إلى اللغة العربية , حيث كان هذا المترجم يجيد اللغة العربية , وكان اسمه قرطيوس , ويعتبر هذا المترجم حلقة اتصال بين الملك البيزنطي والأمير عبد الرحمن بن الحكم حيث قام بالترجمة بين الجانبين في كل ما يتعلق بهذه السفارة . (21)

يتضح مما سبق أن الترجمة وسيلة من وسائل الاتصال بين الشعوب المختلفة في اللغة , حيث يستطيع كل طرف من الأطراف الأخرى أن يستفيد من المقدرات العلمية والثقافية التي يمتاز بها كل شعب من الشعوب , ويفهم كل منهما الآخر , وبالترجمة أستطاع العرب والمسلمون في الأندلس وخاصة في عصر النهضة الثقافية في دولة بني أمية أن يترجموا الكثير من الكتب العلمية للشعوب الأخرى , وأضافوا إلى تراثهم العلمي تراث الشعوب اليونانية والهندية والسريانية القديمة , خاصة في الطب والهندسة وغيرها من العلوم الطبيعية , بالإضافة إلى ذلك أن أهل الأندلس الأصليين الذين اعتنقوا الإسلام أو انضوا تحت لوائه صاروا يديرون علومهم وآدابهم باللغة العربية التي تعلمتها بسبب الدين , أو بسبب انتشار العربية وغلبتها على لغاتهم الأصلية , وتحقيقاً لبعض مآربهم القومية وغاياتهم السياسية .

#### 4 . البريد :

يعد البريد وسيلة من وسائل الاتصالات التي استخدمت في دولة بني أمية في الأندلس , فمنذ أن بدأت أركان الدولة تبني بيد أمرائها بدأ من الأمير عبد الرحمن الداخل الذي يعد المؤسس لهذه الدولة , فبعد أن استطاع القضاء على معظم أعدائه داخلياً وخارجياً , قام باختيار أمراء للمدن في جميع أرجاء البلاد , وكانت تبعد عن بعضها البعض بمئات الاميال , وكانت الدولة بحاجة إلى تسهيل الاتصال السريع بين الأمير والولاة, ولذلك كان البريد وسيلة من وسائل الاتصال التي استخدمت فيها من أجل نقل الرسائل وتبادلها في ما بين العاصمة والمدن الأخرى . (22)

وكانت مهمة البريد نقل الرسائل بسرعة لتسهيل الاتصال السريع بين الأمراء والولاة , وكان أصحاب البريد يقدمون التقارير الدورية عن أحوال الولايات . (23)

ولقد تطور ديوان البريد , فاستخدمت وسائل لنقل البريد ومنها البريد البري والبحري والجوي :



## – النقل البري :

كان البريد البري من أول وسائل الاتصال التي استخدمت في دولة بني أمية بالأندلس , وخاصة أن مدينة قرطبة كانت دار ملكهم , ومنها ينطلق البريد إلى المدن الأخرى التي تبعد عن بعضها البعض بمئات الأميال , محملاً رسائل وأوامر من دار الخلافة إلى الولاة . (24)

وللبريد البري طرق متعددة تنطلق من مركز الخلافة قرطبة إلى أطراف الدولة , وكانت الطريق تنقسم إلى محطات يستبدل بها عمال البريد خيولهم المتعبة بخيول مستريحة في كل موقف التماساً للسرعة , وتتألف القافلة من دابة فأكثر , وكان يعلق في أعناقها أجراس إذا تحركت يسمع لها كرقعة تعرف بها . (25)

وللموقع الجغرافي الذي تمتاز به قرطبة , حيث تتوسط بلاد الأندلس , ولذلك كان البريد يتجه منها إلى سائر المدن الأندلسية شمالاً وجنوباً وشرقاً وغرباً , محملاً بالرسائل من دار الخلافة إلى الولايات الأخرى , فمثلاً على ذلك فكانت مدينة طليطلة وسرقسطة في الشمال , وبلنسية ومرسيه في الشرق , وغرناطة والمرية وإستجة في الجنوب , وأشبيلية وباجة في الغرب . (26)

## – النقل المائي :

نظراً لما تمتاز به جزيرة الأندلس من موقع جغرافي , حيث إنها على شكل مثلث يحيط بها البحر من عدة جهات , فجنوبها يحيط به البحر الشامي , وغربها يحيط بها البحر المظلم , وشمالها يحيط به بحر الانقليشين من الروم والأندلس , ثم تتصل ببلاد الفرنجة مما يلي البحر الشرقي , وإلى جانب البحار فهي كثيرة الأنهار , حيث يشقها أربعون نهراً , ومن أكبر أنهارها نهر الوادي الكبير الذي تقع على ضفافه مدينة قرطبة , ونهر طرطوشة وهو نهر عظيم , ثم نهر مرسيه , ثم نهر أشبيلية , ثم نهر تاجو , الذي تقع عليه مدينة طليطلة ومدينة الاشبونة. (27)

ولهذه الأسباب كان البريد المائي في الأندلس له دور كبير في الاتصال وتوصيل الرسائل بين الدولة الأندلسية وبين الدول الأخرى التي لها علاقات متينة وصدافة معها , وكثيراً ما كان الأمراء يبعثون بسفارات إلى ملوك الدول المحيطة بهم تتضمن رسائل وهدايا , وكذلك كان الجانب الآخر يبعث برسائل وهدايا إلى أمراء بني أمية عن طريق البحر . (28)

ومثالا على هذه الرسائل المائية البحرية أرسل الامبراطور تيوفيل سفارة إلى أمير الأندلس عبد الرحمن بن الحكم بن هشام عن طريق البحر , وأرسل معها هدايا فاخرة ورسالة يخطب فيها وده, كذلك أرسل الأمير عبد الرحمن بن الحكم بسفارة مماثلة إلى الامبراطور البيزنطي , برئاسة الشاعر يحيي الغزال , ولما وصلت السفارة



الأندلسية إلى القسطنطينية صحبة السفير البيزنطي عن طريق البحر , استقبلها الامبراطور تيوفيل بالحفاوة والترحاب وتسلم منها هدية أمير الأندلس ورسالته , وبعد أن أدت السفارة الأندلسية مهمتها عادت إلى قرطبة عن طريق البحر , وأرسل الأمير يحي الغزال في مهمة أخرى برسالة إلى ملك النورمانديين في شمال أوروبا عن طريق البحر , وكذلك كانت للأمير محمد بن عبد الرحمن \* علاقات جيدة مع جيرانه حيث تبادل الرسائل والهدايا مع ملك فرنجة , واستقبل هذه الهدايا والرسائل عن طريق البحر . ( 29 )

ومن ناحية نقل الرسائل في الأنهار , فكانت الرسالة ترمى في النهر الجاري لتصل إلى المكان المطلوب , وخاصة كانت الأنهار في الأندلس تبنى على ضفافها المدن مثل مدينة أشبيلية , لشبونة , طليطلة , وقرطبة, وغيرها من المدن . ( 30 )

يتضح مما سبق أنه كان النقل المائي له دور كبير في حلقة الاتصال بين المدن الأندلسية , وبينها وبين الدول الأخرى , في عهد الدولة الأموية بالأندلس ولعب دوراً كبيراً في نقل الرسائل والهدايا من وإلى قرطبة عاصمة الدولة .

#### – النقل الجوي :

لم تذكر المصادر باستخدام البريد الجوي عن طريق الحمام الزاجل في نقل الرسائل في فترة بني أمية بالأندلس , وإنما بدأ استعماله في القرن الخامس الهجري / الحادي عشر ميلادي . ( 31 )

#### 5 - السعاة :

وهم أفراد تخصصوا في نقل الرسائل السرية وإخبار المعارك وذلك خوفاً من وقوع تلك الرسائل في أيدي الأعداء إذا تم نقلها عن طريق الدواب أو عبر الطرق المعروفة , وخاصة أن الأمراء في الدولة الأموية أحياناً يقومون بإرسال رسائل لا يريدون أن تصل إلى أي شخص ما عدا المراد وصول الرسالة إليه لتضمنها أشياء خطيرة تتعلق بالغزو والحرب , او عزل والي عن ولايته ويريد الاستشارة في هذه المواضيع , وعادة ما يتميز السعاة بقدراتهم الجسدية وقوة التحمل على قطع المسافات , ومعرفتهم بالطرق السريعة والقصيرة , وفي نفس الوقت يتميزون بالسرية والثقة والأمانة , وعدم الإفصاح عن ما بهذه الرسائل مهما كان الأمر , وكانوا يحصلون على أجور عالية مقابل هذه المهام . ( 32 )

وكان لأمراء الدولة الأموية بالأندلس سعاة يقومون على خدمتهم ونقل أخبارهم السرية , ومثالاً على ذلك كان للأمير عبد الرحمن بن معاوية مولاة بدر يقوم بهذه المهام وخاصة في بداية دخوله إلى الأندلس , حيث كان يرسله إلى أعيان القبائل ومشايخهم لموا زرتة ووقوفهم معه ضد أعدائه , وكذلك أنفذ الأمير عبد الرحمن بن الحكم بن هشام فتاه شنظير الخصي إلى ميمون عامل بلنسية في مهمة خاصة , وعندما رحل غازياً إلى

بعض أهل الخلاف بالمغرب الأقصى , بعث برسالة خاصة وسرية إلى ابنه وولي عهده محمد بن عبد الرحمن (\*) خليفته على قرطبة وكلفه في هذه الرسالة بمهام سرية , وبعث إلى عبيد الله بن يحيى عامل طرطوسة , وإلى عبد الله بن كليب عام سرقسطة برسائل سرية وسريعة يطلب فيها إمداد ومعونة وتأييد أحد عظماء قوامس أفرنجة غليالم على بعض من نصب له العداء من أمته أهل أفرنجة . (33)

#### الخاتمة :

توصل الباحث إلى عدة نتائج من خلال تناوله لعناصر البحث وهي على النحو التالي :

- 1 . منذ بداية دخول الأمير عبد الرحمن بن معاوية الأندلس عام 138 هـ / 756م عمل على تصفية خصومه في الداخل المنازعين له على السلطة , والقضاء على أعدائه الخارجيين , واستطاع تأمين البلاد من خطرهم .
- 2 . استطاع الأمير عبد الرحمن العمل على جمع جميع سكان الأندلس في بوتقة واحدة , حيث كانوا في السابق خليطاً غريباً من بقايا الرومان والأسبان القدماء والقوط والنورمان والعرب والبربر .
- 3 . عمل الأمير عبد الرحمن بن معاوية على توحيد التعليم وتعميم دراسة اللغة العربية لجميع الناس حتى تكون وسيلة اتصال بين جميع الاجناس المقيمة في الأندلس , وبتعلمهم اللغة العربية حدث التقاهم بين هذه الاجناس المختلفة , وتم بناء جسر من الثقافة بينهم .
- 4 . قام نصارى الأندلس بالتوافد على المدارس لتعلم أصول اللغة العربية والأدب العربي , وبعد اتقانهم لها قاموا بتفضيلها على لغة الكنيسة وترجموا الكتب المقدسة باللغة العربية , وأصبحوا مشغوفين بقراءة كتب الأدب والشعر العربي ونسي كثير منهم القراءة بلغة الكنيسة , وبذلك انصهروا بالكامل في المجتمع العربي وعلى اتصال بهم , وأصبحت اللغة العربية وسيلة اتصال في ما بينهم .
- 5 . عمل رجال الدين والقائمين على نشر الدين الإسلامي بين المجتمعات القائمة بالأندلس بالعمل على ما هو قائم في دول العالم الإسلامي , وذلك بإقامة الأذان في جميع المساجد التي انتشرت بسرعة في جميع أنحاء الأندلس لمعرفة مواقيت الصلاة والإمساك عن الطعام والشراب في شهر الصيام رمضان المبارك , وفي حالة القدوم على الصيام التطوعي , وبذلك أصبح الأذان وسيلة من وسائل الاتصال بين المسجد والمصلين , وخاصة أن حديثي العهد بالإسلام في الأندلس ليست لديهم خبرة في معرفة مواقيت الصلاة .
- 6 . عمل حكام بني أمية في الأندلس على نشر العلم والحضارة في جميع ربوع البلاد , والدفع بها إلى مصاف الدول المتقدمة , وقاموا بشراء عدد كثير من الكتب باللغات الأجنبية مثل الفارسية والإغريقية والرومانية والهندية , وعملوا على ترجمتها والاستفادة منها , وبذلك كانت الترجمة وسيلة من وسائل الاتصال بين المجتمع الأندلسي والمجتمعات الأخرى المحيطة بهم .

7 - من المظاهر الحضارية التي عمل بها أمراء بني أمية هو نقلهم للحضارة المشرقية إلى بلادهم الأندلس , وأول من بدأ بها الأمير عبد الرحمن بن معاوية , وسار الأمراء من بعده على نفس الدرب , وبذلك ادخلوا عدة قوانين وأنظمة وكان من بينها نظام الدواوين , وكانت تتضمن ديوان البريد الذي له أهمية كبيرة في المجتمعات البشرية ويذل على رقيها وتقدمها , وكان للبريد دور كبير كوسيلة اتصال بين عاصمة الأمانة والولايات الداخلية , وبين إمارة الأندلس وباقي الدول الأخرى التي لها علاقات معها .

8 - كان لكل ملك او خليفة شخصية بارزة يختارها من بين المحيطين به من الناس تكون على خدمته وتسيير أموره الشخصية , ولذلك قد اتخذ أمراء بني أمية بالأندلس بأشخاص يتميزون بالذكاء والفتنة والخفة والأمانة والشجاعة يقومون على خدمتهم وكرامتهم ويكونوا حلقة وصل بينهم وبين باقي المناطق داخل البلاد , وبينه وبين باقي ملوك وأمراء الدول الأخرى .

#### الهوامش:

- (\*) - هو طارق بن زياد بن عبد الله بن رفه بن ورفجوم بن ينزغاسن بن ولهاص بن يطوفت بن نغزاو وقد اختلف في نسبه , فالأكثر يقولوا على أنه بربري من نفزة , وأنه مولى لموسبن نصير من سبي البربر , وقال آخرون أنه فارسي . " ابن عذارى المراكشي . البيان المغرب في أخبار الأندلس والمغرب . تح ج . س . كولان , ليفي بروفنسال . ج 2 . ط 3 . دار العربية للكتاب بيروت 1983م , ص 5 " .
- 1 - ينظر . ابن القوطية . تاريخ افتتاح الأندلس . تح إبراهيم الأبياري . دار الكتب , القاهرة 1989م , ص 35 . أخبار مجموعة في فتح الأندلس وذكر أمرائها . دار الكتاب المصري اللبناني , بيروت 1981م , ص ص 19 إلى 23 .
- (\*) - هو موسى بن نصير , يكنى أبا عبد الرحمن , صاحب فتح الأندلس , وكان أمير إفريقية , تولى الأمانة في عام تسع وسبعين هجري , " لأبي جعفر أحمد بن يحيى بن عمير الضبي . بغية الملتبس في تاريخ رجال أهل الأندلس . المكتبة العصرية صيدا وبيروت 2005م , ص 424 " .
- 2 - ابن عذارى المراكشي . مصدر سابق , ص ص 13 , 14 . عبد الواحد المراكشي . المعجب في تلخيص أخبار المغرب من فتح الأندلس إلى آخر عصر الموحدين . دار الكتاب , الدار البيضاء , د ت , ص 22 .
- 3 - أبي القاسم عبيد الله بن عبد الله المعروف بابن خردادبة . المسالك والممالك . مكتبة المثني بغداد 1989م , ص 98 . أحمد بن محمد المقري التلمساني . نفع الطيب في غصن الأندلس الرطيب . تح إحسان عباس . ج 1 . دار صادر بيروت 1968م , ص ص 456 . 457 .
- (\*) - الأمير عبد الرحمن بن معاوية بن هشام بن عبد الملك بن مروان . تولى الأمانة عام 138 هـ / 756م , وتوفي عام 172 م / 788م , وكانت ولايته ثلاثة وثلاثين سنة . " ابن الفرضي . تاريخ علماء الأندلس . تح صلاح الدين الهواري . ج 1 . دار الكتب العصرية صيدا وبيروت 2006م , ص 16 " .
- 4 - ابن عذارى المراكشي . مصدر سابق . ص ص 53 . 56 . 61 . السيد عبد العزيز سالم . تاريخ المسلمين وأثارهم في الأندلس من الفتح حتى سقوط الخلافة في قرطبة . دار النهضة العربية بيروت 1981م , ص 206 .
- 5 - أخبار مجموعة . مصدر سابق , ص ص 22 . 23 . ابن عذارى المراكشي . مصدر سابق , ص 12 . حسين مؤنس . فجر الإسلام . ط 3 . دار الرشد القاهرة 2005م , ص ص 411 . 412 .
- 6 - ابن القوطية . مصدر سابق , ص 55 . لسان الدين بن الخطيب . تاريخ إسبانية الإسلامية . تح ليفي بروفنسال . مكتبة الثقافة الدينية القاهرة 2006م , ص 14 . ابن سعيد وآخرون . المغرب في حلى المغرب . تح شوقي ضيف . ط 4 . دار المعارف القاهرة 1964م , ص 40 . أحمد مختار العبادي . التاريخ العباسي والأندلسي . دار النهضة العربية بيروت 1972م , ص ص 313 . 314 . 352 . 353 .
- (\*) - الأمير الحكم بن هشام بن عبد الرحمن بن معاوية . تولى الأمانة عام 180 هـ / 796م وتوفي عام 206 هـ / 822م . وكانت ولايته ستة وعشرون سنة . " ابن الفرضي . مصدر سابق , ص 17 " .

- (\*) - الأمير عبد الرحمن بن الحكم بن هشام . تولى الأمانة عام 206 هـ / 822 م . وتوفي عام 238 هـ / 852 م . وكانت ولايته إحدى وثلاثون سنة . ابن الفرضي . مصدر سابق ، ص 17 .
- 7 . صالح بن فوزان بن عبد الله الفوزان . الملخص الفقهي . مؤسسة الدعوة الخيرية . الرياض 1423 هـ ، ص 98 . عبد الرحمن السعدي وآخرون . موسوعة المسائل الفقهية الميسرة ، ج 1 . دار الفكر بيروت 2016م ، ص 159 .
- 8 - مالك بن أنس . شرح الموطأ . الشَّهيدُ والاستذكار لأبي عمر يوسف بن عبد البر . ج 4 . دار علم الكتب للطباعة والنشر 2014م ، ص 5 . أحمد بن علي بن حجر العسقلاني . فتح الباري بشرح صحيح البخاري . تح عبد العزيز بن باز . مكتبة الصفا القاهرة 2003م ، ص 97 .
- 9 - مالك بن أنس . شروح الموطأ ، مرجع سابق ، ص 10
- 10 - أبو جعفر محمد جرير الطبري . تاريخ الطبري . ط 2 . ج 2 . دار الكتب العلمية بيروت 1988م ، ص 8 . مالك بن أنس . مرجع سابق ، ص 13 ، 14 .
- 11 - أحمد بن علي بن حجر العسقلاني . مصدر سابق ، ص 97 .
- 12 - المصدر نفسه ، ص 98 .
- 13 - مالك بن أنس . مرجع سابق ، ص 111 . أحمد بن علي بن حجر العسقلاني . مصدر سبق ، ص 124 .
- 14 - ابن القوطية . مصدر سابق ، ص 28 ، 29 . لسان الدين ابن الخطيب . الإحاطة في أخبار غرناطة . تح محمد عبد الله عنان . ج 1 . مكتبة الخافجي القاهرة 1975م ، ص 14 . أحمد هيكل . الأدب الأندلسي من الفتح إلى سقوط الخلافة . ط 7 . دار المعارف القاهرة 1983م ، ص 60 ، 61 . شكيب أرسلان . الحلل السندسية في الأخبار والآثار الأندلسية . المطبعة الرحمانية القاهرة 1936م ، ص 103 ، 106 . محمد عبد الله عنان . الآثار الأندلسية الباقية في إسبانيا والبرتغال . ط 2 . مؤسسة الخافجي القاهرة 1961م ، ص 83 ، 95 ، 110 .
- 15 - أحمد بن علي بن حجر العسقلاني . مصدر سابق ، ص 124 .
- 16 - أخبار مجموعة . مصدر سابق ، ص 22 ، 23 ، 25 . ابن عذارى المراكشي . مصدر سابق ، ص 12 . حسين مؤنس . مرجع سابق ، ص 329 ، 330 ، 411 ، 412 .
- 17 - ابن عذارى المراكشي . مصدر سابق ، ص 23 ، 40 . محمد عبد المنعم خفاجي . معالم تاريخ المغرب والأندلس . دار الجيل بيروت 1992م ، ص 263 .
- 18 - حسين مؤنس . معالم تاريخ المغرب والأندلس . ط 2 . دار الرشد القاهرة 1999م ، ص 310 . محمد عبد الله عنان . دولة الإسلام في الأندلس . ج 1 . مكتبة الخافجي القاهرة 1997م ، ص 229 .
- 19 - سورة الشعراء . الآيات 193 ، 194 ، 195 .
- 20 - ابن سعيد وآخرون . مصدر سابق ، ص 45 . إبراهيم الشريف . التاريخ الإسلامي خلال أربعة عشر قرناً . ط 2 . لا توجد دار نشر ، 1971م ، ص 153 . ناجي معروف . اصالة الحضارة العربية ، ط 3 . دار الثقافة بيروت 1975م ، ص 469 .
- 21 - أحمد مختار العبادي . مرجع سابق ، ص 352 .
- 22 - أخبار مجموعة . مصدر سابق . ص 22 ، 23 . ابن الفرضي . مصدر سابق ، ص 16 . ابن عذارى المراكشي . مصدر سابق ، ص 12 .
- 23 - حكمة عبد الكريم فريحات ، إبراهيم ياسين الخطيب . مدخل إلى تاريخ الحضارة العربية الإسلامية . دار الشروق عمان 1989م ، ص 82 .
- 24 - لأبي عبد الله محمد بن أبي بكر الزهري . كتاب الجغرافية . تح محمد حاج صادق . مكتبة الثقافة الدينية القاهرة د ت ، ص 86 .
- 25 - حكمة عبد الكريم فريحات ، إبراهيم ياسين الخطيب . مرجع سابق ، ص 83
- 26 - الشريف الأدرسي . نزهة المشتاق في اختراق الأفاق . ج 2 . مكتبة الثقافة الدينية القاهرة 1995م ، ص 574 .
- 27 - ياقوت الحموي . معجم البلدان . ج 1 . دار صادر بيروت 1977م ، ص 262 ، الشريف الأدرسي . مصدر سابق ، ص 535 . عبد الواحد المراكشي . مصدر سابق ، ص 273 .
- 28 - ابن حيان . من أبناء أهل الأندلس . تح محمود علي مكي . القاهرة 1994م ، ص 14 . أحمد مختار العبادي . مرجع سابق ، ص 353 . زيغريد هونكة . شمس العرب تسطع على الغرب . ترجمة فاروق بيضون . كمال دسوقي . دار صادر بيروت ، د ت ، ص 494 ، 495 .

- (\*) . الأمير محمد بن عبد الرحمن بن الحكم بن هشام , تولى الأمانة في عام 238هـ / 852م , وتوفى في عام 273 هـ / 886م , وحكم أربعة وثلاثون سنة " ابن الفرضي , مصدر سابق , ص 18 "
- 29 . لسان الدين ابن الخطيب . تاريخ إسبانيا الإسلامية . مصدر سابق , ص 23 . انجل جنثالت بالنتيا . تاريخ الفكر الأندلسي . ترجمة حسين مؤنس . مكتبة الثقافة الدينية القاهرة 1955م , ص 53 . أحمد مختار العبادي . مرجع سابق , ص 352 , 353 .
- 30 . عبد الواحد المراكشي . مصدر سابق , ص 273 . حكمة عيد الكريم فريجات , إبراهيم ياسين الخطيب . مرجع سابق , ص 84 .
- 31 . أمين توفيق الطيبي . دراسات في بحوث تاريخ المغرب والأندلس . الدار العربية للكتاب ليبيا - تونس 1984م , ص 114 .
- 32 - أحمد بن محمد المقرئ التلمساني . مصدر سابق , ص 338 , 339 . مفتاح يونس مفتاح الرياصي . تاريخ الحضارة الإسلامية . الشركة الخضراء للطباعة والنشر طرابلس 2013م , ص 79 .
- 33 - ابن حيان . مصدر سابق , ص 144 , 145 , 185 .

## استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك وانعكاسه

### على العلاقات الأسرية و الاجتماعية"

(دراسة ميدانية)

د. محمد علي الفهري .. جامعة سرت/كلية الآداب

أ. عماد عقيلة الهاملي .. جامعة سرت/كلية الآداب

#### مقدمة :

تشهد الحياة المعاصرة تغيرا في مجالات متعددة إذ يواكب العالم تقدما تقنيا يصاحبه انفجار سكاني معرفي ، وهناك اجماع بين العديد من الباحثين على أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت في وفرة المعلومات والمعارف التي تقدمها لمستخدميها ولكن على الجانب الآخر هناك مخاوف و في مقدمتها شبكة الانترنت والتي قد فتحت عصرا جديدا من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر

واصبحت الوسيلة الوحيدة الاكثر انتشارا في معظم المجتمعات ولها تأثير كبير في العلاقات الاسرية والاجتماعية خاصة في الدول العربية واصبحت تستخدم أساليب لجذب الشباب ومحاولة التأثير فيهم وتعاني معظم الأسر العربية كثير من المشكلات الاجتماعية مثل التفكك الأسري والجريمة وغيرها

وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من الوسائل المهمة التي تقوم بدور في تربية النشء واكسابهم عادات وسلوكيات مختلفة فهي أداة من أدوات التغيير الاجتماعي كما تتضح أهمية هذه القنوات في الاستفادة من اشغال أوقات الشباب بقصد تنمية جوانب وأمور مهمة كما تساهم في بناء شخصية الشباب وتحمل المسؤولية الاجتماعية والاسرية والوطنية والاعتماد على الذات وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت من أهم الوسائل التي يتم استخدامها في المجتمعات بهدف التواصل الاجتماعي

مع العلم بأن شبكة المعلومات الدولية (الانترنت ) لها فوائد متعددة لجميع فئات المجتمع إلا أنه لا يخلو من بعض السلبيات التي لا تتوافق مع قيم المجتمع ومن خلال هذه الدراسة وعرض استمارة الاستبيان على الشباب الجامعي في عدد من الجامعات الليبية فمن خلال ذلك يمكن التوصل إلى عدة نتائج توضح انعكاس استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك على العلاقات الأسرية والاجتماعية .

## أهداف الدراسة :

- 1- التعرف على الأسباب التي تدفع الشباب الجامعي إلى التعرض للفيس بوك وعلاقته بتنمية علاقاتهم الاجتماعية والأسرية .
- 2- التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر الفيس بوك وعلاقتها بمتغيرات (النوع ، السن ) .
- 3- الكشف عن الآثار النفسية ( الإيجابية والسلبية ) للفيس بوك على العلاقات الاجتماعية والأسرية.
- 4- الوصول إلى نتائج بحثية للمساهمة في دور الفيس بوك في تنمية العلاقات الاجتماعية والأسرية.

## تساؤلات الدراسة :

- 1- ما معدل استخدام الشباب الجامعي للفيس بوك ؟
- 2- ما عدد الساعات التي يقضيها الشباب الجامعي في استخدام الفيس بوك ؟
- 3- ما مزايا استخدام الفيس بوك لدى الشباب الجامعي ؟
- 4- ما نوعية الإشباع الاجتماعي التي يحققها الفيس بوك ؟
- 5- ما أنواع التفاعل التي يحققها الفيس بوك لدى الشباب الجامعي ؟
- 6- ما مدى تغيير الفيس بوك لنمط الحياة اليومية لدى الشباب الجامعي ؟
- 7- ما درجة انعكاس الفيس بوك في تنمية العلاقات الأسرية والاجتماعية لدى الشباب ؟
- 8- ما الآثار النفسية والاجتماعية ( السلبية والإيجابية ) لاستخدام الشباب للفيس بوك؟

## مشكلة الدراسة

يعد اقبال الشباب الجامعي على الاشتراك في موقع الفيس بوك وقضاء أوقات طويلة نسبيا أمام شاشات الكمبيوتر وهم يتصفحون ويتابعون موقع الفيس بوك فهذه الحالة تحتاج للدراسة والتحليل وأصبح في عصرنا الحالي لهذه المواقع تأثير على الأسرة والعلاقات الاجتماعية في معظم المجتمعات، وقد لاحظ الباحثان من خلال مشاهدتهما ومتابعتها أن هذه المواقع تزداد نسبة انتشارها يوما بعد يوم خاصة بين الشباب حيث يتنوع استخدامهم لهذه المواقع بين ما هو إيجابي وما هو سلبي فضلا عن قوة تأثيره على العلاقات الاجتماعية.

ومن هنا تتمحور مشكلة البحث في التساؤل التالي " ما مدى تعرض الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك وما انعكاس هذا التعرض على العلاقات الأسرية والاجتماعية ".

## أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي :

- 1- مدى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمعات ومدى تأثيرها على الشباب من جميع الفئات العمرية .
- 2- على الرغم من الآثار الايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي الا أنها تتسم بالعديد من الآثار السلبية شديدة التأثير على العلاقات الاسرية .
- 3- ضرورة الانتباه الى وضع ضوابط ومعايير لتقنين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار تلك الظاهرة بين الشباب .
- 4- الوقوف على التأثيرات السلبية والايجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتعرف عليها للتمكن من الحد من الآثار السلبية الخاصة بها ومحاولة تعزيز الآثار الايجابية لتلك الوسائل .

## أدوات جمع البيانات :

تعتمد هذه الدراسة على أداة الاستبيان باعتبارها من الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من عينة الدراسة ، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض الآخر بشكل يحقق الهدف. (1)

## نوع الدراسة ومنهجها:

1- نوع الدراسة : تنتمي هذه إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها لغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة اما تصحيح هذا الواقع أو تحديثه .

## 2 - منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعد من المناهج المستخدمة والمتبعة في الدراسات الإعلامية التي تهدف إلى وصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها كميًا وكيفيًا .

## 1- مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي في قسمي الإعلام بجامعة بني سويف وجامعة بنيغازي ، وتم نشر هذا الاستبيان عبر صفحات قسمي الاعلام بالجامعتين الخاضعتين للدراسة.



## الدراسات السابقة :

تعد الدراسات السابقة في مجال البحث العلمي عنصرا مهما في تكوينه وبناءه فهي تشكل تراثا مهما ومصدرا غنيا لا بد أن يطلع عليه الباحث , حتى يكون لديه معرفة بالمجال الذي يبحث فيه واستكمال ما تم دراسته من باحثين سابقين , والدراسات السابقة عبارة عن تراكم علمي يستفيد منه الباحث في اكتشاف نتائج جديدة , والهدف من الدراسات السابقة هو تمكين الباحث من تكوين فكرة عامة عن المواضيع التي يجري عليها دراسته ويمكن الإشارة في هذا البحث إلى مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت موضوعات ذات العلاقة بهذا البحث .

## الدراسة الأولى :

مفيدة بوسحلة - نبيل طهوري ( 2014 ) الشبكات الاجتماعية وأثرها على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة نموذجا لتويتر والفيس بوك: (2)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الاسباب التي تدفع الطلبة إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر والتعرف على العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع والكشف عن الآثار الايجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع , واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المعتمد على التحليل بالإضافة الى اداة الاستبيان لجمع البيانات , وتم تطبيق هذا البحث على كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة تبسة وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج منها أن أقوى الاسباب التي تدفع الطلبة إلى استخدام الفيس بوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم وان الطلبة استفادوا من هذه المواقع في تعزيز صداقاتهم القديمة والبحث عن صداقات جديدة , وكذلك ساهمت في الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي , ومن ضمن الآثار السلبية التي سجلتها الدراسة هو قلة التفاعل الاسري لدى الشباب الجامعي

## الدراسة الثانية :

محمد عمر سالم (2018) اتجاهات الشباب الليبي نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات الاجتماعية: (3)

هدفت هذه الدراسة الى معرفة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأداة في بناء العلاقات الاجتماعية عند الشباب الليبي , ومعرفة الفوارق في درجة استخدام في ضوء عدد من المتغيرات , ومن بين النتائج هذه الدراسة اعتماد الشباب الليبي على استخدام مواقع الفيس بوك لزيادة المعلومات والمعارف ومواكبة الاحداث , بالإضافة الى بناء علاقات اجتماعية وربط علاقات وثيقة بين الافراد في المجتمع الليبي , ومن وجهة نظر الباحثين الى ان استخدام الفيس بوك يشغلهم عن اداء واجباتهم تجاه الاسرة .

#### الدراسة الثالثة :

تحسين منصور (2004) استخدام الانترنت ودوافعه لدى طلاب جامعة البحرين دراسة ميدانية: (4)

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دوافع استخدام الانترنت لدى طلاب جامعة البحرين واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي واداة الاستبيان للحصول على المعلومات والبيانات من عينة الدراسة من خلال نتائج الدراسة تبين ان الدافع الاول هو طلب المعرفة , والثاني هو المتعة والترويح وتكوين علاقات اجتماعية , وأشارت الدراسة الى أن 85% من أفراد العينة راضون على نتائج استخدامهم للإنترنت.

#### الدراسة الرابعة :

نيرمين خضر (2009) الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية دراسة على مستخدمي موقع الفيس بوك: (5)

أجريت هذه الدراسة على عينة من طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية وكان الهدف الرئيسي للبحث هو التعرف على دوافع استخدام الشباب لموقع الفيس بوك والانشطة التي يمارسونها في هذا الموقع , وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن ومنهج المسح الاجتماعي واداة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن دافع التسلية والترفيه يأتي في المرتبة الاولى , وان مشاهدة البومات الصور الخاصة بالاصدقاء تأتي من ضمن الانشطة التي يمارسها المبحوثين على موقع الفيس بوك وسجلت نسبة 76.5% و بالاضافة الى ذلك فإن للفيس بوك دور مهم في التواصل مع الاصدقاء وتجديد العلاقات بينهم.

#### الدراسة الخامسة :

فائز المجال 2007 استخدام الانترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: (6)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام الانترنت على العلاقات الاجتماعية من خلال استطلاع آراء عينة على طلبة من جامعة مؤتة وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واداة الاستبيان في جمع المعلومات وتصنيفها وتوصلت الدراسة الى ان استخدام الانترنت أثر على العلاقات الاجتماعية عند الطلاب عند استخدامهم للإنترنت بمفردهم , ومن بين النتائج ايضا أن هذا الاستخدام جاء لغايات علمية وبحثية.

## موقع الفيس بوك التعريف والنشأة

أولاً : موقع الفيس بوك

تعريفه:

يشير الى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة او مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الاجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها.

وهو ايضاً عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول اليه مجاناً وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة او جهة العمل او المدرسة او الاقليم وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة اصدقاء الى قائمة اصدقائهم وإرسال الرسائل اليهم وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم ويشير اسم الموقع الى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية الى اعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف اليهم (7)

ويعد اكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه كبريات الشركات نقطة القوة الاساسية في الفيس بوك هي " التطبيقات " التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف الانحاء ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الاساسي (8)

## نشأة موقع الفيس بوك

أنشئ فيس بوك عام 2004 ، على يد مارك زوكربيرغ الذي كان طالباً في جامعة هارفرد في حينه حيث اقتصر الموقع في البداية على طلاب جامعتهم ثم انتشر إلى بقية الجامعات ثم المؤسسات والشركات وفي عام 2007 ألغى الموقع شرط امتلاك العضو بريد إلكتروني تابع لجامعة أو شركة فأصبح بإمكان أي شخص يمتلك بريد إلكتروني أن يصبح عضواً في فيس بوك ويستطيع كل عضو فيه أن يعرف آخر أخبار أصدقائه أو ينشر أخباره وصوره أو مقاطع الفيديو والموسيقى.

ويعتبر الشباب أكثر الفئات استخداماً لفيس بوك فهم الأكثر ممن يمتلكون مهارات حاسوبية ولديهم اطلاع واسع على استخدام شبكات الانترنت ومايثير الاستغراب في مسيرة فيس بوك أن هناك شبكات اجتماعية ضخمة سبقته مثل ماي سبيس وهاي فايغ وغيرها إلا أن فيس بوك تمكن من تخطيها خلال فترة قصيرة من حيث

الشعبية وعدد المستخدمين والأرباح والضجة الإعلامية وتحول الفيس بوك إلى نمط سلوكي لمستخدمي الإنترنت فطالما أنك تدخل إلى الشبكة العالمية ، فالمفروض أنك عضو في فيس بوك. (9)

والفيس بوك من أهم و أشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث تمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه و يتواصل معه لذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية و تمنع الأسماء المستعارة أو الألقاب. (10)

و يستطيع كل عضو فيه أن يقف على آخر أخبار أصدقاءه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو نبذ من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بإخباره و اجتماعاته و أي صور أو مقاطع فيديو أو قطع موسيقية يرغب في اطلاعهم عليها و قد حقق هذا الموقع نجاحا و انتشارا واسعا قبل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ معدل الاشتراكات الجديدة 150 ألف مشترك يوميا. (11)

## ثانيا :إيجابيات وسلبيات الفيسبوك

### إيجابيات الفيس بوك

- 1- إتاحة الفرصة للعضو لإضافة من يشاء من الأصدقاء شرط أخذ موافقتهم على تلك الصداقة.
- 2- إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة كزملاء العمل أو الدراسة أو العائلة
- 3- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عبر الدردشة والرسائل
- 4- إمكانية تثبيت أي خبر أو صورة أو مقطع فيديو ونشره مرات عدة. (12)

### سلبيات الفيس بوك

- 1- اضعاف العلاقات الاسرية الاجتماعية
- 2- انتهاك خصوصية المشتركين حتى لو اتخذ المشترك كل الاجراءات اللازمة للأمان
- 3- استغلال هذا الموقع من قبل جهات قد تكون معادية كأجهزة المخابرات. (13)

## إدمان الفيس بوك

من الظواهر اللافتة حقا والغريبة التي ظهرت مؤخرا ، ما أطلق عليه الأطباء النفسيون وعلماء الاجتماع " إدمان الفيس بوك " حيث تتبدى الغرابة في هذا الاصطلاح من تخصيصه ، إذ عندما كان يستخدم اصطلاح " إدمان الإنترنت " لم تكن نشعر بهذه الغرابة ، فقد شاع عند المختصين وصف تعلق بعض الأشخاص بوسيلة إعلامية معينة لدرجة كبيرة تتسبب في التأثير السلبي على مجريات حياتهم اليومية بأنه إدمان على تلك الوسيلة، والأمر اندرج على الإنترنت ، لكن الغرابة أتت هنا من التخصيص ، أي أن الإدمان تعلق فقط بموقع واحد

محدد دون غيره من المواقع ، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على مدى انتشار هذا الموقع بين الناس وأهميته لدى مستخدميهم ، فلو لا هذا الانتشار الذي أدى إلى ايجاد شريحة كبيرة من مدمنيه ، لما أفرد له المختصين هذه التسمية وهناك العديد من الدراسات التي أجريت في دول الغرب تؤكد وجود مشكلة إدمان الفيس بوك إذ بينت دراسة عن استخدام الفيس بوك وعلاقته بالانرجسية للباحثة الأمريكية " سورتز " أن الإفراط في التعرض لموقع الفيس بوك له تأثيرات على الشباب ، ذلك أن الفيس بوك يجعل مشتركيه يعيشون حالة أثناء تواجدهم على الموقع يصعب أن يعيشوها في واقعهم ، مما يخفض من درجة تقديرهم لذاتهم ، ووجدت أن إفراط الشباب وقضائهم فترات زمنية طويلة في التواجد على الموقع يحرمهم من فرصة الكشف عن ذاتهم تلك الخاصية التي يجب أن تنمو وتتكامل في مرحلة الشباب للمساهمة في بناء شخصياتهم بشكل متكامل ، الأمر الذي يؤثر سلبا على مقومات بناء التنمية في المجتمع والدولة وفي دراسة أخرى عن تأثير الفيس بوك على الداء الأكاديمي بطلاب الجامعات أجريت في جامعة أوهايو بينت أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المشتركين في موقع الفيس بوك أدنى بشكل واضح من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع ، وقد يزيد من خطورة إدمان الفيس بوك انتشار هذا الإدمان وكذلك عدم انتباه المستخدمين إلى امكانية حدوثه لهم قبل أن يقعوا فيه . ( 14 )

### ثالثا : أسباب اقبال الشباب الجامعي على موقع الفيس بوك

الجميع يعرف أن موقع الفيس بوك أصبح يشكل جانبا أساسيا في حياة كثير من الناس الذين لم يعد بمقدورهم الاستغناء عنه في حياتهم اليومية ، وأصبح جزء كبير ممن ليس لديهم حساب على الفيس بوك يشعرون بنوع من الحرج أو العزلة حتى داخل مجتمعاتهم ، وكأن هذا الموقع قلب الموازين وحول المجتمعات الافتراضية الموجودة عليه إلى مجتمعات تفرض سيطرتها وضغوطها على المجتمعات الواقعية ، الأمر الذي يتطلب وقفة متأنية بعض الشيء في تفسير أسباب هذا الإقبال والاهتمام بهذا الموقع ، خصوصا من قبل فئة الشباب التي تشكل في وقتنا الحاضر الشريحة الأكبر لمشركي موقع (الفيس بوك )

فيبدو أن استخدام موقع ( الفيس بوك ) من قبل الشباب ، يشبع عندهم حاجات متنوعة أهمها :

#### 1- الحاجة الاجتماعية :

إن موقع الفيس بوك كموقع اجتماعي يقدم للشباب نوعا من الإشباع الاجتماعي ، ذلك أن الشباب وخصوصا في بداية مرحلة حياتهم ، يكون بحاجة ماسة لأن يبدأ حياته الاجتماعية بالتواصل كراشد مع باقي أعضاء المجتمع ، لكن الذي يحدث غالبا أن المجتمع لا يلبي له هذا التعامل ( كراشد ) فهو مازال يراه صغيرا ، فيجد الشاب في استخدامه موقع الفيس بوك إشباعا لهذه الحاجة التي قد لا يحصل عليها في مكان آخر.

## 2- الحاجة لمعرفة الجنس الآخر :

يحتاج الفرد في مرحلة الشباب أن يبدأ في التعرف وتكوين علاقات مع الجنس الآخر ، وبالنظر إلى مجتمعاتنا المحافظة فإن هذه الحاجة يصعب اشباعها لدى الشباب ضمن الاطر التقليدية للعلاقات الاجتماعية في المجتمع فيجد أن استخدامه لموقع الفيس بوك يشبع هذه الحاجة عنده سواء كان هذا الاشباع كلياً أو جزئياً.

## 3- الحاجة للمعرفة :

يحتاج الشباب إلى المعرفة الواسعة في مختلف المجالات ، فهم تواقون دائماً للمعرفة الواسعة يحتاجون لمعرفة ما يدور حولهم وما يدور في المجتمعات الأخرى إذ أن حب المعرفة والمغامرة سمة بشرية تتجلى في مرحلة الشباب ويبدو أن موقع الفيس بوك قادراً على تقديم الإشباع المعرفي وتزويد الشباب بمعرفة متعمقة بالعالم.

## 4- الحاجة للأشباع الفكري :

طبيعة مجتمعاتنا العربية لا تتيح للشباب التعبير بحرية عن آرائهم وتوجهاتهم وتقيدهم من فرص اطلاعهم على الآراء والمعلومات التي لا تتسجم مع الاطر والنظم الاجتماعية أو الدينية السائدة مقابل وجود حاجة ماسة لدى هذه الفئة العمرية للتعبير عن ذاتها وهمومها وقضاياها من منظورها الذاتي وبدون المحاذير المفروضة عليها ، وبهذا يحقق الشباب من خلال استخدامهم موقع الفيس بوك اشباعاً فكرياً عن طريق تمكنهم من طرح أفكارهم بدون التحفظات والمحاذير الاجتماعية القائمة في مجتمعاتنا.

## 5- الحاجة إلى الترفيه والتسلية :

لا يوجد حد عمري فاصل بين مرحلة عمرية وغيرها ، وكل مرحلة لا بد وان توجد فيها بقايا من المرحلة التي تسبقها وبالنظر الى الشباب فإن ما يفصله عن سني الطفولة ليس بالكبير ، من هنا يلاحظ إقبال الشباب واحتياجه للتسلية والترفيه وبطبيعة الحال فإن هذا المجال مفتوح على مصراعيه أمام من يستخدم الموقع.

## 6- الإذعان المجتمعي :

في مرحلة الشباب تحديداً لا يمكن إهمال تأثير القراء على بعضهم ففي دراسة أجريت على الطلبة المتخرجين في جامعة " نورث إيسترن " عن تأثير الفيس بوك على الإرادة الحرة للفرد أكدت بأن هناك مستوى مرتفع من ضغط القراء على الفرد فمساهمة القراء الضاغطة أدت إلى زيادة مستوى اشتراك طلاب الكليات والمعاهد في موقع الفيس بوك . (15)

## الأسرة والعلاقات الاجتماعية

### الأسرة :

تعتبر الأسرة المؤسسة الاجتماعية الأولى المسؤولة عن التنشئة الاجتماعية للأسرة اتحاد تلقائي يتم نتيجة الاستعدادات والقدرات الكامنة في الطبيعة البشرية وهي ضرورة حتمية لبقاء الجنس البشري واستمرار الوجود

الاجتماعي وتلعب الأسرة دور أساسي في سلوك الأفراد من خلال النماذج السلوكية التي تقدمها وهي بدورها تؤثر في التربية ورغم تعدد مؤسسات التنشئة الاجتماعية إلا أن الأسرة كانت ولا زالت أقوى مؤسسة اجتماعية تؤثر في مكتسبات الانسان المادية والمعنوية.

والأسرة هي المؤسسة الأولى في حياة الإنسان وهي المؤسسة المستمرة معه استمرار حياته بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى ان يشكل أسرة جديدة .

وتشير بعض الدراسات والأبحاث على أن للأسرة خصائص مميزة عن سائر المؤسسات الاجتماعية مما يجعلها أنسب هذه المؤسسات وتشتق هذه الخصائص من عاملين هما :

- 1- أن الأسرة الوحدة الاجتماعية التي ينشأ فيها الفرد مما يجعل الطريقة التي يتفاعل أعضائها معه ونوع العلاقات التي يجريها تمثل النماذج التي ستشكل وفقاً لتفاعلاته وعلاقاته الاجتماعية
- 2- أن الأسرة تعتبر النموذج الأمثل للجماعة الأولية ويقصد بها الجماعة الصغيرة التي تتميز بالارتباط والتعاون وتعتبر الأسرة هي الوسط الذي يتعلم الفرد في إطارها الأنماط السلوكية " (16)

ويبدو واضحاً مما تقدم أن الأسرة جماعة اجتماعية أساسية ودائمة وليست الأسرة أساس وجود المجتمع فحسب بل هي مصدر الأخلاق والدعامة الأولى للسلوك فهي الإطار الذي يتعلم فيه الإنسان أول دروس الحياة الاجتماعية.

من ضمن تعريفات الاسرة يمكن الاشارة الي التعريف التالي:

الأسرة مشتقة من كلمة ( أسر ) بمعنى ( قيد ) و الاسرة في لغة العرب وردت بثالث معان، الأول الدرع الحصين والثاني أهل الرجل وعشيرته والثالث الجماعة التي يربطها رابط مشترك كأسرة التعليم وأسرّة الفن وهذه المعاني في طياتها معنى التعاون، والتناصر وكأن كل واحد مشدود ومقيد بالآخر يقويه ويشد من أزره، والأسرة في المفهوم الغربي تعنى الزوج والزوجة والاولاد ما داموا في كنف أبيهم وفي بيته. (17)

والأسرة مؤسسة رئيسية في كل المجتمعات رغم أنها قد تأخذ أشكالاً مختلفة، وهي واحدة من أهم المؤسسات الاجتماعية في المجتمع، وهي مجموعة من الافراد يرتبطون بروابط القرابة، علاقات الدم، وزواج وانجاب أو تبنى، وهي وحدة أساسية في التنشئة الاجتماعية، حيث تلعب دوراً جوهرياً في تنشئة الاطفال على أساس قيم وثقافة المجتمع، وبالأسرة يستقر النظام الاقتصادي والسياسي والديني في المجتمع، كما أنها تهتم أساساً بكل جانب من جوانب استقرار المجتمع، ولذلك فهي جماعة من نوع خاص يرتبط أفرادها بعلاقة الشعور

الواحد المترابط، والتعاون والمساعدة المتبادلة حيث يجمع أفرادها عددا من القيم والتقاليد والمعتقدات المقبولة نسبيا من أعضائها. (18)

### العلاقات الاجتماعية:

نموذج التفاعل المتبادل الذي يستمر فترة معينة من الزمن تؤدي إلى ظهور مجموعة توقعات اجتماعية ثابتة وتعتبر علاقة الدور المتبادل بين الزوج والزوجة والعلاقة بين المحلل النفسي والمريض أمثلة على العلاقات الاجتماعية. (19)

أما إبراهيم عثمان فيعرفها بأنها صورة من صور التفاعل الاجتماعي بين طرفين أو أكثر بحيث تكون لدى كل طرف صورة عن الآخر والتي تؤثر سلبا أو إيجابا على حكم كل منهما للآخر، ومن صور هذه العلاقات الصداقة والروابط الأسرية والقربة وزمالة العمل والمعارف والأصدقاء . (20)

ويقصد بالعلاقات الاجتماعية إجرائيا هي العلاقة التي تقوم بين شخصين أو أكثر لتلبية حاجات اجتماعية أو عاطفية أو اقتصادية عبر موقع الفيس بوك حيث يكون لهذه العلاقات نتائج وآثار سواء إيجابية أم سلبية .

### التواصل في العلاقات الأسرية وأهميته للشباب:

تعد الأسرة أهم عنصر فعال في التأثير المباشر وغير مباشر على شخصية الشاب واتجاهاته وسلوكه داخل المجتمع ، كم أنها الوحدة الاجتماعية الأولى التي يقع على عاتقها تنمية وعي الشباب واهتمامه بالبيئة وما يرتبط بها من مشكلات واكسابه المهارات والمعارف والاتجاهات الايجابية نحو مواجهة المشكلات القائمة وتجنب ظهور مشكلات أخرى بقدر الامكان ومن الأمور البديهية أن أي خلل في البيئة الأسرية وتواصلها مع أبنائها يؤدي إلى عجز هذه البيئة عن أداء وظائفها ويؤثر على العلاقات والتفاعلات داخلها وبالطبع فإن لكل بيئة أسرية خصائصها التي تميزها وتجعل لها هوية تختلف عن غيرها من الأسر . (21)

كما تتعكس أهمية التواصل الأسري على نفسية كل فرد داخل الأسرة ويتضح ذلك في سلوك كل واحد منهم فالتواصل يخلق حالة من الفهم المتبادل بين أفراد يعمل كما إنه يساعد علي كل من:

- 1- نشأة الأبناء نشأة سوية صالحة بعيدة عن الانحراف الخلقي والسلوكي.
- 2- يبني جسور من التفاعل بين الابناء والأبوين مما يساعد الآباء على فهم احتياجات ابنائهم
- 3- يعزز الثقة بين كل فرد من أفراد الأسرة مما يجعلهم أكثر قدرة على تحقيق طموحاتهم وآمالهم.
- 4- يعمل على التخفيف من مشاعر الكبت عند الأبناء.
- 5- ينشأ أسرة قادرة على احترام مشاعر بعضهم البعض وخلق حالة من الود والمحبة بينهم



التواصل الأسري هو من أهم مقومات المجتمع السليم فهو عمود بنائه لينتج مجتمع سليم سوي وعلي النقيض تمام في التفكك الأسري نتيجة الإعلام الجديد له عدة مساوئ تؤثر على نشأة الأسرة وتؤثر على تجمع ووحدة أفرادها كما تؤثر لكل فرد فيها . (22)

### تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة و الأسرة

داخل الأسرة ، كانت هناك عملية يشار إليها باسم "التدجين .يشير التدجين في المقام الأول إلى التكنولوجيات المحلية التي تساعد على إدارة الأسرة المعيشية في الحياة اليومية ويغير " الثقافة الأسرية وأنماط التفاعل، ومع ذلك ، يمكن ربط ذلك بإدخال تقنيات الإعلام الجديدة إلى الأسرة.

الأسر التي تتمتع بإمكانية الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تختلف عن تلك التي لا تمتلكها ، فقد أصبحت التقنيات الإعلامية الجديدة جزءا لا يتجزأ من الروتين اليومي المحلي وأصبحت الآن " جزءا لا يتجزأ من الحياة المعاصرة.

لقد أثر تكييف تكنولوجيات الإعلام الجديدة على المجتمع المعاصر في عدد من الطرق المختلفة ومع ذلك، فإن أحد التعديلات الرئيسية هو تأثيره على العلاقات الشخصية اليومية ويمكن أن يؤدي إدخال تقنيات جديدة مثل الإنترنت إلى المنزل إلى تغيير نوعية العلاقات الأسرية. (23)

والانترنت أو شبكة المعلومات العالمية أحدثت وسائل الاتصال التي دخلت على الأسرة في الفترة الأخيرة ، وهي وإن كان لها ايجابيات عديدة إلا إن سلبياتها طغت على إيجابياتها ، من خلال تعامل أفراد الأسرة مع هذه الخدمة حيث ظهر ما عرف بادمان الانترنت حيث يقضي الكثير منهم جل وقته بعد العمل أو المدرسة أمام جهاز الحاسب مبحرا في عوالم هذه الشبكة وفي السنوات الخمس الأخيرة قام عدد من الباحثين الأمريكيين بدراسات على مستخدمي الانترنت من ابرز نتائجها تناقص التواصل الأسري بين أفراد الأسرة وتضائل شعور الفرد بالمساندة الاجتماعية من جانب المقربين له ، وهذا ناتج عن خلافات وتفكك داخل الأسرة التي تعاني من اسراف بعض افرادها في استخدام شبكة الانترنت . (24)

### الأثار الاجتماعية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التواصل مع الأسرة والأقارب

تتمثل الآثار الاجتماعية السلبية في ميل الفرد الى الوحدة، والانسحاب من المجتمع وعدم المشاركة في أي أنشطة اجتماعية وعدم التفاعل مع المحيطين به من أفراد اسرته واصدقائه ومشاركتهم اهتماماتهم، فضلاً عن تفضيل العزلة والمكوث فترات طويلة في استخدام الإنترنت وبالأخص موقع الـ Facebook والتفاعل مع

الآخرين من خلال هذا المجتمع الافتراضي عبر الموقع، أما الآثار الإيجابية فتتمثل في التفاعل الاجتماعي ومشاركة الآخرين اهتماماتهم، والتواصل مع أفراد المجتمع، وإقامة علاقات وصدقات جديدة، والاشتراك في مجموعات متنوعة، وتطوير العلاقات الاجتماعية مع الآخرين عبر موقع الفيس بوك. (25)

وتلك التأثيرات سواء السلبية أو الإيجابية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على حجم الترابط الأسرى في مختلف المجتمعات على مستوى العالم كله فعلى سبيل المثال توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين استخدامات الشباب الجامعي لشبكة الإنترنت وحجم الترابط الأسرى في المجتمع الليبي، وتشير هذه النتيجة إلى خطورة استخدام الشباب للأنترنت على الترابط الأسرى في المجتمع الليبي وقضاء معظم أوقات الشباب أمام الإنترنت ولساعات طويلة يؤثر على طبيعة الأسرة والتفاعل الاجتماعي بين أفرادها مما يشكل خطورة بالغة على قيم الأسرة وترابطها ويشكل خلافاً يهدد كيان الأسرة العربية، فاضطراب الأسرة يجعل من الأبناء مضطربين وغير أسوياء من الناحية الاجتماعية، وعلى قدر استقرار الأسرة يكون استقرار الأبناء وفي حالة غياب أحد الوالدين يمكن للطرف الآخر تعويضه وفي حالة الخلل يتسبب في الاستخدام السيء للأنترنت، وتأتي هنا سلبية الآباء فهم خارج المنزل غالباً وعدم قدرتهم على إقامة جسور الحوار والتواصل مع أبنائهم (26).

## عرض وتحليل البيانات:

جدول رقم (1) يوضح فئة النوع

النوع	ك	%
ذكور	35	54.7
إناث	29	45.3
المجموع	64	100

من خلال الجدول للسؤال الخاص بالنوع يتضح بأن فئة الذكور سجلت معدل أكثر من فئة الإناث حيث جاءت الفئة الأولى بنسبة 54.7% وهذا مؤشر ودليل على أن فئة الشباب من الذكور في الجامعات الليبية بنسبة أكثر من الإناث حيث جاءت بنسبة 45.3% .

## جدول (2) يوضح الفئة العمرية للشباب الجامعي

العمر	ك	%
من 20 إلى 23	30	47
من فأكثر 24من	34	53
المجموع	64	100

يتضح من الجدول الخاص بالفئة العمرية من 20 - 23 وهذه الفئة تكون في المرحلة الجامعية من التعليم فقد سجلت ما نسبته 47% من عدد المبحوثين 64 مفردة . وتبين أيضا بأن فئة 24 سنة فأكثر سجلت نسبة متقاربة مقارنة بالفئة العمرية السابقة فقد بلغت 53% ، وهذا دليل على اقبال الشباب الجامعي في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك موضوع الدراسة.

## جدول (3) يوضح نوع الإقامة داخل الأسرة للمبحوثين

الإقامة	ك	%
أقيم مع الأب والأم	37	57.9
أقيم مع الأب فقط	7	10.9
أقيم مع الأم فقط	10	15.6
أقيم مع أحد الأقارب	5	7.8
أقيم بمفردي	5	7.8
المجموع	64	100

من خلال عرض نتائج الاستبيان فيما يخص الإقامة التي يكون فيها الشباب الفئة التي خضعت للدراسة فقد تبين أن أعلى نسبة سجلت للإقامة مع الأب والأم فقد جاءت بنسبة 57.9% بينما الإقامة مع الأم فقط بسبب ظروف الزوج وفاة أو انفصال أو غياب فقد بلغت 15.6% ومع الأب جاءت بنسبة أقل حيث سجلت 10.9% في حين جاءت الإقامة بمفردي أو مع الأقارب بنسبة متساوية 7.8% .

## جدول رقم (4) يوضح انفصال الأب عن الأم لفئة الشباب الجامعي

انفصال الأب عن الأم	ك	%
نعم	18	28.1
لا	46	71.9
المجموع	64	100

من خلال النتائج التي سجلت في الجدول الخاص بانفصال الأب عن الأم يتضح بأن فئة غير منفصلين سجلت نسبة أعلى بلغت 71.9% وهذا دليل ومؤشر على وجود الأبناء تحت رعاية الأب والأم ولهذا تأثير في متابعة الأبناء في استخدام التقنية الحديثة.

## جدول رقم (5) يوضح مدى استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك

استخدام الشباب الجامعي	ك	%
دائما	49	67.6
أحيانا	14	21.8
نادرا	1	1.6
المجموع	64	100

يتضح من الجدول لإجابة السؤال عن مدى استخدام الشباب لمواقع الفيس بوك بأن أعلى نسبة سجلت لفئة دائما حيث جاءت بنسبة 76.6% وأحيانا بنسبة 21.8% وهذا يدل على أن المبحوثين يستخدمون بشكل دائم هذه المواقع من التواصل الاجتماعي أو الاستفادة منها في البحث العلمي .

## جدول رقم (6) يوضح عدد ساعات استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك

عدد الساعات	ك	%
أقل من ساعة	7	10.9
من ساعة إلى أقل من ساعتين	7	10.9
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	20	31.2
من ثلاثة ساعات إلى أربع ساعات	15	23.5
من أربعة ساعات فأكثر	15	23.5
المجموع	64	100

تبين من عرض النتائج بأن عدد الساعات التي يستخدمها المبحوثين لمواقع الفيس بوك جاءت بنسبة متفاوتة حيث جاءت من ساعتين إلى ثلاثة ساعات بنسبة 31.2% وتعد نسبة مرتفعة للعدد الاجمالي للعينة البالغة 64 مفردة ، وجاءت في المرتبة الثانية من ثلاثة ساعات إلى أربعة ساعات بنسبة 23.5% ، وجاءت أقل من ساعة 10.9% وهذه النسبة تدل على أن المبحوثين لديهم أوقات أخرى للدراسة .

## جدول رقم (7) يوضح الأوقات التي يفضلها الشباب الجامعي في استخدام الفيس بوك

الأوقات المفضلة	ك	%
الفترة الصباحية	8	12.5
فترة الظهر	20	31.2
الفترة المسائية	22	34.4
الفترة الليلية	14	21.9
المجموع	64	100

يتضح من الجدول الخاص بالأوقات التي يفضلها المبحوثين لاستخدام الفيس بوك أن الفترة المسائية هي أعلى نسبة حيث بلغت 34.4% وهذا مؤشر على أن هذه الفترة مناسبة للمبحوثين بينما جاءت فترة الظهر في المرتبة الثانية بنسبة 31.2% وعلى اختلاف الأوقات فإن الفترة الصباحية التي يكون فيها الشباب في الجامعات

جاءت بنسبة 12.5% وسجلت الفترة الليلية نسبة 21.9% رغم أن هذه الفترة مناسبة للشباب في مختلف المجتمعات العربية .

جدول رقم (8) يوضح موقف الأسرة من استخدام الفيس بوك

موقف الأسرة	ك	%
الرفض	12	18.8
عدم الاهتمام	47	73.4
التشجيع	5	7.8
المجموع	64	100

يتبين من خلال استعراض النتائج بأن عدم اهتمام الأسرة عند استخدام أبنائهم الفيس بوك جاءت بنسبة 73.4% هذا مؤشر قد تكون نتائجه عكسية على علاقة الأسرة بالأبناء بسبب عدم مراقبتهم أو متابعتهم في حين جاءت فئة الرفض والتشجيع بنسب قليلة بلغ مجموعهم هذا مؤشر قد تكون نتائجه عكسية على علاقة الأسرة بالأبناء بسبب عدم مراقبتهم أو متابعتهم في حين جاءت فئة الرفض والتشجيع بنسب قليلة بلغ مجموعهم 25% .

جدول رقم ( 9 ) يوضح أسباب استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك

أسباب الاستخدام	ك	%
قضاء وقت الفراغ	18	28.1
معرفة أصدقاء جدد	21	32.8
معرفة متطلبات الدراسة مع الأصدقاء	24	37.5
الهروب من الواقع	5	7.8
التخلص من الفراغ الاجتماعي	12	18.8
التخلص من الفلق والملل	11	17.2
التسلية والترفيه	9	14.1
التتقيف	21	32.8
التواصل مع الأصدقاء	17	26.6
اتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة	8	12.5

تتعدد أسباب استخدام الشباب الجامعي للفييس بوك فقد جاءت النتائج من خلال الجدول السابق بأن فئة معرفة متطلبات الدراسة مع الأصدقاء جاءت بنسبة عالية بلغت 37.5% من حجم العينة وهذا دليل على أن استخدام الشباب الجامعي للفييس بوك من أجل العملية التعليمية والبحث العلمي تليها فئة التثقيف بنسبة 32.8% واتفقت مع معرفة أصدقاء جدد فجاءت بنفس النسبة وسجلت باقي الفئات بنسب متفاوتة حسب أهميتها للشباب الجامعي .

جدول رقم ( 10 ) يوضح المزايا في استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك دون غيره من قنوات التواصل الاجتماعي

المزايا	ك	%
التسلية والترفيه	9	14.1
سهولة استخدامه	19	29.7
يعرض نشاطي اليومي بايجاز شديد	20	31.3
الاندماج والتفاعل مع أكثر من شخص في وقت واحد	17	26.6
محاولة للتفاعل الاجتماعي مع الآخرين	18	28.1
يجعلني استفيد من خبرات وتجارب النجوم والمشاهير	18	28.1
مشاهدة البومات الصور الخاصة بالأصدقاء	5	7.8
التعبير عن أفكارى وحالتى المزاجية لكي يتعرف عليها الجميع	15	23.4
عمل صداقات جديدة	13	20.3

من خلال استعراض نتائج الجدول السابق التي توضح مزايا استخدام الفيس بوك دون غيره من قنوات التواصل الاجتماعي حيث جاءت فئة عرض نشاطي اليومي بايجاز شديد بنسبة 31.3% وهذه القيمة توضح بأن الشباب الجامعي يهتم بعرض نشاطه للأصدقاء وغيرهم وسجلت فئة سهولة استخدامه بنسبة 29.7% وجاءت الفئات الأخرى بنسب متفاوتة من 8% إلى 23% كلا حسب أهميتها للمبحوثين.

## جدول رقم ( 11 ) يوضح الاشباعات الاجتماعية التي يحققها الفيس بوك للشباب الجامعي

الاشباعات الاجتماعية	ك	%
ربط علاقات صداقة جديدة	17	26.6
إيجاد حلول لمشاكل الاجتماعية	24	37.5
اظهار نشاطي اليومي للآخرين	15	23.4
اكتساب خبرات وتجارب مع الآخرين	32	50

من خلال اجابة المبحوثين على تساؤل الاشباعات الاجتماعية التي يحققها الفيس بوك تبين الآتي :

ايجاد حلول لمشاكل الاجتماعية بنسبة 37.5% وهذا يدل على أن المبحوث أو الشباب الجامعي يحاول من خلال الفيس بوك عرض مشاكله وقضايا الاجتماعية مع الأصدقاء أو من يتابع الفيس بوك للاستفادة من آرائهم وهذه النتيجة أكدتها فئة اكتساب خبرات وتجارب الآخرين حيث سجلت 50% وجاءت الفئات الأخرى بنسب ما بين 23 و 26 % .

## جدول رقم ( 12 ) يوضح الآثار النفسية ( الإيجابية والسلبية ) لاستخدام الشباب الجامعي للفيس بوك :

معارض		محايد		موافق		الآثار النفسية ( الإيجابية والسلبية ) لاستخدام الفيس بوك
%	ك	%	ك	%	ك	
9.09	12	7.531	18	16.59	34	توقفي عن استخدام الفيس بوك يجعلني قلقا ومكتئبا
12.88	17	11.715	28	9.27	19	استخدامي للفيس بوك يجعلني أتقمص مواقف غير حقيقية وواقعية
15.15	20	9.623	23	10.24	21	اشعر بعدم الرضا عن المجتمع بسبب متابعتي لحياة النجوم المشاهير اليومية المفرطة
18.94	25	12.134	29	5.43	10	استخدامي للفيس بوك يجعلني شخصية سلبية
8.33	11	9.205	22	16.85	31	اشعر بسعادة كبيرة عند التواصل مع الأصدقاء القدامى
11.36	15	12.971	31	9.78	18	الفيس بوك يعبر عما بداخلي دون الإفصاح عنه للآخرين



6.82	9	12.134	29	14.13	26	عند استخدامي للفيس بوك يجعلني شخصية ايجابية من خلال مشاركتي للآخرين همومهم وأخبارهم ومناسبتهم
9.85	13	12.552	30	11.41	21	لا أشعر بالوحدة والعزلة عندما أتعامل مع الفيس بوك
7.58	10	12.134	29	13.59	25	عند التعامل مع الفيس بوك أكون أكثر ايجابية لاتخاذ القرارات تجاه موافقي اليومية

من خلال عرض الجدول السابق نلاحظ بأن هناك تفاوت في اجابات المبحوثين من حيث موافق ومحايد وعارض في التعليق على الفقرات الايجابية والسلبية نتيجة استخدام الفيس بوك فقد سجلت الاثار النفسية الايجابية نسب مرتفعة عن الاثار السلبية عدا فقرة توقي عن استخدام الفيس بوك يجعلني قلقا ومكتئبا سجلت نسبة ( 16.59%) وتعتبر مرتفعة مقارنة بالنسب الاخرى الخاصة بالفقرات ذات العلاقة بالآثار السلبية .

#### جدول رقم ( 13 ) يوضح الآثار الاجتماعية ( الايجابية والسلبية ) لاستخدام الشباب الجامعي للفيس بوك

معارض		محايد		موافق		الآثار الاجتماعية ( الايجابية والسلبية ) لاستخدام الشباب الجامعي للفيس بوك
%	ك	%	ك	%	ك	
6.48	7	7.634	20	13.60	37	تابعتي للفيس بوك قلل من نشاطاتي اليومية
12.96	4	8.015	21	10.66	29	استخدامي للفيس بوك أثر بشكل سلبي على التفاعل الاجتماعي مع أسرتي
11.11	2	6.107	16	13.24	36	تخلص من ضغوط الحياة اليومية
12.96	4	1.832	31	6.99	19	الشعور بالوحدة والعزلة
8.33	9	1.450	30	9.19	25	متابعتي للأحداث اليومية للآخرين من خلال الفيس بوك قلل من مشاكلي الاجتماعية
10.19	1	1.832	31	8.09	22	باهم الفيس بوك في تطوير علاقتي الشخصية الاجتماعية من مشاهدتي للأحداث اليومية للنجوم والمشاهير
7.41	8	9.924	26	11.03	30	باهم الفيس بوك في زيادة تطلعاتي وطموحاتي الشخصية

8.33	9	2.214	32	8.46	23	معرفتي لأصدقاء الفيس بوك عوضني عن أصدقائي الحقيقيين
12.04	3	9.160	24	9.93	27	ثر على علاقتي بأسرتي مما يضعف التواصل الأسري والاجتماعي
10.19	1	1.832	31	8.09	22	متابعتي لحياة النجوم المشاهير اليومية اكسبني خبرات ومعارف جديدة

يتضح من خلال عرض الجدول بأن هناك مجموعة من الآثار الايجابية والسلبية التي يسببها استخدام الفيس بوك وجاءت الآثار الايجابية بمعدلات أعلى من الآثار السلبية حيث جاءت بنسب متقاربة فيما بينهم و يعتبر الجدول السابق مرآة عاكسة لذلك وعلى سبيل المثال للآثار الايجابية نلاحظ أن فقرة التخلص من ضغوط الحياة اليومية وفقرة ساهم في زيادة تطلعاتي وطموحاتي الشخصية سجلت نسب مرتفعة.

#### جدول رقم (14) يوضح شعور الشباب الجامعي عند غيابه عن الفيس بوك

%	ك	شعور الشباب
7.8	5	القلق والاضطراب
64.1	41	الفراغ
14.1	9	لا أشعر بشيء
14.1	9	بالوحدة والعزلة
100	64	المجموع

من خلال استعراض الجدول السابق يتضح بأن أعلى نسبة جاءت فئة الفراغ بمعنى عدم انشغالي بأي أعمال مانسبته 64% وتعتبر أعلى نسبة أمام باقي الفئات الأخرى التي سجلت نسب متفاوتة

#### جدول رقم (15) يوضح تأثير الفيس بوك على العلاقات الأسرية للشباب الجامعي

%	ك	تأثير الفيس بوك
21.9	14	يجعلني في عزلة عن أسرتي
28.1	18	يبعدني عن علاقتي الأسرية
29.7	19	يبعدني عن زياراتي العائلية

28.1	18	يقلل من الترابط الأسري
26.6	17	يلغي مواعيدي والتزامات العائلية
18.8	12	ليس له تأثير على الاطلاق

يتضح من الجدول السابق بأن فئة يبعدي عن زيارتي العائلية ما نسبته 29.7% وتعتبر نسبة عالية حيث أن استخدام الفيس بوك يؤثر على العلاقات الاسرية في حالة استخدامه بشكل خاطئ.

جدول رقم (16) يوضح دور الأسرة في مساعدة الشباب الجامعي على الاستخدام السليم للفيس بوك :

دور الأسرة	ك	%
التربية السليمة على المبادئ والأخلاق الفاضلة	23	35.9
توجيههم لي بسلبيات الفيس بوك وبيان خطورته	13	20.3
يساعدني على تنظيم أوقاتي بالتوفيق بين استخدام الفيس بوك واهتماماتي	16	25
حثهم لي على الفوائد الايجابية للفيس بوك	16	25
المتابعة والاهتمام من قبل الاسرة والتشجيع على الاستخدام الايجابي	11	17.2
إقامة علاقات صداقة مع الأبناء ومشاركتهم استخدام الفيس بوك	14	21.9
قيامهم بوضع حسابات خاصة على الفيس بوك لمراقبتي بشكل أفضل	3	4.7
عدم وضع الجهاز المحمول في غرفة نومي ووضعها في مكان عام بالمنزل	8	12.5
التوجيه والإرشاد المستمر بصورة مباشرة وغير مباشرة	15	23.4

من خلال عرض النتائج يتضح بأن فئة التربية السليمة على المبادئ والاخلاق الفاضلة سجلت نسبة 35.9% وتعتبر أعلى نسبة أمام الفئات الأخرى في حين سجلت فئة وضع حسابات خاصة على الفيس بوك لمراقبة الأبناء جاءت بنسبة قليلة جدا بلغت 4.7% وهذا مؤشر يدل على أن هناك ثقة بين الأسرة والأبناء ولا يحتاج الأمر لمراقبتهم والتجسس عليهم .

## النتائج العامة للدراسة :

- 1- سجلت النتائج العامة للدراسة بأن فئة الذكور سجلت نسبة مرتفعة .
- 2- جاءت الفئة العمرية من 24 فأكثر في المرتبة الأولى بنسبة 53% وهذا مؤشر على استخدام هذه الفئة العمرية لمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك موضوع الدراسة
- 3- يتضح من الدراسة بأن الإقامة مع الأسرة " الأب والأم " سجلت نسبة مرتفعة عن باقي الفئات الأخرى.
- 4- جاءت فئة استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك بصفة دائمة نسبة مرتفعة ، وهذا مؤشر على اقبال الشباب على هذا النوع من التواصل الاجتماعي .
- 5- عدد الساعات التي يستخدم الشباب الجامعي فيها مواقع الفيس بوك كانت أعلى نسبة بواقع ساعتين إلى ثلاثة ساعات .
- 6- فيما يخص الاوقات المفضلة لدى الشباب في استخدام الفيس بوك جاءت الفترة المسائية بنسبة عالية أمام باقي الاوقات.
- 7- يتضح من خلال النتائج العامة للدراسة فيما يتعلق بموقف الاسرة من استخدام ابنائهم لموقع الفيس بوك بأن عدم الاهتمام جاءت بنسبة عالية جدا ، وهذا مؤشر سلبي يعكس عدم مراقبة الابناء ومتابعتهم
- 8- سجلت فئة عرض نشاطي اليومي بايجاز ما نسبته 31.2% وهذه النسبة تشير الى مزايا استخدام الفيس بوك للشباب الجامعي باعتباره من اهم وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات .
- 9- تبين من خلال النتائج بأن تأثير الفيس بوك على العلاقات الاسرية جاء في فقرة يبعدي عن زيارتي العائلية بنسبة مرتفعة ، وتدل هذه النتيجة على أن الفيس بوك له تأثير سلبي على العلاقات الاسرية من حيث الترابط والتواصل
- 10- تبين من نتائج الدراسة بأن للأسرة دور واضح في مساعدة الأبناء على الاستخدام السليم للفيس بوك فقد جاءت فقرة التربية السليمة على المبادئ والاخلاق الفاضلة بنسبة عالية.

## توصيات الدراسة :

- 1- تعزيز دور الاسرة والجامعة في تأصيل القيم الحميدة عند الشباب
- 2- توعية الاسرة اعلاميا بمدى خطورة استخدام وسائل الاتصال الحديثة بشكل متواصل وأثارها السلبية على العلاقات الاسرية

- 3- تعزيز القيم الايجابية التي تحملها وسائل الاتصال الحديثة بما تقدمه من اشياء ايجابية مثل الثقافة ونقل المعلومات المفيدة وتنمية العقل والفكر من اجل المساهمة في بناء المجتمع
- 4- زيادة الدراسات في مجال الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها المختلفة على الشباب والمجتمع للتعرف على انعكاساتها خاصة السلبية منها لتفاديها.
- 5- محاولة وضع قوانين لمراقبة مضامين الشبكات الاجتماعية واقامة مراكز متخصصة في هذا المجال لحماية الشباب والمجتمع.

#### الهوامش:

- 1 - عامر ابراهيم قنديلجي ، البحث العلمي في الصحافة والإعلام ، ط1 ، 2015 دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ص 178.
- 2 - مفيدة بوسلطة ، نبيل طهوري ، الشبكات الاجتماعية وأثرها على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة نموذجا تويتر والفايس بوك، منشورات جامعة قاحدى مرياح ورقلة ، الجزائر ، 2014 .
- 3 - محمد عمر سالم ، اتجاهات الشباب الليبي نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب جامعة المنصورة 2018 .
- 4 - تحسين منصور ، استخدام الانترنت ودوافعها لدى طلاب جامعة البحرين دراسة ميدانية ، المجلة العربية للعلوم الانسانية ، مجلد 22 عدد 86 ، 2004 .
- 5 - نيرمين خضر ، الاثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية دراسة على مستخدمي موقع الفيس بوك ، المؤتمر العلمي الأول للأسرة والإعلام وتحديات العصر 15 - 17 فبراير منشورات جامعة القاهرة 2009 .
- 6 - فائز المجالي ، استخدام الانترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ، مجلة المنارة ، مجلد 13 العدد 7 ، الاردن 2007 .
- 7 - ياس خضير البياتي: الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون ، ، 2014. عمان، الاردن، ط1، 390
- 8 - ماهر عودت الشمالية ، محمود عزة اللحام ، مصطفى يوسف الكافي: الأعلام الرقمي الجديد ، ، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن، ط1 ، 2015. ص 203
- 9 - محمد سلطان، وسائل الإعلام والاتصال ط1 عمان: دار المسيرة 2011 ، ص 361
- 10- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك 2012 . ص 76-78
- 11 - محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1 ، 2012 ، ص 361 - 360
- 12- عبد الرزاق الدليمي محمد ، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية ، 2010، عمان ، دار وائل للنشر ، ص 67
- 13- كاتب فارس ، عقون دنيا ، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب أم البواقي ، منكر مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ، ص 49- 50 ، 2016 ، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي ،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، قسم العلوم الانسانية ص 49-50 ، 2016 .

- 14- ليلى أحمد جرار ، الفيسبوك والشباب العربي ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ط1 ، 2012
- 15 - ليلى أحمد جرار ، الفيسبوك والشباب العربي 2012، ص127-129 المرجع السابق
- 16 - صالح محمد علي ، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية ، 2007 ، ط6 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان ، الأردن ، ص 218-219 .
- 17 - أشرف سعد نخلة ، الأسرة وتحديات العصر ، ط1 ، الإسكندرية دار الفكر الجامعي، 2011 ، ص47.
- 18 - هشام سعيد فتحى عمر البرجى ، تأثير استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام منشورة 2015، جامعة القاهرة كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون ص83
- 19 - غيث محمد عاطف ٢٠٠٢ م (قاموس علم الاجتماع، الاسكندرية :دار المعرفة الجامعية ص 437
- 20 - ابراهيم عثمان ٢٠٠٤ مقدمة علم الاجتماع، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع ص27.
- 21 - ليلى أحمد جرار ، الفيسبوك والشباب العربي ، ليلى أحمد جرار ، ص 105 مرجع سابق
- 22 - محمد الشمري ، تأثير الإعلام الجديد على الأمن الأسري ، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات ، العدد السادس شهر 12 ، 2018 . ص 4 .
- 23 - محمد الشمري ، تأثير الإعلام الجديد على الأمن الأسري ، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات ، العدد السادس شهر 12 ، 2018 . ص6
- 24 - حليلة لكحل ، ربيعة زايدى ، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الاسرية الفيس بوك نموذجا ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع التربوي ، 2016 ، 2017 . جامعة زيان عاشور الجلفة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ص61
- 25 - هشام سعيد فتحى عمر البرجى، تأثير استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام منشورة 2015، جامعة القاهرة كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون ص90
- 26 - طارق محمد محمد الصعدي، جمال الدين محمد القويى. استخدامات الشباب الجامعي لشبكة المعلومات الدولية الإنترنت وتأثيراتها على الترابط الأسرى في المجتمع الليبي دراسة ميدانية المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر ، الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي ، كلية الإعلام جامعة القاهرة مايو 2007 ، الجزء الثاني، ص 1026-1027.

## الرضا الوظيفي لدى معلمي ومعلمات التعليم العام بمراقبة تعليم عين زارة وعلاقته ببعض المتغيرات

د. حسين علي الغول .. جامعة الزيتونة / كلية التربية

### مقدمة

تتوقف العملية التربوية في المجتمع إلى حد كبير على مستوى أداء المعلم وانجازه للمهام والمسئوليات التربوية التي يتحتم عليه القيام بها , ومن خلال ذلك تتعدد المهام والأدوار نتيجة المتغيرات التي يعيشها المجتمع , كذلك هناك من التحديات في المجالات التعليمية العرفية , والاجتماعية والاقتصادية وكذلك التقنية التي لا بد من ابرازها عند التفكير في مهنة المعلم والتي تعتبر من أهم المهن التي لها صلتها الوثيقة بعملية التنمية . (أمانة عباس المحامي 1996 : ص 139)

ويعتبر الرضى الوظيفي من أكثر مواضيع علم الادارة عموماً , ذلك لأنه حالة انفعالية متعلقة بالموارد البشرية يصعب فهمها , ناهيك عن قياسها بكل موضوعية ولعل هذا الغموض أدى إلى ظهور العديد من البحوث والدراسات حول هذا الموضوع تختلف باختلاف الاتجاهات حول مفهوم المهنة من كافة اتجاهاتها , حيث أن مفهوم المهنة يرتبط بالاتجاهات المهنية والروح المعنوية , وبناء على ذلك يكون الرضى عن العمل نتيجة لهذه الاتجاهات العديد نحو عمل الفرد والعوامل المرتبطة به ونحو الحياة بصورة عامة , وتصبح هذه الاتجاهات عبارة عن استجابات الرفض أو القبول فيما يتعلق بجوانب العمل المختلفة , أما الروح المعنوية فهي تعتبر مركباً من الاتجاهات لأعضاء الجماعة العامة .

كما يعتبر موضوع الرضى الوظيفي من المواضيع الهامة والأساسية التي كتب فيها الباحثون والمنظرون في علم النفس الصناعي والإدارة الصناعية , حيث يعتبر الرضا الوظيفي واحداً من أكبر المواضيع التي درست في علم النفس وحيث أن احصائية ما كتب في هذا الموضوع حتى عام 1976 من خلال دراسة قام بها (لوك) بلغ عددها في ذلك الحين قرابة ثلاثة آلاف وثلاثمائة (3300) دراسة أو كتاب وبمراجعة تلك البحوث والدراسات استنتج أن الرضا الوظيفي يتحقق بشكل مباشر من خلال العمل ذاته , والمكافئة والحوافز وظروف العمل , وعلى الجانب الآخر وجد أن الرضا الوظيفي يتحقق بشكل غير مباشر من خلال عوامل وظروف اخرى تتعلق غالباً بالموظف ذاته , والمشرفين , والمرؤوسين , وسياسة العمل , والراتب . (محمد عبدالمحسن التويجري 1995 : ص 481)

لقد أصبح موضوع الرضى وعدم الرضى الوظيفي من الموضوعات التي تحظى باهتمام السلوكيين والإداريين , وذلك ببحث الجوانب المختلفة لوسائل ومصادر الرضا لدى الموظف وقياس درجة رضا الأفراد نحو وظائفهم , وكذلك بحث أسباب ومصادر عدم لرضى , ولقد تم التوصل إلى مجموعة من العوامل التي تؤدي إلى الرضا , واعتبار وجودها ضرورياً , وأساسياً لتحقيق الرضا المنشود للموظف , وفقدان هذه العوامل يؤدي إلى استياء الموظف وعدم رضاه وبالتالي ينعكس ذلك على أداءه في العمل وقيامه بواجباته على الوجه الأمثل .

من الحقائق العلمية أن الرضا عن العمل والاقتران به يدفع الفرد إلى بذل أقصى جهده لإنجاز العمل وفي أخطر وقت , بالرضا عن العمل يشكل دافعاً للإنجاز , فعطاء الفرد وكفاءته المهنية دليل على مدى رضاه عن العمل وعن نفسه من خلال احساسه بالنجاح والتقدم فيه , كما يزداد هذا العطاء بمقدار ما يوفر العمل من اشباع حاجاته ودوافعه واستغلال طاقاته.

ويعتبر الرضى الوظيفي أحد مكونات السعادة والرضى عن الحياة , وله علاقة مباشرة بالإنتاجية ويشكل عاملاً مهماً للمعلم , فرضى المعلم عن وظيفته يؤدي به إلى الكفاية الانتاجية العالية , حيث أن المعلم الراضى عن وظيفته أو مهنته يقبل عليها في همة ونشاط ويكون سعيداً أو منتجاً , أما عدم الرضا عن الوظيفة فينتج عنه سوء تكيف لدى المعلم ويكون غير متوازناً انفعالياً ويظهر الكثير من الضجر والملل والاستياء وتجعله يعبر عن هذا الاستياء بوسائل وأشكال متعددة.

فرضا المعلم يتمثل في مشاعره وأحاسيسه وتوقعاته اتجاه عمله وتقويمه كما يتوقف هذا التقويم على مدى إدراكه للعائد من عمله ومدى مناسبته لمستوى طموحه وأحلامه , فلا يتحقق الرضى إلا عندما يكون الطموح والعائد يسيران في اتجاه واحد , فأعباء العمل والضغوط التي تقع على المعلم تؤثر على درجة استقباله لمصادر الاحباط كما تتأثر درجة الرضا لدى المعلم بخصائصه الشخصية ومدى تقبله للمشكلات التي تواجهه في بيئة العمل , فأوجه القصور والخلل في الأمور من شأنها أن تضعف الرضا , منها حوكمة المدرسة ونوع الاشراف والدخل المادي والعلاقة الداخلية والخارجية بين إدارة المدرسة من جهة وبين المعلمين بعضهم البعض من جهة أخرى وكذلك فرص الترقية .

### مشكلة الدراسة

تناولت الدراسات كثيراً من الأمور المهمة والظواهر السلوكية ومنها الرضا الوظيفي باعتباره أحد ظواهر السلوك التنظيمي الذي يتناول مشاعر الفرد إزاء مؤثرات العمل الذي يقوم به , وكذلك البيئة المحيطة بالعمل , وأن في إشباع حاجات الأفراد في المؤسسة أو المدرسة تحقيقاً لمستوى عال من الرضا الوظيفي لديهم ,



وهذا بدوره يؤثر على الانتاجية ، أما حالة عدم الاشباع فإنه يؤدي إلى ارتفاع معدل الغياب ، وكثرة الاضطرابات وتغير سلوك الفرد بوجه عام تجاه عمله ومؤسسته .

وتتناول الدراسة الحالية الرضا الوظيفي لدى معلمي ومعلمات المدارس العامة بمراقبة تعليم عين زارة وعلاقته ببعض المتغيرات المتصلة بالرضا عن العمل ، ويعتبر رضا المعلم عن عمله عاملاً هاماً في تحقيق أهداف العملية التربوية ، حيث أن المعلم الذي يتمتع بمستوى رضا مرتفع في وظيفته سوف يقدم انتاجية عالية في نوعيتها وكميتها ، ويعتبر المعلم ركيزة أساسية في عملية تنشئة الأجيال في المجتمع ، بل هو ذلك الانسان الذي يضع اللمسات الأساسية في بداية حياة الطالب إن توفرت الظروف الملائمة للمعلم ، والتي تعطيه قدراً كافياً من الراحة النفسية والطمأنينة في وظيفته ، والسنوات التي أمضاها في التدريس ، وكذلك فرص الترقية العادلة والتي لا يشعر فيها بأي نوع من التميز لفرد دون آخر ، بأنها تشير حسب معايير موضوعية محددة ، يضاف إلى ذلك وجود الإدارة الواعية التي ترتقي في تعاملها مع المعلم إلى المستوى الذي يستحقه ، وتمنحه الثقة في النفس ، والشعور بالمسئولية الملقاة على عاتقه وهي تنشئة الأجيال ، كما أن وجود زملاء العمل الذين تسودهم روح المودة والتعاون فيما بينهم ، والتعامل على أساس الاحترام المتبادل ، والمشاركة والبعد عن التنافس والتصلب في الرأي دون أي أساس علمي ، كل هذه الظروف لها الأثر الفعال والهام على المعلم ، وتتحكم في نوعية انتاجيته وكميتها ، وشعوره بالمسئولية تجاه وظيفته ومتطلباتها ، وتحدد مشكلة الدراسة الحالية في محاولة التعرف على درجة الرضا الوظيفي لدى معلمي ومعلمات المراحل الثلاث ابتدائي اعدادي - ثانوي) بمراقبة تعليم عين زارة وطبيعة علاقة الرضا لكل من جنس المعلم ( معلم - معلمة ) والمؤهل الدراسي (تربوي - غير تربوي) ومستوى الخبرة التدريسية للمعلم (قصيرة - متوسطة - طويلة) والمرحلة التعليمية التي يعمل بها (ابتدائي - إعدادي - ثانوي) والتخصص الدراسي (لغة عربية ، علوم ، انجليزي ، تربية فنية) .

ومن ثم تحاول الدراسة الاجابة على التساؤلات التالية :

- 1- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الرضا العام عن العمل لدى المعلمين ترجع إلى اختلاف المرحلة التعليمية التي يعمل بها المعلم (ابتدائي - إعدادي - ثانوي) ؟
- 2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الرضا العام لدى المعلمين ترجع إلى اختلاف جنس المعلم (ذكر - أنثى) ؟
- 3- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الرضا العام لدى المعلمين ترجع إلى نوع المؤهل العلمي (تربوي - غير تربوي) ؟

- 4- هل توجد فروق دالة احصائياً في الرضا العام عن العمل لدى المعلمين ترجع إلى اختلاف التخصص الدراسي (لغة عربية، علوم، انجليزي ، تربية فنية ، تربية اسلامية)؟
- 5- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الرضا العام عن العمل لدى المعلمين ترجع إلى تفاعل بعض المتغيرات السابقة (كالمرحلة التعليمية ، جنس المعلم ، مدة الخبرة ، التخصص الدراسي ، مستوى المؤهل العلمي) ؟

### أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على الآتي :

- درجة الرضا العام للمعلمين عن مهنة التدريس ، ومعرفة إلى أي مدى يرتبط المعلمين بمهنتهم ، وما هي العوامل التي تؤثر في طبيعة هذه العلاقة ؟
- درجة الرضا عن مهنة التدريس للفئات المختلفة من المعلمين والمعلمات يساعد في التعرف على المشكلات أو العقبات التي قد تكون من عوامل عدم الرضا في هذه المهنة ، وبالتالي إمكانية التصدي لها ومعالجتها .
- جوانب الرضا عن العمل لدى معلمي ومعلمات المراحل التعليمية الثلاث بمراقبة تعليم عين زارة وعلاقة ذلك من الجنسين والمرحلة التعليمية والخبرة التدريسية والمؤهل الدراسي لهؤلاء المعلمين والمعلمات .
- أفادت العديد من الدراسات السابقة أن الرضا عن العمل لدى المعلم له أهميته لارتباطه بمستوى أداءه وزيادة حماسه وإنتاجيته ، ومدى اتفاق هذه الدراسة أو اختلافها مع الدراسات السابقة .
- العلاقة بين عطاء المعلم وبعض المتغيرات المادية ، والنفسية ، والتربوية ، والتقويمية وتأثيرها سلباً أو ايجاباً بالعائد التربوي وأهدافه.
- هذه الدراسة يمكن أن تفيد نتائجها القائمين على إعداد المعلمين في معرفة أنسب السبل لرفع مستوى الرضا في مهنة التعليم لدى المعلمين والمعلمات ، ورفع كفاءتهم التدريسية أثناء الخدمة ، وقد تكون هذه الدراسة انطلاقة لدراسات لاحقة في مجال التنمية البشرية للمعلمين قبل الخدمة بحيث توجه البرامج نحو مساعدة المعلمين على اكتساب المهارات اللازمة للتعامل مع المواقف ، والضغوط التي قد يتعرضون لها أثناء قيامهم بعملية التعليم.

### حدود الدراسة

تلتزم هذه الدراسة في تعميم النتائج التي يتم التوصل إليها بالحدود التالية :

- 1- تتحدد النتائج بالحدود الزمانية والمكانية للعينة حيث تقتصر على المعلمين والمعلمات الذين يزاولون مهنة التدريس في بداية العام الدراسي 2018 - 2019 في مدارس مراقبة تعليم عين زارة .
- 2- يتم استبعاد المعلمين الذين لا يمارسون مهنة التدريس فعلاً (إداريين ومشرفين) نظراً للطبيعة الخاصة لاتجاهات معلمي ومعلمات هذه المواد نحو مهنة التعليم .
- 3- يتم معالجة النتائج الخاصة بالمعلمين بشكل مستقل عن النتائج الخاصة بالمعلمات نظراً للطبيعة التي قد تكون عليها والتي تختلف عن طبيعة اتجاهات المعلمين عنها اتجاهات المعلمات نحو مهنة التدريس وإن كانت ستقارن النتائج الخاصة بالمعلمين والمعلمات.

## مصطلحات الدراسة

### الرضا الوظيفي Job Satisfaction

لقد اختلف الباحثون في تحديد مفهوم الرضا الوظيفي أو ما يعرف أحياناً بالرضا عن العمل وقد عرفه العديلي (1981) الرضا الوظيفي بأنه : الشعور النفسي بالقناعة والارتياح والسعادة لإشباع الرغبات والحاجات والتوقعات مع العامل نفسه لمحتوى بيئة العمل ومع الثقة والولاء والانتماء للعمل مع العوامل والمؤثرات الأخرى ذات العلاقة .

أما التعريف الأجراني للرضا الوظيفي في هذه الدراسة فهو : الدرجة التي يتحصل عليها المعلم أو المعلمة الذين يجيبون عن مقياس الرضا الوظيفي المستخدم في هذه الدراسة ويرى الباحث أن الرضا الوظيفي يمثل القناعات والاستجابات النفسية والعاطفية السلبية من المعلم تجاه جوانب عديدة من مهامه ومسئوليته وعن أداءه وبيئة عمله .

### الأداء الوظيفي :

الأداء الوظيفي يشير إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد ، وهو يعكس الكيفية التي يحقق ويشبع بها الفرد متطلبات الوظيفة ، وغالباً ما يحدث تداخل بين الأداء والجهد ، فالجهد يشير إلى الطاقة المبذولة ، أما الأداء فيقاس على أساس النتائج التي حققها الفرد . (رواية حسن 2008 : 216)

### التعليم :

فعل يبلغ المعلم بواسطته للتلميذ مجموعة من المعارف العامة والخاصة وأشكال التفكير ووسائله ، ويجعله يكتسبها ويتعلمها ويستوعبها وذلك باستعمال طرق معدة لهذا الغرض واعتماداً على قدراته الخاصة . (مراد سهام 2015 : 10)

## مراقبة تعليم عين زارة :

تعتبر أحد مراقبات التعليم التي تتبع وزارة التربية والتعليم ببلدية طرابلس .

## المدرسة العامة :

يقصد بها المدرسة التي تتبع وزارة التربية والتعليم وينفق عليها من الخزينة العامة.

## المعلم :

يقول عمر التومي الشيباني هو عنصر حي قادر على التأثير والتأثر ببقية العناصر الأخرى , وله الدور القيادي والتوجيهي في العملية التربوية ، فهو الذي يقود ويوجه العناصر الأخرى في المواقف أو المجال التربوي يجعلها في وضع يخدم معه العملية التربوية . (حسين عبد المجيد أحمد رشوان 2006 : 181)

## الإطار النظري

### نظرة تاريخية حول الرضا الوظيفي :

يعتبر موضوع الرضا الوظيفي من المواضيع الهامة والمفاهيم الأساسية التي شغلت المفكرين والسياسيين وأرباب الأعمال منذ زمن طويل ، وقد أدى ذلك إلى اهتمام الباحثين والمنظرين في علم النفس الصناعي ، والإدارة الصناعية بهذا الجانب ، ويعتبر موضوع الرضا الوظيفي واحداً من أكثر الموضوعات التي درست في علم النفس ، ومن خلال احصائية عما كتب في هذا الموضوع حتى عام 1976 ، هناك ما يزيد عن الثلاثة آلاف بحث أو كتاب أو أطروحة كتبت في الرضا الوظيفي (Lock , e 1976) وتؤكد بعض الدراسات على أن المدرسين الراضين عن عملهم يمكن أن يتوقع منهم العمل بفاعلية أكثر حيث وجد (مايون لنكيوس 1979) (Mayoon Linkous, 1979) من خلال استعراضه لعدد من البحوث والدراسات أن المدرسين الذين حقق تلاميذهم إنجازاً دراسياً مرتفعاً كانوا راضون عن عملهم وأن معنوياتهم كانت مرتفعة . (إيناس فؤاد 1429 هـ : ص 39)

قد بدأ موضوع الرضا عن العمل (الرضا الوظيفي) لأول مرة في مجال الصناعة وتعددت الدراسات في مختلف الميادين إلى أن انتهت في مجال التعليم ، حيث يعود بدأ الاهتمام بموضوع الرضا الوظيفي وتأثيره على سلوك الأفراد إلى بدايات القرن العشرين حيث كانت أولى المحاولات هي محاولة تايلور صاحب نظرية الإدارة العلمية ، فهو أول من فكر عملياً في تفسير سلوك العامل في المنظمة وفي كيفية تشجيعه من أجل المزيد من العطاء والبذل ، إلا أنه لم يكن القصد من ذلك تحسين حياة الفرد ذاته ولكن كان من منطلق مناقشة مشكلات الإنتاجية وكيفية رفع إنتاجية الفرد العامل ، فاعتبر العامل بذلك أداة من أدوات الإنتاج.

وقام فريدريك تايلور (1856 - 1917) بوضع نظرية الإدارة العلمية في بداية القرن العشرين كطريقة لجعل إدارة أنشطة العمل أكثر كفاءة ، والافتراض الرئيسي للدوافع حسب هذه الطريقة هو أن الأفراد العاملين مستعدون للعمل بجد من أجل الحصول على المكافآت المالية والعاملين يعطون الحوافز المالية أهمية كبرى (العيلي 1981 : ص 32)

ورغم أن الإدارة لم تستطع تحقيق الرضا المطلوب للعمال وكان يؤخرها الإهمال للجوانب الإنسانية في حياة العمال ، إلا أنها لفتت الانتباه إلى العنصر البشري في العمل وإلى قدراتهم وتأهيلهم وتحفيزهم للعمل .

وخلال تلك الفترة ظهرت حركة العلاقات الإنسانية التي اهتمت بالجانب الإنساني ، ومن رواد هذه الحركة إلتون مايو وزملائه وتضمنت هذه الحركة عدت أفكار منها : أن المكافآت والحوافز المادية تلعب دوراً رئيسياً في تحفيز الأفراد وشعورهم بالرضا ، وأن حجم العمل الذي يؤديه الفرد ومستوى كفاءته الإنتاجية لا يتحدد بطاقته الفسيولوجية فحسب ، وإنما تحدده إرادة الجماعة وخلفيتها الاجتماعية ، وقد شخصت هذه المدرسة ما لمعنويات العاملين وعلاقات العمل من أثر على إنتاجيتهم (الحيدر ، بن طالب 2005 : 21)

وهذه النظرية تنادي بضرورة تفهم طبائع وتصرفات العاملين وميولهم ورغباتهم لخلق تعاون مشترك بينهم وبين الإدارة لتحقيق أهداف مشتركة . (إيناس فؤاد 1429هـ : 41)

وفي عام 1930 قام بوك هو بدراسة الرضا الوظيفي لدى عمال مصنع صغير بقرية بولاية بنسلفانيا بالولايات المتحدة ، حيث قام بقياس رضا العاملين عن العمل وفحص العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي مثل: أوضاع العمل ، الإشراف والإنجاز مستخدماً أسلوب الاستقصاء .، وتعد هذه أول دراسة مركزة للرضا الوظيفي ونقطة انطلاق لجميع الدراسات المتعلقة بالرضا الوظيفي . (الحيدر ، بن طالب 2005 : ص 22)

وإذا كان موضوع الرضا الوظيفي قد ظهر أصلاً في المجال الصناعي ، إلا أنه اكتسب أهمية خاصة في المجال التربوي باعتبار أن البشر هم أهم مدخلاته ، وهم كذلك أهم مخرجاته بل أنه يمكن تقويم كل مخرجات العملية التربوية في المجال التربوي بصورة عامة والرضا الوظيفي للمعلم محرك العملية التربوية بصورة خاصة.

## مفهوم الرضا الوظيفي

إن مفهوم الرضا الوظيفي قديم وبخاصة في التراث الإسلامي ، حيث أشير إليه في القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة وكتابات المسلمين فيما بعد ، وحول مفهوم الرضا في التراث يذكر (المشعان 1413) أن الرضا ثمرة الجهد في الدنيا وغاية الحياة ، وهو من أعلى مقامات القربى ومنتهى الإحسان في العمل

والمكافئات ، والرضا المتبادل بين الخالق والمخلوق هو الفوز العظيم، وهما ليسا أمرين متضادين أو منفصلين وإنما تقوم العلاقة بينهما على أساس أن إحداها موجب للآخر وتحقيهما قمة المقامات . ( أمينة عباس 1996 : ص 41) ، وقد ورد ذكر الرضا في القرآن الكريم في العديد من الآيات :

قال تعالى : (( يَا أَيُّهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ ارْجِعِي إِلَىٰ رَبِّكِ رَاضِيَةً مَرْضِيَّةً فَادْخُلِي فِي عِبَادِي وَادْخُلِي جَنَّتِي )) سورة الفجر الآية (28)

وتشير بعض المعاجم اللغوية أن الرضا هو ضد السخط ، وارتضاه : رآه أهل له ، ورضي عنه: أحبه وأقبل عليه . (إبن منظور 1956) ، كما يعرف الرضا الوظيفي في اللغة وفقاً لما أورده مجمع اللغة العربية في المعجم الوجيز (2004)

إن كلمة رضا تعني القبول والاختيار - ويقول رضيه له : رآه أهل له ، ورضى منه كذا : اكتفى فهو راضٍ ، ورضا أي أرضاه أو وافقه ، أما الرضى الوظيفي في الاصطلاح فهو سرور الشخص بوظيفته أو عمله أو شعور الموظف الإيجابي أو السلبي نحو العمل الذي ينتمي إليه.تأثر بمجموعة من المتغيرات المادية والمعنوية التي تحيط به في بيئة العمل وحالة يصل بها الفرد إلى حالة من التكامل مع عمله من خلال طموحه الوظيفي ورغبته في النمو والتقدم وتحقيق أهداف العمل ذاته . (ندى إبراهيم 2014 : ص 50)

والرضى الوظيفي من المفاهيم التي يصعب تعريفها وقياسها ، وقد اختلفت النظريات في تحديد العوامل التي تسببه ، فليس هناك تعريف معين للرضا الوظيفي يتفق عليه جميع الباحثين ، وعرض ( ولاش ولاولر ) تسعة تعريفات مختلفة للرضا الوظيفي وكل واحد منها يعتمد على نظرية محددة ، ويتبنى مقياساً محدداً يختلف عن غيره ، ولكن وجه الاختلاف الرئيسي يأتي من اختلاف الطريقة التي يدرس بها الرضا الوظيفي وما يشتمل عليه من مظاهر يجب بحثها ودراستها .(محمد عبدالمحسن التويجري 1995 : 482)

ومفهوم الرضا الوظيفي متعدد الجوانب والأبعاد ، ويتأثر بعوامل يعود بعضها إلى العمل ذاته بينما يتعلق بعضها الآخر بجماعة العمل وبيئة العمل المحيطة ، وقد أوضح ( فريدريك هيرزبيرج) أن مصطلح الرضا الوظيفي لا يعني أنه مقابل مصطلح على النقيض له على الطرف الآخر عدم الرضى الوظيفي وهذه هي النظرة التقليدية ، بينما يرى هيرزبيرج أنهما مفهومان مختلفان ويتأثران بعوامل مختلفة . وأن كل من الرضى الوظيفي ( الرضا العام عن العمل ، ) وعدم الرضا الوظيفي ( الاستياء العام ) هما جانبان يمكن أن يتم قياسهما بشكل مستقل ، وبعبارة أخرى يمكن لموظف أن يكون راضياً وغير راضٍ في الوقت نفسه ، حيث أن العوامل التي تسبب الشعور بالرضا التام عن العمل لا تسبب الاستياء الشديد منه والعكس صحيح لأن العوامل التي تسبب الشعور بالرضا العام عن العمل هي (العوامل الدافعة) أما العوامل التي تسبب الشعور

بالاستياء الشديد عن العمل فهي (العوامل الصحية) ، وعندما تزداد درجة إشباع العوامل الصحية يقل الشعور بالاستياء إلى النقطة التي يصل فيها هذا الشعور إلى درجة الحياد أو الصفر ، وعندما تزداد درجة إشباع العوامل الدافعة يزداد الشعور بالرضا ليصل إلى حالة الرضا التام . (إيناس فؤاد 1424 هـ : 42،43)

ويرى عبد الخالق أن الرضا الوظيفي هو تعبير العاملين تجاه أعمالهم ، وهذه المشاعر تعتمد على بعدين أساسيين : الأول ما يعتقد العاملون بأن العمل يتجه به إلى ما هو كائن ، والثاني ما يتطلع العاملون إلى تحقيقه من وراء وظائفهم . (النمر 1993 : 75)

كما يعرف الأغبري الرضا الوظيفي بأنه يعكس مستوى الاتزان في المشاعر الإيجابية والسلبية نحو العمل بمختلف أبعاده كالراتب ، وظروف العمل ، والعلاقة مع الزملاء ، وفرص الترقى الوظيفي ، والنمو المهني . (عبدالصمد الأغبري 2002 : 172)

أما ميدل ميست وهيت 1988 Middle Mist & Hitt0 فيريان أن الرضا الوظيفي يأتي في مركز جودة الحياة الوظيفية والتي تعنى مدى قيام المنظمة بكفاية حاجات ورغبات العاملين . (محمد سلطان 2001 : ص 95)

ويعرف شولتز وشولتز 1975 Shultz & Shultz الرضا الوظيفي على أنه المشاعر والاتجاهات الموجبة والسالبة التي نحملها نحو وظائفنا ، وهذا التعريف يعتمد على عدد من العوامل المتصلة بالعمل . (التويجري 1995 : 484)

بينما يرى لوك 1976 Lock أن مسألة الرضا الوظيفي هي محصلة ما يراه المرء من علاقة بين الشيء الذي يريد تحقيقه من دافع وظيفته التي يشغلها وبين الشيء الذي يعتقد حصوله عليه من الوظيفة فعلاً . (Lock 1976 : P 1297)

### الدراسات السابقة

– أجرت إيناس فؤاد دواوي (1429) دراسة بعنوان الرضا الوظيفي وعلاقته بالالتزام التنظيمي لدى المشرفين التربويين والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة ، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى الرضا الوظيفي ومستوى الالتزام التنظيمي لدى المشرفين التربويين ، وكذلك هدف إلى التعرف على العلاقة بين الالتزام الوظيفي والرضى الوظيفي للمشرفين التربويين والمشرفات التربويات بمكة المكرمة ، كما هدفت الدراسة الوقوف على علاقة كل من الالتزام التنظيمي والرضا الوظيفي ببعض المتغيرات الشخصية وتشمل

(الجنس ، المؤهل العلمي، التخصص ، الحالة الاجتماعية ) المشرفين التربويين والمشرفات التربويات بمكة المكرمة.

وتكونت عينة الدراسة من (103) مشرفاً تربوياً و (175) مشرفةً تربوية واستخدمت الباحثة الاستبانة أداة لجمع البيانات ، كما استخدمت مقياس بورتر وزملائه للإلتزام التنظيمي (OCA) وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

أ- يتمتع كل من المشرفين التربويين والمشرفات التربويات بمستوى عال من الرضا الوظيفي ومستوى عالٍ من الإلتزام التنظيمي.

ب- وجود علاقة ارتباطية ايجابية متوسطة بين الرضا الوظيفي بأبعاده والإلتزام التنظيمي. كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق دالة احصائياً عند مستوى دلالة 0.05 في درجات الرضا الوظيفي لدى المشرفين التربويين والمشرفات التربويات تبعاً للتخصص لصالح التخصصات العلمية والجنس لصالح الذكور ، كما أوضحت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دالة 0.05 في درجات الإلتزام التنظيمي لدى المشرفين التربويين والمشرفات التربويات تبعاً للتخصص لصالح التخصصات العلمية ، والجنس لصالح الذكور ، والمؤهل العلمي لصالح الدكتوراه .

- كما أجرى الكندي (1992) دراسة حاول فيها التعرف على البعد الكمي لمفهوم الانتماء لمهنة التعليم بين المعلمين في الكويت ، كذلك معرفة العلاقة بين البعد الكيفي للانتقاء لمهنة التعليم وبعض العوامل الشخصية للمعلم (كالجنس ، الجنسية ، سنوات الخبرة ، المهل العلمي ، .. ) بالإضافة إلى فاعلية طرائق إعداد المعلمين في تهيئة المعلم للمهنة ، وتقبله لها والانتقاء إلى مهنة التعليم ، وقد كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة تتمثل في أن متغير الجنس والجنسية قد أظهرت أثراً واضحاً في تحديد مدى الانتماء المهني بين جميع المعلمين في المجتمع الكويتي من حيث الانتماء المهني ، والإعداد الأكاديمي ، والعوامل المادية والمعنوية ، كما تبين أن الكويتيين أكثر انتماء للمهنة التي يزولونها من الوافدين ، إلا أن نتائج الدراسة أوضحت عدم وجود فروق في المتغيرات (الفئات العمرية ، الحالة الاجتماعية ، سنوات الخبرة ، المراحل التعليمية ، المؤهل العلمي ) غير أن الدراسة أوضحت أن شعور الانتماء لدى الإناث ظهر بشكل أكبر نحو المهنة من الذكور .

- أجرى الجعيني (1995) دراسة بهدف معرفة الأوضاع المادية والمكافئة الاجتماعية للمعلم والرضا عن المهنة في لواء مادبا باليمن وقد أظهرت النتائج وجود أثر لمتغير الجنس في الوضع المادي والمكافأة الاجتماعية وتحقيق الرضا عن المهنة ، بينما أكدت الدراسة عدم وجود أثر لمتغير المؤهل



العلمي ، وكذلك لمتغير الخبرة في الوضع المادي والمكانة الاجتماعية ، وتحقيق الرضا عن المهنة ، كما بينت وجود أثر للسكن في الاوضاع المادية، وعدم وجود أثر لهذا المتغير في علاقته بالمكانة الاجتماعية وتحقيق الرضا عن المهنة .

- أما في دراسة بن موفق الميلود (2017) عن الرضا الوظيفي وأثره على أداء المعلم ، دراسة مقارنة بين المعلم في المدرسة العمومية ، والمعلم في المدرسة الخاصة بولاية الجفلة (الجزائر) بهدف التعرف على العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء ، والكشف عن بعض العوامل التي تحقق الرضا الوظيفي بالنسبة للمعلمين ، وكذلك المقارنة بين ظروف العمل في المدرسة الخاصة والمدرسة العامة ، ومعرفة ظروف العمل في المدارس الخاصة كونها ظاهرة جديدة في هذا المجال ، بالإضافة إلى تبصير أصحاب القرار في قطاع التعليم بدور المعلم من ناحية إشباع حاجاته المادية والمعنوية. وأجريت الدراسة على عينة مكونة من (23) معلم منهم (17) معلم بالمدرسة العامة و(6) معلمين بالمدارس الخاصة ، كما استخدم الاستبيان بقياس مستوى رضا المعلم كأداة للدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن من أهم أسباب عدم الرضا الوظيفي في المدارس العامة والخاصة هو الدخل المادي الذي يتقاضاه المعلم غير مقنع لهم على حد سواء ، وأوضحت نتائج الدراسة أن الإشراف غير السوي يساهم في عدم الرضا الوظيفي ، وبالتالي نقص أداء عملهم ، حيث أن سلوك المشرف وعدم تقديره للجهد الذي يبذله المعلم وفقدانه لمهارات الاتصال الجيد مع المعلم تساهم بشكل كبير في زيادة عدم الرضا عن المهنة ، كما أوضحت النتائج أن معظم المعلمين والمعلمات في المدارس الخاصة والعامة برغم شعورهم بالإحباط لعدم وجود فرص الترقية والتقدير إلا أن هذا لا يؤثر على أدائهم .

- أوضحت نتائج الدراسة التي أجراها مصطفى (1989) أن هناك فروق في سنوات الخبرة بين المبتدئين وذوي الخبرة في درجة رضاهم عن المهنة بين المعلمين والمعلمات ، كما أوضحت أن هناك فروقاً بين أفراد العينة حسب مؤهلاتهم لصالح الحاصلين على شهادات أقل من الجامعية ، كما أوجدت فروقاً بسبب الجنسية بين المواطنين وغير المواطنين من المعلمين ، أي أن هناك فروقاً بين رضا المعلمين والمعلمات حسب المواد التي يقومون بتدريسها كما أن الدراسة لم تظهر أثر الجنس على درجة الرضا بين المعلمين والمعلمات عن مهنة التعليم.

- أجرى جواد محمد الشيخ ، وعزيزة شيرير (2008) دراسة بهدف التعرف على العلاقة بين الرضا الوظيفي وبعض المتغيرات الديموغرافية لدى المعلمين (الجنس ، المؤهل العلمي ، سنوات الخبرة ،

المرحلة الدراسية) وتكونت عينة الدراسة من (360) معلماً ومعلمة وأسفرت نتائج الدراسة فروق دالة إحصائياً في الرضا الوظيفي ككل لصالح الإناث وحملة الدبلوم المتوسط ، ومرحلة الأساسية الدنيا ، بينما لم توجد فروق في الرضا عن المدة ، وبالنسبة لتحقيق المهنة للذات فكانت الفروق لصالح الإناث حملة الدبلوم المتوسط والمرحلة الأساسية الدنيا ، وبالنسبة لطبيعة العمل وظروفه والعلاقة بالمسؤولين كانت الفروق لصالح الإناث ، حملة الدبلوم المتوسط والمرحلة الأساسية الدنيا ، أما سنوات الخبرة فليس لها أي أثر على الرضا الوظيفي.

- وأجرت ندى إبراهيم عبدالجبار (2014) دراسة بعنوان الرضا الوظيفي وعلاقته بالأداء المهني لدى معلمي المرحلة الثانوية لمحلة الخرطوم بالسودان وهدفت الدراسة إلى التعرف على السمة العامة للرضا الوظيفي لدى معلمي ومعلمات المرحلة الثانوية بمحلة الخرطوم ، وكذلك التعرف على السمة العامة للأداء المهني ومعرفة ما إذا كانت هناك علاقة ارتباطية دالة بين الرضا الوظيفي والأداء المهني ومعرفة الفرق في مستوى الرضا الوظيفي لمتغير النوع ، ومعرفة العلاقة الارتباطية بين مستوى الرضا الوظيفي تبعاً لمتغير المؤهل الأكاديمي ، ومتغير سنوات الخبرة ، ومعرفة عما إذا كانت هناك علاقة ارتباطية بين مستوى الأداء المهني ومتغير المؤهل الأكاديمي وتكونت عينة الدراسة من (80) معلم ومعلمة منهم (25) معلم و(45) معلمة ولأغراض الدراسة قامت الباحثة بإعداد مقياسين أحدهما لمقياس الرضا الوظيفي والآخر لمقياس الأداء المهني وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الرضا الوظيفي لدى المعلمين بالمرحلة الثانوية يتميز بالارتفاع ، وكذلك يتميز الأداء المهني لدى المعلمين بالارتفاع ووجود علامة ارتباطية بين الرضا الوظيفي والأداء المهني ووجود فروق بين الذكور والإناث في الرضا الوظيفي ووجود فروق بين الذكور والإناث في الأداء المهني ، كما توجد فروق بين الذكور والإناث في الأداء المهني ، ووجود علاقة ارتباطية دالة بين مستوى الرضا الوظيفي لدى المعلمين تبعاً لمتغيرات سنوات الخبرة والمؤهل الأكاديمي ، ووجود علاقة ارتباطية دالة عند مستوى الاداء المهني لدى المعلمين تبعاً لمتغير المؤهل الأكاديمي وسنوات الخبرة .

- أجرى كوتشي (Koichi 1989) دراسة على الرضا الوظيفي وعلاقته بمناخ العمل ، حيث قام الباحث ببناء مقياس خاص مشتمل على عوامل الرضا الوظيفي عن مناخ العمل، والإشراف ، وزملاء العمل ، واهتمام الموظف بوظيفته ، وتكونت عينة الدراسة من (150) موظفاً يعملون في اثنين من الشركات الصناعية في اليابان ، وجاءت نتائج الدراسة مشيرة إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا الموظف عن مناخ العمل وعن درجة المساعدة التي يقدمها المشرف له في عمله ، وبذلك

يكون دور المشرف أو مدير العمل هاماً في جعل الموظف راضٍ أو غير راضٍ عن وظيفته بناءً على حجم المساعدة التي يتلقاها ، وكلما كانت هذه العلاقة ايجابية بين الموظف والمدير كلما كان الموظف أكثر راضاً عن وظيفته ، وكذلك أشارت نتائج هذه الدراسة إلى ارتفاع مستوى الرضا الوظيفي لدى الموظف وشعوره بالراحة عندما يعمل مع زملاء العمل متعاونين ومتفاهمين يقدمون له المساعدة حينما يحتاج إليها ، وكان من نتائج الدراسة الجديرة بالاهتمام ذلك التفاعل بين أسلوب التعاون ومدى إدراك الموظف لذلك .

- كما أجرى كل من تشر وأرنست (Tishler & Ernest 1989) دراسة هدفت إلى التعرف على الأسباب التي تؤدي إلى ترك المعلمين لمهنتهم ، وأظهرت نتائج الدراسة أن العوامل التي ساهمت في تحقيق عدم الرضا عن العمل لدى المعلمين تركزت على عدت أسباب في مقدمتها قلت الراتب ، تم الاحتراق النفسي نتيجة لضغوط العمل ، وسوء أحوال العمل ، وقلت الدعم والاهتمام من جانب المسؤولين والإداريين .

- قام كل من Shin & Hymn وآخرون بدراسة عام (1991) هدفت إلى فحص العلاقة بين الالتزام التنظيمي والرضا الوظيفي للمعلمين ، واستخدم الباحثون في هذه الدراسة مقياسين أحدهما يقيس الإلتزام التنظيمي ، والآخر يقيس الرضا الوظيفي وقد تم تطبيقها على عينة تكونت من (854) معلم ، وتوصلت الدراسة إلى أن الإلتزام التنظيمي يختلف عن الرضا الوظيفي ، وأن الرضا أحد المسببات الكبرى التي تسيطر على الإلتزام ، كما أن الرضا الوظيفي يعتبر الرضا الوظيفي محدد الإلتزام.

## اجراءات ومنهج الدراسة

### 1-عينة الدراسة

تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية من بين معلمي ومعلمات المراحل التعليمية (الابتدائية ، الإعدادية ، الثانوية) العاملين في مدارس مراقبة تعليم عين زارة للعام الدراسي 2018 / 2019، حيث بلغ مجتمع الدراسة الأصلي (3167) معلم ومعلمة منهم عدد (152) معلم ويمثل نسبة 5% تقريباً ، بينما بلغ عدد المعلمات (3015) معلمة وتمثل نسبة 95% بعد استبعاد كل من : الإداريين ، مشرفي المعامل ، الأخصائيين النفسيين والاجتماعيين ، معلمي التربية البدنية والموسيقية ومعلمي الاحتياط ، وذلك لطبيعتهم عملهم الخاصة ، وأصبح مجتمع الدراسة يقتصر على معلمي الجداول الدراسية وذلك باعتبارهم يواجهون الطلاب يومياً ومباشرةً ، كما أنهم يتكبدون المشاق الجسدية والنفسية .

وتم أخذ الإذن بإجراء الدراسة من السيد مدير مراقبة تعليم عين زارة بموجب الخطاب 2018/248 بتاريخ 2018-05-3 الموجه إلى المدارس العامة التي تم اختيارها عشوائياً من مجموع مدارس مراقبة تعليم عين زارة ، وبذلك بلغ عدد أفراد العينة النهائية (بعد استبعاد الإستجابات غير الكاملة والغير صالحة للتحليل والتي وردت في معظمها من قطاع المعلمات (820) معلم ومعلمة منهم (150) معلم و (670) معلمة، وفيما يلي بيان توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة ووفق ما هو مبين في الجدول رقم (1):

جدول رقم (1) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المرحلة التعليمية ونوع المؤهل العلمي ومدة الخبرة

المجموع الكلي	المجموع		معلمة		معلم		الجنس	
	%	ن	%	ن	%	ن	المتغير	
820	49.66	408	47.07	386	2.68	22	ابتدائي	
	24.30	199	19.88	163	24.4	36	اعدادي	
	25.97	213	14.75	121	11.21	92	ثانوي	
	100	820	81.7	670	18.3	150	المجموع	
820	69.51	570	57.68	173	11.82	97	تربوي	
	30.49	250	24.02	137	6.46	53	غير تربوي	
	100	820	81.7	610	18.3	150	المجموع	
820	40.61	333	38.41	313	2.19	19	قصيرة	
	31.83	260	26.10	214	5.73	46	متوسطة	
	27.56	226	17.19	141	10.36	85	طويلة	
	100	820	81.7	670	18.3	150	المجموع	

من خلال الجدول السابق نستخلص التالي :

1- أن عدد المعلمين يقل عن عدد المعلمات حيث بلغ عدد المعلمين (150) معلما وهو يمثل نسبة 18.30 % من الحجم الكلي للعينة ، بينما بلغ عدد المعلمات (670) معلمة وهو يمثل نسبة 81.70 % من إجمالي حجم العينة ، وقد يرجع ذلك إلى إقبال الإناث على كليات التربية والرغبة في الاشتغال في مهنة

- التدريس دون المهن الأخرى ، الأمر الذي يتيح لها العديد من المزايا المادية والاجتماعية والاقتصادية ، بينما الذكور يتجهون غالباً إلى الكليات العلمية والتي تتيح لهم مجالات تخصص مختلفة .
- 2- تختلف النسب المئوية لأفراد العينة من المعلمين والمعلمات فيما يتعلق بالمراحل التعليمية الثلاث ، حيث بلغت نسبة 49.66 % بالنسبة للمدارس الابتدائية بينما اقتربت النسبة بين المدارس الاعدادية والثانوية ، حيث بلغت 24.30 % بالنسبة للمدارس الاعدادية ، و 25.97 % بالنسبة للمدارس الثانوية ، كما يلاحظ أن عدد الإناث في المدارس الابتدائية بلغت نسبة 47.70 % ، بينما عدد المعلمين الذكور بلغ 2.68 % وقد يرجع ذلك إلى أن أغلب معلمات المدارس الابتدائية أمهات ويحاولن جلب أبنائهم للدراسة معهم في المدارس الابتدائية .
- 3- أغلب أفراد العينة يحملون مؤهلات تربوية حيث بلغت نسبة أفراد العينة الحاصلين على مؤهلات تربوية بلغت 69.51 % بينما بلغ أفراد العينة يحملون مؤهلات دراسية غير تربوية 30.49 % ، ويلاحظ أن نسبة المعلمين الحاصلين على مؤهلات تربوية بلغت 11.82 % بينما بلغت نسبة المعلمات الحاصلات على مؤهلات تربوية بلغت 57.68 % ، وقد يرجع ذلك إلى افتتاح الكليات التربوية العديد من الاقسام التي تتناسب وقدرات وإمكانيات المرأة مثل معلم الفصل ، ورياض الأطفال ، في حين بلغت نسبة المعلمين الذين لا يحملون مؤهلات تربوية 6.46 % ، بينما بلغت الإناث اللاتي ليست لديهن مؤهلات تربوية 24.03 % .
- 4- بالنسبة لمدة الخبرة فقد اختلفت بين القصيرة والمتوسطة والطويلة فقد بلغت مدة الخبرة القصيرة 40.61 % بينما بلغت مدة الخبرة المتوسطة 31.83 % وأما بالنسبة للخبرة الطويلة فقد بلغت 27.56 % وقد يرجع اختلاف هذه النسب وارتفاع نسبة مدة الخبرة القصيرة إلى حركة التعيينات التي تمت بعد ثورة 17 فبراير 2011 ، وترتفع هذه النسبة لدى الإناث حيث بلغت 38.41 % بينما انخفض لدى الذكور حيث بلغت 2.19 % وقد ترجع هذه النسب إلى انصراف الذكور إلى أعمال أخرى أو ظروف الحرب وترك الفرصة للنساء لتولي مثل هذه الوظائف .

## 2- أداة الدراسة

بعد مراجعة العديد من البحوث والدراسات التي تناولت الرضا الوظيفي والأدوات المستخدمة فيها رأى الباحث استخدام مقياس الرضا عن العمل لدى المعلمين والذي أعده وقننه كل من نورالدين محمد عبدالجواد ، ومصطفى محمد متولي حيث وجد الباحث أن هذا المقياس يتشابه بدرجة كبيرة مع الكثير من المقاييس التي أعدت بالخصوص ، كما أنه يتناسب مع أهداف الدراسة الحالية والأسئلة التي تحاول الإجابة عنها .

تكونت عبارات " مقياس الرضا الوظيفي للمعلمين " السالف ذكره من (60) مفردة موزعة على (6) محاور رئيسية يحتويها المقياس وهي :

- 1- التقدير واحترام الذات  
2- طبيعة العمل في ذاته  
3- الأجور والمكافئات  
4- الانتماء  
5- التفاعل الإداري والمهني  
6- التفاعل الاجتماعي

وتنص تعليمات الاختبار بأن يستجيب من يطبق عليه الاختبار عن كل عبارة من العبارات درجة الرضا التي يشعر بها حيال مضمون العبارة من بين خمس اختبارات للرضا هي : (أوافق تماماً - أوافق - غير متأكد - أعارض - أعارض تماماً) وتعطي للاستجابات الدرجات (1،2،3،4،5) على الترتيب وتعتبر الدرجة الكلية العالية التي حصل عليها المعلم عن درجة عالية من الرضا عن العمل لديه ، كما أن الدرجة الكلية المنخفضة التي يحصل عليها المعلم في المقياس ككل عن درجة منخفضة من الرضا عن العمل لديه ، مع الأخذ في الاعتبار أن ثلثي عبارات الاختبار موجبة ، كما أن عدد فقرات الاختبار سالبة وعددها (22) فقرة موزعة على محاور المقياس المختلفة .

وللتأكد من سلامة أدوات الاختبار قام الباحث بعرض الاختبار على مجموعة من المحكمين والذين أبدوا موافقتهم على استخدام الاختبار دون تعديل في فقراته ، كما تم عرض الاختبار على مجموعة من المعلمين لمعرفة مدى وضوح عباراته حيث أبدوا ارتياحهم لعبارات المقياس ولم يتم الاستفسار عن أي فقرة من فقراته . ورغم أن معد القياس قام بالتحقق من الصدق المنطقي والصدق البنائي وصدق المقارنة الطرفية المقياس ، إلا أن الباحث خلال الدراسة الحالية قام بإعادة حساب معامل الثبات باستخدام التجزئة النصفية ، حيث بلغ معامل الثبات باستخدام معادلة بيرمان براون 86 % وبلغ معامل الثبات الداخلي (الفا كربتاخ) 89 % وهذه النتائج تؤكد صدق وثبات الأدوات المستخدمة .

بعد ذلك قام الباحث بتطبيق المقياس على أفراد العينة بمساعدة بعض المسؤولين الإداريين بالمدارس التي وقع عليها الاختيار من مراحل التعليم المختلطة ، منها عدد (2) مدرسة تعليم أساسي (إبدائي) مختلطة بنين وبنات وعدد (3) مدارس تعليم أساسي (إبتدائي - إعدادي) مختلط بنين وبنات وعدد (4) مدرسة ثانوية منها (2) مدرسة بنين و (2) مدرسة بنات ، وأثناء تصحيح الاختبار تم استبعاد الاستجابات الناقصة التي لم تستكمل الاختبار خلالها الإجابة عن كل أسئلة المقياس والتي كانت أغلبها لدى المعلمين ممن كان له دور في التفاوت الكبير بين عدد المعلمين وعدد المعلمات .

### الأسلوب الإحصائي

استخدم الباحث في هذه الدراسة الأساليب الإحصائية التالية :

- 1- حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأفراد العينة .  
2- حساب قيمة "ت" ودلالاتها.  
3- استخدام تحليل التباين الثنائي المصدر

## 4- احتساب اختبار "توكي" لمعرفة اتجاه الفروق الدالة.

## نتائج الدراسة ومناقشتها

من خلال فروض الدراسة قام الباحث بتحديد مدى إيجابية الرضا العام ومكوناته في ضوء المقارنة بين الدرجة المحايدة " عدد العبارات 3X مع متوسط درجات الرضا العام أو متوسط درجات كل مكون من مكوناته. والجدول رقم (2) يوضح ذلك .

جدول رقم (2) يوضح المتوسط وأعداد العبارات والدرجة المحايدة للرضا العام

المتغير	المتوسط	عدد العبارات	الدرجة المحايدة	اتجاه المتوسط
الرضا العام	209.36	60	180	إيجابي
طبيعة العمل	41.32	12	36	إيجابي
تفاعل الأدوار	29.17	10	30	سلبى
التفاعل الاجتماعي	35.87	10	30	إيجابي
الأجور والمكافآت	16.83	6	18	سلبى
الانتماء	35.59	10	30	إيجابي
تقدير الذات	40.91	12	36	إيجابي

من الجدول السابق يتضح إيجابية العينة بالرضا العام أي أن هناك رضىً عاماً مهنياً إيجابياً لأفراد العينة وكذلك الحال بالنسبة لمكونات الرضا العام باستثناء الأجور والمرتبات وكذلك التفاعل الإداري ، حيث يلاحظ أن قيمة المتوسط أدنى من الدرجة المحايدة مما يشير أن مجموعة من أفراد العينة غير راضين عن الأجور والمرتبات وكذلك التفاعل الإداري ، وهذا يظهر واضحاً من خلال الاعتصامات والإضراب عن العمل الذي يقوم بها المعلمون من أجل رفع مستوى مكافآتهم وكذلك فصل التعليم العام عن التعليم العالي .

وعلى ذلك يمكن استعراض نتائج الدراسة وفق التالي :

## أولاً نتائج الفرض الأول :

يتكون هذا الفرض من الفروض الجزئية الآتية :

- 1- لا توجد فروق دالة إحصائية في الرضا العام عن العمل أو مكوناته لدى المعلمين ترجع إلى اختلاف المرحلة التعليمية (ابتدائي - إعدادي - ثانوي).
- 2- لا توجد فروق دالة إحصائية في الرضا عن العمل أو مكوناته لدى المعلمين ترجع إلى اختلاف الجنس (ذكور - إناث).
- 3- لا يوجد تفاعل دال إحصائياً بين المرحلة التعليمية والجنس من حيث تأثيرها على الرضا العام عن العمل لدى المعلمين .

وللتأكد من صحة هذا الفرض والفرضيات الجزئية له قام الباحث باستخدام تحليل التباين الثنائي المصدر طبق المتغير لمرحلة الدراسة (ابتدائي - إعدادي - ثانوي) وكذلك الجنس (معلمين - معلمات) وذلك للرضا العام وأبعاده المختلفة والجدول رقم (3) يوضح نتائج هذه الفرضيات :

## جدول رقم (3)

المحور	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف
الرضا العام	المرحلة	239.44	2	161.75	0.73
	الجنس	155.10	1	1553.10	** 9.56
	المرحلة X الجنس	87.22	2	43.70	0.27
	البواقي	107251.5	661	161.90	00
طبيعة العمل	المرحلة	49.41	2	24.70	1.51
	الجنس	79.81	1	79.81	* 4.79
	المرحلة X الجنس	14.37	2	7.03	0.45
	البواقي	10792.70	661	16.35	00
الأجور والمكافآت	المرحلة	1.46	2	4.73	0.60
	الجنس	76.06	1	79.06	0.04
	المرحلة X الجنس	9.06	1	31.03	* 3.94
	البواقي	5204.69	661	00	00



1.93	24.81	2	49.63	المرحلة	الانتماء
* 3.9	50.13	1	50.13	الجنس	
1.33	17.3	2	24.27	المرحلة X الجنس	
00	12.85	661	84830.2	البواقي	
2.17	30.63	2	61.37	المرحلة	التفاعل الإداري
0.14	1.66		1.66	الجنس	
2.92	34.75	2	69.58	المرحلة X الجنس	
00	11.93	661	7887.7	البواقي	
0.49	5.67	2	11.35	المرحلة	التفاعل الاجتماعي
0.12	1.25	1	135	الجنس	
1.93	22.55	1	45.10	المرحلة X الجنس	
00	11.69	661	7728.47	البواقي	
0.81	11.85	2	23.65	المرحلة	تقدير الذات
** 15.84	230.69	1	230.65	الجنس	
0.25	3.55	2	7.12	المرحلة X الجنس	
00	14.75	661	9624.85	البواقي	
** دالة عند 0.05			** دالة عند 0.01		

من الجدول السابق يتضح أن :

1- بالنسبة للفرضية الأولى (الفرق في الرضا العام ومكوناته ترجع إلى اختلاف المرحلة التعليمية) بالرجوع إلى الجدول السابق يتبين عدم وجود فروق دالة احصائياً ترجع إلى اختلاف المراحل التعليمية (ابتدائي - اعدادي - ثانوي) سواء في الرضا العام أو أبعاده الفرعية ، مما يعني أن إدراك معلمي ومعلمات المراحل التعليمية الثلاث متشابهة في الرضا العام ، أو أبعاده الفرعية ، وهذا يعني أن إدراك معلمي المراحل الثلاث متشابهة في الرضا العام سواء الرضا في تقدير ذواتهم أو الرضا في انتمائهم والرضا في طبيعة العمل وتفاعلهم الإداري والاجتماعي ورضاهم عن الأجور والمكافآت ، وتتفق نتائج هذا الفرض مع دراسة أمينة عباس 1996 ، حيث لا توجد هناك فروق بين المعلمين في مراحل التعليم الثلاث من الجنسين في درجة رضاهم عن العمل التدريسي كما أكدت هذه النتيجة دراسة الكندي 1992 وندى إبراهيم 2014

بينما تعارضت نتائج الدراسة الحالية في هذه الجزئية مع نتائج دراسة الجعيني 1995 وبن موفق 2017 ودراسة مصطفى 1989 ، وقد يرجع عدم وجود فروق جوهرية بين المراحل التعليمية الثلاث في الرضا العام وأبعاده الفرعية مؤكداً للواقع حيث لا يختلف المعلم في مراحل التعليم الثلاث فهم متساوون في جميع الاعتبارات بما فيها الأجور والمرتبات والمكافئات والتفاعل الاجتماعي مما يحقق صحة الفرض الجزئي الأول .

2- بالنسبة للفرضية الجزئية الثانية (الفرق في الرضا الوظيفي ومكوناته التي ترجع إلى اختلاف الجنس).  
أ- بالرجوع إلى الجدول (3) يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المعلمين والمعلمات في كل من التفاعل الإداري والتفاعل الاجتماعي ، مما يعني عدم وجود أي اختلافات بين المعلمين والمعلمات في إدراكهم للتفاعلات الإدارية والاجتماعية وهذا يعبر عن رضاهم إدارياً واجتماعياً وقد يرجع ذلك إلى المساواة في التعاملات الإدارية بين الذكور والإناث إدارياً واجتماعياً .

ب- وأوضحت الدراسة أن الفروق بين المعلمين والمعلمات دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 في الرضا العام وكل من تقديرات الذات ، والأجور والمرتبات ، بينما كانت الفروق دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 بين المعلمين والمعلمات لكل من الانتماء وطبيعة العمل وهذا يعني أن المعلمين يختلفون عن المعلمات في الرضا الوظيفي العام ، وفي تقديرهم لذواتهم ، وكذلك انتماءاتهم وإدراكهم لطبيعة عملهم ورضاهم عن الأجور والمكافئات وللتعرف على تلك الفروق بين المعلمين والمعلمات في الرضا العام والأبعاد السابقة تم استخدام اختبار (ت) لمعرفة دلالة الفروق واتجاهاتها، وفق الجدول رقم (4) :

جدول رقم (4) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) بين درجات أفراد العينة (معلمين ومعلمات) في أبعاد الرضا العام ومكوناته الفرعية

المتغير	معلمون		معلمات		قيمة ت	الدلالة
	ع	م	ع	م		
الرضا العام	12.2	202.4	12.56	210.25	3.18	0.01
تقدير الذات	2.95	42.22	3.65	43.35	4.00	0.001
الانتماء	3.2	38.30	3.83	39.20	2.24	0.05
طبيعة العمل	3.99	37.75	4.11	38.90	2.7	0.05
الأجور والمرتبات	2.63	19.69	3.7	20.15	3.8	0.001

من خلال الجدول رقم (4) يتبين وجود فروق جوهرية بين المعلمين والمعلمات في الأبعاد السابقة عند مستوى 0.001 لتقدير الذات ، وعند مستوى 0.01 الرضا العام والأجور والمكافآت ، وعند مستوى 0.05 للانتماء وطبيعة العمل ، وكما يلاحظ من خلال الجدول السابق أن جميع هذه الفروق في الأبعاد السابقة لصالح الإناث ، مما يعني أن المعلمات أكثر رضاً وظيفي بوجه عام وأكثر تقديراً لدواتهن وانتمائهن لمهنتهن ، وأكثر إدراكاً لطبيعة المهنة ، وأكثر رضاً لجهودهن ومكافآتهن من المعلمين ، وقد جاء ذلك متطابقاً مع دراسة الكندي (1999) والجعنين (1995) وكذلك دراسة ايناس (1429 هـ) وأحمد عباس (1996) ، إلا أن بعض الدراسات السابقة أكدت عدم وجود فروق جوهرية في الرضا عن العمل بين المعلمين والمعلمات ومنها دراسة مصطفى (1984) وهذا قد يرجع رضا المعلمات عن عمل التدريس عن المعلمين إلى الطبيعة البيولوجية للمرأة في تكوينها العضوي، كما قد يرجع اختيار المرأة إلى مهنة التدريس إلى عدد الإجازات التي تتمتع بها المعلمة عن المعلم كإجازة الحمل وإجازة الوضع بالإضافة إلى قلة ساعات العمل وخاصة أثناء الرضاعة . كما أن نظرة المجتمع إلى مهنة التدريس بأنها أكثر قبولاً لدى الإناث عن غيرها من المهن ، كما أن نظرة المرأة إلى مهنة التدريس هو استكمالاً لدورها التربوي في البيت من خلال تعاملها مع أطفال وتلاميذ المراحل المختلفة الذين هم في مرتبة أبنائها.

كما قد يرجع ذلك إلى عزوف الذكور عن مهنة التدريس والتحاقهم بالمهن الأخرى التي تدر عليهم دخلاً أكثر تلبي حاجاتهم المعيشية .

### 3- أما بالنسبة للفرضية الثالثة (تفاعل المرحلة X الجنس)

من خلال الجدول رقم (2) نلاحظ عدم وجود تفاعل دال بين كل من المرحلة والجنس على الرضا العام، وتقدير الذات ، والانتماء ، وطبيعة العمل ، والتفاعل الإداري ، وكذلك التفاعل الاجتماعي ، مما يعني أن المرحلة التعليمية والجنس لا يؤثران على الرضا العام ، وأبعاده السابقة ، بينما يلاحظ من الجدول السابق أن المرحلة التعليمية والجنس كان لهما أثر دال على الرضا في الأجور والمكافآت ، حيث يلاحظ أن تفاعل الذكور في المرحلتين الابتدائية والإعدادية في الرضا عن الأجور والمكافآت أكبر منه لدى الإناث ، مما يعني أن ذكور المرحلتين الابتدائية والإعدادية يظهر بصورة أكبر مما هو عليه لدى المعلمات وهذا يعني أن المعلمين والمعلمات يتأثرون بصورة أكبر بالرضا عن الأجور والمكافآت عن أقرانهم بالمرحلتين الابتدائية والثانوية ، وهذا تراه واضحاً وجلياً من خلال الإعتصامات والمظاهرات التي يقوم بها المعلمون والمعلمات من أجل تحسين أجورهم ومكافآتهم ، كما يلاحظ من الجدول السابق أنه لم يكن هناك أي تأثير مشترك بين المرحلتين الابتدائية والثانوية على أي نمط من الجنسين للرضا عن الأجور والمكافآت وهذا يتطلب إجراء دراسات في هذا المجال وفي تلك المرحلة

لمعرفة الأسباب التي أدت إلى رضا معلمي المرحلة الإعدادية عن الأجور والمكافآت بصورة أفضل من المعلمين بالمرحلتين الابتدائية والثانوية.

### ثانياً نتائج الفرض الثاني :

ويتكون هذا الفرض من الفروض الجزئية التالية :

4- لا توجد فروق دالة إحصائية في الرضا العام عن العمل أو مكوناته لدى المعلمين ترجع إلى الخبرة التدريسية .

5- لا توجد فروق دالة إحصائية في الرضا العام عن العمل أو مكوناته لدى المعلمين ترجع إلى التخصص الدراسي.

6- لا يوجد تفاعل دال إحصائياً بين مدة الخبرة التدريسية والتخصص الدراسي من حيث تأثيرها على الرضا العام عن العمل لدى المعلمين.

وللتحقق من هذه الفرضيات تم استخدام تحليل التباين الثنائي المصدر بين مستويات الخبرة الثلاث ، والتخصصات الستة وفقاً لما هو موضح بالجدول الثاني .

جدول رقم (5) يوضح نتائج تحليل التباين ثنائي المصدر للرضا العام ومكوناته طبقاً لمتغيري الخبرة والتخصص والتفاعل بينهما .

المحور	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف
الرضا العام	الخبرة	28.97	2	14.75	0.09
	التخصص	2313.65	5	462.73	** 2.88
	الخبرة X التخصص	3026.47	10	302.65	** 1.88
	البواقي	104012.49	649	16.76	
طبيعة العمل	الخبرة	1.89	2	0.95	0.06
	التخصص	141.68	5	27.8	1.74
	الخبرة X التخصص	238.49	10	23.89	1.46
	البواقي	10553.6	649	11.83	
الأجور	الخبرة	55.12	2	27.56	* 3.47
	التخصص	77.98	5	15.73	1.98

1.11	8.75	10	88.30	الخبرة X التخصص	والمكافئات
	7.93	649	515.09	البواقي	
0.68	8.97	2	16.67	الخبرة	الانتماء
0.55	7.12	5	36.25	التخصص	
1.03	13.24	10	133.97	الخبرة X التخصص	
	13.03	649	8324.85	البواقي	
0.71	8.47	2	17.03	الخبرة	التفاعل الإداري
2.01	23.82	5	119.09	التخصص	
1.57	18.72	10	186.96	الخبرة X التخصص	
	11.86	649	7696.1	البواقي	
*3.68	42.7	2	85.03	الخبرة	التفاعل الاجتماعي
1.89	21.79	5	107.96	التخصص	
1.22	13.98	10	139.02	الخبرة X التخصص	
	11.45	649	7462.45	البواقي	
0.20	3.02	2	6.3	الخبرة	تقدير الذات
* 2.28	33.67	5	169.2	التخصص	
1.18	17.46	10	174.5	الخبرة X التخصص	
	14.57	649	9575.22	البواقي	
** دالة عند 0.05			** دالة عند 0.01		

1- بالنسبة للفرضية الرابعة (الفروق في الرضا العام ومكوناته) التي ترجع إلى اختلاف مدة الخبرة التدريبية .

من خلال الجدول (5) يتضح التالي :

أ- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين مستويات الخبرة الثلاثة في الرضا العام ، طبيعة العمل ، التفاعل الإداري ، احترام وتقدير الذات ، وهذا يعني أن كل من المستويات الثلاثة تتشابه في الرضا العام وأبعاده سائلة الذكر .

ب- من خلال الجدول السابق يتضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين مسويات الخبرة الثلاثة في التفاعل الاجتماعي ، الأجور والمكافآت ، مما يعني اختلاف رضا المعلمين بالتفاعل الاجتماعي ، وبالأجور والمكافآت باختلاف سنوات الخبرة وللتأكد من أن هذه الاختلافات ترجع إلى اختلافات جوهرية لمستويات الخبرة الثلاثة ثم حساب مدى توكي ، حيث تبين عدم وجود فروق جوهرية دالة إحصائياً بين المستويات لهذين البعدين ، مما يعني أن الفروق الناتجة من تحليل التباين قد ترجع إلى الصدفة ، أو الأخطاء الحسابية ولكن ليست الاختلافات حقيقية بين المجموعات، إلا أن الدراسات السابقة التي تناولت متغير الخبرة التدريسية وعلاقته بالرضا عن العمل تباينت نتائج هذه الدراسات بين الاتفاق والرفض ، فمن الدراسات التي اتفقت مع نتائج هذه الدراسة في عدم وجود فروق دالة إحصائياً في الرضا عن العمل لدى المعلمين ترجع إلى مدة الخبرة التدريسية ، دراسة كل من الكندي (1999) ، الجعيني (1995) ، ودراسة أميمة (1996) ، أما الدراسات التي توصلت إلى وجود فروق دالة والتي تباينت مع نتائج الدراية الحالية كدراسة كل من : مصطفى (1989) اسنج (1987) ، وكذلك دراسة تشيلبر وأرنست (1989) .

2- بالنسبة للفرضية الخامسة ((الفروق في الرضا العام ومكوناته) والتي ترجع إلى اختلاف التخصص الدراسي) ، التخصص الدراسي للمعلم يحتوي على ستة تخصصات هي (اللغة العربية - الرياضيات - العلوم - اللغة الإنجليزية - التربية الدينية - التربية الفنية) .

من خلال الجدول رقم (5) يتضح التالي :

أ- لا توجد فروق بين التخصصات سابقة الذكر في الانتماء ، طبيعة العمل ، التفاعل الإداري ، التفاعل الاجتماعي ، الأجور والمكافآت ، وهذا يعني أن معلمو التخصصات السابقة تتشابه في أدراك الانتماء ، وفي رضاهم عن طبيعة العمل ، ورضاهم في التفاعل الإداري والاجتماعي ، ورضاهم عن الأجور والمكافآت ، مما يعني أن التخصص لا يؤثر في الأبعاد الستة.

ب- بالرجوع إلى الجدول رقم (5) يلاحظ أن الفروق كانت دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 بين التخصصات الستة في الرضا العام وتقدير الذات ، مما يعني أن التخصص يؤثر على الرضا العام وتقدير الذات ، وللتعرف على جوهر هذه الفروق بين التخصصات الستة المختلفة ثم استخدام معادلة توكي بين درجات التخصصات المختلفة (اللغة العربية - الرياضيات - العلوم - اللغة الإنجليزية - التربية الدينية - التربية الفنية) لكلا المتغيرين ، حيث تبين أنه لا يوجد فروق دالة إحصائياً في الرضا العام بين تخصصات المجموعات المختلفة باستثناء معلمي اللغة العربية ومعلمي اللغة الإنجليزية ، وهذا يعني أن معلمي هذه التخصصات يتشابهون في الرضا العام للمهنة، بينما معلمي اللغة العربية يختلفون عن معلمي اللغة الإنجليزية في الرضا الوظيفي العام ، وبالرجوع

إلى المتوسطات الحسابية الخاصة بهاتين الفئتين نجد أن المتوسطات الحسابية لدرجة معلمي اللغة العربية في الرضا العام أعلى من متوسطات درجات معلمي اللغة الإنجليزية ، وهذا يعني أن معلمي اللغة العربية أكثر رضا وظيفياً من معلمي اللغة الإنجليزية ، وقد يرجع ذلك إلى الضغوط التي يلاقونها معلمو اللغة الإنجليزية لاستحداث تدريس المادة في بعض المرافق التعليمية وعدم وجود العدد الكافي من المدرسين لهذه المادة مما يجعلهم أقل رضا وظيفياً إذا ما وضع في الاعتبار مستوى دخلهم يقل عن زملائهم الذين يعملون في شركات القطاع الخاص والشركات الأجنبية العاملة في ليبيا .

أما بالنسبة للفروق بين التخصصات الستة في تقدير الذات ، فقد أوضح مدى توكي عدم وجود اختلافات جوهرية بين هذه التخصصات ، وهذا يعني أن الاختلافات بين التخصصات الستة الناتج من تحليل التباين اختلافات غير حقيقية ، أو أنها اختلافات ترجع إلى الفروق بين هذه التخصصات، مما يجعل التخصص لا يؤثر على تقدير الذات وهذا يتفق مع دراسة كل من أميمة (1996) ودراسة أيناك (1429 هـ) والكندي (1999) ومصطفى (1989) .

3- بالنسبة للفرضية السادسة (الفروق التي ترجع إلى تفاعل الخبرة التدريبية مع التخصص الدراسي):

من الجدول السابق رقم (5) يتضح ما يلي:

أ- عدم وجود تفاعل دال بين الخبرة والتخصص على مكونات الرضا الوظيفي " احترام الذات ، الانتماء ، طبيعة العمل ، التفاعل الإداري ، التفاعل الاجتماعي الأجور والمكافآت " وهذا يوضح أن الخبرة والتخصص لا يؤثران على الرضا الوظيفي العام .

ب- كما يوضح الجدول السابق رقم (5) أن هناك تفاعل دال بين الخبرة والتخصص عند مستوى 0.05 للرضا الوظيفي العام ، مما يعني أن الخبرة والتخصص يؤثران في الرضا العام للمهنة والجدول التالي يوضح المتوسطات الحسابية لكل مستوى على حده .

جدول رقم (6) يوضح المتوسطات الحسابية لأفراد العينة في التخصصات المختلفة موزعين وفقاً لمستويات الخبرة

المجموعة الكلية	المستوى الأعلى	المستوى المتوسط	المستوى الأدنى	مواد التخصص
210.52	209.7	260.9	211.7	لغة عربية
209.33	209.00	212.74	207.53	الرياضيات
205.92	204.54	206.71	204.54	العلوم
208.03	212.02	205.39	204.4	اللغة الإنجليزية
207.73	204.52	207.67	208.49	التربية الدينية

التربية الفنية	214.00	206.05	206.00	260.91
----------------	--------	--------	--------	--------

يتضح من خلال الجدول رقم (6) أن معلمي اللغة العربية لهم أعلى المتوسطات (210.52) وأن درجات معلمي اللغة العربية ذوي مستوى الخبرة الأدنى هم من حصلوا على أعلى الدرجات (211.7) ولكن من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيم المتوسط الحسابي لمعلمي دراسات التربية الفنية ذوي المستوى الأدنى أعلى من قيم المتوسط الحسابي لمعلمي اللغة العربية عند نفس المستوى ، وبناء على ذلك يمكن إهمال الفرق الدال على التفاعل بين الخبرة والتخصص في الرضا العام أما بالنسبة للفرض الثالث الذي ينص على أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في الرضا العام عن العمل لدى المعلمين ترجع إلى اختلاف نوع المؤهل الدراسي للمعلم ( تربوي - غير تربوي) . من خلال الجدول رقم (1) نلاحظ أن عدد المعلمين والمعلمات الذين يحملون مؤهل تربوي بلغت نسبة 64.51 % ، بينما عدد المعلمين والمعلمات الذين لا يحملون مؤهل تربوي بلغت نسبتهم 30.49 % ، بالرجوع إلى الجدول (2 ، 4) نلاحظ من خلال ما تقدم وما توصلت إليه نتائج الدراسة يتضح أن الرضا الوظيفي لدى المعلمين من العوامل التي تؤثر في مدى تفاعلهم في العمل وارتباطهم به ، كما يلاحظ من خلال الدراسة أن مهمة التعليم تتطلب نوعاً من القدرات والمهارات التي لا يمكن أن تتحقق إلا عن طريق تكوين مهني خاص وأوضحت الدراسة أن التدريس عنصراً أساسياً للعملية التعليمية على مستوى المراحل التعليمية المختلفة ، وكذلك من الدراسات السابقة يتضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المعلمين والمعلمات في الرضا الوظيفي العام وأبعاده المختلفة تبعاً للمؤهلات العلمية لصالح التخصصات العلمية وبالنسبة للجنس لصالح المعلمين ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إيناس فؤاد (1429) كما تتفق مع دراسة ندى إبراهيم (2014) إلا أنها تختلف مع دراسة مصطفى (1989) ودراسة الشيخ (2008) .

وأوضحت الدراسة أن التدريس عنصراً أساسياً للعملية التعليمية على مستوى المراحل التعليمية المختلفة . هذا ويستخلص من الدراسة الحالية أن الرضا العام للمعلم يرتبط بالعديد من المتغيرات ، ومن هذه المتغيرات تقدير الذات ، والانتماء ، وطبيعة العمل ، وكذلك التفاعل الإداري بين المعلمين أنفسهم ، وإدارة المدرسة والمشرفين التربويين وكذلك التفاعل بين المعلمين وأولياء الأمور من خلال اللقاء أولياء الأمور بالمعلمين وذلك من خلال مجالس الآباء ، كما أوضحت الدراسة أن الأجور والمكافآت لها دور كبير في رضا المعلم والتي يجب أن تتناسب ومستوى الإنفاق الأسري ، وأن الاختلال في الأجور والمكافآت يؤدي إلى القلق وعدم القدرة على العطاء ، وقد يؤدي ذلك إلى الغياب عن العمل والقيام بالمظاهرات والاعتصامات والتي قد تؤدي إلى اختلال التحصيل لدى الطلاب .



## توصيات ومقترحات الدراسات المستقبلية

### توصيات الدراسة :

استناداً للنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فإن الباحث يوصي بالآتي :

1- الاستمرار في توطيد العلاقات بين الزملاء والرؤساء لما في ذلك من أثر كبير في ارتفاع مستوى الرضا الوظيفي للمعلمين والمعلمات وذلك عن طريق الندوات والمحاضرات واللقاءات المفتوحة والتي تساعد في تكوين العلاقات الاجتماعية وتقوية أسر المحبة بين المعلمين وأولياء أمور الطلبة من خلال مجالس الآباء .

2- الاهتمام بالضمانات الوظيفية للمعلم وذلك بتوفير الأنظمة التي تكفل للمعلم ضماناً وظيفياً أثناء العمل أو بعد تركه وتوفير الرعاية الصحية وكذلك العمل على رفع المستوى المادي للمعلم من خلال رفع الأجور والمكافآت وكذلك الإجازات.

3- يجب أن تأتي أسس جهود الإصلاح للارتقاء بمكانة المعلم بتكاتف جهات لها أهميتها ، تتمثل في الجامعة جهة الإعداد ، ووزارة التربية والتعليم وهي السلطة التربوية المسؤولة عن تنمية وتطوير العملية التعليمية وعن تحسين أوضاع المعلم ثم المؤسسات الاجتماعية في المجتمع متمثلة في مؤسسات الإعلام وغيرها .

4- ينبغي على المعلمين أن يطوروا مهاراتهم وإمكانياتهم الذاتية والتمسك بالقيم الإيجابية مع ضرورة التقيد بالتزامات المهنة التعليمية وواجباتها بالإضافة إلى ضرورة تعميق المفاهيم والقيم المهنية والاختصاصية.

### الدراسات المستقبلية المقترحة :

1- أثر الرضا عن العمل لدى المعلمين والمعلمات على إنتاجية المعلم وسلوكه التدريسي الذي يتبع داخل الفصل الدراسي.

2- علاقة الرضا عن العمل لبعض المتغيرات المتعلقة ببيئة المدرسة وبيئة الصف الدراسي كالمناخ الصفّي، والمناخ المدرسي ، والتنظيم الإداري بالمدرسة ، ونمط القيادة الإدارية بالمدرسة .

3- العلاقة بين الرضا عن العمل لدى المعلمين وفاعلية المدرسة وكفاءتها .

4- العلاقة بين الرضا الوظيفي والالتزام التنظيمي لدى المشرفين التربويين والمشرفات التربويات بوزارة التربية والتعليم .

5- دراسة نتيجة المتغيرات التي تحدث في اتجاهات المعلمين نحو المهنة ورضاهم عنها وطبيعة هذه المتغيرات طبقاً لطول خبرة المعلم .

## المراجع:

- 1- إيناس فؤاد نواوي (1422 هـ) الرضا الوظيفي وعلاقته بالالتزام التنظيمي لدى المشرفين التربويين والمشرفات التربويات بإدارة التربية والتعليم بمدينة مكة المكرمة . رسالة ماجستير في قسم الإدارة التربوية والتخطيط بجامعة أم القرى .
- 2- بن موفق الميولد (2017) الرضا الوظيفي وأثره على أداء المعلم . دراسة مقارنة بين المعلم في المدارس العمومية والمعلم في المدرسة الخاصة بولاية الجلفة . الجزائر ، رسالة ماجستير في علم الاجتماع التربوي - جامعة زيان عاشور الجلفة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم الاجتماع والديموغرافيا .
- 3- جواد محمد الشيخ وعزيزة شرير (2008) الرضا الوظيفي وعلاقته ببعض المتغيرات الديموغرافية لدى المعلمين . مجلة الجامعة الإسلامية ، سلسلة الدراسات الإنسانية ، المجلد السادس عشر ، العدد الأول .
- 4- حسن
- 5- راوية حسن (2008) السلوك التنظيمي (مدخل بناء المهارات ) الدار الجامعية - الإسكندرية .
- 6- سعود النمر (1993) الرضا الوظيفي للموظف السعودي في القطاعين العام والخاص . رسالة ماجستير منشورة (109-63) مجلة جامعة الملك سعود مج (5) العلوم الإدارية
- 7- عبد الصمد الأغبري (2002) الرضا الوظيفي لدى عينة من مديري مدارس التعليم العام بالمنطقة الشرقية (دراسة ميدانية) مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية عدد 109 ( ص 169-197) مجلة النشر العلمي جامعة الكويت .
- 8- عبدالمحسن بن حيدر وإبراهيم بن طالب (2005) الرضا الوظيفي لدى العاملين في قطاع الصحة في مدينة الرياض (بحث ميداني) معهد الإدارة العامة بدون دار نشر .
- 9- مراد سهام (2015) معجم مصطلحات التربية والتعليم بدون دار نشر .
- 10- محمد عبدالمحسن التويجري (2005) بعض أبعاد الرضا الوظيفي لدى عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - الرياض - مجلة دراسات نفسية ، العدد الثالث ، المجلد الخامس (ص479-520) 1995 .
- 11- محمد سعيد أنور سلطان (2001) الموارد البشرية مدخل استراتيجي متكامل . إثراء للنشر والتوزيع - الأردن .
- 12- ناصر العديلي (1981) الرضا الوظيفي دراسة ميدانية لاتجاهات ومواقف موظفي الأجهزة الحكومية في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية ، معهد الإدارة العامة - رسالة ماجستير منشورة في علم النفس الإداري من جامعة ولاية كاليفورنيا (هيمولديت).
- 13- ندى إبراهيم عبدالجبار (2014) الرضا الوظيفي وعلاقته بالأداء المهني لدى معلمي المرحلة الثانوية بمجلة الخرطوم ، رسالة ماجستير في الإرشاد النفسي جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية التربية وعلم النفس .
- 14- Forgas. J Dimensions of aggression Episods . British journal of clinical psychology 1980, 19, 215-227
- 15- Tishler , A.G, Ernest , B. 1981 Gareen dissat is Faction Amany alahmad Teacher , papel presented og the Annual meeting midsoutls Education research association.
- 16- Shin , Hyun – seek teacher commitment and job satisfaction : wjich comes first ? Ed D,dissertation AB stract jo,no,y, 1991, p 2206.

## مجالات الضوء وتركيز الوضوح في التصوير الفوتوغرافي الرقمي

د. فوزي محمد سالم المحمودي .. جامعة طرابلس / كلية الفنون والإعلام

د. نورالدين محمود سعيد .. جامعة طرابلس / كلية الفنون والإعلام

د. عبدالباري محمد مادي .. جامعة طرابلس / كلية الفنون والإعلام

### مقدمة

لقد مر أكثر من ثلاثين عاماً على إنشاء كلية فنون وإعلام في ليبيا، لأول مرة، ولأول مرة أيضاً، في تاريخ التعليم العالي في هذا البلد بأسره، يتم إنشاء مؤسسة أكاديمية تعنى بشأن الفن بشتى حقوله، والإعلام بكافة وسائله، ولقد تعرضنا كأساتذة مختصين في هذا المجال، في أكثر من محفل علمي، داخلي أو خارجي، إلى أسئلة من نوع: متى يكون للتصوير بحوثه العملية العلمية، متى يتخلص التصوير من التنظير والكلام، رغم أهمية هذين الأخيرين، ويتجه إلى الميدان العملي والبحوث المعملية، وهل الميدان العملي اليوم، هو ذاته نفس الميدان العملي قبل عقدين فقط من الزمان، إذا كان مختلفاً، ماذا حصل على آلياته على مستوى الفن والصناعة معاً؟ ما هو التصوير "اليوم"؟ هل هو ذاته التصوير قبل عشرين عاماً؟ نحن هنا لا نرمي من هذه الورقة البحثية أن نرصد بحثاً تاريخياً للتصوير، لكننا التجأنا إلى رصد بعض الأزمنة التي اضطرتنا الأسئلة إلى ذكرها فقط، إن الثورة العلمية التي حصلت في هذا المجال، كادت أن تكون ضرباً من السحر، وهي تطرح أسئلتها لنا كمختصين: ما هي العدسات، عدسات الماضي هل هي ذاتها عدسات اليوم؟ ما هي الأشرطة، وهل ما زال ثمة أشرطة سولولويد حساسة للضوء، ثم هل ثمة بعد حساسية شريط Asa، تحتاج إلى عتمة كاملة كي يحمض ويطبغ فوق مادتها الكيماوية ما التقطته العدسة من ضوء؟ هذا الضوء ما لذي طرأ عليه بناء على التقنية الرقمية الحديثة؟ ما كميته، هل هي ذاتها في زمن السلولويد؟ ما هو دور الضوء اليوم، ثم ما هو دور الفيزياء بالتحديد في هذا الشأن؟. أم أن ثمة بحوث علمية (رقمية) ما بعد حديثة قلبت كيان التصوير الضوئي بأسره؛ وصارت نظرياته التي كنا نظن بأنها أبدية في تاريخ الصورة، في طيبي النسيان وعفي عليها الزمن؟

لم يمض عقدين من الزمان إلا وصارت معاني التصوير بأسرها متغيرة تماماً، ماذا حصل للعدسة في العقدين الأخيرين من القرن العشرين المنصرم؟ ماذا حصل للسلولويد؟ أين هو الشريط المثقب، ألم يكن في أشد تطوراته قبل عشرين عاماً فقط من اليوم؟. لماذا ذهبت البحوث العلمية إلى معادلات واحدة في التصوير طيلة القرنين السابقين بنفس الوتيرة (رغم التطورات التي تلتها) من النتائج الفيزيائية والكيميائية، التي جاء بها كل من العالمين الفرنسيين، نيسفور نيبس<sup>1</sup>، وجاكو داقوير<sup>2</sup>، لكن قبلهما هل مات ابن الهيثم؟ الإجابة بصدد

هذا الأخير لا، لكن بحوث جاكو داقير ونسفور نيبس مثلاً، وإن ما زالت على حالها، فلقد تمت خلقتها بالفعل، بحكم التطور التقني (الديجتالي) الرقمي، وسوف نطلع على حقيقة هذا الأمر في هذه الورقة البحثية المشتركة، والله ولي التوفيق.

### تمهيد:

يسعى هذا البحث إلي إيجاد طريقة جديدة للتصوير الفوتوغرافي المعاصر، ألا وهو التصوير الرقمي، والتي بدورها ستحل كل المشاكل المزمدة التي لم يتخلص منها التصوير الضوئي طيلة القرنين الماضيين، تلك التي سردناها في مقدمتنا القصيرة السابقة على هذا التمهيد، والمتعلقة بتركيز دقة الصورة، ولعل السبب الرئيسي وراء هذه المشاكل، المتعلقة بالتقنية، هو عدم وجود معلومات تبين أن الصور التقليدية، تخبرنا قليلاً فقط عن الضوء، الذي يمر عبر العدسة، هذا الضوء الذي هو المصدر الرئيس لتكون الرؤية بالعين، والصورة التي من أجلها نبحت، سواءً في الواقع الذي أماننا، أم تلك التي طبعناها في أطر جمالية فنية، خاصة أن هذه الصور التقليدية، لا تسجل مقدار الضوء الذي يمر على طول الأشعة الفردية التي تساهم في تكون تلك الصورة فقط بكل آلياتها القديمة.

إننا كمختصين في حقول الفنون المرئية هنا، نتجادل ونتجاوب مع ما يخبرنا به المختصون في الفيزياء، عن مجموع أشعة الضوء، التي تضرب كل نقطة في الصورة من مصدر ضوئي واحد فقط؛ في هذه الحالة سيكون النقاط صورة تقليدية، يشبه بالضبط تسجيل لجمع من الموسيقيين الذين يعزفون معاً، غير أن ما يلتقط كل أصوات آلاتهم، مكبر صوت واحد، بدلاً من تسجيل كل أداة موسيقية على مسار صوتي منفصل، هنا مكن بحثنا في هذه الورقة، والتي نسعى فيها للحصول على نتائج مغايرة لحالة الضوء في التصوير الرقمي، هذا الضوء الذي يقرأ على شرائح من البيكسلات، بدلاً من انطباعه على شريط سولولويد حساس يحتاج إلى عتمة كاملة، مثالنا الصوتي هذا نود أن ننوه من خلاله على أن الفروقات في تسجيل الصوت لجوقة كاملة من خلال لاقط صوت واحد، لن تكون بأي حال من الأحوال، بنفس جودة الصوت الذي نمرره من خلال مائة لاقط صوت من مائة آلة موسيقية كل على حده، التصوير الرقمي في هذه الحالة، يتناغم مع هذا المثال، إنه تتقية للضوء من خلال مسارب كثيرة ومتنوعة، لذا نستطيع القول، أن جاكو داقير كمثال للأب الروحي الأول للتصوير الكلاسيكي، لم يعد فقط منسياً ومعزولاً بتصميمه للوحة معدنية مطلية بنيترات الفضة تحتاج إلى تعريض يحتاج إلى نصف يوم كي يطبع على تلك الألواح، ثم أننا اليوم لم نعد نؤمن بالتصوير الأحادي الضوء، والمطبوع ببؤس في والوضوح والتقنية معاً، لقد اعتنت الرقمية بالدقة التي تفوق الرؤية البشرية بأكثر من مائة مرة، لكن هل علينا إلغاء داقير من التاريخ في ظل التقنيات الرقمية الحديثة؟ الإجابة لا أبداً، إننا فقط ننوه إلى جدوى التصوير الرقمي الذي يتناغم مع عصرنا وأيامنا هذه.

إن مختصر ما نمهد له في هذا البحث، أننا سنتعقب المعلومات المفقودة، مع التغييرات الدقيقة في علم البصريات، ومستشعرها، وكيف يمكن تحسين الكاميرا التقليدية أيضاً إن أردنا لها ذلك، بحيث تقيس الضوء على طول كل شعاع فردي يتدفق إلى مستشعر الصورة، بمعنى آخر تقوم الكاميرا المحسنة، بتوزيع إجمالي الحساب الهندسي للضوء، ذلك الذي يمر عبر العدسة في تعريض أحادي.

بالطبع ليس تسجيل أشعة الضوء في الكاميرا حلاً كاملاً لتسليط الضوء على المشكلة، هناك عنصر آخر مهم جداً، وهو "الحوسبة" حيث تتمثل فكرتها في (إعادة فرز أشعة الضوء المسجلة على المكان، الذي كان من المفترض أن يتم إنهاؤه بشكل مثالي، لمحاكاة تدفق الأشعة من خلال مجموعة البصريات الافتراضية للكاميرا المثالية، وتحويلها إلى وحدات من البيكسل رقمية<sup>3</sup>، في صورة تخرج في أبعث حلتها المثالية) هذا إن لم تكن أرقى من المثال أو أرقى من الواقع إن جاز التعبير.

## المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

### 1.1 مشكلة البحث

يعد الاستخدام الدقيق والملائم للتركيز (تركيز الأشعة الضوئية) أو الوضوح<sup>4</sup> أو لنقل كما اتفقنا على ترجمته بـ (تركيز الوضوح) (The Focus) أحد الأساليب الأساسية، والأكثر أهمية، وهي التي يجب على كل مصور مبتدئ إتقانها.

لا يوجد شيء أكثر إحباطاً من إنتاج صورة رائعة، سواء كانت أحادية التسليط، أو كانت ديجتالية رقمية، لكن ومع أنها رقمية، تكتشف أن التركيز أو الوضوح ضعيف، إلى حد ما، عند عرض الملف في الكمبيوتر أو على أي جهاز إلكتروني رقمي، بتكبير 100% على شاشة الكمبيوتر، يزيد مشكل الوضوح، وتتلاشى كل معالم الصورة إن لم يكن أغلبها، أين ذهبت ملامح الصورة حين تم تكبيرها على شاشة الكمبيوتر؟ هنا يقبع جزء مهم من سؤال المشكلة البحثية، خصوصاً وأنه هناك العديد من العمليات التقنية التي يمكن أن تحدث خطأ عند التقاط صورة، تحديداً عندما لا يمكنك التحكم في ثباتك من قوة أشعة الشمس على سبيل المثال، وحتى المحترفين ينتجون بعض لقطات (الوضوح) من وقت لآخر، بحيث يمكنك المراهنة على أن غالبية صورهم، أصبحت حادة دون التفكير في السبب.

ومع ذلك، نجد أن التركيز أو الوضوح، يكون نتاجه أكثر بكثير من مجرد الحد الأدنى من المتطلبات لإنتاج صورة مقبولة تقنياً، ويعد الاستخدام المتعمد والمدروس لصورة واضحة مركزة، أحد أهم الأدوات الإبداعية في ترسانة الصور الخاصة بك، حيث يساعدك على توجيه المشاهد نحو أهم عناصر الصورة

بالنسبة لك، وللاستفادة الكاملة من هذه التقنيات يجب أولاً أن نتفهم جيداً كيف يعمل التركيز على الأشياء الواضحة في الصورة، ولماذا أوضحناها بشكل In focus وغبشنا خلفيتها Out of focus مثلاً، الذي هو بالتحديد غرض هذه الورقة البحثية، والذي يمكن للصورتين التاليتين (1،2) التعبير عنه بكل سهولة:



(2)



(1)

صورة 1، 2، تمثلان عمليات الوضوح في "التركيز" على الشيء المراد الانتباه إليه، وهو الذي يمثل نواة الصورة، وهو كذلك الخالق للموضوع المراد التعبير عنه، حيث يتم التقاط هذا النوع من الصور العالية التركيز بالعدسات ذات البعد البؤري الطويل، لتوضيح ما تريد الكاميرا التقاطه فقط وتبقى باقي الأشياء في ذات المكان مغبشة وغير واضحة بشكل مقصود سلفاً من المصور.

### 1.3 أهمية البحث

- يتم من خلاله الإجابة على أسئلة تساعد الباحثة في مجال الفنون بشكل عام والفنون المرئية بشكل خاص.
- يزيد من إثراء المكتبة العربية بمثل هذه العلوم الحديثة والمتطورة.
- ما كتب عن الرقميات وخصوصاً ما يتعلق بمجال الضوء في التصوير ودوره في إنتاج التعابير والجودة، مازال غير مشبع بحثاً في معظم الكتب والمجلات العلمية في وطننا العربي بشكل عام وبلدنا ليبيا بشكل خاص.

### 1.4 أهداف البحث

— الكشف والتعريف والفهم الجيد لتركيز الوضوح (The Focus) وكيفية عمله في عملية التصوير.

— توضيح العلاقة بين الصورة الرقمية ومجال الضوء الرقمي، وكيفية استخداماتها والفرق بينها وبين التصوير الفوتوغرافي الكلاسيكي.

— تعقب المعلومات المفقودة مع التغييرات الدقيقة في البصريات ومستشعرها.

#### 4-1 تعريفات ومصطلحات:

نظراً لأن هذه الورقة البحثية تختص بالتصوير الفوتوغرافي الرقمي، سنتعرض هنا إلى مجموعة من الاصطلاحات المتعلقة أكثر بالرقميات في هذا المجال، وكذلك العلامات المسجلة لآلات التصوير والتسميات الخاصة بها، لكن البحث سيشمل كذلك بعض الأنواع من العدسات، والتي وإن كانت سابقة على التصوير الرقمي الدجيتالي، رغم عدم استغناء هذا الأخير عنها بعد، إضافة إلى أننا سنكتف بحثنا حول الحزم الضوئية المكونة للصورة الرقمية، أكثر من تركيزنا على العدسات مثلاً، خصوصاً وأن العدسات هي العدسات وإن تطورت من حيث التقنية، لكنها لم تزل على حالها من حيث المبدأ، ولهذا أسباب نوهنا في بداية حديثنا على تلاشي التقنيات القديمة، فيما أشرنا إلى بقاء المخترع الرئيسي لكل هذه الأنواع في ما بعد، ألا وهو الحسن ابن الهيثم، الذي ولد قبل ألف عام، في الوقت الذي ولد فيه التصوير الفوتوغرافي، بعده بثمانية قرون.

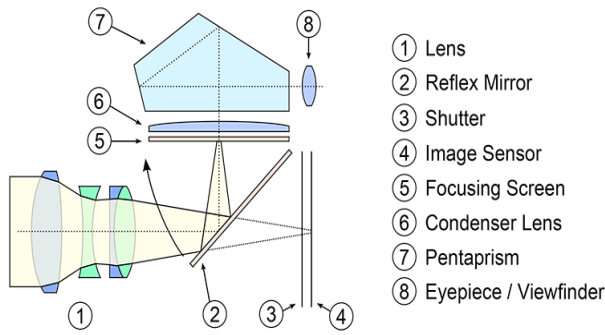
#### 1. تركيز الوضوح (The Focus):

إن أي كائن في الصورة يمس هذه النافذة يكون "قيد التركيز"، وعند التحريك الي الأمام والخلف لتحقيق الصورة المقصودة، علينا في هذه الحالة، أخذ الاعتبار بوحدة عمق المجال بالذات، إذ عادةً ما يكون موضوعك في أقصى درجة من الوضوح، لكن حركاتك بالكاميرا قد تضيّع عمق المجال الذي سيضيع على ضوءه الوضوح أو التركيز، أو لنقل نقاط كثافة الوضوح في الرؤية وذلك ما نطلق عليه Focus، أو التركيز المكثف لوضوح الأشياء المراد تصويرها؛ لكننا وباستخدام المعدات الحديثة، سيتم التركيز عادةً داخل العدسة، والتي تحتوي على عناصر زجاجية يمكن أن تتحرك للأمام والخلف لتغيير مسار الضوء، حيث يتعلق الوضوح، بعمق المجال وبالبعد البؤري للعدسة تعلقاً لا يمكن الانفكاك عنه، فالعدسة التي تريد التركيز على تصوير أشياء بعيدة جداً أحياناً على آلة التصوير، تضطر لاستخدام العدسات ذات الأبعاد البؤرية الطويلة، تلك التي ستعطي بالضرورة عمق مجال ضيق لأنها ستركز فقط على الشيء الذي تريد توضيحه، فيما تبقى بقية الأشياء مشوشة، ذلك لا يعني أن تلك الأشياء المغبشة والغير واضحة ليست ضرورية، بل هي التي سنتمم الجوانب الجمالية من حيث المكان، وتعرف به وتوطّره.



## :Petzval .2

تعد عدسة Petzval أول عدسة موضوعية للصور الفوتوغرافية (بطول بؤري 160 مم) في تاريخ التصوير الفوتوغرافي الما قبل رقمي، قام بتطويرها أستاذ الرياضيات المجري الألماني جوزيف ماكسيميليان بيتزفال في عام 1840 في فيينا، مع تقديم المشورة الفنية من قبل بيتر فيلهلم فريدريش وفون فويغلاندر، ثم واصلت شركة Voigtländer صنع أول عدسة Petzval في عام 1840 نيابة عن Petzval، حيث أصبحت معروفة في جميع أنحاء أوروبا، وفي وقت لاحق أنتجت شركة كارل ديتزلر للأدوات البصرية في فيينا عدسة بيتزفال أيضاً وبشكل أكثر تطوراً، وسيوضح الشكل التالي هذه العدسة الإحترافية بشكل دقيق:



ومن هنا تحديداً سنتجاوز حقبة التصوير الفوتوغرافي المتطور الما قبل رقمي، بعقود كثيرة، تصل إلى أكثر من قرن من الزمان، لنختزل الوصول إلى الرقمية مضطرين نتاج لحدود البحث ومجاله، إضافة إلى تاريخ التطورات الطويل الذي لن تسعه هذه الورقة البحثية، لذا سوف ندخل مباشرة إلى التصوير الرقمي مبتدئين بهذه الكاميرا الحديثة **DSLR** والتي نراها على هذه الهيئة المتمثلة في آلة التصوير نيكون، وكذلك كانون، كما هو مبين في هذه الأشكال على التوالي:







### 3- كاميرا DSLR

تعد كاميرا DSLR أو الكاميرا الرقمية ذات العدسة العاكسة، Arriflix، أحادية العدسة، نوعًا متطورًا من الكاميرات الرقمية التي توفر جودة صورة عالية المستوى، ومستويات أداء وخيارات تحكم يدوي، وعادة ما تكون أفضل بكثير مما نتلقاه باستخدام كاميرا عدسة تصوير فوتوغرافي غير رقمي. وتتمثل إحدى طرق تطوير تعريف DSLR في القول إن هذا النوع من الكاميرات، يستخدم عدسات قابلة للتبديل، بينما تحتوي الكاميرا ذات العدسات الثابتة على عدسات مدمجة في جسم الكاميرا ولا يمكن للمصور تبديلها.

### 3. Mirrorless: أو الكاميرات الاحترافية

حيث تشمل كاميرات DSLR، بعض الكاميرات عديمة المرآة، (Mirrorless)، أما غير الاحترافية فتشمل الكاميرات المدمجة والكاميرات شبه الاحترافية.<sup>5</sup>

تعد كل من كاميرات DSLR وكاميرات Mirrorless "عديمة المرآة" من النماذج ذات العدسات القابلة للتبديل، والفرق الرئيسي هو أن هذه الكاميرا الأخيرة، تستخدم بشكل عام عدسة الكاميرا الإلكترونية، بدلاً من عدسة بصرية كما في النظام القديم، والتي تتطلب مرآة داخلية لتعكس الضوء على جهاز الرؤية ثم منه إلى العين مباشرة، يحتوي هذا على الكثير من التأثيرات الضخمة لكيفية التقاط الكاميرا للصور، والتي سنستكشفها لاحقًا.

وتعد الكاميرات التي لا تحتوي على مرايا أصغر، والأسلوب المناسب لاختيارها إذا كنت تريد أن تلتقطها الكاميرا طوال الوقت، بحيث يمكن للعديد من النماذج من مثل هذه الكاميرا التقاط صور جيدة مثل DSLR أيضًا، وتميل إلى أن تكون أفضل لالتقاط لقطات متحركة بالفيديو الذي يحتويه أيضًا.

#### 4. البكسل: (Pixels)

هو اصغر وحده في الصورة يفضل ان تختار كاميرا ذات 5 ميغا بكسل او اعلى مع حجم سنسر مناسب لعدد الميغا بكسل في الكاميرا. معنلـ pixles هو اختصار لـ picture element وحدة الصورة. ( الميغا = مليون) مثال : ميغا بكسل يساوي مليون بكسل -- ميغا متر يساوي مليون متر.

#### 5. عدسات ذات بعد بؤري متغير : Zoom

هناك نوعين من الزوم (( التقريب البصري والتقريب الرقمي )) عند اختيار الكاميرا يجب على المختص، ان يركز اختياره على التقريب البصري وليس الرقمي لان التقريب البصري حقيقي اما الرقمي هو مجرد اقتطاع جزء من الصورة الاصلية، وتشويه الصور بالبكسلات، هي مجرد خدعه لا غير تستطيع تكبير الصور بهذه الطريقة عن طريق الكمبيوتر ولكن هذا النوع من التقريب غير نافع.

#### 6. الايسو : ISO

هي وحدة قياس وتستخدم في الكاميرات لقياس سرعة حساسية الشريحة للضوء يبدأ من 50 او 100 الى 400 او 1600 في بعض الكاميرات. ويحتاج المصور الى ISO عاليه عند درجات الاضاءة الخفيفة في التصوير الليلي مثلاً.

#### 7. السنسر : (Sensor)

السنسر يعادل الفيلم في الكاميرات الفلميه حجم الشريحة مهم جداً لاختيار الكاميرا الصحيحه فكل ما زاد حجم الشريحة زادت دقة وضوح الصور وجودتها ايضاً . الشريحة لا تتحكم بعدد البكسلات فقط بل بجودة الصور عن طريق حجمه .زيادة عدد الميغا بيكسل داخل كاميرا ذات Sensor صغير لا يكون له اي فائدة ويؤدي الى تشويه الصور.

#### 8. الماكرو : (Macro)

مقدار تجسيم الكاميرا للعنصر المراد تصويره ويقاس بـ قرب المصور من العنصر بالـ سم مثلاً 5 سم او 2 سم وفي بعض الكاميرات الحديثه وصل الى 0 سم في الكاميرات المدمجه اما كاميرات الاحترافيه SLR هناك عدسات خاصه للماكرو ونسب خاصه، رمز الوردية في الكاميرا هو زر خاص لاستخدام الماكرو.

#### 9. مقلل الاهتزاز : Image stabilization

هي ميزة مهمه تقوم بتثبيت الصور بقدر المستطاع عند رجفة اليد اثناء التصوير، هذه الميزه متوفره في اغلب عدسات الكاميرات الحديثه.

## 10. البطارية

الليثيوم القابلة للشحن وهي من أفضل الانواع حالياً.

## 11. الوزن

شراء كاميرا ب وزن خفيف او كبير يعتمد على المصور وقدرته على مسك وحمل الكاميرا و يجب على المصور ان ينتبه لهذه النقطة لتفادي الزيادة في رجفة اليد الطبيعية وايضاً ليشعر بالراحة اثناء التصوير.

## 12. الكاميرات ذات الإضاءة المنخفضة



تقدم هذه الكاميرا، كما هي في الصورة التي أمامنا، أسرع نظام في العالم للضبط البؤري التلقائي، والذي يبلغ 0.05 ثانية وبدقة 30 ميغا بيكسل وبإطار كامل، مع القدرة على اختيار تغيير الضبط البؤري يدوياً إلى أي نقطة في الصورة، وبكل سهولة، وهي تعتبر أول كاميرا في العالم تستطيع التركيز في ظروف إضاءة منخفضة بتعريض ضوئي قدره - 6 EV. وتستطيع الكاميرا التقاط الصور بهدوء تام، مما يجعلها مناسبة للمناسبات وحفلات الأفراح. وبُنِي حامل عدسات RF في النظام الجديد بالاستناد إلى نقاط القوة الموجودة في حامل العدسات الحالي EF ، وتستطيع وصلة حامل العدسات المشتملة على 12 ترس أو "سنة" توصيل، تعزيز الاتصال ونقل الطاقة بين العدسة وجسم الكاميرا، ما يحسن كثيراً من خيارات تصميم العدسات ويؤدي إلى رفع جودة الصور الملتقطة وتعزيز قدرات الاستخدام.

ويتميز النظام الجديد بتقنية مبتكرة للتصوير الفوتوغرافي وصناعة الأفلام على حد سواء، حيث يسمح لجميع المستخدمين التقاط الصور وتصوير الأفلام وسط إضاءة منخفضة للغاية مع ضبط بؤري دقيق بفضل تقنية «سيموس» مزدوج البيكسل. ويقدم النظام الصغير أعلى مستوى لتصوير أفلام يمكن الحصول عليه من أي كاميرا خارج نطاق كاميرات «كانون» السينمائية، الأمر الذي يسمح لصناع الأفلام نقل أفلامهم إلى

المستوى التالي بالدقة الفائقة 4K وبتقنية 10 بت عبر منفذ HDMI. وأصبح بإمكان المستخدمين الآن تخصيص جميع الإعدادات وفقا لرغباتهم بهدف التركيز على المشهد المرغوب تصويره عوضا عن التركيز على تعديل الإعدادات.

### المبحث الثاني: الوضوح المركز (Focus)، المفهوم والتقنية:

قبل الدخول في موضوع "الوضوح المركز"، أو تركيز الوضوح، والذي أشرنا إليه في ترجمتنا الأقرب له من خلال كلمة Focus، والتي يتم ترجمتها في أغلب المصادر بـ (التركيز) والواقع أنها ترجمة خاطئة للمعنى، لأن الاصطلاح لا يعني التركيز في حد ذاته ككلمة عربية، وإنما يعني أننا حين ننظر إلى الصورة نرى أشياء تم تكثيف وضوحها إلى درجة عالية من النقاوة، فيما الأشياء التي وراءها مغبشة، أو غير واضحة، ولقد أشرنا إلى ذلك، حين تعرضنا إلى المصطلح، لذا نحن وقبل الشروع في جدلية المفهوم وتقنياته، علينا أن نمر سريعاً على مجموعة العوامل التي تساعد على أن تكون درجة التركيز في الوضوح عالية جداً خصوصاً وأمام كاميرا رقمية التقنية، ولكي نتعرف عليها علينا هنا أن نسرد بعض أنواعها وكيف نختارها أثناء اقتنائنا لها:

#### • اختيار الكاميرا المناسبة:

اختيار كاميرا رقمية مناسبة أمر في غاية الأهمية بالنسبة للطالب المتخصص، وكذلك لأي شخص ينوي دخول عالم التصوير الدجيتالي، وبما ان الخيارات كثيرة ومتعددة في أيامنا هذه، وكذا التقدم التكنولوجي والرقمي السريع والمذهل، فإن الاختيار سيتم عن طريق الآتي:

. على المتخصص البحث في المصادر والمراجع المتعلقة بمجال التصوير الرقمي، ويا حبذا أن تكون المصادر مترجمة إلى العربية من خلال خبراء مختصين.

- البحث من خلال مواقع الانترنت.

- قراءة المراجعات المطروحة من قبل المستخدمين للكاميرا.

- الاطلاع على الصور المصورة بالكاميرا.

- زيارة متاجر الكاميرات وتجربة الكاميرا.

وتعتبر أفضل الشركات المصممة والمصنعة للكاميرات الرقمية في العالم هي على التوالي:

كانون - نيكون - سوني - فوجي فيلم - منيوليتا - بيناتكس - باناسونيك - سيجما - سامسونج، الخ..

وتدخل هذه الشركات منذ ما قبل عصرنا الرقمي هذا، في تنافس وصراع مستمر حول الجودة العالية لآلاتهم، بحيث لا نستطيع تحديد أي الشركات هي الأقوى، أو الأكثر جودة، لكن يجب على المقتني المتخصص، أن يحدد الكاميرا المناسبة له ولاستخداماته.

#### • ترتيب الكاميرات (الديجتالية) الرقمية، من الناحية التصنيفية، حسب الجودة:

1. كاميرات ابتدائية مدمجة، (لا تقبل تغيير العدسة وتقبل الإضافة)
2. الكاميرات الشبة احترافية (مدمجة) لا تقبل تغيير العدسة وتقبل الإضافة.
3. كاميرات الاحترافية، SLR، Single Lens Reflex، تقبل تغيير العدسة وتقبل الاضافه.
4. التحكم: يجب التأكد إذا كانت الكاميرا تحتوي على التحكم اليدوي الكامل ( full Manual ) والأوتوماتيكي الكامل. ( Auto )<sup>6</sup>.

#### 1-2 مفهوم الوضوح المركز<sup>7</sup> Focus في التصوير

أولاً، من المفيد تحديد ما نعنيه بالضبط عندما نتحدث عن الوضوح المركز، أو (الفوكس) في سياق التصوير، والمتمثل في هذا المثال:

" قم بإلقاء الضوء على أحد الجدران، وضع يدك بين الجدار ومصدر الضوء على مسافة قدمين من الحائط، ماذا ستلاحظ؟ إنك سوف ترى ظل يدك ملموساً على الحائط، ثم لاحظ أنه على الرغم من أن حواف الظل غير محددة بشكل حاد، إلا أنها بدلاً من ذلك ناعمة ومنتشرة قليلاً، لكن حرك يدك بالقرب من الحائط ستلاحظ أن الظل أصبح أكثر حدة، الآن ضع يدك على بعد جزء صغير من الجدار، تلاحظ أن الظل أصبح شديد التركيز، إذا قمت بدلاً من ذلك بتحريك يدك في الاتجاه المعاكس بالقرب من الضوء، فسيصبح شكل الظل أقل وأقل وضوحاً، إلى درجة لا يمكن التعرف عليه على الإطلاق.

الظل الآن خارج نطاق التركيز تماماً على الرغم من أنك قد لا تدرك ذلك؛ ركز عينيك على شاشة جهازك واجعلها يبحثن مركزتين تماماً على النص وانظر إلى أي شيء آخر يمكن أن تراه عينيك حول جهازك سواء في الخلفية أو المقدمة، ربما يمكنك التعرف على كائنات أخرى في البيئة المحيطة بك خارج زاوية عينيك. لكن لاحظ أن أي شيء أمام جهازك أو خلفه يبدو غامضاً إلى حد ما وغير واضح مقارنة بالنص على الشاشة.

الآن حرك عينيك إلى أحد تلك الكائنات في الخلفية أو المقدمة وحاول إلقاء نظرة أفضل عليها مما يتيح تركيزك على الانتقال من الشاشة إلى الكائن. ولمتابعة قراءة هذا سيكون عليك إعادة عينيك إلى الشاشة لجعل

النص واضحًا ومقروءًا مرة أخرى. إذا حاولت قراءة الشاشة مع إبقاء عينيك على الخلفية، فمن المحتمل أن تكون قد تراجعته وبنتهى بك الأمر مع صورة مزدوجة للشاشة.

إن عدسة الكاميرا تعمل بالطريقة نفسها وعلى المستوى الأساسي لا يمكن التركيز على كل شيء أمام الكاميرا في نفس الوقت في صورة واحدة.<sup>8</sup>

## 2-2 تقنية عمل التركيز في الكاميرا

تحتوي الكاميرا على عدسة تستخدم لالتقاط أشعة الضوء من الخارج بطريقة تتقارب بدقة مع مستشعر صور الكاميرا لتكوين صورة حادة الوضوح قدر الإمكان، ومن المحتمل أن يحتوي المستشعر نفسه على عدد كبير من نقاط التركيز التي يمكن استخدامها لإرسال معلومات إلى العدسة، بالتركيز على كائن معين داخل المشهد أو على مسافة معينة من الكاميرا؛ ومن جهة أخرى لا يقتصر الأمر على الكائن الذي ركزنا عليه فحسب، بل ستكون جميع الكائنات الأخرى الموضوعة على نفس المسافة من الكاميرا حادة الوضوح، يُطلق على قوس الحدة هذا - بما في ذلك جميع أجزاء الصورة قيد التركيز - بالمستوى البؤري، أو البعد البؤري للعدسة.

منذ عقود كان من الممكن الشغل على الوضوح المركز في آلات التصوير الفوتوغرافية يدويًا فقط، عن طريق تشغيل حلقة على العدسة، حتى يتم وضع العناصر البصرية داخل العدسة بطريقة توفر تركيزًا حادًا للوضوح على المسافة المطلوبة؛ اليوم لا تزال العديد من كاميرات DSLR و Mirrorless وأنواع أخرى من الكاميرات توفر إمكانية التركيز يدويًا بهذه الطريقة مثل الكاميرات ذات الأشرطة المثقوبة القديمة.

(على سبيل المثال يؤدي ضبط حلقة التركيز إلى تحريك عناصر العدسة بشكل مباشر وميكانيكي) غالبًا ما تسمى هذه الأنظمة "Focus by wire" وهنا لا يؤدي لمس حلقة التركيز إلى تحريك أي شيء ميكانيكيًا في العدسة بشكل مباشر، بل يرسل معلومات إلى جسم الكاميرا، والذي بدوره يخبر المحركات التي تتحكم في عناصر العدسة بالتحرك إلكترونيًا.

على الرغم من أن عملية التركيز اليدوي لها بالتأكيد استخداماتها بدءًا من أواخر الثمانينات وما بعدها، فإن جميع الكاميرات تقريبًا تأتي مع شكل من أشكال القدرة على التركيز التلقائي، منذ ذلك الحين تحسنت تقنية ضبط تركيز الوضوح التلقائي إلى حد كبير.<sup>9</sup> سيقودنا هذا الحديث إلى سؤال مهم هنا: كيف تحدد الكاميرا هذا التركيز وكيف يعمل التركيز في الممارسة العملية؟

### 3-2 العمق البصري

الصورة الفوتوغرافية سواء كانت ديجتالية رقمية أو صورة فوتوغرافية عادية، هي كائن ثنائي الأبعاد، لكنها تمثل دائماً مساحة ثلاثية الأبعاد، وفي هذه الحالة نحتاج إلى فهم ما تتصرف به هذه الأبعاد الثلاثة عند تقليصها إلى بعدين فقط.

عندما نشير إلى عمق المشهد فإننا نشير إلى القرائن البصرية التي تخبرنا عن حجم وشكل الأشياء، والمسافة بينها، ففي الفضاء ثلاثي الأبعاد لا يوجد عمق للورقة التي عليها الصورة أو للصورة نفسها تقريباً، عند النظر إليها من الأمام، أمسكها أمامك رأسياً أو وضعها على طاولة وانظر إليها من أعلى مباشرة وسيكون سطحها بالكامل أكثر أو أقل على نفس المستوى أي المسافة نفسها منك، لكن ضع الورقة أفقياً على يديك وارفعها بنفس ارتفاع عينيك تقريباً، وستكون إحدى حواف الورقة أقرب إليك كثيراً من الأخرى، وبالتالي لن تكون أسطحها كلها، على نفس المستوى بالنسبة إليك، بل سيتراجع بدلاً من ذلك إلى المسافة بينك وبين محتوى الصورة.

خلف الورقة من المحتمل وجود أشياء أخرى في مجال الرؤية الخاص بك، وربما جدار خلفها، وربما هناك حتى نافذة في الحائط توفر منظرًا خارجيًا؛ في هذه الحالة يكون للمشهد عمق بصري أكبر بكثير مما لو كنت تنظر فقط إلى ورقة من الورق مسطحة على طاولة استمر في الاحتفاظ بلوحة الورق أفقياً على راحة يدك مع انحسار سطحها إلى مسافة بعيدة، لكن أمسكها بعيداً عنك قدر الإمكان. الآن من المحتمل أن تكون قادراً على استيعاب الورقة بأكملها بصرياً من الأمام إلى الخلف، وشريطة ألا يكون المحرف صغيراً للغاية إذا كان هناك أي شيء مكتوب على الورقة، فمن المحتمل أن تكون قادراً على قراءتها دون الحاجة إلى تحريك عينيك أيضاً كثيراً.

قم الآن بنقل الورقة بحيث تكون الحافة الأقرب لها تلمس أنفك تقريباً. إذا كنت تعاني من بصر جيد، فربما لن تواجه أي مشكلة في تحريك عينيك حتى تتركز الحافة البعيدة عنك بحدة.

ولكن ماذا عن أقرب حافة هل يمكنك التركيز على ذلك؟ وهل يمكنك التركيز على أقرب وأبعد حافة في نفس الوقت والخلفية أيضاً؟ الكاميرات تقاوم أيضاً مع هذا.<sup>10</sup>

## 2-4 عمق الميدان:

يعرف عمق الميدان أو عمق المجال، على أنه المسافة المحصورة بين أقرب نقطة وضوح وأبعد نقطة وضوح يمكن للمصور رؤيتها.

ويتسع عمق المجال ويضيق حسب استخداماتنا لأنواع العدسات أو هويتها، بمعنى أدق يكون ذلك حسب استخداماتنا للأبعاد البؤرية للعدسات المستخدمة في التصوير، لأن قاعدة التصوير الفوتوغرافي فيما يخص عمق المجال واستخداماته لم تتغير منذ الاختراع، وبالتالي فإن ما يتحكم في عمق المجال هو البعد البؤري للعدسة بالضرورة، مضافاً إليه فتحة العدسة أو ضيق واتساع "الدايفرام"، فكلما زاد البعد البؤري سيتناسب بشكل عكسي مع عمق الميدان، وفي هذه الحالة، فإنه كل ما زاد البعد البؤري للعدسة سيضيق عمق الميدان أو يقل، والعكس صحيح تماماً، كلما قل البعد البؤري، سيتسع عمق الميدان، وهكذا كل ما كانت الأشياء من الصورة قيد التركيز، يطلق على ذلك عمق ضئيل من الحقل. وعلى العكس من ذلك، إذا كانت هناك مسافة كبيرة بين أقرب وأعمق عناصر الصورة الحادة الوضوح (أي أن كل من الكائنات القريبة من الكاميرا وتلك الموجودة بعيداً تكون مركزة بحدة)، فإن هذا يسمى عمق المجال ذو البعد العميق، خصوصاً حين تبعد الأشياء في خلفية الكادر وتكون بكامل وضوحها مع تلك التي في المقدمة مع كامل وضوحها أيضاً.

هناك عدة عوامل مختلفة تؤثر على عمق مجال أي صورة نريد التقاطها؛ وحقيقة الأمر، أن عمق المجال موضوع معقد يستحق دليل منفصل لشرحه، ومع ذلك، سنحتاج إلى اكتساب فهم أساسي على الأقل لعمق المجال، إذا أردنا الاستفادة الفعالة من "الوضوح المركز" والذي نعتبره هنا أساسياً لأي صورة، سواء كانت ما قبل الرقمية، أو رقمية، في التصوير الفوتوغرافي الكامل الشروط لدينا.<sup>11</sup>

إن تغيير فتحة العدسة (أرقام  $f / \text{stop}$  مثل  $f / 2.8$ ،  $f / 11$ ، وما إلى ذلك) يفتح أو يغلق الغالق للعدسة، مما يتيح إضاءة أكثر أو أقل. ولكن نظراً لأن تغيير حجم الثقب الذي يدخل من خلاله إلى الكاميرا يغير أيضاً الزاوية التي يدخل فيها الضوء، فإن تغيير فتحة العدسة يؤثر على عمق المجال أيضاً.

تؤدي الفتحة الواسعة (على سبيل المثال، عدد  $f / \text{stop}$  منخفض مثل  $f / 1.8$  أو  $f / 2$ ) إلى دخول الضوء للعدسة بشكل كبير، وبزاوية شديدة الانحدار، مما يساهم في تضاعف عمق الميدان، وفي الوقت نفسه، فإن فتحة صغيرة (على سبيل المثال، عدد كبير مثل  $f / 16$  أو  $f / 22$ ) تجبر الضوء على دخول العدسة وضرب مستشعر صور الكاميرا بزاوية أفقية أكثر، مما يؤدي إلى عمق أعمق للحقل.<sup>12</sup> نلاحظ هنا بعض



الأمثلة التي تدلل على الحالة، وتشرح عمليات تركيز الوضوح من خلال فتحات العدسة أو ما يصطلح عليه بـ F.stop

بحيث توضح الصورة الأولى والثانية مدى العلاقة بين عمق المجال وفتحة العدسة وتناسبهما الطردني من خلال عمق الحقل وضيقه، ففي الصورة الأولى نرى حقل عميق وواضح بحيث يتلاشى كل التشويش أو عدم الوضوح، من خلال فتحة عدسة ضيقة  $F 22$ ، فيما الصورة الثانية مأخوذة بفتحة عدسة واسعة  $F2$ ، والتي صار واضحاً جداً تلاشي عمق الحقل أو المجال، وتشوشت خلفية الصورة، الأمر الذي جعلنا نصرف انتباهنا عن التشويش ونركز فقط في وجه الدمية، غير أن التشويش ليس في كل الحالات يتم اهماله، في الكثير من الصور، لأنه من الناحية التعبيرية مفيد جداً في بعض منها، خصوصاً في بعض الصور الفوتوغرافية التعبيرية الإتجاه، وكذا المنتمية إلى المدارس التجريدية، سواءً دادائية أو وحشية، أو سريالية، أو وهو المهم، تلك المنتمية إلى التصوير الدرامي السينمائي بالذات، نظراً لانفتاحه على التأويل، كما في الصورة الثالثة الحاوية على منظر طبيعي:



على الرغم من أن فتح أو إغلاق فتحة العدسة يؤثر دائماً على عمق المجال، فإنه لسوء الحظ ليس المحدد الوحيد لعمق المجال. في الواقع قدرتنا على التحكم في عمق المجال أكثر تعقيداً نظراً لحقيقة أن هناك عدداً من الاعتبارات الأخرى تؤثر عليها أيضاً.

وتشمل هذه:

1. البعد البؤري للعدسة
2. المسافة النسبية للكاميرا للموضوع مقابل الخلفية
3. المسافة البؤرية المفرطة.

## المبحث الثالث: تركيز الوضوح المشكلة والاتجاهات والمجال

### 1-3 مشكلة تركيز الوضوح في التصوير (The Focus Problem in Photography):

(a) المشكلة الأكثر وضوحاً هي عبء التركيز بدقة على الموضوع قبل التعريض للضوء، وهي من الاستعدادات الهامة جداً لالتقاط أية صورة مهما كان موضوعها، ذلك لأن الصورة المركزة بشكل سيء ( أي التي لم يحسب لها في تركيز الوضوح) من خلال عوامل عمق المجال) مثلاً، تعني إحساساً عاماً بالخسارة، لأننا جميعاً نعتبرها أمراً مفروغاً منه، أي أنه لا يمكننا تغيير التركيز في الصورة بعد وقوعها، وهو أمر بدهي، فالتركيز بدقة عملية، ليس أمراً سهلاً، على الرغم من أن أنظمة التركيز التلقائي الحديثة، توفر المساعدة بشكل آلي أوتوماتيكي، إلا أن الخطأ المتمثل في وجود جزء من البوصة في موضع مستوى الفلم، على سبيل المثال، قد يعني تركيز الوضوح بطريق الخطأ على النموذج الخاص بالصورة على الحائط في الخلفية مثلاً، من هنا تحديداً نتعرف على المظهر المثالي لمشكلة التركيز في الصورة بشكل واضح بحدة.

يرتبط المظهر الثاني ارتباطاً وثيقاً، فهو الاقتران الأساسي بين حجم فتحة العدسة وعمق المجال، مجموعة الأعماق التي تظهر حادة في الصورة الناتجة كنتيجة للطبيعة التي تشكل بها العدسة صورة العمق من الحقل ينخفض كلما زاد حجم الفتحة، وتحدد هذه العلاقة أحد التوترات المحددة في ممارسة التصوير الفوتوغرافي وكيف يمكنني اختيار حجم الفتحة الصحيح.

اليوم تتم إزالة أداة التقاط الصور غير الرسمية من مشكلة اختيار حجم الفتحة لأن العديد من الكاميرات الحديثة تحاول تلقائياً تقديم حلول وسط جيدة نظراً لمستوى الإضاءة والتكوين. ومع ذلك فإن الاقتران بين حجم الفتحة وعمق الحقل يؤثر على القرارات التي يتم اتخاذها قبل كل تعرض للصور الفوتوغرافية ويظل أحد القيود الأساسية على حرية التصوير.

إن المظهر الثالث لمشكلة التركيز أو الضوح، يفرض قيوداً قوياً مماثلاً على تصميم معدات التصوير الفوتوغرافي، القضية هي السيطرة على انحرافات العدسة، والانحرافات هي الظاهرة التي لا تتقارب فيها أشعة الضوء القادمة من نقطة واحدة في العالم إلى نقطة محورية واحدة في الصورة حتى عندما تكون العدسة مركزة قدر الإمكان.

هذا الفشل في التقارب هو نتيجة طبيعية لاستخدام الانكسار (أو الانعكاس) لثني أشعة الضوء إلى حيث نريد منهم أن يذهبوا، بعض الضوء يتسرب حتماً من المسار المرغوب ويطمس الصورة النهائية ومن

المستحيل تركيز الضوء مع الكمال الهندسي عن طريق الانكسار والانعكاس وبالتالي فإن الانحرافات مشكلة لا مفر منها في جميع العدسات الحقيقية.

يصبح التحكم في الانحرافات أكثر صعوبة مع زيادة فتحة العدسة في القطر لأن الأشعة التي تمر عبر محيط العدسة يجب أن تنحني بقوة لتتقارب بدقة. تضع هذه الحقيقة حدًا للفتحة القصوى للعدسات القابلة للاستخدام، وتحد من قدرة تجميع الضوء للعدسة. في الأسابيع الأولى من عصر التصوير الفوتوغرافي كانت التعرضات ذات فتحات العدسات الصغيرة طويلة جدًا لدرجة أن العديد من صور المنازل ذات الفعلية استخدمت بالفعل "طوقًا حديدًا ثابتًا" لتثبيت رأس الموضوع. وفي الواقع تم التقاط العديد من الصور مع إغلاق عيون الشخص المعني من أجل تقليل عدم وضوح الرؤية نظرًا إلى الوامض أو الظلال.<sup>13</sup>

من بين التطورات الهامة التي مكنت التصوير العملي في تصميم (Petzval) الموجهة رياضيا لعدسة جديدة مع انحرافات مخفضة وزيادة حجم الفتحة، وكانت هذه العدسة أكبر من أي عدسة سابقة من البعد البؤري المكافئ مما يتيح التعرضات التي كانت أقصر من ذي قبل. إلى جانب التحسينات التي طرأت على حساسية لوحات تعرض الصور الفوتوغرافية تم تقليل أوقات التعرض إلى ثوانٍ، مما سمح للأشخاص الذين تم تصويرهم بفتح أعينهم وإزالة أطواق الحديد الخاصة بهم تجاه الكاميرا.

تميل التعرضات الحديثة إلى أن تكون أقصر بكثير من الكسور في الثانية في ضوء ساطع ولكن المشكلة بعيدة عن الحل. بعض من أفضل لحظات التقاط الصور تأتي إلينا في ضوء لطيف في الصباح الباكر وفي وقت متأخر من المساء أو في الإضاءة المحيطة للبناء الداخلي. كما تتطلب حالات الإضاءة المنخفضة مثل هذه التعريضات الطويلة بحيث تبدو العدسات الحديثة محدودة مثل عدسات تصوير الوجوه portrait lenses قبل عدسات Petzval، هذه المواقف تجبرنا على استخدام المكافئات الحديثة للياقة الحديدية: الحامل الثلاثي والفلأش الإلكتروني.

من خلال هذه الأمثلة، يتضح أن مشكلة التركيز في التصوير الفوتوغرافي تشمل أكثر من مجرد التركيز على الشيء الصحيح. بل يتعلق الأمر بشكل أساسي أيضًا بقدرة جمع الضوء وجودة العدسة، حيث تضعه مظاهره الثلاثة في قلب العلوم الفوتوغرافية بشكل خاص والفن بشكل عام.

## 3-2 الاتجاهات في التصوير الرقمي (Trends in Digital Photography):

إذا كانت مشكلة الوضوح هي عدونا في هذا البحث، فإن تكنولوجيا الكاميرا الرقمية هي ترسانتنا وهي سلاحنا الأقوى، حيث يعد تجسيد أجهزة استشعار الصور الرقمية، أحد أهم التطورات المعاصرة في تاريخ التصوير، إنه يجلب إحساسًا جديدًا بالسرعة وحرية صناعة الصور، ونظراً لأغراض هذه الورقة البحثية، هناك اتجاهان حاسمان في تقنية الكاميرا الرقمية:

### 1. زيادة دقة مستشعر الصورة الرقمية، وفكرة أن الصور يتم حوسبتها، بدلاً من تسجيلها بشكل مباشر

تتزايد دقة مستشعر الصورة الرقمية بشكل كبير، بحيث أصبح في أيامنا مألوفاً جداً، رؤية الكاميرات التجارية ذات العشر ميغا بكسل من دقة الصورة<sup>14</sup>، ذلك أن النمو والتطور في تكنولوجيا الكاميرات الرقمية، قد فاق احتياجاتنا، بيد أن هناك إجماع متزايد على أن دقة المستشعر الخام، بدأت تتجاوز قوة حل العدسات ودقة إخراج الشاشات والطابعات، فعلى سبيل المثال، بالنسبة للتطبيق الفوتوغرافي الأكثر شيوعاً للطباعة "x" فإن أكثر من MP يوفر تحسناً ملحوظاً.

إن ما يخفيه النمو السريع هو وجود فائض أكبر في الحل يمكن إنتاجه، ولكن ليس في الوقت الحالي. كما تُظهر الحسابات البسيطة أن دقة جهاز الاستشعار الضوئي التي تزيد عن MP تكون ضمن مستوى تكنولوجيا السيليكون اليوم، على سبيل المثال، إذا كان المصور المحترف أو حتى هاوي التصوير، سيستخدم التصميمات لأصغر وحدات البيكسل الموجودة في الكاميرات المنخفضة (درجة ميكرون) على أحجام قوالب أجهزة الاستشعار الكبيرة في الكاميرات التجارية الأساسية (مم × مم)، فسيكون بإمكان المرء طباعة مستشعر مع اقتراب الدقة، وهناك سببان على الأقل لعدم تطبيق هذه المستشعرات عالية الدقة حالياً:

أولاً، إنه إقرار ضمني بأننا لسنا بحاجة إلى هذا القدر الكبير من الدقة في إخراج الصور.

ثانياً، يقلل حجم البيكسل من عدد الفوتونات التي يتم جمعها بواسطة كل بكسل، مما يؤدي إلى انخفاض المدى الديناميكي ونسبة الإشارة إلى الضوضاء في الصورة (SNR) هذه المقايضة غير مقبولة، لكنها تستخدم في النهاية لتقليل حجم المستشعر وتصغير الكاميرا الكلية. وتتمثل النقطة الرئيسية في إبراز هذه الاتجاهات في أن التطبيق القوي لأجهزة الاستشعار التي تحتوي على عدد كبير جداً من وحدات البيكسل الصغيرة لن يقتصر على ما يمكن طباعته فعلياً في السيليكون. ومع ذلك، هذا لا يعني أن تنفيذ هذه الشرائح

عالية الدقة سيكون أمراً سهلاً. لا يزال يتعين علينا التغلب على التحديات الكبيرة في قراءة العديد من وحدات البكسل من الشريحة بكفاءة وتخزينها.

هناك اتجاه قوي آخر، وهو فكرة أنه في الصور الفوتوغرافية الرقمية، يتم انتقالها أو طباعتها من خلال حوسبتها وليس تسجيلها، الأمر ببساطة، أن ببساطة مستشعرات الصور الرقمية، مكنت هذا التحول من خلال إزالة الحاجز بين تسجيل بيانات الصور الفوتوغرافية ومعالجتها؛ والمثال المثالي للنهج الحسابي للتصوير الفوتوغرافي هو الطريقة التي يتم بها التعامل مع الألوان في جميع الكاميرات الرقمية الحديثة، بحيث تقوم جميع مستشعرات الصور الرقمية تقريباً، بتجميع واحد فقط من ثلاثة ألوان أولية من الألوان الرئيسية في المرئيات (التصوير الضوئي واللاإلكتروني معاً، وهي الـ (RGB) حمراء أو خضراء أو زرقاء، في كل بكسل بجهاز استشعار ضوئي، باستخدام فسيفساء من مرشحات الألوان (A) (B) (C) كما في الشكل الآتي على التوالي:



(C)



(B)



(A)

فاللون أمام كل بكسل كما هو موضح في الشكل (A) بمعنى آخر، يسجل كل بكسل واحد فقط من المكونات الحمراء أو الخضراء أو الزرقاء للضوء الساقط.<sup>15</sup>

وهناك حاجة إلى خوارزميات الفسيفساء، لاستيفاء قيم ألوان الفسيفساء الكهرومغناطيسية الرقمية، ولإعادة بناء R G B Color بالكامل في كل بكسل للصورة كمخرجات، كما هو مبين في الشكلين B و C. يمكن لهذا النهج التصوير بالألوان باستخدام ما يمكن أن يكون مستشعراً بلون رمادي فقط، وتشمل الأمثلة الأخرى للحساب في خط أنابيب التصوير ما يلي:



الجمع بين العينات في الحساسيات المختلفة<sup>16</sup> من أجل تمديد المدى الديناميكي<sup>17</sup> باستخدام شبكات حساس ضوئي مدور والتشابك على شبكة الصور النهائية، لمطابقة الخصائص الإدراكية بشكل أفضل للعين البشرية وتصحيح توازن اللون الأبيض التلقائي لتقليل اللون الزهري بسبب عدم التوازن في طيف الإضاءة وفي شحذ صورة الكاميرا وتزييف الصورة، للتراجع عن تشوهات المجال التي أدخلتها العدسة، حساب هو جزء لا يتجزأ من التصوير الفوتوغرافي الحديث، ولعل المثال التالي لهذه الصورة التي تحتوي سيدة بزي تقليدي، تتكاثف فيه الألوان الرئيسية من جهة، وتركيز الوضوح FOCUS، من جهة أخرى، يعد هو المثال الأنسب في هذه الحالة:



### 3-3 مجال التصوير الرقمي الضوئي (Digital Light Field Photography):

الحل المقترح لمشكلة تركيز الوضوح، يستثمر وفرة دقة مستشعر الصورة الرقمية لأخذ عينات من كل شعاع من الضوء يساهم في الصورة النهائية، كما يوفر هذا التمثيل الفائق للإضاءة داخل الكاميرا قدرًا كبيرًا من المرونة والتحكم في حساب الإخراج النهائي للصور، جميع أشعة الضوء تسمى حقل الضوء في رسومات الكمبيوتر، ويسمى هذا النهج أو الطريقة، بالتصوير الفوتوغرافي في مجال الضوء الرقمي، وذلك لتسجيل مجال الإضاءة داخل الكاميرا، حيث يستخدم التصوير الفوتوغرافي لمجال الضوء الرقمي، مجموعة من العدسات الدقيقة، أمام جهاز الاستشعار الضوئي، وتكون طريقة عمله، أن كل عدسة صغيرة، تغطي مجموعة صغيرة من وحدات البيكسل الضوئي، بحيث تفصل العدسة الدقيقة الضوء الذي يصيبها، في صورة صغيرة على هذه المجموعة، لكي تشكل صورة مصغرة لإضاءة الحدث المصور.

هذه عينات من حقل الضوء داخل الكاميرا في التعرض الفردي للتصوير الفوتوغرافي، وفي هذه الحالة من العينات، يجب اعتبار العدسة المصغرة بمثابة بيكسل الصورة التي تم إنتاجها؛ وينبغي اعتبار قيمة كل بيكسل ضوئي، كواحدة من أشعة الضوء العديدة التي تسهم في إنتاج بيكسل الصورة.<sup>18</sup> هنا في هذين الصورتين، على سبيل المثال، درجات نقاوة عالية في تركيز الوضوح FOCUS في الصورة الرقمية، لنلاحظ ذلك:





ولكي تتم معالجة الصور النهائية من حقل الضوء المسجل، يستخدم التصوير الفوتوغرافي في مجال الضوء الرقمي، تقنيات تتبع الأشعة، وتكمن الفكرة في تخيل كاميرا تم تكوينها حسب الرغبة، وتتبع أشعة الضوء المسجلة من خلال البصريات إلى مستوى التصوير. جمع أشعة الضوء في هذه الصورة الوهمية ينتج الصورة المطلوبة، ويوفر إطار تتبع الأشعة هذا آلية عامة للتعامل مع عدم التقارب غير المرغوب فيه للأشعة التي تعد أساسية لمشكلة التركيز. المطلوب هو تخيل كاميرا تلتقي فيها الأشعة كما هو مطلوب من أجل دفع عملية حساب الصورة النهائية. على سبيل المثال، دعنا نعود إلى المظهر الأول لمشكلة التركيز، وعبء الاضطرار إلى تركيز الكاميرا قبل التعرض للضوء. يحررنا المجال الضوئي الرقمي للتصوير من هذا العمل من خلال توفير إمكانية إعادة تركيز الصور الفوتوغرافية بعد التعرض للضوء. يكمن الحل في تخيل كاميرا يتم تغيير عمق مستوى الفلم بحيث يتم تركيزها حسب الرغبة. تتبع أشعة الضوء المسجلة على هذا المستوى الوهمي للفلم يفرزها إلى موقع مختلف في الصورة، ويؤدي جمعها هناك إلى إنتاج الصور التي تركز على أعماق مختلفة. يوفر نفس الإطار الحسابي حلولاً للمظاهر الأخرى لمشكلة التركيز. تخيل الكاميرا التي يتم فيها تركيز كل بكسل ناتج بشكل مستقل يفصل الاقتران بين حجم الفتحة وعمق المجال. وبالمثل فإن تخيل عدسة خالية من الانحرافات ينتج عنه صور أكثر وضوحاً. يتضمن حساب الصورة النهائي أخذ الأشعة من حيث انكسارها واستعادتها من خلال عدسة تخيلية مثالية.

### الخلاصة:

خلاصة ما أردناه من هذه الورقة، أننا تحدثنا بشكل أساسي عن طرق لتحقيق صورة "مركزة بشكل صحيح من خلال تطبيق المعرفة التقنية الرقمية" ولكن هناك بالتأكيد العديد من الطرق الموصي بها لتركيز الوضوح، فعلى التركيز (The Focus) والذي يعتبر على نطاق واسع، مناسب لأنواع مختلفة من التصوير الفوتوغرافي، وهذا في الحقيقة، لا يعني أنه يجب علينا إتباع هذه التوصيات في كل مرة.

في بعض الأحيان يمكن أن تنجح الصورة بالتحديد في إبراز هيبتهما وما تريد، لأنها تعمل مع المشاهد الذي ترتبك توقعاته مع ما يرى، ومع ذلك توجد في معظمها أسباب وجيهة؛ والسؤال المهم هنا، هو لماذا يتم تصوير أنواع معينة من الصور الفوتوغرافية بطريقة معينة (مرتبكة)؟ الإجابة المؤكدة هي: أنك يجب أن تكون على دراية بكيفية تعامل المصورين الآخرين مع نوع الصور التي تهتم بتصويرها، وهذا الأمر متروك لك لتحديد الأفضل للصورة التي ترغب في إنتاجها؛ والرسالة التي ترغب في نقلها، وكذلك الأجواء التي ترغب في استحضارها، مع هذا النوع من التصوير الفوتوغرافي الديجتالي الخاص بك، إن الاستخدام الإبداعي للتركيز



في التصوير الفوتوغرافي، يمكن أن يلعب دورا كبيرا في كل هذا، من خلال هذه التقنيات المعقدة التي استدرجناها لكي نتعرف عليها في هذا البحث.

يقدم لنا مطورو البرامج، طرقًا تقنية حديثة، لجعل صورنا تبدو أفضل، ويخبروننا أيضًا، أن هذه البرامج، ستتيح لنا جعل الصور رائعة بشكل أسرع، والكيفية التي تبدو بها صورنا أفضل، دون إضاعة الوقت، وذلك من خلال هذه النتائج التي وصلت لها هذه الورقة البحثية:

1. إن النقاوة العالية لتركيز الوضوح، FOCUS، تنتج من خلال قراءة ضوئية لأجهزة آلات تصوير رقمية بالغة التعقيد، لم يعد لحساسية السولولويد فيها أي وجود ولا أي اعتبار من خلال تقنيات القراءة الرقمية بالبيكسل، الذي بلغ أوج تطوره في هذين العقدين من قرنا الحالي.

2. سرعة دمج البرنامج مع كاميرتنا أسرع من الضوء، بالنسبة لبعض مهام التصوير الفوتوغرافي، ويتم تقليل التدريب والمعرفة إلى الحد الأدنى من التعقيدات، بإزالة الزوائد، حيث يقوم مساعد البرنامج، بتنفيذ المهام بسرعة أكبر من محرر البرامج النمطية القديمة، وبنسبة خطأ معدومة، بمعنى أن الآلات القديمة التي يسيرها عقل الإنسان، وتظهر فيها النتائج مبهرة من خلال الذكاء الإنساني، سيستعاض عنها بآلات رقمية بلا أية نسب خطأ تذكر.

3. التفكير في ضبط تلقائي للصورة، يكون فيه التركيز أسرع من تركيز الإنسان يدويًا، في العديد من المواقف، خصوصاً، في بعض المشاهد وخاصةً مع الكاميرات ذات الإضاءة المنخفضة، لأن ضبط التركيز التلقائي قد لا يزال يخلق مشاكل كثيرة في علم التصوير وطرق ابداعه، مثل البحث عن التركيز على جسم ما في الإضاءة الخافتة، لكن يبقى شيء في غاية الأهمية، وجب معرفته، أنه:

حتى مع إعطاء كل ذوي ذكاء خارق من المصورين، أدوات الذكاء المساعدة، سيكون هناك دائماً مكاناً للمصورين المدربين، وذوي الخبرة الذين يفهمون كيف يعمل التكوين واللون واللحظة لالتقاط ذروة العاطفة ولمسة إنسانية.

4. يوفر التصوير الرقمي في الوقت الحاضر، ركييزة غنية جداً للأنظمة الفوتوغرافية الجديدة، والمغذيتان الرئيسيتان لهذا الأمر هما: فائض هائل في دقة جهاز الاستشعار الخام، وقرب من طاقة المعالجة لحساب مرن للصور النهائية.

## الهوامش:

1. جوزيف نيبس، بالفرنسية *Joseph Nicéphore Niépce*: ولد في 7 مارس 1765 وتوفي في 5 يوليو 1833 فيزيائي ومخترع فرنسي . يعتبر رائد التصوير الفوتوغرافي، و مخترع أول صورة فوتوغرافية، بتعريض سطح حساس للضوء، في آلة تصوير، كان ذلك في أوائل صيف عام 1826. وقد عمل طويلاً مع لويس داجير، وأجرى تحسينات على طريقة إعداد فيلم التصوير. وقد واصل داجير عمله بعد وفاة نيبس.
2. لويس جاكو داجير، بالفرنسية *Louis Jacques Mandé Daguerre* : هو فنان وكيميائي فرنسي ولد عام 1787 وتوفي عام 1851 أبرز أعماله كانت تعاونه مع المخترع جوزيف نيبس على تطوير التصوير الفوتوغرافي .وقد اخترع طريقة قديمة في التصوير الفوتوغرافي عرفت بالداجيرو تايب. الموسوعة العربية الميسرة، 1965.
3. البكسل (Pixles) هو اصغر وحده في الصورة يفضل ان تختار كاميرا ذات 5 ميغا بكسل او اعلى مع حجم سنسر مناسب لعدد الميغا بكسل في الكاميرا. معنى الـ pixles هو اختصار لـ picture element وحدة الصورة. ( الميغا = مليون) مثال : ميغا بكسل يساوي مليون بكسل -- ميغا متر يساوي مليون متر، للاستزادة في المعلومات حول البيكسل.
4. ضرورة ملاحظة أن المقصود بالتركيز في هذا المصطلح، ليس التركيز ككلمة وإنما التركيز هنا هو شدة كثافة النقاوة أو الصفاء في الصورة، أو بالأحرى الوضوح للمادة المصورة، وهو ما يصطلح عليه باللاتيني: Focus .
5. <https://ar.wikipedia.org/w/index.php?search=++Mirrorless&title=بحث&full&خاص>  
text=1&ns0=1&searchToken=4luet2z2q6obkue562u6vazak.
6. <http://www.forum.topmaxtech.net/t72513.html#ixzz6635THIEL>
7. Philip Rosen, Change Mummified: Cinema, Historicity, Theory, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2001, p163.
8. Philip Rosen, Change Mummified: Cinema, Historicity, Theory, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2001, p55.
9. سونتاغ سوزان، حول الفوتوغراف، ترجمة عباس المفرجي، دار المدى، بيروت، 2013، ص. 44.
10. المرجع السابق، ص.47.
11. بارت رولان، الغرفة المضيئة: تأملات في الفوتوغرافيا، ترجمة هالة نمر، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2010. ص. 67.
12. NEWHALL, B. The Daguerre type in America, revered. New York: Dover. 2010.p.34
13. Askey, P., Digital cameras timeline: Digital Photography Review, <https://www.dpreview.com/reviews/timeline.asp?start>
14. RAMANATH, R., SNYDER, W. E., BILBRO, G. L., AND SANDER, W. A. Demosaicking methods for Bayer color. Journal of Electronic Imaging.
15. NAYAR, S. K., AND NOGUCHI, M. Real-Time Focus Range Sensor. In IEEE International Conference on Computer Vision (ICCV).
16. DEBEVEC P. E., And Malik, J. Recovering high dynamic range radiance maps of photographs. In siggraph.
17. BARNARD, K. CARDEL, V., AND FUNT B. A comparison of computational color stancy algorithms, part I: Methodology and experiments with synthesized data IEEE Transactions on Image Processing.
18. NEWHALL, B. The Daguerre type in America, revered. New York: Dover. 2010.p.45

## الإعلام بين المفهوم والممارسة (إشكالية مصطلح الإعلام في أساليب الاتصال)

أزمة مهنية ومنهجية

أ. عمار ميلاد نصر .. جامعة سرت / كلية الآداب  
جهاد النفاتي.. ماجستير إعلام

### المطلب الأول : الإطار المنهجي

#### • مدخل البحث:

البحث العلمي ذو طبيعة متماسكة ومترابطة الحلقات ، تتصل فيها المقدمات بالنتائج ، كما ترتبط فيها النتائج بالمقدمات ، لذا فإن من الضروري جداً أن يقوم الباحث منذ اختياره للمشكلة بوضع تصميم أو تصور منهجي دقيق لكل الخطوات التي يشتمل عليها البحث، ونظراً لأهمية المصطلح في العلوم الإنسانية، لأنه يبين ماهية الشيء وبالعلاقة التي قد تربطه ببعض المفاهيم والمصطلحات الأخرى، وعلى هذا الأساس يطرح الباحث موضوع، يتعلق بإشكالية المصطلح في مجال تخصصه (الإعلام) ليوضح المفهوم وإشكالية الممارسة.

#### • إشكالية البحث

في ظل تعدد الأزمات المجتمعية وظهور الإعلام في الواجهة الخطابية التي تتواصل مع الجمهور لتقديم الحقائق، وانطلاقاً من بروز عدد من المصطلحات الاتصالية، مثل ( الإعلام الدعائي والشائعة الإعلامية والحرب الإعلامية النفسية والتظليل الإعلامي ) ووسعا لتوضيح طبيعة ودور الإعلام، وحرصاً على معالجة بعض الإشكاليات المنهجية والمهنية لأساليب الاتصال يحاول الباحثين البحث عن ماهية الاتصال والإعلام، للوقوف على مفهوم ومضمون الأسلوب الاتصالي، وتوضيح اللبس القائم في مفهوم الإعلام والأساليب الاتصالية وهي: (الإعلان - الدعاية - الشائعة والحرب النفسية )، من أجل تحليل للقائمين بالاتصال إشكالية مصطلح الإعلام كأسلوب اتصالي .

### • أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث كونه يبحث في أصل الإعلام ومحاولة تجريده من المفاهيم التي تشوبه وذلك من خلال توضيح حقيقة مفهوم الاتصال والإعلام .

### • أهداف البحث:

- تحديد مفهوم الاتصال .
- توضيح مفهوم الإعلام.
- توضيح أنواع الأساليب الاتصالية.
- معالجة إشكالية مصطلح الإعلام مع أساليب الاتصال.

### ▪ منهج البحث:

اعتمد البحث على المنهج التاريخي والمقارن لتطبيقه في المقارنة بين الأساليب الاتصالية، من اجل إبراز مفهوم الإعلام، وذلك بالرجوع إلى بعض الأدبيات العلمية والمعرفية الخاصة بموضوع البحث .

### • تساؤلات البحث:

- ما هو الاتصال؟ وما هي أساليبه؟
- ما مفهوم الإعلام؟
- هل هناك مفهوم التضليل الإعلامي والدعاية الإعلامية والحرب الإعلامية، والشائعة الاعلامية، وما علاقة هذه المفاهيم بالإعلام؟

## المطلب الثاني: مفهوم الاتصال والأسلوب

### الاتصال في اللغة: (1)

- (إِتِّصَالَ): اسم؛ مصدر إِتَّصَلَ: قَرَّرَ الْإِتِّصَالَ بِهِ مُبَاشَرَةً : الْإِلْتِقَاءُ بِهِ ، الْإِتِّصَالَ الْمُبَاشِرَ جَعَلُوا نُقْطَةَ الْإِتِّصَالِ فِي : نُقْطَةَ الْمُلتَقَى ، الْوَصْلِ.
- كَانَ عَلَى إِتِّصَالٍ دَائِمٍ بِهِ : دَائِمَ اللَّقَاءِ بِهِ.
  - إِتِّصَالَ رَسْمِيٍّ : لِقَاءٌ إِتِّصَالَ غَيْرُ رَسْمِيٍّ.

كما جاء كلمة اتصال في الحقل اللغوي وجدت مشتقة من كلمة التواصل "واصل" على وزن فاعل، وكلمة تواصل جاءت على صيغة تفاعل، ومصدرها وصال مواصلة، وتشير كلمة تواصل الى الحدود المشاركة في الفعل ما بين الطرفين، ويكون نقيض تواصل في تهاجر وتنافر وتقاطع<sup>(2)</sup>.

والاتصال فهو ترجمة من المصطلح الانجليزي (Communication)، وهو مشتق من الكلمة اللاتينية (Cmmunis)، والتي تعني الشيء الشائع المشترك<sup>(3)</sup>، وهذا يعني الاشتراك والارتباط في الرسالة أو المضمون.

### المفهوم الاصطلاحي :

- الاتصال هو عملية هادفة بين الأطراف من اجل تبادل الآراء للتأثير في الاتجاهات والمواقف<sup>(4)</sup>. هو تفاعل طرفين أو أكثر معاً في حدثٍ أو موضوعٍ معين بهدف تبادل المعلومات؛ للوصول إلى تحقيق التأثير المطلوب لدى طرفٍ واحدٍ من الأطراف أو كليهما معاً<sup>(5)</sup>.
- الاتصال هو عملية إنتاج ونقل للمعلومات وتبادلٍ للأفكار والآراء والمشاعر من إنسانٍ إلى آخر؛ بهدف التأثير فيه وبأفكاره وإحداث استجابة<sup>(6)</sup>.
- الاتصال هو أساس نقل الخبرات الإنسانية من جيلٍ إلى آخر؛ حيث يتم من خلاله التبادل بين الأفراد في الأفكار والآراء والمشاعر والأحاسيس، والاتصال لا يعني تبادل الكلمات أو الألفاظ فقط بين الأشخاص، بل يتعدى ذلك ليشمل تبادل الصور والرسومات والأشكال<sup>(7)</sup>.
- ومن خلال عرض هذه التعريفات نستنتج بان الاتصال هو نظام تفاعلي مبني على نقل معلومات وأراء وأفكار بين البشر باستخدام الرموز واللغات الموحدة بين عناصر العملية الاتصالية.

### عناصر الاتصال :

تنقسم عناصر الاتصال وفق العملية الاتصالية إلى:<sup>(8)</sup>

■ المرسل: هو مصدر الرسالة الذي يريد إحداث تأثير في المستقبل، حيث إنَّ المستقبل قد يكون فرداً أو مجموعة، فيقوم المرسل بإنشاء رسالة عبارة عن رموز معينة وينقلها إلى المستقبل من أجل أن يشاركه في أفكاره وتوجهاته.

■ المستقبل: هو الذي يستقبل الرسالة، ويفك رموزها، ويترجمها، ثمَّ يحللها ويفسرهما ليصل إلى ما يقصده المرسل، ومن هنا فقد يكون المستقبل شخصية حقيقية أو اعتبارية وفي حال استقبال الرسالة يتبادل الأدوار مع المرسل.

■ الرسالة: هي محور أساسي في عملية الاتصال، فهي عبارة عن المعلومات والأفكار ونبرة الصوت والإيماءات والانطباع يبينه المرسل وينقل بين المرسل والمستقبل أثناء عملية الاتصال، كما أنها هي النقطة التي تجمع بين المرسل والمستقبل لهذا من المهم اختيار العبارات والرموز بعناية، وتوجد صور مختلفة للرسالة منها: الكلمات، والإيماءات، ونبرة الصوت، والمظهر الخارجي، والحركات.

■ الوسيلة: هي القناة التي يتم عن طريقها نقل الرسالة بين المرسل والمستقبل، ويرتبط نجاح عملية الاتصال ارتباطاً وثيقاً بنجاح المرسل باختيار وسيلة الاتصال المناسبة.

■ التغذية الراجعة: هي رد الفعل الآني من المستقبل على الرسالة الموجهة إليه من المرسل، وهي ما يريده المرسل من المستقبل أثناء العملية الاتصالية، وتبين التغذية الراجعة نسبة نجاح العملية الاتصالية، فعن طريقها يعرف المرسل إن كانت الرسالة وصلت للمستقبل وفهمها كما ينبغي أم لا، وفي حال عدم فهم المستقبل للرسالة على المرسل إعادة صياغة الرسالة وتعديل الفهم الخاطئ لدى المستقبل.

■ الهدف: هو الغاية من عملية الاتصال، لذا على المرسل أن يحدد الهدف من نقل الرسالة إلى المستقبل، ويحدد المستقبل الذي يود توجيه الرسالة إليه بطريقة واضحة ومناسبة بالنسبة له وللمستقبل.

■ التشويش: هو مجموعة العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر في معنى الرسالة ومنها: أصوات السيارات كعامل خارجي، وأفكار قد تشوش المرسل كعامل داخلي.

■ البيئة: هي المكان الذي تتم فيه عملية التواصل.

■ الاستجابة: هي ردة فعل المستقبل على الرسالة التي وصلتته من المرسل.

### أساليب الاتصال: ( الأسلوب )

بعد تحديدنا لمفهوم الاتصال نقدم توضيحاً لمعنى الأساليب في مفرد أسلوب، والأسلوب في اللغة هو: (9)

● (أسلوب) : اسم.

● الجمع : أساليب.

● الأسلوبُ : الطَّرِيقُ، طريقة ، مذهب ، نمط، وسيلة ، طريقة الوصول إلى المطلوب.

● أساليب القول : فنونه المتنوعة .

● وإذا كان هناك شبه إجماع على إن الأسلوب هو طريقة التفكير والتصوير والتعبير وإبراز صفات معينة ،

فأن ذلك يرجع إلى ثلاثة أمور هي : " الوضوح - القوة بقصد التأثير - والجمال بقصد الإمتاع والسرور " (10) ،

ويذهب البعض إلي إن الأسلوب هو الطريق و المذهب وهو اللفظ والمعنى، والقدرة على تقديم المحتوى في أحسن صورة (11).

### المطلب الثالث : مفهوم الإعلام

**الإعلام:** الإعلام لغة: مصدر الفعل الرباعي أَعْلَمَ، يقال: أَعْلَمَ يُعْلِمُ إعلاماً.. وأَعْلَمْتُهُ بالأمر: أبلغته إياه، وأُطْلِعْتُهُ عليه، جاء في لغة العرب: استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه<sup>(12)</sup>.

وأيضاً الإعلام في اللغة: التبليغ، ويقال: بلغت القوم بلاغاً: أي أوصلتهم بالشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، ففي الحديث: " بلغوا عني ولو آية " ، وقال سيبويه: وأعلمت: كأذنت<sup>(13)</sup>. وتوضح لنا المكتبة الشاملة بعض الكلمات المرتبطة بمفهوم الإعلام وهي:<sup>(14)</sup>

وَعَلِمْتُ الشَّيْءَ أَعْلَمُهُ عِلْماً: عرفته. وَعَالَمْتُ الرجلَ فَعَلِمْتُهُ أَعْلَمُهُ بالضم: غلبته بالعلم.. ورجلٌ عَلَامةٌ، أي عالمٌ جَدًّا، والهَاءُ للمبالغة، كأنهم يريدون به داهيةً.

قال الأخطل:

ما زال فينا رِباطُ الخيلِ مُعْلِمَةً ... وفي كليبِ رِباطِ اللُّؤْمِ والعارِ  
وعَلِمْتُهُ الشَّيْءَ فَتَعَلَّمْتُ، وليس التشديد ههنا للتكثير. ويقال أيضاً تَعَلَّمْتُ في موضعِ اعْلَمُ.  
قال عمرو بن معد يكرب:

تَعَلَّمْتُ أَنَّ خَيْرَ النَّاسِ طُرًّا ... قَتِيلٌ بَيْنَ أَحْجَارِ الْكُلابِ

قال ابن السكيت: تَعَلَّمْتُ أَنَّ فلاناً خارجٌ، بمنزلة عَلِمْتُ. وتَعَالَمْتُ الجميع، أي عِلْمُوه. والأَيامُ المعلومات: عَشْرٌ من ذِي الحِجَّةِ. والمَعْلَمُ: الأثر يستدلُّ به على الطريق..

وللوقوف على مفهوم أيضاً، يجب الاستدلال بنصوص قرآنية لتوضيحه، فقد أشارت العديد من آيات القرآن الكريم إلى ذلك ، حيث قال الله تعالى : (إِذْ قَالَ مُوسَى لِأَهْلِهِ إِنِّي آنَسْتُ نَاراً سَاءَتِيبُكُمْ مِنَّهَا بِخَبَرٍ أَوْ آتِيكُمْ بِشَهَابٍ قَبَسٍ لَعَلَّكُمْ تَصْطَلُونَ)سورة النمل الآية [ 7 ] ، فقوله (سَاءَتِيبُكُمْ مِنَّهَا بِخَبَرٍ ) أي أن الخبر هنا ما يخبر به عن حال الطريق لأنه كان قد ضل، ليعرف به الطريق، وفي قوله تعالى(يَوْمَئِذٍ تُحَدِّثُ أَخْبَارَهَا)سورة الزلزلة الآية [ 4 ] ، أي تحدث بما عمل العاملون على ظهرها<sup>(15)</sup> ، ومن ذلك نستنتج بان الخبر هو الطرق والحديث من اجل التوضيح عن المعلومة الصحيحة الصادقة؛ فإذا كان الخبر إحدى أهم فنون الإعلام وطريقه، فان ذلك ينعكس على مضمون الإعلام ليكون واقعي وحقيقي في مضمونه، وهذا دليل أيضا بان الإعلام هو الأسلوب والطريق والمنهج الذي يبلغ به الناس عن الأحداث الواقعية من باب الصدق، أي: الصدق في القول.

التعريف الاصطلاحي للإعلام:

▪ تعريف الألماني المتخصص في شؤون الإعلام (أوتوجروت) للإعلام بأنه: (التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت) (16). وكذلك تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديدة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة مرئية إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها الصحافية اليومية (الموضوع، التقنية والتنفيذ) (17).

▪ الإعلام هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاوبهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم (18).

▪ الإعلام هو الخطاب الاتصالي الموضح للحقيقة والمعبر عن الآراء حول الوقائع والأحداث؛ فمن المعروف إن مفهوم الخطاب يبحث في البناء والوظيفة لوحدة اللغة الكبرى ويتشكل من مجموعة من النصوص والممارسات الاجتماعية، أي أنه طريقة معينة للتحدث عن الوقائع وفهمها جيداً، كما أنه مجموعة من النصوص والممارسات الخاصة بإنتاج النصوص وانتشارها واستقبالها، مما يؤدي إلى إدراك الواقع الاجتماعي (19).

وبما أن الإعلام في نصه عبارة عن خطاب وجسر المعرفة، من أجل تغطية الأحداث وإبراز الوقائع واستبيان الحقائق بجسر من الاتصال والتواصل اليومي، فإنه يمكن تعريف الخطاب الإعلامي بأنه: (المادة المنشورة التي تطرح وتعالج موضوع معين يهدف إلى تقديم الحقيقة من خلال فن الخبر والتقرير والحوار والتحقيق وأيضاً لتقديم آراء وتحليلات من خلال فن المقال .

### المطلب الرابع: مفهوم الإعلان

تفيد المادة اللغوية للفظ (أعلن - يعلن - إعلان) معنى: (أظهر - أشهر - جهر) مصدرها من لفظ: (العلانية) أي بمعنى (الإظهار - الإشهار - الجهر) (20)؛ وهذا يعني أن الإعلان هو الإشهار عن حدث ما؛ ويعرفه الدكتور خليل صابات بقوله: (هو المجاهرة، وفي اللغة الإظهار والنشر وطرقه كثيرة، منها: النداء من مكان مشرف، وفي الأزقة، وهو من أقدمها ومنها: تعليق أوراق في أماكن مخصوصة) (21).

أما مفهوم الإعلان من الناحية الاصطلاحية هو: شكل من أشكال الاتصال المدفوع الأجر، وغير الشخصي لترويج سلع وأفكار وخدمات لحساب ممول معروف (22).



ويرتبط الإعلان بالإنتاج حيث ان وفرة البضائع بالضرورة البحث عن مشتريين لها، وبذلك أنشئت أول وكالة إعلان في إنجلترا عام (1812) وبذلت تحول الإعلان إلى صناعة معاصرة مرتبطة بالاقتصاد العالمي<sup>(23)</sup>.

#### وظيفة الإعلان:<sup>(24)</sup>

- تسهيل مهمة الاختيار بين السلع.
- إبلاغ المستفيد عن خدمة معينة
- إبلاغ المستهلك بمكان وزمان وسعر السلعة
- تزويد المستهلك بمهارة استخدام السلعة .
- الترفيه والتسلية .

ويؤكد بعض الباحثين في مجال الإعلان بأنه هو نشاط يهدف إلى الترويج عن سلعة استهلاكية وخدمة، ومعنى ذلك أن الإعلان ينقسم إلى قسمين هما :  
**الإعلان التجاري:** وهو الذي يختص بالترويج عن سلعة استهلاكية .

**الإعلان الخدمي:** وهو الذي يختص بإعلان عن خدمة معينة لعا علاقة بالجمهور المستهدف، مثل الإعلان عن وظائف .

#### عناصر الإعلان:

- من خلال ما سبق يمكن توضيح عناصر العملية الإعلانية في الآتي:
- السلعة:** وهي البضاعة أو الخدمة الموجهة للجمهور .
  - المعلن:** هو المالك او صاحب السلعة أو المسئول عن الخدمة.
  - وكالة الإعلان:** وهي الجهة التي يباع لها الإعلان بهدف الإشراف على إنتاجه في الصورة النهائية.
  - شركات الإعلان:** وهي الخاصة بمهمة تصميم وإنتاج الإعلان.
  - وسيلة الإعلان:** وهي الوسيلة الاتصالية التي يتم من خلال إشهار المنتج.
  - المستهلك:** وهو الجمهور المستفيد والمستخدم للسلعة.

#### المطلب الخامس : مفهوم الدعاية

**الدعاية:** هي أسلوب اتصالي الذي يهدف إلى الترويج عن أفكار وتوجهات بهدف التأثير على سلوك الناس، وهي لا تهدف في الأساس إلى الغرض المادي؛ وهي أيضا عملية الإثارة النفسية بقصد الوصول إلى

التلاعب معين في المنطق<sup>(25)</sup> ، ويرى العالم دوب (doob) ان هدف الدعاية هو قيادة الأفراد والجماعات لاعتناق فكرة ما، أو اتجاه معين، أو القيام لعمل يكون لهم الحرية فيه او عدم القيام به<sup>(26)</sup>.

#### • أسس الدعاية: <sup>(27)</sup>.

- هي عقيدة أو فكرة واضحة المعالم تسعى إلى الانسياب في ذاتية الفرد.
  - الاستعداد لتلقي تلك الفكرة أو العقيدة ولو بطريقة جزئية.
  - تغيير معين في المواقف والاستجابة.
- فالتغيير في مفهومه العام هو التحول من حال إلى حال، إما بشكل جزئي أو كلي، سواء كان تحولاً إيجابياً أو سلبياً، فهو سنة كونية قائمة، سواء على مستوى الفرد أو الجماعة أو المجتمع أو الدولة أو العالم والكون كله<sup>(28)</sup> .

ويتفق معظم أخصائي الدعاية إلى أن هناك خمس مراحل تمر بها عملية تغيير المواقف وهي: <sup>(29)</sup>

- مرحلة إثارة المشكلة .
  - مرحلة الإعداد لحملة الدعاية.
  - مرحلة الهجوم المباشر.
  - مرحلة إضعاف الخصم.
  - مرحلة تضخيم النتائج .
  - مرحلة الاستفادة وتوظيف النتائج الايجابية لكسب الرأي العام المعادي او تحييده
- وتستعمل الدعاية الاستهواء والإيحاء والإقناع، وتستغل ميل الفرد إلى المسابرة والتقليد، ومن أساليبها التكرار والاستمرار في لفت النظر والتنويع<sup>(30)</sup>.

### المطلب السادس: مفهوم الإشاعة والحرب النفسية

تعد الشائعة من أحد أهم أدوات وأساليب الحرب النفسية، لأنها تستعمل بفاعلية في وقت الحرب، وتتميز بشدة تأثيرها على عواطف الجماهير وبالقدرة الكبيرة على الانتشار؛ فالحرب النفسية في أوقات الحروب تتضمن افتعال أكاذيب ضد العدو وإشاعتها بين أفرادها وصفوفه، سواء في أوقات الأزمات العسكرية أو الاقتصادية أو السياسية على النحو أو النهج الذي يحطم النشاط النفسي ضد الخصم، كما أن الحرب النفسية قد تستخدم الإشاعة من أجل دعم وتوحيد الصفوف ضد العدو، بنشر معلومات تؤكد على ضعف الخصم ولبث الحماس والروح المعنوية بين المقاتلين.

## مفهوم الإشاعة (الشائعة): (31)

في المعجم الوسيط: الشائعة: معلومة منتشرة غير مثبت منها.

الشائعة: معلومة منتشرة غير تثبت فيها.

من الناحية الاصطلاحية فهي: تقرير غامض وغير دقيق أو قصة أو وصف يتم تناقله بين أفراد المجتمع عن طريق الكلمة المنطوقة غالبا وتميل إلى الانتشار في أوقات الأزمات؛ أو هي قصة غير محقق من صدقها ؛ أو عبارة عن معلومة غير مؤكدة (33).

### خصائص الشائعة:

فالشائعة تعتبر أسلوب مؤثر من أساليب الاتصال من أجل تقوية موقف أو دعمه، أو من أجل تكوين قطيعة بين الأفراد الجماعات .

- الشائعة ظاهرة اجتماعية تخاطب الفكر والاتجاه ومجهولة المصدر .
- ترتبط بالأهمية، أي كلما زادت أهميتها زاد اتساعها أو انتشارها .
- تسعى إلي تحقق أهداف وإبعاد معينة، وسريعة الانتشار .

### المطلب السابع: الإعلام بين المفاهيم الخاطئة

#### الدور والمعالجة:

من خلال ما تم سرده يتضح لنا بان الأسلوب الاتصالي هو الطريق واللفظ والمعنى والقدرة على تقديم معلومات وأفكار وآراء وتوجهات، من أجل تحقيق الهدف الاتصالي؛ وإذا كانت هذه المصطلحات: " الإعلام والدعاية والإعلان والإشاعة والحرب النفسية " تقوم على تقديم معلومات وفق معانيها وأهدافها وطرقها، فإنها تندرج تحت مفهوم الأساليب الاتصالية؛ لأن كل مفهوم له غاية وطريقة في الاتصال بالمتلقي المستهدف،

ونستنتج من المفاهيم السابقة أن نظام عمل الإعلان والدعاية والإشاعة غير موازي لنظام عمل الإعلام، فالإعلان يهدف إلي الترويج عن الخدمات والسلع الاستهلاكية، والدعاية تعمل على تغيير الاتجاهات والأفكار، أما الإعلام فهو نشر المعلومات والحقائق وإبلاغ الجمهور بها، وهنا على القائم بالاتصال في العملية الإعلامية إن يعي بما يقوم به وأن لا ينشر إي معلومة مروجة غير صحيحة، لأن بذلك يصبح قد شارك وساهم في نشر وبث الإشاعة، لذلك يجب إن يتيقن إلي صحة مصادر المعلومات خاصة في ظل تعددها.

وعلى هذا الأساس نتطرق إلى توضيح بعض المفاهيم الخاطئة وكثيرة الاستعمال والتي تشوه مفهوم الإعلام من الناحية العلمية والمهنية، وهي:

**التضليل الإعلامي:** إذا كان أصل الإعلام هو الخبر والخبر هو النبأ اليقين فكيف يمكن أن نصطنع مفهوم التضليل الإعلامي، هذا المفهوم غير واقعي وليس له صلة بالإعلام، لان الإعلام هو التبليغ عن الحقيقة وليس التزييف والتضليل، كما يتضح لنا بان الإعلام لا يمكن تلوينه أو تحريف خطابه، فإذا حدث ذلك فإنه ليس إعلام وينفصل تلقائياً عن المهنة الإعلامية.

**الحرب الإعلامية:** من المعروف أن الحرب هي التصارع والتشابك بين الأطراف المتخاصمة، وإذا كان الإعلام هو الإخبار عن هذا العنف والصراع والاشتباك، فإنه لا يوصف على انه أسلوب حربي، بل الصحيح هو أخبار الجمهور بكل موضوعية وحيادية عن ما حدث وهذا ما يمكن أن نطلق عليه أخبار العنف، وليس العنف الإخباري وهو مفهوم أيضاً شائع الاستخدام في بعض البحوث والدراسات العلمية، لان الأخبار لا تتخاصم مع بعضها البعض فهي الصدق في القول.

**الدعاية الإعلامية:** لا يمكن أن ينسجم مفهوم الدعاية مع الإعلام، فالإعلام هو الخطاب الصادق ، أما الدعاية فهي الترويج عن الأفكار والتوجهات، والأصح هو تسمية الأشياء كما هي (الدعاية).

**وسائل الإعلام:** في الحقيقة الإعلام لا يمتلك وسائل خاصة به، بل هي (وسائل اتصال) متمثلة في: (الإذاعة المسموعة والمرئية والجرائد والمجلات وشبكة المعلومات الدولية)، في الواقع ويمكن للإعلام أن يستخدمها أثناء ممارسة مهنته وفق أسلوبه، وهذا ما جعلنا نقف على الخطأ عند بعض الكتاب والمؤلفين والدارسين في حقول الاتصال والإعلام خاصة، كتابة جملة مثل : تقوم وسائل الإعلام بوظيفة إعلانية، والأصح تقوم وسائل الاتصال بوظيفة إعلانية .... الخ.

**ومن خلال ملاحظة الباحثان للعملية الإخبارية يوجد تداخل لمفهوم الدعاية والإشاعة والحرب النفسية من الناحية المهنية مع زمن البث الإعلامي في قالب يطلق عليه النشرات الإخبارية، وهذا غير صحيح ، لذلك يجب أن تختص النشرات الإخبارية بالمهنة الإعلامية فقط أما الأساليب الاتصالية الأخرى يمكن أن تحدد لها برامج خاصة به خاصة في ظل تعدد التوجهات الفكرية للمؤسسات الاتصالية؛ وعلى هذا الأساس يؤدي الإعلام دوراً كبيراً في نقل المعلومة الصحيحة ونشرها ووصف أحداثها للجمهور المتلقي.**

**نتائج البحث:**

- الاتصال هو عملية لتبادل الأفكار والآراء والمعلومات ووجهات النظر.
- الأسلوب هو الطريق والمنهج الناقل والمعبر عن الأفكار والآراء والمعلومات.
- الإعلام هو نشر الحقيقة.
- الإعلان هو الترويج عن سلعة استهلاكية أو خدمية.
- الدعاية هي الترويج عن الأفكار الأيدولوجية.
- الشائعة هي معلومة غير معروفة المصدر.
- لا توجد علاقة مهنية بين الإعلام والإعلان والدعاية والإشاعة والحرب النفسية.
- لا صحة لبعض المصطلحات الواردة في بعض الكتب العلمية وما تناوله بعض القنوات الاتصالية مثل: (التضليل الإعلامي والدعاية الإعلامية والحرب الإعلامية) .

#### التوصيات:

- ضرورة التحري من مضمون الأسلوب الاتصالي المستخدم قبل عرضه في وسائل الاتصال.
- يجب على الأكاديميين تصحيح الإطار العام للمفهوم الأساليب الاتصالية.
- يجب على المهنيين في الحقل الاتصالي فهم ومعرفة الدور المناط بهم وفق التخصص المحدد.
- يجب تفعيل ندوات ومؤتمرات علمية من أجل معالجة إشكالية المصطلح في جميع الأساليب الاتصالية، لان ذلك يؤثر على المهنة وعلى طرق ومناهج البحث العلمي.

#### الهوامش:

1. <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar>.
2. بسام عبد الرحمن المشاقية، نظريات الإعلام، ط1، عمان -الأردن، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص21.
3. للمزيد انظر: صفية خليفة بن مسعود، مفهوم تكنولوجيا الاتصال وانعكاساتها على الجمهور والصحافة، مجلة البحوث الإعلامية، مجلة فصلية محكمة متخصصة تعني بأبحاث ودراسات وسائل الاتصال الجماهيري، العدد40، تصدر عن مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، طرابلس-ليبيا، 2007، ص285؛ وفواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، ط1، الأردن-عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص19.
4. عيسى بوكرموش، إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3، كلية الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، 2012-2013، ص28.
5. محمود فتوح و محمد سعدات، مهارات الاتصال الفعال (ط1)، مكتبة الألوكة، (2016م)، ص7 - 9.
6. عادل صالح وفريدريش أليكسندر، مهارات الاتصال الفعال ط 1، ب ت - ب د، ص 4 - 5.
7. عمادة السنة التحضيرية مهارات الاتصال (ط1)، المملكة العربية السعودية: الجامعة الإلكترونية السعودية، (2012م)، ص7.
8. الجامعة الإلكترونية السعودية، مهارات الاتصال، السعودية: الجامعة الإلكترونية السعودية، (2012)، ص12-14-16-19.
9. [https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar-](https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/) المعاني الجامع /.
10. محمود أدهم، أدب الجاحظ من زاوية صحفية، مصر، المطبعة الفنية الحديثة، 1986، ص198.

11. عمار ميلاد نصر ، منهجية الموضوعية و المصادقية في النص الصحفي، " المؤتمر العلمي الدولي الأول " مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية " ،كلية الإعلام و فنون الاتصال جامعة فاروس بالإسكندرية، مصر ، 2014.
12. لسان العرب ، للعلامة ابن منظور ( ت 711 هـ ) ، دار إحياء التراث العربي - بيروت ، الطبعة الأولى ( 1988 م ) ، ج 9 ، ص 371.
13. محمود محمد سفر ، الإعلام موقف، ط1، السعودية، مطبعة تهامة - ( 1982 م ) ، ص 21.
14. المكتبة الشاملة .. الصحاح في اللغة ..حرف العين ص493.
15. المكتبة الشاملة ، كتب التقاسير، الإصدار الثاني .
16. محمود محمد سفر ، الإعلام موقف، مرجع سبق ذكره، ص 22.
17. سامي نبيان ، الإعلام الحديث في النظرية والتطبيق - مدخل نظري وعملي إلى علم الإعلام ، ط2، بيروت، دار المسيرة للطباعة والنشر ، ( 1987 م ) ، ص 35.
18. طلعت همام ، مائة سؤال عن الإعلام ، ، موسوعة الإعلام والصحافة ، ط2، بيروت، مؤسسة الرسالة - عمان، ودار الفرقان ، 1985، ص 7.
19. محمد سالم المنفي، تحليل الإعلامي في ضوء المنهج الاجتماعي الإدراكي، مجلة البحوث الإعلامية ، فصلية محكمة تصدر عن مركز البحوث والتوثيق و المعلومات العدد46، المطبعة الخضراء ، طرابلس- ليبيا، (2009)ص18/ عمار ميلاد نصر، منهجية الخطاب الصحفي في وسائل الإعلام، مجلة المؤتمر الدولي الرابع للغة العربية ب (دبي) (ندوة الإعلام و اللغة العربية)، الإمارات العربية المتحدة،(2015) ص666.
20. مرزوق عبدالحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية "دراسة في الاستخدامات والاشباكات"، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص150.
21. المرجع السابق، ص 150.
22. المرجع السابق، ص 150.
23. عمرو محمد سامي عبدالكريم، فن الدعاية والإعلان رؤية فنية معاصر، " رسالة ماجستير منشورة" القاهرة ، منشورات جامعة حلوان - كلية الفنون الجميلة، قسم الجرافيك، 1999، ص20.
24. مرزوق عبدالحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية، مرجع سبق ذكره، ص 161.
25. رفيف سكري، دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية، ط1، طرابلس - لبنان، مكتبة مؤمن قريش، 1991، ص 76.
26. المرجع السابق، ص 76.
27. المرجع السابق، ص 78.
28. فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، ط1،(عمان ، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011)، ص209.
29. رفيف سكري، مرجع سبق ذكره، ص79.
30. المرجع السابق، ص79-80.
31. حسام الدين مصطفى، الشائعات والرسائل المتسلسلة "البناء واستراتيجيات التصدي" مجلة دراسات إعلامية، العدد الثاني، الخرطوم، مجلة نصف سنوية علمية ثقافية محكمة، تصدر عن كلية الإعلام جامعة إفريقيا العالمية، 2017، ص3.
32. رضا عيد حمودة أكحيل، الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية، وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير منشورة، قسم الإعلام ، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2015، ص 22- 23.

## واقع استخدام تحليل الخطاب في الرسائل العلمية الإعلامية المجازة في ليبيا

### خلال ربع قرن

(دراسة مسحية)

د. خالد أبو القاسم غلام .. جامعة طرابلس / كلية الفنون والإعلام  
أ.أحمد الطيف الكردي .. الجامعة الأسمرية الإسلامية

#### الملخص

تبحث هذه الدراسة في مدى استخدام منهج تحليل الخطاب في الرسائل العلمية المجازة في ليبيا خلال ربع قرن، من عام 1994 وحتى العام 2019؟. وللإجابة على هذا السؤال، قام الباحثان بمسح المكتبة الإعلامية في كافة أقسام الإعلام بالجامعات والأكاديميات الليبية وحصر رسائل الماجستير والدكتوراه التي نوقشت وأجيزت في ليبيا خلال فترة الدراسة، والبالغ عددها 242 رسالة علمية.

وتوصلت الدراسة إلى أن معظم الباحثين بهذه الدراسات قد استخدموا المنهج وأدوات التحليلي الكمي، وذلك باستخدام أداة تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان، بينما اختفت الدراسات الكيفية، والذي يعد منهج تحليل الخطاب أبرز أدواتها، رغم أهمية استخدامه في البحوث الإعلامية، وخاصة في تحليل النصوص الإعلامية، من منظور اللغة واستخداماتها، وبالسياقات الاجتماعية والثقافية والسياسية المحيطة بالخطاب الإعلامي.

كما قدمت هذه الدراسة نماذج تطبيقية لآليات وأدوات استخدام تحليل الخطاب الإعلامي، موضحة الاشكاليات التي تواجه هذا الأسلوب بسبب غموض مفهومه، أدواته، أساليبه، واستخداماته، وكذلك تداخل طبيعته مع العلوم الإنسانية الأخرى مثل السياسة والآداب والاجتماع.

**الكلمات المفتاحية:** تحليل الخطاب، تحليل المضمون، الرسائل العلمية.

#### المقدمة

تحتوي المكتبة الإعلامية في ليبيا على العديد من البحوث والدراسات والرسائل العلمية، التي تتناول قضايا وموضوعات ومضامين في مجالات مختلفة بإشراف ومتابعة وتقييم أساتذة متخصصين بأقسام الإعلام في مؤسسات التعليم العالي، وعلى الرغم من أهمية هذا الجهد ودوره في تقديم مخرجات أكاديمية متميزة في هذا المجال، الذي استخدمت فيه مناهج وأدوات وأساليب علمية متنوعة ساهمت في إنتاج بحوث ودراسات علمية عديدة، إلا أنه بات من الضروري الإطلاع والتركيز على المناهج والأدوات والأساليب العلمية الأخرى المستخدمة في الدراسات والبحوث العلمية الإعلامية العربية والعالمية.

فمنذ إجازة أول رسالة علمية ليبية في مجال الإعلام بمؤسسات التعليم العالي عام 1994 بجامعة بنغازي، لم تعرف الدراسات الإعلامية في معظمها سوى التحليل الكمي لمضمون الرسالة الإعلامية أو الميداني الخاص بالقائم بالاتصال أو الجمهور، والذي يعد في حد ذاته أهمية في دراسة البحوث الإعلامية. فتحليل المضمون هو وسيلة مناسبة لمساعدة الباحثين في مجال الإعلام في تحديد أنماط وتكرارات الوحدات الموجودة في اللغة المستخدمة بمضامين ووسائل الإعلام المختلفة، وكما يؤكد داكون وآخرون، إذا كان أحد يريد إنشاء أنماط من التمثيل والتكرار في محتوى الوسائط الإعلامية خلال فترة زمنية محددة - عدة أشهر، على سبيل المثال، أو حتى سنوات - تحليل المحتوى يوفر لك منهجية فعل هذا. يحدد الإجراء لإيجاد ما هو ثابت نسبياً وما قد يتغير بمرور الوقت. (ديكون وآخرون. Deacon et al.، 132-133: 1999)<sup>1</sup>. ويستخدم بريلسون مصطلح تحليل المضمون لتحديد الوصف الكمي لمحتوى الرسالة الإعلامية. (بريلسون Berelson، 1952: 18)<sup>2</sup>.

ومع ذلك، كما يقول داكون وآخرون أن تحليل المضمون كقاعدة ليس وسيلة مناسبة تماماً لدراسة عميقة حول تفسير الأشكال الإعلامية النصية والخطابية، وإنما ليست قادرة على استعادة جمالية أو الفروق الدقيقة في النصوص الإعلامية. (ديكون وآخرون، 1999: 117)<sup>3</sup>. بحسب بريلسون، "يستمر تحليل المحتوى من حيث ما يقال، وليس من حيث السبب" (بريلسون Berelson، 1952: 16)<sup>4</sup>. وبناءً على ذلك، يمكن القول بأن تحليل المضمون يمكن أن يصف بعض المضامين الإعلامية، لكنه لا يستطيع استعادة شرح المعاني، أو الممارسة المحيطة بالنص أو الخطاب الإعلامي. ووفقاً لمايرينج Mayring فإن "التحليل الكيفي للمحتوى يقوم على الفحص الدقيق لمصادر المادة المزمع تحليلها، وعلى الملاحظة الصريحة والفهم الذاتي للذين يقومون بالتحليل، مع الاهتمام أيضاً بوجهات نظر الآخرين. (شومان، 2004)<sup>5</sup>، وبذلك فإن تحليل المضمون هو مجرد نقطة البداية في تحديد فئات تحليل محتوى الرسالة الإعلامية، وأن هناك حاجة إلى طرح أنواع أخرى من الأساليب والمناهج الإعلامية التي تساهم في تفسير المضامين الإعلامية بطرق مختلفة لفهم أبعاد من "ما يقال" إلى "لماذا يقال" و من هنا نجد أن تحليل الخطاب هو المنهج الأكثر ملاءمة.

وبالتالي بات من الضروري دراسة هذا الواقع الذي أهمل مناهج وأساليب أخرى لا تقل أهمية عن تحليل المضمون، وهذا ما دفع الباحثان لإجراء مسح شامل للمكتبة الإعلامية في ليبيا وحصر كل الرسائل العلمية المجازة الماجستير والدكتوراه بأقسام الإعلام بالكليات والأكاديميات الليبية (كلية الآداب بجامعة بنغازي، كلية الفنون والإعلام بجامعة طرابلس، كلية الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة، الأكاديمية الليبية بطرابلس وفروعها في كل من بنغازي ومصراتة)، وذلك للاطلاع على مدى استخدام وتوظيف منهج تحليل الخطاب في هذه



الرسائل، مع التأكيد على أهمية الاستفادة من استخدامه والاستعانة بأدواته وأساليبه، لإكساب الباحثين مهارات بحثية بطرق وأساليب علمية باتت أكثر شيوعاً في الدول المتقدمة.

### مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة هذه الدراسة من خلال فرضية تركيز مناهج وأدوات التحليل الكمي على رسائل الماجستير والدكتوراه في مجال الإعلام بشقيه التحليلي والميداني، والتي أجزت في أقسام الإعلام بمؤسسات التعليم العالي في ليبيا خلال الفترة الممتدة من 1994 إلى 2019، ومن خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحثان، لوحظ ندرة الرسائل العلمية التي استخدمت منهج تحليل الخطاب، مما دفعهما لإجراء هذه الدراسة وطرح التساؤل التالي:

ما مدى استخدام تحليل الخطاب في الرسائل العلمية المجازة بأقسام الإعلام بالجامعات والأكاديميات

الليبية؟

### أهمية الدراسة

تستمد أهمية هذه الدراسة في مسح المكتبة الإعلامية الليبية وحصص الرسائل العلمية المجازة، التي نوقشت خلال الربع قرن الماضي في مؤسسات التعليم العالي، مع إبراز المناهج العلمية الأكثر استخداماً في هذه الرسائل العلمية، وكذلك حداثة موضوع استخدام تحليل الخطاب في البحوث والدراسات الإعلامية، والذي يعد التعرف عليه وعلى أنواعه واستخداماته في حد ذاته أهمية وضرورة لدى الباحثين في المجال الإعلامي، حيث يعتبر تحليل الخطاب مصدراً مهماً في دراسات البحوث الإعلامية، والتي تمكّن الباحث من التعرف على أهم الأساليب والأدوات اللغوية المستخدمة في وسائل الإعلام عامة ووسائل الإعلام الليبية على وجه الخصوص.

### أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تحديد حجم ونوع ومناهج الرسائل العلمية المجازة والتي نوقشت في أقسام الإعلام بليبيا.
- رصد مدى استخدام تحليل الخطاب في البحوث والدراسات الإعلامية الليبية.
- التعرف على مفهوم تحليل الخطاب وأنواعه واستخداماته .
- الكشف عن بعض الإشكاليات التي تواجه تحليل الخطاب في البحوث والدراسات.

### تساؤلات الدراسة:

أنبثق عن التساؤل الرئيسي للدراسة عدة تساؤلات فرعية وهي على النحو التالي:

- ما حجم الرسائل العلمية المجازة و التي نوقشت بأقسام الإعلام في ليبيا؟

- ما مفهوم تحليل الخطاب وأنواعه واستخداماته ؟
- ما هي الإشكاليات التي تواجه تحليل الخطاب في البحوث العلمية؟
- ما درجة اهتمام أقسام الإعلام محل الدراسة بدراسات تحليل الخطاب؟

#### - 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 وإصدار تعميمات بشأنها، وفي إطار ذلك استخدم الباحثان المنهج المسحي باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الرسائل العلمية الماجستير والدكتوراه محل الدراسة، التي نوقشت وأجيزت خلال ربع قرن، أي خلال الفترة من 1994 إلى 2019 حسب ما هو موثق بأقسام الإعلام بالكلية والأكاديميات الليبية، والبالغ عددهم: (236 رسالة ماجستير) و (6 أطروحات دكتوراه).

#### مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في الرسائل العلمية التي نوقشت وأجيزت خلال ربع قرن في الفترة من 1994 إلى 2019 بأقسام الإعلام بالكلية والأكاديمية الليبية، وهي جامعة بنغازي، جامعة طرابلس، جامعة الزيتونة الأكاديمية الليبية - فرع طرابلس، فرع بنغازي، فرع مصراته، وقد بلغ عدد الرسائل العلمية (236 رسالة ماجستير) و (6 أطروحات دكتوراه).

#### تحليل الخطاب

تحليل الخطاب هو جزء رئيسي من مجموعة الأدوات المستخدمة في تحليل وتفسير اللغة، بما في ذلك تحليل مفاهيم وأشكال النصوص الإعلامية، لتفسير وشرح المعاني والدلالات التي شكلت ذلك الخطاب الإعلامي، وفقاً للسياقات المحيطة به، كما يراه Taylor تايلور فهو "يحلل اللغة ضمن هياكل أكبر، ويستكشف الآثار المترتبة على الكلمات والأشكال النحوية التي استخدمت في سياقات محددة" (Taylor 2001b: 316).<sup>6</sup>

ورغم ذلك، من الصعب إعطاء تعريف واحد لتحليل الخطاب كأسلوب يستخدم في البحث العلمي، كما يلاحظ فيركلف Fairclough أن تحليل الخطاب هو مفهوم صعب، لأنه يوجد إلى حد كبير الكثير من التعريفات المتعارضة والمتداخلة الناتجة عن نظريات ومجالات مختلفة (Fairclough 1992).<sup>7</sup> عموماً،

ومع ذلك، تحليل الخطاب يفحص استخدام اللغة. وكما يراه ويدزل Wetherell وآخرون "من الأفضل وصف تحليل الخطاب على أنه دراسة الحديث والنصوص. إنها مجموعة من الأساليب والنظريات المستخدمة في دراسة اللغة المستخدمة واللغة الاجتماعية السياق" (Wetherell et al. 2001).<sup>8</sup> ومع ذلك، هناك عدد من مختلف النهج النظرية وأشكال تحليل الخطاب، من بينها المحادثة، تحليل اللغويات النقدية وخطاب ما بعد البنوية، تحليل الصورة، التحليل السيميولوجي، وتحليل الخطاب النقدي (Gulam 2010).<sup>9</sup>

وكما يجادل وداك Wodak وماير Meyer، بأن تحليل الخطاب يعتمد بشدة على الفئات اللغوية مثل الشخصيات الفاعلة، الوضع، الوقت، التوتر، الجدول. ورغم ذلك لا يمكن إعطاء قائمة نهائية من الأدوات والأساليب اللغوية ذات الصلة بتحليل الخطاب النقدي، لأن اختيارها يعتمد بشكل أساسي على النصوص التي يشتمل عليها الخطاب. (Wodak & Meyer 2001: 25).<sup>10</sup> تايلور، على سبيل المثال، يقدم أربعة أساليب مختلفة لتحليل الخطاب النقدي. الاستخدام الأول، وفقاً لتايلور، يركز على "الاختلاف والعيوب في اللغة كأداة للتعبير، حيث يضيف: "محللو الخطاب يدرسون اللغة المستخدمة لاكتشافها كيف يتغير ويتصل هذا الاختلاف بحالات وبيئات اجتماعية مختلفة أو مستخدمين مختلفين. "في المقابل، الاستخدام الثاني يركز على نشاط استخدام اللغة، وليس اللغة نفسها". بينما الخيار الثالث يبحث فيه مستخدمو تحليل الخطاب عن أنماط في اللغة مرتبطة بموضوع خاص أو نشاط، مثل عائلة المصطلحات والمعاني الخاصة من حوله، والنهج الرابع المحتمل هو البحث عن أنماط في سياقات أكبر بكثير، مثل تلك المشار إليها باسم "المجتمع" أو "الثقافة" (Taylor 2001a: 7).<sup>11</sup>

كل الأساليب المذكورة أعلاه ترتبط بتحليل اللغة واستخداماتها في سياقاتها الاجتماعية والثقافية والسياسية الذي تحدث فيه، ويمكن استخدامها كأدوات وأساليب لتحليل النصوص المكتوبة والمنطوقة ذات صلة بالخطاب الإعلامي مثل الشخصيات الفاعلة، والوضع السياسي القائم، كما تقول تمرز بأن تحليل الخطاب الإعلامي "كغيره من الخطابات، مؤسسة لسانية ذات بعد تواصلية غايته التأثير في المتلقي، وتوجيه للرأي العام عبر مجموعة من التقنيات المعتمدة من حقول فنية ومعرفية أخرى، كالبلاغة والأدب والسياسة" (تمرز، 2017).<sup>12</sup>

والنموذج التالي يوضح بعض الأساليب والأدوات التي يستخدمها الإعلام ومنتجي الخطاب الإعلامي في طرح أفكارهم وتعقيبه على حدث معين، فعند الكتابة أو الحديث يتجه الصحفيون ومنتجو الخطاب الإعلامي إلى استخدام عبارات أو صور قد لا يدركها القارئ أو المشاهد أو المستمع، والتي من شأنها أن تجعله يبني اعتقاداً معيناً اتجاه بعض القضايا الجدلية في المجتمع. كل المؤسسات الإعلامية تتبنى خطاباً يهدف لقضايا

محددة أو الترويج لفئات معينة من المجتمع. (الثلب و غلام، 2019)<sup>13</sup>، وفي هذا الشأن، يقول محمد يطاوي (2019)<sup>14</sup> أن الخطاب الإعلامي يسعى لاستدراج القراء لبناء تصور ذهني اتجاه حدث معين وفق ما يعده مسبقاً فريق التحرير العامل في هذه المؤسسة الإعلامية. وهذا التمثيل الذهني تنتجه المؤسسة الإعلامية باستخدام أدوات لغوية تجعل القارئ في بعض الأحيان غير مدرك لها. ومثل هذه الأدوات والأساليب اللغوية المستخدمة بوسائل الإعلام وكذلك منتجي الخطاب الإعلامي: (التعتيم والتلمص، وطريقة تقديم الشخصيات الفاعلة في المجتمع، وتحليل الصورة، ومسار البرهنة)، وغيرها من الأدوات الأخرى. وفيما يلي عرض بعض النماذج التطبيقية التي توضح آلية استخدام هذه الأساليب والأدوات في تحليل الخطاب الإعلامي:



#### أولاً: التعتيم Concealment

التعتيم هو أحد الاستراتيجيات اللغوية المستخدمة في التحليل النقدي للخطاب، ويتضمن كل من التحويل للصيغة الاسمية (Nominalization) والافتراض المسبق (Presupposition)، وهذه الأدوات عبارة عن استراتيجيات تترك النص وتجعل معانيه غامضة وتشكل لبساً في استيعابه. وتلجأ المؤسسات الإعلامية لاستخدام هذه الاستراتيجية للتشويش على القارئ وحجب الفاعل الرئيس في الحدث. بمعنى آخر، جعل النص غامضاً من حيث إدراك الفاعلين الأساسيين في حدث معين حتى لا يتسنى للقراء وضع اللوم على فئة أو حزب أو جماعة معينة من المشاركين في الحدث الذي يمكن أن يكون حادثاً أو اعتصاماً أو سطواً أو عملية قتل أو غيرها من الحوادث التي تتناولها وسائل الإعلام.

## ثانياً: التملص Evading

الشائع بين الناس أنه "يجب" على وسائل الإعلام أن يكون لها التزام أخلاقي تجاه القضايا الساخنة وأن يكون خطابها متزن بعيداً عن التحيز، ولكن، وفي الواقع، تجد عباراتهم تجزم بفكرة أو موضوع أو ربما تخدم أو تروج لطرف معين دون غيره. وعندما تريد الوسائل الإعلامية أن تقف مع طرف فتحاول جاهدةً أن تمرر توجهاتها ومصالحها بشكل موضوعي حتى لا ينتبه المتلقي لها، وفي نفس الوقت تُجنب الصحفي المسؤولية وتجعله يبعث الرسالة التي يريد استخدامها بأدوات لغوية تجعل الرسالة تصل للجماهير بدون أن تضعه في موضع المسؤولية أو تعطي انطباعاً أن الصحفي أو المؤسسة روجت للفكرة أو قدمت تقييماً إيجابياً لها.

يستخدم الإعلام في هذا استراتيجية تعرف بالموقفية (modality)، ولها تراجم أخرى مثل المشروطية والكيفية والصيغية. وفي هذا البحث، نعرض منها على أداة تعرف بالتملص (Evading) وهي تشمل التحوط (Hedging) والإخفاء (Suppression). فالتملص حسب فرايدمن (Friedman 2017)<sup>15</sup> هو ألا يأخذ المتحدث موقف ثابت تجاه قضية أو حدث جدلي. وحسب تعريف معجم ماريم-وبستر Merriam-Webster (2016)<sup>16</sup> فالتملص هو إفادة أو عمل يتجنب التعامل مع شيء ما مثل حدث سياسي أو غيره، فقط يعرج ضمناً اتجاه قضية ما بطريقة غير مباشرة.

## ثالثاً: تقديم الشخصيات الفاعلة Representation of social actors

هناك عدة أساليب تتبناها وسائل الإعلام لتقديم الشخصيات الفاعلة أو العامة في المجتمع، وكذلك المؤسسات والدول والمنظمات التي تقوم بأعمال أو تتبنى سياسات وتوجهات معينة، وكل منها تحمل في طياتها أهداف معينة. لا ننسى في البداية أننا نتعامل مع مفردات لغوية يتم توظيفها لتقديم هذه الشخصيات التي تعبر عن هويتهم أو وظيفتهم. حسب منهج تحليل الخطاب النقدي فإن الأشخاص المشاركين في الخبر الذي تقدمه وسيلة إعلامية معينة يسمّوا بـ "الفاعلين أو الممثلين الاجتماعيين" أو "المشاركين" في الحدث، بمعنى الأشخاص العاملين في المجتمع والذين يخصهم الخبر أو لهم علاقة به أو مشاركين فيه بشكل فعال. حيث يقوم تحليل الخطاب النقدي بتبين لماذا تقوم وسائل الإعلام بتسمية هؤلاء الأشخاص بهذه التسميات وليست غيرها، وتسمي هذه بـ "استراتيجيات التمثيل أو التقديم" (Fowler 1991 & Van Dijk 1993 &

Failrclough (2003).<sup>17,18,19</sup> توجد في كل اللغات أساليب محايدة في تقديم شخص ما أو الشخصيات العامة العاملة في المجتمع. ولكن عندما تقرر وسيلة إعلامية أن تختار طريقة معينة لتسمية شخص حتى يخدم أهدافها لجذب الانتباه حول أوجه معينة من هذه التسمية، لا يتسنى لتحليل الخطاب النقدي إلا ربط هذه التسمية أو التقديم بخطاب ما تنتهجه المؤسسة الإعلامية (Machin & Mayr, 2012).<sup>20</sup> عادة هذه التسميات تعطي قوة ونفوذ أو تسلب قوة أو نفوذ فتبين أن كلام المتحدث نوعاً ما ضعيف. ومن هذه التقديمات نعرج في هذه المقالة على ثلاثة أدوات وهي العمم (Impersonalisation) والشمل الجماعي (Collectivization) والتجميع (Aggregation).

مثال: آليات تحليل الخطاب الإعلامي للصحف الليبية - دراسة تحليلية على صحيفتي الصباح وليبيا الإخبارية-حمزة الثلب وخالد غلام دراسة غير منشورة (2019).

ناقشت الدراسة الأدوات اللغوية المستخدمة بالأخبار التي تتناول الأحداث الليبية السياسية الجارية، وذلك بالتطبيق على كافة المواد التحريرية الإخبارية التي نشرتها أعداد مختلفة من صحيفتي الصباح وليبيا الإخبارية الليبيتين خلال الفترة من أول أبريل وحتى سبتمبر 2019، والبالغ عددها 24 عدداً، بمعدل عددين من كل شهر.

وتجادل الدراسة بأن صحيفتي العينة استخدمتا العديد من الأدوات اللغوية التي تأتي تحت مسمى التحليل النقدي للخطاب، مثل التعميم (Concealment) والتلمص (Evading) وطريقة تقديم الشخصيات الفاعلة في المجتمع (Representation of Social Actors)، وغيرها من الأدوات الأخرى، أثناء تغطيتها لهذه الأحداث بصياغات وأهداف وممارسات اجتماعية وعوامل سياسية وسياقية مختلفة مصاحبة للنص الإخباري، والتي من شأنها أن توجه رأي القارئ نحو قضايا ما، بما يتوافق مع النهج الكتابي الممارس من قبل هيئة تحرير الصحفتين. (حمزة الثلب وخالد غلام، 2019)<sup>21</sup>

#### رابعاً: تحليل مسار البرهنة

تستهدف هذه النظرية تحديد الدلائل التي يستشهد بها المنتج للخطاب أو الصحفي للتدليل على صدق ما يقوله من أفكار محاولاً إقناع الجمهور بها تجاه القضايا التي يطرحها ويدافع عنها أو ما شابه ذلك. (باسمة عيسى 2010)<sup>22</sup>، وكما تقول سهير تراز، أن مسار البرهنة "يقدم في تحليل الخطابات الإعلامية دعماً وإثراء للبحث العلمي، ويعالج أحد جوانب الصور الخاصة بتحليل المضمون في مساحة التفرقة بين التحليل الكمي

والكيفي، حيث يقوم الباحث بحصر شامل لمختلف الأطروحات عبر طرق تقديمها المختلفة من قبل منجها والمتعلقة بالمواقف والقضايا التي يطرحها البحث داخل حيز القضية." (تمراز، 2017)<sup>23</sup>

**مثال: الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية للباحثة، رجاء أبو مزيد.**

ناقشت الباحثة الحجج والبراهين التي ساقها القائمون بالاتصال في صحيفتي الحياة الجديدة وفلسطين، في تناول أطروحاتهم حول قضية المصالحة الفلسطينية، وقد استعانت الباحثة في دراستها بأداة مسار البرهنة كأداة تحليل للخطاب، وكانت مسارات البرهنة المستخدمة الدراسة، الاستشهاد بأدلة ووقائع وشواهد، وكذلك عرض وجهة نظر واحدة وعرض وجهتي نظر فتح وحماس. (تمراز، 2017)<sup>24</sup>

#### **خامساً: تحليل الصورة**

يقصد بتحليل الصورة الوصف الدقيق الشامل للمادة المرئية المتضمنة في الخطاب المراد تحليله، وما تعبر عنه من معان صريحة ودلالات كامنة يمكن الاستدلال عليها وإذا كانت الصورة ذاتها تشكل أحد العوامل ضمن الخطاب، فإن هناك عناصر مرتبطة بها مثل: اللون، والضوء، والحركة، وأسلوب توظيف الصورة في الخطاب، ودلالات توظيفها، ودورها المحتمل في التأثير على المتلقي. وللصورة أبعادها في العمق والتفاعل بين مكوناتها المختلفة، وكذلك التفاعل بين مكوناتها المختلفة ومكونات الموضوع، وفي المجال الصحفي يمتد نطاق تحليل الصورة ليشمل الرسومات التوضيحية والكاريكاتور والصورة الشخصية. (تمراز، 2017)<sup>25</sup> وكما هو في الخطب السياسية كما يجادل بر Barr، مع التواصل الجماهيري، "لقد تطور التبادل بين السياسي الحديث ومواطنه بشكل أساسي على الاعتماد على التواصل المرئي كوسيلة للكشف عن نفسه للجمهور." (Barr 2007)<sup>26</sup>، يلفت فان دايك الانتباه إلى الحاجة إلى تحليل مثل هذا الكلام غير اللفظي: "علينا ألا ننسى أن الخطاب غالباً ما يكون مضمناً تلك التفاعلات غير اللفظية" (Van Dijk، 192: 1998)<sup>27</sup>.

**مثال: التحدث إلى الصحراء: الخطاب، السلطة، والجغرافيا السياسية الليبية 1969-2009. أطروحة غير منشورة، دكتوراه، جامعة كارديف (خالد غلام، 2010)<sup>28</sup>**

يدرس الباحث في هذه الدراسة العلاقة بين الرموز الشفهية والمرئية في الخطاب الجيوسياسي الليبي خلال فترة الدراسة 1969-2009، مثل اختيار معمر القذافي لباس أو صور أو ملصقات خلال لقاءاته بالسياسيين من مختلف دول العالم، وغيرها من الأماكن الرسمية والعامة في ليبيا، والتي قد تعكس وجهات نظر ودلالات ورموز سياسية معينة مهمة قد تلعب دوراً في تعزيز هذا الخطاب، وكذلك أي تغييرات جيوسياسية يحتويها الخطاب.

ومما سبق يتبين لنا أن استخدام هذه الأدوات والأساليب اللغوية ضمن منهج تحليل الخطاب له أهمية في الدراسات والبحوث الإعلامية، إلا إن استخداماته على ما يبدو نادرة جداً في الدراسات الإعلامية الليبية، وربما يفسر ذلك هيمنة التحليل الكمي على هذه الدراسات، كما يوضح محور التحليل والمناقشة التالي:

### عرض البيانات وتحليلها:

أولاً/ التوزيع الكمي للرسائل العلمية بأقسام الإعلام محل الدراسة:

الجدول رقم (1)

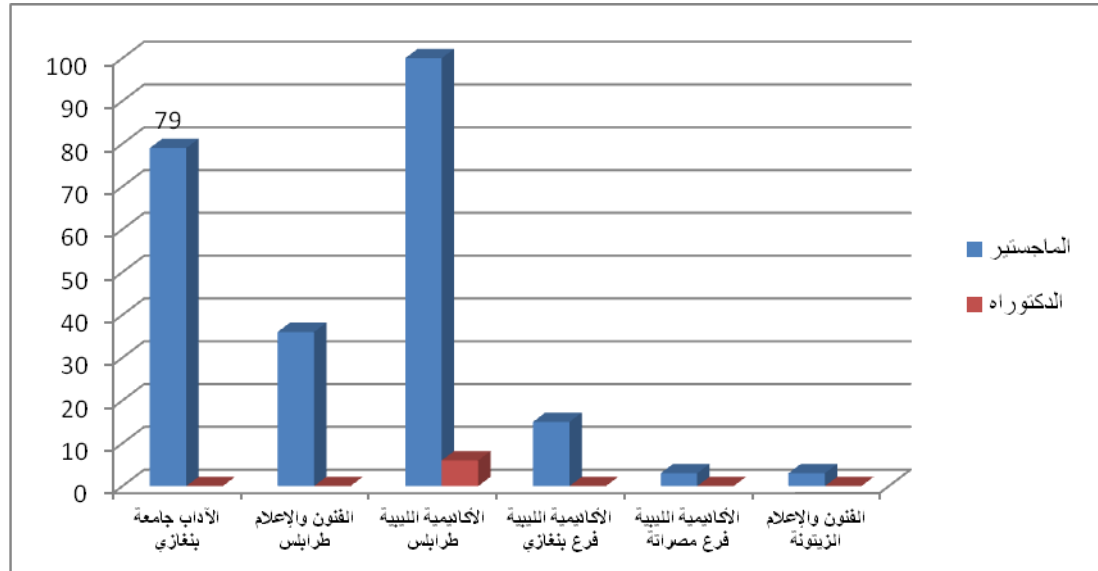
النسبة	المجموع	الدكتوراه	الماجستير	الكلية
32.6	79	-	79	الأدب ( جامعة بنغازي )
14.9	36	-	36	الفنون والإعلام ( جامعة طرابلس )
43.9	106	6	100	الأكاديمية الليبية ( طرابلس )
6.2	15	-	15	الأكاديمية الليبية ( فرع بنغازي )
1.2	3	-	3	الأكاديمية الليبية ( فرع مصراتة )
1.2	3	-	3	الفنون والإعلام ( جامعة الزيتونة )
%100	242	06	236	المجموع

الجدول رقم (1) يتعلق بالتوزيع الكمي للرسائل العلمية المجازة بأقسام الإعلام في مؤسسات التعليم العالي، و يوضح لنا تفوق قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية طرابلس، بعدد الرسائل العلمية المجازة، حيث جاء في المرتبة الأولى بتكرار بلغ 106 رسالة علمية، وسجل قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة بنغازي المرتبة الثانية، وبتكرار 79 رسالة، فيما انخفض عدد الرسائل العلمية في قسم الإعلام بكلية الفنون والإعلام وسجل 36 تكرار، وتراجع عدد الرسائل العلمية في الأكاديمية الليبية فرع بنغازي وسجلت 15 تكراراً، وكما هو متوقع فقد جاءت عدد الرسائل بالأكاديمية الليبية فرع مصراتة وقسم الإعلام بجامعة الزيتونة متدنية بعدد 3 رسائل لكل منهما بسبب أنهما تأسسا حديثاً.



الشكل رقم (1)

يبين التوزيع الكمي للرسائل العلمية بأقسام الإعلام محل الدراسة



ثانيا / نوع الدراسة:

الجدول رقم (2)

يبين نوع الرسائل العلمية المنجزة بأقسام الإعلام بالكليات والأكاديميات محل الدراسة

الإجمالي	الفنون والإعلام		الأكاديمية الليبية		الأكاديمية الليبية		الأكاديمية الليبية		الفنون والإعلام		الأداب جامعة (بنغازي)		الكلية / نوع الدراسة	
	جامعة (الزيتونة)	جامعة (الزيتونة)	جامعة (الزيتونة)	جامعة (الزيتونة)	جامعة (الزيتونة)	جامعة (الزيتونة)	جامعة (الزيتونة)	جامعة (الزيتونة)	جامعة (الزيتونة)	جامعة (الزيتونة)	جامعة (الزيتونة)			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
20.2	49	-	0	66.6	2	13.3	2	18.9	20	16.7	6	24	19	تحليلية
39.7	96	100	3	-	-	73.5	11	22.7	24	27.8	10	60.7	48	ميدانية
36.5	88	-	-	33.4	1	6.6	1	53.8	57	55.5	20	11	9	تحليلية ميدانية
2	5	-	-	-	-	-	-	2.8	3	-	-	2.5	2	تطبيقية
0.4	1	-	-	-	-	-	-	0.9	1	-	-	-	-	تحليل الخطاب
0.4	1	-	-	-	-	-	-	0.9	1	-	-	-	-	تاريخية تحليلية
0.8	2	-	-	-	-	6.6	1	-	-	-	-	1.2	1	وصفية تجريبية
100	242	100	3	100	3	100	15	100	106	100	36	100	79	المجموع

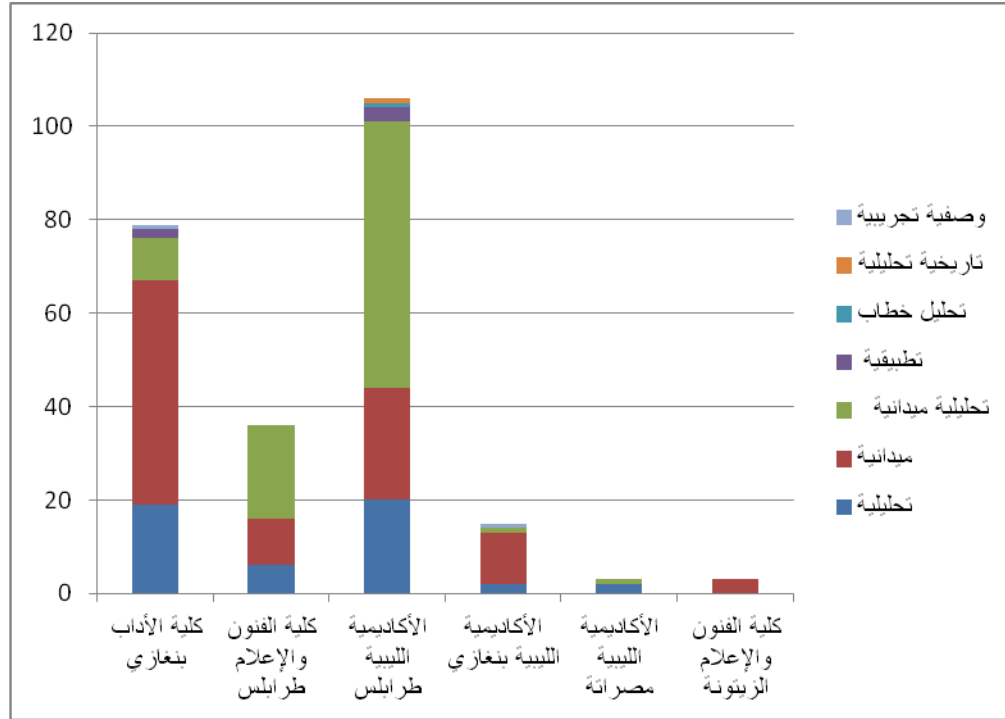
تشير نتائج الجدول رقم (2) إلى أن نوع الرسائل العلمية الميدانية، جاء أولاً في أقسام الإعلام بمؤسسات التعليم العالي، وبنسبة بلغت 39.7%، يلي ذلك دراسات تحليلية ميدانية بنسبة 36.7%، ثم بعد

ذلك الدراسات التحليلية بنسبة 20.2%، فيما سجلت باقي الفئات نسب متدنية جداً ومقاربة مما يدل على إهمال هذه الأنواع من الدراسات في مؤسسات التعليم العالي داخل ليبيا.

وبالنظر إلى نتائج كل كلية على حده نلاحظ أن أكثر من نصف الرسائل العلمية بقسم الإعلام بكلية الآداب بنغازي جاء نوعها ميدانية وبنسبة بلغت 66.7%، وربما السبب في ذلك إلى أن أغلب رسائل الماجستير بالقسم كانت في العلاقات العامة والتي بطبيعتها يكون نوعها دراسات ميدانية، يليها الدراسات التحليلية بنسبة 24% ثم الدراسات تحليلية ميدانية بنسبة 11%، فيما سجلت فئتي تطبيقية ووصفية تجريبية نسب مقاربة ومتدنية، وباقي الفئات جاءت النتائج صفرية. أما في قسم الإعلام بكلية الفنون والإعلام بجامعة طرابلس فقد جاء نوع الدراسة أكثر من النصف دراسات تحليلية ميدانية وبنسبة بلغت 55.5%، يلي ذلك الدراسات الميدانية بنسبة 27.8%، ثم الدراسات التحليلية بنسبة 16.7%، أما باقي الفئات فقد سجلت نسب صفرية، وفي بيانات الأكاديمية الليبية بطرابلس نلاحظ أن نوع الدراسات جاء فيها على النحو التالي: التحليلية الميدانية أولاً بنسبة بلغت 53.8% وفي المرتبة الثانية الميدانية بنسبة بلغت 22.7%، وثالثاً الدراسات التحليلية بنسبة مقدارها 18.9%، وباقي الفئات جاءت بنسب مقاربة ومتدنية باستثناء فئة الوصفية التجريبية سجلت نسبة صفرية، وبالنسبة للأكاديمية الليبية فرع بنغازي فقد أظهرت النتائج أن أغلب الدراسات فيها ميدانية بنسبة بلغت 73.5% مما يدل على تركيز إدارة القسم بهذا النوع من الدراسات، يليها الدراسات التحليلية بنسبة منخفضة مقدارها 13.3%، ثم فئتي تحليلية ميدانية ووصفية تجريبية سجلتا نسباً متدنية، أما باقي الفئات ظهرت نتائجها صفرية، وفي الأكاديمية الليبية فرع مصراتة فقد أنجزت فيها ثلاث رسائل فقط اثنان منها دراسات تحليلية وواحدة فقط دراسة تحليلية ميدانية، وأخيراً كلية الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة فقد جاءت فيها كل الرسائل ميدانية في العلاقات العامة.

## الشكل رقم (2)

يبين نوع الرسائل العلمية المنجزة بأقسام الإعلام بالكليات والأكاديميات محل الدراسة



ومما تقدم يمكن القول إن مناهج وأدوات التحليل الكمي هيمنت على الدراسات الإعلامية، والبالغ عددها 242 رسالة ماجستير ودكتوراه خلال فترة الدراسة، باستثناء دراسة واحدة فقط استخدمت فيها مناهج وأدوات التحليل الكيفي لدراسة وتحليل الخطابات والنصوص الإعلامية، وهي دراسة باسمه أمين عيسى الموسومة: **الخطاب الإعلامي لأمين عام حزب الله اللبناني دراسة تحليلية للخطاب أثناء العدوان الإسرائيلي على لبنان عام 2006- باسمه أمين عيسى (2010)**

حيث استهدفت الدراسة رصد وتحليل خطب الأمين العام لحزب الله اللبناني، السيد حسن نصرالله أثناء العدوان الإسرائيلي على لبنان في شهر يوليو 2006، وقد جمعت الدراسة بين تحليل المضمون وتحليل الخطاب، وأرجعت ذلك إلى طبيعة الدراسة وأهدافها في تحديد الفئات المستخدمة في هذه الخطابات، ومن تم تحليلها وتفسيرها ضمن السياقات المحيطة بها، وباستخدام التحليل النقدي للخطاب.

وقد استخدمت الباحثة ثلاثة أدوات ضمن تحليل الخطاب، وهي (مسار تحليل البرهنة، الأطر المرجعية، والقوى الفاعلة) كأدوات لغوية مستخدمة تركز عليها الأطروحات المقدمة من قبل السيد حسن نصر في خطبه حول العدوان الإسرائيلي على لبنان عام 2006، والعلاقات الخارجية مع العرب والغرب وإيران.

(باسمه، 2010)

## الخلاصة:

ضمت المكتبة العلمية بالجامعات والأكاديميات الليبية منذ أن نوقشت أول رسالة علمية إعلامية سنة 1994 على 242 رسالة علمية ما بين ماجستير ودكتوراه، استخدمت فيها مناهج وأساليب علمية مختلفة أتبع في معظمها المنهج الكمي، وذلك بالاعتماد على أداتي تحليل المضمون والاستبيان استخدمتا في التحليل الكمي بشقيه التحليلي والميداني، كما هو مبين بالجدول السابقة، فقد كشفت هذه الدراسة بأن هناك رسالة علمية واحدة استخدم فيها منهج تحليل الخطاب الذي يعد من أبرز الأدوات المستخدمة في التحليل الكيفي، الأمر الذي يدفعنا إلى التنبيه لإعادة التفكير في إمكانية توظيف مناهج علمية أكثر دقة وعمق في تناول مضامين وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، المقروء والمسموع والمرئي والإلكتروني.

ونستخلص من هذه النتائج أن استخدام منهج تحليل الخطاب في الرسائل العلمية لم يحظى باهتمام كبير من قبل الباحثين في الدراسات والبحوث الإعلامية الليبية، رغم ملائمتها لتقديم دراسة عميقة حول تفسير موضوعات وقضايا عديدة محيطة بالنص أو الخطاب الإعلامي.

وربما يرجع سبب هذا العزوف في غموض مفهومه وتعدد أدواته وأساليبه واستخداماته في الدراسات الإنسانية عامة، والدراسات الإعلامية على وجه الخصوص، رغم أهميته خاصة في ظل ما تشهده وسائل الإعلام المحلية والعربية والعالمية من تنوع الطرق في استخدام وسائل إقناع عديدة بغية الاستحواذ والانفراد بصدارة حجم المتابعين والمشاهدين، وكذلك التأثير عليهم بصياغات وأهداف وممارسات اجتماعية وعوامل سياسية وسياقية مختلفة مصاحبة للنص أو الخطاب الإعلامي أثناء تغطيتها وتناولها للأحداث، والتي من شأنها أن توجههم نحو قضايا ما، بما يتوافق مع النهج الإعلامي الممارس من قبل الوسيلة الإعلامية أو المنتج للخطاب.

ومن هنا تكمن أهمية الحاجة إلى طرح أنواع أخرى من الأساليب والمناهج الإعلامية التي تسهم في تفسير النص أو الخطاب الإعلامي بطرق مختلفة لفهم أبعد من "ما يقال" إلى "لماذا يقال" و نجد أن تحليل الخطاب هو المنهج الأكثر ملاءمة لذلك.

## المصادر و المراجع:

<sup>1</sup>-Berelson, B. (1952) Content Analysis in Communication Research. New York, Hafner Publishing Company

<sup>2</sup>-Deacon, D., Pickering, M., Golding, P. and Murdock, G. (1999) Research Communications: A practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis, London, Oxford University .

<sup>3</sup>- المرجع السابق

- 4- Berelson, B. (1952) مرجع سابق
- 5 - محمد شومان (2004) إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية الدراسات المصرية نموذج، مجلة علمية، كلية الآداب، مصر.
- 6 - Taylor, S. (2001b) 'Evaluating and Applying Discourse Analytic Research', in M. Wetherell, S. Taylor and S.J. Yates (eds) Discourse as Data: A Guide for Analysis, London, California and New Delhi, Sage
- 7 - Fairclough, N. (1992) Discourse and Social Change, Cambridge, Polity Press in association with Blackwell publishing
- 8- Wetherell, M., Taylor, S. and Yates, S., J. (2001) Discourse as Data; A Guide For Analysis, London, California and New Delhi, Sage
- 9-Gulam, K. (2010) Talking to the Desert: Discourse, Power, and Libyan Geopolitics 1969-2009. Unpublished thesis, Ph.D. Cardiff University.
- 10- Wodak, R. and Meyer, M. (2001) Methods of Critical Discourse Analysis, London, California and New Delhi, Sage.
- 11- Taylor, S. (2001a) 'Locating and Conducting Discourse Analytic Research', in M. Wetherell, S. Taylor and S.J. Yates (eds) Discourse as Data: A Guide for Analysis, London, California and New Delhi, Sage.
- 12 - سهير عبدالرحمن تراز، تحليل الخطاب الإعلامي، ورقة عمل مقدمة إلى الجامعة الإسلامية غزة، قسم الصحافة والإعلام، 2017.
- 13 - حمزة الثلب، خالد غلام، آليات تحليل الخطاب الإعلامي للصحف الليبية: دراسة تحليلية على صحيفتي الصباح وليبيا الإخبارية، دراسة غير منشورة، 2019.
- 14 - محمد يطاوي (2019) نحو مقارنة بلاغية لنقد التواصل الإعلامي: بين التحليل النقدي للخطاب وبلاغة الجمهور، في كتاب: التحليل النقدي للخطاب: مفاهيم ومجالات وتطبيقات، إشراف وتحرير: محمد يطاوي (الطبعة الأولى)، ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسة والاقتصادية.
- 15- Friedman, E. (2017). "Evasion strategies in international documents: when 'constructive ambiguity' leads to oppositional interpretation", Critical Discourse Studies, 14:4, 385-401, DOI: 10.1080/17405904.2017.1292932
- 16-Merriam-Webster Dictionary. (2016). Evasion entry. Retrieved from <http://www.merriam-webster.com/dictionary/evasion>.
- 17 - Fowler, R. (1991). Language in the News: Discourse and Ideology in the Press, London and New York, Routledge
- 18 - Van Dijk, T. A. (1993). Elite Discourse and Racism, London, Sage Publication.
- 19 -مرجع سابق، Fairclough 2003
- 20 - مرجع سابق، Machin & Mayr 2012
- 21 - حمزة الثلب، خالد غلام، مرجع سابق.
- 22 - باسمه أمين عيسى، الخطاب الإعلامي لأمين عام حزب الله، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، 2010.
- 23 - سهير عبدالرحمن تراز، مرجع سابق.
- 24 - المرجع السابق.
- 25 - المرجع السابق.
- 26 - Barr, A. (2007) 'Semiotic Images in the fields of Journalism and Politics: An Ethical Paradox', University of Colorado at Boulder, Available at: [\]www.colorado.edu/communication/meta.../App.../Barr-barthes.htm\]](http://www.colorado.edu/communication/meta.../App.../Barr-barthes.htm) accessed 03/07/2007.
- 27 - Van Dijk, T. (1998) Ideology A Multidisciplinary Approach, London, California and Delhi, Sage
- 28 -مرجع سابق ( Gulam, K. (2010)



## **Faculty of Arts and Media**