

العلاقة بين اتجاهات الجمهور الليبي نحو مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكه لدورها في الواقع السياسي الليبي (دراسة ميدانية)

د. مفتاح محمد اجعيه

كلية الفنون والإعلام - جامعة مصراتة

مقدمة:

شهدت وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية ثورة عارمة أسقطت كل الحواجز والرقابة والحدود الجغرافية، وفتحت الأبواب على مصراعيها أمام الجمهور للوصول إلى جميع المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت والفضائيات، الأمر الذي أفرز مشهداً إعلامياً متنوعاً ومتعدداً ومتسعاً ومختلطاً بين المصدقية والموضوعية من جانب وبين التوظيف والتحيز من جانب آخر، ناهيك عن الاختلاف وبث الأخبار المختلفة والمشوهة والإشاعة المقصودة لخدمة أهداف محددة. مما وضع المتلقي أمام خيارات عديدة ومعلومات متنوعة ومتعددة حتى أصبح يعيش في غابة من المعلومات المتناقضة في كثير من الأحيان، الأمر الذي هزّ مصداقية الوسائل الإعلامية لدى جمهورها، حتى استطاعت وسائل الاتصال بشكل عام وبريق وسائل الاتصال الحديثة أن تشد انتباه الرأي العام وتؤثر فيه بل تسهم في كثير من الأحيان في قيادته في الاتجاه الذي تراه، حيث تشير الدراسات والبحوث في هذا المجال إلى التزايد المطرد في إقبال الناس على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشتى أنواعها ووسائلها، خاصة المجتمعات العربية التي كثيراً ما يكون الاستخدام فيها لهذه الشبكات بشكل غير واع وربما تزداد نسبة ثقة ومصداقية المتلقي العربي في تلك الشبكات أكثر من غيره. وقد يرجع ذلك إلى أنها تعتبر المتنفس الذي يشعر بأنه لا يخضع لرقابة الدولة، كل ذلك أسقط ورقة التوت على

كل من يمارس التعقيم وفتح في الوقت نفسه مجالاً واسعاً أمام الحدّاق ومروّحي الإشاعة لاستخدام تلك الشبكات لتمرير العديد من الأغراض السياسية والإيديولوجية، والتي تستغل بدورها مصداقية هذه الوسائل لدى الجمهور لتوظيف تلك الوسائل لخدمة أهداف غير واضحة والتي تتعارض مع الأهداف العامة للمجتمع خاصة في المجتمعات العربية التي شهدت تغييرات جوهرية في أنظمتها السياسية والإعلامية. مما أسقط القوانين والرقابة الصارمة التي كانت تسيطر على تلك المجتمعات من حيث استخدام وسائل الإعلام والأطّلاع على المعلومات، في ظل كل ذلك أصبحت تلك الشبكات تستخدم في كثيراً من الأحيان للكيد السياسي والصراع الأيديولوجي والمصلحي الضيق على حساب المصلحة العامة للمجتمع ويتم ذلك عن طريق توظيف شبكات التواصل الاجتماعي نظراً لما تتمتع به تلك الشبكات من مصداقية لدى الجمهور إضافة إلى المزايا الأخرى كسهولة الاستخدام والتفاعلية والتخلص من الرقابة بجميع أنواعها السياسية والاجتماعية. إضافة إلى إمكانية دخول الفرد إلى تلك الشبكات كيف ومتى شاء، كل ذلك أسهم في تكوين اتجاهات لدى الناس نحو مواقع التواصل الاجتماعي منها الايجابي والسلبى حتى أصبح يعتمد عليها الفرد في المجتمع في متابعة القضايا والأحداث السياسية المهمة، مما أفرز علاقة مهمّة بين اتجاهات الفرد داخل المجتمع حيال تلك الوسائل ومستويات إدراكه لدورها في المشهد السياسي الذي يعيشه خاصة في المجتمعات التي تشهد اضطراباً في أوضاعها الإعلامية والسياسية والأمنية، وهو ما ينعكس على الواقع الليبي الراهن، لذلك تتبع أهمية هذا البحث كونه يعد البحث الأول الذي يتناول علاقة اتجاهات الجمهور الليبي حيال مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكه لدورها في المشهد السياسي.

مشكلة البحث:

تشير الدراسات والبحوث في هذا المجال إلى التزايد المطرد في إقبال الناس على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشتى أنواعها ووسائلها خاصة المجتمعات العربية، وبما أن المجتمع الليبي يمر بتغير مفصلي في كل النواحي، عليه فقد تمثلت المشكلة العلمية في البحث عن العلاقة القائمة بين اتجاهات الجمهور الليبي حيال مواقع التواصل الاجتماعي ومدى إدراك هذا الجمهور للدور السياسي الذي تلعبه تلك المواقع في الحياة السياسية الليبية.

وعليه فإنّ الباحث حدّد مشكلة بحثه في التساؤل التالي: ما العلاقة بين اتجاهات الجمهور الليبي نحو مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكه لدورها في الواقع السياسي الليبي؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث من الناحية العلمية في كونه من البحوث القليلة التي تناولت اتجاهات الجمهور الليبي نحو مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة بعد مرحلة التغيير الجذري الذي شهدته ليبيا. وكان لتلك المواقع دور بارز فيه بالإضافة إلى زيادة انتشار شبكات الإنترنت في المجتمع خلال هذه المرحلة، الأمر الذي نعتقد معه أنه أصبح لها دور كبير في توجيه الرأي العام، فمن خلال معايشتنا للواقع الليبي ومتابعته عن كثب لاحظنا أنّ الناس أصبحت تتجه إلى مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث المتلاحقة في ليبيا ممّا دفعنا لدراسة هذه الظاهرة للوقوف على اتجاهات الجمهور نحو تلك المواقع، وفتح الباب أمام دراسات أخرى لسبر غور الدور والتأثيرات السياسية والاجتماعية التي قد يحدثها هذا التغيير في المجتمع الليبي.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى توصيف وبحث وتحليل العلاقة بين اتجاهات الجمهور الليبي نحو مواقع التواصل الاجتماعي ومدى إدراكه لدورها في المشهد السياسي الليبي وعلى وجه التحديد يهدف إلى التالي:

- 1- التعرف على مستويات وأنماط ودوافع تعرض الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- الكشف عن مدى إدراك الجمهور للدور الرقابي والتوجيهي الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي على السلطة السياسية في ليبيا.
- 3- تحليل العلاقة بين اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات وأنماط تعرضه وثقته في تلك المواقع.
- 4- التعرف على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الجمهور الليبي في متابعة المشهد السياسي الليبي.

- 5- رصد وتوصيف الدور الذي تقوم به بعض المتغيرات والعوامل في العلاقة بين اتجاهات الجمهور ومدى إدراكه لدور مواقع التواصل الاجتماعي في المشهد السياسي الليبي.
- 6- الكشف عن توقعات الجمهور الليبي للدور المستقبلي لمواقع التواصل الاجتماعي.

تساؤلات البحث:

ينطلق هذا البحث من سؤال رئيس ألا وهو: ما العلاقة بين اتجاهات الجمهور الليبي نحو مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك الجمهور للدور الذي تقوم به تلك المواقع في المشهد السياسي الليبي؟ وينبثق على هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية:

- ما معدلات استخدام الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي وما دوافع ذلك الاستخدام؟
- ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور الليبي أكثر من غيرها في متابعة الشأن الليبي؟
- إلى أي مدى يرضى ويثق الجمهور الليبي في ما تعرضه مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل تمارس مواقع التواصل الاجتماعي دوراً رقابياً على السلطة السياسية من وجهة نظر الجمهور؟
- ما الاتجاهات التي يشكلها الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما توقعات الجمهور المستقبلية للدور الذي يمكن أن تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي؟

فروض البحث:

- الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي وبين المصادر التي يعتمدون عليها في متابعة الشأن الليبي.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل وبين توقعاتهم لمستقبل تلك المواقع.
- الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل ومدى مساهمتها في إطلاع المبحوثين على الشأن الليبي.

الفرض الرابع: تختلف اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف النوع والمستوى التعليمي.

الدراسات السابقة:

شهدت شبكة المعلومات الدولية بوجه عام ومواقع التواصل بشكل خاص في الآونة الأخيرة تركيزاً كبيراً من الباحثين حيث أخضعت للبحث والتفسير، إلا أن ذلك اقتصر في غالبه على المجتمعات الأجنبية إضافة إلى بعض المجتمعات العربية. فمن الدراسات التي تناولت مواقع الشبكات الاجتماعية دراسة Maria Gabriela (2007) والتي توصلت إلى أن أهم دوافع استخدام موقع الفيس بوك هو الهروب من الواقع والتسلية وتمضية وقت الفراغ والحصول على المعلومات⁽¹⁾ كما توصلت دراسة Elizabeth A warfel (2008) إلى أن مستخدمي الفيس بوك يمثلون 33% من عينة الدراسة وأن هؤلاء يدركون عمق وأهمية الاتصال عبر الإنترنت بشكل أكبر من مستخدمي بقية المواقع، وأشارت الدراسة إلى أن هذا النوع من المستخدمين لديهم إدراك عميق لسياسة الخصوصية على الفيس بوك أكثر من أولئك الأقل استخداماً⁽²⁾، وأوضحت دراسة Julie Tweed (2008) أن 75% من عينة الدراسة يستخدمون الشبكات الاجتماعية الفيس بوك وماي اسبيس، كما بينت الدراسة أن معظم النساء يستخدمن مواقع الشبكات الاجتماعية من أجل الاتصال بالأصدقاء القدامى⁽³⁾. وتوصلت دراسة Matthew Birnbaum (2008) إلى أن معظم طلاب الجامعات يدخلون إلى موقع الفيس بوك أكثر من مرة في اليوم، وقال معظمهم أنهم يستخدمون الموقع من أجل الاتصال بالأصدقاء والمحافظة على تدعيم العلاقات الاجتماعية، وجاءت أغلب الاستخدامات في إرسال

1-Rodriguez Maria Gabriela (2007) A look at the factors Influencing the Utilization and Enjoyment of computer Based Social network Unpolished Master thesis, University of South Albama.

2- Warfel. A. Elizabeth (2008) "Perceptions of privacy on face book" Unpublished Master Thesis, The Rochester Institute of Technology college of Liberal Arts.

3-Julie Tweed (2008) "An Examination of changing perception of Singlehood" Unpublished Master Thesis, East Tennessee State University.

واستقبال الرسائل ومراقبة ما يفعله الآخرون والتقليل من الملل والتواصل مع الأصدقاء القدامى⁽¹⁾. وأكدت دراسة أجراها Jovier Rodriguez & Borlado Martinez (2008) حول تأثير الشبكات الاجتماعية الافتراضية على مستقبل صناعة الطباعة أنّ طلاب الجامعات يهتمون باستخدام الشبكات الاجتماعية أكثر من استخدامهم للصحف مما أثر على مهارات الاتصال الفضائي والكتابي لديهم. وأشارت الدراسة إلى أنّ الطلاب يقضون وقتاً طويلاً في مشاهدة مقاطع الفيديو على موقع YouTube وأنهم يطلعون على صفحاتهم بموقع الفيس بوك من خلال هواتفهم المحمولة⁽²⁾. وتوصل محمود عبدالقوي (2009) إلى أنّ ما نسبته 83% من عينة الشباب المستخدمين للإنترنت قالوا أنهم يستخدمون موقع الفيس بوك ممّا يشير إلى انتشار استخدام هذا الموقع بين الشباب المصري، كما أشارت الدراسة إلى أنّ الاستخدام السياسي للفيس بوك يعد هدفاً أساسياً لدى الشباب وذلك لقدرته على إتاحة حرية التعبير وتبادل الآراء دون رقابة⁽³⁾، وأوضحت دراسة David. M. Eberhardt (2010) أنّ أكثر من 90% من طلاب الجامعة يستخدمون الفيس بوك، الأمر الذي يعكس بوضوح الاعتماد الكبير للشباب الجامعي على هذا الموقع وغيره من المواقع التواصل الاجتماعي، وذكرت الدراسة أنّ الشبكات الاجتماعية أصبحت تشكل مصدراً مهماً للمعلومات والاتصال بين

1- Matthew Gardner Birnbaum "Taking Goffman on Tour of face book :College students and presentation of self in a Mediated Digital Environment, Unpublished PHD Thesis (The University of Arizona 2008).

2- Jovier Rodriguez & Borlado Martinez (2008) "A study of Emerging Opportunities for Digital Print Production of User- Generated Content" Unpublished Master Thesis, the school of print Media in the College of Imaging Arts and Sciences of the Rochester Institute of Technlogy.

3- محمد حمدي عبد القوي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، ج 3، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 7-9 يوليو 2009 ، ص1551.

الأفراد وخاصة الطلاب الجامعيين⁽¹⁾. وأشارت دراسة لشركة (digital surgeons) (2010) والمتخصصة بتسويق العلامات التجارية على الشبكات الاجتماعية إنّ أكثر من (500) مليون مستخدم للفييس بوك وإن (100) مليون مستخدم لتويتر وقالت الدراسة أنّ نسبة اهتمام المستخدمين للفييس بوك (88%)، والمستخدمين للفييس بوك بشكل دائم ويومي (41%)، ومستخدمي الفييس بوك عبر الهواتف (30%)، والمستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية (40%)، نسبة المستخدمين المحدثين لحساباتهم الشخصية بشكل يومي (12%)، أما موقع التويتر فكانت: نسبة اهتمام المستخدمين (87%)، والمستخدمين بشكل دائم ويومي (27%)، ومستخدمي التويتر عبر الهواتف (37%)، والمستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية (25%)، والمستخدمين المحدثين لحساباتهم الشخصية بشكل يومي (67%)، ونسبة المستخدمين خارج الولايات المتحدة (60%)⁽²⁾.

كما أوضحت دراسة أجرتها شركة اكسبيريان هيتوايز (2011) أنّ شبكة التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) كانت أكثر المواقع زيارة من رواد الإنترنت، حيث احتلت المرتبة الثالثة عالمياً والأولى أمريكياً، وأكدت الدراسة أنّ صفحة الفييس بوك: (حصلت على 8.93%) من الزيارات في الولايات المتحدة بين شهري كانون الثاني/يناير وتشرين الثاني/نوفمبر في مقابل (7.19%) لموقع (غوغل. كوم)، الذي كان يحتل قبل سنة المرتبة الأولى أمام (ياهو. كوم). ويبدو أنّ فييس بوك يتولى الصدارة بانتظام منذ آذار/مارس) وعلى الصعيد العالمي احتل (الفييس بوك) المرتبة الثالثة وراء غوغل ومايكروسوفت⁽³⁾، وأظهرت دراسة أجريت (2011) في ألمانيا على (الفييس بوك)، نتائج مثيرة للاهتمام على الصعيد

1- Eberhardt David "Facing Up to Face book" About Compus\ Set\oct2007\ Published Online in wiley interscience (www.intesciencewily.com).

2- تيدوز (التقنية بالعربية)، أيمن فكري، الفييس بوك وتويتر خلال 2010، في 2010/12/27 متاح (On Line).

3- العربية. نت، عالمياً يأتي فيسبوك ثالثاً بعد غوغل ومايكروسوفت دراسة جديدة: فيسبوك يتقدم على غوغل. كوم في الولايات المتحدة، السبت 01 يناير 2011. متاح (On Line) :

<http://www.alarabiya.net/articles/2011/01/01/131758.html>

العالمي، لأهمية الشبكة الاجتماعية (الفييس بوك)، التي وصل عدد مستخدميها نحو (800) مليون مستخدم، وإن (20) مليون منهم يأتي من ألمانيا وحدها، وبيّنت الدراسة إنّ تسعة من عشرة من مستخدمي الشبكة الاجتماعية (فييس بوك) لديهم قلق حول سوء استخدام المعلومات الشخصية الخاصة بهم على موقع التواصل المشهور، وإن (6%) فقط من المستطلعين هم مع حماية خصوصياتهم على شبكة الإنترنت، وقال (80 %) إنهم لا يسمحون للجميع بالوصول إلى الصور الخاصة بهم، وإنّ (12%) لديهم تحفظات، ولكن (8%) فقط عملوا ما يلزم لتأمين صورهم وتبادلها مع الأصدقاء والمعارف، وإن (50%) ينشر صورهم بلا قيود على الإنترنت⁽¹⁾ وأظهرت نتائج دراسة مسحية أجراها مركز (بيو) للأبحاث سنة (2011) إن مستخدمي الفييس بوك أكثر ثقة ولديهم قدر أكبر من الأصدقاء المقربين ودرجة انخراطهم في السياسة أعلى، وإنّ من يستخدمون مواقع مثل (فييس بوك) لديهم عدد أكبر من العلاقات الوثيقة، واحتمال انخراطهم في الأنشطة المدنية أو السياسية أعلى، وتشير الدراسة إلى تغيير كبير في العلاقات الاجتماعية، ويستخدم (47%) من البالغين مواقع التواصل الاجتماعي في ارتفاع عن (26 %) عام (2008) حين أجريت دراسة مماثلة، وكشفت الدراسة أنّ مستخدمي (فييس بوك) الذين يدخلون الموقع عدّة مرات في اليوم أكثر ميلاً بنسبة (43 %) من مستخدمي الإنترنت الآخرين، وأكثر ميلاً بثلاثة أمثال ممن لا يستخدمون الإنترنت إلى الشعور بأنه يمكن الوثوق في معظم الزائرين⁽²⁾، وأجرت جامعة واشنطن دراسة (2011) لمعرفة الدور الفاعل الذي قامت به وسائل الإعلام الاجتماعية مثل: (تويتر والفييس بوك) في إشعال وتفعيل الثورات العربية المختلفة، والتي اجتاحت بعض دول الشرق الأوسط وشمال

1- الجديدة (علوم وتقنية)، دراسة جديدة أجريت في ألمانيا حول الفييس بوك وحماية الخصوصية الفردية، في. 22, 2011 October متاح (On Line):

<http://aljadidah.com/2011/10/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9>

2- موقع الإمارات اليوم، (المصدر: رويترز)، دراسة: فييس بوك يساعد في تكوين صداقات أفضل، في 17 يونيو 2011. متاح (On Line):

<http://www.emaratalyoum.com/life/four-sides/2011-06-17-1.403971>

أفريقيا، ووفقاً للدراسة إنّ الثرثرة عن الثورة بدأت قبل قليل من الثورات في كثير من الأحيان الفعلية، وأشار (فيليب هوارد) الأستاذ بجامعة الاتصالات بواشنطن والمشرف على الدراسة: "الناس استفادت كثيراً من المشاركة في الشبكات الاجتماعية سعياً للديمقراطية، وأصبحت مختلف وسائل الإعلام من صحافة ومواقع جزءاً مهماً من الأدوات الساعية للحرية.. حيث وجدنا أنّ التعليقات في (تويتر) قد ارتفعت من (2300) تعليق في اليوم الواحد لتصل إلى أكثر من (230000) في اليوم الواحد، وهذا يعكس نوعاً من الانفجار والعطش للحرية والديمقراطية والتغيير.. كما حدث في مصر حيث ازدهر الربيع العربي ولقد استفاد كل المستخدمين للمواقع والإنترنت من ممارسة حرية التعليقات والمحادثات بصورة لافتة.. وهنا واجهت بعض الحكومات تحديات صعبة في عملية قطع الاتصالات أو الإنترنت أو حتى الهاتف النقال"، وأكد (هوارد): "إنّ وسائل الإعلام التقنية الحديثة كان لها دور كبير في عملية التغيير بصورة مدهشة"⁽¹⁾، أما خالد صلاح الدين فقد توصل في دراسته حول دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية وأبعادها وتحدياتها في مصر إلى أهمية الدور الذي يلعبه الخطاب الإعلامي وأطروحاته البارزة في تعميق وعي الرأي العام بمفاهيم الديمقراطية وأبعادها وتحدياتها، كما أوضحت الدراسة تفوق وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على شبكات الاتصال الشخصي، وأشارت الدراسة إلى أهمية المتغيرات الوسيطة في دعم الدور السياسي لكل من الإعلام التقليدي والجديد وقدرتها على تشكيل الاستجابات المعرفية والوجدانية للرأي العام المصري نحو قضايا الديمقراطية⁽²⁾، أمّا

1- موقع أخبار الساعة، دور الإعلام الاجتماعي في تفعيل الثورات العربية، في 15/09/2011 متاح
:(On Line)

<http://www.alsaanews.com/2011/09/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9->

2- خالد صلاح الدين، دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها في مصر في إطار تحليل الخطاب الإعلامي ونظرية الاعتماد، "الإعلام والإصلاح والواقع والتحديات" المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، ج 2، جامعة القاهرة، 7-9 يوليو 2009، ص 896.

Bary Beth فقد توصلت في دراستها عن الاستخدام المتعدد لوسائل الإعلام وتأثيره على حجم المعارف السياسية لدى الأفراد الذين يعتمدون على التلفزيون والإنترنت في ذات الوقت أكثر إشباعاً للمعلومات السياسية من قرنائهم الذين يعتمدون على إحدى الوسيلتين، كما أنّ الاعتماد على الوسيلتين أكثر ارتباطاً بانغماس الأفراد في الحياة السياسية مقارنة بالأفراد ذوي الاعتماد على وسيلة واحدة⁽¹⁾، وتوصلت دراسة عيسى عبد الباقي إلى مجموعة من النتائج أهمها: ارتفاع معدلات اهتمام الباحثين من الشباب الجامعي بمتابعة قضايا الديمقراطية والتغيير السياسي من خلال شبكة الإنترنت⁽²⁾.

أما دراسة Brauer & Seifert فقد خلصت إلى أنّ هناك أهمية كبيرة لشبكة المعلومات الدولية من حيث تعزيز المعلومات السياسية والتأثير على الاتجاهات وإبراز المواقف السياسية⁽³⁾، كما توصلت دراسة Lenhart & Fox إلى أنّ المدونات تعد نافذة جديدة للتغيير السياسي وأوضحت أيضاً أنّ مستخدمي الإنترنت يبحثون عادة عن الأخبار السياسية⁽⁴⁾.

1- Earnheart, Mary Beth, Examining Motives and Elaboration when using Television and the Internet ,P H D ,A dissertation, College of communication and Information, Kent State University, U S A, 2006.

2- عيسى عبد الباقي، انعكاسات الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد على تنمية وعي الشباب الجامعي بالقضايا السياسية، دراسة حالة للتحوّل الديمقراطي في مصر، ورقة علمية مقدمة من مؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعي، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية 15-17/3/2009.

3 -Markus Seifert &Marco Brauer: Abreak through for Political on Lin Communication? Empirical results for the use of new political participation forms on the net ,Proposal for the Conference towards asocial science of web (2006) available at: <http://www.scholar.google.com>

4 -Amanda Lenhart & Susannah Fox, Bloggers Apotrait of Internet net storytellers, pew Internet & American life Project.(2010) A vailable, At <http://www.Pewinternet.org>

كما أوضحت دراسة محمد فؤاد الدهراوي عن دور التلفزيون والإنترنت في دعم المشاركة السياسية في مصر، أنّ مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة المواقع التي يعتمد عليها الناخبون في التعرف على المرشحين وبرامجهم الانتخابية⁽¹⁾، أما دراسة نصر الدين ومريم صالح والتي كانت عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الواقع السياسي العربي، فقد كشفت عن أنّ 80% من المبحوثين قالوا إنّ الإعلام الجديد اهتم بالقضايا السياسية، كما أنّ 72% يرون أنّ الإعلام الجديد لعب دوراً في توعية الإنسان العربي بالقضايا السياسية، وكشفت دراسة مفتاح اجميه عن استخدام جمهور مدينة مصراتة لمواقع التواصل الاجتماعي أنّ ما نسبته 64% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الآخرين والتحدث معهم في الشؤون العامة، في الوقت الذي قال فيه ما نسبته 45% أنهم يستخدمونها من أجل مناقشة الأفكار السياسية المطروحة. وأوضحت النتائج أنّ المبحوثين لا يتقنون بشكل مطلق في ما تعرضه مواقع التواصل الاجتماعي⁽²⁾. أمّا دراسة حنان الشهري عن أثر استخدام مواقع التواصل على العلاقات الاجتماعية، فقد توصلت إلى أنّ هناك آثاراً إيجابية لذلك الاستخدام أكثر من الآثار السلبية له، كما كشفت الدراسة عن تنوع دوافع استخدام الطالبة السعودية لتلك الشبكات إضافة إلى الدور الفعال للفيس بوك والتويتز في الحياة الاجتماعية السعودية⁽³⁾، وكشفت دراسة محمد المنصور عن تأثير شبكات

- 1- محمد فؤاد الدهراوي، دور التلفزيون والإنترنت في دعم المشاركة بالتطبيق على انتخابات الرئاسة المصرية 2012 ، ملخص الأبحاث المقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام جامعة الأزهر "المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي" 14-17/4/2013، ص16.
- 2- نصر الدين ومريم صالح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الواقع السياسي العربي: دراسة تطبيقية على عينة من أساتذة الإعلام، ملخص الأبحاث المقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام جامعة الأزهر "المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي" 14-17/4/2013 ، ص92.
- 3- مفتاح محمد اجميه، استخدام جمهور مدينة مصراتة لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة منها، مجلة البحوث الإعلامية، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق بوزارة الثقافة والمجتمع المدني، العدد 51-52 ، 2013 ، ص17-44.

التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، وأشارت إلى أن المواقع الإلكترونية تقدّم مواد إخبارية مهمّة، وأنّ بعض تلك المواقع تحظى بالقبول والرضا من قبل الجمهور كما بيّنت الدراسة أهمية ومكانة الإعلام الجديد مقارنة بالإعلام القديم⁽¹⁾.

نوع البحث ومنهجه:

يعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى دراسة ظاهرة معينة بغية التعرف على مكوناتها وعناصرها، ويستخدم البحث منهج المسح بالعينة حيث يخضع عيّنة من الجمهور الليبي بهدف التعرف على اتجاهاتهم نحو مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقة بينها وبين إدراكهم للواقع السياسي الليبي.

أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة من عينة البحث، واحتوت الاستمارة على أكثر من عشرين سؤالاً شملت أهداف الدراسة وتسألاتها وفروضها والمتغيرات المتوقع تأثيرها في مشكلة البحث.

اختبار الصدق والثبات:

أخضع الباحث استمارة الاستبيان لإجراءات الصدق والثبات المتعارف عليها، حيث عُرضت على عدد من المحكّمين من أساتذة الصحافة والإعلام⁽²⁾ لاختبار الصدق الظاهري للاستمارة، وقام الباحث بإجراء كافة التعديلات المطلوبة من حيث العبارات والأسئلة وأنواعها وطرق صياغتها، كما قام الباحث بتطبيق الاستمارة على عينة عشوائية قوامها 50 مفردة من

1- حنان بنت شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية (الفييس بوك نموذجاً والتوتر نموذجاً)، ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والتربية، جامعة الملك عبد العزيز، 1434 هـ.

2- حكمت الاستمارة من قبل كل من:

1- د. فتحي محمد اميمه - أستاذ مساعد كلية الإعلام جامعة مصراته.

2- د. محمد فياض - أستاذ الإعلام المشارك جامعة البحرين.

3- د. حسن عبدالله يحي - أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الحديدة باليمن.

العينة المستهدفة بالدراسة أي بنسبة 12.5 % من حجم العينة الأصلي للدراسة، وقام الباحث بإجراء كافة التعديلات لبعض العبارات غير المفهومة وغيرها مما يسهل فهم الاستمارة للمبحوث.

مجتمع البحث والعينة وحدوده المكانية والزمنية:

تمثّل مجتمع البحث في الجمهور الليبي من الذين يستخدمون شبكة المعلومات الدولية، ونظراً للظروف التي تمر بها البلاد خلال هذه الفترة فإنّ الباحث اعتمد على توزيع الاستبيان بشكل إلكتروني حيث قام بوضع الاستبيان على صفحته الشخصية والإعلان عنه، كما قام الباحث بإرسال الاستبيان إلى أغلب المجموعات التي رأى أنها تهتم بالمجال السياسي، وراعى الباحث في ذلك معيارين أساسيين هما: الجنسية الليبية ومدى النشاط السياسي والمتمثل في المشاركة في النقاش والتعليق عبر صفحات التواصل الاجتماعي واختار الباحث عدد 400 استمارة جاءت متكاملة الرد من قبل المبحوثين، وطبق البحث خلال الفترة من 11/4/2014 إلى 2015/1/3 وتمت مراعاة أن تشمل العيّنة جميع شرائح المجتمع وذلك لضمان وجود كل المتغيرات الديموغرافية الموجودة بالبحث، والجدول التالي يوضع توزيع العينة حسب متغيرات البحث.

الجدول رقم (1) يوضح توزيع العينة وفقاً لمتغيرات البحث

المتغير	ك	%
النوع	الذكور	194
	الإناث	206
السن	18 - 30	121
	31 - 40	150
	41 - 50	80
	51 فما فوق	47
المستوى التعليمي	يقرأ ويكتب	23
	ابتدائي	20
	إعدادي	64
	ثانوي	164
	جامعي فما فوق	129
المهنة	طالب	92
	موظف	137
	مدرس	96
	عمل حر	45
	ربة بيت	25
	أخرى	5

التعريفات الإجرائية:

الاتجاه: ويقصد به في هذا البحث وجهة النظر أو الموقف الذي يحمله المبحوث ويتبناه نحو مواقع التواصل الاجتماعي.

الجمهور الليبي: ويقصد به في هذا البحث كل مواطن يحمل الجنسية الليبية ويستخدم مواقع التواصل الاجتماعي سواء يقيم داخل ليبيا أو خارجها.

مواقع التواصل الاجتماعي: مواقع التواصل الاجتماعي وهي المواقع المعروفة بمسمى مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت ونعني بها على وجه الخصوص في هذا البحث المواقع الأربعة الآتية (فيس بوك، يوتيوب، تويتر، نمبز) أو ما في حكمها.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها إلى الحاسوب، ثم جرت معالجتها، وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية) والمعروف باسم spss وأجريت الاختبارات، والمعالجات الإحصائية الآتية:

- 1- التكرارات البسيطة، والنسب المئوية.
 - 2- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
 - 3- الوزن المئوي الذي يحسب من المعادلة: $\text{الوزن المئوي} = (\text{المتوسط الحسابي} \times 100) \div$ الدرجة العظمى للعبارة.
 - 4- الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموعة الأوزان المرجحة، وتحسب النسب المئوية لبند السؤال كلها.
 - 5- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
 - 6- تحليل التباين ذي البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
 - 7- معامل ارتباط بين بيرسون (pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من (0.30)، ومتوسطة إذا كانت بين (0.30-0.70) وقوية إذا زادت عن (0.70).
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

نتائج البحث:

الجدول رقم (2) يوضح مستوى تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

التكرار والنسبة	ك	%
مستوى التعرض دائماً	124	31
أحياناً	208	52
نادراً	68	17
المجموع	400	100

تشير بيانات الجدول إلى أن معدلات التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي متوسطة، حيث قال ما نسبته 52% من مجموع العينة أنهم يدخلون إلى مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، في الوقت الذي قال ما نسبته 31% أنهم دائماً ما يتصفحون مواقع التواصل، بينما قال 17% أنهم نادراً ما يدخلون إلى مواقع التواصل.

الجدول رقم (3) يوضح المعدلات اليومية في استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

التكرار والنسبة	ك	%
المعدل اليوم أقل من ساعة	90	22.5
ساعة واحدة	81	20.3
أكثر من ساعة وأقل من ساعتين	64	16.0
أكثر من ساعتين وأقل من ثلاث ساعات	51	12.8
أكثر من ثلاث ساعات وأقل من أربع ساعات	74	18.5
خمس ساعات فأكثر	40	10.0
المجموع	400	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى تدني معدلات استخدام المبحوثين اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي حيث حصل الذين يتصفحون تلك المواقع بمعدل أقل من ساعة على أعلى نسبة من مجموع المبحوثين بلغت 22.5% تلتها مباشرة نسبة الذين يتصفحونها بمعدل ساعة فكانت بنسبة 20.3%. في الوقت الذي حصل فيه الذين يتصفحونها بمعدل أكثر من خمس ساعات يوماً على أقل نسبة بلغت 10.0% ، أما الذين قالوا أنهم يتصفحونها بمعدل أكثر من ساعة وأقل من ساعتين وأكثر من ثلاث ساعات وأكثر من ثلاث ساعات وأقل من أربع ساعات على نسب متقاربة بلغت 16.0% و 12.8% و 18.5 على التوالي ومما تقدم عرضة يمكن القول أنّ معدلات الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي متدنية.

الجدول رقم (4) يوضح خبرة المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

التكرار والنسبة	ك	%
مستوى الخبرة		
منذ أقل من عام	114	28.5
أكثر من عام وأقل من عامين	155	38.8
أكثر من عامين وأقل من ثلاثة	63	15.8
أكثر من ذلك	68	17.0
المجموع	400	100

يوضح الجدول السابق أنّ الذين يستخدمون مواقع التواصل منذ أكثر من عام وأقل من عامين حصلوا على النسبة الأعلى فبلغت 38.8%، وكذلك الذين يستخدمون المواقع منذ أقل من عام بنسبة أقل بلغت 28.5%، أما الذين قالوا أنهم يستخدمون مواقع التواصل منذ أكثر من عامين وأقل من ثلاثة فبلغت نسبتهم 15.8%، في الوقت الذي قال فيه 17% أنهم يستخدمون مواقع التواصل منذ أكثر من ثلاث سنين. ومن خلال النسب السابقة يمكننا القول أنّ المبحوثين حديثي عهد باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقد يرجع ذلك من وجهة نظر الباحث إلى حداثة عهد تلك المواقع إضافة إلى أنّ انتشار الإنترنت في البيوت الليبية بشكل موسع لم يكن إلا في السنوات الثلاث الأخيرة.

الجدول رقم (5) يوضّح دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

الدافع	التكرار والنسبة	ك	%
من أجل الدردشة مع أصدقائي والتعرف على أخبارهم		211	48.8
من أجل معرفة أخبار الأحداث التي تدور من حولي		167	38.7
من أجل الاطلاع على آراء الآخرين في القضايا السياسية الليبية وغيرها		105	24.3
من أجل التسلية وتمضية الوقت		69	16.0
من أجل المشاركة في إثراء النقاش السياسي		28	6.5
من أجل التواصل مع الآخرين من الناحية الاجتماعية فقط		59	13.7
أخرى		30	6.9
		400	ن

يكشف الجدول السابق أنّ الدردشة مع الأصدقاء ومعرفة أخبارهم جاءت في مقدمة دوافع استخدام الجمهور الليبي لمواقع التواصل، حيث حصل هذا الدافع على أعلى نسبة بلغت 48.8% في الوقت الذي قال فيه ما نسبته 38.7% أنهم يستخدمون مواقع التواصل من أجل متابعة الأخبار التي تدور من حولهم، الأمر الذي يشير إلى أنّ هناك نوعاً من الاهتمام من قبل الجمهور في متابعة الأخبار، وهذا من وجهة نظر الباحث مرده إلى الأحداث المتلاحقة والمتجددة الذي تشهدها ليبيا من جهة، وإلى ازدياد انتشار الوعي باستخدام مواقع التواصل في المجتمع الليبي في الآونة الأخيرة من جهة أخرى، إلّا أنّ اللافت للنظر نسبة الذين قالوا أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل المشاركة في إثراء النقاش السياسي. فقد جاءت قليلة فكانت بنسبة 6.5% فقط، ويعزو الباحث ذلك إلى تدني مستوى المعرفة السياسية لدى الجمهور الليبي، وهذا ما أكدته دراسة سابقة للباحث في هذا المضمار، كما يشير الجدول أيضاً إلى أنّ الاطلاع على آراء الآخرين حول القضايا السياسية حصل على نسبة قليلة أيضاً بلغت 24.3%، في الوقت الذي جاءت فيه كل من التسلية وتمضية الوقت والتواصل مع الآخرين من الناحية الاجتماعية فقط بنسب أقل بلغت 16.0% و 13.7% على التوالي، ومن

خلال النسب السابقة يمكن القول أنّ الدوافع السياسية ومحاولة معرفة وإدراك الواقع السياسي لم تكن هي الدوافع الأساسية لدى الجمهور الليبي في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (6) يوضح ترتيب المبحوثين لمواقع التواصل التي يعتمدون عليها كمصادر لمعلوماتهم السياسية

الترتيب	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	الوزن المرجح		
							مجموع النقاط	%	
الموقع	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	
الفيس بوك	268	51	21	13	18	17	2039	23.5	
التويتر	21	116	103	72	50	17	1451	16.7	
اليوتيوب	48	69	92	52	89	29	1275	14.7	
الوي شات	19	58	46	143	60	53	1190	13.7	
الفايبر	42	45	62	60	105	77	1192	13.8	
النمبز	27	44	47	45	45	108	903	10.4	
أخرى	42	36	18	24	18	6	618	7.2	
مجموع الأوزان المرجحة								8668	100

تكشف بيانات الجدول السابق أنّ الفيس بوك جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور في متابعة الشأن السياسي الليبي، حيث حصل على أعلى نسبة بلغت 23.5%، تلاه مباشرة موقع التوتتر بنسبة بلغت 16.7%، ثم موقع اليوتيوب بنسبة 14.7%، في الوقت الذي حصل فيه الوي شات والفايبر على نسب متقاربة جداً بلغت 13.8% و 13.7% على التوالي، أمّا موقع النمبز فقد حصل على أقل نسب في تلك المواقع بلغت 10.4%، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصل إليه الباحث في بحث سابق عن استخدام جمهور مدينة مصراته لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (7) يوضح المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة الشأن الليبي

لا اعتمد عليها		مجموع الذين يعتمدون عليها		اعتمد بدرجة متوسطة		اعتمد بدرجة كبيرة		مدى الاعتماد المصادر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
22.9	99	75.3	301	43.1	186	26.6	115	القنوات الفضائية الليبية
42.1	182	57.5	218	34.5	149	16.0	69	القنوات الفضائية العربية
35.0	151	62.3	249	36.3	157	21.3	92	الإذاعات المسموعة
66.9	289	27.8	111	18.3	79	7.4	32	الصحف الورقية
47.7	206	48.5	194	29.9	129	15.0	65	مواقع الصحف الإلكترونية
25.2	109	72.8	291	43.8	189	23.6	102	مواقع التواصل الاجتماعي
27.3	118	60.5	242	31.3	135	34.0	107	الأهل والأصدقاء
400								ن

يتضح من بيانات الجدول السابق أنّ الفضائيات الليبية كانت من أهم المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة الشأن السياسي الليبي، حيث حصلت على أعلى نسبة مئوية بلغت 75.3%، ويرى الباحث أنّ هذه نتيجة طبيعية نظراً لتعدد القنوات الفضائية في ليبيا خلال السنوات الثلاث الأخيرة وتعدد انتمائها، مما أفرز خطاباً إعلامياً متنوعاً إلى درجة كبيرة في كثير من الأحيان، مما أتاح بدائل عديدة أمام الجمهور الليبي، إلا أنّ النتيجة التي يمكن الوقوف عندها هي حصول مواقع التواصل الاجتماعي على نسبة عالية هي الأخرى من حيث

اعتماد الجمهور عليها كمصدر معلومات حول الشأن الليبي، حيث حصلت على نسبة 72.8%، مما يعني أنّ هذه المواقع أصبحت تشكل مصدراً هاماً من المصادر المعلوماتية للجمهور، حيث تفوقت على مصادر قديمة أخرى كالإذاعات المسموعة والفضائيات العربية والتي جاءت بنسب أقل فكانت 62.3% و57.5% على التوالي، أمّا الصحف الورقية ومواقع الصحف الإلكترونية فقد حصلت على نسب أقل بلغت 27.8% و48.5% على التوالي، كما تؤكد بيانات الجدول أنّ الاتصال الشخصي لازال يحظى بنوع من الاعتماد الكبير أيضاً فقد قال ما نسبته 60.5% أنهم يعتمدون على الأهل والأصدقاء في متابعة الشأن السياسي الليبي.

الجدول رقم (8) يوضح مستويات رضا الجمهور عن تناول مواقع التواصل الاجتماعي للشأن السياسي الليبي

النسبة والنسبة	ك	%
مستويات الرضا		
راضي جداً	80	20
راضي إلى حد ما	214	53.5
غير راضي	106	26.5
المجموع	400	100

يتضح من بيانات الجدول أنّ مستوى رضا المبحوثين عن تناول مواقع التواصل الاجتماعي للشأن الليبي جاء متوسط حيث قال ما نسبته 53.5% أنهم راضون إلى حد ما عن تناول تلك المواقع للشأن الليبي، بينما قال ما نسبته 20% فقط أنهم راضون جداً على تناول مواقع التواصل للشأن الليبي، في الوقت الذي قال فيه ما نسبته 26.5% غير راضيين عن تناول مواقع التواصل الاجتماعي للشأن الليبي.

الجدول رقم (9) يوضح أسباب عدم رضا المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي

الأسباب	التكرار والنسبة	ك	%
لأنها لا تمثل وجه نظر متوازنة	66	62.3	
لأنها غير صادقة	51	48.1	
تتعدد بها مصادر صنع القرار	33	31.1	
لا تعبر عن آراء المجتمع الليبي	5	4.7	
تحتوي على متناقضات كثيرة	17	16.0	
ن	106		

من الجدول السابق يتبين أنّ أسباب عدم رضا المبحوثين عن تناول مواقع التواصل الاجتماعي للشأن الليبي كانت متعددة، حيث قال ما نسبته 62.3% من المبحوثين الذين ابدوا عدم رضاهم أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لا تمثّل وجهة نظر متوازنة في عرضها للشأن الليبي، في الوقت الذي قال فيه 48.1% منهم أنهم غير راضيين عن تناول مواقع التواصل الاجتماعي للشأن الليبي لأن تلك المواقع غير صادقة، أما الذين قالوا أنّ مصادر صنع القرار في مواقع التواصل الاجتماعي متعددة وغير واضحة فكانت نسبتهم 31.1%، كما قال ما نسبته 16.0% من المبحوثين أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تحتوي على متناقضات كثيرة أثناء معالجتها للموضوعات والقضايا التي تتعلق بالشأن الليبي، وعزا ما نسبته 4.7% من مجموع الذين ابدوا عدم رضاهم عن مواقع التواصل ذلك إلى أنها لا تعبر عن آراء المجتمع الليبي.

الجدول رقم (10) يوضح مستويات ثقة المبحوثين في بعض الموضوعات التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الاحتراف	المتوسط	لا أثق فيها مطلقاً		أثق فيها إلى حد ما		أثق فيها إلى حد كبير		درجة الثقة / الموضوعات والقضايا
			%	ك	%	ك	%	ك	
81	2.093	2.43	28.2	122	46.8	202	16.2	70	الموضوعات المتعلقة بأنشطة الحكومة الليبية
80.7	0.663	2.42	48.6	210	35.0	151	9.0	39	الموضوعات المتعلقة بالبرلمان الليبي أو المؤتمر
78.7	0.679	2.36	43.8	189	37.0	160	10.4	45	الموضوعات المتعلقة بـ لجنة السنين لصياغة الدستور
77.7	0.681	2.33	42.4	183	39.1	169	11.1	48	الموضوعات المتعلقة بمجالس البلديات
82	0.696	2.47	55.1	238	26.6	115	10.9	47	الموضوعات المتعلقة بالأحزاب السياسية
80.7	0.699	2.42	49.8	215	30.3	131	11.1	48	الموضوعات المتعلقة بفرض هيئة الدولة
74	0.712	2.22	36.3	157	41.0	177	15.3	66	الموضوعات المتعلقة بالمجال الأمني
71	0.754	2.13	32.9	142	37.7	163	20.6	89	الموضوعات المتعلقة بعلاقات ليبيا الخارجية
71.7	0.701	2.15	31.0	134	44.9	194	16.7	72	الموضوعات المتعلقة بالانتخابات
400									ن

تكشف بيانات الجدول السابق أنّ الموضوعات المتعلقة بالأحزاب السياسية تحظى بتقّة أعلى من غيرها في تناول مواقع التواصل الاجتماعي لها، وذلك بوزن نسبي عالي بلغ 82 تلتها مباشرة الموضوعات المتعلقة بأنشطة الحكومة الليبية والموضوعات المتعلقة بالبرلمان الليبي أو المؤتمر، ثم الموضوعات المتعلقة بفرض هببة الدولة وذلك بأوزان نسبية متقاربة جداً فكانت 81 ، 80.7 ، 80.7 على التوالي، أمّا الموضوعات المتعلقة بكل من لجنة الستين ومجالس البلديات وبالمجال الأمني فقد جاءت بنسب أقل وبشكل متفاوت إلى حد ما حيث حصلت بشكل متوالي على الأوزان النسبية التالية 78.7 ، 77.7 ، 74 ، في الوقت الذي حصلت فيه الموضوعات المتعلقة بالانتخابات على وزن نسبي بلغ 71.7 ، أما الموضوعات المتعلقة بعلاقات ليبيا الخارجية فقد حصلت على وزن نسبي بلغ 71 . ومن خلال التكرارات والنسب المئوية بالجدول السابق يمكن القول أن مستوى تقّة المبحوثين في تناول مواقع التواصل الاجتماعي للشأن الليبي جاءت متوسطة، وهذه النتائج تتفق مع ما ورد في الجدول رقم (8) الخاص بمستويات رضا المبحوثين عن تناول مواقع التواصل للشأن الليبي.

الجدول رقم (11) يوضح اتجاهات المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي

ر.م	رق	الاتجاه العبارة	موافق		محايد		غير موافق		الوزن	الآراء	المتوسط
			%	ك	%	ك	%	ك			
1	الاتجاهات الإيجابية	تقدم معلومات صادقة وواقعية.	36.8	159	35.6	154	20.1	87	0.764	1.82	60.7
2		تعمل على توعية الناس وتقديم المعلومات الجيدة لهم.	39.8	172	36.1	156	16.7	72	0.740	1.75	58.3
3		تعمل على تقديم المساعدة للشعوب ضد الحكام.	34.0	147	33.8	146	23.6	102	0.807	1.84	61.3
4		تفسح المجال أمام جميع الناس للتعبير عن آرائهم.	38.9	168	33.8	146	19.9	86	0.786	1.88	62.7
5		تمكن الناس من الوصول إلى المعلومات بكل حرية ودون أي عوائق.	38.4	166	30.1	130	24.1	104	0.771	1.79	59.7
مجموع الأوزان النسبية =			302.7								
6	الاتجاهات السلبية	تعمل على إثارة الفتن والقتال.	27.1	117	31.0	134	34.5	149	0.812	2.08	69.3
7		تحتوي على آراء ضعيفة وغير صادقة.	27.1	117	35.6	154	29.9	129	0.784	2.03	67.7
8		فضاء مفتوح لا يمكن الوثوق به.	28.9	125	35.8	152	28.5	123	0.775	2.01	67
9		تفتقر إلى الدقة والمصداقية في ما تعرضه.	27.1	117	37.0	160	28.5	123	0.788	1.99	66.3
10		تحوم حولها الشكوك والريبة من حيث أهدافها الحقيقية.	29.4	127	38.9	168	22.9	99	0.754	1.92	64
مجموع الأوزان النسبية =			334.3								
400											
ن											

تكشف بيانات الجدول السابق أنّ جمهور المبحوثين يملكون اتجاهات سلبية حيال مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الاتجاهات الإيجابية، حيث جاء مجموع الأوزان النسبية للعبارة الدالة على الاتجاهات السلبية أعلى من الإيجابية فقد بلغت 334.3 ، في الوقت الذي جاءت فيه مجموع الأوزان النسبية للاتجاهات الإيجابية حيال مواقع التواصل بأقل من ذلك فبلغت 302.7 ، وإذا ما تفحصنا الجدول بشكل مفصل فإننا نلاحظ أنّ أغلب العبارات الدالة على الاتجاهات السلبية حصلت على أوزان نسبية، حيث حصل الذين يرون أنها تعمل على إثارة الفتن والقتال على أعلى وزن نسبي بلغ 69.3 ، وجاءت بقية الأوزان النسبية الأخرى متقاربة، فحصل الذين يرون أنها تحتوي على آراء ضعيفة وغير صادقة على وزن نسبي بلغ

67.7 ، تلاها مباشرة الذين قالوا أنها فضاء مفتوح لا يمكن الوثوق به بوزن نسبي مقارب جداً بلغ 67 ، أما الذين يرون أنها تفتقر إلى الدقة والمصادقية في ما تعرضه وأنها تحوم حولها الشكوك والريبة من حيث أهدافها الحقيقية، فقد جاءت أوزانها النسبية متقاربة أيضاً فكانت 66.3 و64 على التوالي، أما عن الاتجاهات الايجابية فقد جاءت أوزانها النسبية هي الأخرى متقاربة، حيث بلغت الأوزان النسبية للذين يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تفسح المجال أمام جميع الناس للتعبير عن آرائهم 62.7 ، بينما قال ما وزنه النسبي 61.3 أنها تعمل على تقديم المساعدة للشعوب ضد الحكام، كما قال ما وزنه النسبي 60.7 أنها تقدم معلومات صادقة وواقعية، وتقاربت الأوزان النسبية بين الذين يرون أنها تعمل على توعية الناس وتقديم المعلومات الحيدة لهم، وكذلك تمكن الناس من الوصول إلى المعلومات بكل حرية ودون أي عوائق فكانت أوزانها النسبية 59.7 و58.7 على التوالي، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الوضع السياسي والأمني الذي يعيشه المجتمع الليبي أثناء إجراء الدراسة والزيادة الواضحة في استخدام مواقع التواصل وهذا يتضح بجلاء من خلال معاشتنا للواقع الليبي.

الجدول رقم (12) مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في الاطلاع المبحوثين على الشأن الليبي

التكرار	ك	%
والتكرار والنسبة مدى الإسهام		
نعم إلى حد كبير	101	23.4
نعم إلى حد ما	257	59.5
لا لم تسهم	42	9.7
المجموع	400	100

من الجدول السابق يتضح أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لم يكن لها إسهام كبير في متابعة الشأن الليبي، فقد قال ما نسبته 23.4% فقط أنها أسهمت في إطلاعهم على الشأن الليبي بشكل كبير، بينما قال أكثر من نصف المبحوثين أنّ مواقع التواصل أسهمت بشكل متوسط في

إطلاعهم على الشأن الليبي، أما الذين قالوا أنها لم تسهم في إطلاعهم على الإطلاق كانت نسبتهم قليلة جداً فبلغ 9.7 فقط من مجموع نسب المبحوثين وهذا يتفق مع دراسات سابقة حول استخدام الجمهور الليبي لمواقع التواصل.

الجدول رقم (13) الموضوعات التي مارست فيها مواقع التواصل دور الرقابي كما يراها المبحوثين

الوزن النسبي	الاحتمال	الدرجة الوسط	لم تمارس إي دور رقابي		مارست دور رقابي إلى حد ما		مارست دور رقابي كبير		الدور الرقابي القضايا والموضوعات
			ك	%	ك	%	ك	%	
68.7	0.776	2.06	133	30.8	158	36.6	109	25.2	تعزيز ثقة المواطنين في تحول ليبيا إلى دولة ناجحة.
81.7	0.577	2.45	197	45.6	186	43.1	17	3.9	ممارسة الرقابة المالية على السياسيين.
80	0.683	2.40	207	47.9	148	34.3	45	10.4	ممارسة الرقابة على أعمال الحكومة.
84	0.648	2.52	245	56.7	121	28.0	34	7.9	ممارسة الرقابة على أعمال البرلمان.
75.3	0.767	2.26	183	42.4	138	31.9	79	18.3	الكشف عن الممارسات الخاطئة للأحزاب والرموز السياسية.
73	0.782	2.19	169	39.1	140	32.4	91	21.1	توجيه الرأي العام وتحريك الشارع ضد السلطات.
81	0.668	2.43	215	49.8	145	33.6	40	9.3	الرقابة على سلوكيات التشكيلات المسلحة خارج القانون.
73.7	0.756	2.21	165	38.2	154	35.6	81	18.8	المساهمة في كشف العنف والدعوة للتصدي له.
		400							ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنّ الموضوعات المتعلقة بممارسة الرقابة على أعمال البرلمان حصلت على أعلى مجموع نسبي بلغ 84 في الوقت الذي جاءت فيه كل من الموضوعات المتعلقة بممارسة الرقابة المالية على السياسيين والرقابة على سلوكيات التشكيلات المسلحة والرقابة على أعمال الحكومة 81.7، 81، 80 على التوالي أما الكشف عن الممارسات الخاطئة للأحزاب والرموز السياسية وكذلك المساهمة في كشف العنف

والدعوة للتصدي له فقد حصلت على أوزان نسبية متقاربة فكانت 75.3 و 73.7 على التوالي في الوقت الذي حصلت فيه الموضوعات المتعلقة بتوجيه الرأي العام وتحريك الشارع على أقل نسبة بلغت 73 . بالقراءة التفصيلية لبيانات الجدول يمكن القول أن المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لم يكون لها دور واضح وفعال في ممارسة الرقابة على العديد من الموضوعات المتعلقة بالشأن الليبي.

الجدول رقم (14) الموضوعات التي تعاملت معها
مواقع التواصل بإيجابية كما يراها المبحوثين

الوزن النسبي	الترتيب	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		الرأي العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
67.7	0.790	2.03	30.3	131	34.7	150	27.5	119	تعزيز ثقة المواطن بالسلطة السياسية.
59.3	0.775	1.78	19.9	86	32.6	141	40.0	173	المساهمة في توعية المواطن بحقوقه وواجباته السياسية.
61.7	0.85	1.85	27.8	120	23.4	101	41.4	197	الدعوة إلى الحوار الوطني والمصالحة الوطنية.
60.3	0.840	1.81	25.2	109	23.8	103	42.2	183	المساهمة في دعم اللحمة الوطنية ونبذ الفرقة.
58.7	0.848	1.76	25.2	108	21.1	91	46.5	201	المساهمة في نشر الوعي بممارسة الديمقراطية وحق الانتخاب.
59.3	0.756	1.78	18.5	80	35.4	153	38.7	167	المساهمة في الدعوة إلى نزع السلاح وتحقيق الأمن.
62.3	0.832	1.87	26.9	116	27.1	117	38.7	167	المساهمة في التعريف بالمرشحين في الانتخابات البلدية والبرلمانية.
400									ن

من خلال الجدول يمكن القول أن تعزيز ثقة المواطن بالسلطة السياسية كانت أكثر الموضوعات التي تعاملت معها مواقع التواصل الاجتماعي بإيجابية من وجهة نظر المبحوثين، حيث حصلت على أعلى وزن نسبي بلغ 67.7 ، أما الذين قالوا أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت بإيجابية في التعريف بالمرشحين في الانتخابات البلدية والبرلمانية فقد بلغ وزنهم النسبي 62.3 ، في الوقت الذي حصل فيه من رأى أن مواقع التواصل تعاملت بإيجابية مع الدعوة للحوار الوطني والمصالحة الوطنية وكذلك المساهمة في

دعم اللحمة الوطنية ونبذ الفرقة على أوزان نسبية بلغت 61.7 و60.3 على التوالي، أما عن المساهمة في الدعوة إلى نزع السلاح وتحقيق الأمن والمساهمة في توعية المواطن بحقوقه وواجباته فقد رأى ما وزنه النسبي 59.3 من المبحوثين أنّ مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور في ذلك، كما قال ما وزنه النسبي 58.7 أنّ مواقع التواصل أسهمت في نشر الوعي بممارسة الديمقراطية وحق الانتخاب.

الجدول رقم (15) توقّعات المبحوثين لدور مواقع التواصل في المستقبل

التوقع	التكرار والنسبة	ك	%
أتوقع أن يزداد دورها في حياة الناس بشكل أكثر مما هي عليه الآن.	307	71.1	
أتوقع أن يتراجع دورها أمام وسائل الاتصال الأخرى.	12	2.8	
لا أتوقع أي تغيير في دورها الذي تقوم به الآن.	81	18.8	
ن	400		

من خلال الجدول السابق يتضح أن نسبة عالية جداً من المبحوثين يتوقعون أنّ دور مواقع التواصل الاجتماعي سيزداد بشكل أكبر في المستقبل القريب حيث بلغت نسبتهم 71.1% بينما قال ما نسبته 18.8% فقط أنهم لا يتوقعون أي تغيير في دورها الذي تقوم به الآن، في الوقت الذي قال فيه 2.8% فقط أنهم يتوقعون تراجع لدورها أمام وسائل الاتصال الأخرى، ويمكن فهم هذه النتيجة في ضوء التطور الكبير والسريع الذي شهدته وسائل الإعلام والاتصال في السنوات الماضية مما أفرز نوع من التوقعات الإيجابية لدور تلك الوسائل لدى جمهور المبحوثين.

اختبارات الفروض البحث:

الفرض الأول:

الجدول رقم (16) يوضح العلاقة بين اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي وبين المصادر التي يعتمدون عليها في متابعة الشأن الليبي

المعنوية	معامل بيرسون ن = (400)	المصادر
0.00	0.31	القنوات الفضائية الليبية.
0.00	0.33	القنوات الفضائية العربية.
0.00	0.19	الإذاعات المسموعة.
0.00	0.14	الصحف الورقية.
0.04	-0.09	مواقع الصحف الإلكترونية.
0.01	0.12	مواقع التواصل الاجتماعي.
0.45	0.03	الأهل والأصدقاء.

تكشف بيانات الجدول السابق عن أنّ هناك علاقة إحصائية دالة بين اتجاهات جمهور المبحوثين وأغلب المصادر التي يعتمدون عليها في متابعة الشأن السياسي الليبي، حيث أظهر الاختبار وجود علاقة ارتباطية بين القنوات الفضائية واتجاهات المبحوثين حول مواقع التواصل، وهي علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.000 وهي علاقة موجبة متوسطة الشدة حيث بلغت قيمة بيرسون 0.31، وكما تكشف البيانات أنّ هناك علاقة ارتباطية موجبة بين اعتماد المبحوثين على الفضائيات العربية كمصدر لمعلوماتهم حول الشأن الليبي وبين اتجاهاتهم نحو مواقع التواصل الاجتماعي، وهي علاقة دالة عند مستوى معنوية 0.000 وهي متوسطة الشدة أيضاً، وذلك كما تشير قيمة معامل بيرسون التي بلغت 0.33، ويتضح أيضاً من خلال الجدول أنّ ثمة علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.000 بين اتجاهات المبحوثين وبين اعتمادهم على كل من الإذاعات المسموعة والصحف الورقية ومواقع التواصل الاجتماعي هي علاقات ضعيفة الشدة حيث جاءت قيم معامل

بيرسون لتلك العلاقات 0.14 ، 0.12 ، أما عن علاقة مواقع الصحف الإلكترونية باتجاهات المبحوثين حول مواقع التواصل فقد جاءت علاقة ارتباطيه سالبة وهي علاقة دالة عند مستوى معنوية 0.04 إلا أنها ضعيفة الشدة كما يشير إلى ذلك معامل بيرسون الذي بلغ قيمته -0.09 كما أشارت النتائج إلى أنه لا توجد علاقة إحصائية دالة بين الأهل والأصدقاء كمصدر معلومات يعتمد عليها المبحوثين وبين اتجاهاتهم نحو مواقع التواصل الاجتماعي فقد جاء مستوى المعنوية غير دال حيث بلغ 0.45 ، ويمكن تفسير هذه النتائج في ضل وجود اتجاهات إيجابية حول مواقع التواصل الاجتماعي بين جمهور المبحوثين كذلك ما أشارت إليه العديد من الدراسات السابقة عن الجمهور الليبي، والذي يعكس اعتماد الجمهور بشكل كبير على القنوات الفضائية في متابعة الأحداث السياسية إضافة إلى المشهد الإعلامي الجديد الذي يعيشه المواطن الليبي خلال فترة الدراسة من تعدد الفضائيات ومصادر المعلومات الأخرى وكذلك التغيير السياسي الذي كان لمواقع التواصل الاجتماعي نصيب الأسد فيه، وهذا ما يعكسه الواقع الذي يعيشه المواطن الليبي اليوم، وبناء عليه يمكن القول بقبول الفرض الأول والقائل بوجود علاقة إحصائية دالة بين اتجاهات المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي وبين المصادر التي يعتمدون عليها في متابعة الشأن الليبي.

الفرض الثاني:

الجدول رقم (17) يوضح العلاقة بين اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل وبين توقعاتهم لمستقبل تلك المواقع

المعنوية	معامل بيرسون (ن = 400)	الاتجاه
0.000	0.33	الاتجاهات الايجابية.
0.38	-0.44	الاتجاهات السلبية.

تكشف بيانات الجدول السابق عن أنّ هناك علاقة إحصائية دالة بين الاتجاهات الايجابية لجمهور المبحوثين وبين توقعاتهم المستقبلية لمواقع التواصل حيث بلغت قيمة المعنوية 0.000 ، وهي علاقة إيجابية متوسطة كما يشير معامل بيرسون الذي بلغت قيمته 0.33 ، أما الاتجاهات السلبية فقد أوضحت نتائج الاختبار عدم وجود علاقة إحصائية دالة بينها وبين

العلاقة بين اتجاهات الجمهور الليبي نحو مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكه لدورها في الواقع السياسي الليبي...

توقعاتهم لمستقبل مواقع التواصل الاجتماعي، وبهذا يمكن قبول الفرض الثاني بشكل جزئي فقط .

الفرض الثالث:

الجدول رقم (18) توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل ومدى مساهمتها في اطلاع المبحوثين على الشأن الليبي

المعنوية	معامل بيرسون (ن = 400)	الاتجاه
0.000	0.15	الاتجاهات الايجابية
0.002	0.13	الاتجاهات السلبية

يكشف اختبار بيرسون الإحصائي من خلال بيانات الجدول السابق أنّ هناك علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين اتجاهات الجمهور الإيجابية نحو مواقع التواصل الاجتماعي وبين إسهام تلك المواقع في اطلاع المبحوثين على الشأن الليبي، وهي علاقة دالة عند مستوى معنوية 0.000 إلا أنها علاقة ضعيفة الشدة، وذلك كما تشير قيمة معامل بيرسون والتي كانت 0.15 فقط. أما عن نوع العلاقة التي تربط بين اتجاهات الجمهور السلبية نحو مواقع التواصل الاجتماعي وبين إسهام تلك المواقع في إطلاعهم على الشأن الليبي فقد جاءت هي الأخرى علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى معنوية بلغ 0.002 وضعيفة الشدة أيضاً، فقد بلغت قيمة بيرسون 0.13 وهذه نتيجة منطقية، فكلما زادت الاتجاهات الإيجابية نحو مواقع التواصل كلما زادت إسهامها من وجهة نظرهم في متابعتهم للشأن الليبي، وبذلك يتم قبول الفرض الثالث والقائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل ومدى مساهمتها في اطلاع المبحوثين على الشأن الليبي.

الفرض الرابع:

تختلف اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف النوع والمستوى التعليمي.

الجدول رقم (19) يوضح الفروق بين اتجاهات الجمهور من حيث النوع

النوع	العدد	المتوسط	الانحراف
ذكور	194	18.80	3.71
إناث	206	19.55	4.20
درجة الحرية = 398 ، مستوى المعنوية = 0.06 ، $t = 1.8$			

من خلال بيانات الجدول السابق يتضح أنه لا توجد فروق إحصائية دالة بين الذكور والإناث من المبحوثين من حيث اتجاهاتهم نحو مواقع التواصل الاجتماعي، فقد أشارت نتائج الاختبار أنّ مستوى المعنوية غير دالة فقد بلغت 0.06 مما يؤكد عدم وجود أي دور لمتغير النوع في اتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (20) يوضح الفروق بين اتجاهات الجمهور من حيث المستوى التعليمي

السلبية		الإيجابية		نوع الاتجاه المستوى التعليمي
الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
2.88	12.30	2.32	8.82	يقرأ ويكتب (ن = 23)
3.80	10.66	2.61	10.11	ابتدائي (ن = 20)
2.38	12.43	2.50	9.53	إعدادي (ن = 64)
2.89	12.71	2.21	8.62	ثانوي (ن = 164)
2.88	11.32	2.67	9.40	جامعي فما فوق (ن = 129)
قيمة $F = 5.44$ المعنوية = 0.000		قيمة $F = 2.78$ ، المعنوية = 0.26		

درجة الحرية الأولى = 4 ، درجة الحرية الثانية = 95.

تكشف نتائج الاختبار من خلال الجدول السابق ما يلي:

- لا توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين من ذوي المستويات التعليمية المختلفة من حيث اتجاهاتهم الإيجابية نحو مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جاء مستوى المعنوية غير دال وذلك عند قيمة 0.26 وهي قيمة غير دالة، مما يؤكد عدم وجود أي دور لمنغير التعليم في اتجاهات المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي.
- أثبت الاختبار وجود فروق بين المبحوثين من المستويات التعليمية المختلفة في اتجاهاتهم السلبية نحو مواقع التواصل الاجتماعي، وهي فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.000 وجاءت تلك الفروق لصالح المبحوثين الذين يحملون مستوى التعليم الثانوي، حيث حصلوا على أعلى متوسط حسابي بلغ 12.71 في مقابل متوسطات مختلفة لبقية المستويات التعليمية، مما يؤكد أنّ اتجاهات المبحوثين السلبية نحو مواقع التواصل الاجتماعي تختلف باختلاف مستوياتهم التعليمية.

الخاتمة:

انتهت نتائج البحث إلى أنّ معدلات تعرض جمهور المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تقع في المنطقة الوسطى على معدلات التعرض لوسائل الإعلام، وهذه نتيجة تتفق مع العديد من الدراسات السابقة سواء التي أجريت على استخدام الجمهور الليبي لمواقع التواصل أو تلك التي أجريت على استخدام الجمهور لشبكة المعلومات الدولية بشكل عام، أمّا عن المعدلات الزمنية التي يستخدم فيها المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي فقد كانت متدنية، حيث جاءت أعلى نسبة من المبحوثين لصالح الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل أقل من ساعة يومياً.

كما اتفقت نتائج البحث مع العديد من الدراسات التي أجريت حول دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، حيث جاء دافع متابعة الأخبار في مقدمة الدوافع التي تقف وراء استخدام جمهور المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، بينما جاءت دوافع المشاركة في النقاش السياسي أقل الدوافع، مما يؤكد أنّ الدوافع السياسية ومحاوله إدراك الواقع السياسي لم تكن هي الدوافع الأساسية وراء استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي.

وأشارت نتائج البحث إلى أنّ موقع (الفيس بوك) جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة الشأن الليبي، وهذا ما أكدته العديد من الدراسات السابقة على مواقع التواصل الاجتماعي سواء في المجتمع الليبي أو في المجتمعات العربية والأجنبية الأخرى، كما انفقت نتائج البحث مع الكثير من الدراسات السابقة حول المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في متابعة الأحداث والقضايا المحلية، حيث كشفت نتائج البحث أنّ الفضائيات الليبية والعربية كانت أكثر المصادر الإعلامية اعتماداً من قبل جمهور المبحوثين في متابعة الشأن السياسي الليبي، كذلك أظهرت النتائج ارتفاع نسبة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر لمعلومات حول الشأن الليبي، حيث بلغت نسبتها 72% مما يشير أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من الوسائل الهامة في متابعة الشأن الليبي، وهذا ما يعززه ما أشارت إليه النتائج السابقة من هذا البحث من أنّ دوافع متابعة الأخبار جاءت في مقدمة الدوافع وراء استخدام مواقع التواصل، كذلك تشير هذه النتيجة أيضاً إلى تفوق مواقع التواصل الاجتماعي على الكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى كالإذاعات المسموعة والصحف الإلكترونية والورقية، الأمر الذي يفتح الباب أمام ضرورة إجراء دراسات علمية مقارنة حول اعتماد الجمهور الليبي على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وانتهت نتائج البحث أيضاً إلى أنّ الموضوعات المتعلقة بالجسم التشريعي وكذلك الحكومة جاءت أكثر الموضوعات التي تحظى بتقّة المبحوثين من حيث تناولها من قِبل مواقع التواصل الاجتماعي، وأظهر البحث أنّ نسبة لا بأس بها من المبحوثين يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في زيادة إطلاعهم على الشأن السياسي الليبي، وأنّ مواقع التواصل الاجتماعي مارست نوعاً من الرقابة على الأجهزة التشريعية والتنفيذية من خلال تناولها للعديد من الموضوعات المتعلقة بالشأن السياسي الليبي.

وكشفت نتائج البحث أيضاً عن أنّ المبحوثين يملكون اتجاهات سلبية نحو مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الاتجاهات الإيجابية، وبالرغم من ذلك فإنهم يرون أنّ دورها سيزداد في المستقبل أكثر مما هو عليه اليوم، وربما يرجع ذلك إلى حداثة عهد المبحوثين بهذه المواقع وعدم معرفتهم لخلفيات الكثير منها، خاصة وأنّ تزايد الاعتماد على هذه الوسائل جاء مع التغيير الكبير الذي شهده المجتمع الليبي وما يمر به من تعدد فكري واتجاهات سياسية

العلاقة بين اتجاهات الجمهور الليبي نحو مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكه لدورها في الواقع السياسي الليبي...

تتناولها مواقع التواصل بشكل ربما مبالغ فيه وقد لا يتماشى والصورة التي يكونها الفرد في ليبيا حول تلك الوسائل.

وانتهت نتائج البحث إلى أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في زيادة إطلاع المبحوثين على الشأن السياسي الليبي للمبحوثين الذين يملكون اتجاهات إيجابية نحوها، في الوقت الذي لم تسهم في إطلاع من يملكون اتجاهات سلبية، كما أوضح البحث أنّ اتجاهات المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي لا تختلف باختلاف نوعهم ذكوراً وإناً في الوقت الذي يوجد فيه اختلاف بين المبحوثين من ذوي المستويات التعليمية المختلفة في اتجاهاتهم السلبية نحو مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي الختام.. يمكننا القول أنّ هناك علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة الشدة بين اتجاهات جمهور المبحوثين ومدى إدراكهم للواقع السياسي الليبي.

المراجع

أولاً: المراجع العربية.

- 1- محمد حمدي عبد القوي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، ج 3، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 7-9 يوليو 2009.
- 2- تيدوز (التقنية بالعربية)، أيمن فكري، الفيس بوك وتويتر خلال 2010، في 27/12/2010 متاح (On Line).
- 3- العربية. نت، عالمياً يأتي فيسبوك ثالثاً بعد غوغل ومايكروسوفت دراسة جديدة: فيسبوك يتقدم على غوغل. كوم في الولايات المتحدة، السبت 01 يناير 2011. متاح (On Line) : <http://www.alarabiya.net/articles/2011/01/01/131758.html>
- 4- الجديدة (علوم وتقنية)، دراسة جديدة أجريت في ألمانيا حول الفيس بوك وحماية الخصوصية الفردية، في 22, 2011, October متاح (On Line) : <http://aljadidah.com/2011/10/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9->
- 5- موقع الإمارات اليوم، (المصدر: رويترز)، دراسة: فيس بوك يساعد في تكوين صداقات أفضل، في 17 يونيو 2011. متاح (On Line) : <http://www.emaratalyoun.com/life/four-sides/2011-06-17-1.403971>
- 6- موقع أخبار الساعة، دور الإعلام الاجتماعي في تفعيل الثورات العربية، في 15/09/2011 متاح (On Line) : <http://www.alsaanews.com/2011/09/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9->
- 7- خالد صلاح الدين، دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها في مصر في إطار تحليل الخطاب الإعلامي ونظرية الاعتماد، "الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات" المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، ج 2، جامعة القاهرة، 7-9 يوليو 2009.
- 8- عيسى عبد الباقي، انعكاسات الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد على تنمية وعي الشباب الجامعي بالقضايا السياسية، دراسة حالة للتحوّل الديمقراطي في مصر، ورقة علمية

- مقدمة من مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية 15-17/3/2009.
- 9- محمد فؤاد الدهراوي، دور التلفزيون والإنترنت في دعم المشاركة بالتطبيق على انتخابات الرئاسة المصرية 2012 ، ملخص الأبحاث المقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام جامعة الأزهر "المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي" 14-17/4/2013.
- 10- نصر الدين ومريم صالح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الواقع السياسي العربي: دراسة تطبيقية على عينة من أساتذة الإعلام، ملخص الأبحاث المقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام جامعة الأزهر "المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي" 14-17/4/2013.
- 11- مفتاح محمد اجعيه، استخدام جمهور مدينة مصراته لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة منها، مجلة البحوث الإعلامية، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق بوزارة الثقافة والمجتمع المدني، العدد 51-52 ، 2013.
- 12- حنان بنت شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية (الفيس بوك نموذجاً والتوتر نموذجاً)، ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والتربية، جامعة الملك عبد العزيز، 1434 هـ.

ثانياً: المراجع الأجنبية.

- 1- Rodriguez Maria Gabriela (2007) A look at the factors Influencing the Utization and Enjoyment of computer Based Social network Unpolished Master thesis, University of South Albama.
- 2- Warfel. A. Elizabeth (2008) "Perceptions of privacy on face book" Unpublished Master Thesis, The Rochester Institute of Technology college of Liberal Arts.
- 3- Julie Tweed (2008) "An Examination of changing perception of Singlehood" Unpublished Master Thesis, East Tennessee State University.
- 4- Matthew Gardner Birnbaum "Taking Goffman on Tour of face book :College students and presentation of self in a Madiated Digital Environment, Unpublished PHD Thesis (The University of Arizona 2008).
- 5- Jovier Rodriguez & Borlado Martinez (2008) "A study of Emerging Opportunities for Digital Print Production of User- Generated Content" Unpublished Master Thesis, the school of print Media in the College of Imaging Arts and Sciences of the Rochester Institute of Technodgy.

- 6- Eberhardt David "Facing Up to Face book" About Compus\ Set\oct2007\
Published Online in wiley interscience www.intesciencewily.com
- 7- Earnheart, Mary Beth, Examining Motives and Elaboration when using
Television and the Internet ,P H D ,A dissertation, College of
communication and Information, Kent State University, U S A, 2006.
- 8- Markus Seifert &Marco Brauer: Abreak through for Political on Lin
Communication? Empirical results for the use of new political participation
forms on the net ,Proposal for the Conference towards asocial science of
web (2006) available at: <http://www.scholar.google.com>
- 9- Amanda Lenhart & Susannah Fox, Bloogers Apotrait of Internet net
storytellers, pew Internet & American life Project.(2010) A vailable, At
<http://www.Pewinternet.org>