

العوامل المؤثرة على اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات

دراسة استطلاعية على عينة من سكان مدينة بنغازي

د. سليمة حسن سعد زيدان الاستاذ المساعد بكلية الإعلام، جامعة بنغازي

تاريخ النشر: 2017/6/1

ملخص

تعد مصداقية الوسيلة إ أهم العوامل المؤثرة على مستوى استخدامها ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات، ولتحديد درجة مصداقية وسائل الإعلام الجديد في ظل تعدد مصادر معلوماتها نبحث في أهم العوامل المؤثرة على درجة هذه المصداقية من خلال إجراء البحوث والدراسات العلمية وعلى مستوى هذا البحث اتضح أن أهم مؤشرات مصداقية هذه الشبكات لدي الجمهور الليبي هو أنها تقدم معلومات مدعمة بالصور ومقاطع الفيديو وتوفر مساحة من الحرية أكثر من وسائل الإعلام التقليدية و تقدم معلومات حديثة، كما ان خاصية التفاعلية والمشاركة الحية في إبداء الرأي احد اهم مؤشرات المصداقية ، كما اتضح أن أهم الدوافع الكامنة وراء اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات هي تحقيق الأهداف المعرفية و الطقوسية وأن أهم التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد هي أن المعلومات المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي تعطيهم القدرة على اتخاذ موقف تجاه الأزمة وتشعرهم بأن الأزمة تمسهم بشكل مباشر وانها تساعدهم على التقليل من حجم الأزمة ثم انها تزيد من احساسهم بحجم الأزمة ثم انها تزيل لديهم الغموض عن الأزمة وتقلل من مخاوفهم من المخاطر المرتبطة بالأزمة .

الكلمات المفتاحية: العوامل، المصداقية، شبكات التواصل الاجتماعي، الجمهور الليبي.

Factors Influencing the Libyan Audience's Reliance on Social Media as an Information Source During Crises: An Exploratory Study on a Sample of Benghazi Residents

Dr. Salima Hassan Saad Zidan

Assistant Professor, Faculty of Media, University of Benghazi

Date of Publication: 01/06/2017

Abstract

The credibility of a medium is considered one of the most influential factors affecting its usage level and the degree of reliance on it as a source of information. To determine the credibility level of new media in light of the multiplicity of information sources, it is necessary to explore the main factors influencing the perceived credibility of these platforms through scientific research and studies.

This study revealed that the key indicators of the credibility of social networks for the Libyan audience include their ability to provide information supported by photos and videos, offering more freedom compared to traditional media, and delivering up-to-date information. Furthermore, interactivity and the opportunity for live participation in expressing opinions were found to be among the most significant indicators of credibility.

The study also found that the main motivations behind the reliance on social media as an information source during crises include the fulfillment of cognitive and ritualistic objectives. Among the most prominent effects of this reliance are that the information available on social media enables users to take a stance on the crisis, creates a sense of direct impact by the crisis, helps reduce the perceived magnitude of the crisis, increases awareness of the crisis's scope, clarifies ambiguities surrounding the crisis, and alleviates fears associated with crisis-related risks.

Keywords: Factors, Credibility, Social Media, Libyan Audience.

المقدمة

شبكات التواصل الاجتماعي إحدى الظواهر الاتصالية التي صاحبت ظهور الاعلام الجديد ، وقد مثلت هذه الشبكات حاضنة اجتماعية لمعظم أفراد المجتمعات العربية والأجنبية على حد سواء ، وقد غدت هذه الشبكات مستودع كبير للمعلومات والآراء والأفكار والتحليلات ولا يخفى على أحد غزارة معلوماتها وثرائها الأمر الذي يصاحبه إقبال كبير على ارتيادها والبحث عن المعلومات من خلال محتواها ولعل الدراسات العلمية التي اجريت على شبكات التواصل الاجتماعي توصلت إلى أن المعلومات المتاحة عليها ذات قيمة عالية جدا وإن اختلفت وجهات النظر بين الباحثين على درجة مصداقيتها ومصادقية ووضوح مصادر معلوماتها الأمر الذي جعل الكثير يقف عند حدود التعرض لهذه المعلومات دونما الاعتماد عليها والثقة فيها كمصدر رئيس للمعلومات ، والمتأمل لنتائج كثير من الدراسات التي حاولت قياس مصداقية هذه الشبكات ودرجة ثقة المستخدمين لهذه الوسائل يرى أن أغلب الدراسات تشير إلى أن غزارة المعلومات وتضاربها وغموضها وعدم وضوح مصادرها هي مؤشرات تقف وراء عدم الثقة فيها وعدم الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات في اوقات الأزمات .

ولإجراء القياس على مصداقية هذه الشبكات لدى الجمهور الليبي ،يمكن الوقوف على خصائص المرحلة الزاهنة ذات الأزمات التي تجعل من المتلقي يبحث عن المعلومات في ظل الغموض الذي

ينتاب الأحداث والقضايا ، فيتجه إلى وسائل الإعلام المتاحة أمامه ليستقي منها معلوماته ، وفي ظل تعدد وسائل الإعلام أمامه وغزارة معلوماتها ، وفي ظل زيادة مزايا شبكات التواصل الاجتماعي والتدفق السريع للمعلومات من خلالها يطرح السؤال المهم هو ما هي درجة مصداقية هذه المعلومات المتاحة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وماهي العوامل أو المؤشرات التي تحدد مصداقيتها والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات .

تحديد مشكلة البحث

تعد مصداقية الوسيلة إحدى أهم العوامل المؤثرة على مستوى استخدامها ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات ، إذ إن الفرد (المتلقي) يسعى لخلق حلقة وصل بينه وبين الأحداث عن طريق وسائل الاتصال المتاحة أمامه وهنا يقع المتلقي في إشكالية أي الوسائل أكثر دقة وسرعة ومصداقية في نشر الأخبار ، ، هذا من جانب ومن جانب آخر تتسابق وسائل الاتصال المتاحة أمامه في نشر هذه الأخبار وتتعدد الخيارات أمامه ، ولكن عندما يريد الحصول على معلومة دقيقة فإنه يبحث عن الوسيلة الأكثر مصداقية بالنسبة له، ولعل هناك عدة عوامل تجعل المتلقي يشعر بأن هذه الوسيلة أكثر مصداقية من غيرها ... وفي خضم وجود الإعلام الجديد هنا نقصد شبكات التواصل الاجتماعي وما شابه من لغط كبير في أوساط الإعلاميين والجمهور على حد سواء حول درجة مصداقيتها ودقتها في نشر الأخبار فإن حجم استخدام

الجمهور لها ودرجة اعتماده عليها كمصدر للمعلومات حول الأحداث ربما يعد أحد العوامل المؤثرة على مصداقيتها ، وعلى الجانب الآخر فإن مصداقية الوسيلة قد يتكون العامل الرئيس في اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات وقد يكون فقدان المعلومات من الوسائل التقليدية ودرجة الغموض الذي ينتاب الأحداث والقضايا وعدم قدرتها على تبديده سبب آخر لاعتماده عليها ، كل هذا التداخل في تحديد أي العوامل والمؤثرات الأكثر بروزا في التأثير على مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي وبالتالي اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات .قادني إلى فكرة هذا البحث وتحديد المشكلة البحثية في السؤال التالي

ما العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات ؟

أهمية البحث : تأتي أهمية هذه الدراسة من كونها محاولة لكشف علاقات الاعتماد المتبادلة بين الجمهور الليبي وشبكات التواصل الاجتماعي لإضافة مؤشرات علمية يستند عليها الباحثين في الدراسات الإعلامية والإعلام الجديد ولأهمية شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير ومنافستها الشديدة لوسائل الإعلام التقليدي ، فإنه من الأهمية بمكان أن نقف عند حدود تأثيرها على المستخدم من جهة وعلى وسائل الاعلام التقليدي من جهة أخرى لتحديد الخط الذي يقف عنده المتلقى من تلك الشبكات

أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى قياس حجم مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي لدى الجمهور الليبي وإلى أي مدى تعد مصداقيتها من

عوامل اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات من خلال تحقيق الأهداف التالية :-

- التعرف على درجة مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي عند الجمهور الليبي وقياس فعالية محتوى شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور في أوقات الأزمات .
- معرفة دوافع اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات .
- قياس اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والكشف عن أهم العوامل التي تؤثر على درجة مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي لدى الجمهور الليبي .

تساؤلات البحث

- إلى أي مدى يعتمد جمهور الليبيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات و ماهي دوافع وأسباب اعتماده عليها .
- ماهي التأثيرات التي يحدثها اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات.
- ماهي مؤشرات مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي عند الجمهور الليبي.

الإجراءات المنهجية / نوع البحث ومنهجه:

دراسة وصفية استطلاعية لقياس الظاهرة في وضعها الراهن عن طريق مسح آراء عينة من الجمهور الليبي وتحديد درجة مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي لديهم.

مجتمع البحث والعينة

يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من مجموع سكان مدينة بنغازي بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة قوامه 150 مفردة ممن تتوفر فيهم صفة التنوع من حيث والمستوى التعليمي والمرحلة العمرية وقد تم توزيع 150 استمارة وتم تغريغ 140 استمارة فقط من أصل 150 بفاقد 10 استمارات

أدوات جمع البيانات

تم تجميع بيانات هذه الدراسة عن طريق استمارة استقصاء تكونت من مقياس يشتمل على أربع محاور يتعلق المحور الأول بقياس المتغيرات الديمغرافية لمفردات العينة (النوع ، العمر ، المستوى التعليمي) ومقياس درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات ، بينما يتعلق المحور الثاني بمؤشرات مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي ، بينما يتعلق المحور الثالث بدوافع الاعتماد والمحور الرابع بتأثيرات الاعتماد .

إجراءات الصدق والثبات

للحكم على صلاحية المقياس والتأكد من قدرته على قياس ما أعد له تم تجريبه على عينة صغيرة مثلت 10% من مفردات العينة كما تم تحكيم الاستمارة من قبل مجموعة من أعضاء هيئة التدريس بكليات الاعلام⁽¹⁾.

المعالجة الإحصائية للبيانات

تم الاعتماد في معالجة بيانات هذه الدراسة احصائياً على الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ، وذلك من خلال المعالجات الإحصائية التي تضمنت التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

الخلفية النظرية والمعرفية للبحث

يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الاعلام في أوقات الأزمات ، وحيث أن الأزمات بمختلف أحجامها يصاحبها نوع من التضارب والنقص في المعلومات ، الأمر الذي يترتب عليه غموض لدى المتلقي جراء تضارب المعلومات وتناقصها ، وتعد نظريه الاعتماد على وسائل الاعلام إحدى نظريات التأثير المعتدل والتي تفسر التغيرات التي تطرأ على سلوك الفرد في علاقته بوسائل الاعلام . وتقوم نظرية الاعتماد على عدة افتراضات هي ⁽²⁾.

يختلف النظام الاجتماعي وفقاً لدرجات استقراره وكما كان النظام الإعلامي قادراً على اشباع حاجات الجمهور كان ذلك مدعاة لاعتماده عليها

أن أفراد الجمهور يتفاوتون في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام وفقاً لخصائصهم العامة ويقل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كلما توفرت لديهم مصادر بديلة .
تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام : ويعود من أهم هذه التأثيرات التأثيرات المعرفية الوجدانية والتأثيرات السلوكية (3).

شبكات التواصل الاجتماعي في إطار الإعلام الجديد

الإعلام الجديد نمط من الأنماط التي فرضتها الظاهرة الاتصالية الحديثة التي أفرزت علاقات جديدة بين المتلقي والوسيلة الإعلامية وقد ظهر ذلك جلياً في سلوكه مع هذه الوسائل ، ولعل التغيرات التي صاحبت سلوك المتلقي تجاه هذه الظاهرة هي التي أحدثت فجوة بينه وبين وسائل الإعلام التقليدية على مستوى الاستخدام وأدت إلى انجذاب عدد كبير من المتلقين لوسائل الإعلام الجديد ، ولعل خصائص هذه الظاهرة الاتصالية منحتها القدرة على إحداث عملية التأثير من خلال التفاعل المتبادل عبر وسائط هذه الظاهرة بمكوناتها التقنية الهائلة (4) .

ولشبكات التواصل الاجتماعي خصائص متعددة تجعلها أكثر تأثيراً وهي المشاركة والتفاعل والانفتاح والمحادثة والترابط (5) و قد ساهم وجود مواقع التواصل الاجتماعي ظهور العديد من الممارسات فإذا كان الفضاء الإلكتروني مجالاً للتفاعل فإن ما ينتج عن هذا التفاعل يمثل مجموعة من الممارسات تؤثر في

القيم والثقافات ولكنها في الوقت نفسه تؤثر على زيادة المعلومات والمعارف⁽⁶⁾.

الدراسات السابقة

دراسة جمعة محمد ، 2011⁽⁷⁾ تهدف الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات ومتابعة الأحداث الجارية في العراق ، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن اعتماد الأفراد على مواقع الإنترنت يرتبط بعدم وضوح المعلومات وسرعة وصولها من وسائل الاعلام التقليدية .

دراسة رضوان 2011⁽⁸⁾ وعنوانها "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011". وتهدف هذه الدراسة إلى كشف العوامل المؤثرة على كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الحديثة والتقليدية كمصدر للمعلومات المتعلقة بأحداث ثورة 25/ يناير / 2011 ، وتوصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يستخدمون وسائل الإعلام التقليدية ويعتمدون عليها أكثر من وسائل الاعلام الجديد .

دراسة أسماء مسعد عبدالمجيد. 2011⁽⁹⁾ حول اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية : دراسة مسحية واستهدفت الدراسة رصد مدى اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الانترنت في متابعة الأحداث المحلية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد .

دراسة دينا أحمد عرابي و بسنت عبد المحسن العقباوي 2012⁽¹⁰⁾ حول مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب - دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي، وتهدف هذه الدراسة إلى قياس مصداقية المضامين الإخبارية المعروضة على شبكات التواصل الاجتماعي و أن أهم اسباب اعتماد الشباب على هذه المضامين هو مصداقية المضمون الخبري وسرعة تداوله .

دراسة سعود شبيب العتيبي 2013⁽¹¹⁾ حول اعتماد طلاب جامعة الملك سعود والأمير سلطان على وسائل الإعلام الجديد في أوقات الأزمات دراسة مسحية ، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم اعتماد طلاب الجامعتين على وسائل الإعلام الجديد أثناء وقوع الأزمات، وقد توصلت الدراسة إلى ضعف اعتماد الطلاب على وسائل الإعلام بشكل عام في المعلومات المرتبطة بالقضايا الداخلية والخارجية والاكتفاء فقط بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة زينب أبوطالب 2013⁽¹²⁾ حول اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية بالتطبيق على عينة قوامها 299 مفردة من سكان مدينة الرياض وقد توصلت الدراسة إلى أن الاتصال الشخصي ممثلاً في الأطباء والصيادلة هم المصدر الأول والأكثر مصداقية لدى الجمهور السعودي يليه الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي

دراسة ريم حمد سليمان 2013⁽¹³⁾ حول اعتماد الشاب السعودي على الشبكات الاجتماعية كمصادر إخبارية لمعرفة حجم الاعتماد ودوافعه وتأثيراته ، وقد توصلت الدراسة إلى أن

أهم دوافع اعتماد الطلاب على شبكات التواصل الاجتماعي هي أنها سهلة الاستخدام ومعلوماتها سريعة وواضحة .

دراسة إسماعيل أحمد برغوث 2014⁽¹⁴⁾ حول اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية في أوقات الأزمات وقد تمثلت أهداف هذه الدراسة في الكشف عن حجم اعتماد الشباب الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات ومعرفة أسباب هذا الاعتماد وتأثيراته ، وقد توصلت إلى اعتماد الفلسطينيين عليها وارتفاع درجة مصداقيتها لديهم .

دراسة وديع محمد سعيد العززي 2015⁽¹⁵⁾ حول اعتماد طلاب جامعة أم القرى على القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية دراسة مسحية وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلاب جامعة أم القرى وقد توصلت الدراسة إلى أن أغلب طلاب الجامعة يعتمد بدرجة متوسطة على القنوات الفضائية وأن أكثر المصادر التي تم الاعتماد عليها في استقاء الأنباء حول الأحداث الجارية هي شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 60% .

عرض وتحليل نتائج الدراسة

جدول رقم (1) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير النوع

النوع	العدد	التكرار	النسبة
ذكور	66	47.1	
إناث	74	52.9	
المجموع	140	100	

تشير بيانات الجدول السابق على أن نسبة الذكور بلغت 47% مقارنة بنسبة الإناث التي بلغت 52%

جدول رقم (2) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير العمر

العمر	العدد	التكرار	النسبة
أقل من 20	5	3.6 %	
20-30	66	47.1 %	
31-40	40	28.6 %	
أكثر من 40	29	20.7 %	
المجموع	140	100 %	

بالنظر إلى بيانات الجدول السابق اتضح أن 47% من افراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي يقعون في الفئة العمرية الممتدة من 20 - 30 و 28% يقعون في الفئة العمرية الممتدة من 31 - 40 ان 20% يقعون في الفئة العمرية 40 فما فوق و 3.6% يقعون في الفئة العمرية الأقل من 20 .

جدول رقم (3) يبين توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	العدد	المستوى التعليمي
7%	1		إبتدائي
2.1%	3		إعدادي
21%	30		ثانوي
61%	86		جامعي
14.3	20		فوق الجامعي
100	140		المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن (61%) من مجموع مفردات العينة ممن يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات هم من حملة المؤهلات الجامعية الأولى و(21%) ممن يحملون المؤهلات الثانوية و(14%) ممن يحملون مؤهلات جامعية عليا (ماجستير ودكتوراه و(7) % فقط ممن يحملون مؤهلات ابتدائية ولعل ارتفاع معدلات اصحاب المؤهلات الجامعية مرتبط بدرجة وعيهم لأهمية هذه الشبكات في تعزيز معلوماتهم وعلاقاتهم الاجتماعية اما انخفاض معدل أولئك الذين يحملون مؤهلات فوق الجامعية فلعل ذلك مرده إلى أن المواقع الالكترونية العلمية ذات العلاقة بتخصصاتهم هي الأكثر استخداماً لديهم إذ أشارت العديد من الدراسات إلى أن اساتذهم الجامعات يعتمدون على المواقع الالكترونية وقواعد البيانات من اجل تعزيز معلوماتهم العلمية ويقللون من استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي على افتراض انها تهدر الوقت بشكل كبير .

جدول رقم (4) يبين توزيع العينة حسب درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

النسبة	التكرار	الاستخدام
100%	140	نعم
0%	0	لا
100%	140	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن 100% من مجموع مفردات العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي ولعل مرد ذلك الي تحسن مستوى اداء خطوط الانترنت ولما وكبة العصر الذي اصبح فيه الانسان يمارس علاقاته الاجتماعي من خلال الوسائط الجديدة ولسهولة الوصول الى الآخرين بأقل التكاليف .

جدول رقم (5) يبين درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

النسبة	التكرار	الاعتماد الشبكة
81%	114	الفيس بوك
9.3	13	تويتر
7.1	10	اليوتيوب
1.4	2	تليغرام
0.71	1	أخرى
100	140	المجموع

بالنظر إلى بيانات الجدول السابق نلاحظ أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الأفراد في استقاء المعلومات في أوقات الأزمات هي الفيس بوك إذ بلغت نسبة اعتماد الأفراد عليها 81% ولعل ذلك مرتبط بشكل مباشر باستخدام الفيس بوك إذ توصلت عدة دراسات إلى أن الفيس بوك أكثر الشبكات التي تحظى بالاستخدام من قبل المستخدمين وهو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم ثم شبكة تويتر بنسبة (9%) ولعل تدني نسبة الاعتماد على تويتر يرتبط أيضاً بقلّة توفر حساب لكثير من الأشخاص نتيجة لضوابط التسجيل والحصول على حساب بسهولة على هذه الشبكة ثم شبكة اليوتيوب بنسبة (7,1%) وتليغرام بنسبة (1.4%) ثم شبكات أخرى بنسبة (0.71).

جدول رقم (6) يبين مؤشرات مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة .

المؤشرات											
ت		ن		ت		ن		ت		ن	
4		2.9		5		38.		4		34.	
3		1		7		3		8		4	
1		8.6		7		5.0		3		24.	
2		3		6		4		9		1	
3		23.		6		46.		2		17.	
3		6		5		4		9		2	
1		8.6		5		37.		4		33.	
2		3		9		7		6		4	
1		10.		4		28.		4		34.	
4		0		0		6		8		3	
3		23.		5		38.		3		22.	

6	3		4	6	1	1	6	4	6	3	بشكل تفاعلي
3.8	1.	2	7.1	1	18.	2	55.	7	17.	2	لأنها تقدم معلومات حديثة
0	4			0	6	6	7	8	1	4	
3.8	1.	2	8,6	1	13.	1	53.	7	22.	3	لأنها توفر مساحة من الحرية أكثر من وسائل الاعلام التقليدية
8	4			2	6	9	6	5	9	2	
المتوسط المرجح للمحور الأول											

بالنظر إلى بيانات الجدول السابق يتضح إن أهم الأسباب التي تجعل شبكات التواصل الاجتماعي ذات مصداقية لدى الجمهور الليبي لأنها تقدم معلومات مدعمة بالصور ومقاطع الفيديو بوزن مرجح بلغ (3.98) ثم لأنها توفر مساحة من الحرية أكثر من وسائل الاعلام التقليدية بوزن مرجح بلغ (3.88) ثم لأنها تقدم معلومات حديثة بوزن مرجح بلغ (3.80) ثم لأنها توفر فرصة للتعبير عن الآراء بشكل تفاعلي بوزن مرجح (3,66) ثم لأنها متعددة المصادر بوزن مرجح بلغ(3.46) ثم لأنها توفر معلومات دقيقة عن الازمة بوزن مرجح بلغ (3.17) وأخيراً لأنها واضحة المصادر بنسبة (3.13) ووفقاً لهذه الإحصائيات إن أهم اسباب ثقة الجمهور الليبي في شبكات التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات هي اعتمادها على الصور ومقاطع الفيديو المباشرة وهامش الحرية الكبير الذي تتيحه هذه الشبكات وحادثة معلوماتها وتعدد مصادرها ووضوحها ودرجة التفاعلية المتاحة عليها .

جدول رقم (7) يبين دوافع اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات

المؤشرات	بدرجة	بدرجة	بدرجة	بدرجة	بدرجة	بدرجة	بدرجة	بدرجة	بدرجة	بدرجة	بدرجة
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت
لأنني أرغب في الحصول على معلومات كاملة حول الأحداث	23	16.	7	55.	1	13.	1	6	11.	5	3.
	4	7	0	9	6	6	9	4	6	6	9
لأنني أرغب في معرفة آخر التطورات عن الأزمات	27	19.	8	62.	1	8.6	9	6.4	5	3.	3.8
	3	7	1	2	2	2	2	2	2	2	7
لأنني أريد أن أعرف معلومات تساعدني على كيفية التعامل مع الأزمات	33	23.	8	57.	1	12.	6	4.3	3	2.	3.9
	6	0	1	8	9	9	9	1	1	1	6
لأنني أريد معرفة توقعات الآخرين حول توقيت نهاية الأزمة	18	12.	7	56.	3	22.	9	6.4	2	1.	3.7
	9	9	4	2	9	9	9	4	4	4	3
لرغبتني في معرفة معلومات تساعدني على الاحساس بالراحة عند انتهاء الأزمة	16	11.	8	61.	2	18.	1	7.1	2	1.	3.7
	4	6	4	6	6	6	0	0	4	4	4
لرغبتني في الحصول على معلومات تمكنني من التصرف المناسب تجاه الأزمة	27	19.	6	45.	3	21.	1	9.3	7	50	3,6
	3	3	5	0	4	3	3	3	4	4	4
لرغبتني في الحصول على معلومات تساعدني في أخذ التدابير اللازمة لمواجهة الأزمة	19	13.	6	45.	2	19.	2	17.	7	5,	3.4
	6	3	0	7	3	3	4	1	0	0	5

تظهر بيانات الجدول السابق أن أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق عدة أهداف معرفية وتوجيهية وطقوسية واختلفوا في تحقيق هذه الأهداف المرتبطة بالدوافع التي تجعلهم يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للمؤشرات الظاهرة في الجدول أعلاه إذاً اتضح أن أهم دوافع اعتمادهم عليها هي انهم يرغبون في الحصول على معلومات تساعدهم على كيفية التعامل مع الأزمة بوزن مرجح بلغ (3.96) ثم لرغبتهم في معرفة آخر تطورات الأزمة بوزن مرجح بلغ (3.87) ثم لرغبتهم في معرفة معلومات تساعدهم على الإحساس

بالراحة عند انتهاء الأزمة بوزن مرجح بلغ (3,74) ثم لرغبتهم معرفة توقعات الآخرين حول توقيت نهاية الأزمة بوزن مرجح بلغ (3.73) ثم لرغبتهم في الحصول على معلومات كاملة حول الأحداث المتعلقة بالأزمة بوزن مرجح بلغ (3.69) و لرغبتهم في الحصول على معلومات تمكنهم من التصرف المناسب تجاه الأزمة بوزن مرجح بلغ (3.64) وأخيراً فإنهم يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي لرغبتهم في الحصول على معلومات تساعدني في أخذ التدابير اللازمة لمواجهة الأزمة بوزن مرجح بلغ (3.45)

جدول (8) يوضح تأثيرات اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات

المتغير	المتغير	المتغير	المتغير	المتغير	المتغير	المتغير	المتغير	المتغير	المتغير	المتغير	المتغير
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت
3.54	3.6	5	13.6	19	22.9	32	45.7	64	14.3	20	المعلومات ت تعطيني القدرة على اتخاذ موقف تجاه الأزمة
3.46	5.7	8	11.4	16	27.1	38	42.1	59	13.6	19	تتري أي غموض لدى حول الأزمة
3.46	5.7	7	17.1	24	16.4	23	50.0	70	11.4	16	تقلل من مخاوفي من المخاطر المرتبطة

بالأزمة											
تزيد من احساس بحجم الأزمة	15	10.7	64	45.7	38	27.1	19	13.6	4	2.9	3.48
توجهني للقيام بالسلوك المناسب تجاه الأزمة	15	10.7	67	47.9	27	19.3	19	13.6	11	7.9	3.40
تشعري بأن الأزمة تمسني بشكل مباشر	13	3.9	78	55.7	25	17.9	18	12.9	6	4.3	3.53
تساعدني على التقليل من حجم الأزمة	17	12.1	69	49.3	28	20.0	21	15.0	5	3.6	3.51
تزيد من احساس بقرب انتهاء الأزمة	20	14.3	64	45.7	26	18.6	20	14.3	10	7.1	3.46

توضح بيانات الجدول السابق التأثيرات المترتبة على اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وقد جاء في مقدمة هذه التأثيرات ان المعلومات المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي تعطيهم القدرة على اتخاذ موقف تجاه الأزمة بوزن مرجح بلغ (3.54) وتشعرهم بأن الأزمة تمسهم بشكل مباشر بوزن مرجح بلغ (3.53) وانها تساعد على التقليل من حجم الأزمة بوزن مرجح بلغ (3.51) ثم انها تزيد من

احساسهم بحجم الأزمة بوزن مرجح بلغ (3.48) ثم انها تزيل لديهم الغموض عن الأزمة وتقلل من مخاوفهم من المخاطر المرتبطة بالأزمة و تزيد من احساسهم بقرب انتهاء الأزمة بوزن مرجح بلغ (3.46) لكل منها وهذا يشير إلى ان التأثيرات السلوكية كانت اكثر التأثيرات بروزاً وفقاً لبيانات هذا الجدول يليها التأثيرات الوجدانية ثم المعرفية.

الخاتمة

المشهد الاعلامي الجديد افرز ظاهرة اتصالية جديدة ظهرت ملامحها عبر المواقع الاخبارية والمدونات والصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي (ولعل شبكات التواصل الاجتماعي التي خلقت جمهور من المستخدمين يختلف عن جمهور وسائل الإعلام التقليدي باتت جزءاً لا يتجزأ من منظومة الإعلام الجديد الذي يعتبر تلك المواقع بمثابة قنوات إعلامية مفتوحة لتبادل الآراء والمعلومات والأفكار بين المستخدمين ، بالإضافة إلى ذلك فإن المستخدمين لم تعد لديهم القدرة على تجاهل هذه المصادر التي تقدم معلومات حديثة ومتلاحقة حول الأحداث الجارية ، وقد استطاعت هذه الشبكات أن تستحوذ على اهتمام المستخدمين بشكل أثر تأثيراً كبيراً على وسائل الإعلام التقليدية إلى الدرجة التي باتت فيها هذه الوسائل الخيار الثاني بعد شبكات التواصل الاجتماعي ، وعلى مستوى الثقة فيها والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات تضاربت آراء ووجهات نظر الباحثين حول درجة مصداقيتها رغم استخدامها بشكل كبير .

وفي هذه الدراسة التي حاولت الوقوف على درجة مصداقية (شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة استخدامها والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات في أوقات الازمات التضح أن أفراد الجمهور الليبي بخصائصهم الديموجرافية يستخدمون

شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير ولكنهم يختلفون في درجة اعتمادهم عليها حسب نوع الشبكة إذ أنهم يعتمدون بدرجة كبيرة على الفيس بوك ويقل اعتمادهم على الشبكات الأخرى كاليوتيوب والتويتر وانستغرام . كما اتضح ان اهم مؤشرات مصداقية هذه الشبكات لديهم هو أنها تقدم معلومات مدعمة بالصور ومقاطع الفيديو وتوفر مساحة من الحرية أكثر من وسائل الإعلام التقليدية و تقدم معلومات حديثة، كما ان خاصية التفاعلية والمشاركة الحية في إبداء الرأي أحد أهم مؤشرات مصداقيتها بالإضافة إلى تعددية مصادرها وحدثاة معلوماتها ودقتها .

الهوامش

¹ (تم تحكيم الاستثمار من قبل : -

- د . بويكر الغزالي : استاذ الاعلام وعميد كلية الاعلام / جامعة بنغازي

د؟ اللافي ادريس الرفادي : استاذ مناهج البحث بكلية الاعلام جامعة بنغازي

د . مفتاح محمد اجعية بلعيد : استاذ الاعلام ومدير (مكتب) الدراسات العليا بكلية الاعلام / جامعة مصراتة

د. صباح الخيشني : استاذ مساعد بكلية الاعلام جامعة صنعاء

د خالد سعيد اسبيطة : استاذ مساعد بكلية الاعلام / جامعة بنغازي

أ: محمد رجب المجبري : عضو هيئة التدريس بكلية الاعلام : جامعة بنغازي

² (حسن عماد مكوي : نظريات الاتصال واتجاهاته المعاصرة ط1(القاهرة) ص69

³ (بسام عبدالرحمن مشاغبة ، نظريات الإعلام ، ط1(عمان دار اسامه 2001)ص98 .

⁴ (موسى جواد الموسوي وآخرون : الإعلام الجديد تطور الأداء الوسيلة والوظيفة ط1 (جامعة بغداد ، مكتبة الاعلام والمجتمع) 2011 ، ص19 .

⁵ (خالد غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1، (دار النفائس ، 2013) ص26-27

- ⁶ (صادق الحمامي : لميديا الجديدة الاستمولوجيا والاشكاليات والسياقات (جامعة منوبة، سلسلة البحوث، والمنشورات ، 2012 ، ص 18
- ⁷ (جمعة محمد عبد النبي "اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأحداث الجارية في العراق" رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة ، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية 2011).
- ⁸ (احمد رضوان :اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير المؤتمر العلمي – دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد 2011،
- ⁹ (اسماء مسعد عبدالمجيد.(2011)"اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الانترنت في متابعة الاحداث المحلية : دراسة مسحية" رسالة ماجستير جامعة حلوان كلية الآداب قسم الإعلام .
- ¹⁰ (دينا أحمد عرابي ، و. بسنت عبد الرحيم العقباوى ، مصداقية المضمون الخبري لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب ، دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعود بالمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال " الاعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود ، 2012
- ¹¹ (سعود شبيب العتيبي، "اعتماد لطلاب جامعتي الملك سعود والأمير سلطان على وسائل الاعلام الجديد أوقات الأزمات ، دراسة مسحية، (رسالة ماجستير كلية الآداب، جامعة الملك سعود، 2013 .
- ¹² (زينب أبوبال: شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي ، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، العدد التاسع (الرياض ،الجمعية السعودية للإعلام والاتصال) مايو 2013 .
- ¹³ (ريم حمد سليمان اعتماد الشباب السعودي على الشبكات الاجتماعية كمصادر اخبارية (ماجستير ، كلية الدعوة والاعلام ، جامعة ، الامام محمد بن سعود ، 2013 .
- ¹⁴ (اسماعيل أحمد برغوث: اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية في أوقات الأزمات، ماجستير غير منشورة (القاهرة ، جامعة القاهرة) 2014 .
- ¹⁵ (وديع محمد سعيد العززي: حول اعتماد طلاب جامعة أم القرى على القنوات الاخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية دراسة مسحية ، (جامعة أم القرى ، ماجستير ، 2015 .