

استخدامات الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة ثقافة الفساد في المجتمع .

دراسة ميدانية

أ.عبدالكريم الشبل

قسم الإعلام، كلية الآداب جامعة الزاوية

مقدمة:

مواقع التواصل الاجتماعي عاملاً مهماً في البناء التنموي والثقافي والاجتماعي وفي مكافحة ومحاربة والحد من ثقافة الفساد في المجتمع، ومن أهم الوسائل في نشر وكشف وفضح جرائم الفساد وتتبعها في جميع المؤسسات، ومنها الفساد الإداري والسياسي والفساد الاقتصادي والتعليمي والأخلاقي وغيرها الكثير.

إن تطور شبكات التواصل الاجتماعي الذي يشهده العالم اليوم قد مكن من استخدام الجمهور لها كمصدر للأخبار ونقل المعلومات وفي محاربة الفساد، فهي تعد من الانجازات التكنولوجية الحديثة والمهمة التي الغت المسافات واختصرت الزمن وجعلت العالم أشبه بشاشة الكترونية صغيرة(1)

وتعتبر مواقع التواصل ومنها الفيس بوك، والتويتر، واليوتيوب، وغيرها من أهم وسائل الاتصال(2) ذات العلاقة القوية بنشر الثقافة في المجتمع، ذلك كونها تتناول العديد من القضايا التي تهم الجمهور مثل قضية الحد من الفساد في المؤسسات المجتمع، حيث بلغ عدد المشتركين فيها إلى مئات الملايين(3) ومواقع التواصل الاجتماعي لها القدرة على إثراء الثقافة المجتمعية في عمومها ومحاربة الظواهر السلبية والحد من الفساد، ويرتبط الانسان في المجتمع بقيم وثقافات ترسخ لما هو كائن ، فبارتفاع مستويات البناء الفكري للإنسان يعم النفع وتتجلى قيمة التفكير والسلوك وتتحسن فيها النظرة للعمل وتنهدب المعاملات وتصفق التصرفات، ولمواقع التواصل الاجتماعي دور في نشر ونقل الثقافة المجتمعية ومحاربة ثقافة الفساد تقيماً وتقويماً للثابت منها والمتغير وخاصة بعد الأحداث الأخيرة في الدول والهزات الكبيرة التي تعرض لها المجتمع، ومن الواجب

1 منى الحديدي سلوى إمام، الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص14

2 سلوى العوادي، البعد الأخلاقي في ممارسة التسوق الإلكتروني في مصر، بحث مقدم في مؤتمر ثورة ثقافة الإنترنت وتأثيرها، الشارقة، ملتقى الشباب 2004 ، ص51

3 موسى مشرى ، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية العدد(395)، يناير 2012 ، ص156.

ان نولى هذه القضايا اهتمام ومنها قضية محاربة الفساد عن طريق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الجرائم الخطيرة بالفساد في المجتمع وأن تعمل هذه المواقع على صناعة ثقافة تقدمية تنوع علومها وترسيخ هذه الثقافة نظرياً وعملياً، تخدم الانسان والمجتمع وبناء على ذلك تظهر أهمية هذا الموضوع وهذه القضية قضية مكافحة ثقافة الفساد بأنواعه الاداري والاقتصادي وغيره في هذه الاوقات بالذات، فجاءت فكرة هذه الدراسة حول استخدام الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي في الحد من ثقافة الفساد في المجتمع الليبي

مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في استخدامات الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة ثقافة الفساد في المجتمع، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام والجمهور الليبي لازال يحتاج دراسات وبحوث وتطوير وأن هناك نقص في مجال دراسات واستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بجميع أنواعها، وخاصة فيما يتعلق بالإعلام الجديد أو البديل أو ما يعرف بالوسائط المتعددة وتوظيفها وربطها بمعالجة قضايا المجتمع المعاصر ومنها قضية مكافحة ثقافة الفساد في المؤسسات الليبية نقشت في المجتمع وأصبحت سلوك مكتسب وثقافة سائدة، ثقافة الغنيمة والرشوة وإهدار المال العام وتمسك بالسلطة وإضعاف الدولة وغيرها، كان لزاماً علينا ودفعنا إلي ضرورة التأصيل ودراسة الاستخدامات لمواقع التواصل لدى الجمهور الليبي، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الأولى حسب علم الباحث التي تتناول مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في معالجة ملف ثقافة الفساد المستشري بجميع أنواعه في المجتمع، ونظراً لأهمية هذا الموضوع وهذه القضية وبالذات بعد ما حدث من تغيرات في النظام السياسي وما تبعه من انهيار لمؤسسات الدولة وخاصة في السنوات الأخيرة من تراجع وانحسار لموارد الدولة وما تتعرض له من نهب وسرقة وتحويل للأموال للخارج، ترتقي إلى جريمة الخيانة العظمى، وما تلتها من عدم استقرار في جميع المناطق وصل الأمر الي دعوات بتقسيم الوطن، كل ذلك دفعنا للعمل بهذه الدراسة لتكون توطئة أو بداية للعديد من الدراسات الأخرى في معالجة قضية ثقافة الفساد في مؤسسات المجتمع وإيجاد الحلول اللازمة والخروج بنتائج وتوصيات ، وبذلك حدد الباحث المشكلة البحثية لهذه الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما استخدامات الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي في الحد من ثقافة الفساد ومكافحته ومحاربه في المجتمع ؟

وتقع الدراسة في محور: الثقافة والسلوك ومكافحة ثقافة الفساد والذي جنّت منه فكرة الدراسة، وهي استخدام الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي في الحد من ثقافة الفساد في المجتمع. وهو من الأهمية بمكان، فكلنا يطمح أن يرى بلده مستقر وسعيدا وبه مؤسسات قوية ومفعلة، وهذا لا يعنى أن هناك مجتمع خالي من جرائم الفساد ولكن علينا أن نسعى في مكافحة ومحاربة هذه الجرائم المتعلقة بثقافة الفساد في المجتمع.

اهداف الدراسة:

- 1- التعرف على ماهية الثقافة والهوية الثقافية في عمومها وسلوك الافراد وثقافة الفساد والثقافة المجتمعية على وجه الخصوص.
- 2- التعرف بالدور الذى تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة ظاهرة ثقافة الفساد في جميع مؤسسات المجتمع .
- 3- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تقييم وتقويم الثقافة السائدة والمتفشية في المجتمع الليبي ومنها ثقافة الفساد السياسي والاقتصادي وغيرها.
- 4- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الإفادة من المجالات الايجابية من ثقافات الشعوب الاخرى وكيفية الحد من جرائم الفساد في المجتمع .
- 5- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العمل على صنع ثقافة تقدمية مؤسسة على الثوابت العقدية والشرعة.
- 6- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وغرس القيم الثقافية الداعمة للعملية التنموية وفي كشف جرائم الفساد ونشرها على هذه المواقع.
- 7- التعرف على حجم ومعدل استخدام شبكة المعلومات بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص.
- 8- البحث عن أهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور الليبي والكشف عن الاشباع المتحققة منها.
- 9- الكشف عن اتجاهات الجمهور الليبي نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من ثقافة الفساد في المجتمع ومدى ثقتهم فيما تعرضه تلك المواقع من معلومات وتغطيات صحفية.

10- دراسة وتحليل ووصف العلاقة بين استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي وبعض المتغيرات الديمغرافية للجمهور عينة الدراسة.

11- الكشف عن الصعوبات والمعوقات والتحديات التي تحول دون استخدام الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي في الحد من ثقافة الفساد في مؤسسات المجتمع.

12- التعرف على مدى استخدام الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة ومكافحة قضية ثقافة الفساد في المجتمع.

13- التعرف على آراء الجمهور الليبي حول مدى تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي مكافحة ثقافة الفساد المؤسساتي والسلوكي ومعرفة مقترحاتهم لتحقيق تلك المواقع الالكترونية وأهدافها المنشودة.

14- تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي في تأثيرها على الرأي العام وكيفية توظيف تلك المواقع الاجتماعية من قبل المؤسسات الليبية من أجل مكافحة ومحاربة ثقافة الفساد في المجتمع وذلك في سبيل تحقيق الاستقرار والرخاء في ليبيا.

أهمية الدراسة:

1- أنها تأسس وتأسل لدراسة الاستخدامات والاشباعات والثقافات الإعلام الجديد والبدیل لدى الجمهور الليبي واستخدامه في مكافحة ومحاربة ظاهرة وثقافة الفساد بأنواعه في المجتمع الليبي.

2- تعتبر من الدراسات الأولى - حسب علم الباحث - والتي تتناول مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماته في الحد من ثقافة الفساد في المجتمع الليبي.

3- أنها تتناول وسيلة اتصالية اجتماعية مهمة لها من الحداثة والجمهور والمميزات ما تنفرد به عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى .

4- تتناول الدراسة وسيلة اتصالية حديثة لها جذب جماهيري تلعب دوراً في استخدامات الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة ومحاربة ثقافة الفساد بأنواعه المختلفة وجزء من حل المشاكل والازمات في المجتمع الليبي من أجل إحداث الاستقرار والتنمية المجتمعية.

5- تتناول الدراسة موضوع وقضية مهمة في المجتمع الليبي وهي ثقافة وسلوك الفساد في المؤسسات وبحث أسباب والعوامل التي تؤثر فيها ومحاولة وضع الحلول المبكرة لتلافي أخطار الانهيار التام وانقسام المؤسسات والمجتمع الليبي.

6- تعطي مؤشراً لواقع الاستخدام الحالي لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور الليبي عامة وتشير إلى الاستخدام الأمثل للمواقع الاجتماعية .

7- تتناول الدراسة الجمهور الليبي بصفة عامة والتي أشارت الدراسات السابقة إلى ارتفاع نسبة تعرضهم للإنترنت عامة ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة وما تتميز به خصائصهم وتتيحه المتغيرات الاجتماعية التعليمية والاقتصادية التي تؤثر فيهم وكان لزاماً أن تحظى بقدر من الاهتمام والبحث لمعرفة احتياجاتهم ودوافعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من ثقافة الفساد في المجتمع الليبي .

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما هي ماهية الثقافة والهوية الثقافية في عمومها وسلوك الافراد وثقافة الفساد والثقافة المجتمعية على وجه الخصوص؟
- 2- ما الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة ظاهرة ثقافة الفساد في جميع مؤسسات المجتمع ؟
- 3- ما مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تقييم وتقويم الثقافة السائدة والمتنشئة في المجتمع الليبي ومنها ثقافة الفساد السياسي والاقتصادي وغيرها؟
- 4- ما مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الإفادة من المجالات الايجابية من ثقافات الشعوب الاخرى وكيفية الحد من جرائم الفساد في المجتمع ؟
- 5- كيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العمل على صنع ثقافة تقدمية مؤسسة على الثوابت العقدية والشرعية؟
- 6- كيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وغرس القيم الثقافية الداعمة للعملية التنموية وفي كشف جرائم الفساد ونشرها على هذه المواقع؟
- 7- ما حجم ومعدل استخدام شبكة المعلومات بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص؟
- 8- ما أهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور الليبي والكشف عن الاشباع المتحققة منها؟

- 9- ما هي اتجاهات الجمهور الليبي نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من ثقافة الفساد في المجتمع ومدى ثقتهم فيما تعرضه تلك المواقع من معلومات وتغطيات صحفية؟
- 10- ما هي وصف العلاقة بين استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي وبعض المتغيرات الديمغرافية للجمهور عينة الدراسة؟
- 11- ما الصعوبات والمعوقات والتحديات التي تحول دون استخدام الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي في الحد من ثقافة الفساد في مؤسسات المجتمع؟
- 12- ما مدى استخدام الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة ومكافحة قضية ثقافة الفساد في المجتمع؟
- 13- ما هي آراء الجمهور الليبي حول مدى تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي مكافحة ثقافة الفساد المؤسساتي والسلوكي ومعرفة مقترحاتهم لتحقيق تلك المواقع الالكترونية وأهدافها المنشودة؟
- 14- ما هي أهم المواقع التي تسليط الضوء في التأثير على الرأي العام وكيفية توظيف تلك المواقع الاجتماعية من قبل المؤسسات الليبية من أجل مكافحة ومحاربة ثقافة الفساد في المجتمع؟
- فروض الدراسة:**

تحاول الدراسة في ضوء النظرية والأهداف التحقق من صحة الفروض العلمية التالية:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية احصائية دالة بين معدلات استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي في الحد من ثقافة الفساد في المجتمع والمتغيرات الديمغرافية الآتية (النوع، المهنة، العمر)
- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات كثافة استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة حجم الترابط والحد من ثقافة الفساد في المجتمع الليبي .
- الفرض الثالث: توجد فروق احصائية دالة بين المبحوثين من الذكور والإناث من حيث تفضيلهم لمواقع التواصل الاجتماعي الوقت الذي يقضونه في تصفح مواقع التواصل، خبرتهم في استخدام مواقع التواصل، الثقة في ما تعرضه مواقع التواصل.

- الفرض الرابع: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المتغيرات الوسيطة : النوع، التخصص، في تقدير حجم الترابط والحد من ثقافة الفساد في المجتمع الليبي.

الفرض الخامس: تختلف معدلات استخدام الجمهور المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعية في الحد من ثقافة الفساد باختلاف المتغيرات الآتية (المستوى الدراسي، المهنة، العمر، دوافع التعرض، حجم الاحساس بالترابط والحد من ثقافة الفساد)

الدراسات السابقة:

قام الباحث بعرض وبمسح لمجموعة من الدراسات العلمية التي ترتبط بمجال البحث والتي أجريت على استخدام الجمهور لشبكة المعلومات بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص ويمكن تقسيم هذه الدراسات إلي محورين:

- المحور الاول : الدراسات المتعلقة بالانترنت كتقنية واستخدام الجمهور لها بشكل عام .
- المحور الثاني : الدراسات المتعلقة باستخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص .

أولاً: الدراسات المتعلقة بالانترنت كتقنية واستخدام الجمهور لها بشكل عام:

- 1- دراسة السيد بخيث 1997(4) : هدفت الدراسة الي التعرف على طرق استخدام أساتذة الجامعات للانترنت ودوافع استخدامهم والعادات الاتصالية التي تلبي احتياجاتهم، استخدمت الدراسة منهج المسح لتجميع وتحليل الأمور المتعلقة باستخدام أساتذة الجامعات للشبكة، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج منها غلبة الطابع الوظيفي على عادات الاستخدام فكان البريد الالكتروني أول الاستخدامات ثم استخدام الانترنت في البحث عن المعلومات وقواعد البحث .
- 2- دراسة عصام نصر 2001(5): استهدفت الدراسة التعرف على حدود حرية الرأي في ساحة الحوار العربي عبر شبكة الانترنت ورصد حدود تبادل الحوار الحر للمعلومات والافكار العربية الاسلامية عبر الانترنت ، والتعرف على حجم وأهم الموضوعات التي يتطرق إليها وأسلوب

4 السيد بخيث محمد، أنماط وعادات استخدام شبكة الانترنت لدى أساتذة الجامعات وتأثيرها، المؤتمر العلمي السنوي لكلية الإعلام، بين المحلية والعالمية، ج 1، 25-27، مايو 1997 .

5 عصام نصر ، حدود حرية الرأي في ساحة الحوار العربي عبر الانترنت دراسة تحليلية بحث مقدم إلي المؤتمر العلمي السنوي السابع حول الإعلام وحقوق الإنسان العربي ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة،

التعبير عن القضايا، وخلصت الدراسة إلى أن القضايا الدينية شغلت المرتبة الأولى ثم القضايا السياسية لدى المتعاملين في مواقع الحوار العربي على شبكة الانترنت.

3- دراسة سامي طابع 2000(6) : هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف استخدام الانترنت في العالم العربي وانتهت إلى ارتفاع نسبة استخدامها بين المبحوثين بنسبة 72.6% وقد أبدى الذكور استخداماً أكثر من الاناث لهذه الشبكة لتحقيق والتسلية وقضاء وقت الفراغ.

4- دراسة حاتم عاطف 2006(7) : تهدف هذه الدراسة التعرف على دور الانترنت في تعزيز أو تهديد سيادة الدولة والتعرف على تأثير استخدام الانترنت لتهديد أو تعزيز القطاع الأمني والعلاقات الاجتماعية في المجتمع دراسة وصفية واستخدمت منهج المسح لعينة من النخبة المصرية باستخدام صحيفة الاستقصاء والمقابلة الشخصية، ومن أهم نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين استخدام الانترنت وتهديد سيادة الدولة والانترنت وتهديد الملكية الفكرية إلا أن الانترنت تساهم في زيادة الابداع وتعزيز حرية التعبير وتساهم في التأثير على القيم الاجتماعية .

5- دراسة إميل 1889(8) هدفت الدراسة الكشف عن استخدامات الانترنت وتأثيراتها على الراشدين وتوصلت الدراسة إلي أن الكثير منهم استخدم الانترنت كوسيلة للربط بين الاصدقاء والعائلة والحصول على المعلومات حول العديد من الامور الصحية والرياضية والمالية والترفيهية، واشارة الدراسة إلي أن استخدام الانترنت يرتبط بمستوي التعليم والحالة الاقتصادية والاجتماعية.

6- دراسة هانز باور 2002(9): هدفت هذه الدراسة إلي إلقاء الضوء على بعض الاستخدامات الحديثة للانترنت لدى الشباب في الولايات المتحدة الامريكية، وعدم الاقتصار على الجوانب الترفيهية والتسلية، وقد خلصت الدراسة إلي نتيجة غاية في الأهمية هي أن نسبة 61% من

6 سامي عبدالرؤف الطابع : استخدام الانترنت في العالم العربي، دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد الرابع ، أكتوبر ، ديسمبر 2000.

7 حاتم محمد عاطف، هل تهدد الانترنت سيادة الدولة أم تعمل على تعزيزها دراسة حالة مصر، مؤتمر الرابطة الدولية لبحوث الإعلام وتصال ومجتمع المعرفة للجميع ، استراتيجيات الإعلام والاتصال ، الجامعة الأمريكية بالقاهرة، 2006

Lmel s seniors in clearspace trends and Issues alerts ERIC Clearing House on Adult career and vacaational Educaational columbus OH office of 8

Educational Reseach and Improvement 1998.

Hanz Bowre youth & The technology Readiness30today Availableat www. Childernpartnership. Org 2002 9

الشباب والتي تتراوح أعمارهم بين 18 - 29 عاماً يستخدمون الانترنت كوسيلة للحصول على عمل .

7- دراسة نائلة عمارة 2005(10): استهدفت الدراسة التعرف على استخدامات الشباب لشبكة المعلومات وعلاقة ذلك بالتفاعل الاجتماعي لديهم في محيط الأسرة والاصدقاء في ظل ظاهرة إدمان الانترنت وتأثيراتها المجتمعية ، من خلال عينة 428 مفردة من طلاب جامعتي قطر وحلوان وتوصلت الدراسة الي أن استخدام الانترنت من قبل معظم طلاب الجامعة يتركز على البريد الالكتروني والدرشة أكثر من الاستخدامات الأخرى.

- المحور الثاني: الدراسات المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص:

- دراسة أجرتها شركة digital surgeons 2010 والمتخصصة بتسويق العلامات التجارية على الشبكات الاجتماعية حيث توصلت إلى أن أكثر من 500 مليون مستخدم للفيس بوك وإن 100 مليون مستخدم لتويتر وقالت الدراسة أن نسبة اهتمام المستخدمين للفيس بوك عبر الهاتف 30% والمستخدمين والمهتمين بالعلامات التجارية 40% نسبة المستخدمين المحدثين لحساباتهم الشخصية بشكل دائم ويومي 27% ومستخدمي التويتر عبر الهاتف 37% والمستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية 25% والمستخدمين المحدثين لحساباتهم الشخصية بشكل يومي 67% ونسبة المستخدمين خارج الولايات المتحدة 60%(11)

- دراسة أجرتها جامعة واشنطن: لمعرفة الدور الفاعل الذي قامت به وسائل الإعلام الاجتماعية مثل تويتر والفيس بوك في إشعال واندلاع ما يعرف بالثورات والانقاضات العربية والمختلفة والتي اجتاحت بعض دول الشرق الاوسط وشمال افريقيا ووفقاً للدراسة إن الثرثرة عن الثورة بدأت قبل قليل من الثورات في كثير من الاحيان الفعلية ، وأشار فيليب هوارد الاستاذ بجامعة الاتصالات بواشنطن والمشرف على الدراسة : الناس استفادة كثيراً من المشاركة من الشبكات الاجتماعية سعياً للديمقراطية واصبحت مختلف وسائل الإعلام من صحافة ومواقع جزءاً هاماً من الأدوات الساعية للحرية حيث وجدنا إن التعليقات في التويتر قد ارتفعت من 2300 تعليق في اليوم الواحد لتصل إلي أكثر من 23000 في اليوم الواحد ، وهكذا يعكس نوعاً من الانفجار

10 نائلة عمارة استخدامات الانترنت والتفاعل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات، (جامعة الشارقة - كلية الاتصال 22-23 نوفمبر 2005).

11 أيمن فكري، تيدوز (التقنية بالعربية) ، الفيس بوك وتويتر خلال 2010 في 2010/12/27 ، www.theodoz.com

والعطش للحرية والديمقراطية والتغيير .. كما حصل في مصر حيث ظهر وازدهر ما يعرف بالربيع العربي ولقد استفاد كل المستخدمين للمواقع الانترنت من ممارسة حرية التعليقات والمحادثات بصورة لافتة وهنا واجهت بعض الحكومات تحديات صعبة في عملية التقنية الحديثة كان لها دور كبير في عملية التغيير بصورة مذهشة(12)

- دراسة محمود عبدالقوي : توصلت إلى أن ما نسبته 83% من عينة الشباب المستخدمين للانترنت قالوا أنهم يستخدمون موقع الفيس بوك مما يشير إلي انتشار استخدام هذا الموقع بين الشباب المصري كما أشارت الدراسة إلى أن الاستخدام السياسي للفيسبوك يعد هدفاً أساسياً لدى الشباب وذلك لقدرته على إتاحة حرية التعبير وتبادل الآراء دون رقابة(13)

- دراسة أجرتها شركة اكسبيريان هيتواتر: أن شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك كانت أكثر المواقع زيادة من رواد الانترنت حيث احتلت المرتبة الثالثة عالمياً والاولي أمريكياً ، وأكدت الدراسة أن صفحة الفيس بوك حصلت على 8.93% من الزيارات في الولايات المتحدة بين شهري كانون الثاني/يناير وتشرين الثاني/نوفمبر في مقابل 7.19% للمواقع غوغل كوم التي كانت تحتل قبل سنة المرتبة الاولى أمام ياهوم كوم ويبدو ان الفيس بوك تتولى الصدارة بانتظام منذ آذار/مارس على الصعيد العالمي احتل الفيس بوك المرتبة الثالثة وراء غوغل ومايكروسوفت(14)

- دراسة عبدالكريم على الدببسي وزهير ياسين (2013) هدفت الدراسة إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الرقمية والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للإخبار والمعلومات وخصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:
- انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة.

12 موقع أخبار الساعة : دور الإعلام الاجتماعي في تفعيل التراث العربية 1519/2011 . www.alsaanews.com

13 محمود حمدي عبدالقوي ، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، المؤتمر الدولي الخامس عشر، الجزء الثالث ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة 7-9 يوليو 2009، ص155

14 العربية نت ، عالميا يأتي فيسبول ثالث بعد غوغل ومايكور سويقت ، دراسة جديدة فيسبوك يتقدم على غوغل كوم في الولايات

، السبت/ يناير 2011

- أصبحت الشبكات تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام.

- مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة الباحث في كثير من الجوانب البحثية، من أهمها الفهم الجيد للمشكلة البحثية والادراك الواعي للإطار النظري لدراسته والمتمثل في مدخل استخدامات الاتصال الرقمي البديل وما يعرف بالوسائط المتعددة واشباعاته، كما استفاد الباحث من هذه الدراسات في صياغة فروض الدراسة بشكل علمي وبناء تصميم استمارة الدراسة الميدانية، بالإضافة إلى تحديد حجم العينة كما استفاد الباحث من الدراسات السابقة في قائمة دوافع تعرض افراد عينة الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت نفعية أم طقوسية أم غير ذلك كما استفاد الباحث في تحديد قائمة القدرات والفئات التي أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إشباعها سواء كانت عملية أو اشباعات محتوى .

الإطار النظري للدراسة :

- نظرية الاستخدامات والاشباعات:

يشير هذا المدخل إلى أن الجمهور لديه دوافع يستند إليها في سلوكه الاتصالي وفي عاداته مع وسائل الإعلام ويؤكد هذا المدخل على أن الجمهور حين يتعرض لوسائل الإعلام فهو يسعى لتحقيق اشباعات محددة(15)

قبل أن يضع الياهو كاتز (عالم اتصال أمريكي) لبنات نظريته المسماة بمدخل الاستخدامات والاشباعات، سادت في العالم مفاهيم نظريات الانسياب المباشر لوسائل الإعلام(نظرية الحقنة المخدرة والطلقة السحرية) والتي صورت جمهور وسائل الإعلام كمتلقي سلبي، لا يبدي مقاومة لما تبثه وسائل الإعلام أو مفاهيم انسياب الإعلام على مرحلتين، والتي قسمت الجمهور لطبقتين، طبقة فاعلة تسمى قادة الرأي، وطبقة تابعة توصف بأنها متلقي للإعلام بطريقة غير مباشر.

وقد أدى وضع إياهو كاتز لنظريته تلك في العام 1959م لتحول الانتباه من الرسالة إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسائل، وتعد عملية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال عملية

15 المرجع السابق نفسه.

معقدة، وترجع لعدة عوامل منها، خلفيات أفراد الجمهور الثقافية، سياسات الوسيلة وتوجهاتها، العوامل الشخصية (أسلوب الحياة، السن، الدخل، مستوى التعليم، النوع) ونوع الإشباع الذي يريد الشخص الحصول عليه من التعرض للوسيلة الاتصالية (16)

ويحسب لنظرية الاستخدامات والإشباع، أنها أدت لما يعرف الآن في مجال نظريات الإعلام بمفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بالوسائل من الإجابة على السؤال (ماذا) إلى الإجابة على السؤال (لماذا) وذلك للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الاتصال، وهو ما يعرف بدوافع التعرض (مشاهدة - استماع - إطلاع) كما أنها تحاول التعرف على الإشباع التي يحققها التعرض لوسائل الاتصال بالنسبة للجمهور.

واستندت هذه الدراسة في تفسير المشكلة البحثية إلى مدخل الاستخدامات والإشباع المستمد من نظرية التأثير غير المباشر، ويشير هذا المدخل إلى أن الجمهور لديه دوافع يستند إليها في سلوكه الاتصالي وفي عاداته مع وسائل الإعلام ويؤكد هذا المدخل على أن الجمهور حين يتعرض لوسائل الإعلام فهو يسعى لتحقيق إشباع محددة (17) ويعتمد مدخل الاستخدامات والإشباع على خمسة فروض أساسية تتمثل: في التركيز على ايجابية دور الجمهور وفعاليتها في عملية الاتصال، والتأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل الإعلامية والمضمون الذي يشبع احتياجاته، وقدرة أفراد الجمهور دائماً على تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع هذه الحاجات، وأن استخدام وسائل الاتصال يعبر عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وأخيراً يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في أي مجتمع من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال (18).

ومن مزايا هذا المدخل أنه يحقق لنا معرفة كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم كما أنه يوضح دوافع التعرض وأنماطه ولذلك فهو يساعدنا في فهم أهمية ومعنى

16 عماد الدين مكاوي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص 75

17 Warnner J . Severin and James w . Tankard communication Theories . origins methods use 3od printing (N.Y) HO sting hose publish ers 1984

18 ليلي حسين السيد، استخدامات الفلسطينية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، القاهرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 1993

أهمية استخدام وسيلة الاتصال كما أنه يوفر لنا مجالاً رحيباً لاختبار السلوك الإتصالي لأفراد الجمهور (19) .

وفي سياق هذه النظرية فإن الجمهور حيوي ونشط ، وليس مجرد مستقبل محايد أو سلبي إزاء الرسالة الإعلامية وإنما يتأمل ويختار بوعي ما يرغب في التعرض إليه شكلاً ومضموناً وبما يتوافق مع الحاجات النفسية والاجتماعية من خلال ما تعرضه وتنتشره مواقع التواصل من المعلومات الترفيهيه (20) .

وتعد عملية استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام معقدة ، وترجع إلى عدة عوامل متشابكة منها : خلفيات أفراد الجمهور الثقافية ، الذوق الشخصي سياسات الوسيلة وتوجهاتها ، العوامل الشخصية ، ومنها اسلوب الحياة ، السن ، الدخل ، مستوى التعليم ، النوع ، نوع الإشباع الذي يريد الشخص الحصول عليه من التعرض للوسيلة الإعلامية المستوى الاقتصادي الاجتماعي للفرد. (21)

أهداف مدخل الاستخدامات والإشباعات :

يحقق مدخل الاستخدامات والإشباعات عدة أهداف منها :

- 1- تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم .
- 2- فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة .
- 3- معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال (22)

العلاقة بين الاستخدام والإشباع :

هناك اتجاهات عديدة لتفسير العلاقة بين الاستخدامات والإشباعات والانعكاس الذاتي منها :

- 1- اتجاه يرى أن سلوك الفرد المتمثل في مشاهدة مضمون معين على سبيل المثال - يكون بشكل غير مخطط بدافع العادة.
- 2- واتجاه يرى إن الدافع هو شيء داخلي لا يؤثر مباشرة في الفرد وبالتالي من الصعب تحويله إلى شيء مادي متمثل في سلوك معين .

19 حسن علي محمد ، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والإشباعات المتحققة في المؤتمر العلمي السنوي العاشر ، الإعلام المعاصر والهوية العربية الجزء الثاني ، جامعة القاهرة كلية

الإعلام 2004

20 المرجع السابق .

Dolores . maria & Debia Alej andra childens medin use in chile . in First search @ ocle org 21

22 نهى عاطف العبد ، أطفالنا والقنوات الفضائية ، القاهرة ، دار الفكر العربي 2005 ، ص15

3- واتجاه يرى أن الدافع يؤثر بشكل مباشر على الفرد كحاجة ملحة لا تهدأ إلا بعد أن أ يتم إشباعها .

دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال :

تقسم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى فئتين هما : الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية على النحو التالي :

- 1- دوافع نفعية : وهي تتم عادة لتلبية حاجات الإنسان من المعلومات .
- 2- دوافع الطقوسية : التي تتم عادة لأسباب هروبية بهدف تمضية الوقت والاسترخاء والألفة ، ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الاشباعات هما إشباعات المحتوى التي يقسمها إلى نوعين :
 - 1- اشباعات المحتوى تنقسم :

أ- اشباعات توجيهية : مثل مراقبة بيئة الحصول على المعلومات .

ب- اشباعات اجتماعية : مثل التخلص من الشعور بالوحدة والملل .

2- اشباعات العملية : وتنقسم إلى نوعين :

أ- اشباعات شبه توجيهية تنعكس في برامج التسلية والترفيه

ب- اشباعات شبه اجتماعية ، مثل التخلص من الشعور بالوحدة والملل .

ولقد استفاد الباحث من هذا المدخل بتوظيفه فيما يلائم أفراد الجمهور عينة الدراسة من خلال الآتي :

- 1- تحديد دوافع استخدام أفراد الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي .
 - 2- تحديد أهم العوامل التي تتسبب في عدم استخدام أفراد الجمهور لمواقع التواصل .
 - 3- تحديد أهم استخدامات أفراد الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي .
 - 4- تحديد أهم الاشباعات التي يلبيها الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي .
- وقد اعتمد الباحث في تصنيفه لدوافع استخدام أفراد الجمهور عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي على تقسيم (الان روبن) على النحو التالي :

الدوافع النفسية وتشمل :	الدوافع الطقوسية وتشمل :
1- إكساب مهارات وخبرات جديدة	- قضاء وقت الفراغ
2- التصفح والبحث عن المعلومة	- مشاهدة مقاطع الأفلام أو الفيديو
3- المشاركة في جماعات النقاش	المساعدة على النشاط والحيوية والإثارة
4- البحث عن آخر الإصدارات العلمية	- التسويق من خلال المواقع الاتصالية
5- إجراء مكالمات هاتفية من الشبكة	- التسلية والترفيه
6- إشباع الحاجة إلى المعرفة	- متابعة المباريات الرياضية
7- تحقيق التعلم الذاتي أو الحر	- سماع وتحميل الأغاني والموسيقى
8- إرسال واستقبال البريد الإلكتروني	- ممارسة بعض ألعاب الحاسوب

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف ودراسة ظاهرة معينة بقصد التعرف على مكوناتها وعناصرها، وتهدف إلى وصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات والمعتقدات والأبحاث والأهداف والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة⁽²³⁾ وتستهدف الدراسة الوصفية كذلك وصف المواقف أو الظواهر وجمع الحقائق الدقيقة عنها، بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف تحديداً دقيقاً ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية والدقة⁽²⁴⁾

وتهدف الدراسة الحالية إلى وصف طبيعة استخدامات أفراد عينة الجمهور الليبي لمواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة ثقافة الفساد في المجتمع، من حيث دوافعهم واستخداماتهم لتلك المواقع الإلكترونية مثل مدى أهمية المضامين والموضوعات واتجاهاتهم نحو، وصف وتحليل علاقة العوامل الوسيطة بالتعرض والدوافع والإشباع المتحققة.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يعرف بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم ، وهو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام⁽²⁵⁾

23 سمير محمد حسين، تطبيقات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، القاهرة عالم الكتب 1991، ص88

24 سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، القاهرة ، عالم الكتب 2000، ص158

وفي إطار هذه الدراسة يستخدم الباحث منهج المسح بالعينة حيث يخضع عينة من جمهور مدينة طرابلس للدراسة بهدف معرفة مستويات استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة ثقافة الفساد في المجتمع الليبي، ودوافع ذلك الاستخدام والاشباع المتحققة منه، وأيضاً استخدام الأسلوب التحليلي في جمع العديد من البيانات والمعلومات وتلخيصها وتصنيفها وتحليلها واستخلاص النتائج (26)

استخدام الباحث استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة من عينة البحث، احتوت الاستمارة على أكثر من خمسة وعشرون سؤالاً شملت أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها والمتغيرات المتوقعة تأثيرها في مشكلة الدراسة بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم ودوافعهم نحو الموضوع (27)

اسلوب جمع البيانات :

تم تطبيق الاستبيان بالمقابلة وذلك من أجل خلق تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوثين لتحقيق الأهداف البحثية المرجوة، حيث أن هذا الأسلوب يوفر قدراً عالياً من المرونة تسمح بالتغلب على الصعوبات المتوقعة سواء في الإدراك أو التذكير (28)

- خطوات إعداد صحيفة الاستبيان:

وقد تمثلت إعداد خطوات إعداد صحيفة الاستبيان فيما يلي:

- 1- إعداد الصحيفة في صورتها المبدئية وعرضها على مجموعة من المحكمين من الخبراء المتخصصين في مجال الإعلام وموضوع الدراسة.
- 2- مراجعة المشكلة البحثية والتساؤلات المطلوب الاجابة عليها.
- 3- إدخال بعض التعديلات بناء على وجهات نظر السادة المحكمين والخبراء الذين تم عرض الصحيفة عليهم.
- 4- إجراء الاختبار الأولي وذلك لتجريب الاستمارة وقياس مدى صلاحيتها للتطبيق.

25 محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، القاهرة ، عالم الكتب 2000، ص97

26 فاطمة خفاجي الإعلام المكتوب وغير المكتوب الموجه للشباب : القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب 1987، ص78

27 سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، مرجع سابق 146

28 محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، مرجع سابق ص ص393-396

- اختبار الصدق والثبات:

1- اختبار الصدق: عرض الباحث استمارة الاستبيان في صورتها الأولية على مجموعة من الخبراء والمحكمين من أساتذة الصحافة والإعلام واللغة (29) لإبداء الرأي في مدى صلاحيتها للتطبيق ومدى مناسبتها لأهداف وتساؤلات وفروض الدراسة، قام الباحث بإجراء كافة التعديلات المطلوبة من حيث العبارات والأسئلة وأنواعها وطرق صياغتها، كما قام الباحث بتطبيق الاستمارة على عينة عشوائية قوامها 20 مفردة، ثم حساب نسبة الاتفاق بين المحكمين وبلغت 0.893% واعتمد اختبار الصدق أيضاً على درجة الاتساق في إجابات الاسئلة المرتبطة التي تمثلها صحيفة الاستبيان ووصل متوسط الارتباط 0.827% .

اعتمد الباحث على اسلوب تطبيق الاستمارة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى بعد أسبوعين ثم قام بحساب نسبة الاتفاق بين الاجابات وبين التطبيق وبلغ معامل الثبات 0.830% .

مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة وهو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة وهو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه (30)

ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية في جمهور مدينة طرابلس من الذين يستخدمون شبكة المعلومات الدولية (مواقع التواصل الاجتماعي)

ونظراً للظروف والاحداث التي تمر بها البلاد عامة ومدينة طرابلس خاصة وعدم توافر إحصائيات دقيقة في عدد السكان والتوزيع السكاني داخل المدينة خلال هذه الفترة فإن الباحث اعتمد على استخدام العينة العشوائية البسيطة وهي نوع من العينات التي تتيح وتعمل على اختيار عدد محدود من المفردات في المجتمع بأسلوب يجعل الجزء يمثل الكل (31)

حيث يتم سحب عينة عشوائية من المجتمع الكلي وهو مدينة طرابلس وتم توزيع العينة بطريقة روعي أن تكون العينة ممثلة للمتغيرات البحثية، السن، المؤهل العلمي، المستوي الاجتماعي، المهنة ، مستوى الدخل.

29 السادة المحكمون : هم : د . ابراهيم سليمان ، عميد كلية الآداب جامعة الزاوية وأستاذ الإعلام ، د . على فرور ، أستاذ الإعلام جامعة طرابلس ، د . جمعة الأحول أستاذ اللغة الدراسات الاسلامية بجامعة الزاوية.

30 فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام ، تصميمها وتحليلها وإجرائها، القاهرة، دار النشر للجامعات 2001، ص 23

31 محمد عبدالحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، مرجع سابق ص 131.

حجم العينة:

توجد عوامل تحدد حجم العينة منها : طبيعة المجتمع المدروس، واسلوب الدراسة موضوع البحث، ومدى وفرة الوقت والمال والباحثين لإجراء الدراسة ، مدى الدقة المطلوبة في النتائج(32) تطبق هذه الدراسة على عينة عشوائية قوامها 410 مفردة وتم تطبيق هذه الدراسة على كل شرائح المجتمع وذلك لضمان وجود كل المتغيرات الديمغرافية الموجودة بالدراسة وذلك خلال الفترة من 2019/5/1 - 2019/5/31 .

التعريفات الإجرائية:

- 1- الجمهور الليبي : ونعني به في هذه الدراسة الأشخاص الليبيين الذين يستخدمون شبكة المعلومات الدولية (مواقع التواصل الاجتماعي) لغرض مكافحة ثقافة الفساد في المؤسسات الليبية وفي المجتمع بأسره، وقيمون أو يسكنون في ليبيا أثناء فترة إجراء الدراسة .
- 2- مدينة طرابلس : نعني بها في الدراسة منطقة طرابلس الكبرى التي تحدها منطقة المرقب شرقاً وسهل الجفارة والجبل جنوباً ومنطقة الزاوية الغربية غرباً والبحر الابيض المتوسط شمالاً
- 3- الثقافة : بمفهومها العام تعني أدب وشعر وفكر وفنون، وكل ما صنعه الإنسان في بيئته مادياً كان أو معنوياً، وهي عادة كل ما يتبقى لنا لنحكم من خلاله ولنعايش عبره واقع الأجيال التي سبقتنا ، فهي باختصار نافذة نطل من خلالها على فصول مسرحية التاريخ لنسمع ونشاهد ما كانت عليه كل حضارة(33)
- 4- ثقافة الفساد : هي ثقافة فساد معايشة في المجتمع وتعتبره جزءا من نمط ومقتضيات الحياة وطبيعتها، وهي أشبه بمن ألف الخطيئة ، والفساد وهو ذلك الخلل الذي يحرزه المغرب يصيب سلوك وأخلاقيات الأفراد، ويرى البعض الفساد ينحصر بالهوى واللعب وأخذ المال ظلما من دون وجه حق ، فإنه أطراف وتدمير وعدم النزاهة في أداء الوظائف العامة من خلال الرشوة والمحاباة، والفساد وهو آفة ومعضلة العصر الراهن التي تفتك بالمجتمعات ، حيث ظهرت مافيات وعصابات تهريب الأموال وغسيلها واختلاسها، وعلى المستوى الاجتماعي هناك الفساد في القيم ظاهرة متفشية وأصبحت من الواقع وعلى أنها ذكاء وشطارة.
- 5- مكافحة ثقافة الفساد:

32 محمد منير حجاب ، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2002 ، 113

33 البيهول البعقوبي، تعريف الثقافة العلمية، مجلة الجامعة فكرية ثقافية مهنية علمية محكمة، العدد الرابع، 2003 ، ص95.

سبل مكافحة الفساد تأتي عن طريق التوعية والتثقيف وتوجيه السلوك نحو تغيير من نمط الحياة للإنسان من الأسوأ إلى الأفضل .

البدء بالتوجيه والتوعية من المراحل المبكرة للتعليم في مواجهة ثقافة الفساد.

إهتمام العائلة بتربية الطفل على نبذ الفساد بأنواعه.

سن التشريعات وضوابط رادعة وحازمة وتطبيقها بجدية .

حث القضاء على ملاحقة الفاسدين ، والشروع بحملات ثقافية واسعة ضد الفساد.

تطبيق القانون على الجميع، على أن يبدأ بالكبار ثم الصغار من حيث المسؤولية.

الضغط الشعبي على الطبقة الحاكمة ومحاصرة الفاسدين .

6- الاشباع المتحققة : الاستخدامات والاشباع من النظريات الهامة في الدراسات الاعلامية الحديثة على أساس أنها تحاول فهم عملية الإعلام، وكذلك تحاول أن تستكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وما دوافع تعرضهم التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون أو شراء وقراءة الصحف أو سماع برنامج الإذاعة أو التفاعل مع شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي .

7- مواقع التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جملة مع أصدقاء، وتفاعل بعضهم البعض باستخدام الحاسوب والهواتف الذكية وشبكة الانترنت والشبكات والمواقع الاجتماعية مثل : الفيس بوك ، تويتر ، اليوتيوب ، غوغل، نستجرام، وغيرها

- الفيس بوك : يعد من أشهر المواقع الاجتماعية على الانترنت أسسه طالب في جامعة هارفرد عام 2004 و الآن تخطى عدد مستخدميه مئات الملايين بل آلاف الملايين .

- موقع تويتر : تقوم فكرة تويتر على السماح للمستخدمين بإرسال وقراءة رسائل قصيرة تسمى (تويت) وتعني (تغريدة) وتتكون من 140 حرفاً كحد أقصى.

- يوتيوب: هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين بدفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، تأسس في فبراير سنة 2005، وللأسف توجد مقاطع فيديو فاضحة تعرض على هذا الموقع يومياً في يوتيوب وتكون مضيعة للوقت ومادة

سخرية ومادة تقليد حيث يقلد المراهقين والشباب بعض السلوكيات الخاطئة بعد مشاهدتها في هذه المواقع.

- مواقع الانستغرام:

وهو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور عبر البرامج ومواقع التواصل الاجتماعي، وما يميزه أنه يتيح لنا خاصية الهاشتاق وهو موقع خاص بنشر الصور والفيديو وقد حظى بشعبية كبيرة ونافس المواقع الاجتماعية الشهيرة التويتر.

المعالجة الإحصائية:

تم اعتماد الباحث بعد الانتهاء من بيانات الدراسة على برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية spss باستخدام الحاسوب وتم الاختبارات التالية:

1- التكرار والنسب المئوية.

2- المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري .

3- الوزن المئوي الذي يحسب من المعادلة : $\text{الوزن المئوي} = \frac{\text{المتوسط الحسابي} \times 100}{\text{الدرجة العظمى للعبارة}}$

4- حساب كا² chi - square للكشف عن وجود علاقة بين المتغيرات الوصفية، ومعامل التوافق لبيان مدى العلاقة وشدتها .

5- حساب دلالات الفروق بين المتوسط الحسابي لمجموعتين t - test .

6- حساب دلالات الفروق بين أكثر من مجموعة تحليل التباين وجود فروق بينها باستخدام posthoc tests

7- حساب مصدر التباين بين المجموعات يثبت تحليل التباين وجود فروق بينها باستخدام ANOVA .

8- معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة اتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

9- معامل التوافق الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين أسمييين في جدول .

10- معامل فاي الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول .

- 11- اختبار(ت) للمجموعات المستقبلية لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة والنسبة.
- 12- تحليل التباين ذي البعد الواحد لمعرفة اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من ذو المسافة والنسبة .

نتائج الدراسة : توصلت الدراسة لعدة نتائج هامة يمكن عرضها على النحو التالي:

الجدول رقم(1) يوضح نوع وتوصيف العينة المستخدمة في الدراسة:

المتغير	العينة	ك	%
النوع	ذكور	310	75.6
	إناث	100	24.4
	المجموع	410	100
السن والعمر	من 18-30	101	25
	من 30-45	173	42
	46 فما فوق	136	33
	المجموع	410	100
مستوى الدراسي	دون المتوسط	13	3
	الثانوي (متوسط)	45	11
	جامعي	253	62
	ما فوق الجامعي	99	24
	المجموع	410	100
المهنة	طالب	123	30
	موظف	102	25
	مدرس	90	22
	عمل حر	50	12
	عاطل	45	11
	المجموع	410	100
مستوى الدخل	أقل من 500 د	98	24
	أكثر من 500 وأقل من 1000د	139	33
	أكثر من 1000 وأقل من 1500د	97	23
	أكثر من 1500 د	80	20
المجموع	410	100	
الحالة الاجتماعية	متزوج	185	45
	أعزب/أنسه	190	46
	مطلق/أرملة	35	9
	المجموع	410	100%

توزيع نتائج الجدول السابق رقم

1- تشير نتائج الجدول إلي أن أكثر مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من المبحوثين عينة الدراسة هم من الذكور ، حيث بلغت نسبة تواجدهم في مجتمع الدراسة 75.6% في حين بلغ عدد الاناث (100) وبنسبة 24.4%، ويعزى الباحث هذه النسبة إلى أن المجتمع الليبي مجتمع يغلب على الذكور بالدرجة الاولى أكثر استخداماً وتعاملاً مع كل ما هو تكنولوجي وحديث وأيضاً التواجد خارج المنزل .

2- تشير نتائج الجدول السابق فيما يتعلق بمتغير العمر، فقد جاءت الفئة العمرية من 30 - 45 بالمرتبة الاولى وبنسبة 42% من مجموع أفراد العينة في حين جاءت الفئة العمرية 46 فما فوق في المرتبة الثانية وبنسبة 33% وجاءت في المرتبة الثالثة الفئة العمرية من 18 إلى 30 وبنسبة 25% حيث كانت هي الأخيرة .

كما تبين نتائج الجدول فيما يتعلق بمتغير المستوى الدراسي جاء في الترتيب الأول مستوى الجامعي وبنسبة 62%، وحاز الترتيب الأول فيما يتعلق بمتغير المهنة جاءت في الترتيب الاول مهنة طالب وبنسبة 30% من مجموع أفراد العينة، وفي مستوى الدخل جاء الترتيب الأول فئة الذين يتقاضون من 500 إلي أقل من 1000 د وبنسبة بلغت 33% من مجموع أفراد العينة.

الجدول رقم (2) يبين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الانترنت)

معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
بدرجة كبيرة جداً(دائماً)	88	21
بدرجة متوسطة(أحياناً)	262	64
بدرجة قليلة(نادراً)	60	15
المجموع	410	100%

تشير بيانات الجدول السابق رقم(2) إلى ارتفاع وتقدم الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل متوسط حيث عددهم 262 وبلغت نسبتهم 64% وكانوا في المرتبة الأولى في معدل الاستخدام للمواقع الاجتماعية، والذين يستخدمون المواقع بشكل دائم بلغت نسبتهم 21% حيث جاءت في المرتبة الثانية ، أما الذين يستخدمون مواقع التواصل بشكل قليل ونادراً كانت نسبتهم 15%، ويرى الباحث من خلال هذه النتائج ان هذا مؤشر بأن معدل أو نسبة الاستخدامات للمواقع الاتصالية بين افراد الجمهور الليبي كبير من حيث استخدامهم لهذه التقنية

وان هناك اقبال متزايد عليها، وهذا يدل على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وارتفاع استخدامها من طرف الجمهور الليبي ومن تم يمكن توظيفها واستثمارها في خدمة المجتمع وفي التوعية والارشاد وفي الحد من ظاهرة وثقافة الفساد في المؤسسات الليبية ونشر واطهار كل جرائم الفساد السياسي والاقتصادي وغيرها وتتبع خيوطها وكشف الحقيقة في مواقع التواصل الاجتماعي لأنها وسيلة فعالة وسريعة ومناسبة تصل إلى الجميع وفي نفس اللحظة ولا يستطيع ما يعرف بحارس البوابة حجبها او قصها او منع وصولها إلى الجهات والشعوب فهي تعتبر بمثابة الرقابة القوية والمستمرة .

الجدول رقم (3) يبين طرق الدخول والأماكن أكثر استخداماً من قبل المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع الدخول الأكثر استخداماً في مواقع التواصل	ك	%
مواقع مقاهي الانترنت	40	10
عن طريق الهاتف المحمول (الهواتف الذكية)	160	39
YmAX	70	17
ADCL	80	20
عن طريق الشبكات العامة	60	14
المجموع	410	%100

تبين بيانات الجدول رقم(3) أن طريقة الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر استخداماً من قبل المبحوثين جاءت بنسبة 39% لصالح استخدام الهاتف المحمول ما يعرف بالهواتف (الذكية) حيث حاز على المرتبة الأولى، ثم موقع ADCL جاء في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت 20%، ويليه موقع YMAX بنسبة بلغت 17%، ثم جاء موقع الدخول عن طريق الشبكات العامة وبنسبة 14% وأخيراً، مقهى الإنترنت بنسبة 10%.

ويرى الباحث من خلال النتائج السابقة أن للهواتف الذكية أهمية ودور كبير حيث نعيش عصر الموبايل واستخداماته المتعددة من صحافة موبايل الى التصوير الى الفيديو والنقل المباشر للأحداث والأخبار لحظة حدوثها فهو استديو واذاعة وبث مباشر تقنية متطورة متعددة الوسائط ومتقلة وسهلة الحمل في الجيب ولها تأثيراً على الجمهور وهذه التقنية يمكن توظيفها في محاربة ومكافحة الفساد في المجتمع بكل أنواعه ويستطيع الجمهور ايضاً باستخدام هذه التقنية أي الاجهزة الذكية الحد من ثقافة الفساد ومكافحتها والتغلب عليها وهو عندما ترى أو تلاحظ اي

مخالفة في مؤسسة أو على الطريق تستطيع استخدام الموبايل في التصوير والتوثيق والكتابة والنشر والتعليق والبث المباشر عبر مواقع التواصل وهذا يعتبر بفعل أداة رقابة ونشر وبالتالي يعمل على الحد منها ومحاربتها فهي بمثابة رادع لهذه الجرائم على مستوى الأشخاص والمؤسسات في المجتمع.

الجدول رقم(4) يبين توزيع المبحوثين وفقاً للمواقع والموضوعات والمواد التي يفضلون متابعتها والمشاركة والتفاعل معها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المواقع والموضوعات	دائماً		أحياناً	
	ك	%	ك	%
المواقع الاجتماعية	303	73	120	29
المواقع السياسية (الإخبارية)	295	71	127	31
المواقع الثقافية	245	60	132	32
المواقع الرياضية	240	58	161	39
المواقع الاقتصادية	200	51	174	42
المواقع العلمية	195	47	184	45
مواقع البحث العلمي	189	46	199	48
مواقع الصور	160	49	193	47
مواقع الفنية	145	35	273	54
مواقع الفيديوهات	140	40	173	42
مواقع المرأة	120	29	209	51
مواقع الاطفال	117	29	200	48
مواقع التسلية	109	26	217	52
مواقع الصحية	97	23	195	47
مواقع الجرائم	108	26	217	52
مواقع الدردشة	82	20	235	57
الكاريكاتير	74	74	220	54

تشير بيانات الجدول السابق رقم(4) أن المواقع والموضوعات والمواد التي يتابعها المبحوثين بكثافة جاءت في المقدمة والأكثر تفضيلاً المواقع الاجتماعية وبنسبة بلغت 73%، تم يليها المواقع السياسية الإخبارية وبنسبة 71% ثم المواقع الثقافية وبنسبة 60%، والرياضية وبنسبة

بلغت 58%، والاقتصادية وبنسبة 51%، والمواقع العلمية وبنسبة 47%، ويليه مواقع البحث العلمي ومواقع الصور والفيديوهات ومواقع المرأة والاطفال والتسلية والمواقع الصحية والدرشة والجرائم وأخيراً الكاريكاتير.

الجدول رقم (5) يبين مدى استخدام المبحوثين لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعية

مواقع التواصل	مدى الاستخدام		%	أحياناً ك	%	دائماً ك
	ك	ك				
الفييس بوك	405	99	2.5	10	99	405
اليوتيوب	197	48	41	170	48	197
تويتر	150	36	54	220	36	150
غوغل	100	24	48	200	24	100
ماسنجر	117	28	43	179	28	117
المنتديات	80	20	39	160	20	80
المدونات	70	17	41	169	17	70

تبين بيانات الجدول رقم (5) أن الفييس بوك يحظى بنسبة عالية جداً وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً حيث بلغت نسبة الذين يفضلون استخدام الفييس بوك 99%، ثم جاء في المرتبة الثانية اليوتيوب وبنسبة بلغت 48%، يليها تويتر وبنسبة 36%، ثم جاء استخدام القوقل والماسنجر ثم يليها المنتديات ثم المدونات أخيراً وبنسبة 17%.

ويرى الباحث أن الاقبال على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كبير ويمكن الاستفادة من هذه المواقع واستخدامها في مكافحة الفساد والحد من هذه الظاهرة وذلك بنشر وكشف كل جرائم الفساد في المجتمع وتتبع خيوطها وكشف الحقائق امام الرأي العام والجميع بغرض محاربة المجرمين الفاسدين.

الجدول رقم (6)

يبين متوسط الوقت الذي يقضيه المبحوثين في تصفح مواقع شبكة التواصل الاجتماعي.

الوقت	العدد	%
أقل من ساعة	49	11
من ساعة إلى أقل من ساعتين	105	26
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	165	40
أكثر من ذلك	91	22
المجموع	410	%100

بيانات الجدول السابق رقم (6) تبين الوقت الذي يقضيه المبحوثين في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي حيث تشير إلى أن ما نسبته 40% يقضون ما بين ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات في تصفح تلك المواقع، وهذه في حقيقة الأمر تعتبر وقت كافي ويمكن توظيفه في نشر الوعي وفي مكافحة ثقافة الفساد وفي توجيه الجمهور في تصفح المواقع الاجتماعية في الاتجاه الصحيح من خلال نشر ثقافة الصدق والامانة والمحافظة على مقدرات الدولة والمواطنة والوطنية، ويرى الباحث أن عدد الساعات التي يقضيها الجمهور الليبي في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي جيدة بوجه عام في خدمة القضية المطروحة وأن الجمهور الليبي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متزايد مما يؤكد على أهميتها واستخداماتها المتنوعة .

الجدول رقم(7) يبين الفترة الزمنية وخبرة المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

الفترة الزمنية	العدد	%
أقل من سنتين	20	5
من سنتين إلى أقل من أربع سنوات	105	25
من أربع سنوات فأكثر	285	70
المجموع	410	%100

يتضح من بيانات الجدول رقم (7) أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي على شبكات الانترنت من أربع سنوات فأكثر حيث جاء في المرتبة الاولى وبنسبة 70% ، والذين يستخدمونها منذ أقل من سنتين بلغت نسبتهم 5% فقط، ويرى الباحث ربما يعود ذلك إلى إدراك المبحوثين لدور وأهمية وجدوى هذه المواقع منذ نشأتها وما تتضمنه من استخدامات وإضافة جديدة وبالتالي يجب استغلال واستخدام وتوظيف هذه المواقع لخدمة المجتمع والجمهور والاهتمام

بمضمون المواد المقدمة وايضاً استخدامها في نشر الثقافات والقيم والأخلاق الحميدة ومكافحة ومحاربة ثقافة الفساد والحد منها وتجريمها وفضحها واستهجانها واستنكارها ، مع إجراء دراسات وبحوث تخدم مصالح المجتمع وتقدم استشارات عن أهم القضايا والازمات المعاصرة مثل قضية تفشي ثقافة وسلوك الفساد الاداري والسياسي والاقتصادي في المجتمع.

الجدول (8) يبين الفائدة التي تعود على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

فائدة الاستخدام	العدد	%
متابعة الاحداث والأخبار	351	85
التواصل مع الآخرين وكسر الفراغ	305	74
مكافحة ثقافة الفساد في المجتمع	175	42
نشر جرائم الفساد الخطيرة في المجتمع	170	41
تقديم حلول للقضايا والازمات في المجتمع	150	36
في المصالحة الوطنية	160	39
الحد من ثقافة العنف	155	37
الحصول على معلومات متخصصة والبحث العلمي	160	39

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أن ما نسبته 85% من أفراد العينة أكدوا أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الاحداث والحصول على الاخبار الجديدة والفورية، ويلبها التواصل مع الآخرين وقضاء وقت الفراغ والتحدث معهم وبنسبة 74%، ثم تليها في المرتبة الثالثة استخدام مواقع التواصل في مكافحة ثقافة الفساد ومحاربتها في المجتمع بنسبة 42% وذلك بنشر وفضح كل الجرائم الخطيرة التي حدثت في المجتمع وكشف اصحابها والاشارة اليهم حيث جاءت فئة نشر جرائم فساد خطيرة في المجتمع بنسبة 41%، بينما قال ما نسبته 36% انهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في تبادل الطول حول قضايا وأزمات المجتمع، ثم جاءت نسبة 39% للذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في ملف المصالحة الوطنية، بينما كانت نسبة استخدام مواقع التواصل للحد من ثقافة العنف 37% كما جاءت نسبة 39% للذين يستخدمون مواقع التواصل في الحصول على معلومات متخصصة وفي البحث العلمي. ويرى الباحث هنا ينبغي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة ثقافة الفساد في المجتمع ومحاربة المفسدين ونشر وفضح وتتبع كل الجرائم الخطيرة التي تهدد وجود وأمن المواطن والوطن ووحدته واقتصاده نشرها بصفة مستمرة على مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (9) يبين مدى كفاية ما تناوله مواقع التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا في المجتمع.

لا أعرف		كافية إلى حد ما		كافية		غير كافية		درجة الكفاية قضايا المجتمع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.5	14	22	90	9	40	85	350	الفساد في مؤسسات الدولة
2.4	10	25	110	7	31	78	320	مكافحة الفساد ونهب الدولة
3	12	30	120	11	47	90	370	الصراع على السلطة
1.5	8	29	130	13	55	75	310	ملف المهجرين والنازحين
1.7	30	24	125	7	30	83	340	الأمن القومي والسيادة
5	20	32	100	15	60	86	355	البطالة وهجرة الشباب
3	10	32	135	17	75	75	315	التضخم وارتفاع الاسعار
4	13	32	133	22	90	96	395	مشكلة الكهرباء والوقود
2	9	33	135	22	93	96	397	انخفاض الدخل والسيولة
7	30	33	135	23	95	79	325	الفساد المصرفي وتحويل
5	20	34	136	5	35	61	250	الفساد البيئي وتلوث المياه

توضح بيانات الجدول السابق رقم (9) أن المبحوثين يؤكدون ويعتقدون بعدم كفاية ما تناوله مواقع التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا الراهنة في المجتمع ومنها قضايا الفساد ومكافحة الفساد بنسبة كانت متقاربة بلغت 95%، حيث جاءت الاجابات والنسب بالترتيب حسب عدم الكفاية وفقاً للتالي: (قضية انخفاض الدخل والمرتببات والسيولة، مشكلة انقطاع الكهرباء والوقود، الصراع على السلطة، البطالة والشباب، ملف الفساد في مؤسسات الدولة، ثقافة الفساد ونهب المال العام، فساد القطاع المصرفي وتحويل الاموال للخارج، ملف المهجرين والنازحين، قضية الأمن القومي وسيادة الدولة، ملف البيئة والتلوث والمياه).

الجدول رقم(10) يبين دوافع استخدام المبحوثين لمتابعة قضايا المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي .

غير موافق		محايد		موافق		درجة الموافقة الدافع
%	ك	%	ك	%	ك	
0.2	1	11	40	98	405	الحصول على معلومات عن قضايا اجتماعية وثقافية وسياسية
0.2	1	15	60	96	395	مكافحة ثقافة الفساد
0.5	2	15	61	91	375	نشر وكشف جرائم الفساد
1.7	5	17	70	97	401	تساعد على التواصل مع الآخرين وتكوين رأى عام ضد الفساد
0.7	3	18	73	96	397	وسيلة اتصال وتفاعل بين الشباب
1.5	4	22	90	97	399	تساعد على مواكبة والاطلاع الاحداث
0.5	2	30	123	90	371	التعرف على الحضارات
9.8	40	30	124	92	380	استمتاع بالصور ومقاطع الفيديو
0.2	1	32	133	85	350	البحث والمعرفة وقواعد البيانات
1.5	5	33	135	78	320	الحصول على التسلية والمتعة وقضاء الفراغ
0.3	3	40	170	81	333	تسمح بكتابة التعليقات والمشاركات على الموضوعات وعلى الصفحات

يوضح الجدول رقم(10) أن دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المتعلقة بالمجتمع وبمكافحة ثقافة الفساد على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بالترتيب كالتالي: حيث كانت النسبة مقاربة نوعاً ما وبلغت أعلى نسبة 98% والتي تبين دافع الاستخدام ومتابعة قضايا المجتمع ، جاءت في الترتيب الاول على التوالي (الحصول على معلومات عن قضايا اجتماعية وثقافية، تليها تساعد على التواصل مع الآخرين وتكوين رأى عام من قضية ما، ثم تساعد على مواكبة الاحداث والاطلاع عليها، وسيلة اتصالية وتفاعل بين الشباب، مكافحة ثقافة الفساد، نشر وكشف وفضح جرائم الفساد، التعرف على الحضارات، البحث والمعرفة وقواعد البيانات، تسمح بكتابة التعليقات والمشاركات على الموضوعات وعلى الصفحات، الحصول على التسلية والمتعة وقضاء أوقات الفراغ، ويشير هذه النتائج حسب رأى الباحث أن المبحوثين يشاركون مع القضايا النفعية ومصالحة المجتمع بشكل كبير، ويبين ذلك أن هناك وعى وثقافة لدى المبحوثين وحرصهم في الدفاع عن قضايا وطنهم ومحاولة إيجاد حلول لهذه الازمات التي تعصف بهم.

الجدول رقم (11) يبين اتجاهات المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي.

غير موافق		محايد		موافق		الاتجاهات الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	
0.5	2	6	25	98	405	تقدم معلومات صحفية عن المجتمع
0.7	3	14	55	97	401	الحصول على ثقافات المختلفة
1.7	7	16	65	97	397	مكافحة ثقافة الفساد في المجتمع
1.7	7	19	79	95	390	محااربة جرائم الفساد بأنواعه
0.7	3	17	70	95	390	تعمل على نشر وتقديم التوعية والتوجيه
0.5	2	20	84	93	385	نافذه هامة للتواصل مع الآخرين
0.5	2	22	92	92	380	الابتعاد عن تشويه وتحريف الحقائق
1.5	8	25	98	92	380	الابتعاد عن إثارة الفتن وزعزعة الوحدة الوطنية
1.2	5	25	105	91	375	تلتزم بأخلاقيات العمل الاعلامي
3.2	13	27	112	90	371	تعمل على استقرار مؤسسات الدولة
8.5	35	32	130	87	360	تعمل على تحقيق المصالحة الوطنية
0.5	2	33	161	87	360	تعمل على الحد من ثقافة العنف
0.2	1	15	65	86	355	تعمل على تقريب وجهات النظر
0.2	1	16	70	85	351	تجنب التحريض على الكراهية والتعصب
0.7	3	17	73	85	350	عدم الاساءة للقيم والدين والعادات
1.2	5	18	76	83	344	نافذة للنقد والتقويم وفضح الفساد
0.7	3	22	90	83	343	تعمل على الحد من اشعال الحروب الاهلية
0.2	1	27	115	79	325	تعمل على الاصلاح بين القبائل
0.5	2	30	125	75	324	نشر الاخبار السريعة والمضللة
1.0	4	32	134	73	300	نشر ثقافة التسامح والتصالح والعفو
0.2	8	33	136	70	290	تعزيز القدرة على إدارة الحوار مع الآخرين
6	26	42	175	62	255	تتناول وتعالج قضايا المجتمع

1.2	5	42	176	61	251	تمكن من الوصول للمعلومات بسرعة وحرية
-----	---	----	-----	----	-----	--------------------------------------

تشير بيانات الجدول رقم (11) أن اتجاهات المبحوثين نحو متابعة قضايا المجتمع على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بالترتيب حسب الأهمية كالتالي: تقديم معلومات صحفية عن المجتمع، والحصول على ثقافات مختلفة، الحد من قافة الفساد في المجتمع ، محاربة جرائم الفساد الخطيرة، تعمل على نشر وتوعية والتوجيه، ...، تمكن من الوصول إلى المعلومات بسرعة وحرية .

الجدول رقم (12) يوضح الدور والدوافع الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل المشاركة نحو محاربة ثقافة الفساد في المجتمع

الفائدة	ك	%
تعمل على معرفة المعلومات من الآخرين	395	96
تعمل على زيادة الوعي الثقافي والسياسي	385	93
تتيح فرصة المشاركة ومناقشة القضايا	377	92
أجد عليها إجابات العديد من التساؤلات	371	90
تساعد في متابعة تطورات ملف الفساد في المجتمع	369	90
مراقبة والحد من ثقافة الفساد في المجتمع	350	85
تعمل على فتح حوار مع المسؤولين والتواصل	349	85
تشكيل مجموعات ضاغطة لمكافحة ثقافة الفساد	344	83
تعمل على نشر جرائم الفساد الخطيرة	333	81
تعمل على تقريب وجهات النظر حول القضايا	332	80
تساهم في حل كثير من المشكلات السياسية والاجتماعية والاقتصادية	331	80

تبين بيانات الجدول السابق رقم (12) إلى ان الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل وتنمية ومشاركة في حل قضايا الفساد ومكافحة ثقافة الفساد في المجتمع والامداد بالمعلومات حسب اجابات المبحوثين تتمثل وفق الأهمية في الاتي وحسب ترتيب الاولوية والحصول على اعلى نسبة، جاء في المرتبة الاولى: انها تعمل على معرفة المعلومات والاشياء عن الآخرين، تعمل على زيادة الوعي الثقافي والسياسي، تتيح فرصة المشاركة ومناقشة، القضايا، تعمل على اجابة العديد من التساؤلات، متابعة آخر تطورات ملف قضايا مكافحة

الفساد، تعمل على مراقبة والحد جرائم وثقافة الفساد في المجتمع، تعمل على فتح حوار مباشر مع المسؤولين والتواصل، تشكيل مجموعات ضاغطة لحل قضايا الفساد، تعمل على نشر جرائم الفساد الخطيرة في المجتمع وإحالتها للقضاء، تساهم في حل كثير من المشكلات السياسية الاجتماعية والاقتصادية والصحية.

الجدول رقم (13) يوضح مدى ثقة الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي

مدى الثقة	ك	%
أثق فيها بدرجة كبيرة	90	22
أثق فيها إلى حد ما	255	62
لا أثق فيها مطلقاً	65	16
المجموع	410	%100

تشير بيانات الجدول السابق رقم (13) أن نسبة من قالوا بأنهم يتقنون في مواقع التواصل إلى حد ما جاءت أعلى نسبة حيث بلغت 62% في الوقت الذي جاءت فيه نسبة الذين قالوا أنهم يتقنون فيها بدرجة كبيرة بأقل منها حيث بلغت النسبة 22% بينما قال ما نسبته 16% من الباحثين أنهم لا يتقنون في مواقع التواصل الاجتماعي مطلقاً وجاءت أقل نسبة وهذا يدل على أن هذه الوسيلة أصبحت لها قبول لدى الجمهور وأصبحوا يتقنون في مصداقيتها نوعاً ما وكانت نسبتهم كما يشير الجدول 16%، وان هذا يدل على ان الاتجاهات السلبية المتكونة للباحثين حيال تلك المواقع أصبحت تتقلص وأصبح استخدامها امر واقع.

الجدول رقم (14) يوضح مدى مناقشة الباحثين لما يطلعوا عليه في مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بقضايا المجتمع وفي الحد من ثقافة الفساد في المجتمع الليبي.

مدى المناقشة	ك	%
دائماً	150	61
أحياناً	250	61
لا	10	2.5
المجموع	410	%100

تشير بيانات الجدول السابق رقم (14) والخاص بمناقشة ما يطلع عليه الباحثين في التواصل الاجتماعي حيث قال ما نسبته 36.5% أنهم يناقشون ما يطلعون عليه بشكل عام ودائم سوء

بالتعليق او التواصل المباشر او المشاركة بالرد، في حين قال ما نسبته 61% أنهم أحياناً يفعلون ذلك وهي النسبة الأكبر والتي جاءت في المرتبة الاولى، وربما يرجع السبب الى عدة عوامل منها مثلاً مدى تفتهم بالمعلومات والأخبار التي تنشر على هذه المواقع ومصداقيتها وجاءت نسبة 2.5% بالنفي وهذا يدل على عدم مصداقيتهم وفعالية مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة وحل قضايا المجتمع ومنها قضية الفساد الاداري والاقتصادي ونفسي ثقافة الفساد عامة لدى الناس في مؤسسات الدولة، وكيفية مكافحة الفساد باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومحاربه من أجل حدوث التنمية والاستقرار في المجتمع.

الجدول رقم (15) يبين الفئات التي يناقش المبحوثين معها ما تطلع عليه في مواقع التواصل الاجتماعي عن القضايا المتعلقة بالفساد في المجتمع وكيفية مكافحة ثقافة الفساد .

المناقشة	ك	%
الأصدقاء	171	42
الزملاء	117	28
الأهل	122	30
المتخصصون	-	-
أخرى	-	-
المجموع	410	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (15) أن ما نسبته 42% يناقشون مع الاصدقاء ما يطلعون عليه في الوقت الذي يناقش ما نسبته 28% ما يطلعون عليه في مواقع التواصل الاجتماعي مع الأهل أما الزملاء فقد قال ما نسبته 30% أنهم يناقشون معهم ما يطلعون عليه في تلك المواقع، وهذا من وجهة نظر الباحث نتيجة منطقية لأن الاصدقاء قد يكونون أكثر قريباً وعلاقة من الزملاء أما الأهل فعادة ما يكون النقاش معهم في الشؤون الأسرية والاجتماعية والعائلية في إطار محدود لا يتعدى القضايا السياسية والاحداث وقضايا الجرائم و مكافحة ثقافة الفساد في المجتمع.

الجدول (16) أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بقضية الحد من ثقافة الفساد في المجتمع وبناء المستقبل كما يراها المبحوث.

المميزات	ك	%
الجرأة والحدثية وسرعة التغطية	391	95
الجرأة والمعالجة الموضوعية	364	88
شمولية الموضوعات التي تطرحها	301	73
تنوع الموضوعات وتعددتها	392	95
تفسح مساحة كبيرة للحرية والنقاش	399	97
أخرى تذكر	-	-
المجموع	410	100%

تبين من بيانات الجدول السابق رقم (16) أن نسبة عالية من المبحوثين يرون أن أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي فيها يتعلق بقضية الحد من ثقافة الفساد في المجتمع باستخدام مواقع التواصل، أنها تفسح مساحة كبيرة للحرية والنقاش حيث جاءت نسبتهم 97% كما قال ما نسبته 95% أن تنوع الموضوعات وتعددتها يعد من المميزات لتلك المواقع، بينما حصلت ميزة الجرأة والحدثية وسرعة التغطية على ما نسبته 95% أيضاً، في الوقت قال فيه ما نسبته 88% أن الجرأة والمعالجة والحدثية وسرعة التغطية تشكل إحدى المزايا الهامة لديهم، أما عن شمولية الموضوعات التي تطرحها المواقع الاجتماعية فقد حصلت هي الأخرى على نسبة لا بأس بها بلغت 73%.

النتائج الخاصة بالإجابة على فروض الدراسة:

الجدول رقم (17) يبين الفرق بين الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

معدل الاستخدام	العدد	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	المعنوية	كا
ذكر	310	75	1.05	0.196	0.058	109	0.956	
انثى	100	25	1.05	0.196				
المجموع	410	100						

باستخدام اختبار T وذلك لقياس بين متوسطات معدل الاستخدام والنوع وتشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات احصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة

بمعدل الاستخدام وبين النوع، وأبدت ذلك قيمة T التي بلغت 0.058 وهي قيمة غير داله احصائياً عند مستوى معنوية 0.956 ، ويتضح تواجد الذكور والإناث ومعدل استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد يكون سبب الاهتمام المشترك والظروف التي يعيشها النوعان بنفس المستوى والتقارب الفكري والمعرفي الواحد وهذا ما أكدته قيمة المتوسط الحسابي التي بلغت 1.05 المطابق تماماً لكل منهما .

الجدول رقم (18) يبين علاقة استخدام مواقع التواصل بمتغير النوع .

المجموع		اناث		ذكور		النوع الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	
96.3	395	95	95	96.7	300	نعم
3.7	15	5	5	3.3	10	لا
%100	410	%100	100	%100	310	المجموع

كا المحسوبة = 0.003 ، درجة الحرية = 1 ، مستوى المعنوية = 0.956

باستخدام اختبار كا2 الخاص باختبار استقلالية العلاقات بين المتغيرات من النوع الاسمي، تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين النوع واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي إذ أن الإناث يستخدمن شبكات التواصل بنسبة متقاربة من الذكور حيث بلغت نسبتهن 95% في حين أن الذكور نسبتهن 96% .

جدول رقم (19) يبين العلاقة وزمن ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمتغير النوع.

المجموع		إناث		ذكور		النوع الزمن الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	
7	30	10	10	6.5	20	أقل من سنتين
33	135	45	45	29	90	من سنتين إلى أقل من اربع سنوات
60	250	50	50	64.5	200	من أربع سنوات فأكثر
%100	410	%100	100	%100	310	المجموع

كا2 المحسوبة = 7.455 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.024

باستخدام كا2 الخاص باختبار استقلالية العلاقة بين المتغيرات من النوع الأسمى، تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين النوع وزمن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأبدت ذلك قيمة كا2 التي بلغت 0.025 وهي قيمة دالة احصائية عند مستوى معنوية 0.024 ، ولمعرفة شدة العلاقة الدالة باستخدام معامل التوافق اتضح أن هناك علاقة بين النوع وزمن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ضعيفة الشدة بقيمة 0.135 إذ ان الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ اربع سنوات فأكثر جاءت نسبتهم 64.5% أكثر من الإناث إذ جاءت نسبتهم 50% ، في حين أن الإناث يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي من سنتين الى اقل من اربع سنوات جاءت نسبتهم 50% أكثر من الذكور إذ جاءت نسبتهم 29% فقط .

الجدول رقم (20) يبين العلاقة بين نوع المبحوث واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

النوع	الذكور		الإناث		المجموع		الانحراف المعياري	كا2	المعنوية	معامل فاي	الموقع
	ك	%	ك	%	ك	%					
الفيس بوك	250	80	75	7.5	325	79	0.197	13.33	0.000	0.17	
التويتر	10	3.2	5	4.9	15	3.6	0.620	16.94	0.000	0.55	
اليوتيوب	30	9.6	10	9.9	40	9.7	0.777	77.67	0.000	0.43	
ماسنجر	5	1.6	5	4.9	10	2.4	0.445	91.97	0.000	0.45	
قول	5	1.6	-	-	5	1.2	0.101	21.02	0.000	0.40	
المدونات	10	3.2	5	4.9	15	3.6	0.468	18.03	0.000	0.49	
المجموع	310	100	100	100	410	100	-	-	0.000	-	

تشير بيانات الواردة في الجدول السابق عن وجود علاقة إحصائية دالة بين متغير النوع ذكور وإناث وبين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ، حيث كانت فيه كا2 المحسوبة (13.333) وبدرجة حرية = 1 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000

إلا أن هذه العلاقة ضعيفة الشدة حيث بلغ معامل فاي 0.17 كما تكشف البيانات أيضاً أن هناك علاقة إحصائية دالة بين النوع واستخدام المبحوثين لمواقع التويتر فقد بلغت كا2 16.969 وعند مستوى معنوية دال أيضاً بلغ 0.000 وهي علاقة متوسطة الشدة فقد كانت قيمة فاي

0.55 وبالرجوع الى النسب يتضح أن الإناث يستخدمون موقع التويتز أكثر من الذكور في الوقت الذي يستخدم فيه الذكور موقع الفيس بوك أكثر من الإناث.

ويتضح من خلال بيانات الجدول السابق أنه توجد علاقة بين متغير النوع وموقع اليوتيوب حيث بلغت كا 2 77.676 وعند مستوى معنوية دال بلغ 0.000 وهي علاقة متوسطة الشدة فقد كانت قيمة فلي 0.43 كما توضح بيانات الجدول وجود علاقة دالة إحصائياً بين موقع ماسنجر ومتغير النوع حيث بلغت قيمة 91.971 وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000 ومتوسط الشدة حيث بلغت قيمة فاي 0.45 .

الجدول رقم (21) يبين الفروق بين الذكور والإناث في مدى الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي.

النوع	مدى الثقة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر		310	2.19	0.6.779	3.822	409	0.000
أنثى		100	2.33	06.55	-	-	0.000
المجموع		410					

باستخدام اختبار T وذلك لقياس الفروق بين متوسطات مدى الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي والنوع تشير البيانات الواردة في الجدول السابق الوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة بمدى الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي وبين النوع وأبدت ذلك قيمة T التي بلغت 3.822 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.000 وهذا ما أكدته قيمة المتوسط الحسابي للإناث التي بلغت 2.33 في حين أن قيمة المتوسط الحسابي للذكور بلغت 2.19 وقد يعود ذلك إلى أن الذكور أكثر حذراً وحرصاً في التأكد من دقة المعلومات والتحقق قبل الاقتناع من الإناث لاسيما وأن الإناث يتسمن بالعاطفة والقبول.

الجدول رقم (22) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في متابعة قضايا الفساد في المجتمع على مواقع التواصل الاجتماعي.

متابعة القضايا النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر	310	1.19	0.797	3.832	409	0.443
أنثى	100	1.21	0.433			

باستخدام اختبار T وذلك لقياس الفروق بين متوسطات متابعة قضايا الفساد في المجتمع الليبي تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المتوسطات الحسابية الخاصة بمتابعة القضايا المجتمعية وبين النوع ، وأيدت ذلك قيمة T التي بلغت 3.822 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.443 وبالنظر إلى المتوسط الحسابي نجد أن الإناث يهتمين بمتابعة القضايا المتعلقة بالفساد في المجتمع وبمتوسط حسابي بلغ 1.21 أكثر من الذكور الذي بلغ متوسطهم الحسابي 1.19 وهي نتيجة مقاربة الى حد ما.

الجدول رقم (23) يبين الفروق بين الذكور والإناث من حيث الوقت الذي يقضونه في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي .

النوع الوقت	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الذكور	310	2.77	1.09	1.23	407	0.827
الإناث	100	2.51	0.63	1.20		

تكشف بيانات الجدول السابق عن وجود فروق بين المبحوثين من الذكور والإناث من حيث الوقت الذي يقضونه في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي وهي فروق دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.827 ودرجة حرية 407 جاء لصالح الذكور حيث بلغ متوسطهم الحسابي 2.77 مقابل 2.51 للإناث وهذا يؤكد ما أشرنا إليه سابقاً من حيث قدرة الذكور والمساحة الممنوحة لهم من قبل المجتمع.

الجدول (24) يوضح الفرق بين المؤهل العلمي ومدى متابعة قضايا الفساد في المجتمع على مواقع التواصل الاجتماعي.

المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة F	مستوى المعنوية
دون المتوسط	13	2.61	0.84	407	673	0.000
المتوسط (الثانوي)	45	2.41	0.91			
جامعي	253	3.41	0.91			
ما فوق الجامعي	99	3.75	0.41			

تكشف بيانات الجدول عن وجود علاقة إحصائية بين المبحوثين من المستويات التعليمية المختلفة من حيث مستوى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وهي علاقة إحصائية عند مستوى معنوية 0.000 بدرجة حرية 407 ، كما تشير البيانات إلى أن هذه الفروق جاءت لصالح المستويات الجامعية فما فوق حيث بلغ متوسطهم الحسابي 3.75، مقابل متوسطات حسابية أقل لبقية المستويات التعليمية مما يؤكد أن المبحوثين من المستويات الجامعية فما فوق هم أكثر الفئات حيث المستوى التعليمي استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي .

الجدول (25) يوضح المستوى الاقتصادي ومتابعة القضايا المتعلقة بقضايا الفساد في المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي.

المستوى الاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة F	مستوى المعنوية
أقل من 500	98	1.33	0.511	404	4.571	0.000
أكثر من 500 وأقل من 1000	139	1.33	0.331			
أكثر من 1000 وأقل 1500	93	1.30	0.341			
أكثر من 1500	80	1.15	0.341			

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد ANOVA لقياس الفروق بين متوسطات متابعة القضايا في المجتمع وقضية الفساد وكيفية الحد منه على شبكات التواصل الاجتماعي والمستوى الاقتصادي يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متابعة القضايا على شبكات التواصل الاجتماعي والمستوى الاقتصادي وأيدت ذلك قيمة F

4.571 عند مستوى معنوية 0.000 وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي نجد أن المجموعات التي دخلها 500 لديها كانت متابعتها للقضايا المتعلقة بالمجتمع على مواقع التواصل الاجتماعي عندها أعلى حيث بلغ المتوسط الحسابي 1.32 ، تلاها الذين دخلهم الاقتصادي مرتفع (أكثر من 1500) بمتوسط حسابي بلغ 1.15، ثم الذين دخلهم متوسط (من 500 إلى 1000) والذين دخلهم (أكثر من 1000 و أقل من 1500) بمتوسط حسابي 1.13 لكل منهما.

الجدول رقم(26) يوضح الفروق بين الحالة الاجتماعية ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

مستوى المعنوية	قيمة F	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الحالة الاجتماعية
752	286	2	0.205	1.05	190	أعزب/أنسة
			0.2.2	1.02	185	متزوج
			0.000	1.00	35	مطلق
					410	المجموع

باستخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد ANOVA لقياس الفروق بين متوسطات المستوى الحالة الاجتماعية ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل وبين الحالة الاجتماعية.

الجدول رقم(27) يوضح الفروق بين المبحوثين من المهن المختلفة من حيث مستويات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

مستوى المعنوية	درجة الحرية	المعنوية	قيمة F	الانحراف	العدد المتوسط	المهنة
377	0.000	37.77	1.09	2.71	123	طالب
	0.000		0.93	241	102	موظف
	0.000		0.90	2.31	90	مدرس
	0.000		0.41	3.81	50	عمل حر
	0.000		0.40	2.71	45	عاطل
	0.000				410	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق عن وجود فروق بين المبحوثين من ذوي المهن المختلفة من حيث مدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وهي فروق دالة إحصائية عند مستوى معنوية

0.000 بدرجة حرية 377 ، ومن بيانات جدول يتضح أن متوسط المبحوثين من ذوي المهن الحرة جاء أعلى متوسط حيث بلغ 3.81 في مقابل متوسطات أقل للمبحوثين من ذوي المهن الأخرى مما يؤكد أن المبحوثين من ذوي الأعمال الحرة هم أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي وربما يرجع السبب لطبيعة اعمالهم الحرة واتصالهم.

أهم نتائج الدراسة:

1- استخدم افراد الجمهور الليبي مواقع التواصل الاجتماعي بفعالية من أجل نشر أفكار وثقافة الحد من الفساد ومحاربتها والدعوة والتمسك بأخلاقيات العمل وتنظيم المؤسسات الحكومية داخل الدولة الليبية .

2- لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دور مهم وكبير في تحشيد الرأي العام الليبي ودعوتهم لنشر ثقافة الاعتدال والوسطية والاخلاق السامية والحد من ثقافة الفساد الاداري والسياسي والاقتصادي والسلوكي وغيرها.

3- هناك العديد من التحديات التي تواجه الشباب الناشط عبر مواقع التواصل الاجتماعي في قضية الحد من ثقافة الفساد في المجتمع منها الاعتقالات السياسية والخطف والإخفاء القصري من أجل الابتزاز وانقطاع الكهرباء وتزدي الاوضاع الامنية والاقتصادية وقلة السيولة وارتفاع اسعار الاشتراك في الأنترنت وضعف الشبكة وعدم التنسيق الجيد بين المجموعات الشبابية حول نشر ثقافة الحد من الفساد ونشر فضائح وجرائم الفساد الخطيرة للرأي العام في المجتمع الليبي.

4- لم تساهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل بارز في نشر جرائم الفساد ومكافحتها والتصدي لثقافة الفساد في المجتمع وشعور الجمهور الليبي بالإحباط وعدم نجاح المجهودات والاجراءات لإنهاء ظاهرة الفساد في الدولة حيث أن ثقافة الفساد والغنيمة مازالت منتشرة ومنتزدة في اركان الدولة والمجتمع بل متغلغلة ومتفشية واصبحت تنتقل من مؤسسة الى أخرى .

5- تساهم بعض مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ بنشر ثقافة الفساد في المجتمع عن طريق نشر وإثارة الفتن والقلق والتحريض على العنف وبعض نماذج وطرق الفساد وتغليب المصلحة الخاصة والجهوية والمناطقية ونشر أخبار مضللة وأيضاً التشهير والعدوانية واستمرار

الحروب الاهلية والتمسك بالرأي الواحد والنظرة المادية والمنفعة الشخصية والصراع على السلطة والتمسك بها .

6- تستطيع مواقع التواصل الاجتماعية مكافحة ثقافة الفساد ومحاربهه والحد منه إذا ما تم توظيفها بالشكل الصحيح واستخدام كل الآليات والادوات المناسبة فهي صحافة العصر الجديد والإعلام البديل حيث استطاعت الصحافة قديماً إجبار رئيس أكبر دولة في العالم على تقديم استقالته والإطالة بحكومته، ما يعرف بفضيحة التجسس وذلك بنشر وتتبّع كل مجريتها من طرف الصحافة وهي القضية المعروفة بأوراق (البنتاغون) أو ما يعرف بقضية (ووترجيت) .

التوصيات والمقترحات:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج ومناقشتها فإن الباحث يوصي بما يلي:

1- نشر الوعي لدى فئات جمهور المجتمع حول دور وأثر استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الحد من ثقافة الفساد في المجتمع وارشادهم الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي.

2- يقترح الباحث إجراء دراسات مماثلة على مجتمعات مختلفة ومنها طلبة الجامعات والمعاهد وجميع المؤسسات في الدول ومعرفة أسباب الفساد ومسبباته وسبل علاجه ووضع الحلول الناجعه له وفحص تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة ثقافة الفساد في المجتمع.

3- ضرورة الاستفادة والاستعانة من خبرات وتجارب دول أخرى قضت على هذا المرض والسرطان المؤسسي في كيفية مكافحة ثقافة الفساد نقل نماذج دول ناجحة.

4- ضرورة عقد دورات تدريبية لفئات المجتمع والأكاديميين تستهدف تطوير مهاراتهم في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة قضاياهم وقضايا أمتهم وبخاصة في الحد من ثقافة الفساد في المجتمع .

5- الدعوة لإنشاء مجموعة شبابية هادفة على مواقع التواصل الاجتماعي والتركيز على طلبة المدارس والمعاهد والجامعات من خلال دفعهم وترشيدهم وتوجيههم باستخدام وتوظيف الفيسبوك

وكل المواقع في تبني قضية مكافحة ومحاربة ثقافة الفساد وسبل تحقيق الأمن والاستقرار والرخاء والتنمية في المجتمع الليبي.

6- العمل على ملاحقة ومقاضاة كل المواقع العصابات الالكترونية (الهاكر) المتورطين في التحريض على الفساد والتعامل بطرق غير صحيحة في الداخل والخارج، اصدار مذكرات اعتقال قانونية من النائب العام ضد هؤلاء الاشخاص والمواقع والعصابات المنظمة الالكترونية والبشرية التي تهدد استقرار وأمن الدولة في هذه الفترة بشكل سريع وعاجل .

7- على مواقع التواصل الاجتماعي أن تطرح وتنتشر القضايا الهامة التي تهم المجتمع وتتعلق بالحريات وحرية التعبير والرأي العام دون المساس بحرية المواطن والمساس باستقرار وأمن الدولة أو مصالحها أو المساس بالأمن الوطني القومي للدولة الليبية أو أي انقاص من السيادة الوطنية لها، هذه الاشياء هي خطوط حمراء لا ينبغي الاقتراب منها مطلقاً.

8- على جمهور مواقع التواصل مواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها وادواتها من مشاركات وتعليقات واعجاب ونشر عام وغيرها في التصدي ومكافحة ثقافة الفساد وذلك بنشر وفضح وتتبع كل الجرائم الخطيرة التي تهدد وجود وأمن المواطن والوطن ووحدته واقتصاده نشرها للرأي العام بصفة مستمرة ومباشرة على مدار الساعة والتذكير بها دون توقف حتى تكون رادع للجميع وأن العدالة سوف تظال كل الفاسدين في المجتمع.

فهرس المصادر والمراجع المستخدمة في البحث :

- منى الحديدى سلوى إمام، الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص14
- سلوى العوادى، البعد الأخلاقي في ممارسة التسوق الالكتروني في مصر، بحث مقدم في مؤتمر ثورة ثقافة الإنترنت وتأثيرها، الشارقة، ملتقى الشباب 2004 ، ص51
- موسى مشرى ، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية العدد(395)، يناير 2012 ، ص156.
- السيد بخيث محمد، أنماط وعادات استخدام شبكة الانترنت لدى أساتذة الجامعات وتأثيرها، المؤتمر العلمي السنوي لكلية الإعلام، بين المحلية والعالمية، ج1، 25-27، مايو 1997.
- عصام نصر ، حدود حرية الرأي في ساحة الحور العربي عبر الانترنت دراسة تحليلية بحث مقدم إلي المؤتمر العلمي السنوي السابع حول الإعلام وحقوق الإنسان العربي ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مايو 2001 ص ص 433، 476

- سامي عبدالرؤف الطابع : استخدام الانترنت في العالم العربي، دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد الرابع ، أكتوبر، ديسمبر 2000.
- حاتم محمد عاطف، هل تهدد الأنترنيت سيادة الدولة أم تعمل على تعزيزها دراسة حالة مصر، مؤتمر الرابطة الدولية لبحوث الإعلام وتصال ومجتمع المعرفة للجميع ، استراتيجيات الإعلام والاتصال ، الجامعة الأمريكية بالقاهرة، 2006
- Lmel s seniors in clearspace trends and Issues alerts ERIC Clearing House on Adult career and vacaational Educaational colambus OH office of Educational .1998Research and Improvement
- today Availableat www. 30Hanz Bowre youth & The technology Readinessc 2002Childernpartnership. Org
- نائلة عمارة استخدامات الانترنت والتفاعل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات، (جامعة الشارقة - كلية الاتصال 22-23 نوفمبر 2005).
- أيمن فكري، تدوز(التقنية بالعربية) ، الفيس بوك وتويتر خلال 2010 في 2010/12/27 ، teedoz.www.com
- موقع أخبار الساعة : دور الإعلام الاجتماعي في تفعيل الثورات العربية . alsaanews. www com . 2011/9/15
- محمود حمدي عبدالقوي ، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، المؤتمر الدولي الخامس عشر، الجزء الثالث ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة 7-9 يوليو 2009، ص155
- العربية نت ، عالميا يأتي فيسبول ثالث بعد غوغل ومايكور سيوفيت ، دراسة جديدة فيسبوك يتقدم على غوغل كوم في الولايات ، السبت/ يناير 2011
- عماد الدين مكاوى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص75
- Warnner ,J . Severin and James w . Tankard communication Theories . origins 1984od printing (N.Y) HO sting hose publish ers 3methods use
- ليلي حسين السيد ، استخدامات الفلسطينية لوسائل الاتصال الالكترونية ومدى الاشباع الذي تحققه ، القاهرة، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة 1993
- حسن على محمد ، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والاشباع المنحقة في المؤتمر العلمي السنوي العاشر ، الإعلام المعاصر والهوية العربية الجزء الثاني ، جامعة القاهرة كلية الإعلام 2004
- Dolores . maria & Debia Alej andra childens medln use in chile . in Flrst search @ ocle org

- نهى عاطف العبد ، أطفالنا والقنوات الفضائية ، القاهرة ، دار الفكر العربي 2005 ، ص 15
- سمير محمد حسين، تطبيقات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، القاهرة عالم الكتب 1991، ص 88
- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، القاهرة ، عالم الكتب 2000، ص 158
- محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، القاهرة ، عالم الكتب 2000، ص 97
- فاطمة خفاجي الإعلام المكتوب وغير المكتوب الموجه للشباب ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب 1987، ص 78
- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، مرجع سابق 146
- محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، مرجع سابق ص 393-396
- السادة المحكمون : هم : د . ابراهيم سليمان ، عميد كلية الآداب جامعة الزاوية وأستاذ الإعلام ، د . على فرفر ، استاذ الإعلام جامعة طرابلس ، د . جمعة الأحول استاذ اللغة الدراسات الاسلامية بجامعة الزاوية.
- فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام ، تصميمها وتحليلها وإجراءها، القاهرة، دار النشر للجامعات 2001، ص 23
- محمد عبدالحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، مرجع سابق ص 131.
- محمد منير حجاب ، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2002 ، 113
- البهلول اليعقوبي، تعريف الثقافة العلمية، مجلة الجامعة فكرية ثقافية مهنية علمية محكمة، العدد الرابع، 2003 ، ص 95