جامعة السيد محمد بن علي السنوسي الإسلامية
The Islamic University of Al Saied Mohamed Bin Ali Al sanussi

جامعة السيد محمد بن علي السنوسي الإسلامية

مركز السيد أحمد الشريف للدراسات والبحوث العلمية

المؤتمر العلمي الأول
واقع المصالحة الوطنية في ليبيا
المعوقات و الحلول

المؤتمر العلمي الأول

واقع المصالحة الوطنية في ليبيا

المعوقات والحلول

ضمن المحور السابع :

(الخطاب الإعلامي والمصالحة الوطنية)

بحث بعنوان

((دور وسائل الإعلام في دعم جهود المصالحة الوطنية في ليبيا
"دراسة استطلاعية لآراء عينة من أعضاء هيأة التدريس بجامعة السيد
محمد بن علي السنوسي الإسلامية عن الفترة 2011-2023"))

أ. حسين علي إسماعيل الحسنوني
مكان العمل: جامعة السيد محمد بن علي السنوسي الإسلامية.
الدرجة العلمية : محاضر
التخصص العام : علوم سياسية
www.donnamoni@gmail.com
0910248667

أ. باهر محمد سالم العوكلي
مكان العمل: جامعة طبرق
الدرجة العلمية : محاضر مساعد
التخصص العام : اعلام
miramidosaleh@gmail.com
0911109177

1444هـ - 2023 م

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى رصد أداء وسائل الإعلام المحلي في دعم جهود المصالحة الوطنية، م خلال استطلاع رأى عينة من أعضاء هيأة التدريس بجامعة السيد محمد بن علي السنوسي الإسلامية، حيث توصلت الدراسة من خلال المحور الأول؛ والذي يتعلق بواقع الإعلام المحلي إلى ضعف وقصور في أداء وسائل الإعلام عن القيام بواجباتها المنوطة بها، نتيجة لغياب الموضوعية في الطرح والانحياز لطرف سياسي على حساب الطرف الآخر، وعدم امتلاكه الكوادر متخصصة تساهم في دعم جهود المصالحة الوطنية الشاملة، وتوصلت من خلال المحور الثاني؛ والذي يدعم دور الإعلام في تحقيق المصالحة الوطنية إلى ضرورة خلق خطاب إعلامي توافقي وميثاق شرف إعلامي، ونشر ثقافة السلام، وتجريم التحريض على العنف وحيادية المؤسسات الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، المصالحة الوطنية، بناء السلام.

Abstract:

The study aims to monitor the performance of the local media in supporting national reconciliation efforts by surveying a sample of faculty members at the Islamic University of Al-Sayid Muhammad bin Ali Al-Sanussi.

The study reached several results: Through the first axis, which is related to the reality of the local media, indicates weaknesses and shortcomings in the performance of the media in carrying out their duties entrusted to them as a result of the lack of objectivity in the proposal and bias toward one political party at the expense of the other, and the lack of specialized cadres that contribute to supporting the comprehensive national reconciliation efforts, and reached through the second axis Which supports the role of the media in achieving national reconciliation by the necessity of creating a consensual media discourse and a media honor charter, spreading a culture of peace, criminalizing incitement to violence, and impartiality of media institutions.

Keywords: Mass media, National Reconciliation, Peace building.

تمهيد:

تُعد قضية المصالحة الوطنية من أهم القضايا إلحاحًا في هذه المرحلة الحرجة من تاريخ ليبيا، حيث إنّ مستقبل هذا البلد وحاضره يظل رهين إنجاز استحقاق بناء السلام، إلّا أنه يجب الاعتراف بأنّ هذا الملف يُعد من أكثر الملفات خطورةً وتعقيدًا، ومن أكثرها تهديدًا للسلم الأهلي، وبالتالي فإنّ تعثر هذا الملف من الممكن يزيد الأمر سوءاً، ويقود البلاد إلى مزيدٍ من الفوضى. إنّ هذا الواقع يستدعي توظيف كافة الإمكانات والوسائل، والتي من الممكن توظيف استخدامها؛ للوصول إلى المصالحة الوطنية، ويأتي في مقدمتها وسائل الإعلام بكل أشكالها: (السمعية، المرئية، والمقروءة)، والتي تلعب دورًا كبيرًا في التأثير على الرأي العام وتشكيل اتجاهاته، أو تعبئته باتجاه أهداف، أو قضايا معينة، ففي المراحل التي تلي التغيير في النظم السياسية والاجتماعية، وما يصاحبها من حروب ونزاعات بين أبناء الوطن الواحد، تلعب وسائل الإعلام دورًا مهمًا في عملية ترسيخ مبدأ المصالحة الوطنية، والدعوة لإنهاء حالة الانقسام بين مكونات المجتمع، فالتعايش السلمي والاستقرار لا يمكن لهما أن يتحققا دون ممارسة وسائل الإعلام لدورها التوعوي؛ للحد من آثار الحروب والانقسامات التي عصفت بالمجتمعات الإنسانية، لما لها من تأثير على الرأي العام، وتشكيل اتجاهاته، أو إعادة صياغة توجهاته لخلق سلوك يقود إلى تحقيق أهداف المصالحة الوطنية.

وبالتالي فإنّ هذه الدراسة تحاول أن ترصد مساهمات وسائل الإعلام في قضية المصالحة الوطنية في ليبيا، وتقدم بناءً على ذلك إطارًا نظريًا وتطبيقيًا لموضوع الدراسة؛ من خلال محورين أساسيين، وذلك كالتالي:

المحور الأول: وهو استعراض نظري من خلال تناول بعض المفاهيم التي يطرحها بعض الخبراء والمختصين، وما توصلت إليه بعض النظريات العلمية من نتائج تؤكد على الدور الأساسي لوسائل الإعلام في مختلف القضايا، ولاسيما قضية بناء السلام.

المحور الثاني: ويتم من خلاله استعراض نتائج الدراسة الميدانية، والتي أُجريت على عينة الدراسة، والتي قوامها (51) عضو هيأة تدريس بجامعة السيد محمد بن علي السنوسي الاسلامية بمدينة البيضاء، لاستطلاع آرائهم حول واقع ودور وسائل الإعلام في ليبيا، ومدى نجاحها أو إخفاقها في

دعم جهود المصالحة الوطنية الشاملة.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

مشكلة الدراسة:

تكمنُ المشكلة البحثية حول دور الإعلام بمختلف وسائله وأدواته، من خلال مسألة التأثير والفاعلية؛ كونها لا تسير بنفس القدر والسرعة نحو دعم جهود المصالحة الوطنية الشاملة في ليبيا، حيث تُشكّلُ الممارسات الإعلامية غير المنضبطة تهديدًا مباشرًا لمختلف الجهود الرامية إلى السلام، خاصةً بعد أن تركزت جل المعالجات الإعلامية حول التحريض، وعدم التسامح ونشر الحقد والكراهية، وعدم قبول الرأي والرأي الآخر، وتأجيج مشاعر الفرقة على كافة المستويات.

وتتمحور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي:

ما هو دور وسائل الإعلام المحلية في دعم جهود المصالحة الوطنية في ليبيا؟

ويُطرح تحت هذا التساؤل تساؤلات أخرى وهي كالاتي:

ما واقع وسائل الإعلام المحلية من خلال طرحها لقضية المصالحة الوطنية في ليبيا؟

ما هو دور وسائل الإعلام في دعم جهود المصالحة الوطنية من وجهة نظر عينة الدراسة؟

فرضية الدراسة:

الفرضية الرئيسة:

لا يوجد دور لوسائل الإعلام المحلية في دعم جهود المصالحة الوطنية في ليبيا.

وبناءً على هذه الفرضية تمّ الآتي:

أولاً: تمت دراسة واقع الإعلام المحلي في دعم جهود المصالحة الوطنية في ليبيا.

ثانيًا: تمت دراسة دور الإعلام بشكلٍ عام في دعم جهود المصالحة الوطنية في ليبيا.

أهداف الدراسة:

رصد واقع مشاركة وسائل الإعلام في دعم جهود المصالحة الوطنية في ليبيا.

التعرف على وجهة نظر عينة الدراسة تجاه دور وسائل الإعلام في دعم جهود المصالحة الوطنية في ليبيا.

تقديم مقترحات علمية لوسائل الإعلام الليبية، من شأنها أن تُسهم في تحسين أدائها تجاه مسألة

المصالحة الوطنية.

أهمية الدراسة:

تكمنُ أهمية هذا الموضوع في اعتبار الإعلام المحلي عاملاً أساسياً في تعزيز ونشر ثقافة المصالحة على نطاق واسع، من خلال القنوات الإعلامية المختلفة، سواءً مرئية ومسموعة ومقروءة.

معرفة أداء وسائل الإعلام فيما يتعلق بجهود المصالحة الوطنية في ليبيا.

منهج الدراسة:

يستخدم الباحثان المنهج الوصفي والتحليلي، من خلال وصف الظاهرة محل الدراسة، ومن ثم تفسيرها كما توجد في الواقع، ويُعبَّر عنها تعبيرًا كيفيًا لتوضيح خصائصها، وتعبيرًا كميًا يعطي وصفًا رقميًا بين متغيرات الدراسة، وباستخدام الطرق الإحصائية يتم استخلاص النتائج بعد إتباع منهج المسح الاجتماعي؛ و بناءً عليه يتم أخذ عينة الدراسة؛ والمتمثلة في عدد (51) من أعضاء هيأة التدريس بجامعة السيد محمد بن علي السنوسي الإسلامية، من أجل استطلاع آراءهم في الاستمارة التي تطرحها أسئلة الاستبانة.

مصطلحات الدراسة:

1- الصناعة الإعلامية:

ويُقصد بها كل ما يتعلق بصناعة الإعلام من مؤسسات صحفية، ودور نشر، ووكالات إعلان، ومحطات تلفزيونية مرئية ومسموعة، والإنترنت والوسائط المتعددة.

التلفزيون: وهو مجال الإعلام المرئي عبر القنوات الفضائية.

الإذاعة المسموعة: ويُقصد بها ما تصدت اليها الدراسة، وهى تقنية الاتصال المسموع عبر الإذاعات المسموعة.

الصحافة: والمقصود بها تناول الأخبار، من خلال الوسائل المطبوعة من صحف ومجلات إلى جانب الصحافة الإلكترونية.

الإنترنت والوسائط المتعددة: ويقصد بها الشبكة العنكبوتية، وكل ما يتعلق بها من وسائل مختلفة **لشبكات التواصل الاجتماعي مثل:** الفيس بوك والتويتر واليوتيوب...إلخ.

2- المصالحة الوطنية:

هي عملية توافقية يتم من خلالها تقريب وجهات النظر المختلفة، من أجل حل النزاع والخروج من أزمة ما، والتي قد تحدث جراء أعمال عنف أو ما شابهها، وهي بذلك تُعد شكلًا من أشكال العدالة الانتقالية، من ماضي يسوده الانقسام، الى مستقبل يتشارك فيه الجميع.

الدراسات السابقة:

دراسة: مسعود حسين التائب، اتجاهات النخبة نحو معالجة وسائل الإعلام الليبية لقضية المصالحة الوطنية، دراسة ميدانية، (2013).

حاولت هذه الدراسة رصد ما يمكن أن تساهم فيه وسائل الإعلام في قضية المصالحة الوطنية في ليبيا، حيث قدمت إطارًا نظريًا، وتطبيقيًا، من خلال محورين؛ استعرضت في البداية الجانب النظري من وجهة نظر الخبراء والمختصين، وتناولت الدراسة في المحور الثاني دراسة عينة بشرية قوامها ثلاثة وستون عضو هيئة تدريس من كل من جامعة الزاوية وأكاديمية الدراسات العليا طرابلس، في محاولة للتعرف على اتجاهاتهم نحو معالجة وسائل الإعلام الليبية لقضية المصالحة الوطنية، وخلصت الدراسة إلى أنّ الغالبية العظمي من عينة الدراسة ترى بأهمية دور وسائل الإعلام في قضية المصالحة الوطنية، وأنها من الممكن أن تؤدي دورًا مهمًا في المجتمع، وفي الوقت نفسه ظهر عدم رضا أغلب أفراد العينة من الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام تجاه قضية المصالحة الوطنية، كما توصلت الدراسة أيضًا إلى أنّ وسائل الإعلام الليبية تفتقر إلى المهنية والحيادية، وتتهم بعض القائمين عليها بسوء النية، مع وجود أجندات خارجية تحركها، وأقرّت الدراسة بأنّ حجم التغطية لقضية المصالحة الوطنية من جانب وسائل الإعلام الليبية، لم يكن بالمستوى الكافي، كما حملت وسائل الإعلام المسؤولية وبدرجة عالية في عدم دعم جهود تحقيق المصالحة الوطنية بالشكل المطلوب.

دراسة: حنان تيتى، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام: حالة الثورات وقيم الانتماء لدى الشعوب العربية، (2014).

تركز الدراسة على الانتشار الكبير للإعلام الحر، من خلال وسائل الإعلام الجديدة، وإمكانية خلق تحرك شعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة لمجمل الأحداث السياسية، ومحاولة الدفع

باتجاه إيجاد إعلام متخصص يستطيع أن يقدم معالجة نوعية، تتميز بمستوى من الجدية والعمق والشمولية، حيث تتغير وظيفة الإعلام الكلاسيكية من نقل للأخبار غير الدقيقة إلى معالجة للأوضاع عن طريق الأخبار الصحيحة، التي ترسخ قيم المواطنة والسلم الاجتماعي، وخلصت الدراسة إلى أنّ وسائل الإعلام فتحت مجالاً واسعًا للمشاهدة والاستماع والقراءة للأفراد، فأصبحت جزءاً من حياة المجتمعات وعاملاً مؤثراً في سلوكياتها، وأنّ الانتشار الواسع للمعلومات أثّر بشكل ملحوظ على القيم والمبادئ والأفكار، من خلال العملية الاتصالية، والتي تؤثر بطبيعة الحال على الرأي العام، وعلى قيم المواطنة، أما من الناحية السلبية؛ فيتم ذلك وفق إثارة مسائل وقضايا معينة، يتم تضخيمها في شكل صور ذهنية مدركة موجهة لفرد أو مجموعة من الأفراد، تنعكس بدورها على تماسك ووحدة المجتمع.

دراسة: مجدي محمد الداغر، دور وسائل الإعلام في نشر ثقافة الحوار وتعزيز التعايش مع الآخر لدى الشباب الجامعي، (2013).

ركّزت الدراسة على ضرورة تطوير وسائل الإعلام من أجل بناء السلام، وتشجيع توجهات التعايش والتعاون، سواءً كان ذلك ضمن الدولة الواحدة أو بين الدول، حيث نما هذا الإحساس من خلال إدراك أنّ النزاعات لا تنتهي عند انتصار طرف وانهزام طرف آخر بحد السلاح، وطرحت الدراسة تساؤلاً مفاده: هل يستطيع الإعلام بوسائله وقدراته الاتصالية والتكنولوجية أن يساهم في إيجاد حوار مع الآخر، يقوم على التعايش والتسامح على المستوى السياسي والديني والاقتصادي والثقافي؟ حيث خلصت الدراسة إلى أنّ وظيفة وسائل الإعلام تعمل على ترتيب ثقافة الحوار والتعايش والعداء والكراهية معًا على أجندة العينة المستهدفة؛ وهي فئة "الشباب"، وتضعها من ضمن أولوياتهم، بينما تشجع ثقافة الحوار والتسامح مع الآخر دون القيم السلبية الأخرى، وتشير الدراسة إلى أنّ لوسائل الإعلام تأثير كبير من خلال تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات معينة، أو أحداث وقضايا بعينها، كما وركّزت نتائج أخرى للدراسة بأنّ أكثر العوامل التي تدفع وسائل الإعلام على نشر ثقافة العداء للآخر، كما تدركها عينة الدراسة ترتيبيًا: هي السياسة التحريضية ضد الآخر في المقدمة، وسيطرة بعض التيارات المتشددة والمتطرفة على بعض وسائل الإعلام، والخلافات الايدولوجية بين عدد من وسائل الإعلام، وأخيرًا تكذيب وسائل

الإعلام لبعضها البعض، كل هذه المعطيات مجتمعة ساهمت بشكل أو بآخر في عملية إعاقة بناء السلام في الكثير من المجتمعات، التي تعاني بشكل أو بآخر من الحروب والأزمات.

المحور الأول: مدخل نظري حول دور وسائل الإعلام بشكل عام في بناء السلام:

يلاحظ من خلال القراءة الأولية أنّ وسائل الإعلام تشهد تطورًا ملحوظًا منذ أواخر ثمانينات القرن الماضي، حتى أنه من الممكن القول إنّ العالم اليوم يعيش عصر الإعلام بكل ما يحمله المفهوم من دلالات فكرية ومنهجية، فقد أصبح من الصعب؛ إذ لم يكن من المستحيل على الإنسان في هذا العصر أن يحيا خارج نطاق وزمان ومكان وسائل الاتصال المختلفة، ولم يعد بالإمكان الحياة بفاعلية خارج هذا الواقع، فالجميع تقريبًا ينامون ويستيقظون برفقة إحدى وسائل الإعلام المتنوعة(1).

ولأنّ الإنسان في أغلب الأحيان يفكر ويتأثر ويسلك سلوكًا يتناسب مع مؤثرات بيئته، تستخدم وسائل الإعلام كوسيلة للتأثير، وتغيير الاتجاهات لدى الفئات المستهدفة، وخلق توجهات واتجاهات مختلفة، وبالتالي خلق سلوك مطلوب، يقع ضمن أهداف الحملة الإعلامية المطلوبة، والمجتمع المستهدف بهذه الحملة، حيث إنّ أي عمليات تغيير في النظم الاجتماعية في أي دولة من العالم لابد أن تسبقها أو ترافقها حملة إعلامية تبشر بهذا التغيير؛ باعتباره مطلباً للقوة المسيطرة، والتي ترى بضرورة استمراره(2).

وقد شهدت وسائل الإعلام تطورًا ملحوظًا شمل كل من:

1- الأدوات التقنية المستخدمة في نقل الرسالة الإعلامية: حيث أصبح بالإمكانَ بفضل التطور التكنولوجيَ نقل الرسالة الإعلامية من أي بقعة من العالم، عبر الأقمار الصناعية إلى مختلف أنحاء المعمورة في نفس الوقت، لاغية بالتالي حدود الزمن، حتى إنه لم يعد ثمة معنى لاختلاف التوقيت بين بلد وآخر، فالرسالة الإعلامية أصبح يتلقاها ملايين البشر في نفس اللحظة، دون أي اعتبار للزمان والمكان أو الاهتمامات، وقد أدّى ذلك إلى مزيد من التقارب والتضامن في الكثير من

(1) مسعود حسين التائب، اتجاهات النخبة نحو معالجة وسائل الإعلام الليبية لقضية المصالحة الوطنية "دراسة ميدانية"، مجلة الجامعة الأسمرية، المجلد التاسع عشر،العدد19، 2013، ص441.

(2) شمخي جبر، دور وسائل الإعلام في المصالحة الوطنية، موقع صحفي على الربط التالي:
. www.sahafi.jo/arc/ahc/art1.php?id=16.2006

المواقف، وأحيانًا توحيدها تجاه قضايا معينة، وتجاوزت بالتالي طابعها المحلي والإقليمي، ولم يعد للمحلية معنى في ظل عولمة الإعلام الجديد(1)، وتحول العالم إلى قرية واحدة؛ وهو ما سبق أن تنبأ به العالم الأمريكي (مارشال ماكلوهاون)، عندما أشار إلى أنّ العالم سوف يتحول بفضل وسائل الاتصال الجماهيري، إلى قرية واحدة بكل ما سيترتب على ذلك من تداعيات في جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية على حد سواء(2).

2- مضمون الرسالة الإعلامية: شهدت الرسالة الاعلامية تطورًا ملحوظًا، فلم تعد تلك الرسالة التقليدية التي يتم تسجيلها ومراقبتها، ثم إعادة بثها من جديد، فقد حلّ ما يمكن تسميته بعصر الرسالة الفورية، التي تتجاوز حدود الموضوعات والأشخاص، حيث يمكن مناقشة أكثر من موضوع في ذات الوقت، وبمشاركة عدد من الأشخاص في أماكن متنوعة وبلغات مختلفة؛ الأمر الذي قلّص إلى حد كبير من إمكانية السيطرة على الرسالة الإعلامية، كما انعكست تطورات مضمون الرسالة الإعلامية على لغة الوسيلة المستخدمة، والتي شهدت بدورها نقلة كبيرة بظهور ما يُعرف بالنص الفائق؛ والذي يشير إلى النصوص المركبة التي تحمل العناصر المرئية والمسموعة والمقروءة في نص واحد(3).

التلفزيون ونظريات التأثير المطلق والغرس الثقافي وتحديد الأولويات:

أولاً- نظرية التأثير المطلق لوسائل الإعلام (الرصاصة السحرية):

كانت البدايات الأولى لدراسة تأثير وسائل الإعلام ودورها في توجيه الرأي العام في الفترة الممتدة ما بين الحربين العالميتين، حيث كان الاعتقاد السائد أنّ وسائل الاتصال تؤثر تأثيرًا مباشرًا في الأفراد الذين يتلقون الرسائل أيًا كانت وبشكل سلبي، وربما يعود أصل هذا الاعتقاد كما يقول "لازارسفيلد" إلى ظروف الحرب العالمية الثانية(4).

(1) محمد علي الحوات، قراءة في الخطاب الإعلامي والسياسي المعاصر، مكتبة مدبولي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005م، ص49.

(2) مسعود حسين التائب، مرجع سابق، ص442.

(3) أمين سعيد عبدالغني، اللغة التلفزيونية في برامج قناة CNN الإخبارية، المؤتمر العلمي السنوي السابع حول الإعلام وحقوق الإنسان العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني، 2001م، ص571.

(4) بن قوح رحمة، دور وسائل الاتصال في تكوين سلوك المواطنة لدى الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية"، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة جيجل، 2020م، ص83.

أما من الناحية الفكرية؛ فقد تمّ تدعيم هذا الاعتقاد (التأثير المطلق) بنظريات علم النفس السلوكي، وعلى رأسها نظرية الفعل ورد الفعل، والتي كانت الأكثر رواجًا في تلك الفترة، حيث يُفسر هذا الاتجاه التأثير المطلق لوسائل الإعلام، بناءً على الطبيعة البشرية التي تمّ تكوينها بطريقة موحدة؛ على اعتبار أنّ الأفراد ينتجون سلوكًا إلى حد ما مماثل أمام منبه معين، وقد كان يُعتقد أنّ المستقبل هدف يستجيب بطريقة أتوماتيكية لمنبه، وهذا ما اصطلح على تسميته آنذاك (الحقنة تحت الجلد) التي تحدث عنها "هارولد لاسويل"(1).

ثانيًا– نظرية الغرس الثقافي:

تأتي نظرية الغرس على أساس الاعتراف بقوة وسائل الإعلام وأثرها الاجتماعي في المتلقين، انطلاقًا من فرضية التراكم؛ لقياس الآثار الطويلة المدى التي تتركها وسائل الإعلام؛ لاسيما التلفزيون على المتلقين، عند تعرضهم لمضمون معين ولمدة طويلة، تُنمي لدى المشاهد اعتقادًا بأنّ العالم الذي يراهُ على شاشة التلفاز، إنما هو صورة من العالم الواقعي الذي يحياه(2)، كما وتعد جزءاً من عملية مستمرة وديناميكية؛ للتفاعل بين الرسائل والسياقات، وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية، فإنّ تأثير التلفزيون يكون أكبر على الجماعات والأسر غير المتماسكة، وكذلك بين الجماعات الهامشية، أو الاقليات، أو بين من يصورهم الإعلام بأنهم ضحايا(3).

ثالثًا– نظرية تحديد الأولويات:

تعتبر من أهم الوسائل الإعلامية تأثيرًا في تشكيل أفكار الجمهور وآراءه، ومن ثم تؤثر في عملية تحديد أولويات الجمهور؛ من خلال التركيز على موضوعات معينة، أو التعتيم على موضوعات أخرى، مما يجعل الجمهور يتفاعل مع القضايا المثارة إعلاميًا، ويتناسى أو ينسى القضايا غير المثارة إعلاميًا (4).

ويُعد "ليبمان" أوّل من لفت الأنظار في كتابه الرأي العام، الذي صدر في عام 1922م، إلى دور وسائل الإعلام في تشكيل الجوانب المعرفية، عندما فرّق بين الواقع الحقيقي من حولنا، والصورة التي ترسمها وسائل الإعلام في أذهاننا، وعلى الرغم من تجاهل هذه التصورات خلال

(1) جمال أبو شنب، الاتصال والإعلام والمجتمع، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2005م، ص93.

(2) ابتسام إسماعيل قادر، دور الإعلام في بناء السلام، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016م، ص62.

(3) محمد منير حجاب، المؤسسة الإعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد الثالث، 2003م، ص307.

(4) كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور – الخصائص– النظريات، عمان، دار المسيرة، 2011م، ص148.

عقدي الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي، فإنها عادت إلى الظهور في الستينات على يد مجموعة من الباحثين الأمريكيين أمثال "ولانج وكوهين"، عندما زعم الأخير بأنّ وسائل الإعلام لا تنجح دائمًا في إبلاغ المشاهدين كيف يفكرون (الاتجاهات)، لكنها تنجح دائمًا في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات)(1).

بالإضافة إلى كل ما جاءت به النظريات السابقة، فإنّ وسائل الإعلام الحديثة قد تجاوزت بما توفر لديها من إمكانيات تقنية متطورة وظائفها التقليدية المتعارف عليها منذ خمسينيات القرن الماضي؛ والمتمثلة في مراقبة البيئة المحيطة، والعمل على ترابط أجزاء المجتمع ووحدته، والاهتمام بنقل التراث الثقافي عبر الأجيال المتعاقبة؛ بعد أن برزت وظائف جديدة؛ كالتعليم والتنشئة والمساندة عن طريق الرعاية الحكومية(2)، وبذلك تحولت وسائل الإعلام إلى مؤسسة اجتماعية تمارس دورًا كاملًا في حياة أفراد المجتمع، مثلها في ذلك مثل بقية المؤسسات الاجتماعية الأخرى، ليس فقط من خلال ما تمارسه من أدوار ووظائف للجمهور المتلقي، وإنما أيضًا بقوة حضورها الفاعل والمؤثر على النظام السياسي ومؤسساته، وعلى المناخ الاجتماعي برمته، مما جعلها قادرة على حشد الجمهور على فكرة واحدة، وأن تحدد لهم ما يجوز، وما لا يجوز في كل ما يتعلق بشؤون حياتهم، بما في ذلك القيم والمعتقدات(3).

(1) عبدالحفيظ صلوى، تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا الخارجية، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية، كلية الدعوة والاعلام، قسم الإعلام، 1996م، ص63.

(2) عبدالقادر طاش، الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، مكتبة العبيكات، الرياض، 1995م، ص90.

(3) مسعود حسين التائب، مرجع سابق، ص444.

نماذج عن وسائل الاتصال:

الإذاعة المرئية:

تُعد الإذاعة المرئية من أهم وسائل الاتصال في الوقت الحاضر، ومن أخطر الوسائل الإخبارية والتربوية، لما تتمتع به من خصائص وإمكانات، لا تتوفر في وسائل أخرى، ويمكن تحديد أهم خصائصها في النقاط التالية:

أنّ الجهاز المرئي يجمع ما بين الكلمة المسموعة، والصورة المرئية، مما يزيد من قوة تأثيره.

يتميز بقدرته على جذب المشاهدين من مختلف الأعمار، من خلال ما يقدمه من مواد تعليمية وترفيهية وتربوية.

يتعامل مع المشاهد مباشرة، فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل وجهًا لوجه.

إمكانية نقل جميع الأحداث المهمة على الهواء مباشرة ساعة وقوعها، كما يمكنه نقل العديد من البرامج السياسية، والثقافية، والمناظرات، والندوات، وغيرها في شتى المجالات.

يتميز الجهاز المرئي بقدرته على تحويل المجردات إلى محسوسات، ويُعد وسيلة جذابة للكبار والصغار؛ فهو يمتلك القدرة على تحويل الخيال إلى صورة واقعية(1).

البرامج السياسية:

الوظيفة السياسية للإعلام تقف في مقدمة المهام التي تتولى وسائل الإعلام القيام بها، فوسائل الإعلام تمثل مؤسسات السيادة في المجتمع المعاصر، وتلك المؤسسات يجب أن تتكيف معها بقية مؤسسات المجتمع الأخرى، وتقوم هذه المؤسسات بمهمة تمثيل وجهة نظر الرأي العام في مواجهة الحكومة؛ فهي تُشكّلُ الرأي العام من خلال القضايا التي تهمه، وتقوم بإعلام الحكومة باتجاهات الرأي العام، وقد تمّ النظر إلى هذه الوظيفة بصفتها العنصر الفعّال في العملية الديمقراطية(2).

وعُرفت البرامج السياسية: بأنها البرامج التي تتناول مشكلة من مشكلات الساعة، أو التي تقوم بعرض الحدث، وتسعى إلى إيضاح مدى تأثيره في حياة الناس اليومية بصيغة تعكس التقبل(3).

(1) مصطفى يوسف كافي، وسائل الإعلام والطفل، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمّان – الأردن، 2015م، ص147–148.

(2) تيسير أبو عرجه، دراسات في الصحافة والإعلام، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2000م، ص281.

(3) خضير عباس الدليمي، البرامج السياسية في الإذاعات الدولية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قدمت إلى كلية الإعلام، جامعة بغداد، 1998م، ص172.

أهداف البرامج السياسية:

توفر البرامج السياسية الكثير من التوجهات والمواقف، التي تعبّر عن الواقع السياسي في التقلبات السياسية المتقاربة زمنيًا، حيث تساعد هذه البرامج على تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

1. على مستوى الوعي، حيث تمكن شريحة واسعة من الجمهور من اكتساب معرفة وفهم سياسي في جل القضايا المطروحة، وبشكل واضح ومتسارع.
2. على مستوى السلوك تمكن المتلقي من اكتساب قدرة تقييمية، واتخاذ مواقف سياسية واضحة لم تكن ممكنة في السابق.
3. من خلال البرامج الحوارية، والتي تتخللها مناقشات تُمكّن المشاهد من الأخذ بآراء الضيوف، أو تركها، أو تصديقها، أو التفاعل معها، فدور الجدل والمناقشات والمناظرات الذي تطرحه هذه البرامج، هو في الغالب أسلوب دعائي، يخاطب النخبة في المجتمع قبل العامة، من أجل التأثير في الرأي العام، في أثناء حدوث أزمة، أو حدث، أو نزاع ما، تنشر وسائل الإعلام حوارات، وندوات، أو مناظرات لفريق من المختصين، يتم من خلالها إبراز أهم آرائهم بشكل مدروس ومؤثر، وعادةً يكون لهؤلاء تأثير كبير؛ لأنّ الإنسان العادي يعتمد في تكوين آرائه على رأي المختصين في الكثير من الأحيان(1).

وسائل الاتصال الجديدة (الإنترنت والوسائط المتعددة):

الإعلام الجديد:

أُطلق على الإعلام الجديد الكثير من المسميات والمصطلحات؛ ومنها: الإعلام الرقمي، والإعلام التفاعلي، وإعلام المعلومات، بالإضافة إلى إعلام الوسائط المتعددة، وغيرها من التسميات، والتي تشمل في معظمها مجموعة تكنولوجيا الاتصال، والتي تجمع بين الحاسوب، ووسائل الإعلام التقليدية، والتي تسمح للأفراد والجماعات التواصل والتفاعل، والمشاركة في تطبيقات الإنترنت المختلفة(2).

(1) ابتسام إسماعيل قويدر، مرجع سابق، ص56–57.

(2) عبدربه عبدالقادر العنزى، تأثير وسائل الإعلام الجديد علي المجال العام والتسويق السياسي، مجلة جامعة الأزهر–غزة سلسلة العلوم الانسانية، المجلد 18، العدد2، 2016م، ص208.

ك ما شهدت المجتمعات البشرية في الدول المتقدمة والنامية في السنوات الأخيرة نوعًا من التواصل الاجتماعي بين البشر، في فضاء إلكتروني افتراضي، قرّب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود والزواج بين الثقافات، وسُميّ هذا النوع من التواصل بين البشر بشبكات التواصل الاجتماعي، ولهذا استأثرت هذه الشبكات بجمهور واسع من المتلقين، حيث أشار موقع (Global weblndex) في تقريره السنوي إلى أنّ عدد مستخدمي شبكة الإنترنت حول العالم بلغ (3,010 بليون) مشترك؛ أي ما نسبته (42%) من عدد سكان العالم(1).

لقد غيرت وسائل التواصل الاجتماعي طريقة التواصل بين الناس، وخلقت تغيرات رئيسية منها:

التغير الأول: هو عدم الكشف في الكثير من الأحيان عن هوية من يكتب، وهذا يعني أنّ أولئك الذين يكتبون ويعلقون، غالبًا ما يستخدمون الألقاب والأسماء المستعارة، مما أتاح فرصة الحديث عن القضايا الحساسة التي أثارت الجدل والتوتر في الكثير من المواضع المطروحة .

التغير الثاني: هو سرعة نشر الأخبار، وهذا يقود في بعض الأحيان إلى بث تقارير دون تأكيد، مما جعل "ويليام دافيدو"؛ وهو عالم ومهندس تكنولوجي، يصف العصر الحالي باستخدامه مصطلح الاتصال المكثف والغير منضبط.

التغير الثالث: هو غياب الطرق التقليدية المنظمة، حيث يمكن للحكومة تقييد محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، ولكن الرقابة التقليدية لا يمكن أن تتماشى مع صفحات المواقع المتغيرة باستمرار.

التغير الرابع: هو القدرة الجديدة على الجمع بين أنواع مختلفة من المعلومات المسجلة بطريقة مرنة جدًا، حيث إنّ وسائل التواصل الاجتماعي ليست مجرد نص، وصور، وصوت، وفيديو، ورسوم متحركة، ولكن كل هذه مجتمعة مع كاميرات الفيديو المدمجة اليوم ومسجلات الصوت، وأجهزة الكمبيوتر المحمولة، وغيرها من الأجهزة النقالة، يمكن لأى شخص وبسهولة إنشاء وتحرير العروض المثيرة للاهتمام من قبل عامة الناس(2).

(1) محمد عبدالبديع السيد، دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة، مجلة بحوث العلاقات العامة– الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد الثاني عشر، 2016م، ص2.

(2) أرى ماري أوفين، ترجمة: إدريس محمد قناوي، وسائل التواصل الاجتماعي– القوة الجديدة للتأثير السياسي، مركز ويلفريد للدراسات الأوربية– بروكسل– بلجيكا، 2012م، ص6–7.

وبشكل عام؛ فإنّ وسائل الإعلام المختلفة هي التي تفسر الواقع من خلال ما تقدمه من تصوير، ووصف للأشياء، والأحداث والقضايا، والتي يقيم عليها الجمهور مجمل التصورات والتفسيرات الخاصة به، فالناس عمومًا تتشكل آراؤهم على ما يقرؤون أو يسمعون أو يشاهدون، وبالتالي فإنّ سلوكهم الشخصي والاجتماعي يتبلور جزئيًا من خلال ما تطرحه وسائل الإعلام من تفسيرات للأحداث والموضوعات، خاصةً تلك التي يقل حجم المعلومات المتوفرة بشأنها(1).

وتلعب بعض وسائل الإعلام المرئية دورًا سلبيًا أثناء النزاعات، من خلال المناظرات الإعلامية، خاصةً عندما يكون طرفا النزاع واضحين، أو عندما تكون هناك خلافات بين الأقليات، أو بين الجماعات المتعددة داخل الدولة الواحدة، والتي تختلف توجهاتها حول موضوع معين، حيث تركز وسائل الإعلام هنا حول موضوع معين كالتهميش والتبعية، ولا توفر الظروف المناسبة للاندماج ونجاح جهود التعاون والتعايش السلمي، بل تساهم في تفكيك وأفشال تلك الجهود(2).

بناءً على ذلك، فقد أضحت وسائل الإعلام أبرز ظاهرة حياتية تتداخل مع ميادين الحياة الأخرى، وتعكس نمطها وتقاليدها بصورة أو بأخرى، وأدّى ذلك إلى زيادة وتشعب وظائفها، بعد أن تمكنت من إلغاء الحدود، واختصار المسافات بين الدول والمجتمعات، وصارت بالتالي تؤسس لقيم مشتركة، بعد أن تأكدت من قدرتها على تشكيل الرأي العام، والتحكم في اتجاهاته، وتوسيع المعارف ونقلها(3).

ومن هذا المنطلق يمكننا أن نخلص إلى الآتي:

تعتبر وسائل الإعلام هي إحدى القوى الفاعلة في المجتمعات المعاصرة، والتي لم يعد بالإمكان أن ننكر دورها وتأثيرها المتزايد على كل مناحي الحياة؛ خاصةً بعد التطور الهائل الذي رافق اكتشاف وسائل الإعلام الجديدة.

على الرغم من أنّ وسائل الإعلام تؤدي دورًا أساسيًا، فيما يتعلق بنشر الأفكار والقيم المستحدثة بصورة سريعة وبفاعلية عالية، وتعمل على تطوير المجتمعات وتنقلها من حالة التخلف،

(1) حمدي حسن، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987م، ص87.

(2) اولجا جوديس بيلي وآخرون، فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد صلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009م، ص149.

(3) ياسر خضير البياتي، الهيمنة الإعلامية الأمريكية على الوطن العربي، تغليب الأفكار واحتلال العقول، مجلة البحوث الإعلامية، طرابلس، العدد30، 2004م، ص4.

إلى وضع أكثر تطورًا، ولكنها في موضع آخر قد تمارس دورًا سلبيًا، من خلال التشكيك في القيم والمعتقدات، وبالتالي تساهم في زعزعة الاستقرار، وتفتيت الهوية الوطنية.

وتماشيًا مع ما تمّ ذكره حول قدرة وسائل الإعلام المختلفة على إحداث التأثير في الرأي العام، وانعكاسه على كيان الدول والمجتمعات، سواءً بالسلب أو الإيجاب، إلّا أنه ينبغي الإشارة إلى مسألة غاية في الأهمية، وهي وجود تفاوت كبير في قدرة تلك الوسائل على التأثير تبعًا لعدة اعتبارات تتصل بالاستقرار الداخلي، وامتلاك القدرات البشرية المتوازنة، والتي تتمتع بخبرة وحرفية وقدرات تواكب التطورات الهائلة في وسائل الإعلام.

وتأسيسًا على ذلك؛ فإنّ كل الرسائل الإعلامية التي تبثها وتنقلها وسائل الإعلام، ليست على نفس المستوى والقدر من التأثير؛ فمنها الرسائل الإيجابية التي تساهم بشكل كبير في ترسيخ قيم المواطنة، والمساواة، والعدالة، وبناء السلام، ومنها من ترسل رسائل تساهم في بث الفرقة، وزعزعة الأمن، وتحث على الحروب.

المحور الثاني: الدراسة الميدانية:

يتناول هذا الجزء أغلب الإجراءات العملية للوصول إلى نتائج الدراسة، حيث يتضمن: أداة الدراسة، ومجتمع وعينة الدراسة، وأساليب التحليل الإحصائي المستخدمة، إضافة إلى تحليل البيانات الإحصائية، ومناقشة النتائج، وأخيرًا اختبار الفرضيات.

أداة الدراسة:

تمّ تصميم استبانة لغرض جمع البيانات الأولية، في ضوء متغيرات الدراسة، موجهة إلى عينة الدراسة، وتمّ استخدام مقياس "ليكرت الثلاثي" المكون من ثلاث درجات لقياس استجابات المشاركين في الدراسة، مثل: (موافق، محايد، غير موافق).

وتمّ استخدم مقياس "ليكرت الثلاثي" المكون من ثلاث درجات لقياس استجابات المشاركين لفقرات الاستبانة حسب الجدول الآتي:

جدول رقم (1): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الرأي	الوزن
غير موافق	1

محايد	2
موافق	3

يتم بعد ذلك حساب المتوسط الحسابي (المتوسط المرجح) ثم يحدد الاتجاه، والجدول التالي يوضح قيم المتوسط المرجح كما في الجدول التالي:

جدول رقم (2): قيم المتوسط المرجح لمقياس "ليكرت الثلاثي"

الرأي	المتوسط المرجح
غير موافق	من 1 إلى 1.66
محايد	من 1.67 إلى 2.33
موافق	من 2.34 إلى 3

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من أعضاء هيأة التدريس بجامعة السيد محمد بن علي السنوسي الإسلامية، حيث تمّ اختيار عينة عمدية عشوائية، والتي تُمثلُ الشريحة المستهدفة، والتي بلغت (51)، حيث تمّ مراعاة التنوع من حيث الدرجة العلمية.

أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة:

لاختبار الفرضيات تمّ استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

اختبار التوزيع الطبيعي.

اختبار صدق أداة الدراسة.

اختبار ثبات أداة الدراسة.

المتوسطات المحاسبية والانحراف المعياري.

اختبار "t".

اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة:

جدول رقم (3): الخاص باختبار التوزيع الطبيعي

البُعد	قيمة الاختبار	(Sig)
المحور الأول: واقع الإعلام المحلي	1.003	0.267
المحور الثاني: دور الإعلام في دعم جهود المصالحة الوطنية	0.448	0.988
الوسط العام للمتوسطات المحاور	0.604	0.859

تبين من الجدول أعلاه أنّ البيانات تتوزع توزيعًا طبيعيًا لجميع المتغيرات، حيث جاءت قيم الاختبار(Sig) أكبر من0.05، وبالتالي يتم استخدام الاختبارات الإحصائية المعلمية لاختبار فرضية الدراسة.

صدق أداة الدراسة:

جدول رقم (4): اختبار صدق أداة الدراسة

المحور	معامل الارتباط	Sig
المحور الأول: واقع الإعلام المحلي	0.921	0.000
المحور الثاني: دور الإعلام في تحقيق المصالحة الوطنية	0.875	0.000
الوسط العام للمتوسطات المحاور	0.901	0.000

تشير المعطيات الواردة في الجدول إلى أنّ جميع قيم ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للاستبانة دالة إحصائيًا، مما يشير إلى تمتع فقرات الاستبانة بصدق عالي، وأنها تشترك معًا في قياس آراء عينة الدراسة.

ثبات أداة الدراسة:

جدول رقم (5): اختبار ألفا كرونباخ

المحور	عـــدد الفقرات	معامـل ألفـا كرونباخ	معامـــــل الصدق
المحور الأول: واقع الإعلام المحلي	9	0.949	0.974
المحـور الثـاني: دور الإعـلام فـي تحقيـق المصـالحة الوطنية	9	0.743	0.862
الوسط العام للمتوسطات المحاور	18	0.901	0.949

قام الباحثان باحتساب ثبات الاستبيان عن طريق اختبار ألفا كرونباخ، وتبين النتائج أنّ الاستبيان يتمتع بدرجة عالية جداً من الثبات (0.901).

خصائص عينة الدراسة:

الجدول رقم (6): خاص بخصائص العينة

الخاصية	الفئة	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	44	86.3
	أنثي	7	13.7
المجموع		51	100%
الكلية	الاقتصاد الإسلامي والإدارة	28	54.9
	أصول الدين	1	2.0
	التاريخ والحضارة	7	13.75
	اللغة العربية	8	15.7
	الشريعة والقانون	7	13.75
المجموع		51	100%
الدرجة العلمية	محاضر مساعد	13	25.5

	محاضر	27	52.9
	أستاذ مساعد	9	17.6
	أستاذ مشارك	2	3.9

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى النتائج التالية:

أولاً– الجنس:

تشير الدراسة بأنّ عدد أعضاء هياة التدريس المشاركين في الدراسة من الذكور (44) بما نسبته (86.3%)، في حين بلغت مشاركة أعضاء هيأة التدريس من النساء (7) بما نسبته (13.7%).

ثانيًا: إجمالي عدد العينة بالنسبة للكليات:

بلغت كلية الاقتصاد الإسلامي والإدارة الأعلى عددًا، من حيث المشاركة بواقع (28) من أعضاء هيأة التدريس وبنسبة (54.9%).

وجاءت بعدها كلية اللغة العربية بواقع عدد (8) بما نسبته (15.7%).

كما بلغت كلية الشريعة والقانون من حيث المشاركة العدد (7) من أعضاء هيأة التدريس وبنسبة (15.7%).

كما جاءت كلية التاريخ والحضارة، من حيث المشاركة بعدد (7) من أعضاء هيأة التدريس وبنسبة (15.7%).

وجاءت في المرتبة الأخيرة كلية أصول الدين من حيث المشاركة بعدد (1) ونسبة (2.0%).

ثالثًا: المشاركة من حيث الدرجة العلمية:

جاءت الدرجة العلمية (محاضر) كأعلى نسبة مشاركة في الدراسة بواقع (27) وما نسبته (52.9%).

أما درجة (محاضر مساعد) فقد شاركت بواقع عدد (13) عضو هيأة تدريس وبما نسبته (25.5%).

وتأتي درجة (الأستاذ المساعد) في المرتبة الثالثة بواقع عدد(9) ونسبة (17.6%).

وجاءت درجة (الأستاذ المشارك) في المرتبة الأخيرة بعدد (2) ونسبة 3.9%).

اولاً– واقع الإعلام المحلي:

الجدول رقم (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة اختبار (t) لمحور واقع الإعلام المحلي

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار t	القيمة الاحتمالية (sig)	الترتيب
1	تفتقر وسائل الإعلام المحلية إلى الخطاب الإعلامي المؤثر، والذي يسهم في دعم جهود المصالحة الوطنية.	2.7843	.54088	36.762	.000	1
2	الإعلام الحكومي ساهم في حالة الانقسام والتحريض على العنف.	2.7200	.57286	33.574	.000	3
3	ساهم الإعلام الحكومي في تبني توجهات القوى المسيطرة في مناطق وجوده.	2.6170	.67737	26.487	.000	5
4	لعبت بعض وسائل الإعلام الخاصة دورًا لا يستهان به في تغذية ودعم التطرف والإرهاب.	2.7609	.56509	33.137	.000	2
5	تمارس بعض القنوات دورًا سلبيًا من خلال المناظرات الإعلامية بين أطراف النزاع داخل الدولة الواحدة.	2.6939	.61928	30.450	.000	4
6	دأبت بعض وسائل الإعلام على نكف الجراح من خلال التذكير ببعض الأحداث واستغلالها في تغذية الانقسام.	2.5294	.73083	24.716	.000	7
7	بعض القنوات الإعلامية حولت الصراع السياسي إلى صراع جهوي وعرقي وديني.	2.5098	.73137	24.507	.000	8

8	سيطرة بعض الدول الخارجية على بعض وسائل الإعلام المحلية لخدمت أجندات خاصة قوضت بدورها جهود المصالحة الوطنية.	2.4902	.73137	24.315	.000	9
9	استضافة بعض القنوات المحلية لشخصيات تتبنى القذف والسب لكيانات مجتمعية ساهمت في تغذية روح الانقسام.	2.5686	.70014	26.200	.000	6
	المحور الأول: واقع الإعلام المحلي	2.6111	.29689	58.339	.000	

وتمّ دراسة واقع الإعلام المحلي من خلال آراء المشاركين، وكانت النتائج كالتالي:

نلاحظ أنّ الفقرة الخاصة (1) افتقار وسائل الإعلام إلى "الخطاب الاعلامي المؤثر" تحصلت على الترتيب الأول بمتوسط حسابي (2.784) وانحراف معياري (0.540).

نلاحظ إجمالًا أنّ واقع الإعلام المحلي وفقًا لردود أغلب المشاركين كان يفتقر لوجود الكوادر الفنية والرؤية المؤسساتية لإيجاد خطاب إعلامي هادف ومتزن لدعم بناء السلام والمصالحة.

ومن خلال الفقرة (4) والتي تتكلم عن لعب بعض وسائل الإعلام الخاصة دورًا في دعم وتغذية التطرف والإرهاب، تحصلت على الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (2.7609) وانحراف معياري (.56509)، ونلاحظ أيضًا أغلب الردود تتجه إلى وضوح الرؤية لدى أفراد العينة في هذا الاتجاه، والذي يدعم تورط هذه القنوات الإعلامية الخاصة في تغذية الإرهاب والتطرف.

ومن خلال الفقرة رقم (2) تأتي الردود من أفراد العينة عن دور الإعلام الحكومي ومساهمته في تعميق الانقسام، والدعوة إلى العنف في الترتيب الثالث، بمتوسط حسابي (2.7200) وانحراف معياري (.57286)، حيث أغلب آراء العينة تشير إلى تورط بعض القنوات الإعلامية الحكومية بشكل أو بآخر في الصراع السياسي، وممارسة دورًا سلبيًا من خلال الانحياز لطرف على حساب الآخر.

ومن خلال الفقرة (5) ووفقًا لردود أفراد العينة على ممارسة بعض القنوات دورًا سلبيًا من

خلال أجرائها لبعض المناظرات الإعلامية بين أطراف النزاع داخل الدولة، فإنها تحصلت على المرتبة الرابعة من حيث الأهمية، بمتوسط حسابي (2.6939) وانحراف معياري (.61928).

وقد تبنى جزء من أفراد العينة الرأي القائل بأن المناظرات التي تتبناها بعض القنوات الإعلامية تساهم بشكل أو بآخر في تعثر جهود المصالحة الوطنية وتزيد من التوتر.

ومن خلال الفقرة (3) والتي تتطرق إلى مساهمة الإعلام الحكومي في تبني توجهات القوى المسيطرة في مناطق وجوده، حيث جاءت في المرتبة الخامسة من حيث الاهتمام من جانب عينة الدراسة، بمتوسط حسابي (2.6170) وانحراف معياري (.67737).

في حين جاءت الفقرة رقم (9) في المرتبة السادسة، والتي تذهب فيها عينة الدراسة، إلى أنّ استضافة بعض القنوات الفضائية عبر منابرها لشخصيات تتبنى أسلوب السب والقذف لكيانات وجهات داخل الدولة، بمتوسط حسابي (2.5686) وانحراف معياري (.70014).

فإنّ هذه السياسة الإعلامية ساهمت بشكل أو بآخر في تقويض الجهود الرامية إلى المصالحة الوطنية، من وجهه نظر العينة.

ونلاحظ أن الفقرة (6) والتي تذهب إلى أنّ وسائل الإعلام دأبت على نكف الجراح وتعميق الانقسام، من خلال التذكير ببعض الأحداث واستغلالها في عملية الصراع، جاءت في المرتبة السابعة، بمتوسط حسابي (2.5294) وانحراف معياري (.73083).

كما جاء اهتمام أفراد العينة بالفقرة رقم (7) في المرتبة الثامنة، والتي تبيّن بأنّ بعض المنابر الإعلامية قامت بتحويل الصراع السياسي، إلى صراع جهوى وقبلي وديني، بمتوسط حسابي رقم (2.5098) وانحراف معياري (.73137).

وتأتي الفقرة (8) والتي تُعنى باهتمام العينة بسيطرة بعض الدول الخارجية على بعض القنوات الفضائية، واستخدامها في بث الفرقة، وعرقلة جهود المصالحة الوطنية في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي (2.4902) وانحراف معياري (.73137).

ثانياً: دور الإعلام في تحقيق المصالحة الوطنية:

الجدول رقم (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة اختبار (t)

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار t	القيمة الاحتمالية (sig)	الترتيب
1	للإعلام دور مهم في الوصول للمصالحة الوطنية عبر تقديمه لخطاب تصالحي وتوافقي.	2.6178	.69508	26.794	.000	1
2	الاتفاق على ميثاق شرف إعلامي يساهم في إنجاح مشروع المصالحة الوطنية.	2.6171	.69508	26.794	.000	2
3	تبني وسائل الإعلام بعد انتهاء الحرب ثقافة ترسخ السلام وتحفز على حل النزاعات بالطرق السلمية ونبذ العنف.	2.6070	.69508	26.794	.000	3
4	تبني القنوات الإعلامية لخطاب تصالحي يدعم قانون العدالة الانتقالية.	2.6068	.69508	26.794	.000	4
5	ضرورة وضع ضوابط في اختيار الكوادر المتخصصة من قبل القائمين على المنابر الإعلامية.	2.6055	.69508	26.794	.000	5
6	للإعلام دور مهم في المرحلة الانتقالية الحالية من خلال نشر ثقافة المصالحة الوطنية.	2.5294	.73083	24.716	.000	8
7	مشروع المصالحة والعدالة الانتقالية يحتاج إلى تجريم التحريض على ثقافة الاجتثاث والانقسام في وسائل الإعلام.	2.5882	.66862	27.644	.000	6
8	رسالة الإعلام الصحيحة هي نقل الخبر مجردًا وليس توجيه الرأي العام من خلال الخبر.	2.5291	.73083	24.716	.000	9
9	للإعلام دور مهم في الوصول للمصالحة الوطنية عبر تقديمه لخطاب تصالحي وتوافقي.	2.5490	.70182	25.938	.000	7
	المحور الثاني: دور الإعلام في تحقيق المصالحة الوطنية	2.5817	.36689	50.252	.000	

وتمّت دراسة دور الإعلام في تحقيق المصالحة الوطنية من خلال آراء المشاركين، وكانت النتائج كالتالي:

نلاحظ من خلال الفقرة (1) والتي تدعم أهمية الإعلام ودوره في الوصول للمصالحة

الوطنية عبر تقديمه لخطاب تصالحي وتوافقي قد جاءت في الترتيب الأول من وجهة نظر العينة، بمتوسط حسابي (2.6178) وانحراف معياري(69508.).

وجاءت الفقرة (2) في المرتبة الثانية من حيث أولويات أفراد العينة، والتي توصي بضرورة الاتفاق على ميثاق شرف إعلامي، يساهم في إنجاح مشروع المصالحة الوطنية، بمتوسط حسابي (2.6171) وانحراف معياري (69508.).

والملاحظ من الفقرة (3) والتي تهيب بوسائل الإعلام، وخاصة بعد انتهاء الحروب والنزاعات، بضرورة تبني ثقافة يتم من خلالها ترسيخ السلام، وتشجيع حل النزاعات بالطرق السلمية جاءت في المرتبة الثالثة، من حيث اهتمام العينة، بمتوسط حسابي (2.6070) وانحراف معياري (69508.).

وتأتي الفقرة رقم (4) والتي تذهب إلى ضرورة تبني خطاب تصالحي، يدعم قانون العدالة الانتقالية؛ لدعم المصالحة الوطنية، في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي رقم (2.6068) وانحراف معياري (69508.).

ومن خلال الفقرة رقم (5) والتي تمّ التركيز من خلالها على ضرورة وضع ضوابط في اختيار الكوادر المتخصصة من قبل القائمين على المنابر الإعلامية، جاء اهتمام العينة خامسًا، بمتوسط حسابي (2.6055) وانحراف معياري (69508.).

ونلاحظ من خلال الفقرة (7) بأنّ مشروع المصالحة الوطنية والعدالة الانتقالية جاء في المرتبة السادسة، والذي تمّ التطرق للدعوة لتجريم التحريض والاجتثاث عبر وسائل الإعلام، بمتوسط حسابي (2.5882) وانحراف معياري (66862.).

كما ركّزت الفقرة (9) على دور الإعلام في تقديم خطاب تصالحي وتوافقي، جاء في الترتيب السابع من وجهة نظر عينة الدراسة، بمتوسط حسابي (2.5490) وانحراف معياري (70182.).

ونلاحظ من خلال الفقرة (6) والتي تركز على أهمية الإعلام ودوره في نشر ثقافة المصالحة الوطنية، قد جاء اهتمام العينة في المرتبة الثامنة، بمتوسط حسابي (2.5294) وانحراف معياري (73083.).

ومن خلال الفقرة رقم (8) والأخيرة جاء اهتمام العينة برسالة الإعلام الصحيحة، والتي يوصي فيها بنقل الخبر مجردًا، وليس توجيه الرأي العام من خلال الخبر، بمتوسط حسابي (2.5291) وانحراف معياري (.73083).

الجدول رقم (9): اختبار (t) الخاص باختبار فرضيات الدراسة

ت	المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار t	القيمة الاحتمالية (sig)	الترتيب
1	المحور الأول: واقع الإعلام المحلي	2.6111	.29689	58.339	.000*	1
2	المحور الثاني: دور الإعلام في تعزيز جهود المصالحة الوطنية	2.5817	.36689	50.252	.000*	2
	الوسط العام للمتوسطات المحاور	2.5833	.29458	58.170	.000*	

* يكون ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

قيمة الاختبار الخاصة بواقع الإعلام المحلي كانت (58.339) وعند مستوى ثقة (sig=005)، وهذا يؤكد معنوية المحور عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

قيمة الاختبار الخاصة دور وسائل الإعلام في تعزيز جهود المصالحة الوطنية كانت (50.252)، وعند مستوى ثقة (sig=005)، وهذا يؤكد معنوية المحور عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

عليه: نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة الذي تنص على: (يوجد دور لوسائل الإعلام في تعزيز جهود المصالحة الوطنية).

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج:

فيما يتعلق بواقع الإعلام المحلي، فقد توصلت الدراسة إلى:

1. ترى الغالبية العظمى من عينة الدراسة، أنّ أغلب وسائل الإعلام المحلية، تفتقر إلى الخطاب الإعلامي المؤثر، نتيجة لعدة اعتبارات من بينها: عدم وجود كوادر إعلامية مؤهلة، وبنية مؤسساتية حيادية، تدعم جهود المصالحة الوطنية الشاملة.
2. ظهر جلياً عدم رضا أغلب أفراد العينة عن الدور الذي قامت به بعض القنوات المحلية من تغذية ودعم لتيارات متطرفة، ساهمت بشكل أو بآخر في نشر الذعر والهلع بين السكان المحليين.
3. تبينٌ من خلال الدراسة بأنّ بعض وسائل الإعلام المحلية ساهمت في تغذية الانقسام، من خلال استغلالها لبعض الوقائع والتذكير بها، لأغراض خاصة قوضت من خلالها الجهود الرامية الى دعم مسار المصالحة الوطنية وبناء السلام.
4. توصلت الدراسة من خلال رأي العينة أنّ حجم التغطية الإعلامية في اتجاه المصالحة، لم تكن بالشكل الكافي، وأنّ بعض وسائل الإعلام قد حولت الصراع السياسي القائم إلى صراع قبلي وجهوى وديني.
5. ساهمت بعض القنوات الاعلامية الخاصة التي تبث من خارج ليبيا في دعم تيارات سياسية على حساب أخرى؛ لخدمة أجندات خاصة، مما أثّر سلبًا على الدعوات الرامية إلى توحيد الخطاب الإعلامي نحو دعم جهود المصالحة الوطنية.

فيما يتعلق بدور الإعلام في تحقيق المصالحة، فقد توصلت الدراسة إلى:

1. ذهب أغلب أفراد العينة إلى ضرورة تقديم خطاب تصالحي وتوافقي من قبل وسائل الإعلام؛ للوصول إلى المصالحة الوطنية الشاملة.
2. توصلت الدراسة بأنّ غالبية أفراد العينة يرون بضرورة الاتفاق على ميثاق شرف إعلامي، يساهم في توحيد الخطاب، من أجل دعم جهود المصالحة الوطنية.
3. انتهت الدراسة إلى أنّ نشر ثقافة السلام، وتجريم التحريض، ونبذ العنف من قبل وسائل

الإعلام، ضرورة للوصول للمصالحة الوطنية الشاملة.

4. توصلت الدراسة إلى أنّ حيادية المؤسسات الإعلامية من خلال طرحها للقضايا السياسية، يساعد بشكل كبير في عملية بناء السلام والمصالحة الشاملة.
5. أكّدت الدراسة من خلال رأى غالبية أفراد العينة بضرورة وضع ضوابط علمية في اختيار الكوادر المتخصصة، التي من شأنها أن تساهم في نشر خطاب إعلامي حيادي ومهني، يساهم في إحياء جهود المصالحة الوطنية.

ثانياً: التوصيات:

1. على الإعلام دور مهم في دعم جهود المصالحة، الوطنية من خلال المهنية والمصداقية، والموضوعية، إلى جانب اختيار كوادر متخصصة، تساهم في دعم مسارات المصالحة الوطنية الشاملة.
2. ضرورة أن تعمل وسائل الإعلام على تجنب الموضوعات التي تثير نوعاً من الفرقة والشقاق بين أبناء الوطن الواحد.
3. طرح قانون العدالة الانتقالية للنقاش عبر وسائل الإعلام المختلفة؛ كسبيل للوصول إلى المصالحة الوطنية.
4. إبراز وتكثيف البرامج والحوارات الوطنية، إضافة إلى الندوات والمؤتمرات العلمية التي من شأنها أن تخدم موضوع المصالحة الوطنية.
5. الضغط من قبل وسائل الإعلام على السلطات التنفيذية في الدولة، من أجل المضي قدماً نحو تحقيق مشروع المصالحة الوطنية وبشكل عاجل وفوري .

خاتمة:

يعتبر رصد أداء وسائل الإعلام غير المنضبطة، وخاصةً في فترات الحروب والنزاعات، وسيلة للوقوف على مكامن الخلل في طريق تحقيق المصالحة الوطنية، حيث يُشكّلُ مجالاً مهمًا لجميع القوى السياسية والاجتماعية، بل لوسائل الإعلام ذاتها استعراض وقراءة نتائج الرصد الإعلامي؛ كفرصة لتدعيم على نقاط القوة ومعالجة مكامن الضعف، من خلال تقييم ممارساتها الإعلامية، ولا نبالغ إذا قلنا بأنّ وسائل الإعلام انتهجت أساليب وممارسات غير مسؤولة، ومرتبطة باعتبارات حزبية، وجهوية، ضيقة على حساب المصلحة العُليا للوطن، فإنّ ذلك يُمثّلُ تهديدًا صريحًا لعملية بناء السلام برمتها، فقد يكون من الصعب الحديث عن دور إيجابي في ظل وسائل إعلام تدير الصراع، ولا تؤدى رسالتها المنطلقة من مسؤوليتها الاجتماعية، التي تعزز من ثقافة التسامح والسلام واحترام الأخر وقبوله.

قائمة المراجع:

1. أبوعرجه تيسير، دراسات في الصحافة والإعلام، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ،عمان، 2000م.
2. أمين سعيد عبدالغني، اللغة التلفزيونية في برامج قناة CNN الاخبارية، المؤتمر العلمي السنوي السابع حول الإعلام وحقوق الانسان العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني، 2001م.
3. أوفين أرى ماري، وسائل التواصل الاجتماعي– القوة الجديدة للتأثير السياسي، ترجمة: إدريس محمد قناوي، مركز ويلفريد للدراسات الأوربية– بروكسل–بلجيكا، 2012م.
4. البياتي ياسر خضي، الهيمنة الإعلامية الأمريكية على الوطن العربي، تغليب الأفكار واحتلال العقول، مجلة البحوث الإعلامية، طرابلس، العدد 30، 2004م.
5. الداغر مجدي محمد، دور وسائل الإعلام في نشر ثقافة الحوار وتعزيز التعايش مع الآخر لدى الشباب الجامعي، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، العدد51، 2013م.
6. الدليمي خضير عباس، البرامج السياسية في الإذاعات الدولية، أطروحة دكتوراه غير منشورة قدمت إلى كلية الإعلام، جامعة بغداد، 1998م.
7. العنزي عبدربه عبدالقادر، تأثير وسائل الإعلام الجديد على المجال العام والتسويق السياسي، مجلة جامعة الأزهر، غزة سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 18، العدد2، 2016م.
8. السيد محمد عبدالبديع، دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة، مجلة بحوث العلاقات العامة–الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد الثاني، 2016م.
9. التائب مسعود حسين، اتجاهات النخبة نحو معالجة وسائل الإعلام الليبية لقضية المصالحة الوطنية، دراسة ميدانية، مجلة الجامعة الأسمرية، المجلد التاسع عشر، العدد 19، 2013م.
10. بيلي اولجا جوديس وآخرون، فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد صلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009م.

11. بن قوح رحمة، دور وسائل الاتصال في تكوين سلوك المواطنة لدى الطلبة الجامعيين دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة جيجل، 2020م.
12. تيتى حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الراي العام: حالة الثورات وقيم الانتماء لدى الشعوب العربية، مذكرة ماجستير منشورة في العلوم السياسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2014م.
13. جمال أبوشنب، الاتصال والاعلام والمجتمع، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2005م.
14. حسن حمدي، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987م.
15. شمخي جبر، دور وسائل الإعلام في المصالحة الوطنية، موقع صحفي: 2006 www.sahafi.jo/arc/ahc/art1.php?id=16
16. صلوى عبدالحفيظ، تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا الخارجية، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 1996م.
17. طاش عبدالقادر، الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، مكتبة العبيكات، الرياض، 1995م.
18. قادر إسماعيل ابتسام، دور الإعلام في بناء السلام، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016م.
19. كافي مصطفي يوسف، وسائل الإعلام والطفل، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان– الأردن، 2015م.
20. محمد علي الحوات، قراءة في الخطاب الإعلامي والسياسي المعاصر، مكتبة مدبولي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005م.
21. محمد منير حجاب، المؤسسة الإعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد الثالث، 2003م.
22. مراد كامل خورشيد، الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور– الخصائص–

النظريات، عمان، دار المسيرة، 2011م.