

الإعلام السياسي ... الدور_ التوجه_ الأثر

دراسة الحالة الليبية بعد فبراير 2011

د. محمد جبريل بن طاهر

جامعة مصراتة/ كلية الفنون والإعلام

m.bentaher@media.misuratau.edu.iy

ملخص البحث

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الإعلام السياسي الليبي في فترة ما بعد فبراير 2011م؛ حيث يهدف البحث إلى التعرف على دور وتوجه وأثر الإعلام السياسي الليبي خصوصاً في فترة ما بعد فبراير 2011م، وتوصل على أثرها الباحث إلى نتائج مهمة منها؛ أن الإعلام السياسي الليبي بعد فبراير 2011 ملم ينجح في خلق خطاب إعلامي سياسي خاص به، وظل يحاكي إعلام النظام السابق.

Research Summary

The researcher used the descriptive analytical method to study the Libyan political media in the post-February 2011 period. The aim of the research is to identify the role, direction and impact of the Libyan political media especially in the post-February 2011 period. February 2011 did not succeed in creating a political media speech of his own, and continued to mimic the media of the former regime .

الكلمات المفتاحية

الإعلام السياسي الليبي - فبراير م 2011 - الخطاب الإعلامي - الخطاب السياسي

- العنف.

مقدمة البحث:

يعد الإعلام السياسي الليبي موضوع بحث جدير بالاهتمام لشغله حيزا كبيرا من مساحة الإعلام الليبي سواء كان ذلك في عهد القذافي أو بعده، حيث ركز الساسة الليبيون على تمرير رسائلهم عبر وسائل الإعلام.

ويسعى الباحث لمحاولة دراسة الإعلام السياسي وتوضيح دوره وتوجهه وأثره متخذاً من الحالة الليبية نموذجاً لدراسته خصوصاً بعد ثورة فبراير 2011م وتحول الإعلام الليبي برمته من إعلام مؤدلج موجه إلى إعلام متعدد المشارب مفتوح دون مقص الرقيب.

حيث سيقسم البحث إلى ستة مطالب، في الأول سيتعرض الباحث لتعريف الإعلام السياسي، ثم ثانياً سينتقل نحو إيضاح مزايا وصفات الإعلام السياسي، بعدها ثالثاً سيدرس الإعلام السياسي الليبي قبل فبراير 2011، ورابعاً سيتكلم عن الإعلام السياسي الليبي إبان فبراير 2011، وخامساً سيتعرض للإعلام السياسي الليبي بعد فبراير 2011 ليختتم بحثه سادساً برؤية استشرافية للإعلام السياسي الليبي.

مشكلة البحث:

تتمحور مشكلة البحث حول دراسة دور وتوجه وأثر الإعلام السياسي الليبي في فترة ما بعد ثورة فبراير 2011، مع التعرّيج على مرحلة ما قبل فبراير 2011 (مرحلة حكم القذافي) وذلك لتأصيل البحث وللوقوف على إشكالية الإعلام السياسي الليبي و أدواره وكيفية توجيهه وأثره على المجتمع الليبي، طارحاً تساؤلاً مهم، عن كيفية عمل الإعلام السياسي الليبي بعد فبراير 2011؟

أهداف البحث:

1- محاولة الوقوف على أدوار وتوجهات وأثر الإعلام السياسي الليبي بعد فبراير 2011.

2- رصد الظواهر السياسية وعلاقتها بالإعلام الليبي في محاولة لتحليلها.

3- المساهمة في تغطية النقص الشديد في المكتبة الإعلامية السياسية الليبية.

تساؤلات البحث:

- 1- ما مدى دور وتوجه وأثر الخطاب السياسي الإعلامي الليبي بعد فبراير 2011 ؟
- 2- هل فشل الإعلام السياسي الليبي بعد فبراير 2011 في خلق خطاب وطني فعال؟
- 3- كيف يمكن أن يسهم الإعلام السياسي الليبي في الحد من ظاهرة العنف والإرهاب؟

أهمية البحث:

يعد الإعلام السياسي الليبي بعد فبراير 2011 من بين أكثر ألوان الإعلام انتشارا وخطابا وتأثيرا، ناهيك عن غياب الرسالة الإعلامية الوطنية، لعل ذلك وأكثر يجعل البحث ذو أهمية تدفع الباحث لدراسته في محاولة لتحليل الدور والتوجه والتأثير.

منهج البحث:

طبيعة البحث تفرض ضرورة استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

حدود البحث:

يدرس البحث الإعلام السياسي الليبي في فترة ما بعد فبراير 2011 مع استعراض لفترة ما قبل فبراير.

أولا: تعريف الإعلام السياسي:

تتعدد تعريفات للإعلام السياسي حسب منطلقات الإعلاميين الأيديولوجية وسنعرض لاحقا بعض تعريفات الإعلام السياسي ومنها:

الإعلام السياسي: هو حملة إخبارية منظمة هادفة تطلقها الدولة (المرسِل) إلى الجمهور (المستقبل) لتنفيذ التأثير في نفوسهم؛ لتحقيق أهداف تتعلق بسياسة الدولة تجاه موقف محدد أو معين. (أبو سمرة، 2012، ص 20)

تعريف سكسدون: الإعلام السياسي هو أي عملية نقل للرسالة يقصد به إلى استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع.

تعريف ديتون و وداورد: الإعلام السياسي هو المناقشة العامة حول السلطة ومصادر الدخل العام في المجتمع.

تعريف ميدو: والإعلام السياسي هو الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي والمؤثرة فيه.

تعريف مانكير براين: الإعلام السياسي هو إعلام هادف يتعلق بالسياسة. تعريف كارل دويتش: الإعلام السياسي هو عصب العملية السياسية، فإذا كان الإعلام فاعلا قلل احتمالات الخطأ في اتخاذ القرارات التي هي قمة وغاية العمل السياسي. (عبدالفتاح، 2016، ص 184-185)

يتضح مما سبق أن الإعلام السياسي هو نوع من أنواع الإعلام، ويمكن تعريفه بأنه الإعلام الذي يهتم بالسياسة والحكم، ويحاول عبره النظام السياسي بث رسالته بهدف التأثير في المجتمع.

هناك عدة مواضيع ومفاهيم تتعلق بالإعلام السياسي منها البيئة السياسية والدعاية السياسية والإعلان السياسي والحرب النفسية والشائعة، لأن الإعلام السياسي يتفاعل ويوظف المفاهيم السابقة لصالح طرح قضايا معينة، أو لترويج فكر أو أيديولوجية للنظام السياسي وحكومته.

ثانيا: مزايا وصفات الإعلام السياسي:

كما عرفنا الإعلام السياسي وقلنا إنه يهتم بنشر وترويج ما تريده الحكومات والسياسة فإنه لا بد أن يتمتع الإعلام السياسي بصفات ومزايا كي يكون إعلاما ناجحا، ومن تلك المزايا أو الصفات ما يلي:

1- الواقعية: ينبغي على الإعلام السياسي نقل صورة الواقع دون تزييف أو مبالغة أو تهويل، مما يؤثر على الرأي العام ويوجهه نحو الطريق الخطأ.

2- الحيادية: توخي الحيادية أمر ضروري للإعلام السياسي، بمعنى أن يقف القائمون على الإعلام السياسي، على نقل القضايا والأخبار السياسية دون التحيز لجهة معينة على

حساب أخرى ودون تشويه الخبر أو الحدث، لأن ذلك يؤثر في آراء المتلقين ويوجههم نحو اتخاذ قرارات خاطئة.

3-الموضوعية: تتجلى موضوعية الإعلام السياسي عند الإعلاميين السياسيين الذين ينقلون أخبار الحروب أو المؤتمرات، أو أي حدث سياسي بدون تحريف وموضوعية تامة، تهدف لوضع المتلقين في قلب الحدث، دون السعي للتأثير عليهم.

4-المصدقية: مما يحسب على الإعلام والإعلاميين مصداقيتهم في نقل الأخبار أو التعليق على الأحداث، والتحري عن مصدر المعلومات الموثوق، كي يجذب المتلقين لأن المصدقية لها أثر قوي وإيجابي لكسب ثقة الجمهور، وبناء عليها يتم تكوين الرأي العام الصادق والحقيقي.

5-التوقيت الملائم والدقة في الإعلام السياسي: مما لاشك فيه أن التوقيت المناسب لبث الخبر أو نقله يؤثر في المتلقين، لذا ينبغي مراعاة التوقيت الملائم والمناسب، مثلاً ينقل الخبر لحظة وقوعه منعاً لتسرب الشائعات حوله، كما للدقة أهمية وتأثير على الرأي العام وتوجيهه بالشكل المطلوب.

6-النزاهة واحترام الموثيق في الإعلام السياسي: نزاهة الإعلاميين بشكل عام والإعلاميين السياسيين بشكل خاص أمر مهم، لأن فساد ذمم الإعلاميين يأتي على حساب مهنتهم، كما ينبغي مراعاة موثيق واتفاقيات العمل الإعلامي والتي تحافظ على شرف الإعلاميين وتدفعهم نحو إعلام صادق وأخلاقي، حيث يؤثر ذلك كله على آراء الجمهور الذي سيكون صورة سيئة على النظام السياسي في حالة انعدام النزاهة وعدم العمل وفق الموثيق الإعلامية. (أبو سمرة، 2012، ص 182، 183، 184)

سيحاول الباحث دراسة تلك المزايا والصفات ورصدها في الإعلام السياسي الليبي الذي شهد تحولات جذرية بعد ثورة فبراير 2011م.

ثالثاً: الإعلام السياسي الليبي قبل ثورة فبراير 2011م

وضع النظام الملكي الليبي منذ 1951 ركائز للإعلام الليبي؛ حيث انطلقت الصحف والمجلات والإذاعات في كبرى المدن الليبية، خلقت تلك المرحلة جيلاً من الإعلاميين الليبيين ما انفكوا في انتقاد النظام الملكي وساسته .

من مقر الإذاعة المسموعة بمدينة بنغازي أذيع بيان الانقلاب، في الأول من سبتمبر 1969م، حيث أدرك الانقلابيون أهمية الإعلام وعملوا على أدجته وتحويله لخدمة النظام السياسي الحاكم ورموزه، كما ألغى مجلس قيادة الانقلاب معظم الدوريات الحكومية والمستقلة التي كانت تصدر في العهد الملكي بتهمة إفساد الرأي العام، وعمل على إصدار القانون رقم 76 لسنة 1972م، وأتخذ قراراً بإنشاء دوريات تعبر عن فكره وتروج لما يصبوا إليه، أعقب ذلك صدور القانون رقم 120 بتاريخ 12-8-1972 بإنشاء المؤسسة العامة للصحافة، والقانون رقم 60 بتاريخ 25-12-1974 بإنشاء الشركة العامة للنشر والتوزيع والإعلان. (الأسطى، 2008، ص135-136-137)

ما يهمننا هنا تتبع آلية الإعلام السياسي الليبي فقد سمى النظام السياسي حينها الإعلام الليبي (الإعلام الجماهيري) لإعطائه بعداً شعبياً سياسياً، تعود ملكيته وتخطيطه وإدارته ومضمونه للجماهير حسب التعبير الذي نظر له النظام (الشريف، 2005، ص32)، وفي هذا الخصوص يقول معمر القذافي رأس النظام السياسي في كتابه الأخضر "الصحافة (الإعلام) وسيلة تعبير للمجتمع؛ وليست وسيلة تعبير لشخص طبيعي أو معنوي، إذن منطقياً وديمقراطياً لا يمكن أن تكون ملكاً لأي منهما" (القذافي، 1984، ص68)، يتضح هنا رفض القذافي للإعلام الخاص وتأكيداً على ضرورة جعل الإعلام جماهيرياً شعبياً.

ركز رأس النظام على الظهور المستمر بوسائل الإعلام الليبية، والتي أخضعها لمنهجه الثوري وتحت إشراف اللجان الثورية، حيث جبر الإعلام لخدمة سياسته، بل غلب الطابع السياسي على المجالات الأخرى الاجتماعية والترفيهية والدينية.. إلخ، مثلاً اطلق على التلفزيون الليبي اسم "إذاعة الجماهيرية" وعلى الراديو الليبي اسم "الإذاعة المسموعة الجماهيرية"، وأنشأ

صحفاً يومية لخدمة النظام السياسي مثل "الفجر الجديد" " الزحف الأخضر" و " الجماهيرية" (الشريف، 2007، ص 21-22-23-24-25)، تفنن الإعلام السياسي الليبي في تضليل الرأي العام الليبي والعالمي وتصوير ليبيا على أنها الفردوس الأرضي وأن النظام الجماهيري هو أفضل الأنظمة السياسية الديمقراطية في العالم.

كان القذافي مهووسا بالخطب الارتجالية، والتي لا يحدد لها موعداً لأسباب أمنية، مثلاً كان المواطن الليبي الجالس لمشاهدة مباراة كرة قدم أو مسلسل أو برنامج عبر إذاعة الجماهيرية -التلفزيون الوحيد- يُفاجأ بتحول التلفزيون لنقل مباشر لخطاب القائد - كما اصطاح على تسميته - والذي يمتد لساعات، أيضاً عند انعقاد جلسات المؤتمرات الشعبية (السلطة التشريعية) يعمل التلفزيون والراديو على نقل وقائع الجلسات مع توقف تام لكل البرامج الإذاعية الأخرى. اشتغلت وسائل الإعلام الليبية على عدم انتقاد رجال السياسة، وفي مقدمهم معمر القذافي، بل ذهبت لانتقاد البرامج التنفيذية والتنبيه للأخطاء التي وقعت أثناء التنفيذ والتطبيق وفقاً لنظرية السلطة (المشابقة، 2014، ص 134-135-136-137)، كما كرر القذافي عبر وسائل الإعلام الليبية انتقاده (سلطة الشعب) واضعاً اللوم على الشعب الليبي الذي أخطأ في التطبيق، وعلى رجال السلطة، كما أشتغل الإعلام السياسي الليبي وفق نظرية ترتيب الأولويات (الشريف، 2015، ص 86-87-88-89) على تقديم كل ما يتعلق بالنظام السياسي على الأخبار والبرامج الأخرى مهما كانت آثارها أو أهميتها للجمهور المستهدف؛ مثلاً عندما يقوم القذافي بزيارة لبلاد ما أو مدينة ليبية، تفرد مساحات كبيرة لتغطية الحدث عبر وسائل الإعلام الليبية، مع الإسهاب والإطراء والمدح لشخص القذافي وإنجازات (ثورة الفاتح العظيم) حسب تعبير وسائل الإعلام الليبية.

حاول النظام السياسي الليبي التخفيف من حدة الخطاب المؤدلج عبر وسائل إعلامه وذلك لمسايرة التغيرات العالمية التي جاءت مع العولمة الإعلامية وأدواتها بنهاية القرن العشرين، كما تعرض النظام السياسي لأزمات سياسية خانقة، منها الحصار الذي فرض عليه من قبل الدول الكبرى في تسعينيات القرن العشرين، مما دفعه لخلق معارضة من رحمة عملت على إنشاء

إعلام مواز للإعلام الرسمي، تمثل في إصدار جرائد وافتتاح قناة مرئية وأخرى مسموعة، وإنشاء وكالة أنباء عبر مشروع ليبيا الغد بقيادة سيف الإسلام القذافي الذي حاول التأثير في الرأي العام الليبي والعالمي والترويج لمشروعه عبر وسائل إعلام المشروع.

رابعاً: الإعلام السياسي الليبي أثناء ثورة فبراير 2011م:

كان لوسائل الإعلام البديلة منها الإنترنت دور مهما في فضح مساوئ الأنظمة السياسية العربية وتوعية المواطن العربي بما يدور حوله، قابله شبه عجز الحكومات العربية للتصدي لذلك الإعلام المتطور والمتسارع والمتفاعل، لعل أبرز تلك الوسائل الإعلامية "الفييس بوك" و"تويتر" التي كانت لهما أدوار واضحة في تحريك الشارع العربي وتقييمه لينتفض على حكوماته فيما سمي بالربيع العربي، كانت ليبيا من ضمن الدول التي تأثرت بتلك الموجة. لم يكتثر الإعلام السياسي الليبي لما حصل في تونس ومصر من ثورات أسقطت رؤساء دولها، بل دافع رأس النظام السياسي الليبي معمر القذافي، عن الرئيس التونسي زين العابدين بن علي، واصفا إياه "أفضل شخص يحكم تونس" وقال أيضا "لا يوجد أحسن من الزين أبدا في هذه الفترة، بل أتمناه ليس إلى 2014، بل أن يبقى إلى مدى الحياة" www.youtube.com/watch?v=w7XK9UEsypw جاء ذلك في كلمة بثها التلفزيون الليبي الحكومي "إذاعة الجماهيرية"؛ حيث أبدى القذافي رفضه لإرادة الشعب التونسي في التغيير.

بدأت وسائل الإعلام الليبية في التعبئة الجماهيرية عندما تحرك الشارع الليبي في منتصف فبراير 2011، مرتكرة على إظهار أن الوضع في ليبيا عادي جدا، وأن الأحداث التي وقعت كانت عارضة؛ وتم القضاء عليها، وأن القبائل الليبية تقف مع "قائد الثورة" الذي بدوره يعد رمزا وطنيا لا يمكن المساس به، جاء ذلك في كلمة بثتها "إذاعة الجماهيرية" "للأخ قائد الثورة"

<https://www.youtube.com/watch?v=pfCNfMUgbU4>

كما اصطح على تسميته بوسائل الإعلام الليبية، هدد فيها كل من يحاول المساس بالأمن والسلم الليبي، سبقتها كلمة ابنه سيف الإسلام المحسوب على التيار الإصلاحية في ليبيا حيث توعد وهدد الشعب الليبي رافعا أصبعه في وجهه.

https://www.youtube.com/watch?v=1J_oECAgEto

عبر إذاعة الجماهيرية كان ييـث برنامج "عشم الوطن"

<https://www.youtube.com/watch?v=LpGGFIK5YrA>

ما انفك طيلة مرحلة الأزمة على تلميع صورة النظام السياسي الليبي ورمزه القذافي، كما ذهب الإعلاميون بالبرنامج على سب أعداء ثورة الفاتح -حسب وصفهم- مستخدمين كلمات وجملاً سوقية لا تحترم المشاهد ولا تراعي أخلاقيات العمل الإعلامي، ناهيك عن الطعن في شرف بعض القبائل والمدن والقرى الليبية التي وقفت مع ثورة فبراير. كلف القذافي ناطقاً رسمياً باسمه كان يظهر ويتواصل بشكل مستمر مع وسائل الإعلام الليبية والعربية والعالمية، كما صور الإعلام الليبي مظاهرات مؤيدة للنظام السياسي ورمزه القذافي بالعاصمة طرابلس سميت بالمظاهرات المليونية.

خامساً: الإعلام السياسي الليبي بعد ثورة فبراير 2011م:

اعتبر مقتل القذافي في 20 أكتوبر 2011 نهاية نظامه وبداية مرحلة جديدة في ليبيا عرفت بمرحلة ما بعد القذافي، وما يهمننا فيها هو الجانب الإعلامي الذي تحول من الإعلام المؤدلج الأوحـد إلى الإعلام متعدد الرؤى والمشارب، مركزاً على البعد السياسي في جل برامجـه. تعد أول قناة ليبية مستقلة تحدثت باسم الثورة والثوار هي قناة ليبيا الحرة ، تلتها قناة ليبيا لكل الأحرار التي أسسها المجلس الوطني الانتقالي لتحدثت باسمه، كما شهدت الصحافة الورقية إصدارات لعشرات الصحف اليومية التي تابعت أحداث الثورة يوماً بيوم، ناهيك على تحول الراديوهات المحلية إلى مساندة الثورة بخطابها الإعلامي السياسي، رافق ذلك مئات النشطاء السياسيين والإعلاميين على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي وعبـر الفضائيات.

اتسمت مرحلة فبراير 2011 بالمد العاطفي الإعلامي، الذي صنع إعلاميين من ورق باتوا يتكلمون بلغة بعيدة عن الخطاب الإعلامي الممنهج وخلق رسالة إعلامية خاصة بثورة فبراير، بل عملوا على ردة فعل (تبريرية) لإعلام النظام السياسي الليبي، باستثناء بعض الإعلاميين المميزين ووسائل الإعلام الجادة، من الملاحظ أن جل وسائل الإعلام الليبية بعد

فبراير 2011 لم تستمر وواجهت عدة مشاكل فنية ومالية وإعلامية؛ تتعلق بمنهجية عملها في تلك المرحلة التي من المفترض أن تركز على بناء الدولة.

تحولت جل وسائل إعلام فبراير نحو التكلم بلغة المناطقية والجهوية بعد انتهاء مرحلة الثورة؛ وعملت على تعنيف الخطاب الإعلامي خصوصا السياسي منه، وبدلا من العمل على لم الشمل وتوحيد الرؤى والتفكير في ليبيا بعد القذافي، ذهبت نحو ترسيخ الخطاب السياسي الإعلامي المتشجع المنقسم على نفسه، بين من يؤيد الإسلاميين ومن يعادي الليبراليين ومن يجتز الماضي دون صياغة خطاب ليبي إعلامي عصري وواعي.

. /<http://lcfp.org.ly/report/hatespeech>

اشتغلت الأحزاب السياسية الليبية على الإعلام السياسي في الفترة التي سبقت أول انتخابات تشريعية ليبية في 2012، لغرض التأثير في الرأي العام وتلميع صور مرشحيها وعرض برامجهم الانتخابية، رافق ذلك حملات علاقات عامة

<https://www.facebook.com/m.jibril.official.page/photos/a.289061201162689.67926.278685185533624/363501650385310/?type=1&theater> قام بها المرشحون آتت أكلها، حيث لاحظ الباحث أن جل من ظهوروا على وسائل الإعلام الليبية خصوصا السمع بصرية، فازوا بمقاعد في المؤتمر الوطني العام.

ركز القائمون على وسائل الإعلام الليبية بعد فبراير 2011 على تداول وبث ونشر الأخبار دون التأكد من مصادرها ومصداقيتها، حتى باتت أقرب إلى الإشاعة منها إلى للخبر، وكذلك بعض الساسة الذين اعتمدوا في أخبارهم على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل الفيس بوك وتويتر، والتي غالبا لا يضع مدونو صفحاتها مصادر للأخبار التي ينشرونها، ناهيك عن تخصيص صفحات بعينها لنشر الفتنة بين المدن والقبائل الليبية، بلغة السب والشتم والقذف والتشكيك والتحريض، حيث رجح بعض المتابعين لجريات الأحداث في ليبيا أن من أسباب الأزمات الليبية ما تبته "وسائل الإعلام الليبية خصوصا والعربية عموما".

سادسا: رؤية استشرافية للإعلام السياسي الليبي:

تناول الباحث الإعلام السياسي الليبي في فترة ما بعد فبراير 2011 وقبلها، ولاحظ أن الخطاب الإعلامي السياسي يعاني من مشاكل عدة، ما دفعه للتفكير في وضع تصور استشرافي للإعلام السياسي الليبي في النقاط التالية:

1- ينبغي على الحكومات الليبية المقبلة النظر بعين الاعتبار إلى الخطاب السياسي الليبي، باعتبارها مرحلة بناء بعد ثورة دموية مسلحة سادها خطاب إعلامي سياسي معنف، منحدرًا نحو خطاب غير مهني مؤدلج أحادي، تلتها مرحلة الإعلام متعدد الأوجه سيطرت عليه لغة عاطفية.

2- ينبغي على رجال السلطة الليبيون العمل على تأسيس خطاب إعلامي سياسي واع، والتركيز على البعد الوطني دون الأبعاد المنطقية والجهوية، مع التعويل على تفعيل وزارة الإعلام للعمل على رقابة وسائل الإعلام الليبية وخطاباتها وسياساتها.

3- كلما عملت الوزارات الليبية على نشر أخبارها عبر وسائل الاتصال والإعلام، قابل ذلك انحصار مساحة انتشار الشائعة، التي باتت توجه وتؤثر في الرأي العام الليبي خصوصا تلك الأخبار ذات الطابع السياسي.

4- تقع على الحكومات الليبية المقبلة مهمة ثقيلة، تتعلق بكيفية العمل على توعية المجتمع الليبي سياسيا، عبر وسائل الإعلام الليبية، مثل توضيح مفاهيم الدولة المدنية، الحكومة، الدستور، المشاركة السياسية وآلياتها، والفرق بين السلطات الثلاثة ... وإلخ من المفاهيم والمصطلحات السياسية والإعلامية، كي نرتقي بالثقافة السياسية للمجتمع الليبي نحو المجتمعات المتقدمة.

5- العمل على إصدار قانون ينظم العمل الإعلامي الليبي، خصوصا الشق السياسي منه، وتوضيح العقوبات التي تترتب على من يخترقه، مع جعل مصلحة الدولة فوق كل المصالح المنطقية والجهوية الضيقة، وتجريم خطاب العنف والكرهية.

الخلاصة

خلص الباحث إلى أن الإعلام السياسي الليبي قبل فبراير 2011 كان يقتات على ردادات الفعل التبريرية، ضد رجال النظام الملكي واصفا أيامهم بأبشع الأوصاف مستخدما في ذلك كلمات وجمل وعبارات سوقية لا تراعي أخلاقيات العمل الإعلامي، كما وصف معارضو النظام (بالكلاب الضالة) وعملاء الامبريالية والرجعية المتعفنة، ناهيك عن توظيف شعراء وفنانين ما انفكوا بالتغني ومدح رأس النظام السياسي (معمر القذافي) واضعين إياه في مرتبة الأنبياء والرسول.

كما لاحظ الباحث أن الإعلام السياسي الليبي (إعلام النظام السياسي السابق) أثناء فبراير 2011 وبعدها، لم يخرج من شرنقة ردادات الفعل واللغة السوقية والاستعانة بإعلاميين بعيدين غير مهنيين، كما امتهن الكذب والتدجيل وتزييف الواقع، لتضليل الرأي العام الليبي والعربي والعالمي وتوجيهه، ولم يلتزم بالواقعية والحيادية والموضوعية والمصادقية والنزاهة التي تعد من مزايا وصفات الإعلام والإعلام السياسي.

ليس ببعيد عن إعلام النظام السياسي الليبي السابق خطاب إعلام فبراير - أن صح التعبير - الذي انجر خلف تتبع ما يبثه إعلام النظام السياسي ليرد عليه بالمثل، دون التفكير في خلق خطاب إعلامي راقى وذو طابع بثورة فبراير، كما أنتج وجوهاً إعلامية أطلقت على نفسها مسمى (نشطاء إعلاميون)، تكلموا بلغة فضفاضة وعاطفية، ومنهم من استخدم كلمات سوقية في خطاباتهم وتحليلاته للمشهد السياسي الليبي.

خلص الباحث أيضا إلى أن وسائل الإعلام الليبية كانت ولا زالت من الأسباب الرئيسية في الأزمات التي تمر بها البلاد، وذلك عبر ما تبثه جل تلك الوسائل من رسائل تحمل خطاب الكراهية والعنف والتحريض، ومنها من يرسخ خطاب المناطقية والجهوية والقبلية المقيتة.

المصادر والمراجع:

- 1- ابو سمرة محمد، الإعلام السياسي، عمان، دار الياض للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
 - 2- الأسطى أسماء مصطفى، الصحافة الليبية دراسة حصرية تحليلية وبليوغرافيا 1866-2003، سرت، مجلس الثقافة العام، ط1، 2008.
 - 3- الشريف عابدين الدردير، الإعلام الثوري في ليبيا: الأسس والأهداف والمبادئ والسياسات، مجلة البحوث الإعلامية، عدد رقم 34-35 تصدر عن مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، طرابلس، 2007.
 - 4- الشريف عابدين الدردير، السياسة الإعلامية في ليبيا، طرابلس، منشورات أكاديمية الدراسات العليا، ط1، 2005.
 - 5- الشريف عابدين الدردير، توظيف النظرية في البحث الإعلامي، طرابلس، شركة الخبراء المتميزون للخدمات الإعلامية، ط1، 2015.
 - 6- عبدالفتاح علي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2016.
 - 7- القذافي معمر، الكتاب الأخضر، الصحافة (حل مشكلة الديمقراطية) الفصل الأول، طرابلس، الشركة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، 1984.
 - 8- المشاقبة بسام عبدالرحمن، نظريات الإعلام، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
- المواقع الإلكترونية:
- <https://www.youtube.com/watch?v=w7XK9UEsypw>
كلمة معمر القذافي الموجه للشعب التونسي بتاريخ 15 يناير 2011.
- <https://www.youtube.com/watch?v=pfCNfMUgbU4>
خطاب القذافي الموجه للشعب الليبي بتاريخ 22 فبراير 2011.
- https://www.youtube.com/watch?v=1J_oECAgEto

خطاب سيف الإسلام القذافي بتاريخ 21 فبراير 2011.

<https://www.youtube.com/watch?v=LpGGFIK5YrA>

الحلقة الأخيرة من برنامج عشم الوطن الذي كان يقدم يوسف شاكير بتاريخ 20

أغسطس 2011.

[/http://lcfp.org.ly/report/hatespeech](http://lcfp.org.ly/report/hatespeech)

تقرير خطاب الكراهية في القنوات التلفزيونية الصادر عن المركز الليبي لحرية الصحافة

في 16-21 فبراير 2017.

<https://www.facebook.com/m.jibril.official.page/photos/a.289061201162689.67926.278685185533624/363501650385310/?type=1&theater>

كمثال على ذلك انظر الصفحة الرسمية للدكتور محمود جبريل التي نشر فيها برنامجه

الانتخابي للمؤتمر الوطني العام 2012.