

الإعلام الليبي وأوجه القصور في التعامل مع كارثة إعصار درنة

د. عبدالمجيد عمار الساعدي

كلية الاعلام والاتصال، جامعة طرابلس

■ المستخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أوجه القصور في تعامل وسائل الإعلام الليبية مع كارثة درنة، وتوصلت إلى جملة من النتائج أهمها: عدم اعتماد الجمهور الليبي على الفضائيات الليبية في متابعة أخبار كارثة درنة لجملة من التراكمات والأسباب أبرزها عدم المصداقية والحياد، وكونها أدوات للصراع السياسي أكثر من أنها وسائل إعلام للتوعية وتشكيل الرأي والحقيقة ووسائل جامعة للمجتمع مرتبة لأولوياتها شارحة لقضاياها والأهم وسيلة يعتمد عليها في معرفة الحقيقة ويثق في أنها تسهر لصيانتها والدفاع عنها، كما توصلت الدراسة إلى نتيجة ذات أهمية تتعلق بكون الجمهور الليبي يعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من وسائل الإعلام الليبية فيما يتعلق بالأزمات.

■ الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، اتصالات الأزمات، الأزمة، إدارة الأزمة.

■ Abstract

The study aimed to identify the shortcomings in the Libyan media's handling of the **Derna** disaster, and reached a number of results, the most important of which are: The Libyan public's lack of dependence on Libyan satellite channels in following the news of the Derna disaster due to a number of accumulations and reasons, most notably the lack of credibility and neutrality, and being tools for political conflict more than they are media for awareness, opinion and truth formation, and means of unifying society arranged for their priorities, explaining its issues, and most importantly, a reliable means of knowing the truth and trusting that it is watching over its maintenance and defense. The study also found an important finding that the Libyan public relies more on social media than the Libyan media for crises.

■ **Keywords:** Media, crisis communications, crisis, crisis management.

■ المقدمة:

"في العاشر من سبتمبر 2023م اجتاح إعصار متوسطي عُرف "بإعصار أو عاصفة دانيال" مدينة درنة في الشرق الليبي التي يبلغ عدد سكانها تقريباً 200 ألف نسمة ما أدى إلى تدمير ما يقارب من 5000 آلاف منزل وتسبب في مقتل ما يقارب من 10 آلاف شخص في ظرف ساعات محدودة بعد انهيار السدود التي تدفقت المياه التي كانت تحتجزها أثناء نوم الناس فمحت من الخارطة آلاف المنازل وغيرت إلى الأبد ملامح مدينة كاملة.

على أثر الكارثة قرّر مجلس النواب الليبي رصد ميزانية قدرت بـ 10 مليارات دينار ليبي لمواجهة آثار هذه الكارثة كنوع من الاستجابة الطارئة". (1)

هذه هي الحادثة باختصار شديد والتي كانت لها آثار سياسية واقتصادية وإنسانية عالمية بلا شك إذ أن التغير المناخي حاضراً في الأجندات الدولية والذي يعد حدوث الأعاصير في مناطق لم نعرفها من قبل أحد مظاهرها.

أما البُعد الإنساني الذي جعل وسائل الإعلام الدولية تُخصّص مساحات واسعة للحدث فقد اعتبرت أنها كارثة مأساوية أصابت بلد ملئ أصلاً بالكوارث والانقسامات والحروب منذ 2011م بعد سقوط حكم القذافي أثر ما يعرف بموجة ثورات الربيع العربي ودخلت ليبيا ذات المساحة الشاسعة والإمكانات والثروات الكبيرة وعدد السكان المحدود حروباً دامية وصراعاً عصف بكل شيء وأفقد ليبيا علاوة على فرص الرفاهية والتنمية لُحمة سكانها وترابط مجتمعا ووصل الأمر إلى الحروب الأهلية والافتتال والحقد والكراهية التي يتهم الإعلام بتغذيتها نتيجة الانقسامات السياسية والصراعات ونتيجة أيضاً للتمويل الخارجي والأجندات الدولية.

● حالة الإعلام الليبي:

كان الإعلام الليبي المنقسم شيعاً وأحزاباً على نفسه أسهم إضافة إلى ما أشرنا إليه في تراجع أهميته كمصدر للأخبار ووسيلة جامعة لكل أطراف المجتمع ومكوناته بمجرد أن أصبح ضمن أدوات الصراع والانقسام السياسي "التوظيف السياسي الضيق" والذي يمكن أن نعنون مرحلته ونستعرضها وفقاً للاتي:

● تطور الإعلام الليبي قبل وبعد 2011م:

شهد الإعلام الليبي مراحل وتطور وتغيرات عديدة يمكن أن نشير إليها باختصار في مرحلتين أساسيتين:

مرحلة قبل 2011م:

وهي المرحلة الملكية التي تمتد منذ الاستقلال وتأسيس ليبيا الحديثة في 24 ديسمبر 1951م إلى أول سبتمبر 1969م، ثم من 1969م بداية حكم القذافي حتى 2011م. الإعلام الليبي اُتسم في المرحلة الأولى من 1951م - 1969م بمحدودية تأثيره واعتماده بشكل كبير على الإذاعة المسموعة.

أما في المرحلة الثانية من 1969م - 2011م فأتسم بالإنفاق الهائل والاستخدام الكبير لوسائل الإعلام لكثير من الأسباب لعلّ أولها الطابع الأيديولوجي للنظام السياسي، ومن خلال النظر إلى ما تم إنفاقه على الإعلام حسب السنوات المختلفة نكتشف المبالغ الكبيرة التي تم تخصيصها لقطاع الإعلام قياساً إلى حجم البلد والفترة الزمنية حيث جاء مؤشر الإنفاق على النحو التالي:

1970م إلى 1972م: حوالي 14,1 مليون دينار ليبي.

1976م إلى 1980م: 113,3 مليون دينار ليبي.

1981م إلى 1985م: حوالي 94 مليون دينار ليبي. (2)

أما الخاصية المشتركة بين الحقبين فكانت أن الإعلام مملوك للدولة وتحت توجيهها وإدارتها التامة ولا وجود للإعلام الخاص.

مرحلة ما بعد 2011م:

شهدت هذه المرحلة توسع كبير في نشوء وانطلاق الإعلام الخاص، يقابله غياب تام للتشريعات الناظمة له، وبلغ عدد القنوات التلفزيونية في بعض السنوات ما يقارب من 40 قناة تلفزيونية.

• أهمية وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور الليبي:

من اللافت للنظر "ما توصلت إليه دراسة حول أهمية الفضائيات للجمهور الليبي أن متابعة القنوات الليبية حيث يلاحظ أن نسبة المواطنين بشكل دائم منخفضة جداً إذ بلغت نسبتهم ما يقارب 9% فقط، بينما ترتفع نسبة الذين يشاهدونها حسب الظروف بنسبة 34%" (3)، وهذا يعكس الإقبال المتدني على الفضائيات الليبية وأهميتها كمصدر للأخبار، مما يعني أن هناك اعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية بشكل أكبر باعتبار أن المتلقي أصبح يبحث عن السرعة واستهلاك الأخبار حسب الاختيار أو حسب الزمن المتاح له، وبالتالي لا ينتظر نشرات الأخبار في التلفزيون التي عادة ما تكون على رأس الساعة، أي في أوقات

محددة بينما تتيح التقنية البحث واستهلاك الأخبار في وقتها "عامل السرعة" وأيضاً حسب ما يسمح به وقت المستهلك ورجبته "المتلقي يقرر متى يتم استهلاك الأخبار وليس الوسيلة" كما أن الصراع والانقسام السياسي خلق فجوة بين الجمهور ووسائل الإعلام الرسمية وخاصة القنوات التلفزيونية، ولم تعد هناك قنوات تلفزيونية أو قناة معينة تدّعي أنها قناة الشعب كل الشعب، إذ يتم استخدام هذه القنوات في الحروب والصراع وبانت جزء من الانقسام الذي شهدته ليبيا منذ 2011م وهو ما يجعل وسائل الإعلام تفتقد أهم وظائفها وخصائصها ألا وهي الحياد والموضوعية في ممارسة تغطية ومتابعة أحداث الشأن العام.

هذا الواقع خلق نتيجة خطيرة وهي أنه لا قناة ولا وسيلة تحظى بالإجماع الشعبي إنما كل قناة تستخدم أداةً لطرف سياسي معين، وبالتالي يلجأ أغلب الجمهور الليبي إما إلى قنوات وفضائيات إخبارية مثل الجزيرة والعربية أو إلى مواقع التواصل الاجتماعي، بالمعنى الاصطلاحي للمفهوم لا توجد قنوات إعلامية ذات مصداقية لدى الجمهور وتحظى بالموثوقية والصورة الإيجابية. هذا الأمر هو ما كان يجري تماماً حين حلَّ "إعصار دانيال" ويات من الضروري تنبيه الناس وشرح مخاطر الإعصار... إلخ

وهو ما لم يتم بشكل فعال وما تم تناوله لم يكن كافياً ولم ينجح في دقّ جرس الإنذار بالنسبة للناس، حتى وقعت الكارثة واستيقظ الشعب الليبي على حجم الكارثة المفجع؛ التي لم تحيط بها وسائل الإعلام وبدرجتها منذ البداية، ليعكس كل ذلك على حجم ودرجة الاستجابة اللازمة والمناسبة محلياً ودولياً.

■ تحديد اشكالية الدراسة:

بالإشارة إلى ما سبق أصبح لدينا وجهين أساسيين للقصور في تناول الإعلام الليبي للكارثة وخاصة الفضائيات الليبية ويمكن تحديد هذين الجانبين كالتالي:

1. مرحلة ما قبل الكارثة:

وهي ما كان يجب أن تقوم به وسائل الإعلام من جهد يشرح أبعاد المخاطر واحتمالاتها وتوصيات السلامة واستضافة المتخصصين وتوجيه وإرشاد الناس لطرق السلامة والطوارئ وهذا الأمر لم يتم بشكل يتناسب مع حجم وأبعاد الإعصار القادم رغم وجود تنبيه دولي وقد مرّت العاصفة "الإعصار" باليونان وعبرت البحر فاشتدّت قوتها، وبالتالي كانت المعطيات المتاحة فقط

من اليونان ووسائل الإعلام الأجنبية يمكن الاستفادة منها وتبنيه عموم الناس بمخاطر الإعصار وشدته وطرق التعامل معه.

2. مرحلة ما بعد الكارثة:

وهي سرعة تغطية الوضع الحقيقي في درنة وهو الأمر الذي بادرت به القنوات الأجنبية وليس الليبية كما أن نقل وتغطية الأضرار والكارثة والمصاب لم يتم بالشكل الذي ينبغي، فأستمر ما يشبه حالة الغموض حتى اليوم التالي تقريباً، حين بدأت المنظمات الدولية والقنوات الأجنبية في تغطية الكارثة.

هدان العدان أو المرحلتان اللذان كانا يجب أن ينجح الإعلام الليبي في التعامل معهما بشكل مناسب (هو موضوع دراستنا الميدانية التي استهدفت عينة من الجمهور الليبي لتقييم أداء الإعلام الليبي في تغطية هذه الكارثة وأوجه وأسباب القصور بالدرجة الأولى). حتى يمكن أن نستخلص العبرة ونقف على عوامل ومظاهر القصور وتفاديها مستقبلاً.

■ الدراسات السابقة:

تمثل دراسات التغطية الإعلامية للكوارث والأزمات والتعامل معها أحد الجوانب المتطورة بتطور وسائل الاعلام وهناك جملة من الدراسات ذات الارتباط بموضوع دراستنا هذه أهمها:

1. دراسة "ريهام مرزوق، 2024" (4)

استهدفت الدراسة التعرف على أطر معالجة مواقع الفضائيات العربية والأجنبية الموجهة للكوارث الطبيعية بالتطبيق على فيضانات ليبيا "درنة"، اعتمدت الدراسة على منهج المسح وتمثلت عينة الدراسة في المواقع التالية (موقع قناة العربية - sky News - BBC) وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- جاءت الأضرار الناجمة عن الكارثة أولاً على مستوى الموضوعات التي تم التركيز عليها في الفيديوهات المنشورة على مواقع الفضائيات الإخبارية والعربية والأجنبية بنسبة 24,1% يليها المصابين وحالات الوفاة بنسبة 19%، ثم عمليات الاغاثة والإنقاذ 16,4%، وأخيراً المساعدات وتقديمها بنسبة 9,1%.

- تفوق قناة sky News من حيث الموضوعات وعدد الفيديوهات والمدة الزمنية يليه موقع "العربية" ثم موقع BBC.

2. دراسة "أنجي محمد أبو سريع، 2017" (5)

استهدفت الدراسة رصد وتحليل وتقييم الاتجاهات البحثية التي تناولتها الدراسات المعنية بقضية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات من خلال تتبع الدراسات الحديثة ما بين عام 2010م-2017م وتوصّلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- أن وسائل التواصل الاجتماعي جاءت في مرتبة متقدمة قياساً بالمدى الزمني القصير لانتشارها والاعتماد عليها ضمن الأدوات الاستراتيجية التي تراهن عليها المؤسسات المختلفة في إدارة اتصالات الأزمة بل أنها أصبحت تُسابق وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية.
- أن ما بين أكثر وسائل التواصل الاجتماعي اعتماداً من قبل المؤسسات كان "الفيس بوك" أولاً يليه "تويتر".
- تنوّع أساليب توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في مختلف مراحل إدارة الأزمة (قبل أثناء بعد) من احتمالات حدوث الأزمات ومتابعة ردود واستجابة الجماهير وتقديم المعلومات الصحيحة في أسرع وقت، وملائمة الإجراءات المتبعة مع حجم ونوع الظروف الملائمة من وجهة نظر الجمهور.

3. دراسة "أسماء فؤاد حافظ، 2020" (6)

هدفت الدراسة إلى معرفة تقييم الخبراء لمستوى نجاح الإعلام المصري في تغطية أزمة كورونا وتوصّلت إلى جملة من النتائج أهمها:

- أن الإعلام المصري استخدم أغلب استراتيجيات اتصالات الأزمة بنجاح عند تغطيته الإعلامية وصنّف درجة النجاح بـ " إلى حد ما".
- أن التغطية الإعلامية للأزمة كانت مفتقدة إلى الشفافية والفورية في تداول المعلومات والأخبار إضافة إلى المبالغة في استعمال استمالات التخويف التي يزيد الاعتماد عليها من فرص انتشار الخرافات والشائعات.

■ التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة:

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في وضع إطار خاص لدراسته مستفيداً من المنهجية المتبعة في دراسة علاقة وسائل الإعلام بتناول الأزمات والكوارث وإدارتها من الناحية الإعلامية والتبصير بهذا النوع من الدراسات وعلاقة تطور وسائل الإعلام الجديد بتطور مداخله البحثية

وتطبيقاته العملية، كما أفادت هذه الدراسات الباحث في عقد المقارنات والخروج بالاستنتاجات على مستوى: أين يختلف ويتأخر أو تتشابه وسائل الإعلام في إدارة الإزمات؟

■ تساؤلات الدراسة:

1. ماهي أسباب قصور التغطية الإعلامية لإعصار درنة من وجهة نظر الجمهور الليبي؟
2. ماهي أهم مصادر الجمهور الليبي للأخبار المتعلقة بكارثة درنة؟
3. ماهي أسباب عدم اهتمام الجمهور الليبي على الفضائيات الليبية في متابعة أخبار كارثة درنة؟
4. ماهي أهم وسائل الإعلام لدى الجمهور الليبي في الحصول على المعلومات والأخبار حول كارثة إعصار درنة؟

■ مجتمع وعينة الدراسة:

"ينبغي قبل إجراء اختيارات العينة أن يتم تعريف المجتمع المستهدف" مجموعة العناصر الخاصة لدراسة ما أن يطبق عليهم نتائج دراسته" فعدم تعريف المجتمع المستهدف بوضوح قد يؤدي إلى التّحيز في تحديد المجتمع populations specific nation bias "التحيز المنهجي ينتج عن عدم التطابق بين تعريف المجتمع المستهدف والمجتمع الفعلي المدروس" لذا لابد ان يكون لدى الباحث تعريف واضح غير ملتبس للمجتمع المستهدف⁽⁷⁾.

ويمكن تحديد مجتمع الدراسة في الجمهور الليبي المتابع لوسائل الإعلام، بينما عينة الدراسة "طلاب جامعة طرابلس".

■ أهداف الدراسة:

"قد تسعى دراسة ما إلى تحقيق هدف واحد فقط أو مجموعة من الأهداف التالية: الاستكشاف والوصف والتنبؤ والتقييم والتفسير"⁽⁸⁾ وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد أوجه قصور وسائل الإعلام الليبية في التعامل مع كارثة درنة وفقاً لما يراه ويدركه الجمهور الليبي "عينة الدراسة" من مكامن خلل ومظاهر عجز وأسباب وقصور.

■ أهمية الدراسة:

تستند أهمية الدراسة إلى حجم الكارثة التي وقعت وأثارها وما نتج عنها من ضحايا كان يجب وممكن لوسائل الاعلام أن تقلل ما يمكن من عددهم بالتوعية والمعلومات والأخبار الموثوقة من المصادر الصحيحة.

ولأن ما وقع مصاب جلل فأن الكشف عن أوجه القصور في أحد أهم أدوات مواجهة الأزمات "وسائل الاعلام الليبية" يصبح من الأهمية بما كان، وهذا ما تسعى الدراسة إلى تغطيته ويستند بالتالي أهميتها عليه.

• إدارة الازمة والمفاهيم المرتبطة بها:

مع تنوع وتعدد الاتجاهات البحثية التي تدرس وتتناول الأزمات يكون من الطبيعي تعدد التعريفات الموضوعية من قبل الخبراء لتحديد تعريف واضح لإدارة الأزمة، ولكن في سياق بحثنا وتعدّد موضوعه فإن أقرب تعريف لإدارة الأزمة نراه هو أن "إدارة الأزمات كوظيفة تتوجه نحو التقليل من حجم الضرر الناتج من الأزمة ومسبباتها سواء في إمكانيات المؤسسة المادية أو صورتها الذهنية لدى الجمهور إلى جانب أنها تمثل القدرة على التحكم في موقف الأزمة (9) هذا ما يتعلق بإدارة الأزمة، أما أقرب المفاهيم وأكثرها التصاقاً بإدارة الأزمة فهو:

– **اتصالات المخاطر Risk communication:** وتعرف بأنها "عملية تفاعلية يتم خلالها تبادل المعلومات والآراء بين الأفراد والجماعات والمؤسسات من خلال توجيه رسائل متعددة عن طبيعة المخاطر والتي تعبّر عن الآراء والأحداث والمهام التي تتجزأ المؤسسة أو تتعرض لها وكذلك الظهور أمام الجمهور بشكل متضامن بين أعضاء المؤسسة في إدارة تلك المخاطر. (10)

– **اتصالات الأزمة:** "ترجع بداية الاهتمام بدراسة وظائف الاتصال والإعلام أثناء الأزمات إلى عقد الستينات من القرن العشرين حينما تنبّه بعض الباحثين لأهمية دور الإذاعة في نقل رسائل التحذير من الكوارث وأهمية صياغة الرسائل الإعلامية وخصائصها أثناء الازمات. (11)

ولكن يبقى هناك سؤال وجيه وجب طرحه ألا وهو لماذا من المهم اتصالات وإعلام الأزمة؟ إن "أهمية اتصالات الأزمة من اللحظة الأولى لوجود مؤشرات تتنبأ بوقوع الأزمة " ويقصد باتصالات الأزمة جميع الجهود التي تجريها الجهة أو الجهات المنوّط بها لإدارة الأزمة وغالباً ما تتم هذه النوعية من الاتصالات في ظل ظروف غير عادية وأجواء سلبية ويكون هدفها الأساسي المساهمة في إدارة الأزمة والحد من تداعياتها وتوعية الأطراف ذات الصلة بأدوارهم وسبل القيام بها، وإمداد الجميع بالمعلومات والأخبار الخاصة بالأزمة وجوانبها المختلفة وكيفية احتوائها وأثارها وانعكاساتها على كافة المستويات سواء التي حدثت بالفعل أو المتوقع حدوثها جراء

الأزمة. (12) وهناك من يذهب إلى القول بأن "اتصالات الأزمة لا تُعنى فقط بمواجهة أحداث الأزمة والحد من تأثيراتها السلبية وإنما تنطرق إلى تغليب الاهتمام بالاستراتيجيات الوقائية التي تعمل على منع الأزمة (13) وهذا ما كان يجب أن تضطلع به كل المؤسسات ومنها وسائل الإعلام.

■ عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

شملت عينة الدراسة طلاب جامعة طرابلس، عينة متاحة عدد أفرادها 70 مفردة.

جدول رقم (1) يوضح تقييم وسائل الاعلام الليبية

لا أوافق		أوافق		العبارة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
5,6%	8	88,57%	62	يوجد قصور في تفاعل وسائل الإعلام الليبية مع كارثة درنة
21,4%	15	78,57%	55	لم تكن وسائل الإعلام بمستوى الكارثة
27,1%	19	72,85%	51	غلب الموقف السياسي لوسائل الإعلام على تغطية الكارثة
31,4%	22	68,5%	48	الأخبار والمعلومات ليست فورية وشاملة

التعليق على الجدول رقم (1):

يتضح من البيانات الواردة بالجدول أن ما نسبته 88,5% من المبحوثين يرون أن هناك قصور في تعامل وسائل الإعلام الليبية مع كارثة درنة، بينما 78,5% بأن هذه الوسائل لم تكن بمستوى الكارثة والتعامل معها، بينما 72,8% يرون غلبة الموقف والاتجاه السياسي لوسائل الإعلام على تغطية الكارثة وهذا مؤشر على تقدير واتجاه سلبي نحو تقييم هذه الوسائل، بينما 68,5% يرون أن الأخبار والمعلومات الواردة من وسائل الإعلام ليست متصفاً بالفورية وغير شفافة في توصيف الواقع.

جدول رقم (2) يوضح أهم مصادر الجمهور الليبي للأخبار المتعلقة بالكارثة

النسبة	التكرار	المصدر
27,14%	19	قناة العربية
48,57%	34	قناة الجزيرة
10%	7	قناة 24
31,4%	22	قناة ليبيا الأحرار
25,7%	18	قناة Sky News
87,1%	61	صفحات الفيس بوك

التعليق على الجدول رقم (2):

يتضح من البيانات الواردة بالجدول السابق أن صفحات الفيس بوك جاءت كأهم مصادر الأخبار للجمهور الليبي متفوقة على وسائل الإعلام الليبية وحتى الأجنبية بنسبة 87,1% وهذا يرجع لتوفر عنصر السرعة "الفورية" في نشر الأخبار رغم ما يعتري هذه الوسائل من اشكاليات تتعلق بالموثوقية والمهنية إلا أنها حظيت بنسبة عالية على مستوى الترتيب من حيث الاعتماد عليها كمصدر للأخبار حول الكارثة، بينما جاءت قناة الجزيرة التلفزيونية بنسبة 48,5% كأعلى نسبة يليها قناة ليبيا الأحرار بنسبة 31% والتي لا تعتبر وسيلة إعلام ليبية بحكم نشأتها ومكان بثها حتى وإن تحمل اسم ليبيا وتغطي الشأن الليبي، بينما جاءت قناة العربية بنسبة 27,1%، يليها قناة sky News بنسبة 25,7%، لتغيب وسائل الإعلام الليبية عن أولويات الجمهور الليبي في متابعة أخبار كارثة درنة.

كما يتبين من خلال النتائج أن هناك مشكلة لدى الجمهور الليبي في التعامل والاعتماد على المصادر الإعلامية المحلية وهو ما يمكن تفسيره بأن الجمهور لا يعتبر الإعلام الليبي على أنه ذو مصداقية.

جدول رقم (3) يوضح أسباب عدم اعتماد الجمهور الليبي على الفضائيات الليبية في متابعة أخبار كارثة درنة

النسبة	التكرار	العبرة
88,5%	62	لأن القنوات منحازة لطرف معين
47,1%	33	لأنها لا تقول الحقيقة
82,8%	58	لا أتق بها
94,2%	66	لا تُقدم الأخبار بشل سريع "عامل السرعة في الخبر"

التعليق على الجدول رقم (3)

يتضح من البيانات الواردة بالجدول أن 94,2% يرون أن وسائل الإعلام الليبية تفتقد إلى عنصر السرعة "الفورية" في تغطية الأحداث والكارثة، بينما ترى 88,5% أن وسائل الإعلام الليبية منحازة لطرف معين، بينما 82,8% يرون أنها ليست محل ثقة "مصدقية"، بينما 47,1% يرون أنها لا تقول الحقيقة وبالتالي فإنه لا يعتمد عليها.

وكتفسير لما سبق ومناقشة نتائج الدراسة نقول:

كما هو معروف فإن المصدقية هي أحد العناصر الثلاثة الرئيسية في أهمية المصدر في عملية الإقناع للمصدر أو ما يسمى Big three factors of communication وهي "السلطة - والجاذبية الاجتماعية - والمصدقية" تعرف بأنها موقف المتلقي تجاه مصدر الاتصال communicator الذي يتم في وقت ما.

المصدقية "ليس شيء، ليست نوعاً من الغلاف الخارجي نستطيع أن نضعه أو نخلعه متى نشاء بل هو موقف المتلقي، موقفنا نحن الذي يقع داخلنا تجاه من كان يتحدث". (14)

نعم يمكن أن تتمتع الوسيلة الإعلامية بإمكانيات جيدة ولكنها تنقصها المصدقية، فإن كل الإمكانيات لا تعني شيء خصوصاً أثناء الأزمة، أو أي موقف يتطلب التأثير في الجمهور. ببساطة لأن الجمهور هنا لا يعتبر هذه الوسيلة الإعلامية ذات مصداقية وبالتالي لا يعتبرها مصدر أساسي للمعلومات الصحيحة والأخبار.

إن المصدقية تعرف بأنها " اتجاه أو موقف المتلقي نحو مصدر المعلومات الذي يمنحها له خلال وقت معين، إنها الكيفية التي يرى بها الجمهور مخاطبه، فإن المصدقية ليست غطاء

نضعه أو ننزعه متى نشاء بل إنها نظرة نرى بها "إنها كامنة في داخل الناس لنرى بها أولئك الذين نتحدث إليهم".

هذا الأمر يعود لكون الجمهور أما قد اتخذ موقف من الوسيلة لجملة من التراكمات والأخطاء التي ارتكبتها هذه الوسيلة أو تلك مما نتج عنه فقدان المصداقية، وأما أن الاستخدام السياسي للوسائل الإعلامية في النزاعات أضرت بحياديتها ومصداقيتها وبالتالي فإن الجمهور لا يعتمد عليها كمصدر للأخبار والمعلومات أو بمعنى أدق لا يصدقها.

وهذا يشكل عامل دفع أو عنصر طارد تجاه البحث عن بدائل والتي تمثلت أما في شكل اللجوء إلى وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، أو وسائل غير محلية مثل القنوات الفضائية العربية الكبرى.

المشكلة في نموذج دراستنا هنا هو أن عامل القرب الجغرافي مهم وعامل السرعة أيضاً. فالقرب الجغرافي يمكن وسائل الإعلام من تغطية الحدث بشكل أسرع وأكثر دقة وسيكون موضوع الحدث القريب جغرافياً في أي وسيلة إعلامية موضوع أولوية وقد غاب هذا العنصر عن وسائل الإعلام العربية التي لها انشغالاتها وأولوياتها، والقنوات الليبية غائبة لأسباب تقنية أو مالية أو غيره من الأسباب، وبالتالي أصبح موضوع الحدث لا يحظى بالتغطية والأهمية في الوقت المناسب.

أما عنصر السرعة فإنه مهم لأي خبر وهو أكثر حيوية هنا في موضوع الكارثة التي كان يمكن تجنب الكثير من نتائجها إذا وصل الخبر بالسرعة المطلوبة للجمهور، سواء تعلق الأمر بالتحذيرات أو بتغطية الحدث ونتائجه وهذا ما أدى إلى ما اعتبره الجمهور "فشل في تغطية الحدث بالشكل المناسب" وقد اعتمد الجمهور كما أظهرت النتائج بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي "فيس بوك" في الأخبار والتي هي الأخرى عانت من مشكل تقنياً تعلق بانقطاع الإنترنت وانقطاع الكهرباء على أجزاء واسعة من الشرق الليبي؛ مما غيب تغطية ما يجري في حينه عن الجمهور المحلي والدولي.

كل هذه العوامل لعبت دوراً بدرجات ونسب مختلفة في تحديد مستوى أداء الإعلام الليبي في هذه الكارثة، وأدت إلى النتيجة الحاسمة التي عكستها نتائج الدراسة وهي فشل وسائل الإعلام الليبية بمختلف أشكالها وأطيافها واتجاهاتها في تغطية كارثة إعصار درنة.

■ توصيات الدراسة:

- بالنظر إلى ما تم التوصل إليه من نتائج نضع بين أيدي الباحثين والمهتمين التوصيات التالية:
1. الالتفات إلى صورة وإدراك وتقييم وسائل الإعلام الليبية لدى المتلقي الليبي على مستوى المصداقية والحياد والاعتماد عليها سواء فترة الأزمات أو في الأوقات الاعتيادية والعمل على تغيير هذا الموقف السلبي تجاهها.
 2. بما أن الجمهور الليبي يعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير في متابعة ما يدور حوله ويثق في أنها تقدم الحدث بفرية وسرعة على عكس القنوات والوسائل الإعلامية فإنه من الملائم أن تعتمد هذه القنوات والوسائل الإعلامية ضمن استراتيجيات تواصلها على هذه الوسائل الحديثة لتحسين مستوى ودرجة خدماتها لإرضاء جمهورها ومواكبة المنافسة.
 3. وسائل الإعلام في المؤسسات المختلفة ومكاتبها فيها تعتبر عمق مهم ومنبع ومصدر أساسي لوسائل الإعلام الرسمية المختلفة، إدارة العلاقة معها لاستشعار المخاطر وتفاذي الازمات يعتبر من قبيل المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام ويجب عدم ترك هذه الفجوة قائمة.

■ المراجع:

1. موقع الجزيرة نت، فيضانات درنة أسوأ ملامح عام 2023 في ليبيا. <https://WWW.aljazeera.net/amp/news/2023112/25/%D9%81%D9%8A>
2. صبحي قنوص وآخرين، "التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية 1969-1999: ليبيا الثورة في 30 عاماً". الدار الجماهيرية للنشر، طرابلس، 1999، ص 663.
3. إبراهيم علي عمر، "إقبال الوسط الطلابي على صناعة المحتوى الإعلامي والاستراتيجيات المتاحة للقنوات التلفزيونية الليبية للتعامل معه". مجلة بحوث الاتصال، العدد السادس، السنة الثالثة، ديسمبر 2019، ص 94.
4. ريهام مرزوق إبراهيم، "أطر معالجة مواقع الفضائيات العربية والأجنبية الموجهة للكوارث الطبيعية بالتطبيق على فيضانات ليبيا دراسة تحليلية مقارنة". المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، دورية محكمة نصف سنوية، كلية الإعلام-جامعة بني سويف، المجلد 6، العدد يناير 2024، ص 401-483.
5. أنجي محمد أبو سريع، " استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات دراسة في تحليل المستوى الثاني". المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، قسم العلاقات العامة والإعلان -جامعة القاهرة، المجلد 2017، العدد 11، يوليو 2017، ص 305-358.

6. أسماء فؤاد حافظ، "التناول الإعلامي لأزمة كورونا في مصر رؤى الخبراء لاستراتيجيات اتصالات الأزمة". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 2020، العدد 73، أكتوبر 2020، ص 59-116.
7. جوني دانيال، "أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية مبادئ توجيهية عملية لإجراء اختيار العينة في البحوث العلمية". معهد الإدارة العامة، مركز البحوث، المملكة العربية السعودية، طارق عطية عبد الرحمن، 2015، ط1، ص38.
8. المرجع نفسه، ص37.
9. السيد السعيد، "استراتيجيات إدارة الأزمات ودور العلاقات العامة". دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ط1، ص 34.
10. المرجع نفسه، ص36.
11. أسماء فؤاد حافظ، مرجع سابق، ص60
12. حسن عماد، عادل عبد الغفار، "الإعلام والمجتمعي عالم متغير". الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص63
13. المرجع نفسه، ص60.
14. Richard Perloff, (2003) Dynamics of persuasion. LEA Lawrence Erlbaum association Publisher. London. pp159