دور الضوابط الاخلاقية للإعلاميين الليبيين في نشر ثقافة التسامح (دراسة ميدانية)

1/فرج عياش علي امعرف - أستاذ مساعد في الصحافة- قسم الاعلام- جامعة سرت- ليبيا
farag.emerf@su.edu.ly
2/ أسماء سالم الزروق- وزارة الزراعة-بنغازي- ليبيا- باحثه

The role of ethical standards for Libyan media professionals in spreading a culture of tolerance (A field study)

1/Faraj Ayash Ali Amraf - Assistant Professor of Journalism - Department of Media - University of Sirte - Sirte – Libya
2/Asma Salem Al-Zarouq - Ministry of Agriculture - Benghazi - Libya - Researcher

تاريخ الاستلام: 2-12-2025، تاريخ القبول: 22-12-2025، تاريخ النشر: 30-12-2025م.

الملخص:
يهدف هذا البحث للتعرف عن دور الضوابط الاخلاقية للإعلاميين الليبيين في نشر ثقافة التسامح، والكشف عن أكثر الضوابط الأخلاقية تأثيرا على المبحوثين لنشر ثقافة التسامح بين الناس، ومعرفة أكثر المواضيع التي يجب أن يعرضها المبحوثين لنشر التسامح ونبذ العنف، واعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي، مستخدما استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتكون مجتمع البحث من الإعلاميين في مدينة بنغازي للعام 2024/2023 حيث قام الباحثان بسحب عينة عمدية قوامها(40) مفردة وتم توزيعها على الإعلاميين وتحصل الباحثان على (31) مفردة، واختار الباحثان الإعلاميين في مدينة بنغازي عينة الدراسة، وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج أهمها: توضح النتائج ان عدد 32.2% من عينة الدراسة أفادت بان طبيعة المشاركة تقتصر عن طريق إشارات التفاعل وإعادة توجيه المنشور، وبينت النتائج ان نسبة 35.4% أجابوا عن كل الخطوات التي يمكن أن تجعل الاعلامي أكثر التزاما بأخلاقيات المهنة لنشر ثقافة التسامح، كشفت النتائج أن بنسبة 77.4% قالوا ان الدين هو أكثر الضوابط الأخلاقية تأثيرا على المبحوثين، وبينت أن حرص عينة الدراسة التي بلغت نسبة 48.3% قالوا ان مواضيع نبذ ثقافة الكراهية في المجتمع هي أكثر المواضيع التي يجب ان يعرضها الإعلامي، ووضحت النتائج أن هناك اتفاق بين عينة الدراسة على تشابك وتعقد العملية السياسية الليبية وبروز الظاهرة القبلية والجهوية من أكثر الصعوبات التي تواجه الإعلامي وبنسبة متساوية بغلت 35.5%

الكلمات المفتاحية: الضوابط، الأخلاق، الإعلاميين، التسامح

Abstract:
This research aims to identify the role of ethical controls for Libyan media professionals in spreading the culture of tolerance, and to reveal the most influential ethical controls on the respondents to spread the culture of tolerance among people, and to know the most topics that the respondents must present to spread tolerance and reject violence. This research relied on the descriptive approach, using The questionnaire form is a tool for collecting data, and the research community consists of media professionals in the city of Benghazi for the year 2023/2024. The researchers drew a deliberate sample of (40) items and distributed them to the media professionals. The researchers obtained (31) items, and the two researchers chose the media professionals in the city of Benghazi as the sample for the study. The research reached a set of results, the most important of which are: The results show that 32.2% of the study sample reported that the nature of participation is limited to interaction signals and forwarding the post. The results showed that 35.4% responded to all the steps that could make the journalist more

committed to professional ethics to spread a culture of tolerance. The results revealed that a percentage of 77.4 % said that religion is the most influential moral control on the respondents, and it showed that the study sample, which amounted to 48.3%, said that the topics of rejecting the culture of hatred in society are the topics that should be presented by the media most, and the results showed that there is agreement among the study sample on the interconnectedness and complexity The Libyan political process and the emergence of the tribal and regional phenomenon are among the most difficult difficulties facing the media, with an equal percentage of 35.5%.

Keywords: controls, ethics, media professionals, tolerance

المقدمة:

تعتبر الأخلاقيات المهنية مجموعة من الواجبات والالتزامات الخاصة التي تنشأ في ممارسة ما ، و يشكل الاهتمام بأخلاقيات المهن والوظائف أولوية لدى مجتمعات العالم ،لأنها تدخل في باب التعامل والاتصال بين البشر مما يتطلب معايير وضوابط سلوكية ينظم من خلالها هذا التعامل(موسى:2016م،ص4) ، لذلك يعد التفكير الاخلاقي أول مبادئ العمل الاعلامي، فقبل كتابة الخبر أو نشر الصور لابد أن يفكر الاعلامي محررا كان أو مصورا في جميع المشكلات التي ستثيرها تلك الاخبار أو الصور بعد النشر(منشورات مركز هردو لدعم التعبير الرقمي،:2016، ص 5)، فتأثير الاعلام بشكل إيجابي يكون انطلاقا من استناد الرسالة الإعلامية للقيم الأخلاقية والعكس، فالتركيز على القيم الأخلاقية في عملية البناء الإعلامي أمر مهم جدا، فالوسيلة الإعلامية لابد أن تكون حاملة لقيم أخلاقية وثقافية وحضارية تعكس خصوصية المجتمع الذي تعمل فيه(عبدالجليل: ديسمبر/2015م)،ص994)، لذلك فإن الأخلاق تعتبر أصل قيام المجتمعات وبقاءها وتطورها، و تعتبر رمز لحضارة كل أمة ومستقبل بناء أي مجتمع، وتقوم بتنظيم حياة الأفراد وعلاقاتهم ، كما أن الالتزام ابها يخلق روح المحبة بين افراد المجتمع، وبدونها يكون المجتمع في حالة فوضي ، لذلك فإن الإعلامي يجي أن يعمل على ترسيخ سياسية التسامح بين الفئات المختلفة من خلال نشر الحقائق والمعلومات الوطنية بمصداقية وبدون تحيز لأي طرف والتركيز علي خطاب العقل والمنطق والدين حتى يحدث تأثير واستجابة عند كل الأطراف، والتركيز علي نشر الاخبار والموضوعات التي تحث على الانتماء والتسامح وفائدته للوطن والمواطن.

مشكلة البحث: شهد المجتمع الليبي خلال السنوات الماضية عدد من الازمات والصراعات السياسية والتي نتج عنها انقسامات ثقافية مختلفة بين افراد المجتمع ، ومن هذه الانقسامات ظهرت مصطلحات جديدة والتي تعدٌ غريبة عن بنية المجتمع الليبي والتي يطلق عليها مصطلح الكره والتعصب الفكري بين افراد المجتمع وهي ناتجة من الاختلافات الثقافية والتأثيرات الإعلامية ، وهذه الاختلافات الثقافية قد تحدث تصدعات في النسيج الاجتماعي الليبي و تفتيت اللحمة الاجتماعية لأبناء المجتمع الليبي، ومن هنا يأتي دور المؤسسة الإعلامية كونها تمثل السلطة الرابعة في المجتمع والمتمثلة في الإعلاميين الليبيين ودورهم الحيوي في تحفيز الجانب الاخلاقي بين كافة المستويات، ولأن الاعلام هو سلطة العقل والشعور نتيجة ما يحدثه من عمليات التأثير والاقناع على متلقي الوسيلة الإعلامية من خلال ما يتم نشره وعرضه في وسائل الاعلام المختلفة وخاصة الحديثة والتي أصبحت جزء لايتجزء من حياتنا اليومية بما تتميز به من سرعة نقل الاخبار والمعلومات في أي وقت، والتي تميزت بالقدرة الفائقة في احداث التأثير من خلال طرح موضوعات وقضايا تساعد في رسخ أفكار خاطئة والتي قد تودي الي اتساع التنافر والكره بين فئات الجماهير المختلفة، ومن هنا جاء هذا البحث للكشف عن **دور الضوابط الاخلاقية للإعلاميين في نشر ثقافة التسامح؟**

أهمية البحث:

1- تنبع أهمية هذا البحث بسبب الأزمة السياسية التي تمر بها البلاد وكثرة الوسائل الإعلامية وتنوع سياساتها واتجاهاتها وانعكاسها على الإعلاميين للتأثير على المشاهدين.

2- وتأتي أهمية هذا البحث أيضا لتسليط الضوء على الضوابط الأخلاقية للإعلاميين ومدى تأثر الرسالة الإعلامية بها.

3- الوصول الى مقترحات قد تساهم في نشر ثقافة التسامح وتعالج أسباب خطاب الكراهية والعنف.

أهداف البحث: ينطلق هذا البحث من هدف رئيسي وهو التعرف عن دور الضوابط الاخلاقية للإعلاميين الليبيين في نشر ثقافة التسامح وينبثق عنه الأهداف الآتية:

1- التعرف عن أكثر الضوابط الأخلاقية تأثيرا على المبحوثين لنشر ثقافة التسامح بين الناس.

2- معرفة أكثر المواضيع التي يجب أن يعرضها المبحوثين لنشر التسامح ونبذ العنف.

3- الكشف عن التحديات والصعوبات التي تواجه المبحوثين في نشر ثقافة التسامح بين الناس.

4- معرفة الخطوات التي يمكن أن تجعل المبحوثين أكثر التزاما بأخلاقيات المهنة لنشر ثقافة التسامح.

تساؤلات البحث: يسعى هذا البحث للإجابة على سؤال رئيسي وهو ما دور الضوابط الاخلاقية للإعلاميين الليبيين في نشر ثقافة التسامح وينبثق عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الآتية:

1- ما أكثر الضوابط الأخلاقية تأثيرا على المبحوثين لنشر ثقافة التسامح بين الناس؟

2- ماهي أكثر المواضيع التي يجب أن يعرضها المبحوثين لنشر التسامح ونبذ العنف؟

3- ماهي التحديات والصعوبات التي تواجه المبحوثين في نشر ثقافة التسامح بين الناس؟

4- ماهي الخطوات التي يمكن أن تجعل المبحوثين أكثر التزاما بأخلاقيات المهنة لنشر ثقافة التسامح؟

الدراسات السابقة:

1- **دراسة فرج عياش امعرف(2021ف)**:تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور الليبي نحو دور الصحف الالكترونية في نشر ثقافة التسامح الاجتماعي ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، مستخدمه استمارة الاستبيان أداة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من جمهور مدينة سرت بمختلف شرائحه ومكوناته، وقام الباحث بسحب عينة عشوائية بسيطة قوامها(60) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن أفراد العينة دائما ما يشاركون الأخبار وموضوعات التسامح الاجتماعي التي تنشرها الصحف الكترونية بنسبة بلغت(45%) من أفراد العينة.
- وتوضح أيضا أن أسباب اتجاه افراد العينة نحو الصحف الالكترونية في معالجتها لقضايا التسامح الاجتماعي أنها تنبهنا لخطورة وضع البلاد في حالة لم يتحقق التسامح ونبتعد عن العنف والتعصب بنسبة مرتفعة(41.67%) من أفراد العينة.(1)

2- **دراسة حميد شهيد جفات (2019):**هدفت هذه الدراسة الى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح في المجتمع العراقي من منظور الصحفيين العراقيين، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية التي تصف الظواهر الاجتماعية بأسلوب المسح الميداني، واختارت الدراسة الصحفيين العراقيين في بغداد مجتمع للدراسة وبلغ حجم العينة (395)، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

- كشفت النتائج أن شبكة الفيس بوك تصدرت أنماط استخدام العينة لشبكات التواصل اذ أن جميع افراد العينة يستخدمون الفيس بوك بنسبة100%، تلاها حساب الانستغرام تم تويتر تم اليوتيوب تلاه حساب سناب تشات تم غوغل بلس وأخير حساب لينكدان.
- بينت النتائج أن نسبة 59.5% من افراد العينة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم، تم تلتها25.8% غالبا ، أما الاستخدام المتوسط فكان بنسبة15%.

- وبينت النتائج أن أكثر موضوعات ثقافة التسامح انتشار في شبكات التواصل الاجتماعي فظهرت الموضوعات التي تحت على الجانب الانساني كتقديم المساعدات للمحتاجين والدعوة للحفاظ على وحدة المجتمع وتماسكه، والتسامح الديني الذي يدعو الى حرية ممارسة الشعائر الدينية للفرق والطوائف(2).

3- **دراسة سالمة مسعود موسى ونورة سالم مفتاح(2018):**تهدف الدراسة الى التعرف على دور وسائل الاعلام في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر شباب سرت، واعتمدت الدراسة على المنهج المسح الاجتماعي، وتكونت عينة الدراسة من شباب مدينة سرت واختيرت العينة بطريقة عشوائية وبلغ حجمها(100) مفردة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة الى نتائج أهمها:

- الاعلام من العوامل المؤثرة في حياة الشعوب والمجتمعات، وعلم مؤثر في التعاطي الفكري مع احتياجات الناس، وفي تقريب وجهات النظر.
- تبين ان المبحوثين متسامحين فكريا واجتماعيا ودينيا.
- الرأي العام عند عينة البحث حول وسائل الاعلام في نشر ثقافة التسامح رأي سلبي، فغالبية المبحوثين يروا أن وسائل الاعلام لاتدعوا الى التسامح.(3)

4- **دراسة أميرة أحمد كوكش(2017):** هدفت هذه الدراسة الى التعرف على الدور الذي تؤديه شبكات التواصل في نشر ثقافة التسامح والتعايش الايجابي، ردا على ثقافة الكراهية وخطاب العنف والارهاب، وتم استخدام المنهج الوصفي، واستخدام استمارة الاستبيان وزعت على (583) مفرده وزعت باستخدام العينة العشوائية الطبقية من طلبة الجامعات الاردنية، وتوصلت الدراسة الى نتائج أهمها:

- وجود فروق في تعرض الفئة المبحوثة لثقافة التسامح في شبكات التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير(العمر) حيث كانت الفروق بين الفئة(24-26) والفئة (27 فأكثر) ولصالح الفئة(27 فأكثر).
- وجود فروق حيث كانت الفروق في تعرض الفئة المبحوثه لثقافة التسامح في شبكات التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير(المرحلة الدراسة)، حيث كانت الفروق بين الفئة(الخامسة) والفئة (السادسة) ولصالح الفئة(السابعة)(4).

5- **دراسة لطيفة عثمان الشعلان ومنيرة عبدالرحمن المقرن(2014):**هدفت الدراسة الى الكشف عن مستوى الشعور بالوحدة النفسية وكذلك مستوى التسامح الديني والاجتماعي والثقافي، لدى طالبات جامعة الاميرة نورة بنت عبدالرحمن، واستخدمت الباحثتان استمارة استبيان، وبلغ حجم العينة(373) طالبا، وقد توصلت الدراسة الى نتائج أهمها:

- أظهرت النتائج أن متوسط التسامح(3.9) وبمقارنته مع المتوسط العام(4) يتضح أن مستوى التسامح لدى طالبات الجامعة كان بدرجة متوسطة.
- كما أشارت النتائج الى أن الاختلاف في الوقت الذي تقضية الطالبات يوميا في مواقع التواصل الاجتماعي لا يعتمد على طبيعة التخصص أو المستوى الدراسي أو التحصيل الاكاديمي(5).

منهج البحث وأدوات جمع البيانات : يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي، مستخدما استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

مجتمع وعينة البحث وحدوده المكانية والزمنية: تكون مجتمع البحث من الإعلاميين في مدينة بنغازي للعام 2024/2023 حيث قام الباحثان بسحب عينة عمدية ، قوامها(40) مفردة واختار الباحثان الإعلاميين في مدينة بنغازي عينة الدراسة وذلك بسبب الازمات الاجتماعية والامنية التي مرت بها المدينة وما تعرض له أهالي المدينة من تهجير واعتقال وتدمير المنازل بعد التغيرات السياسية في ليبيا عام2011م ، وما تعرضت له المدينة من عمليات ارهابية من قبل التنظيم الارهابي داعش وكذلك الموقع الجغرافي حيث أنها تقع في شرق الدولة الليبية ويتكون سكانها من مختلف فئات المجتمع الليبي وتعتبر ثاني أكبر المدن الليبية.

اختبار الصدق والثبات: بعد الانتهاء من تصميم الاستمارة وتضمينها أهداف وتساؤلات البحث ووضع الأسئلة والعبارات التي تقيس متغيراته ، وللتأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق وتحقيق أهداف البحث، قام الباحث بعرضها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين (*) حيث أجرى الباحث كل التعديلات التي اقترحوها الاساتذة.

التعريفات الاجرائية للبحث:

تعريف التسامح اجرائياً: هو صفة أخلاقية تصدر من شخص واعي وملتزم دينيا واخلاقيا نحو فكرة او موقف يختلف فيه مع الاخرين وذلك بالعفو عن من أساء له واحترام أفكاره ومعتقداته المختلفة والقدرة على تقبل اراء الاخرين المخالفة في الراي بأدب واحترام والاصغاء اليهم في الراي.

تعريف الاخلاق اجرائياً: مجموعة القواعد والمبادي السلوكية التي تعد أساس السلوك البشري والتي يخضع له الفرد في تصرفاته وتفاعله مع الاخرين وخاصة اثناء العمل والتي من خلالها يتم تقيم سلوكه سواء سلبي او إيجابي.

تعريف الإعلاميين اجرائيا: كل من يعمل في وسيلة إعلامية سواء مسموعة او مرئية او صحافية او في وسائل التواصل الاجتماعي ويقوم بنقل ونشر الاخبار عن القضايا التي تشغل الراي العام بمصداقية ووفق الضوابط المهنية للأعلام.

الاطار النظري

التسامح الاجتماعي: نبذ المشاعر والافكار والسلوكيات السلبية عن من اساء الينا واحلل السلوكيات الايجابية مكانها.

التسامح اصطلاحا: هو المقدرة على الصفح عن من اساء إليك ، والقدرة علي ضبط النفس وتجنب مقابلة الفعل برد الفعل ، والتمتع بالأخلاق الرفيعة التي اوصت بها الديانات والأنبياء والرسل، وهذا سيساهم في دعم المجتمع اتجاه فعل الخير ويساعد في تحفيز الجماهير في الاتجاه نحو تحقيق الوحدة والتضامن والتماسك، والابتعاد عن الانقسامات الناتجة و الخلافات والصراعات، من خلال اقرار مبدا احترام الثقافات والعقائد وقيم الآخرين، مما يحقق العدل والمساواة والحرية(طالب:https://mawdoo3.com).

مبادئ التسامح: ينطلق التسامح من عدد من المبادئ والتي تناشد ضرورة عدم التصرُّف بناء على رفض تصرُّف، أو مُعتقَد من قِبل شخص، وفي الوقت نفسه عدم التأثير في الأفكار، والمبادئ الخاصّة، ومن اهم المبادئ التي تتعلّق بالتسامح ما يلي:

1- **الحُكم بموضوعيّة**: من الحكمة فهم الاخرين بموضوعية وحيادية والابتعاد عن العصبية والابتعاد عن الاحكام المسبقة والتي غالبا تبنى من فكر تعصبي.

2- **العقلانيّة:** قد تختلف وتتعارض افكارنا مع الاخرين، الا انه من المهم ان يكون هذا الاعتراض نابعاً من الكراهية.

3- التسامح بقناعة: قد يري البعض ان تسامحهم نحو الآخرين عن غير قناعة؛ لاعتبارات اخري قد تكون نتيجة ان الآخرين يمثلون القوة فلا يمكن معارضتهم، أو رغبة في الابتعاد عن المشاكل، او حتي يُقال عنه إنّه شخص متسامح، وبهذا لا يمكن وصفه شخصاً متسامحاً؛ فالتسامح الحقيقيّ نابعاً من قناعة شخصية دون اجبار(الدويكات:https://mawdoo3.com).

تأثيرات التسامح على الفرد والمجتمع : يمنح التسامح تأثيرات ايجابية تعود بالعديد من الفوائد على الفرد والمجتمع، وأهمها:

1- يعمل التسامح علي تحقيق السلام الداخلي للفرد، وتجنب مشاعر الكره والغل والبغضاء تجاه الآخرين.

2- يدعم التسامح الافراد نفسيا في التخلص من مشاعر الذنب والاحراج ، عند ارتكابه الاخطاء التي قد تنشأ عن عدم تسامحه.

3- ترسيخ المحبة والرحمة بين أفراد المجتمع، مما يدفعهم للرغبة فيدعم و مساعدة بعضهم من المشاكل والهموم التي يعانون منها.

4- تأمين المجتمع من الانغماس في الفتن بين أفراد المجتمع، والحد من حدوث المشاكل التي تؤلد عن مشاعر العتاب والانتقام والضغينة.

5- تجسيد مبادئ المساواة والحرية والعدالة بين أفراد المجتمع انعكاسا من احترام أفراده الثقافات والعقائد المختلفة(هشام:https://www.mah6at.net).

سبل تحقيق التسامح: لكي يتحقق التسامح لابد من توافر الامور التالية:

1- يستوجب تحقيق التسامح توسيع ابعاد الحريات العامة، والتأكيد على حق الاختلاف بين البشر، في المعتقدات الدينية، وكذلك الحق في الرأي والتعبير عنه، والحق في التنظيم النقابي والتجمع السلمي والتعددية السياسية.

2- حتي يتحقق التسامح من الضروري إعادة الاطلاع علي عمليات التنشئة الاجتماعية، واقرار برامج تعزز ثقافية التسامح داخل الاسرة أولا والمدرسة الجامعة تانيا.

3- احداث تعديل جوهري في النظام التعليمي، وخاصة في المراحل الاساسية، مع السعي الي غرس ثقافة التسامح لدى الطلبة، وتطوير مناهج الدراسة وطرق التدريس، بما يتوافق مع هذه الاهداف.

4- استثمار الخطاب الديني في إشاعة ثقافة وقيم التسامح، والدعوة للتصدي علي كافة أشكال التحريض والكره، والتخلي عن التشدد والتطرف العقائدي.

5- تسخير وسائل الاعلام المختلفة، وتوظيفها بشكل فعال، واثراء الراي العام يعد اداة مضادة للنزعات المتشددة ،ومن خلالها يتم إشاعة فن الحوار والقبول والاختلاف، ومواجهة كافة مظاهر التعصب وأشكال التمييز ونقد وتصويب أداء السلطات باتجاه الحفاظ على حقوق الانسان(أبو هاشم:2014م،ص75).

عرض وتحليل بيانات ونتائج الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (1) العوامل الديموغرافية الخاصة بعينة الدراسة

جدول رقم 1.1 يمثل النوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	14	%45.2
أنثى	17	%54.8
المجموع	31	%100

يتضح من الجدول السابق ان نسبة الاناث أكبر من نسبة الذكور فقد بلغت نسبة الاناث 54.8% وبلغت نسبة الذكور45.2% وقد يكون راجعا لطبيعة قدرة المرأة في التواصل مع الجماهير المختلفة وقد يكون ذلك نابعة من عامل اساسي ناتج من التربية والتنشئة الاجتماعية مما يجعلها اكثر اهتمام بالموضوعات المجتمعية ولاسيما في جانب القيم والاخلاق.

جدول رقم 1.2 يبين متغير العمر لعينة الدراسة:

	السنة	التكرار	النسبة
العمر	من 18 الى 20سنة	1	%3.2
	من 21 سنة إلى 23 سنة	1	%3.2
	من 24 إلى 27 سنة	5	%16.1
	من 28 سنة فما فوق	24	%77.4
	المجموع	31	%99.9

يتضح في الجدول السابق ان 24 من المبحوثين وبنسبة 77.4 % تمثل أكبر نسبة وبينما يشكل عدد 1 من المبحوثين 3.2% اقل نسبة في العينة. وقد تكون نسبة 77.4%هي الأكبر راجعا لاستكمال دارستهم وانخراطهم في الدراسات العليا بعد التخرج واتجاههم الي العمل أكثر من الاعمار الأخرى، كما تبين في الجدول رقم (4)

جدول رقم 3.1 يمثل الخبرة الإعلامية

	سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
الخبرة الإعلامية	أقل من 5 سنوات	9	%29
	من 5 سنوات إلى 10	5	%16.1
	من 11سنة الى 15 سنة	7	%22.6
	أكثر16 سنة	10	%32.3
	المجموع	31	%100

نستنتج من الجدول السابق ان اعلي نسبة تمثلت فيمن تجاوز أكثر من 16 سنة خبرة وبنسبة 32.3% وهذا اشارة ان افراد العينة هنا يمتلكون رصيد معرفي ومهني وهو ما يعزز مصداقية الاجابة، وهذا يرتبط مع الجدول السابق حيث في متغير العمر تجاوز عدد 24 من عينة الدراسة بنسبة 77.4% حيث يدل على استكمال دراستهم وانخراطهم في العمل واكتسبهم خبرة الممارسة بينما تمثلت عدد 29% اقل نسبة وقد يكون راجعا لحداثة ممارسة العمل.

جدول رقم 4.1 يبين المستوي العلمي لعينة البحث

	المستوي التعليمي	التكرار	النسبة
المؤهل العلمي	متوسط	2	%6.5
	جامعي	11	%35.5
	دراسات عليا	18	%58.0
	المجموع	31	%100

يتبين من الجدول السابق ان المستوى التعليمي والمتمثل في الدراسات العليا يحتل اعلي نسبة 58.0% في حين بلغ المستوى المتوسط اقل قيمة 6.5%. وهذا يدل على ان عينة الدارسة اغلبها ذو كفاءة علمية ،وقد يكون طلاب هذه المرحلة التعليمية هم اكثر وعياً بأهمية المشاركة في القضايا المجتمعية.

الجدول رقم(2) يوضح طبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها المبحوث.

المؤسسة	التكرار	النسبة
العمل بمؤسسة إعلامية حكومية	9	%29
العمل بمؤسسة إعلامية خاصة	14	%45.2
العمل بمؤسسة إعلامية حكومية وخاصة	8	%25.8
المجموع	31	%100

يتبين من الجدول السابق ان أكثر عينة الدراسة من العاملين بمؤسسة إعلامية خاصة بنسبة 45.2% بينما يبلغ العاملين بالمؤسسة إعلامية حكومية وخاصة اقل نسبة وهي 25.8% وقد يكون ارتفاع العمل بمؤسسة إعلامية خاصة راجعا لسهولة التعين نظرا لصعوبة التعين والعمل في المؤسسات الحكومية.

الجدول رقم(3) يوضح التخصص المهني للمبحوثين في المؤسسة الإعلامية.

التخصص العلمي	التكرار	النسبة
صحافة	7	%22.6
إذاعة	3	%9.7
تلفزيون	4	%12.9
وكالة إنباء	6	%19.4
مواقع الكترونية	11	%35.4
المجموع	31	%100

يوضح الجدول السابق ان أعلي تخصص والمتمثل في المواقع الكترونية بنسبة 35.4% بينما بلغ عدد متخصصي إذاعة اقل نسبة 9.7% وقد يكون ذلك راجعا لسهولة استخدام المواقع الكترونية وهو ما يتمشى مع التحولات العالمية والاعتماد علي التقنية الرقمية، وكذلك تتفق هذه النسبة مع الجدول السابق حيث احتلت اعلي نسبة من العينة العمل في المؤسسة الخاصة والتي اغلبها تمارس عملها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم(4) يوضح الضغوط التي يتعرض لها المبحوثين من المؤسسة الإعلامية التي تعملون بها لنشر أخبار تحرض على الكراهية والعنف.

سياسة المؤسسة	التكرار	النسبة
نعم	3	%9.7
لا	28	%90.3
المجموع	31	100

يبين الجدول السابق ان اغلب المبحوثين بنسبة 90.3% لا يتعرضون لأي ضغوطات من المؤسسة العاملين بها ، قد يكون ذلك راجعا لالتزام المؤسسة بالمعايير المهنية وابتعادها عن سياسة فرض الراي، مما انعكاس علي اجابتهم بمصداقية.

الجدول رقم(5) يوضح تقييم المحوثين لدور نقابة الإعلاميين في ضمان حرية الإعلامي والدفاع عنه وحمايته لنبذ خطاب العنف والكراهية.

تقيم دور النقابة	التكرار	النسبة
ممتاز	1	%3.2
جيد	14	%45.2
ضعيف	16	%51.6
المجموع	31	100

يتبن من الجدول السابق ضعف دور النقابة حسب رأي الاعلامين عينة الدراسة في حين أكد 3.2% ان للرقابة دور ممتاز وقد يكون هذا نابع من المجاملة او عدم المعرفة بدور الرقابة. وبين 51.6% ضعف النقابة وهي النسبة الأعلى وهذا دلالة علي غياب دور المؤسسة النقابية الذي يبين الفجوة بين الدور المفترض للنقابة والدور الذي تمارسه في المؤسسات الاعلامية.

الجدول رقم(6) يوضح طبيعة مشاركة المبحوثين للأخبار والمنشورات التي تنشرها وسائل الاعلام عن التسامح ونبذ العنف والكراهية.

طبيعة المشاركة	التكرار	النسبة
عن طريق إشارات التفاعل واعادة توجيه المنشور	10	%32.2
عن طريق التعليق وإبداء الرأي على مقاطع الفيديو والصورة والاخبار والمنشورات	9	%29
النشر في المنتديات وساحات الحوار المكتوبة	2	%6.5
عن طريق الداخلات في البرامج الإخبارية والحوارية	2	%6.5
لا أشارك	8	%25.8
المجموع	31	%100

يتبين من الجدول السابق ان عدد 32.2% من عينة الدراسة أفادت بان طبيعة المشاركة تقتصر عن طريق إشارات التفاعل وإعادة توجيه المنشور قد يكون ذلك راجعا من اعتقاد المبحوثين ان اعادة التوجيه تمثل وسيلة فعالة في نشر المحتوي الاعلامي لعدد اكبر من الجماهير، وهذا يتفق مع إجابة المبحوثين السابقة وهي العمل في مؤسسة خاصة والممارسة عن طريق المواقع الكترونية.

الجدول رقم(7) يوضح الخطوات التي يمكن أن تجعل الاعلامي أكثر التزاما بأخلاقيات المهنة لنشر ثقافة التسامح.

خطوات الالتزام بأخلاق المهنة	التكرار	النسبة
تدريب الاعلاميين العامليين في القنوات الفضائية الليبية	7	%22.6
التوافق على ميثاق شرف متطور برعاية مؤسسات إعلامية	3	%9.7
تفعيل نقابة للإعلاميين	4	%12.9
الالتزام الذاتي للإعلامي تجاه المجتمع بالتغطية الأخلاقية	2	%6.5
سن قوانين وتشريعات تنظم العمل الإعلامي	4	%12.9
وضع كل مؤسسة لميثاق شرف داخلي يضبط السياسة التحريرية	0	%0
كل ما سبق ذكره	11	%35.4
المجموع	31	%100

تبين المعلومات الواردة في هذا الجدول ان 35.4% أجاب عن كل الخيارات السابقة تجعل الإعلامي أكثر التزاما بأخلاقيات المهنة باستثناء فقرة وضع كل مؤسسة لميثاق شرف داخلي يضبط السياسة التحريرية والتي لم يتم اختيارها من قبل المبحوثين التي قد تؤدي الي تناقض بين المؤسسات، وقد يكون راجعا لوعي وحرص الاعلامين عينة الدراسة والتي اغلبها من حاملي المؤهلات العليا كما ذكر في المستوي العلمي لعينة البحث جدول(1.4)

الجدول رقم(8) يوضح أكثر الضوابط الأخلاقية تأثيرا على المبحوثين لنشر ثقافة التسامح بين الناس.

ما أكثر الضوابط الأخلاقية تأثيرا	التكرار	النسبة
الدين	24	%77.4
القيم والعادات والتقاليد	2	%6.5
التربية والبيئة الاجتماعية	2	%6.5
القوانين والتشريعات	3	%9.6
المجموع	31	%100

يبن الجدول السابق بنسبة 77.4% ان الدين هو أكثر الضوابط الأخلاقية تأثيرا على المبحوثين وقد يكون ذلك راجعا لطبيعة المجتمع كونه مجتمعا ملتزما دينيا وان الدين هو أساس وشريعة المجتمع في البلاد، وهذا يعزز ان الخطاب الديني له دور محوري في تشكيل الراي العام ودعم التسامح وترسيخ ثقافة التعايش السلمي بين الناس ،

الجدول رقم(9) يوضح أكثر المواضيع التي يجب أن يعرضها الإعلامي لنشر التسامح ونبذ العنف؟

ما أكثر المواضيع التي يجب عرضها	التكرار	النسبة
نبد ثقافة الكراهية التي تخلق تصدعات في جدار العلاقات الاجتماعية	15	%48.3
التعايش السلمي وعدم التعصب للأفكار	2	%6.4
الموضوعات التي تحث على الجانب الانساني وتقديم المساعدات للمحتاجين	3	%9.6
المحافظة على النسيج الاجتماعي ولحمة المجتمع	4	%12.9
نشر ثقافة الاحترام للأخر	7	%22.5
المجموع	31	%100

نستنتج من الجدول السابق حرص عينة الدراسة بنسبة 48.3% على ان مواضيع نبذ ثقافة الكراهية في المجتمع وتعزيز ثقافة التسامح هي أكثر المواضيع التي يجب ان يعرضها الإعلامي. وقد يكون ذلك راجعا لطبيعة المجتمع وارتباطه وتركيبته الاجتماعية ، وان القيم الاخلاقية والإنسانة تمثل جانب انساني في المجتمع وتحتل صدارة اهتمامهم.

الجدول رقم(10) يوضح التحديات والصعوبات التي تواجه الاعلامي في نشر ثقافة التسامح بين الناس؟

ما الصعوبات التي تواجه الاعلامي	التكرار	النسبة
تشابك وتعقد العملية السياسية الليبية	11	%35.5
بروز الظاهرة القبلية والجهوية	11	%35.5
انتشار الفصائل المسلحة	2	%6.5
كثرة الاحزاب والتيارات السياسية	3	%9.7
التدخلات الإقليمية والدولية	4	%12.9
المجموع	31	%100

يبين هذا الجدول الاتفاق بين عينة الدراسة على وبنسبة 35.5% بان تشابك وتعقد العملية السياسية الليبية وأيضا وبنفس النسبة يري 35.5% ان بروز الظاهرة القبلية والجهوية من أكثر الصعوبات التي تواجه الإعلامي خاصة ان المجتمع الليبي حريص على اللحمة الوطنية والابتعاد عن التصدعات الاجتماعية والتي ذكرت في الجدول السابق (9)

نتائج البحث:

1- يتبين من النتائج ان أكثر عينة الدراسة من العاملين في مؤسسات إعلامية خاصة بنسبة 45.2%، وتوضح النتائج أيضا ان أعلي تخصص والمتمثل في المواقع الكترونية بنسبة 35.4%.

2- تكشف النتائج ان اغلب المبحوثين بنسبة 90.3% لا يتعرضون لأي ضغوطات من المؤسسة العاملين بها، وتبين أن هناك ضعف في دور النقابة حسب راي الاعلامين عينة الدراسة فقد أكد 51.6% ذلك.

3- وتوضح النتائج ان عدد 32.2% من عينة الدراسة أفادت بان طبيعة المشاركة تقتصر عن طريق إشارات التفاعل وإعادة توجيه المنشور، وبينت النتائج ان نسبة 35.4% أجابوا عن كل الخطوات التي يمكن أن تجعل الاعلامي أكثر التزاما بأخلاقيات المهنة لنشر ثقافة التسامح.

4- كشفت النتائج أن بنسبة 77.4% قالوا ان الدين هو أكثر الضوابط الأخلاقية تأثيرا على المبحوثين، وبينت أن حرص عينة الدراسة التي بلغت نسبة 48.3% قالوا ان مواضيع نبذ ثقافة الكراهية في المجتمع هي أكثر المواضيع التي يجب ان يعرضها الإعلامي، ووضحت النتائج أن هناك اتفاق بين عينة الدراسة على تشابك وتعقد العملية السياسية الليبية وبروز الظاهرة القبلية والجهوية من أكثر الصعوبات التي تواجه الإعلامي وبنسبة متساوية بلغت 35.5%

توصيات البحث:

1- تفعيل دور النقابة الإعلامية ووضع قوانين صارمة للموضوعات والمنشورات التي تحرض علي خطاب العنف والكراهية في المجتمع.

2- سن قوانين وتشريعات تنظم العمل الإعلامي، والاتفاق على ميثاق بين الاعلاميين لنبذ العنف والكراهية.

3- تدريب الإعلاميين في ليبيا على الالتزام بأخلاقيات المهنة الاعلامية.

4- القيام بدورات وحلقات نقاش للإعلاميين لنشر المواضيع التي تحث على التسامح ونبذ العنف بين أبناء المجتمع.

5- القيام بمؤتمرات علمية لمعالجة خطاب الكراهية في الوسائل الإعلامية الليبية.

قائمة المصادر والمراجع

1-موسى، زوبيدة(2016م): **أخلاقيات العمل الإذاعي في الجزائر(دراسة ميدانية)**،رسالة ماستر،(الجزائر، جامعة العربي التبسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال)، ص4

2-أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والاعلامي، منشورات مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، 2016، ص 5

3-عبدالجليل، عزوز نش وحسناوي(2015م): **اخلاقيات المهنة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر**، بحث منشور في مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد8،العدد2،(الجزائر، جامعة غرداية، ديسمبر)،ص994

4- امعرف، فرج عياش(2021م): **اتجاهات الجمهور الليبي نحو دور الصحف الالكترونية في نشر ثقافة التسامح الاجتماعي**، بحث منشور في مجلة كلية الفنون والإعلام – السنة 6-العدد 11،(مصراته، جامعة مصراته، كلية الفنون الاعلام ، يونيو) ص213-241

5- جفات، حميد شهيد(2019م): **دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين**، رسالة ماجستير،(الاردن، جامعة الشرق الاوسط، كلية الاعلام، قسم الاعلام).

6- موسى، سالمة مسعود_ مفتاح، نورة سالم(2019م): **دور وسائل الاعلام في نشر ثقافة التسامح**، بحث منشور في المؤتمر العلمي الاول استراتيجية الاعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة للمجتمع العربي والليبي2-3 يونيو2018،(ليبيا، سرت، جامعة سرت، كلية الآداب، قسم الاعلام، منشورات جامعة سرت)، ص227

7- كوكش، أمير أحمد(2017م): **دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر طلبة الجامعات الاردنية**، رسالة ماجستير، (الاردن، جامعة الشرق الاوسط، كلية الاعلام، قسم الاعلام).

8- الشعلان، لطيفة عثمان_ المقرن، منيرة عبدالرحمن(2014م): **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طالبات جامعة الاميرة نور بنت عبدالرحمن في ضوء الوحدة النفسية والتسامح**، بحث منشور في مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد11،العدد2، (الامارات، الشارقة، جامعة الشارقة)، ص269

9- طالب، هديل(2022م): **مفهوم التسامح**، مقال منشور على الموقع الالكتروني موضوع أكبر موقع عربي بالعالم https://mawdoo3.com تاريخ النشر 25 اغسطس2022ف، تاريخ التصفح27-4-2024ف الساعة9:30، الموافق السبت.

10-الدويكات، سناء(2019م): **مبادئ التسامح**، مقال منشور على الموقع الالكتروني موضوع أكبر موقع عربي بالعالم https://mawdoo3.com تاريخ النشر 23 يونيو2019ف، تاريخ التصفح28-4-2024ف الساعة9:30، الموافق الاحد.

11-هشام، هاجر(2019م): **أثار وفوائد التسامح على الفرد والمجتمع**، مقال منشور على الموقع الالكتروني محطاتhttps://www.mah6at.net تاريخ النشر19 مايو2019، تاريخ الدخول 30-4-2024ف، الساعة 10:00، الموافق الثلاثاء.

12-أبو هاشم عماد خليل محمد(2014): **خبرات الطفولة وعلاقتها بالتسامح مقابل التعصب لدى طلبة المرحلة الثانوية العامة بمحافظات قطاع غزة**، رسالة ماجستير، (فلسطين، غزة، جامعة الازهر، كلية التربية)، ص75

حكمت الاستمارة من كل:

1- د/ الفقهي، محمد علي محمود : أستاذ مشارك، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة سرت
2- د/المصباحي، عمار عياد: محاضر، كلية الاعلام، جامعة الزيتونة، ترهونة
3- أ/ العود، عادل احنيش محمد: محاضر، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة سرت