

التوعية الانتخابية في المواقع الإخبارية والصحف الالكترونية الليبية دراسة تحليلية

د. إبراهيم سالم محمد اشتيوي

جامعة الزيتونة ، كلية الإعلام، ليبيا

ishtiwi13@gmail.com

ملخص الدراسة:

استهدفت دراسة الباحث التعرف على مدى اهتمام المواقع الإخبارية والصحف الالكترونية الليبية بالموضوعات المتعلقة بالانتخابات، ومدى اهتمامها بوظيفة التوعية الانتخابية ونشر الوعي الانتخابي من خلال تناولها لموضوعات الانتخابات، وسعى الباحث للوصول إلى نتائج تحقق أهداف الدراسة باستخدام تحليل المضمون وهو من أساليب الدراسات المسحية التي تتدرج ضمن تصنيفات المنهج الوصفي، وتم تحليل مضمون موقع إيوان الإخباري وصحيفة المرصد الالكترونية في الفترة من 2023/12/1م إلى 2024/2/28م، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن الموقع والصحيفة يعتمدان على الخبر الصحفي والتقرير الصحفي في تناولهما للموضوعات المتعلقة بالانتخابات وبالتالي غابت وظيفة النوعية والتنقيف وهي وظيفة يحتاجها المواطن الليبي باعتبار أن الانتخابات تعد تجربة جديدة لشريحة الشباب، وقد غلبت وظيفة الإخبار على الموقع والصحيفة وهذه نتيجة متوقعة طالما أن الفنون الصحفية الأخرى غابت عنهما كالمقال الصحفي والتحقيق الصحفي والمقابلة الصحفية.

Study summary:

The researcher's study aimed to identify the extent of interest of Libyan news websites and electronic newspapers in topics related to elections, and the extent of their interest in the function of electoral awareness and spreading electoral awareness through their treatment of election topics. The researcher sought to reach results that achieve the objectives of the study by using content analysis, which is one of the methods of survey studies that falls within classifications. The descriptive approach, and the content of the Iwan news website and the electronic newspaper Al-Marsad was analyzed in the period from 12/1/2023 to 2/28/2024.

The study reached a number of results, the most important of which is that the website and the newspaper depend on the press news and the press report in their

treatment of topics related to the elections, and thus the function of quality and education was absent, which is a function that the Libyan citizen needs, given that the elections are a new experience for the youth segment. The news function has dominated the website and the newspaper, and this is an expected result. As long as they were absent from other journalistic arts, such as the newspaper article, the journalistic investigation, and the journalistic interview

مقدمة

تمر ليبيا بمرحلة جديدة لم تعهدها منذ أربعين عاما نتيجة تغيير النظام السياسي في ليبيا، وتعتبر الانتخابات من أبرز التغيرات الجديدة التي ظهرت نتيجة التغيير، مما يتطلب نشر التوعية الانتخابية والدعوة للمشاركة في الانتخابات من خلال وسائل الإعلام ومن بينها المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية؛ لذلك أجرى الباحث دراسة تحليلية للتعرف على مدى اهتمام المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية بالانتخابات والمساهمة في التوعية الانتخابية، وقد تم اختيار موقع إيوان ليبيا الإخباري وصحيفة المرصد الإلكترونية لتحليل مضمونها المتعلقة بالانتخابات والتعرف على كيفية تناولهما للموضوعات المتعلقة بالانتخابات ومدى تركيزها على وظيفة التوعية الانتخابية من خلال دراسة تحليلية اتبع فيها الباحث الخطوات العلمية للبحث العلمية.

الكلمات المفتاحية : التوعية الانتخابية ، المواقع الإخبارية ، الصحف الإلكترونية

مشكلة الدراسة

شهد النظام السياسي في ليبيا تغيرات جذرية بعد نهاية نظام الحكم السائد في ليبيا ما قبل 2011م، وبذلك دخلت ليبيا تجربة سياسية جديدة لم تشهدها منذ نهاية المملكة الليبية في منتصف عام 1969م، حيث دخلت مصطلحات جديدة مثل الانتخابات والدستور والبرلمان والحكومة، وغيرها من المسميات التي لم يعهدها الشعب الليبي طيلة أربعة عقود.

لذلك يقع على عاتق وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية مسئولية التوعية السياسية من خلال تناول الموضوعات المتعلقة بالتجربة السياسية الجديدة، لما تمتلكه من قدرة في تكوين الرأي العام والتأثير فيه، وتشكيل اتجاهات الأفراد نحو العديد من الموضوعات والقضايا والأحداث السياسية، وقدرتها على التوعية والتنقيف.

وقد شهدت ليبيا تغيرًا على خارطة الإعلام مع تزايد عدد وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية، وتعتبر المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية الليبية من بين الوسائل

الإعلامية التي انتشرت انطلاقاً من عام 2011م، وأخذت مكانها في مقدمة وسائل الإعلام في نقل المعلومات ومعالجة القضايا المختلفة وتقوم بتفسيرها وتحليلها ، ويساعدها في ذلك قدرتها على توصيل الرسائل الإعلامية إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات مستفيدة من سرعتها في نشر الموضوعات والوصول السريع للمتلقي.

لذلك أصبح للمواقع الإخبارية والصحف الالكترونية الليبية دوراً كبيراً في تشكيل اتجاهات المتلقي الليبي نحو العديد من الموضوعات والقضايا ومن بينها الموضوعات والقضايا المتعلقة بالانتخابات، ومن أهمها التوعية الانتخابية، ونشر ثقافة الانتخابات، وإبراز أهميتها، والدعوة للمشاركة في العملية الانتخابية.

وفي ضوء ذلك اختار الباحث المواقع الإخبارية والصحف الالكترونية الليبية لتحليل مضامينها والتعرف على مدى اهتمامها بالتوعية الانتخابية في ليبيا، وكيفية تناول الموضوعات المتعلقة بالانتخابات وطريقة عرضها، والتعرف على أساليب الإقناع التي تستخدمها في التوعية الانتخابية. وقد صاغ الباحث مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى اهتمام المواقع الإخبارية والصحف الالكترونية الليبية بالتوعية الانتخابية؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في النقاط التالية:

1. تعتبر الانتخابات تجربة جديدة بالنسبة لليبيين الذين لم يعاصروا فترة ما قبل عام 1969م التي شهدت العملية الانتخابية.
2. أهمية الإعلام بوسائله المختلفة في توعية وتنقيف أفراد المجتمع بالانتخابات وأهميتها ودورها في تنظيم العمل السياسي في ليبيا.

أهداف الدراسة

1. التعرف على اتجاه مضمون المادة الصحفية في المواقع الإخبارية والصحف الالكترونية نحو الانتخابات.
2. التعرف على وظيفة المادة الصحفية في المواقع الإخبارية والصحف الالكترونية في تناولها للموضوعات الانتخابية.

3- التعرف على أساليب الإقناع التي تستخدمها المواقع الإخبارية والصحف الالكترونية في تناولها للموضوعات الانتخابية.

تساؤلات الدراسة

1. ما أشكال التحرير الصحفي المستخدمة في الموضوعات المتعلقة بالانتخابات؟
2. ما اتجاه مضمون المادة الصحفية في الموقع الإخباري والصحيفة الالكترونية محل الدراسة والتحليل نحو الانتخابات ؟
3. ما وظيفة المادة الصحفية في الموقع الإخباري والصحيفة الالكترونية محل الدراسة والتحليل في تناولها للموضوعات الانتخابية؟
4. ما أساليب الإقناع التي يستخدمها المواقع الإخباري والصحيفة الالكترونية محل الدراسة والتحليل في تناولها للموضوعات والقضايا الانتخابية؟
5. ما وسائل الإبراز التي يستخدمها المواقع الإخباري والصحيفة الالكترونية محل الدراسة والتحليل في تناولها للموضوعات والقضايا الانتخابية؟

منهج الدراسة

يعرف المنهج بأنه "الطريق الذي يسلكه الباحث للتعرف على الظاهرة أو المشكلة موضع الدراسة والكشف عن الحقائق المرتبطة بها بغرض التوصل إلى إجابات عن الأسئلة التي تثيرها المشكلة أو الظاهرة من خلال استخدام مجموعة من الأدوات لتجميع البيانات وتحليلها والتوصل إلى النتائج التي تساعد في الإجابة عن تلك التساؤلات (أحمد اللحج و مصطفى أبوبكر: 2002: 43).

وإستخدم الباحث المنهج الوصفي في الدراسة، حيث يقوم المنهج الوصفي على أساس تحديد خصائص الظاهرة، ووصف طبيعتها، ونوعية العلاقة بين متغيراتها وأسبابها واتجاهاتها، وما إلى ذلك من جوانب تدور حول سبر أغوار مشكلة، أو ظاهرة معينة، والتعرف على حقيقتها في أرض الواقع، ويعتمد المنهج الوصفي على تفسير الوضع القائم (أي: ما هو كائن)، وتحديد الظروف والعلاقات الموجودة بين المتغيرات. كما يتعدى المنهج الوصفي مجرد جمع بيانات وصفية حول الظاهرة إلى التحليل والربط والتفسير لهذه البيانات، وتصنيفها، وقياسها، واستخلاص النتائج منها (عمرية إبراهيم: 1981: 96).

وتعرّف البحوث الوصفية بأنها: أسلوب يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها، ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى (نوقان، عبد الرحمن، كايد: 1998:187).

ويعتبر البحث الإعلامي الوصفي عملية منظمة وموضوعية، تهتم بدراسة الظروف، والممارسات، والمعتقدات، والآراء، ووجهات النظر، والقيم، والاتجاهات، حول موضوع، أو ظاهرة، أو قضية معينة، وفي بعض الأحيان يهتم بدراسة العلاقة بين ما هو كائن وواقع، وبين بعض الأحداث السابقة التي تكون قد أثرت في الأحداث أو الظروف الراهنة، حيث يقصد بتحليل المضمون في الدراسة الإعلامية أنه دراسة المادة الإعلامية التي تقدمها الوسيلة؛ بهدف الكشف عما تريد هذه الوسيلة أن تبخله لجمهورها، ودراسة تأثيرها (منال المزاهرة: 2014: 39).

وعليه استخدم الباحث أسلوب (تحليل المضمون)؛ لأنه هو الأسلوب الأمثل للدراسة التي تم اختيارها، حيث يعتبر أسلوب تحليل المضمون من أساليب الدراسات المسحية التي تتدرج ضمن تصنيفات المنهج الوصفي.

وقد عرفه (كلوز كريندورفن) بأنه: أحد الأساليب البحثية التي تستخدم تحليل المواد الإعلامية؛ بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل (نسرین حسونة: 2014: 3).

وبالإضافة إلى ذلك يتميز تحليل المضمون بعدة مزايا ، منها ما يلي: (جودت عطوي: 2009:181).

1- إن جمع المعلومات وتحليلها من خلال تحليل المضمون يقلل من تدخل ذاتية العنصر البشري.

2. يتمكن الباحث عن طريق تحليل مضمون المادة الإعلامية من الحصول على المعلومات دون أن يشعر بأنه يخرج أي إنسان.

3- يمكن أن يتم تحليل المضمون في الوقت الذي يرغب فيه الباحث، فالمادة متاحة أمامه ويستطيع العودة إليها عدة مرات لدراستها والتأكد منها.

وفي هذا السياق يجب الإشارة إلى التحليلين الكمي والكيفي، فالتحليل الكمي يسعى إلى معرفة تكرار موضوع معين وقياسه، بينما يسعى التحليل الكيفي إلى تحديد أهمية ظهور أو اختفاء مضمون آخر، وعلى الرغم من حاجة الباحث إلى التحليل الكيفي خلال القراءة التمهيدية للمضمون المراد معالجته، بقصد تكوين التساؤلات وبلورتها، فإنه لا يستغني عن التحليل الكمي لصياغة البيانات على شكل جداول للإطلاع عليها بسهولة، والوقوف عند النتائج العامة بشكل واضح ومبسط، (أحمد أوزي: 2008:88)، وهذا يعني أن تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية يستوجب معالجة المضامين كميًا وكيفيًا، وذلك باستخدام البيانات الإحصائية كالجداول والتكرارات والنسب المئوية وغيرها من الأساليب الإحصائية لتحقيق نوع من الصدق والثبات والموضوعية العلمية، والوصول إلى نتائج ثابتة تساعد الباحث في وضع المقترحات والتوصيات.

مجتمع الدراسة

يعتبر تحديد مجتمع الدراسة والعينة واحدًا من الخطوات التي يجب على الباحث أن يتخذها قبل الشروع في أي دراسة علمية حول موضوع أو ظاهرة من الظواهر، وعليه أن يحدد المجتمع الذي ستجرى عليه الدراسة تحديداً دقيقاً موضحاً حدوده وأبعاده، بالإضافة إلى إطاره الزمني، وتحديد العينة التي سيتم إخضاعها للتحليل حتى يضمن بذلك صحة وسلامة تعميم نتائج الدراسة على مستوى هذا المجتمع، ويقصد بمجتمع الدراسة في الدراسات التحليلية التي تستخدم تحليل المضمون بأنه جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها (عاطف العبد، و زكي زكي: 1999:211).

وتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في كل من موقع إيوان ليبيا الإخباري وصحيفة المرصد الإلكترونية، وقام الباحث بالمسح الشامل لموضوعات الانتخابات التي تناولها موقع إيوان ليبيا الإخباري، وصحيفة المرصد الإلكترونية لمدة ثلاثة أشهر في الفترة من 2023/12/1م إلى 2024/2/28م ، وذلك من خلال تحليل مضمون المادة الإعلامية التي تناولت موضوعات وقضايا الانتخابات خلال الفترة الزمنية المذكورة.

أدوات جمع البيانات

من الطبيعي أن كل منهج من مناهج البحث العلمي يحتاج إلى أداة أو عدة أدوات لجمع البيانات والحقائق والأرقام، وتتحكم طبيعة الدراسة في تحديد الأداة التي يستخدمها الباحث، لذلك

استخدم الباحث الأداة التي تخدم طبيعة وأهداف دراسته وتسألاتها، وهي استمارة الاستبيان، حيث اعتمد عليها الباحث كأداة للدراسة التحليلية لمضمون موقع إيوان الإخباري وصحيفة المرصد الإلكترونية محل الدراسة والتحليل، والتي تم تحديد شكلها النهائي بعد خضوعها لاختباري الصدق والثبات.

اختبار الصدق والثبات:

أ . اختبار الصدق

يعرف الصدق بأنه: "صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر: صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما توصل إليه الباحث من نتائج، بحيث يمكن الانتقال منها إلى التعميم" (المشهداني سعد سليمان: 2019: 16) ، بمعنى أنه: قدرة الأداة على قياس ما أعدته لقياسه بصورة صحيحة. وتم عرض استمارة تحليل المضمون على أساتذة متخصصين في الإعلام لتحكيمها والتأكد من صلاحية الاستمارة في تحقيق أهداف الدراسة.

ب . اختبار الثبات

يعرف الثبات بأنه: " قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها، أي: مع توافر الظروف، والفئات، والوحدات التحليلية، والعينة الزمنية ذاتها، ومن الضروري الحصول على النتائج نفسها مهما اختلف القائمون بالتحليل، أو وقت التحليل " (عاطف العبد، وزكي زكي: 1999: 224).

ويعرف أيضاً بأنه: "قياس مدى استقرار فئات التحليل ووحداته، وإمكانية استخدامها للتوصل إلى نفس النتيجة" (سمير حسين: 1996: 126). فالثبات يشير إلى الاتفاق الكامل في النتائج بين باحثين مختلفين يقومان بتحليل نفس المضمون، وباستخدام نفس أداة التحليل، أي أنه في حالة تحليل نفس المادة الإعلامية مرة ثانية، وباستخدام نفس الأداة المطبقة في المرة الأولى؛ فإنه يتم الحصول على النتائج نفسها (Roger , Wimmer, and Joseph:2000:150).

ومن خلال التعريفات السابقة؛ يتضح أن ثبات أداة قياس استمارة تحليل المضمون يكون في أن تؤدي إلى النتائج نفسها، مهما أعيد الاختبار، ويمكن تقديره عن طريق الاستعانة بعدد من المحللين بتحليل مواد من العينة الخاضعة للدراسة والتحليل، ثم يقوم محلل آخر بتحليل المواد نفسها، ويتم بعدها مقارنة النتائج، وتحديد نقاط الاتفاق، ومواضع الاختلاف بين المحللين، كما

يمكن للباحث أن يجري التحليل بنفسه مرتين، تفصل بينهما فترة زمنية لا تقل عن أسبوع، ثم يقارن نتائج اختبار التحليل الأول بالثاني، وفي الحالتين يجب استخدام إحدى معادلات الثبات، كمعادلة (سكوت=scott)، أو معادلة (هولستي=holsti)؛ للوصول إلى نتيجة الثبات (عواطف، نادية، وليلى: 1983 : 248).

ولضمان الحصول على أداة تحليل تملك نسبة كبيرة قدر الإمكان من الثبات؛ قام الباحث بإجراء اختبار الثبات للأداة، واستعان بباحث آخر ليكون المحلل لثبات الاستمارة. من خلال الاختبار حققت الاستمارة نتائج ثبات عالية، وصلت إلى نسبة يعتد بها في التأكد من بناء أداة التحليل، بواسطة معادلة (هولستي=holsti) للثبات، وصيغتها على النحو الآتي (محمد الوفاي: 1989:156):

$$\text{معادلة هولستي للثبات} = \frac{m^2}{n_1 + n_2}$$

حيث m = عدد الحالات التي يتفق فيها المحكمان.

N_1 = عدد الحالات التي حكمها المحكم الأول.

N_2 = عدد الحالات التي حكمها المحكم الثاني.

وقد جاءت نتائج الاختبار على النحو الآتي:

$$0.92 = \frac{2 \times 46}{50 + 50} \text{ أي بنسبة } 92\%.$$

وبذلك ضمن الباحث ثبات أداة القياس والتحليل، وصلاحياتها كأداة لتحليل مضمون المواد المنشورة في الفترة التي تم اختيارها من موقعي الدراسة والتحليل.

المعالجة الإحصائية:

توجد عدة طرق لعرض البيانات وتحليلها ومعالجتها إحصائياً، من بينها الطريقة الإنشائية التي يذكر فيها الباحث التكرارات والنسب المئوية بالطريقة الإنشائية، وطريقة الجداول الإحصائية التي يتم فيها عرض البيانات من خلال جداول تتكون من صفوف وأعمدة تحتوي على البيانات والتكرارات والنسب المئوية، (فايز، وآخرون: 2013: 270/269)، حيث التكرارات والنسب المئوية وسيلة لاختصار البيانات ووضعها في حيز مناسب، يُمكن من الإحاطة بها من جميع جوانبها (كامل فليفل، وفتحي حمدان: 1995:20).

وقد استخدم الباحث الطريقتين معاً، حيث استخدم التكرارات والنسب المئوية في التعبير عن نتائج التحليل لكل من الموقع الإخباري والصحيفة الإلكترونية محل الدراسة والتحليل، وذلك بحساب تكرار ونسبة كل فئة من الفئات التي احتوتها استمارة تحليل المضمون، ووضعها في جداول عرض وتحليل البيانات، مع التفسير لكل الدلالات والمؤشرات الرقمية في الجداول.

عرض وتحليل البيانات:

الجدول رقم (1)

أشكال وفنون التحرير الصحفي المستخدمة في المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات المنشورة في الموقع الإخباري والصحيفة الإلكترونية محل الدراسة والتحليل

المجموع		صحيفة المرصد		موقع إيوان ليبيا		الوسيلة
						أشكال وفنون التحرير الصحفي
%	ك	%	ك	%	ك	
67.3	74	74.3	52	55	22	الخبر الصحفي
32.7	36	25.7	18	45	18	التقرير الصحفي
100	110	100	70	100	40	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (1) أن الموقع والصحيفة يعتمدان بشكل كبير جداً على الخبر والتقرير الصحفي في تناول الموضوعات المتعلقة بالانتخابات، حيث لم تسجل أي نسبة لفنون التحرير الصحفي الأخرى، وقد سجل الخبر الصحفي نسبة أعلى من نسبة التقرير الصحفي في الموقع والصحيفة محل الدراسة والتحليل، حيث بلغت نسبة الخبر في المجموع العام 67.3%، مقابل 32.7% للتقرير الصحفي.

الجدول رقم (2)

مصادر المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات المنشورة في الموقع الإخباري والصحيفة الإلكترونية محل الدراسة والتحليل.

المجموع		صحيفة المرصد		موقع إيوان ليبيا		الوسيلة
						المصادر
%	ك	%	ك	%	ك	
20.9	23	8.6	6	42.5	17	المحرر الصحفي
1.8	2	2.8	2	صفر	صفر	قنوات فضائية ليبية
6.4	7	10	7	صفر	صفر	قنوات فضائية أجنبية
50	55	60	42	32.5	13	مسؤولون
11.8	13	10	7	15	6	جهات رسمية
9.1	10	8.6	6	10	4	مواقع إلكترونية وصحف إلكترونية
100	110	100	70	100	40	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (2) أن المحرر الصحفي سجل أعلى نسبة في المصادر التي يعتمد عليها موقع إيوان ليبيا حيث بلغت 42.5%، في حين اعتمدت صحيفة المرصد بنسبة عالية على المسؤولين في مصادر المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات وصلت إلى 60%، ويلاحظ أن القنوات الفضائية لم تسجل أي نسبة في مصادر المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات في موقع إيوان ليبيا.

الجدول رقم (3)

اتجاه المادة الصحفية المنشورة في الموقع الإخباري والصحيفة الإلكترونية محل الدراسة والتحليل نحو

الانتخابات

المجموع		صحيفة المرصد		موقع إيوان ليبيا		الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	اتجاه مضمون المادة المنشورة
60	66	68.6	48	45	18	مؤيد
40	44	31.4	22	55	22	محايد
100	110	100	70	100	40	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (3) يتضح أن المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات في موقع إيوان ليبيا وصحيفة المرصد لا يحمل مضمونها أي اتجاه معارض للانتخابات، حيث لم تسجل أي نسبة للاتجاه المعارض للانتخابات، وسجل الاتجاه المؤيد للانتخابات في موقع إيوان ليبيا نسبة بلغت 45%، وفي صحيفة المرصد 68.6%، ولكن في المقابل سجل الاتجاه المحايد 55% في الموقع مقابل 31.4% في الصحيفة، مما يعني أن المادة الصحفية في كثير من الموضوعات المتعلقة بالانتخابات جاء اتجاهها محايدا مما يقلل ظهور وظيفة التوعية والتثقيف والدعوة للمشاركة في الانتخابات في المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات، على الرغم من عدم وجود مادة صحفية تعارض الانتخابات.

الجدول رقم (4)

المجموع		صحيفة المرصد		موقع إيوان ليبيا		الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	وظيفة المادة المنشورة
42.7	47	22.8	16	77.5	31	الإخبار فقط
15.4	17	17.1	12	12.5	5	التفسير والتحليل
3.6	4	5.7	4	صفر	صفر	التوعية والتثقيف
7.3	8	8.6	6	5	2	الدعوة إلى المشاركة في الانتخابات
31	34	42.8	32	5	2	الدعوة إلى إجراء الانتخابات
100	110	100	70	100	40	المجموع

وظيفة المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات المنشورة في الموقع الإخباري والصحيفة الالكترونية محل الدراسة والتحليل

توضح بيانات الجدول رقم (4) أن وظيفة المادة الصحفية في موقع إيوان ليبيا أغلبها الإخبار فقط حيث سجلت نسبة بلغت 77.5%، في حين لم تسجل أي نسبة لوظيفة التوعية والتثقيف، بينما سجلت وظيفة الدعوة إلى إجراء الانتخابات أعلى نسبة في وظيفة المادة الصحفية للانتخابات في صحيفة المرصد حيث بلغت 42.8%.

وبالرجوع للجدول نفسه يُلاحظ قلة اهتمام المادة الصحفية في الموقع والصحيفة بوظيفة التوعية والتثقيف، فقد سجلت نسبة لم تتجاوز 5.7% في صحيفة المرصد وهي أقل نسبة في الصحيفة، وفي موقع إيوان ليبيا الإخباري لم تسجل أي نسبة لوظيفة التوعية والتثقيف.

الجدول رقم (5)

أساليب الإقناع المستخدمة في المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات المنشورة في الموقع الإخباري والصحيفة الالكترونية محل الدراسة والتحليل

المجموع		صحيفة المرصد		موقع إيوان ليبيا		الوسيلة	
%	ك	%	ك	%	ك	أساليب الإقناع المستخدمة	
16.3	18	14.3	10	20	8	أمثلة واقعية	عاطفي
5.4	396	2.8	2	10	4	أرقام وحقائق وبيانات	
18.2	20	11.5	8	30	12	أدلة وشواهد وحجج	
31	34	37.1	26	20	8	أسلوب استثارة العواطف	عاطفي
29.1	32	34.3	24	20	8	التحيز	
100	110	100	70	100	40	المجموع	
39.9		%28.6		%60		الأسلوب الموضوعي	
60.1		%71.4		%40		الأسلوب العاطفي	

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (5) أن موقع إيوان ليبيا الإخباري استخدم الأسلوب الموضوعي بنسبة أعلى من نسبة الأسلوب العاطفي في المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات، حيث بلغت نسبة الأسلوب الموضوعي 60%، منها 30% للأدلة والشواهد والحجج، في حين أن صحيفة المرصد الالكترونية استخدمت الأسلوب العاطفي بنسبة أعلى من الأسلوب الموضوعي، حيث بلغت 71.4% جاءت بين أسلوب استثارة العواطف وأسلوب التحيز.

الجدول رقم (6-أ)

استخدام الصور الثابتة في المادة الصحفية المنشورة لموضوعات الانتخابات المنشورة في الموقع الإخباري
والصحيفة الإلكترونية محل الدراسة والتحليل

المجموع		صحيفة المرصد		موقع إيوان ليبيا		الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	أنواع الصور
69.1	78	58.8	50	100	28	صور شخصية
30.9	35	41.2	35	صفر	صفر	صور موضوعية
100	113	100	85	100	28	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (6. أ) أن موقع إيوان ليبيا الإخباري استخدم ما نسبته 70% من الصور في المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات، وذلك في 28 موضوع من موضوعات الانتخابات، بينما لم تستخدم الصور في 12 موضوع. وفي المقابل استخدمت صحيفة المرصد الصور في جميع الموضوعات، مما يعني اهتمام صحيفة المرصد بالصور أكثر من موقع إيوان ليبيا الإخباري.

الجدول رقم (6-ب)

أنواع الصور المستخدمة في المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات المنشورة في الموقع الإخباري
والصحيفة الإلكترونية محل الدراسة والتحليل

المجموع		صحيفة المرصد		موقع إيوان ليبيا		الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	استخدام الصور
89.1	98	100	70	70	28	توجد صور
10.9	12	صفر	صفر	30	12	لا توجد صور
100	110	100	70	100	40	المجموع

حسب التكرارات والنسب المئوية بالجدول رقم (6. ب) فإن موقع إيوان ليبيا الإخباري استخدم الصور الشخصية فقط في الموضوعات المتعلقة بالانتخابات بمعدل صورة واحدة في كل موضوع وعددها 28 من المادة الصحفية التي استخدمت الصور، بينما استخدمت صحيفة المرصد الإلكترونية الصور الشخصية والموضوعية في جميع الموضوعات بمعدل أكثر من صورة في بعض الموضوعات، حيث بلغت نسبة الصور الشخصية المستخدمة في المادة الصحفية 58.8%، والصور الموضوعية 41.2%.

ملاحظة :

لم تسجل فئتي الصور المتحركة (الفيديو) والرسوم، أي نسبة في المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات المنشورة في الموقع الإخباري والصحيفة الالكترونية محل الدراسة والتحليل.

نتائج الدراسة:

توصلت دراسة الباحث إلى عدد من النتائج وهي على النحو التالي:

- اعتماد موقع إيوان ليبيا الإخباري وصحيفة المرصد على الخبر الصحفي والتقارير الصحفي في تناول الموضوعات المتعلقة بالانتخابات، حيث لم تسجل أي نسبة لفنون التحرير الصحفي الأخرى.
- يعتمد موقع إيوان ليبيا الإخباري بنسبة كبيرة على المحرر في مصادر المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات، بينما تعتمد صحيفة المرصد بنسبة كبيرة على المسؤولين في مصادرها. لم يسجل الاتجاه المعارض للانتخابات أي نسبة في المادة الصحفية المنشورة في الموقع والصحيفة.
- اقتصرت وظيفة المادة الصحفية التي تناولت الموضوعات المتعلقة بالانتخابات في موقع إيوان ليبيا الإخباري وصحيفة المرصد على وظيفة الإخبار فقط، وإهمال وظيفة التوعية والتنقيف، على الرغم من أن الاتجاه المعارض للانتخابات لم يسجل أي نسبة في المادة الصحفية المنشورة في الموقع والصحيفة.
- اعتمدت المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات في صحيفة المرصد على الأسلوب العاطفي أكثر من الأسلوب الموضوعي.
- استخدمت المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات في صحيفة المرصد الالكترونية الصور الشخصية والموضوعية في جميع الموضوعات التي تناولتها.

التوصيات:

استرشادا بنتائج الدراسة يقدم الباحث التوصيات التالية:

- نظرا لأهمية الانتخابات في الفترة الراهنة وضرورة نشر الوعي الانتخابي؛ يوصي الباحث باستخدام الفنون الصحفية لنشر الوعي الانتخابي وعدم الاقتصار على الخبر

الصحفي والتقرير الصحفي فالمقال الصحفي والمقابلات الصحفية تساهم في نشر الوعي الانتخابي.

- الاعتماد على عدد من المصادر الرسمية وتنوعها مما يمنح ثقة المتلقي لما ينشر في المواقع الإخبارية والصحف الالكترونية.
- عدم اقتصار وظيفة المادة الصحفية على وظيفة الإخبار فقط، وإهمال وظيفة التوعية والتثقيف، فالتوعية والتثقيف تزيد من نشر الوعي الانتخابي.
- الاعتماد على الأسلوب الموضوعي في تناول موضوعات الانتخابات؛ لأن الأدلة والشواهد والبيانات والأمثلة الواقعية تمنح الثقة في ما تتناوله المادة الصحفية.
- توظيف الصور المتحركة (الفيديو) في المادة الصحفية لموضوعات الانتخابات باعتبارها من وسائل الإيضاح الفعالة التي تساهم في ترسيخ الأفكار وتسهل عملية الإقناع.

المراجع:

أولاً: الكتب العربية:

- 1- أحمد أوزي، منهجية البحث وتحليل المضمون، الطبعة الثانية (الدار البيضاء: مطبعة النجاح الجديدة، 2008).
- 2- أحمد عبد الله اللحج، مصطفى محمود أبوبكر، البحث العلمي - تعريفه - خطواته - مناهجه - المفاهيم الإحصائية (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2002).
- 3- جودت عزت عطوى، أساليب البحث العلمي - مفاهيمه - أدواته - طرقه الإحصائية، الطبعة الأولى (عمان/الأردن : دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009) ص 181.
- 4- المشهداني سعد سليمان، منهجية البحث العلمي، (عمان: دار أسامة، 2019م).
- 5- ذوقان عبيدات وعبد الرحمن عدس وكايد عبد الحق، البحث العلمي مفهومه أدواته قياسه، (عمان: دار مجدولاي للنشر والتوزيع، 1998م).
- 6- سمير محمد حسين، تحليل المضمون - تعريفاته - مفاهيمه - محدداته واستخداماته الأساسية، الطبعة الثانية (القاهرة: علم الكتب، 1996).
- 7- عاطف عدلي العبد، زكي أحمد زكي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1999).
- 8- عمرية إبراهيم، حتى نفهم البحث التربوي، (القاهرة: دار المعارف، 1981م).

- 9- عواطف عبد الرحمن، نادية سالم، ليلي عبد المجيد، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1983م).
- 10- فايز جمعة النجار، وآخرون، أساليب البحث العلمي- منظور تطبيقي، الطبعة الثانية (عمان: الأردن، دار حامد، 2013).
- 11- كامل فليفل، فتحي حمدان، مبادئ الإحصاء للمهن التجارية، الطبعة الثانية (عمان: الأردن، دار المناهج، 1995).
- 12- محمد الوفائي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، (القاهرة: مكتبة الإنجلو المصرية، 1989م).
- 13- منال هلال المزهرة، مناهج البحث الإعلامي، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2014م).
- 14- نسرين حسونة، تحليل المضمون مفهومه محدداته استخداماته، (الرياض: إصدارات شبكة الألوكة، 2014م).
- ثانيا: الكتب الأجنبية:

-Roger d. Wimmer, and Joseph R Dominick: **Mass media research: An introduction, third edition**, California: wads worth the publishing Company, 2000.