

إعلام مهني حر
www.LCFP.org.ly



LCFP

Libyan Center For Freedom of Press
المركز الليبي لحرية الصحافة

من يملك وسائل الإعلام في ليبيا؟



بدعم من



paving the way for good journalism



LCFP

Libyan Center For Freedom of Press
المركز الليبي لحرية الصحافة

إعداد:

أ. د. عابدين الدردير الشريف
أ. خالد خليفة الهنشيري
أ. علي عمر تنتوش

تحت إشراف:

المركز الليبي لحرية الصحافة
بالاشتراك مع مؤسسة IMS
م2019

تمهيد:

تُعدُّ الملكية والتمويل والشفافية لوسائل الإعلام في ليبيا شرطاً أساسياً لضمان حريتها والدفاع عن التنوع في الآراء، ومن شروط الديمقراطية أيضاً أن يكون الجمهور متمتعاً بالمعرفة من أجل الحصول على المعلومات، وشرط الحصول عليها يعتمد أساساً على وسائل الإعلام التي تراقب العملية السياسية بكافة جوانبها وتمكن الجمهور من اتخاذ كافة المواقف والقرارات لمواجهة التغييرات السياسية.

الإطار المنهجي للدراسة

□ **إشكالية البحث:** تم تحديد إشكالية البحث في التعرف على ملكية وتمويل وشفافية وتعددية وسائل الإعلام الليبية المختلفة، الخاصة منها فقط.

□ **أهمية الدراسة،** وتكمن أهمية هذه الدراسة في الآتي:

– يُعدُّ من بين أولى الدراسات العلمية المحلية الحديثة التي تتعرض لملكية وتمويل وشفافية وسائل الإعلام الليبية المختلفة الخاصة، وذلك على حد علم الباحث.

– من واقع تجربة الإعلام الليبي الخاص الجديدة مقروناً بالوضع السياسي بعد أحداث فبراير عام 2011 وانعكاسه على واقع الإعلام الخاص.

□ أهداف الدراسة:

1 محاولة الكشف عن الأوضاع السياسية وانعكاساتها على الإعلام الليبي أثناء فترة الدراسة ، والتعرف على العلاقة بين الأوضاع السياسية وطبيعة عمل وأداء وإدارة وسائل الإعلام الخاصة وسياساتها في ليبيا.

2 الكشف على الشفافية ونوع الملكية للوسائل الإعلامية الليبية الخاصة ، وتحديد مصادر تمويلها وقيمتها ، وكيف ترسم سياساتها التحريرية ، والاطلاع على الجوانب القانونية والمالية والاقتصادية التي تعمل بها هذه المؤسسات الخاصة؟

3 التعرف على أسماء ملاك الوسائل الإعلامية الليبية الخاصة؟ وهل نوع تمويل الوسيلة الإعلامية يحدد سياستها الإعلامية.

4 التعرف على أكثر الوسائل الإعلامية الليبية الخاصة التزاماً بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي حسب رأي الجمهور عينة البحث.

5 التعرف على أبرز القضايا التي توليها وسائل الإعلام الليبية الخاصة والمهتمة بالشأن الليبي ، والعمل على معالجة سليات المشهد الإعلامي الليبي الخاص.

6 التعريف بالمؤسسات الإعلامية الخاصة والمهتمة بالشأن الليبي سواء التي تبث وتعمل من داخل ليبيا أو من خارجها ، وذلك من أجل تعميم ثقافة الشفافية والإفصاح حول ملكية الإعلام الخاص بما يخوله إمكانية الاطلاع واحترامها لمبدأ الشفافية والتعددية وعدم تدخل أطراف مشبوهة سواء أكانت سياسية أو دينية أو مالية في صناعة الرأي العام المحلي وتشكيله والتأثير عليه.

7 إنشاء قاعدة للبيانات حول ملكية وسائل الإعلام الليبية الخاصة، ذات الصلة (الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون ووسائل الإعلام الالكترونية) وهي قاعدة بيانات متاحة للجمهور ويقع تحديثها بانتظام.

8 مناقشة القضايا المتصلة بالتنوع والشفافية والملكية في قطاع الإعلام الخاص بليبيا، والتي يمكن استخدامها من قبل منظمات المجتمع المدني في تحقيق الضغط على الحكومة لتعزيز التنوع كما تخول جهات الاختصاص والهيئات التنظيمية في المستقبل تحقيق فعالية أكبر في تنفيذ مهماتها.

9 تقييم المخاطر التي تتعرض لها تعددية وملكية وشفافية وسائل الإعلام الليبية الخاصة بسبب تركّز الملكية الإعلامية ، كما أن الغاية من هذه الدراسة هو فهم أفضل للخصائص الوطنية وتحديد العوامل التي تقلل أو تزيد من خطر التركز، ومراعاة السياق وتحليل نوعي مع تقييم خصائص السوق والإطار القانوني.

○ تساؤلات الدراسة، وتنقسم إلى نوعين حسب جمهور الدراسة وهي كالآتي:

أولاً: تساؤلات خاصة بملاك القنوات محل الدراسة.

ثانياً: تساؤلات خاصة بالجمهور المستهدف بالدراسة وهي على النحو الآتي:

- ماهي العلاقة بين الأوضاع السياسية وطبيعة عمل وأداء و ملكية وإدارة وتمويل وسائل الإعلام الخاصة وسياساتها في ليبيا ؟

- ما نوع الملكية للوسائل الإعلامية الليبية الخاصة في ليبيا؟

- ماهي مصادر تمويل الوسائل الإعلامية الليبية الخاصة؟ وهل توجد شفافية في الإفصاح عن مصادر وقيمة ونوع التمويل وأسماء ملاكها؟

- هل نوع تمويل الوسيلة الإعلامية الخاصة يحدد سياستها الإعلامية؟
- ما رأي الجمهور الليبي في التعددية الإعلامية؟
- هل أتاح التغيير السياسي في ليبيا حرية الوصول إلى المعلومة؟
- هل يرى الجمهور عينة البحث أن الشفافية في وسائل الإعلام شرط أساسي لضمان حريتها والدفاع عن الآراء وتعددتها؟
- ما هي أكثر الوسائل الإعلامية الليبية الخاصة التزاماً بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي حسب رأي الجمهور؟
- هل يعتقد جمهور عينة البحث أن هذه الوسائل الإعلامية الخاصة تهتم بمصلحة الوطن والمواطن يثق فيها الجمهور؟ وهل تسهم المواضيع والبرامج التي تتناولها هذه الوسائل في استقرار وأمن البلاد؟
- هل يعتقد الجمهور عينة البحث أن وسائل الإعلام الليبية الخاصة تحظى بمساحة من الحرية بعد الانقسام السياسي عام 2014؟
- ما هي أبرز القضايا التي يجب أن توليها وسائل الإعلام الليبية الخاصة والمهتمة بالشأن الليبي الاهتمام أولاً؟
- ما هي المؤسسات الإعلامية الليبية الخاصة سواء العاملة في ليبيا أو خارجها؟

التعريفات للمفاهيم والمصطلحات الواردة بالدراسة

يستخدم في هذا البحث عدة مفردات ومصطلحات ومفاهيم وللضرورات المنهجية يتحتم علينا وضع تعريفات لها وذلك على النحو التالي:

التعددية الإعلامية:

بما أن المشهد الإعلامي في ليبيا بعد 2011م أصبح مفتوحاً ومجاني ومتعدد الآراء والأفكار المتباينة ، والذي يعد أحد أوجه الديمقراطية الحديثة ومن هنا تأتي أهمية تعددية وسائل الإعلام وسياساتها التي تعد الأمر الحاسم في تشكيل الرأي العام والذي يقود بدوره إلى المشاركة السياسية ، ويقصد بالتعددية والتي تشير إلى التعددية الداخلية وإلى الكيفية التي ينعكس بها التنوع الاجتماعي والسياسي على المحتوى الإعلامي، وإلى التعددية الخارجية والتي تشير إلى عدد وهياكل المالكين المعروفين باسم تعددية الموردين وما شابه ذلك.

الملكية:

والتي تشير إلى التعددية في ملكية وسائل الإعلام في ليبيا والتحكم فيها وكذلك إلى وجود منافذ ووسائل إعلامية كافية تملكها وتسيطر عليها أطراف ليبية متعددة ومستقلة ومنها المجموعات الفاعلة والمتنوعة على مستوى الإنتاج الإعلامي وسوقه وتوزيعه (التنوع في المصادر والمنافذ والموردين).

تمركز الوسائل الإعلامية:

من المعروف أن تمركز الوسائل الإعلامية تؤدي بالضرورة لمخاطر محتملة تهدد التنوع في الإنتاج الإعلامي وكذلك الملكية المشتركة والمساهمة والآراء والأفكار والأذواق.

تمركز الملكية:

تعريف التمركز في هذه البحث يشير إلى المنظمات التي تشارك في إنتاج وإدارة الإعلام وكذلك الملكية المشتركة، فكلما زاد عدد الموردين المتنوعين كلما كان الوضع أفضل من حيث التعددية وكلما أصبح الموردين الفرادى أكثر قوة كلما زاد التهديد المحتمل للتعددية الإعلامية.

الشفافية:

الشفافية ارتباط القول بالفعل وهي الصدق في الحياة والصدق يعني قيمة وليس شعاراً وهي قيمة موجودة ويجب أن تركز في الحياة ، كما أنها مبدأ تنموي استثماري واقتصادي مهم يعني ضرورة الإعلان والإعلام عن الأنشطة والبرامج التي تنفذها المنظمة، وكذلك الأمر بالنسبة للدول .

منهجية الدراسة

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية والتي تختص بدراسة الحقائق المتعلقة بالظواهر والأحداث القائمة من خلال جمع البيانات والمعلومات حولها والقيام بتحليلها بشكل علمي بهدف الوصول إلى نتائج حول الظواهر المدروسة ، فقد استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي لواقع الإعلام الليبي الخاص مقرّوناً بالوضع السياسي بعد أحداث فبراير عام 2011م وانعكاسه على الإعلام الليبي أثناء فترة الدراسة، محددين في ذلك العلاقة بين الأوضاع السياسية وطبيعة عمل وأداء وملكية وإدارة وسائل الإعلام الليبية الخاصة ومصادر تمويلها وشفافية الإفصاح عن مصادر وقيمة ونوع التمويل وسياساتها في ليبيا.

مجتمع الدراسة وعينها

تم تحديد مجتمع الدراسة في وسائل الإعلام الليبية المختلفة الخاصة، ممثلة في الإعلام "الورقي والمسموع والمرئي والالكتروني"، من حيث النوع والتمويل والملكية والتعددية وتكون مجتمع البحث من جمهوريين:

الأول، ويتمثل في القنوات الإعلامية المختلفة الخاصة وملاكها ومسيّريها، وتم اختيارها وفقاً للشروط الآتية:

- حسب نوع الملكية أي وسائل إعلامية خاصة.
- حسب فاعليتها وتأثيرها في الرأي العام الليبي، وذلك وفقاً لنتائج بحوث ودراسات سابقة من بينها دراسات وتقارير أجراها المركز الليبي لحرية الصحافة عن الإعلام الليبي بصفة عامة.
- حسب الوسائل الإعلامية التي تحظى بالانتشار والأكثر متابعة.
- الحرص على أن تكون هذه الوسائل الإعلامية الخاصة المختلفة موزعة على كافة أنحاء ليبيا، وقد تم اختيارها لتكون عينة تمثل كافة مناطق ليبيا ولم يقتصر البحث على إقليم أو مدينة أو منطقة محددة، لتكون نتائج الدراسة شاملة وأكثر موضوعية.
- حسب الوسائل التي تبث البرامج والنشرات الإخبارية والتي بإمكانها خلق وصناعة وتوجيه الرأي داخل المجتمع الليبي .

وقد أرسلت خطابات رسمية لملاك ومسيّري وسائل الإعلام المستهدفة بالدراسة على بريدهم الإلكتروني الخاص، من قبل المركز الليبي لحرية الصحافة، باعتباره المشرف على هذه الدراسة وقد تم اختيار الوسائل الإعلامية التالية:

القنوات التلفزيونية: قناة التناصح، قناة النبأ - قبل أن تغلق أو يعلق بثها - قناة الحدث، قناة ليبيا 24، قناة بانوراما، قناة ليبيا روحها الوطن، قناة ليبيا لكل الأحرار، قناة الوطن، قناتي 218 تي في و نيوز، قناة الجماهيرية. وتم اختيارها لأنها الأكثر متابعة والأكثر تأثيراً على الجمهور الليبي حسب بعض الدراسات التي أجريت بالخصوص ومنها دراسات المركز الليبي لحرية الصحافة.

القنوات الإذاعية "المسموعة":

رنوة، الوسط، راديو غرب طرابلس، راديو مصراتة، راديو فزان، راديو رمضان سبها. وهي قنوات إذاعية خاصة وبرامجها متنوعة وتتضمن محتوى نشرات أخبار تهتم بالشأن السياسي الليبي.

وكالات الأنباء:

وكالة أنباء الغيمة ووكالة الصحافة الليبية.

المحف والمواقع الإلكترونية:

Online، الكل، عين ليبيا، المرصد، المتوسط، الوسط، بوابة أفريقيا، الخبر، ليبيا الآن، ليبيا أبزورفر، ليبيا هيرالد.

الثاني، يتمثل في جمهور المستمعين والمتابعين والقراء لهذه الوسائل الإعلامية محل الدراسة ، وقد تم اختياره وفقاً للأسلوب العشوائي واعتبار عامل السن والجنس - أي من عمر (18) إلى ما فوق الـ (50) سنة لأن هذه الفئة العمرية تمثل السن القانونية والمستويات العلمية والمعرفية المختلفة التي يمكن لها أن تعبر عن مواقفها تجاه القضايا المطروحة في هذه الوسائل المدروسة ، وتم اختيار عينات عشوائية منه عبر الاستبيان المُعد والذي أرسل إلكترونياً عبر الانترنت قد بلغ عدد الاستمارات التي تم تعبئتها إلكترونياً من قبل الجمهور بـ (630) استمارة وظل الاستبيان لأكثر لمدة (20) يوماً ، وذلك من خلال نشره على الشبكة الدولية للمعلومات عبر نظام "جوجل درايف" بنظام التمويل ليشمل كل مناطق ليبيا دون استثناء.

أدوات الدراسة

تعدُّ عمليّة جمع البيانات والمعلومات والعمل الميداني عنصراً أساسياً في اختبار المنهجية وقابلية تطبيق المؤشرات بصفة عامة، وفي هذا البحث تم الاعتماد كذلك على تصميم مرصد (MOM) كأداة لبناء قاعدة معلومات للجمهور ومحدثة باستمرار تشمل قائمة بمالكي وسائل الإعلام في ليبيا ذات الصلة بالصحف المحلية والإقليمية وقطاعات الإذاعة والتلفزيون والوسائل التواصلية الاجتماعية عبر الانترنت الخاصة، والأدوات هي:

الاستبيان:

أستخدم في هذا البحث الميداني استمارة الاستبيان التي تعتبر أداة من أدوات جمع البيانات، وتعتمد أساساً على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة تصاغ وفق عدة متغيرات، ويقسم إلى عدة أنواع تحت تسميات مختلفة حسب نوع الدراسة وكيفية إعداد الأسئلة. () وحدد نوعان من الاستبيان الأول للجمهور الليبي بصفة عامة (جمهور متابعي الوسائل المدروسة أما الاستبيان الثاني يخص الوسائل الإعلامية وملاكها ومسيريها هذه الخاصة. واحتوى الاستبيان الثاني على تساؤلات تستهدف الحصول على بيانات ومعلومات عامة عن المؤسسات الإعلامية الخاصة المستهدفة بالدراسة).

حدود الدراسة

ا وقُسمت كما يلي:

الحدود الزمنية للدراسة:

انطلقت هذه الدراسة الفترة الممتدة من ديسمبر 2018 إلى شهر فبراير 2019 وشملت كل وسائل الإعلام الليبية الخاصة والمهتمة بالشأن الليبي التي ظهرت بعد عام 2011، وقد ذكرناها سابقاً.

الحدود المكانية للدراسة:

شملت هذه الدراسة كل مناطق ليبيا دون استثناء، وقد تم الاعتماد في ذلك على توزيع الاستبيان إلكترونياً على جمهور الدراسة بنوعيه (الملاك والجمهور المتابع لهذه الوسائل).

الحدود البشرية للدراسة:

وتكونت من نوعين وهم ملاك ومسيري وسائل الإعلام الخاصة الليبية محل الدراسة، عبر استهدافهم باستمارة الاستبيان خلال الفترة الممتدة من 24 ديسمبر 2018 إلى 24 يناير 2019م، ثم جمهور متابعي هذه الوسائل الإعلامية في الفترة من 20 ديسمبر 2018 إلى 10 يناير 2019م.

كيف تم جمع البيانات؟

لقد فضلنا الاعتماد على المصادر الرسمية للبيانات، و/ أو مصادر ذات مستوى عال من الجدوى والثقة وعندما كانت هذه البيانات غير متوفرة، قمنا بعملية استباقية واتصلنا بالشركات والنشطاء بالقطاع الخاص، لمنحهم الفرصة لتقديم بيانات صحيحة وقد استخدمنا بالأساس البيانات التالية:

- البيانات المقدمة من قبل المؤسسات الإعلامية الخاصة.
- البيانات المتوفرة بالهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق.
- بيانات مأخوذة من الإدارة العامة للرقابة على المطبوعات والمصنفات الفنية بالهيئة العامة للثقافة وبعض مرافق الدولة ذات العلاقة.
- بيانات الدراسة حول استخدام وسائل الإعلام في ليبيا من رسائل ماجستير وأطروحات للدكتوراه في الإعلام ولها علاقة بالإعلام الليبي في الجامعات والأكاديميات الليبية وخارجها وكذلك ما نشر منه في الدوريات العلمية المحكمة.
- كذلك تشاور فريق العمل مع المركز الوطني لحرية الصحافة الراعي الرسمي لهذه الدراسة ، وقام الخبراء والممثلون عن وسائل الإعلام العامة والخاصة المختلفة بتقاسم خبراتهم لدعم البحث من خلال عدة ورش عمل عقدها المركز داخل وخارج ليبيا من أجل ضمان الجدوى بشأن التحليل والنتائج ومن ثمة اتخاذ القرارات بشأن الدراسة وتطويرها.
- بالإضافة إلى عدد من الممثلين عن وسائل الإعلام الخاصة الذين استجابوا لطلبنا وقاموا بتعبئة الاستبيان الخاص بهم مع تبادل الخبرات معه

¹(1)- عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل العلمية، ط (2) دار كتابات بيروت ، 1999م ، ص (116).

كيف تم اختيار وسائل الإعلام؟

كان ينبغي اختيار كل الوسائل الإعلامية الخاصة من خلال قوائمها ، وكذلك نسبة المشاهدة إلا أن الحصول على نسب موثوق فيها يطرح العديد من الإشكاليات في ليبيا ومع ذلك، فقد اضطر الفريق إلى اختيار 30 وسيلة إعلامية بناء على هذه النسب وتم استخدام مصادر مختلفة لكل نوع من أنواع وسائل الإعلام الخاصة و ذلك حسب توفرها ومن أجل تنويع المصادر. كما تم تحديث قائمة تتكون أكثر من 30 وسيلة إعلامية خاصة حسب توفير البيانات الموثوق فيها بالفعل.

القنوات التلفزيونية

اعتمد اختيارنا للقنوات الفضائية وللقنوات الإذاعية الليبية الخاصة على بعض البحوث والدراسات التي أجريت بمعرفة المركز الوطني لحرية الصحافة أو أجريت من قبل الأكاديميات والجامعات الليبية والعربية عن ذات الموضوع ، وقد تم اختيار هذه القنوات مع الأخذ بعين الاعتبار أن تكون مهتمة بالشأن الليبي وتعمل على الصعيد الوطني وليس لديها تضارب في المصالح ، وحيث أن كل القنوات الفضائية والمحطات الإذاعية المسموعة تحديداً تبث في مناطق معينة فقط وأن جمهور المستمعين يختلف بشكل كبير باختلاف هذه المناطق، فقد كان من الضروري إجراء دراسة تشمل كامل التراب الليبي.

الصحافة المكتوبة

تم اختيار الصحف المكتوبة على الأسس التالية:

- دورية النشر، إذ تم اختيار الصحف فقط مع التركيز على الأحداث الجارية.
- أحدث النسب المتاحة للقراء. النسب الوحيدة التي تمكن الفريق من الحصول عليها من البحوث والدراسات والرسائل العلمية التي لها علاقة بموضوع الدراسة.
- لاحظ الفريق غياب أرقام موثوق فيها بشأن نسخ الصحف وبيعها، فعلى الرغم من وجود التزام قانوني لنشر عدد النسخ، فإن الصحف لا تقوم بنشرها. إذ لا توجد أي منظمة أو مؤسسة صحفية خاصة تملك أرقاماً دقيقة بشأن نسخ الصحف و بيعها، فمؤسسات استطلاعات الرأي تقوم فقط بدراسات حول عدد القراء وهي دراسات تعتمد على البيانات الصادرة عن السكان.

الصحافة الإلكترونية

تم اختيار المواقع الإلكترونية حسب المعايير التالية: نظراً لغياب أرقام القراءة والمتابعة للمواقع الإلكترونية الليبي اقترح أن يكون موقعاً الكترونياً خاصاً بالأخبار الليبية بامتياز، لذلك، تم استبعاد المواقع الإلكترونية الترفيهية، و المواقع الإلكترونية الحكومية الخ.

ماهي وسائل الإعلام الخاصة الأكثر أهمية؟

السؤال الرئيسي المطروح هنا هو: ما هي وسائل الإعلام التي تؤثر في عملية تشكيل الرأي العام؟ وقد جمعنا كل أنواع وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة المكتوبة والإذاعة والقنوات الفضائية والصحافة الإلكترونية الخاصة، وقد تم اختيار وسائل الإعلام الليبية الخاصة حسب المعايير التالية:

▣ تركز الدراسة على ملكية وسائل الإعلام وعلى وسائل الإعلام الحائزة على أكبر نسبة متابعة حسب نسبة المشاهدة /القراء. وقد تم اختيار 30 وسيلة إعلامية خاصة تضم كل المستويات (الصحافة المكتوبة والإذاعات المسموعة FM والقنوات الفضائية والصحافة الإلكترونية).

▣ تركز الدراسة بالنسبة للأخبار والرأي على وسائل الإعلام الخاصة التي تتابع الأحداث الجارية والمعلومات العامة على المستوى الوطني الليبي.

▣ القائمة التي تم اختيارها على أساس هذه الشروط، ضمت في البداية 10 وسيلة إعلامية حسب نوع الوسيلة (تلفزيون، صحافة مكتوبة، صحافة إلكترونية، إذاعة). ويمكن تسليط الضوء على وسائل الإعلام الخاصة الأكثر أهمية من معرفة التوجهات في مجال تركّز وسائل الإعلام. وستتم إضافة وسائل إعلام أخرى إذا كانت مهمة، من ناحية المالكين أو تأثيرهم على الرأي العام

أساليب التحليل:

تبحث هذه الدراسة في مسألة شفافية وملكية وتعددية وسائل الإعلام الليبية الخاصة سواء العاملة بالداخل الليبي أو خارجه، وبكل أنواعها المسموعة والمرئية والمقروعة والاليكترونية والتي بدأت في العمل الإعلامي بعد عام 2011م. بناء على ما سبق فإن منهجية التحليل وأساليبه في هذه الدراسة اعتمدت على الآتي:

- التعرف على مدى احترام مؤسسات الإعلام الليبي الخاص لقواعد ومبادئ الملكية والشفافية والتعددية وذلك بسبب الصيغة التجارية الغالبة على هذه المؤسسات وسرعة تعرضها للاستقطاب والخضوع للسيطرة لمجموعات الضغط الداخلية والخارجية السياسية والاقتصادية والمالية والحزبية والعسكرية...الخ.

- الاعتماد على التحليل الوثائقي من خلال جمع البيانات والمعلومات المتاحة والتي تستند إلى مصادر مختلفة بما فيها المصادر الحكومية إن وجدت وهي معطيات نادر ما يسعى الصحفيون الاطلاع عليها.

- التعرض للقوانين واللوائح والقرارات الإعلامية الليبية وذلك لضمان شفافية الوسائل الإعلامية الخاصة مثل التعرض لقانون المطبوعات رقم 76 لسنة 1972م.

- الاعتماد على المعلومات والبيانات المنشورة عن المؤسسات الإعلامية الليبية الخاصة وبشكل إرادي من قبلها في مواقعها الخاصة على الشبكة الدولية للمعلومات ووضعها في ذمة العموم.

- الاعتماد وبحدز شديد على ما يكتب عن هذه المؤسسات الإعلامية الليبية الخاصة في المواقع الاليكترونية الأخرى.

- الاستناد إلى عدد من البحوث والدراسات الإعلامية والرسائل والأطروحات العلمية والكتب والتقارير التي أعدت عن الإعلام الليبي بصفة عامة وعن الإعلام الخاص بصفة خاصة وهذه البحوث والدراسات أعد بعضها من قبل المركز الليبي لحرية الصحافة والبعض الآخر من قبل كليات وأقسام الإعلام بالجامعات والأكاديميات الليبية وكذلك بعضها نشر في الدوريات المحلية والعربية والدولية وأية جهات أخرى مهتمة بالإعلام.

- كذلك جاء صياغة الإطار التحليلي والمنهجي لهذه الدراسة بالاعتماد على دليل المستخدم لمرصد ملكية وسائل الإعلام 2018م MOM وعلى معايير وشروطه.

- كما تم الأخذ بعين الاعتبار المبادئ الواردة في التوصيات العشر المتعلقة بشفافية ملكية وتعددية وسائل الإعلام التي قدمتها منظمة Access Info كذلك مؤشر وسائل الإعلام والاتصال الذي وضعته الأمم المتحدة من خلال منظمة التربية والعلوم والثقافة (اليونيسكو).

ما هي نقائص هذه الدراسة؟

1 لا توجد أرقام عن نسبة المشاهدة يمكن الاعتماد عليها: فنسب المشاهدة المتاحة هي محل اعتراض العديد من الأطراف). لهذا، تم استخدام هذه الأرقام فقط لاختيار 30 وسيلة إعلامية.

2 إن غياب البيانات التي يمكن الاعتماد عليها تشكل خطراً على ضمان سوق إعلامية متنوعة المعالم.

3 لا توجد بيانات اقتصادية: لا توجد أرقام دقيقة في السوق الاقتصادية في مجال الإعلام الليبي. فعدد قليل فقط من وسائل الإعلام الليبية الخاصة أعلن عن المعطيات المالية الخاصة بها والتي تم نشرها على صفحاتهم الإلكترونية. أما فيما يتعلق بالبيانات الخاصة بالإعلانات فهي متأتية لحد ما من بعض مؤسسات استطلاعات الرأي أو المتاح عبر الرسائل العلمية ولكن يبدو أنه مبالغ في بعضها.

4 تضارب البيانات: إنه لمن الصعب الحصول على بيانات دقيقة عن عدد وسائل الإعلام الخاصة الموجودة في ليبيا، فالمصادر المختلفة ليست متناغمة مع بعضها البعض.

5 بيانات غير محدثة: من المستحيل معرفة ما إذا كانت البيانات الموجودة بالسجل التجاري حديثة أم لا، إذ أن إدارة السجل التجاري غير قادرة على متابعة جميع الشركات الإعلامية الخاصة للتأكد من أنها قد أبلغت عن أي تغييرات. ثم إن المحاكم لا تنقل جميع الوثائق إلى السجل التجاري، حتى وإن كانوا مضطرين للقيام بذلك.

الدراسات والأدبيات السابقة لموضوع البحث:

لقد تم رصد عدد من الدراسات السابقة التي شكلت قاعدة معرفية لإنجاز هذه الدراسة ، وهي عبارة عن أطروحات دكتوراه ورسائل ماجستير وبعوث وتقارير أخرى تناولت الإعلام الليبي وقد قسمت على النحو الآتي:

- ◻ مجال الإذاعة والتلفزيون
- ◻ مجال الإنترنت (مواقع التواصل الاجتماعي)
- ◻ مجال الإعلام بشكل عام

الإطار المعرفي للبحث:

تمهيد: إن العلاقة بين السياسة والإعلام ليست ذات اتجاه واحد، بل هي علاقة متغيرة ترتبط بالتحويلات والتغيرات التي تحدث في السياسة والإعلام وفي الجوانب المختلفة للحياة في المجتمعات الإنسانية بشكل عام ، فأني تحول يقع في المجال السياسي لا بد أن يكون له أثره في المجال الإعلامي، وبالمثل تؤثر المتغيرات الإعلامية على السياسة العامة بمستوياتها ومجالاتها المختلفة وهو ما يدفع الدول والحكومات لفرض أنواعاً من درجات التحكم في تسيير وسائل الإعلام، وهذا يعني إن التغيير السياسي أصعب من التغيير الإعلامي وإن الإعلام دوماً يتبع السياسة وليبدا من بين الدول التي مرت بمراحل اختلفت فيها أنظمة الحكم ، وبالتالي ينعكس ذلك التغيير مباشرة على واقع الإعلام الليبي بمختلف مراحله .

السياق الاجتماعي (المجتمعي)

تركيبية المجتمع الليبي قائمة على أساس القبيلة، فهي مظلة اجتماعية يتعايش تحتها أبنائها، وهي المسئولة "عرفياً" على توفير الحماية والأمان لأفرادها وفرص العيش الكريم، ولشيوخ القبيلة سلطة أدبية على أفرادها يرضون بحكمه ويأتمرن بأمره (2).

(2) - (القبيلة وطبيعتها في ليبيا مؤتمر قبائل يكبل العام(بكيل نت)،نقلا عن شبكة الانترنت بتاريخ 13مارس 2011 الموقع U U.p2 http://www.bakeel.net



السياق السياسي من 1952 إلى 1969م

أعلن رسمياً استقلال ليبيا في 24/12/1951م. هذا الإعلان أنهى عهد الاحتلال الإيطالي لكنه لم يمنح ليبيا القوة اللازمة للظهور كدولة قوية، وذلك بسبب المشاكل الاقتصادية والسياسية التي عصفت بالدولة الجديدة في ذلك الوقت والتي كان من أبرزها مشكلة انتقال الولاة في المملكة وندرة الموارد الاقتصادية واعتمادها على الري والزراعة الذي أتسم بشح الموارد وذلك قبل اكتشاف النفط⁽³⁾ والنظام السياسي الذي ساد ليبيا قبل 1/9/1969م يعتبر نظاماً اجتماعياً قائماً على أساس ليبرالي، يعتمد فلسفة المبادرة الفردية⁽⁴⁾. وتأسست ليبيا الحديثة عام 1951م تحت اسم المملكة الليبية المتحدة وكانت تشمل على ثلاثة ولايات هي: برقة وطرابلس وفزان، وقد تم تنصيب "السيد محمد إدريس السنوسي" ملكاً على ليبيا تحت اسم الملك إدريس الأول، وبصفة عامة النظام الملكي لم يسمح بقيام أو تكوين أي تنظيمات أو كتلات أو أحزاب سياسية. ويمكن تقسيم هذه الفترة من الحكم في ليبيا إلى الآتي:

1 ليبيا الاتحادية

- السلطة التنفيذية
- السلطة التشريعية
- السلطة القضائية

2 ليبيا الموحدة

⁽³⁾ هنري حبيب، ليبيا بين الماضي والحاضر، طرابلس: منشورات المنشأة الشعبية للنشر والتوزيع و إعلان، 1981، ص 56

⁽⁴⁾ عياد طاهر بن إسماعيل، علاقة النظام السياسي بالنظام الإداري في ليبيا (1969-2000) ط 2 طرابلس، منشورات المركز العالمي لدراسات وأبحاث الكتاب الأخضر، طرابلس ليبيا 2007 ص 82.

السياق التاريخي للإعلام في ليبيا



نشأة الصحافة في ليبيا والتغيرات المرئية- (سياسياً، قانونياً)

تُعدُّ ليبيا رابع بلد عربي عرف الصحافة من حيث تسلسل تاريخ انطلاق أول صحيفة ولكن ما يميزها إنها البلاد الوحيدة التي بدأت فيها مهنة الصحافة بثقافة أهل البلاد أنفسهم دون دعم معرفي من خارج حدوده ، كما هو الحال في بعض الدول الأخرى التي سبقت ليبيا في نشأة الصحافة إلى حد كبير جداً. فمثلاً الصحافة في ليبيا وإن نشأت في **كنف الإدارة العثمانية** ممثلة في صدور صحيفة طرابلس الغرب سنة 1866م من ورقتين الأولى باللغة التركية والثانية باللغة العربية، انطلقت بأقلام ليبية صرفة منذ أعدادها الأولى بعكس بدايات الصحافة في بعض دول الجوار التي كان لدول الاستعمار الأجنبي الفضل الأول والأخير في نشأتها لغرض تمكين الاستعمار في أراضيها. وكان خطاب الصحافة في ليبيا واهتماماتها في ذلك العهد مركزاً على الأوضاع السياسية والاقتصادية والتعليمية والثقافية والأدبية بالبلد ولا يمكننا أن ننسى تأثير الأوضاع السياسية على الصحف الرسمية والأهلية الخاصة الليبية وعوامل ازدهارها وتطورها وتنوع خطابها وتأثيره في المجتمع الليبي آنذاك ودوره في قيادته إلى التمدن والرقى، وكذلك أسباب نكستها وتأخرها بعد ازدهارها. "وصدرت في هذه الفترة من 1827 إلى 1911م العشرات من الصحف والمجلات المختلفة التوجهات. بلغ عددها (18)" وقبل الغزو الإيطالي في الفترة من 1909 إلى 1911م صدرت 4 صحف أخرى باللغة الإيطالية،(5)

(5) أحمد محمد عاشور أكس، مدخل إلى إعلام عربي ليبي، دار الفرجاني، طرابلس ليبيا 1975م ص 140 و 150

ثمّ جاءت **مرحلة الاستعمار الإيطالي** 1911م فتوقفت كافة الصحف، وحلت محلها مجموعة من صحف الاستعمار الإيطالي إلى عام 1919م وصدرت مجموعة منها: (اللواء الطرابلسي، الرقيب، الوطن، البلاغ)، وبعد قرابة ثلاث سنوات انتكست الأوضاع في البلاد، أثر تولي الحزب الفاشستي الحكم في إيطاليا عام 1922م. (6)، وكذلك أسباب نكستها وتأخرها بعد ازدهارها. "وصدرت في هذه الفترة من 1911 إلى 1942م العشرات من الصحف والمجلات باللغة العربية المختلفة التوجهات. بلغ عددها (20) وكذلك صدرت مجموعة أخرى من الصحف والمجلات باللغة الإيطالية و بلغ عددها (36) (7).

وشهدت الصحافة الليبية حالات من الانتعاش والازدهار في **مرحلة الانتداب الانجليزي** على ليبيا من فبراير 1943م إلى نوفمبر 1949م إلا أن ذلك الرواج والانتعاش ظلّ محدوداً بحكم سياسات الانتداب والاتفاقيات المؤقتة المبرمة بين الليبيين والبريطانيين والتي تقتضي مراعاة ظروف المرحلة، وخصوصية الوضع الذي تمر به البلاد. وصدرت في هذه الفترة من 1943 إلى 1951م العشرات من الصحف والمجلات باللغة العربية المختلفة التوجهات. بلغ عددها (25) وكذلك صدرت مجموعة أخرى من الصحف والمجلات باللغة الإيطالية وبلغ عددها (36) وصحف أخرى بلغ عددها 4 صحف صدرت بلغات أجنبية (8).

وفي **فترة الحكم الملكي** أصدر أول قانون للصحافة والمطبوعات عام 1959 والذي نص على أن الصحافة حرة ولكل شخص الحق في حرية التعبير عن رأيه وفي الإذاعة الآراء والأخبار بمختلف الوسائل. وأعطى قانون عام 1959 الحق لكل مواطن أو أجنبي مقيم في ليبيا الحق في إصدار صحيفة أو مجلة أو إنشاء إذاعة، ولم يضع القانون على أي شروط تلزم صاحب الصحيفة بأن يتبع سياسات الحكومة وتوجيهات السلطة استقرت الصحافة الليبية، إلى حد كبير، طوال 18 عاماً من حكم الملك إدريس السنوسي من 24 ديسمبر 1951م إلى 31 أغسطس 1969م وكانت هناك نوعان من الصحافة حكومية وأهلية. وصدرت في هذه الفترة العشرات من الصحف و المجلات الحكومية والخاصة المختلفة التوجهات والسياسات. بلغ عددها (19) في الفترة من 1951 إلى 1969م بلغات مختلفة وفي الفترة من 1952 إلى 31 أغسطس 1969م صدرت مجموعة من الصحف والمجلات بلغ عددها (64). (9)

بعد سبتمبر 1969م تم اتخاذ جملة من الخطوات، والإعلان عن عدد من السياسات، وإصدار العديد من القرارات والتشريعات الإعلامية وأبرزها قانون المطبوعات والنشر رقم 76 لسنة 1972م (10)، التي أدت في النهاية إلى إغلاق كافة الصحف والمجلات الخاصة وبعض العامة التي كانت تصدر في شتى مناطق البلاد خلال العهد الملكي وكانت أكثر من 35 صحيفة ومجلة يومية وأسبوعية وتأميم الصحافة فيها (11).

6) محمود محمّد الناكوع - مقالة: (الصحافة الأدبية في ليبيا.. تاريخ حافل من النجاح والإخفاق) - صحيفة (القدس) اللندنية الصادرة بتاريخ 29 يونيو/ حزيران 2006م.

7) أحمد محمد عاشور أكس، مدخل إلى إعلام عربي ليبي، مرجع سابق، ص 142 و 150 و 152.

8) نفس المرجع السابق، 144 و 154

9) نفس المرجع السابق ص 148 و 154

10) عابدين الدردير الشريف، الجذور التاريخية للرقابة على المطبوعات في ليبيا 1864-1972م، منشورات شركة الخبراء المتميزون للخدمات الإعلامية، طرابلس - ليبيا 2016م.

11) المهدي يوسف كاجيجي - مقالة: (هون.. والهوني) - صحيفة (العرب) اللندنية الصادرة يوم 18 أبريل/ نيسان 2008م.

وبعد إلغاء الصحف الخاصة عام 1972م واعتقال عدد من الصحفيين بتهمة إفساد الرأي العام، وبعد تجريم حرية الرأي والفكر تحت ما يسمى بقانون (تجريم الحزبية)، ومنذ دخول الصحافة بليبيا في نفق مظلم رهيب إثر إعلان قيام (سلطة الشعب) في 2 مارس 1977م تحوّل (العامل الصحفي) إلى مطبوعات وبعد إنشاء المؤسسة العامة للصحافة في يونيو 1972م لتكون بديلاً عن الصحف الخاصة. وهي التجربة، التي لم تستمر هي الأخرى طويلاً إذ جرى حلها إثر إعلان قيام سلطة الشعب في 2 مارس 1977م لتبدأ مرحلة أخرى في تاريخ الصحافة الليبية، وهي مرحلة صحافة النقابات والروابط والاتحادات المهنية. وهي، صحف تراوحت ما بين الأسبوعية والنصف شهرية إضافة إلى الصحف الثورية التعبوية الأسبوعية التي صدرت عن مكتب الاتصال باللجان الثورية وأستمر هذا الوضع منذ ذلك التاريخ حتى عام 1993م حيث عادت المؤسسة العامة للصحافة للظهور⁽¹²⁾. ففي الفترة من 1969 إلى 1971م صدرت مجموعة من الصحف والمجلات بلغ عددها (20) مطبوعة،⁽¹³⁾ وخلال الفترة من 1978 إلى 2007م صدرت مجموعة الصحف والمجلات الحكومية و المهنية والنقابية والعلمية المتخصصة بلغ عددها (365) مطبوعة وكانت تصدر عن المؤسسات والشركات العامة تجذر الملاحظة أنه لا مكان للصحافة الخاصة في تلك الفترة وفي عام 2007م صدرت عن مؤسسة ألقذافي للتنمية التي يرأسها سيف الإسلام ألقذافي صحيفتي: قورينا في بنغازي وأويا في طرابلس⁽¹⁴⁾ ودخلت ليبيا مرحلة جديدة بعد فبراير عام 2011م، بما في ذلك الصحف المحلية "الرسمية" أي الصادرة عن "هيئة دعم وتشجيع الصحافة" التي كانت قبل أحداث عام 2011م تعرف بالهيئة العامة للصحافة، وكانت من أهم إصداراتها صحيفة "فبراير" وصدرت أكثر من 470 صحيفة حتى بداية عام 2012م، وبحسب تقرير غير منشور لهيئة دعم وتشجيع الصحافة اتسمت تلك الصحف والمجلات بعدم ثبات وعدم انتظام الصدور.⁽¹⁵⁾ إلى أن توقفت كل الصحف الورقية الخاصة في ليبيا عن الصدور بشكل كامل بعد حالة الانقسام السياسي الذي حدث في ليبيا بعد عام 2014م، غير أن بعض الصحف الورقية الخاصة أو الحزبية لاتزال تصدر بنسخ ورقية لأنها تمول من خارج الخزينة العامة للدولة التي انقسمت بشكل واضح بعد الانتخابات البرلمانية التي جرت عام 2014م لتتحول البلاد إلى حالة صراع مسلح بين طرفين-المؤتمر الوطني العام، والبرلمان المنتخب والذي اتخذ من مدينة طبرق في الشرق الليبي مقراً له لتصبح بذلك كافة وسائل الإعلام الليبية في حالة تخبط انعكس ذلك أيضاً على خطابها الإعلامي بشكل مباشر⁽¹⁶⁾، وشهدت البلاد انتشار كبير لوسائل الإعلام المختلفة الخاصة وذات التوجهات المتباينة. إلا أنه تظل هذه الحرية منقوصة كونها الانفتاح انحصر ضمن حدود "ثورة 17 فبراير" فقط ولم يسمح بالحرية الكاملة، لكن سرعان ما انتهت هذه الطفرة وشهدت البلاد انتهاكات جسيمة ضد الإعلام بسبب الأزمة السياسية والصراع المستمر علي الحكم وعلى سبيل المثال لا الحصر رصد المركز الليبي لحرية الصحافة مقتل حوالي (25) صحفي وحوالي (83) صحفي في حالة هجرة نزوح منذ سنة (2014)⁽¹⁷⁾.

(12) عابدين الدردير الشريف نماذج من الصحافة الليبية 1969 1977- بين النقد والتوثيق، منشورات جامعة قارونس ، بنغازي ليبيا 1997م.

(13) أحمد محمد عاشور أكس، مدخل إلى إعلام عربي ليبي، دار الفرجاني، طرابلس ليبيا 1975م ص 149

(14) عابدين الدردير الشريف، المشهد الصحفي في ليبيا 1978 2007- دراسة توثيقية نقدية، منشورات المؤسسة العامة للثقافة، طرابلس ليبيا، 2008م ص 770.

(15) عادل المبروك المزوغني ، مستقبل وسائل الإعلام الليبية في ضوء التحديات الأمنية والتحولت السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الإعلام قسم الصحافة، 2016/2017، ص(160).

(16) نفس المرجع السابق

(17) حرية-الصحافة-و-مراسلون-يطلقون-صفارة-إنذار /التقرير السنوي للمركز الليبي لحرية الصحافة - <https://lcfp.org.ly/>

الإذاعة المسموعة في ليبيا



انطلق بث أول إذاعة وطنية ليبية في 15 يوليو 1957م وأعلن من خلال أثيرها هنا إذاعة المملكة الليبية المتحدة أو هنا دار الإذاعة الليبية وصارت مصلحة حكومية تابعة لوزارة المواصلات قبل أن تنتقل تبعيتها إلى وزارة الأنباء والإرشاد عام 1960م. (18) واستمرت الإذاعات من نواحي الإدارة والإشراف والملكية يشكل حكومي مباشر خلال العهد الملكي والجمهوري والجماهيري، وبعد فبراير 2011م ظهرت العديد من القنوات الإذاعية المسموعة والفضائية الخاصة داخل ليبيا وخارجها.

التلفزيون في ليبيا



بدأ البث التلفزيوني المباشر في ليبيا عام 1968م (19) وبدأ البث الفضائي للتلفزيون الليبي الرسمي عبر الأقمار الصناعية لأول مرة إلى الوطن العربي وأوروبا في العام 1997 وذلك عبر قمرى عرب سات وهوت بيرد. وبعد تأسيس (شركة الغد للخدمات الإعلامية) التي تتبع مؤسسة القذافي للتنمية ضمت مجموعة من الصحف والمجلات، والمحطات الإذاعية المسموعة والمرئية (إذاعة إف إم [FM]، الليبية الفضائية، وفضائيات أخرى. وبعد فبراير عام 2011م، انتشرت القنوات الفضائية التلفزيونية الخاصة بظهور ما اصطح على تسميته بتلفزيون المدن فعلى سبيل المثال تأسست أكثر من 18 قناة فضائية خاصة في جميع أنحاء ليبيا وخارجها بدأت في البث منها قنوات فزان الزنتان مصراتة بنغازي طرابلس ومحطات أخرى تعنى بالشأن السياسي وتحسب على تيارات سياسية معينة تقوم بتمويلها فالتيارات الإسلامية لها قنواتها والتيارات الليبرالية لها قنواتها الأخرى، ووفق ما سبق توزع المشهد الإعلامي في ليبيا بين أربعة أنواع أساسية هي:- الأول يمثل إعلام الدولة و- الثاني يمثل القطاع الخاص و- الثالث يمثل إعلام المدن الكبرى و- الرابع يمثل الإعلام الحزبي .

(18) عابدين الدردير الشريف، نشأة وتطور الإذاعتين المسموعة والمرئية في ليبيا 1939-1997م منشورات مركز البحوث والمعلومات والتوثيق، بنغازي 1998م.
(19) نفس المرجع السابق

وكالات الأنباء في ليبيا



وكالة الأنباء الليبية: تأسست عام 1964م لتكون كأول وكالة أنباء وطنية مهمتها تزويد وسائل الإعلام الليبية الأخرى بالمادة الإعلامية، اسمها المختصر (وال) و تم تغير اسمها إلى وكالة أنباء الثورة العربية في 2 يونيو 1973 م ، وصار اسمها المختصر (واثع) تم تغير اسمها لاحقاً إلى وكالة الجماهيرية للأنباء وصار شعارها (أوج) إلى أن تم استعادة اسمها الأصلي بعد تغير نظام الحكم في ليبيا عام 2011م وهو وكالة الأنباء الليبية وعادت إلى شعارها القديم (وال)، استمرت على وضعها هذا إلى غاية عام 2014م وانقسام البلاد سياسياً وهو مادفع بالحكومة المؤقتة التابعة للبرلمان إلى تكليف هيئة عامة للإعلام والثقافة بالمنطقة الشرقية في 27 أكتوبر 2014م والتي بدورها أعلنت أن وكالة الأنباء الليبية ستبدأ نشاطها رسمياً في مقرها الجديد بمدينة البيضاء

وكالات الأنباء الليبية الخاصة: بعد عام 2011م ظهرت العديد من وكالات الأنباء الخاصة منها وكالة أنباء الغيمة ووكالة أجواء ليبيا ووكالة أنباء التضامن ووكالة الصحافة الليبية. توقف بعضها عن العمل واستمر البعض الأخر.

الإعلام الليبي بعد 2011



ترتبط كل وسائل الإعلام بطبيعة الأنظمة الحاكمة أو الأوضاع السياسية التي تشهدها البلدان وانعكس هذا بدوره على واقع الإعلام الليبي منذ عام 2011م إلى غاية عام 2014م كمرحلة حديثة أو راهنة تشهدها ليبيا ، ثم من عام 2016م كمرحلة أخرى برعاية حكومة الوفاق الوطني، ففي عام 2012م صدر قرار عن المجلس الوطني الانتقالي المؤقت-الجهة التشريعية بعد أحداث عام 2011م بشأن إنشاء المجلس الأعلى للإعلام وتحديد اختصاصاته ويكون له الشخصية الاعتبارية والذمة المالية المستقلة ويتمتع بالأهلية الكاملة للتصرفات القانونية لتنفيذ أغراضه ويتبع المجلس الوطني الانتقالي أو ما يحل مكانه ويقوم على الشؤون الإعلامية بما يحقق حريتها واستقلاليتها وقيامه بممارسة سلطاته في إطار المقومات الأساسية للمجتمع وبما يكفل الحفاظ على الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي. ووفقاً للمادة (3) من هذا القرار يعتبر المجلس الأعلى للإعلام الخلف القانوني المسئول إدارياً ومالياً، للهيئة العامة للصحافة ، والهيئة العامة لإذاعات الجماهيرية العظمى وكل المراكز الإعلامية الأخرى داخل البلاد وخارجها ، هذا التغيير الشامل أحدث نوع كبير من التداخل في الصلاحيات فعلى سبيل المثال تغير اسم الهيئة العامة للصحافة إلى هيئة دعم وتشجيع الصحافة التي توقفت في عهدها جميع الصحف الورقية الرسمية التابعة للنظام السابق عن الصدور بشكل نهائي ، كما أن حالة الانقسام السياسي التي شهدتها ليبيا لاحقاً منذ عام 2014م انعكست أيضاً على قناة ليبيا الوطنية، والتي أصبحت بمثابة الناطق الرسمي باسم الطرف المسيطر على العاصمة طرابلس بعد حالة الانقسام السياسي وهو المحسوب على المؤتمر الوطني العام ثم توقفت عن البث بشكل شبه نهائي وهي تعيد الآن إعادة ترتيب برنامج عملها من جديد منذ مطلع العام الحالي 2018م إلى جانب أن الوضع السياسي الذي انعكس بدوره أيضاً على قناة "الليبية" سابقاً والتي تغير اسمها إلى قناة "ليبيا الرسمية" وأصبحت بمثابة لسان حال ديوان رئاسة الحكومة منذ أن تولي السيد "عبد الرحمن الكئب" منصب رئيس الحكومة وصولاً إلى فترة حكومة الوفاق الوطني برئاسة السيد "فايز السراج". وفي المقابل توجد قنوات فضائية ومسموعة حكومية موازية في الشرق الليبي تتبع الحكومة المؤقتة والبرلمان.

الإعلام الليبي والإنترنت



دخل الإنترنت إلى ليبيا عام 1996م، وتمثل في اشتراك العديد من المؤسسات العامة بالدولة باتصالات خارجية مباشرة أما الاشتراك الرسمي للدولة فكان يتم عن طريق المؤسسة العامة للبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية، ويمكن التأريخ لبداية دخول الإنترنت إلى ليبيا بشكل مباشر في 9/9/1998م، حيث كانت الخدمة حينها مقتصرة على بعض الجهات العامة⁽²⁰⁾ وكانت الخدمة مقتصرة على بعض الجهات العامة، وقد قدر إجمالي مستخدمي الإنترنت في عام 2003م بنحو (15,000) مشترك، ونظراً لزيادة عدد المستخدمين من خدمات شبكة الإنترنت بمختلف القطاعات في ليبيا، قام قطاع البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية بتقديم خدمات الشبكة من خلال شركة وطنية، وذلك ضماناً لتقديم خدمات أوسع داخل مؤسسات الدولة إلى أن وصلت إلى ما هو عليه الآن⁽²¹⁾ وأثر الإنترنت على الصحافة الليبية فأصبحت تسارع إلى توفير مواقع لمدفها ومجلاتها مع بداية عقد التسعينيات من القرن الماضي وعملت دون قيود على نطاق واسع لم يسبق له مثيل في التاريخ الليبي⁽²²⁾ فأصبحت تثار من أجل إتاحة الفرصة لزوار مواقعها والمشاركين فيها للاطلاع على مطبوعاتها وأخبارها⁽²³⁾ وتميزت الصحافة الإلكترونية الليبية في بداياتها الأولى عن غيرها بوجود موقع واحد يمكن للقارئ تصفح أو اختيار جميع المطبوعات الليبية المتاحة على شبكة الإنترنت وعنوان الموقع <http://www.libyanpress.com> ويمكن اعتبار وجود الصحافة الليبية بشكل فعلي على الإنترنت منذ تاريخ 1/7/2001م وهي الصحف التي كانت تصدر عن الهيئة العامة للصحافة⁽²⁴⁾ وغيرها من بقية الصحف لديها مواقع إلكترونية تفاعلية، لكنها تعرضت للإقفال جميعاً مع توقف صدور النسخ الورقية يوم 20 أغسطس عام 2011م، وأبرز المواقع استخداماً وشيوعاً في ليبيا بشكل عام مثل موقعي الفيسبوك والتويتر الأكثر استخداماً ورواجاً. وبعدها أتت فيها خدمة الإنترنت للمواطنين الليبيين في عام 2000م ووصل عدد المستخدمين إلى مليون مستخدم في بلد لا يتجاوز عدد سكانه 6 ملايين نسمة⁽²⁵⁾.

(20) مقابلة معاً. د. عابدين الدردير الشريف، بصفته رئيس مجلس إدارة المؤسسة العامة للصحافة الأسبق، ليبيا، بتاريخ 11 نوفمبر 2018 م، طرابلس - ليبيا.

(21) صفية خليفة بن مسعود، واقع الصحافة الإلكترونية في ليبيا، منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة والإعلام، 2008، ص (157).

(22) مقابلة معاً. د. عابدين الدردير الشريف، بصفته رئيس مجلس إدارة المؤسسة العامة للصحافة، مرجع سابق.

(23) هيفاء أيوب حجاوي، البحث والاسترجاع في المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت، مجلة العربية 3000، السنة - العدد 1، 2002، ص 75.

(24) أحمد أمبارك الطبولي، الصحافة الإلكترونية الليبية المحلية دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية الليبية جنزور طرابلس/ ليبيا، 2009، (135).

(25) خالد غازي، الصحافة الإلكترونية الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، مرجع سابق، ص (247).



تمويل وسائل الإعلام الليبية

التمويل العمومي: تعتمد عدة وسائل الإعلام الليبية على التمويل من الميزانية العامة للدولة خصوصاً القنوات التلفزيونية الحكومية والصحف، إذ تحاول السلطات المتصارعة على السلطة الترويج لنفسها عبر مختلف الوسائل وخاصة القنوات التلفزيونية التي انعكس الانقسام السياسي عليها بشكل مباشر، إلى جانب تمويل هيئات ومؤسسات معينة بتطوير وتحسين أداء وسائل الإعلام لكن بسبب حالة الفساد والانقسام المستشري في البلاد لم يتحقق شيء يذكر من أهداف هذا التمويل إلا بنسب لا تذكر، فعلى سبيل المثال يتم تمويل قناة ليبيا الوطنية وقناة ليبيا الرسمية ووكالة الأنباء الليبية (وال) من الخزانة العامة للدولة في شكل مرتبات لموظفي هذه الوسائل الرسمية، أما الإعلام الخاص في ليبيا والذي يغلب عليه التمويل الحزبي فهو يعتبر مجهول المصدر.



المؤسسات الإعلامية الليبية الخاصة وملاكها

تمهيد: بعد ثورة 17 فبراير عام 2011 في ليبيا تغير المشهد الإعلامي بكل أشكاله وأنماطه وشخصيه، وتقلص الإعلام الرسمي "الحكومي"، وأصبح دوره محدوداً إن لم يكن معدوماً أصلاً، وعلا دور وسائل الإعلام الخاصة باختلاف أنواعها وقنواتها وأماكن ترخيصها ومقار بثها سواء أكانت بالداخل الليبي أو خارج ليبيا، ولكن ما يمكن ملاحظته عن الإعلام الليبي الخاص يلفه الغموض، وذلك لانعدام ثقافة شفافية ونوع ملكيتها ولا تتوفر لدى الجمهور أو الجهات الحكومية ذات العلاقة أية معلومات عنها وحتى العاملين بها ليست لهم أدنى معلومات أو بيانات عن

مؤسساتهم الإعلامية التي يعملون بها، بمعنى آخر، المعلومات الدقيقة والشاملة حول هوية المالكين الحقيقيين والممولين لهذه المؤسسات الإعلامية الخاصة التي يتم في إطارها إدارتها إلى جانب عن عدم وجود تشريعا توقينين وقرارات ولوائح تنظم العمل الإعلامي الخاص وتحديد ما له صلة بوكالات الأنباء الخاصة والمحطات الإذاعية المسموعة الـ(FM)، والقنوات الفضائية، ومُنحت تراخيص مزاولة عمل محلية لهذه المؤسسات الإعلامية من قطاعات أحيانا ليست مخولة بها ولا صلاحيات لها بالخصوص، وبدون تشريع ينظم سير العمل ويحدد العلاقات ويفصل بين الحقوق والواجبات.

بيانات عن ملكية وشفافية وتمويل المؤسسات الإعلامي الخاصة بليبيا والمهتمة بالشأن الليبي:

نقدم فيما يلي عرضاً لردود للقنوات المسموعة والمرئية والصحف والمواقع الإلكترونية والوكالات الخاصة والمهتمة بالشأن الليبي على الاستبيان المعد خصيصاً لهم. تجدر الإشارة إلى القنوات الإعلامية الليبية الخاصة المستهدفة كان عددها 30 مؤسسة إعلامية واستجاب الاستبيان الدراسة ما عدده 12 مؤسسة إعلامية، أما عن المؤسسات الإعلامية الخاصة التي أرسل إليها الاستبيان ولم تستجب هي:

القنوات التلفزيونية التي لم تستجب: النبأ - التناصح - ليبيا لكل الأحرار - ليبيا روحها الوطن - الحدث - قناة الجماهيرية الفضائية - قناة 218 - قناة الوطن.

الصحف والمواقع الإلكترونية التي لم تستجب: صحيفة العنوان - بوابة الوسط - المرصد - عين ليبيا - ليبيا الخبر - المتوسط.

القنوات المسموعة التي لم تستجب: راديو رنوة - راديو الوسط - راديو الحدث.

الوكالات التي لم تستجب: وكالة الصحافة الليبية.



راديو رمضان (26)

شركة هلال رمضان للخدمات الإعلامية	الاسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
إبراهيم علي رمضان	اسم مؤسس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
رمضان علي رمضان	الوكيل
قناة إذاعية مسموعة	الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
سبها - ليبيا	البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
محلة سكرة بمدينة سبها - بالجنوب الليبي	مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
قناة إذاعية مسموعة	نوع النشاط الإعلامي
فردية	نوع الملكية
-	الأنشطة الأصلية للشركة
محلي	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
مختلط	في حالة الدعم محلي مصدره
إعلانات	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
إعلانات	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حراماً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
12 موظفاً، أربع ذكور، وثلاث إناث	عدد العاملين

(26) المعلومات الواردة في هذا الجدول مصدرها راديو رمضان على استمارة الاستبيان.

نعم	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
لا تأثير له	ما نفوذ المالك والمساهم؟
نعم	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟
لا تأثير له	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
محلية	ما هو حجم التغطية الجغرافية لقناتكم؟
ليبية	جنسية المالك
1/6/2013 م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
1/6/2013 م	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
الترخيص - سبها	اسم الجهة المانحة لترخيص مواولة العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
راديو رمضان محطة سكرة بمدينة سبها ليبيا التردد: 101.1 أف أم	عنوان وهاتف والبريد الإلكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
Tel: +218-071-263-1826 Mob: +218-091-715-2270	رقم الهاتف داخل ليبيا
-	رقم الهاتف خارج ليبيا
ibrahemramadan@yahoo.com	البريد الإلكتروني

قائمة المساهمين:

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
50%	إبراهيم علي رمضان
50%	رمضان علي رمضان

حسب الجدول الخاص بالإجابات على استبيان الدراسة لقناة "رمضان FM" أنها من بين القنوات الإذاعية التي استجابت لنا ، ومن خلال الردود حول الاستبيان المعد من قبل الباحثين لموضوع الدراسة فقد التزمت بشكل كامل بالإجابة على الأسئلة ، حول نوع الملكية فهي تابعة لشركة هلال رمضان للخدمات الإعلامية ونطاق تغطيتها محلي فقط ، كذلك مصادر تمويلها محلية فقط ، وهذه نتائج يمكن من خلالها أن توصف بأنها قناة محلية واضحة الملكية والتوجه ، كما أنها من بين القنوات التي كشفت عن رأس مالها بشكل واضح وهذا الجزء مهم جدا ويعكس مستوى الشفافية التي هي مطلب ديمقراطي وجانب أساسي في هيكلية وسائل الإعلام في هكذا أنظمة ، كما أن لديها مجلس إدارة ووكيل ، وكشفت عن عدد العاملين بها، غير أن الإجابة حول تأثير التمويل على سياسة الوسيلة الإعلامية كانت الإجابة بـ "لا" ، وهذه نتيجة خلاف ما هو شائع أو متعارف عليه في أنظمة عمل وسائل الإعلام التي غالبا ما ترتبط سياساتها التحريرية بنوع الأنظمة السياسية ومصادر التمويل ، ويمكن أن نستخلص بشكل عام من خلال بيانات الجدول الخاص باستبيان هذه القناة أنها تطابق معايير الشفافية من خلال ما ذكر سابقا ، غير أن الملكية الفردية لوسائل الإعلام غالبا ما تفرض اتجاهاً واحداً داخلها، كذلك الجهة المانحة للترخيص غير واضحة، إلى جانب عدم الإجابة على نوع الأنشطة الأصلية للشركة .



(27) راديو فزان

اسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية	شركة فزان ليبيا للإنتاج الإعلامي
اسم مؤسس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية	مختار خالد عمر
الوكيل	مختار خالد عمر
الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية	شركة مساهمة
البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية	ليبيا
مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية	سبها - ليبيا
نوع النشاط الإعلامي	قناة إذاعية مسموعة

(27) المعلومات الواردة في هذا الجدول مصدرها رد راديو فزان على استمارة الاستبيان.

فردية	نوع الملكية
-	الأنشطة الأملية للشركة
محلي	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
جهات خاصة	في حالة الدعم محلي مصدره
إعلانات	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
إعلانات	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حرصاً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
12 موظفاً	عدد العاملين
نعم	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
لا تأثير له	ما نفوذ المالك والمساهم؟
نعم	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟
لا تأثير له	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
محلية	ما هو حجم التغطية الجغرافية لقناتكم؟
ليبية	جنسية المالك
2/8/2017 م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
17/10/2012 م	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
حكومة الوفاق الوطني - هيئة الإعلام	اسم الجهة المانحة لترخيص مزاولة العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
راديو فزان بمدينة سبها - ليبيا	عنوان وهاتف والبريد الإلكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	رقم الهاتف داخل ليبيا
-	رقم الهاتف خارج ليبيا
Alihabiba@gmail.com	البريد الإلكتروني

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
لم يتم تحديد قيمة الأسهم	مختار خالد عمر
لم يتم تحديد قيمة الأسهم	كلم خالد عمر
لم يتم تحديد قيمة الأسهم	أحمد خالد عمر

من خلال الجدول الخاص بإجابات المسؤولين علي راديو فزان بشكل عام الإجابات جيدة وتعزز ما أشرنا إليه سابقا بخصوص راديو رمضان ، غير أن منح تراخيص المزاولة كانت مختلفة وتعكس ارتباك وتخبط إدارة قطاع الإعلام الليبي، فالجهة التي منحت ترخيص المزاولة لراديو فزان هي (هيئة الإعلام) بحكومة الوفاق الوطني ، أما راديو رمضان فمنح له الترخيص من (سبها) حسب إجابة المسؤولين ، وهذا التباين يعكس تخبط المشهد الإعلامي بعد عام 2011 ، أيضاً ملكيتها فردية وهذه النتيجة تعكس نوع من التفرد باتخاذ وتسيير الوسيلة الإعلامية غالباً ، كما أن القناة ذكرت تتبع شركة مساهمة ولم تذكر أسماء المساهمين وعدد حصصهم .

Libya
FM 88.5

(28) ليبيا أف أم

شركة الرباط للخدمات الإعلامية	الاسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
محسن علي الشاعري	اسم مؤسس للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
المساهمون	الوكيل
قناة مسموعة	الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
قناة مسموعة، بنغازي - ليبيا	البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية

بنغازي - ليبيا	مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
ورقية قناة إذاعية مسموعة	نوع النشاط الإعلامي
مساهمة	نوع الملكية
-	الأنشطة الأملية للشركة
محلي	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
جهات خاصة	في حالة الدعم محلي مصدره
إعلانات	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حرصاً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
23 ذكور 7 إناث	عدد العاملين
نعم	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
كبير جداً	ما نفوذ المالك والمساهم؟
لا تأثير له	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟
لا تأثير له	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
محلية	ما هو حجم التغطية الجغرافية لقناتكم؟
ليبيا	جنسية المالك
2011 م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
20/5/2011 م	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
المجلس الوطني الانتقالي	اسم الجهة المانحة لترخيص مزاولة العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
مدينة بنغازي - ليبيا	عنوان وهاتف والبريد الإلكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
0954018805 0954028805	رقم الهاتف داخل ليبيا
-	رقم الهاتف خارج ليبيا
Alrehab.m@gmail.com	البريد الإلكتروني

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
لم يتم ذكر حصصهم	لم يتم ذكر عددهم وأسمائهم

يتضح من خلال البيانات التي تحصلنا عليها عبر الاستبيان الموجه لراديو ليبيا "أف أم" أن نفوذ المالك كبير جداً ، وهذا بدوره يسهم غالباً في وبشكل مباشر على الرسالة الإعلامية للقناة، أيضاً نلاحظ أن الجهة المانحة لترخيص المزاولة هي المجلس الوطني الانتقالي ، ربما يرجع ذلك إلى فترة تأسيس هذه القناة في عام 2011 خلال أحداث ثورة 17 فبراير ، حيث بدأت البث في مايو من نفس العام وحينها لم تتشكل الأجسام الرسمية التي تولت ملف الإعلام في ليبيا لاحقاً وهذا جانب آخر في تخط إدارة ملف الإعلام في ليبيا بعد عام 2011 أما نوع ملكيتها هي مساهمة وهذا الجانب قد يخفف ويمنع الاحتكار الفردي أو السير في اتجاه واحد ، غير أن المسؤولين عن القناة لم يذكروا أسماء المساهمين وعدد حصصهم ، كما أنها لم تذكر نوع النشاط الأصلي للشريك بشكل واضح ، كما الشكل القانوني للشركة التي يتم فيها استغلال النشاط كانت الإجابة بأنها قناة مسموعة فقط.



راديو صدي 98.9	الاسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
شركة صدي الشباب للدعاية والإعلام	اسم مؤسس للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
لا يوجد	الوكيل
شركة محدودة الدخل	الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
الزاوية - ليبيا	البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية

(29) المعلومات الواردة في هذا الجدول مصدرها رد صدي أف أم على استمارة الاستبيان.

الزاوية عمارات الاستثمار شقة رقم 34	مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
قناة إذاعية مسموعة	نوع النشاط الإعلامي
فردية	نوع الملكية
قناة إذاعية مسموعة	الأنشطة الأصلية للشركة
محلي وعمل تطوعي	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
مختلط	في حالة الدعم محلي مصدره
إعلانات ودعم غير مشروط	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حرصاً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
15 ذكور 5 إناث	عدد العاملين
لا	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
لا تأثير له	ما نفوذ المالك والمساهم؟
لا تأثير له	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟
لا تأثير له	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
محلية	ما هو حجم التغطية الجغرافية لقناتكم؟
ليبية	جنسية المالك
2014 م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
03/01/2011 م	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
وزارة الاقتصاد والمجلس البلدي	اسم الجهة المانحة لترخيص مزاولة العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
الزاوية عمارات الاستثمار شقة رقم 34	عنوان وهاتف والبريد الإلكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
+218-92-672-2491	رقم الهاتف داخل ليبيا
-	رقم الهاتف خارج ليبيا
Khalilzami73@gmail.com	البريد الإلكتروني

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
لم يتم ذكر حصصهم	لم يتم ذكر عددهم وأسمائهم

يتضح من خلال الإجابات الخاصة براديو "صدي" أن الإذاعة لا يوجد لديها مجلس إدارة رغم تبعيتها لشركة صدى الشباب ، وهي قناة فردية وهذا بدوره يظهر وجود خلل سينعكس بدوره على محتوى الرسالة الإعلامية لهذه القناة ، إلى جانب أن ترخيص المزاولة لهذه القناة ممنوح من وزارة الاقتصاد بالمجلس البلدي لمدينة الزاوية وهذا تخبط آخر في ملف إدارة الإعلام الليبي بعد عام 2011 وتداخل الصلاحيات ، كما أن الإجابات حول نفوذ المالك وتأثير الدعم المالي الحكومي والأثار السياسية للتمويل على القناة بـ "لا" ، تعكس نوع من عد الوضوح في رسم السياسات التحريرية وإدارة المحتوى الإعلامي لهذه القناة ، ولم تذكر ما إذا كان بها مساهمين ولم تذكر حصصهم وقيمة الأسهم ، ولا يوجد لديها وكيل .



(30) راديو بلادي

راديو بلادي	الاسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
شركة آفاق بلادي للخدمات الإعلامية	اسم مؤسس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
المدير التنفيذي أ. أحمد الصادق	الوكيل
قناة مسموعة	الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
ليبيا	البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
مصراتة	مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية

(30) المعلومات الواردة في هذا الجدول مصدرها رد راديو بلادي على استمارة الاستبيان.

قناة إذاعية مسموعة	نوع النشاط الإعلامي
شركة آفاق بلادي للخدمات الإعلامية	نوع الملكية
-	الأنشطة الأملية للشركة
محلي	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
مختلط	في حالة الدعم محلي مصدره
إعلانات	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حرصاً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
20 موظفاً بين ذكور وإناث	عدد العاملين
نعم	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
لا تأثير له	ما نفوذ المالك والمساهم؟
إلى حد ما	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟
إلى حد ما	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
محلية	ما هو حجم التغطية الجغرافية لقناتكم؟
ليبية	جنسية المالك
1/5/2016 م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
17/2/2017 م	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
وزارة الإعلام	اسم الجهة المانحة لترخيص مزاولة العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
مصراتة - ليبيا	عنوان وهاتف والبريد الإلكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
0512627010 0512627011	رقم الهاتف داخل ليبيا
-	رقم الهاتف خارج ليبيا
radiobeladi@gmail.com	البريد الإلكتروني

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
لا يوجد	لا يوجد

لم تخف القناة حجم رأس مالها ، لكن الإجابات حول نفوذ المالك بأنه لاتأثير له، بينما الإجابة حول تأثير التمويل الحكومي والاثار السياسية للتمويل بأنها (تؤثر إلى حد ما) تعكس نوع التناقض وعدم الوضوح في إجابات القائمين على هذه القناة ، ورغم التزامهم بالإجابة على كل البيانات الواردة في الاستبيان، كما يعتبر الإعلان مصدر دخل لهذه القناة أسوة ببقية الوسائل المحلية الأخرى التي استجابت لنا ، كما أن نوع ملكية هذه القناة غير واضح رغم الإجابة بأنها تتبع شركة أفاق بلادي للخدمات الإعلامية ، وترخيصها من وزارة الإعلام وهذه أيضاً نقطة أخرى حول تداخل الصلاحيات في ملف منح تراخيص المزاولة للقنوات المحلية مقارنة بإجابات القنوات السابقة ، كما أنها لم توضح عدد الأسهم وحصص المساهمين ، والشكل القانوني للشركة كانت الإجابة بأنها قناة مسموعة ، ولم يتم ذكر ما إذا كان بها مساهمين أم لا ولم يتم الإجابة أيضاً على عدد الحصص الاجتماعية لهم.



(31) راديو المستقبل

شركة المستقبل	الاسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
شركة المستقبل	اسم مؤسس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
علي الصافي	الوكيل
قناة مسموعة وقانونية برقم ترخيص رسمي	الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية

(31) المعلومات الواردة في هذا الجدول مصدرها رد راديو المستقبل على استمارة الاستبيان.

ليبيا	البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
اجدابيا	مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
قناة إذاعية مسموعة	نوع النشاط الإعلامي
فردية	نوع الملكية
-	الأنشطة الأصلية للشركة
محلي	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
جهات خاصة	في حالة الدعم محلي مصدره
إعلانات	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حرصاً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
13 موظفا	عدد العاملين
نعم	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
كبير جدا	ما نفوذ المالك والمساهم؟
إلى حد ما	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟
لا تأثير له	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
محلية + إقليمية	ما هو حجم التغطية الجغرافية لقناتكم؟
ليبية	جنسية المالك
24/12/2016 م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
24/12/2016 م	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
مكتب الترخيص	اسم الجهة المانحة لترخيص مزاوله العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
اجدابيا - ليبيا	عنوان وهاتف والبريد الالكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
0911212715	رقم الهاتف داخل ليبيا
-	رقم الهاتف خارج ليبيا
-	البريد الالكتروني

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
لا يوجد	لا يوجد

راديو المستقبل FM يتبع شركة المستقبل ، ويث من مدينة اجدابيا وكيلها القانوني السيد "علي الصافي" ، يوجد بها مجلس إدارة وملكيته فردية، لم تخف القناة دعمها حجم رأس مالها ونوعه ، غير أن الجهة التي منحت لها ترخيص المزاولة غير واضحة وكانت الاجابة (مكتب الترخيص) ، مع تأكيدهم بأنها قناة بترخيص ورقم قانوني ، وحسب اجابة القائمين على القناة أن نفوذ المالك كبير جداً وهذه المسألة قد تنعكس على نوع المضامين والسياسة التحريرية للقناة بنوع م التحكم ، كما أنها من بين المؤسسات التي لديها مجلس إدارة وهذا الجانب جيد ولم يتوفر لدى وسائل محلية أخرى ، ولم تذكر عنوانها البريدي واكتفت بذكر رقم الهاتف فقط ، ونطاق تغطيتها إقليمي -محلي .



(32)

قناة بانوراما الفضائية

LPC	الاسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
ليبيا بانوراما	اسم مؤسس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	الوكيل
قناة مرئية	الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
ليبيا	البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
طرابلس	مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
قناة مرئية	نوع النشاط الإعلامي
مساهمة	نوع الملكية

-	الأنشطة الأملية للشركة
محلي	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
جهات خاصة + دعم غير مشروط	في حالة الدعم محلي مصدره
إعلانات	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حرصاً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
84 موظفاً بين ذكور وإناث	عدد العاملين
نعم	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
كبير	ما نفوذ المالك والمساهم؟
لا تأثير له	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟
لا تأثير له	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
وطنية	ما هو حجم التغطية الجغرافية لقناتكم؟
ليبية	جنسية المالك
2016 م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
ديسمبر 2014 م	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
هيئة الإعلام	اسم الجهة المانحة لترخيص مزاولة العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
طرابلس - ليبيا	عنوان وهاتف والبريد الإلكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
+218-21-444-0157	رقم الهاتف داخل ليبيا
-	رقم الهاتف خارج ليبيا
newalpe216@gmail.com	البريد الإلكتروني

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
لم يتم تحديد قيمة الأسهم	صالح المسماري
لم يتم تحديد قيمة الأسهم	عبد السلام أجويد

توضح نتائج إجابات الجدول الخاص بقناة "بانوراما" أنها من بين الوسائل الإعلامية التي كشفت عن رأس مالها ، ولديها مجلس إدارة ومقرها في مدينة طرابلس وتمويلها محلي ونطاق تغطيتها أيضا محلي ، ونوع ملكيتها مساهمة ، وهذا الجانب يمكن أن يخفف من تحكم الفردي في مضمون الرسالة الإعلامية ورغم أن الإجابات حول نفوذ المالك في القناة كانت (كبير جدا) كما أن الإجابات حول تأثير التمويل الحكومي أو تأثير التمويل على سياسة القناة كانت الإجابة (بعدم التأثير) ، وهذا يفسر بنوع من عدم الوضوح أو الخلط مفاهيم سياسات التحرير ومصادر التمويل لوسائل الإعلام ، إلى جانب تلقيها الدعم الغير مشروط ، كما أنها ذكرت أسماء المساهمين دون الكشف عن قيمة حصصهم .



وكالة الغيمة الليبية للأخبار (33)

وكالة الغيمة الليبية للأخبار	الاسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
طارق الهوني وبعض المساهمين	اسم مؤسس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
لا يوجد	الوكيل
وكالة أبناء	الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
طرابلس - ليبيا وتونس	البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية

(33) المعلومات الواردة في هذا الجدول مصدرها رد وكالة الغيمة الليبية للأخبار على استمارة الاستبيان.

موقع الكتروني	مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
موقع الكتروني	نوع النشاط الإعلامي
فردية	نوع الملكية
-	الأنشطة الأصلية للشركة
دعم ذاتي محلي	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
جهة خاصة	في حالة الدعم محلي مصدره
إعلانات	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حرصاً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
العمل بالإنتاج	عدد العاملين
لا يوجد مجلس إدارة	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
لا تأثير له	ما نفوذ المالك والمساهم؟
-	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟
-	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
-	ما هو حجم التغطية الجغرافية لقناتكم؟
ليبية	جنسية المالك
يناير 2016 م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
يناير 2016 م	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	اسم الجهة المانحة لترخيص مزاوله العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	عنوان وهاتف والبريد الالكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	رقم الهاتف داخل ليبيا
-	رقم الهاتف خارج ليبيا
-	البريد الالكتروني

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
لم يتم ذكر عددهم أو من هم	يوجد مساهمين لم يتم ذكرهم

وكالة الغيمة الليبية لا يوجد لها وكيل ومؤسسها الأستاذ طارق الهوني مع مجموعة من المساهمين من الصحفيين لم يذكر كم عددهم أو من هم وما هي جنسياتهم، لا يوجد لها مجلس إدارة، وبالتالي يمكن وصفها بالفردية وأيضاً الإجابة من قبل المسؤولين حول ملكية القناة كانت بأنها فردية، وأماكن تواجد الوكالة في طرابلس وتونس وتبث أخبارها عبر الموقع الإلكتروني الخاص بها، ملكية وكالة الغيمة الليبية للأخبار فردية وهذه الإجابة تتنافى مع ما ورد من أن تأسيسها تم مع مجموعة من المساهمين وجنسية مالكيها ليبية، أما فيما يخص مصدر الدعم الخاص بالوكالة تم تحديده من الجهات الخاصة المحلية، أي دعم ذاتي ويتم من خلال الإعلانات، وآلية العمل بالوكالة تتم من خلال العمل بالإنتاج، ولم يتم الكشف عن قيمة رأس المال وكذلك من هم المساهمون وعددهم وأسهمهم، كما لم تذكر أي من عناوينها الإلكترونية أو أرقام هواتفها.



بوابة أفريقيا الإخبارية⁽³⁴⁾

بوابة أفريقيا الإخبارية	الاسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
بوابة أفريقيا الإخبارية	اسم مؤسس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
لا يوجد	الوكيل
شركة مساهمة	الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية

(34) المعلومات الواردة في هذا الجدول مصدرها رد بوابة أفريقيا الإخبارية على استمارة الاستبيان.

ليبيا	البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
بنغازي - ليبيا	مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
صحيفة أو موقع إلكتروني	نوع النشاط الإعلامي
مساهمة	نوع الملكية
-	الأنشطة الأصلية للشركة
محلي	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
جهات خاصة	في حالة الدعم محلي مصدره
إعلانات	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حتماً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
5 موظفين	عدد العاملين
نعم	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
لا تأثير له	ما نفوذ المالك والمساهم؟
لا تأثير له	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟
إلى حد ما	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
إقليمية	ما هو حجم التغطية الجغرافية لقناتكم؟
ليبية	جنسية المالك
2014 م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
2014 م	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
ليبيا	اسم الجهة المانحة لترخيص مزاولة العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
بنغازي - ليبيا	عنوان وهاتف والبريد الإلكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	رقم الهاتف داخل ليبيا
-	رقم الهاتف خارج ليبيا
editor@afriqatnews.net	البريد الإلكتروني

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
لم يتم ذكر عددهم أو حصصهم	يوجد مساهمين لم يتم ذكرهم

"بوابة أفريقيا" صحيفة وموقع إلكتروني، وهي شركة مساهمة ولا يوجد لديها وكلاء، مقرها داخل ليبيا في مدينة بنغازي ومصدر تمويلها محلي "جهات خاصة"، والدعم يأتي عن طريق الإعلانات، كشفت عن رأس مالها، وعدد العاملين بها خمسة أشخاص، فيما يتعلق بتأثير الملكية، فإن نفوذ المالك لا تأثير له، أيضاً الدعم الحكومي لا يؤثر على استقلالية تقاريرها الإخبارية، إلى جانب وجود تأثير للتمويل إلى حد ما وتغطية هذه الوسيلة إقليمية وجنسية المالك ليبية، تأسست عام 2014، وبدأت البث أيضاً نفس العام لم تذكر أي معلومات عن المساهمين وعددهم وجهات التمويل خاصة، وحول تأثير ونفوذ المالك وكذلك الدعم الحكومي وتأثير التمويل كانت الإجابة بأنه لا تأثير له وهذا يظهر عكس ما هو متعارف عليه في السياسات التحريرية التي تحدها غالباً مصادر التمويل ونوعها والتي تصل إلى حد التحكم بالوسيلة الإعلامية، كذلك تواريخ التأسيس والبث أيضاً لم تكن دقيقة واكتفت بذكر عام 2014 فقط دون ذكر اليوم والشهر فالمفترض أن يكون هناك فاصل زمني على الأقل بين تاريخ التأسيس وتاريخ البث، ولم تذكر الجهة التي منحتها الترخيص وذكرت ليبيا فقط خلاف بقية بعض الوسائل التي تجاوزت معنا وحددت الجهة التي منحتهم ترخيص المزاولة ومنها مثلاً (وزارة الثقافة ووزارة الإعلام) التي كانت مختصة بها الجانب خاصة عام 2012 حسب بعض الإجابات، لا يوجد لديها وكيل ولم تتم الإجابة على نوع الأنشطة الأصلية للشركة، ورغم الإجابة بأنها شركة مساهمة لم يتم ذكر المساهمين وعدد حصصهم.

ليبيا أوبزيرفر (35)

Libya-Observer - ليبيا أوبزيرفر	الاسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	اسم مؤسس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	الوكيل
-	الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
ليبيا	البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
طرابلس - ليبيا	مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
صحيفة أو موقع إلكتروني	نوع النشاط الإعلامي
-	نوع الملكية
-	الأنشطة الأصلية للشركة
-	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	في حالة الدعم محلي مصدره
-	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حتماً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
10 موظفين	عدد العاملين
-	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
-	ما نفوذ المالك والمساهم؟
-	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟

-	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
محلية	ما هو حجم التغطية الجغرافية لفتااتكم؟
-	جنسية المالك
أبريل 2014 م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
أبريل 2018 م تم تدشين الموقع العربي	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	اسم الجهة المانحة لترخيص مزاوله العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	عنوان وهاتف والبريد الإلكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	رقم الهاتف داخل ليبيا
-	رقم الهاتف خارج ليبيا
info@libyaobserver.ly	البريد الإلكتروني

قائمة المساهمين:

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
لم يتم ذكر عددهم أو حصصهم	يوجد مساهمين لم يتم ذكرهم

لم يذكر اسم مؤسس الشركة التي تعمل في إطارها الوسيلة الإعلامية ، يوجد مقرها داخل ليبيا ، ومكان ومقرات البث داخل مدينة طرابلس، ولم تذكر نوع الملكية و الأنشطة الأصلية ونوع الدعم ومصادره وقيمة رأس المال ونوع المساعدات ، عدد العاملين بها 10 أشخاص ، وفيما يتعلق بنفوذ المالك، وتأثير رأس المال والدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية لم ترد أي إجابة بالخصوص ، تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية، في شهر ابريل عام 2014، وفي ابريل عام 2018 تم تدشين الموقع الإلكتروني باللغة العربية لم تذكر اسم الجهة المانحة لترخيص المزاوله، ولم يذكر عنوان الشركة ، كما لم تذكر أرقام الهواتف داخل وخارج ليبيا أيضا ، وتم الاكتفاء بذكر الموقع الإلكتروني وذكر المستجوب هذه البيانات :- ليبيا أوبزرفر صحيفة إلكترونية شاملة تهتم بنشر كافة الأخبار باللغتين العربية والإنجليزية.

تأسست الصحيفة في شهر أبريل عام 2014 بإطلاق موقع يبث باللغة الإنجليزية وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تابعة له ، وفي شهر ابريل عام 2018 ، الموافق للأول من شهر رمضان 1439 هجري ، عدد العاملين بها 5 فقط و حددت نوع نشاطها الإعلامي بأنها صحيفة وموقع إلكتروني وحجم نطاق تغطيتها الجغرافية محلية فقط أي مهتمة بالشأن الليبي فقط تأسست شهر أبريل عام 2014 البث كان باللغة الإنجليزية فقط ، ثم دشنت موقعا باللغة العربية في أبريل عام 2018 يوجد به مساهمين ولم يُكر عددهم ، أغلب هذه النتائج تنافي قواعد ومتطلبات الشفافية وتوضح حجم التخبط وعدم الانتظام في المشهد الإعلامي الليبي الخاص ، ولم يتم ذكر الجهة المانحة للترخيص وعناوين وهواتف الصحيفة بشكل واضح عدا عنوان الصحيفة الإلكتروني ، ولم توضح نوع الملكية ومصادر التمويل وقيمة رأس المال وما إذا كانت شركة مساهمة أم والشكل القانوني الذي يتم فيه تشغيل هذه الوسيلة ، وكل هذه النتائج تعكس حجم الغموض والخلل في ملف الإعلام الليبي الخاص .



صحيفة الرأي الليبية⁽³⁶⁾

صحيفة الرأي الليبية	الاسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
حسن عمرو القماطي	اسم مؤسس للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
أسامة محمد الزناتي	الوكيل
صحيفة ورقية وإلكترونية	الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
ليبيا	البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
طرابلس - ليبيا	مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
صحيفة ورقية وموقع إلكتروني	نوع النشاط الإعلامي
تصدر عن مؤسسة مجتمع مدني	نوع الملكية

(36) المعلومات الواردة في هذا الجدول مصدرها رد صحيفة الرأي الليبية على استمارة الاستبيان.

-	الأنشطة الأصلية للشركة
محلّي يعتمد على الإعلانات والاشتراكات والمبيعات والإعانات والمساهمات والدعم غير المشروط	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
مختلط	في حالة الدعم محلي مصدره
-	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حرصاً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
7 إناث 6 ذكور	عدد العاملين
نعم	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
لا تأثير له	ما نفوذ المالك والمساهم؟
نعم	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟
إلى حد ما	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
إقليمية	ما هو حجم التغطية الجغرافية لقناتكم؟
ليبية	جنسية المالك
صدر أول عدد من الصحيفة في 24 ديسمبر 2015م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
الـ 24 من ديسمبر 2015م	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
وزارة الثقافة ووزارة الإعلام	اسم الجهة المانحة لترخيص مزاوله العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	عنوان وهاتف والبريد الإلكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
0919002267	رقم الهاتف داخل ليبيا
-	رقم الهاتف خارج ليبيا
-	البريد الإلكتروني

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
تصدر عن مؤسسة مجتمع مدني	-

من أبرز نتائج الجدول الخاص بصحيفة الرأي أنه لا نفوذ مطلق للمالك ، كما يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية ، وأيضاً يؤثر التمويل بشكل محدود على السياسة التحريرية للصحيفة، حجم التغطية الإخبارية للصحيفة إقليمية والمالك جنسيته ليبية، ومصدر أول عدد من الصحيفة في 24 ديسمبر عام 2015 ، ولديها ترخيص من وزارة الثقافة ووزارة الإعلام ، تصدر عن مؤسسة مجتمع مدني وهي "المركز الليبي لقياس الرأي العام" تحت رقم اشهار (178) لسنة 2012 هاتف الصحيفة 0919002267. وذكرت الصحيفة أسماء مؤسسيها والوكيل وهي صحيفة ورقية ولديها نسخة تصدر إلكترونية مقرها في مدينة طرابلس /ليبيا وتصدر عن مؤسسة مجتمع مدني ، وهي من بين الوسائل الإعلامية الخاصة التي ذكرت مصر دخلها وعدد العاملين بها من الذكور والإناث كما أن لديها مجلس إدارة ، وهذه نتائج جيدة وتعكس الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسة خاصة وأنها من بين الوسائل الإعلامية التي لديها ترخيص مزاولة صادر عن وزارتي الثقافة والإعلام، كما أنها بشكل كشفت مباشر عن الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية أنها تصدر عن مؤسسة مجتمع مدني وهي "المركز الليبي لقياس الرأي العام" تحت رقم اشها (178) لسنة 2012 كما أن جميع مصادر تمويلها محلية وفيما يتعلق بالإعانات والمساهمات ذكرت أنها تتلقى الدعم في حال يكون غير مشروط، وهذه نتيجة جيدة تمنح الصحيفة نوع من الاستقلالية الذي يتأثر عادة بحجم التمويل خاصة وأنها ذكرت أن تأثير إلى حد ما للتمويل على السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية ، غير أنها لم تكشف عن قيمة رأس مالها ، وهذه النتائج بشكل عام جيدة وإيجابية فيما يتعلق بمتطلبات هذه الدراسة.

KNOW LIBYA

(37) Know Libya co. ltd

Know Libya co. ltd	الاسم الاجتماعي والتجاري للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
Sami Zaptia, Michal Cousins	اسم مؤسس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	الوكيل
United Company	الشكل القانوني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
طرابلس وبريطانيا	البلد المتواجدة فيه الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
طرابلس - بريطانيا	مكان البث ومقر الإدارة للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
صحيفة ورقية وموقع إلكتروني	نوع النشاط الإعلامي
فردية	نوع الملكية
-	الأنشطة الأصلية للشركة
محلي وخارجي	مصدر الدعم الخاص بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
جهات خاصة	في حالة الدعم محلي مصدره
الدعم غير المشروط والإعلانات	نوع الدعم أو المساعدات والهيئات
أخفيت حرصاً على خصوصية هذه البيانات	قيمة رأس المال
موظفين	عدد العاملين
نعم	هل للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة مجلس إدارة؟
كبير	ما نفوذ المالك والمساهم؟
إلى حد ما	هل يؤثر الدعم الحكومي على استقلالية التقارير الإخبارية؟

(37) المعلومات الواردة في هذا الجدول مصدرها رد Know Libya على استمارة الاستبيان.

نعم	هل هناك أي آثار سياسية للتمويل في وسائل الإعلام؟
وطنية	ما هو حجم التغطية الجغرافية لقناتكم؟
ليبية	جنسية المالك
الـ 17 من ديسمبر 2012م	تاريخ تأسيس الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
الـ 17 من ديسمبر 2012م	بداية النشر أو البث بالشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
وزارة الثقافة ووزارة الإعلام	اسم الجهة المانحة لترخيص مزاوله العمل الإعلامي للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
بريطانيا	عنوان وهاتف والبريد الإلكتروني للشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية
-	رقم الهاتف داخل ليبيا
+447518906455	رقم الهاتف خارج ليبيا
S_Zabtia@hotmail.Com	البريد الإلكتروني

قائمة المساهمين:

عدد الأسهم أو الحصص الاجتماعية	الاسم واللقب
50%	سامي زابطية
50%	Michal Cousins

من خلال الإجابات الواردة بهذا الجدول فقد الاسم التجاري للشركة بنفس تسمية الموقع، كما ذكرت اسم المؤسسين لهوهم شخص ليبي وآخر أجنبي كذلك مقار تواجد المؤسسة وهي في ليبيا وبريطانيا ، ومصادر تمويلها محلية وخارجية ونوع ملكيتها فردية، ولديها نسخة ورقية "محفظة" أما دعمها فهو عبر الإعلانات والدعم الغير مشروط وهذه نتيجة تتمتع نوع من الاستقلالية للصحيفة خاصة وأنها ذكرت أن للتمويل أثر على سياسة الوسيلة الإعلامية، إضافة إلى أنها من بين الوسائل الإعلامية التي كشفت عن حجم رأس المال التأسيسي وعدد العاملين بها اثنان فقط ، وهي مهتمة بالشأن المحلي فقط ، وهذه نتيجة تتفق مع توجه صحيفة ليبيا أوبزرفر التي تهتم بالشأن المحلي فقط، خاصة وأنها وسائل تبث باللغة الإنجليزية في بداياتها

ثم توجهت إلى اصدار نسخ عربية أخرى ، كما أنها لم تذكر ما إذا كان لديها وكيل أم لا ، وذكرت أن جنسية المالك ليبية ، غير أن اسم مؤسس الشركة هما ليبي وشخص أجنبي ، ولم تذكر اسم الوكيل ، غير أن عنوان الشركة أو المؤسسة التي يتم في إطارها استغلال الوسيلة الإعلامية مقرها في بريطانيا عكس الوسائل الأخرى ، كما أن لديها ترخيص من وزارة الثقافة ووزارة الإعلام .

الاستبيان ونواتجه



وصف مجتمع الدراسة الميدانية:

النتائج الخاصة بالجمهور المتابع للوسائل الإعلامية محل الدراسة:
نعرض في هذا الجزء من الدراسة الميدانية النتائج المتعلقة بجمهور الدراسة المتكون من (متبعي وسائل الإعلام محل الدراسة) وقد تم تحديده عشوائياً عبر استبيان تضمن أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة حسب متطلبات الدراسة ، واخترنا الفئات العمرية من سن 18 عاماً إلى 50 عاماً باعتبار أن هذه الفئة هي الشريحة الفاعلة داخل المجتمعات من حيث المسؤولية القانونية والمتابعة والاهتمامات السياسية للبرامج التي تتناولها وسائل الإعلام المدروسة ، وشملت الدراسة كل مدن ومناطق ليبيا ، تم إطلاق الاستبيان على الشبكة الدولية للمعلومات من خلال موقع "غوغل" في 20 ديسمبر 2018 ، واستمر إلى يوم 9/يناير 2019 ، حيث أجاب الجمهور بمحض إرادته وأبدى رأيه بكل حرية حول الأسئلة المطروحة بالخصوص ، وبلغ عدد الردود (630) رداً لتمثل كل جمهور هذه الدراسة وهي كما يلي:

الشكل رقم (1) يوضح توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب النوع "الجنس":



تظهر نتائج الشكل الأول أن عدد الذكور من أفراد العينة تفوق عن عدد الإناث بفارق كبير، إذ بلغت نسبة الذكور 71.1%، ونسبة الإناث بلغت 28.4%.

○ تراوحت من سن (18) إلى (50) عاماً فما فوق.

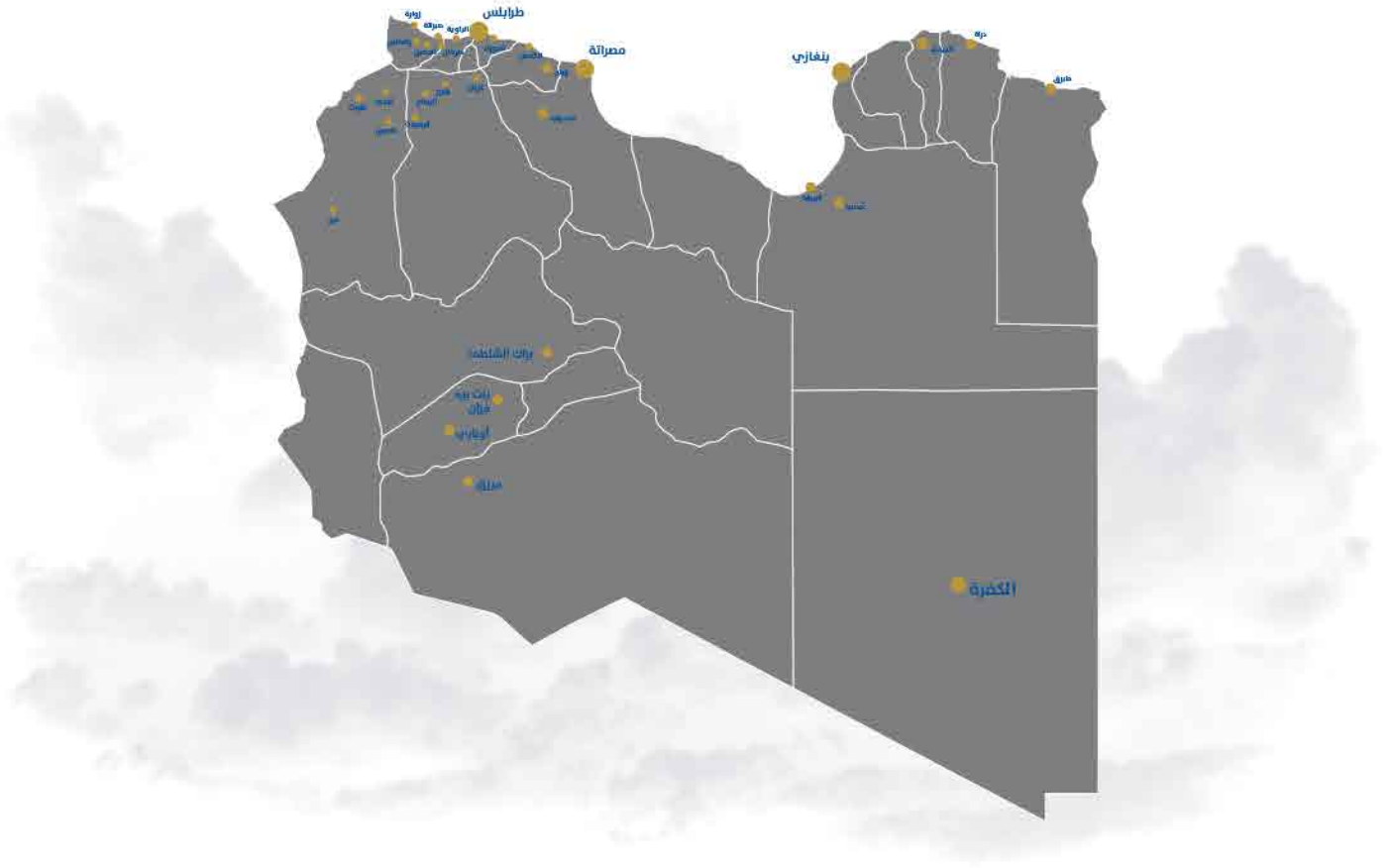
تعتبر نتائج الاستبيان الخاص بالفئات العمرية لمجتمع الدراسة، جيدة ويمكن الاعتماد عليها لتلبية متطلبات الدراسة باعتبار أن هذه السن تمثل المسؤولية قانونياً واجتماعياً تجاه، وبالتالي يفترض أن تكون إجاباتهم مسؤولة. (38)

○ تتراوح مستويات المبحوثين من التعليم الثانوي ومايعادله إلى درجة الماجستير.

حسب نتائج الاستبيان الخاص بالمستويات التعليمية للمبحوثين، فقد كانت بين التعليم الثانوي أي المستوى المتوسط ومايعادله من معاهد تكوينية، إلى درجة الماجستير، وهذه مستويات جيدة يمكن اعتماد إجاباتهم كمؤشرات تعكس مستويات الإدراك وتقدير المحتوى الذي تبثه وسائل الإعلام محل الدراسة، لتكون بذلك فئة تناسب الدراسة وتعتمد آراءهم.

(38) ملاحظة، وردت إجابة واحدة لشخص عمره (17) عاماً وشخص عمره (60) عاماً وتم اعتماد إجاباتهم في هذه الدراسة

الشكل رقم (2) يوضح النطاق الجغرافي للجمهور الذي شملته الدراسة ، حيث جاءت الإجابات من (32) مدينة وهي:



طرابلس، بنغازي، مصراتة، الزاوية، اجدابيا، البيضاء، طبرق، زليتن، صرمان، الخمس، درنة، تاجوراء، مرزق، رقدالين، غريان، صبراتة، بنيوليد، الجميل، زوارة، نالوت، يفرن، تيجي، برقن، الشاطية، أوباري، الكفرة، درج، الرجبان، بنت بيه فزان، الرحيبات، طمزين، البريقة.

بحسب الشكل رقم (2) الخاص بالنطاق الجغرافي الذي شملته الدراسة ، يتضح أن مجتمع الدراسة يمثل كل مناطق ليبيا وبذلك تلبي احتياجاتها ويمكن اعتماد نتائجها لتمثل الغرض العلمي منها.

الشكل رقم (3) يوضح رأي الجمهور في التعددية الإعلامية



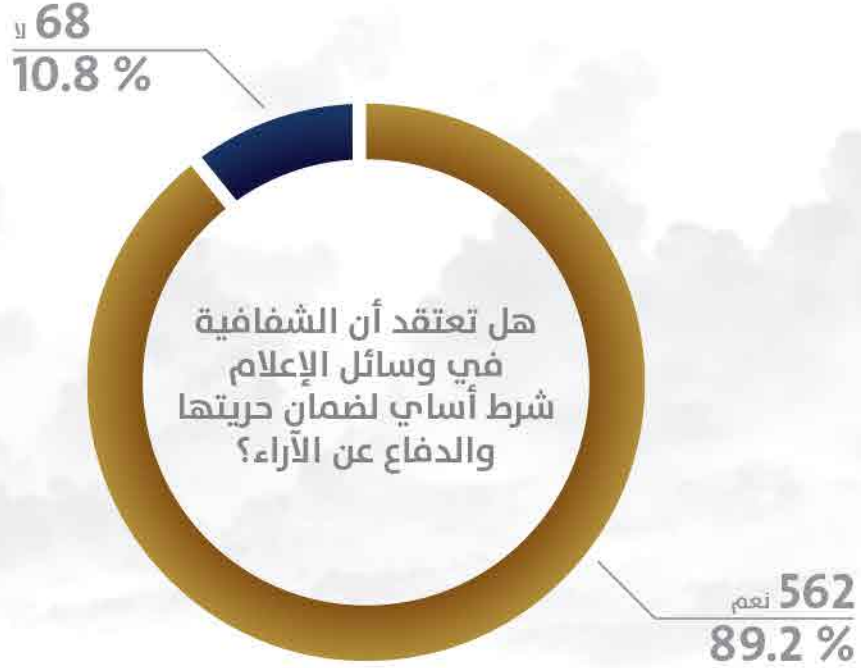
أظهرت نتائج الشكل رقم (3) أن أعلى نسبة كانت لفئة "نعم"، وسجلت ما نسبته 75.4% ، وهذه نتيجة جيدة تؤكد وعي الجمهور محل الدراسة بأهمية التعددية الإعلامية كركن أساسي ومباشر من أركان الديمقراطية داخل المجتمعات وتعكس هذه النتيجة أيضاً مستوى التعليم الذي يشكل وعي المواطن ومعارفه ومستوى إدراكه وهو ما يعرف بالجمهور النشط وتتفق هذه النتيجة مع نتائج استطلاع المستوى التعليمي، بينما سجلت فئة "لا" نسبة منخفضة بلغت 24.6%.

الشكل رقم (4) يوضح مدى إتاحة التغيير السياسي في ليبيا بعد 2011م حرية الوصول إلى الخبر والمعلومة:



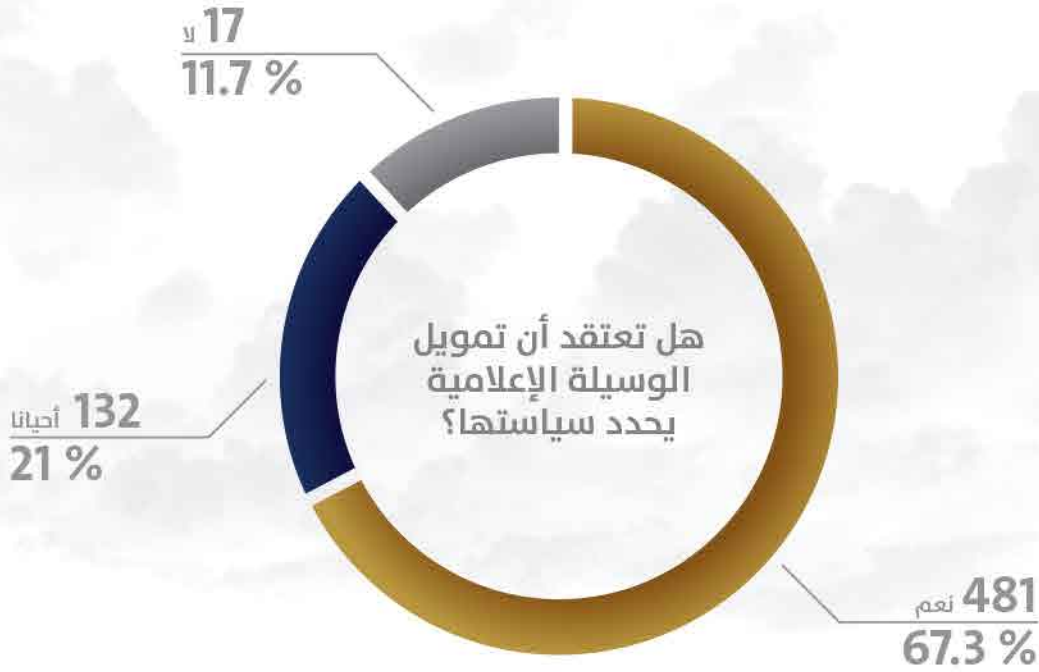
أظهرت نتائج الشكل رقم (4) أن أعلى نسبة كانت لفئة "إلى حد ما" وبلغت 53.5%، وهي نسبة مرتفعة، جاءت بعدها مباشرة فئة "نعم" بنسبة بلغت 27.5% وهذه النتائج مجتمعة تعتبر جيدة ويمكن تفسيرها بأنها واقعية، حيث أتاحت التعددية الإعلامية التي حدثت في ليبيا بعد التغيير السياسي عام 2011 مساحة لم تكن موجودة سابقاً في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات بينما سجلت فئة "لا" أقل نسبة وبلغ 19% وهي أيضاً نتيجة جيدة لصالح أداء وسائل الإعلام.

الشكل رقم (5) يوضح رأي جمهور الدراسة في شفافية ملكية وسائل الإعلام



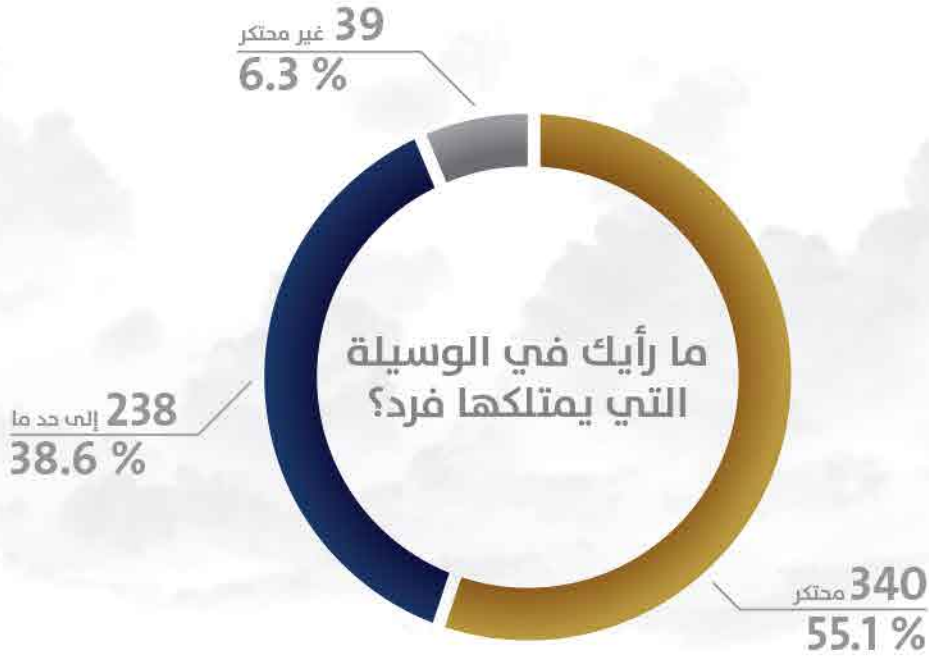
أظهرت نتائج الشكل رقم (5) أن أغلب جمهور الدراسة يؤمن بأن الشفافية في ملكية وسائل الإعلام شرط أساسي لضمان حريتها ، وبلغت نسبتها 89.2%، وتتفق هذه النتيجة مع ماورد في الشكل رقم (3) الخاص بـ(هل تؤمن بالتعددية الإعلامية في ليبيا؟) أن أعلى نسبة كانت لفئة "نعم" وسجلت 75.4% وكما أشرنا سابقاً هذه نتيجة جيدة تؤكد وعي الجمهور محل الدراسة بأهمية التعددية الإعلامية كركن أساسي ومباشر من أركان الديمقراطية داخل المجتمعات باعتبار أن وسائل ومواقع الإعلام الجديد أتاحت للمستخدمين سهولة أكثر في الوصول إلى المعلومات وبفضل هذه البيئة الإعلامية لم يعد الجمهور مجرد متلقي سلبي وإنما عنصر مشارك في صناعة الرسالة الإعلامي وتنعكس هذه النتيجة مستوى التعليم الذي يشكل وعي المواطن ومعارفه ومستوى إدراكه ، وهو مايعرف بالجمهور النشط ، بينما سجلت فئة "لا" نسبة منخفضة بلغت 10.8% .

الشكل رقم (6) يوضح رأي الجمهور في مصادر تمويل وسائل الإعلام و رسم سياستها التحريرية.



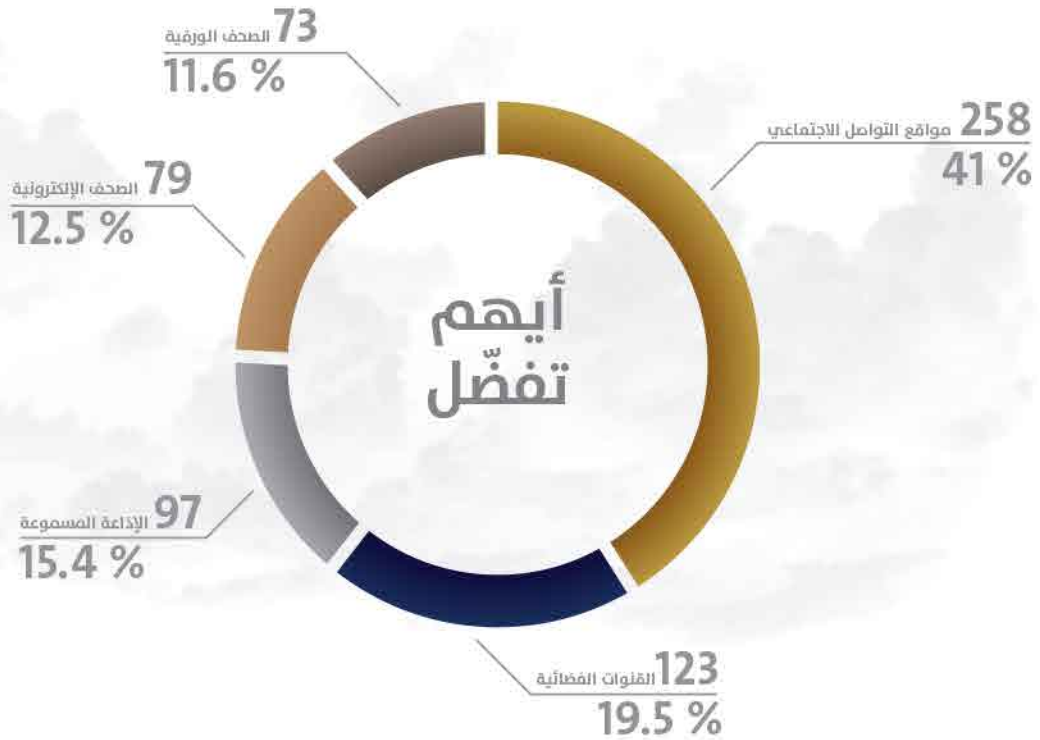
يتضح من نتائج الجدول رقم (6) أن جمهور الدراسة يعتقد أن تمويل الوسيلة الإعلامية هو من يحدد سياستها ، حيث سجلت فئة "نعم" أعلى نسبة وبلغت 67.3% ، بينما سجلت فئة "أحياناً" نسبة 21% فيما سجلت فئة "لا" نسبة بسيطة تشكل 11.7% فقط، وهذه نتائج جيد تعزز وتتفق مع ما ورد من نتائج سابقة في الشكل رقم (5) الخاص بـ (هل تعتقد أن الشفافية في وسائل ملكية وسائل الإعلام شرط أساسي لضمان حريتها والدفاع عن الآراء؟) حيث أظهرت النتائج أن أغلب جمهور الدراسة يؤمن بأن الشفافية في ملكية وسائل الإعلام شرط أساسي لضمان حريتها وبلغت نسبتها 89.2%، وتتفق هذه النتيجة ضمناً مع ماورد في الشكل السابق رقم (3) الخاص بـ (هل تؤمن بالتعددية الإعلامية في ليبيا؟) أن أعلى نسبة كانت لفئة "نعم" ، وسجلت 75.4% ، وكما أشرنا سابقاً هذه نتيجة جيدة تؤكد وعي الجمهور محل الدراسة بأهمية التعددية الإعلامية كركن أساسي ومباشر من أركان الديمقراطية داخل المجتمعات وتعكس هذه النتيجة مستوى التعليم الذي يشكل وعي المواطن ومعارفه ومستوى إدراكه وهو ما يُعرف بالجمهور النشط ، بينما سجلت فئة "لا" نسبة منخفضة بلغت 10.8%.

الشكل رقم (7) يوضح رأي الجمهور في الوسيلة الإعلامية التي يمتلكها فرد:



من خلال الشكل رقم (7) فقد بلغت فئة "محتكر" أعلى نسبة وبلغت 55.1%، بينما بلغت فئة "إلى حد ما" نسبة 38.6%، وهذه النسب توضح ما أشرنا إليه سابقاً بالجمهور النشط أو الواعي الذي يدرك مضامين الرسائل الإعلامية وأثر نوع الملكية على محتواها، وهذه النتائج تتفق تماماً مع ماورد في الشكل السابق رقم (6) أن جمهور الدراسة يعتقد أن تمويل الوسيلة الإعلامية هو من يحدد سياستها، حيث سجلت فئة "نعم" أعلى نسبة وبلغت 67.3%، بينما سجلت فئة "أحياناً" نسبة 21%، وكما أشرنا سابقاً هذه نتيجة جيدة تؤكد وعي الجمهور محل الدراسة بأهمية التعددية الإعلامية كركن أساسي ومباشر من أركان الديمقراطية داخل المجتمعات، وتعكس هذه النتيجة مستوى التعليم الذي يشكل وعي المواطن ومعارفه ومستوى إدراكه، وهو مايعرف بالجمهور النشط، بينما لم تسجل فئة "غير محتكر" أي نسبة.

الشكل رقم (8) يبين أي الوسائل أكثر شفافية حسب رأي مجتمع الدراسة



بحسب الشكل رقم (8) يعتبر جمهور الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر شفافية من بين الوسائل المدروسة ، إذ بلغت نسبتها 41% بين بقية الفئات الأخرى ، وهذه نتيجة متوقعة بسبب مساحات حرية النشر بمختلف الأشكال كالأسماء المستعارة مثلاً أو المواطنين العاديين دون الخضوع لرقابات معينة وكان هذا الأثر واضحاً على ليبيا منذ عام 2011 وغيرها من بلدان الربيع العربي ، بينما سجت فئة "القنوات الفضائية" 19.5% وهذه النتيجة متوقعة خاصة بعد وفرة القنوات الخاصة في ليبيا والتعددية التي حدثت في المشهد الإعلامي بسبب التغيير السياسي بعد عام 2011 وجاءت بعده الإذاعات المسموعة بنسبة 15.4% وهي أيضاً يسري عليها مايسري على القنوات الفضائية وجاءت بعدها فئة "الصحافة الإلكترونية" بنسبة 12.5% ثم فئة "الصحافة الورقية" بنسبة 11.6% وهي مؤشرات متقاربة وغير متوقعة باعتبار أن الصحف الإلكترونية تحظى بمساحات حرية نشر أوسع وبعضها يصدر من خارج ليبيا غير أن هذا التقارب ربما لأن بعض الصحف الإلكترونية لديها أيضاً نسخ ورقية تصدر من داخل ليبيا ، بالتالي كانت النسبة متقاربة .

الشكل رقم (9) يوضح أي الوسائل الأكثر تفضيلاً لدى الجمهور



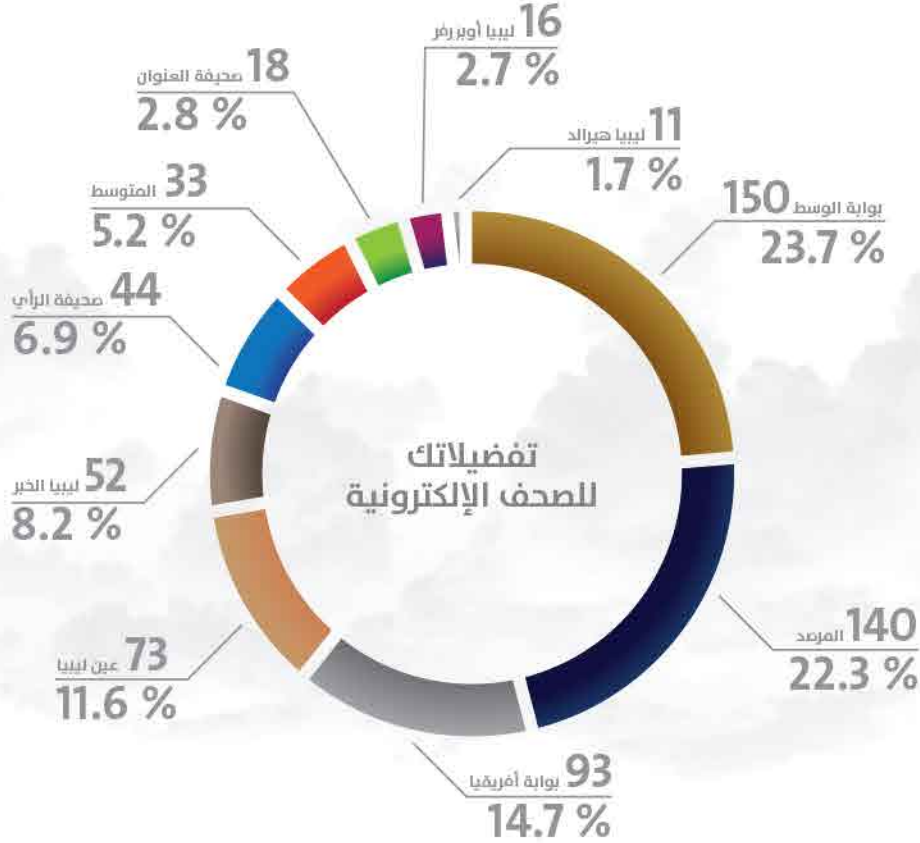
بحسب الشكل رقم (9) يفضل جمهور الدراسة القنوات "العامة" بنسبة 34.4% ، و الأثنان معاً بنفس النسبة 34.4% ، وهذه نتيجة تعكس جانب من التنافس بين هذه القنوات حسب الأشباع التي تحققها هذه القنوات لجمهور الدراسة ، بينما جاءت "الخاصة" منفردة بنسبة أقل بلغت 20%.

الشكل رقم (10) يوضح مدى متابعة القنوات المحلية الليبية



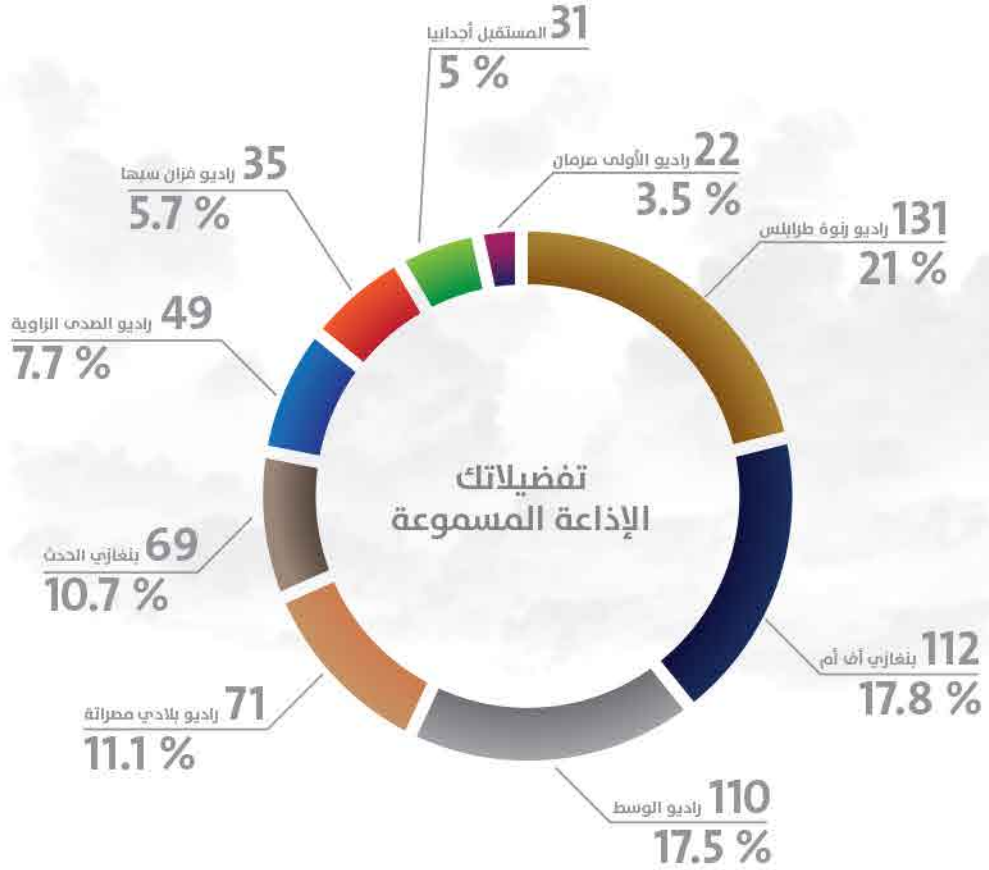
توضح نتائج الشكل رقم (10) الخاص بمدى متابعة القنوات المحلية أن فئة "أحياناً" سجلت أعلى نسبة بين بقية الفئات وبلغ 49% وهذه نتيجة متوقعة إذا غالباً ما تكون الاهتمامات حسب القضايا المطروحة التي تتعلق بالأحداث التي تشهدها ليبيا تحديداً وبالتالي تكون محل اهتمام من الجانبين ، بينما سجلت فئة "أتابع" نسبة 40% فيما سجلت فئة "لا أتابع" نسبة منخفضة بلغت 11% وهذه نتيجة سلبية ربما تعكس القصور في أداء الوسائل المدروسة باعتبار أن نجاح أي وسيلة إعلامية يتوقف على مدى المتابعة من قبل الجمهور .

الشكل رقم (11) يوضح الصحف والمواقع الإلكترونية المفضلة لدي مجتمع الدراسة



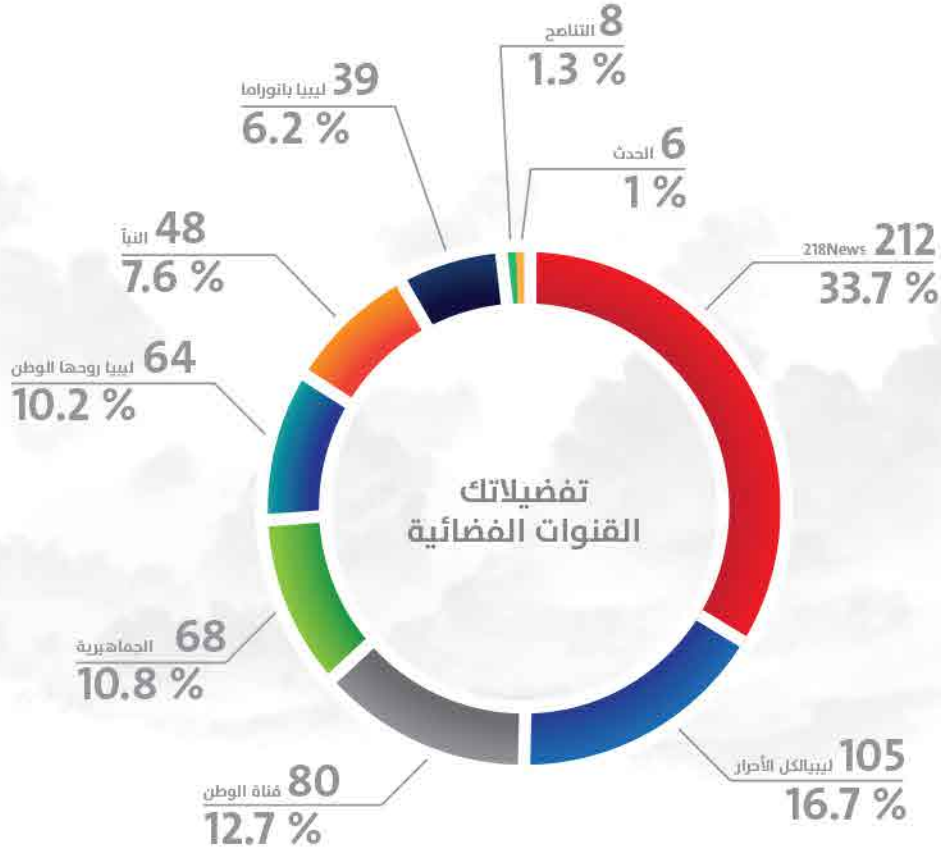
تظهر من خلال نتائج الجدول رقم (11) أن الصحف الأكثر متابعة من قبل جمهور الدراسة هي "صحيفة بوابة الوسط" بنسبة بلغت 44.1%، ربما يرجع سبب ارتفاع هذه النسبة لأنها الأقدم بين هذه الصحف وسبق لها أن صدرت بنسخة ورقية من داخل ليبيا قبل أن تصبح إلكترونية فقط وتصدر من خارج ليبيا، ثم صحيفة "المرصد" بنسبة بلغت 41.3%، ثم صحيفة "بوابة أفريقيا"، ثم موقع "عين ليبيا الإخباري" 21.6%، ثم صحيفة "ليبيا الخبر" بنسبة بلغت 15.2%، ثم صحيفة "الرأي" بنسبة بلغت 12.2%، وبعدها حلت صحيفة "المتوسط" بنسبة بلغت 9.7% وتأتي بعدها صحيفة "العنوان" بنسبة 5.2% وسجلت صحيفة "ليبيا أونر زفر" نسبة 5.1% وربما سبب انخفاض هذه النسبة لحدثة عهد دورها كصحيفة إلكترونية، وسجلت صحيفة "ليبيا هيرالد" نسبة 3.2% وربما سبب انخفاض هذه النسبة يرجع إلى أنها تصدر باللغة الإنجليزية فقط وبالتالي ستكون أقل قراءة في بلد يتحدث سكانه اللغة العربية.

الشكل رقم (12) يوضح ترتيب الإذاعات المسموعة التي يفضلها جمهور الدراسة



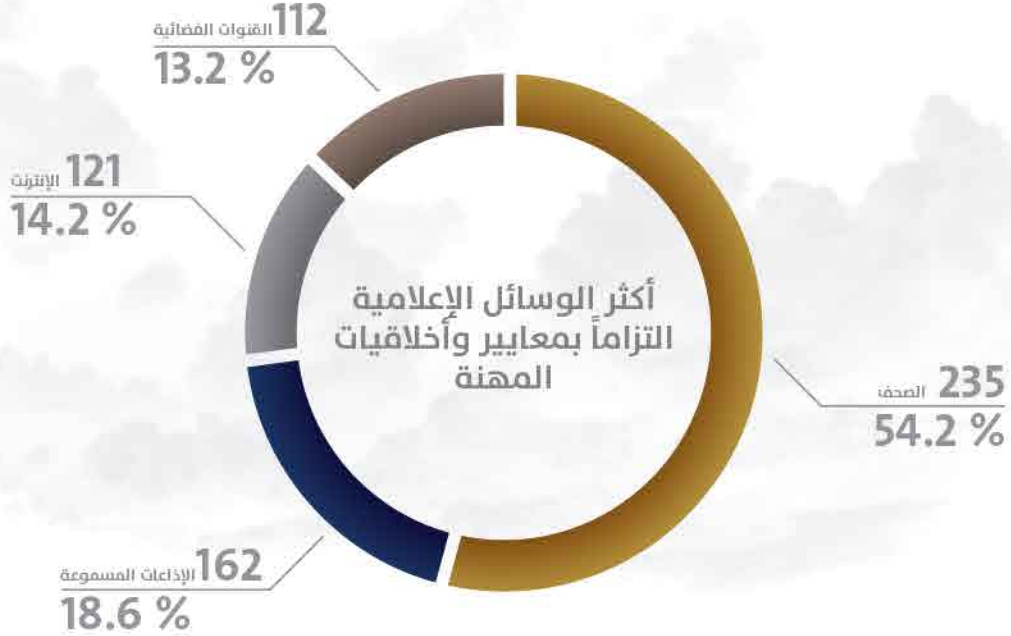
يظهر من خلال الشكل رقم (12) الخاص بأكثر القنوات متابعه أن راديو زروة الذي يبيت من العاصمة سجل أعلى نسبة وبلغت 24.8% وربما يرجع ذلك إلى موقع القناة باعتبارها تبث من العاصمة طرابلس التي هي أكثر المدن الليبية كثافة سكانية وسجل راديو بنغازي FM نسبة 21.3% وربما يرجع ذلك أيضاً لمكان هذا الراديو في مدينة بنغازي التي تعتبر ثاني أكبر مدن ليبيا من حيث تعداد السكان ، بينما سجل راديو بنغازي الحدث نسبة 11.4% وسجل رادية "بلادي" في مدينة مصراتة نسبة بلغت 13.5% ثم راديو "الصدى" في مدينة الزاوية نسبة بلغت 9.2% ثم راديو "اجدابيا" نسبة بلغت 5.9% وتحصل راديو "فزان" في مدينة سيها على نسبة 6.7% وسجل راديو "الأولى" في مدينة صرمان على نسبة 4.1% وربما يرجع تفاوت هذه النسب بشكل عام إلى أماكن تواجد بث هذه القنوات المحلية التي تبث في نطاق أماكن تواجدها وبالتالي سوف تكون نسبة المتابعة غالباً مرتبطة بحجم سكان هذه المدن بشكل عام .

الشكل رقم (13) يظهر أكثر القنوات الفضائية التي يفضلها الجمهور



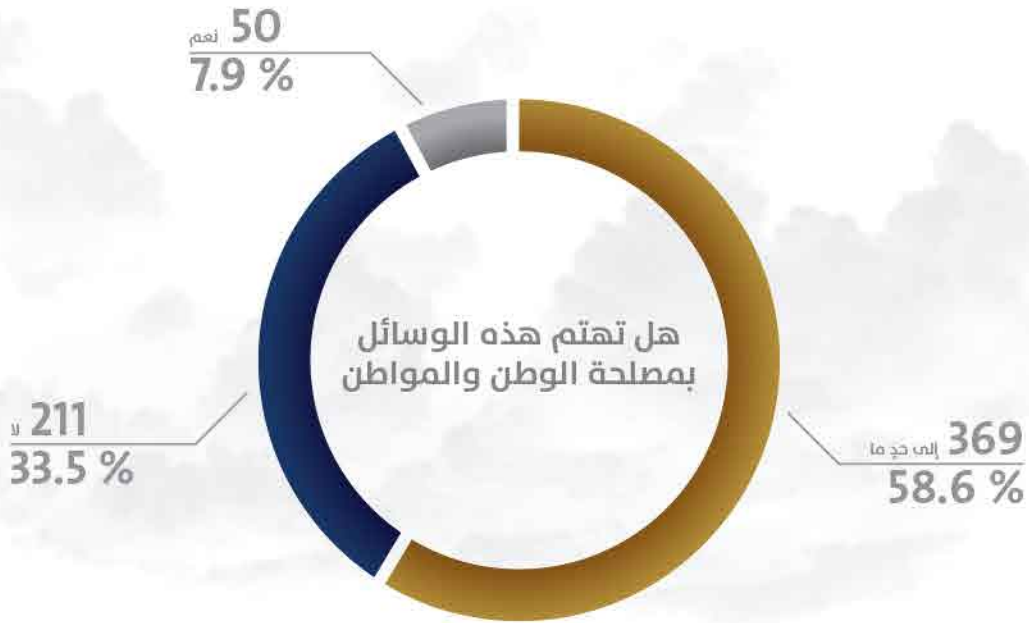
أظهرت نتائج الشكل رقم (13) الخاص بالقنوات التي يفضلها الجمهور أن قناة "218News" هي الأكثر مشاهدة لدى جمهور الدراسة، بنسبة بلغت 33.7%، وجاءت في المرتبة الثانية قناة "ليبيا الأحرار" بنسبة بلغت 16.7%، بينما سجلت قناة "الوطن" نسبة 12.7% ورغم حداثة عهدنا إلا أنها حلت في المرتبة الثالثة، وسجلت قناة "الجماهيرية" نسبة 10.8% ونسبة قرية منها جاءت "ليبيا روحها الوطن" بنسبة بلغت 10.2%، بينما سجلت قناة "النبأ" نسبة 7.6% بينما سجلت قناة "التناصح" نسبة بلغت 1.3% بينما سجلت قناة "الحدث" أقل نسبة وبلغت 1.0% وهذه النتائج مجتمعة تعكس مستوى البرامج والخطاب الإعلامي الذي تقدمه قنوات الدراسة من ناحية المتابعة من قبل الجمهور والتأثير في اتجاهاته وترتبط هذه الإجابات بما سوف يظهر في الجدول القادم رقم (26) الذي أظهر أن جمهور الدراسة يثق في القنوات الأجنبية أكثر من القنوات المحلية (العامة والخاصة) بنسبة بلغت 38% وهذه نتيجة سلبية ربما تعكس وجود خلل في أداء الوسائل محل الدراسة وأيضاً تتفق هذه النسبة مع ماورد من نتيجة في الجدول السابق رقم (11) الخاص بمدى متابعة القنوات المحلية من قبل المبحوثين إذ سجلت فئة "أحياناً" أعلى نسبة بين بقية الفئات وبلغت 49%.

الشكل رقم (14) يوضح أكثر الوسائل الإعلامية التزاماً بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي حسب رأي المبحوثين



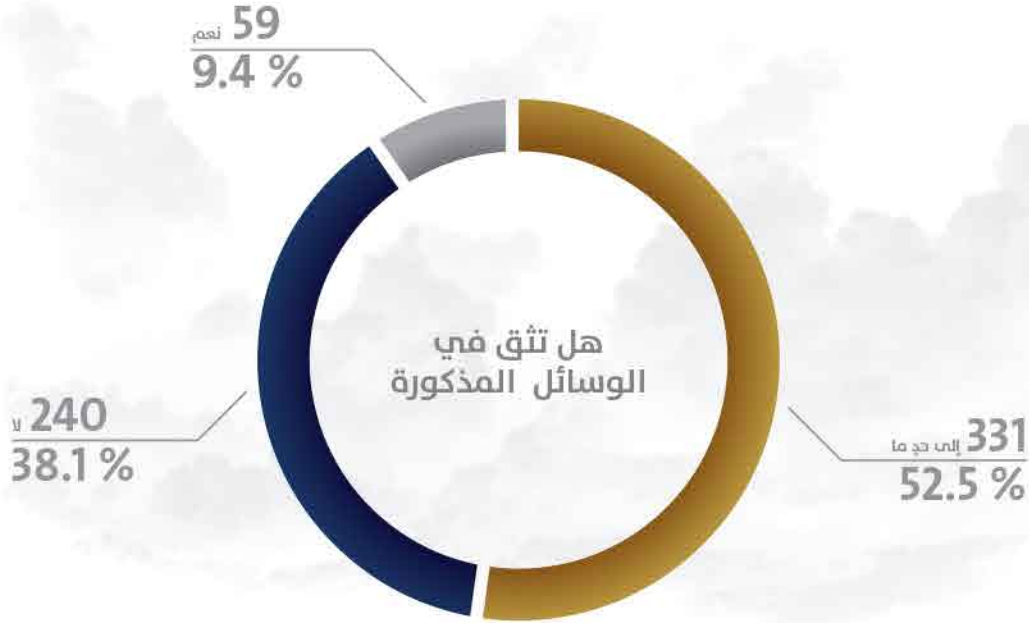
يتضح من خلال الشكل رقم (14) أن جمهور الدراسة يرى أن الصحف هي الأكثر التزاماً بمعايير وأخلاقيات المهنة بنسبة بلغت 73.3%، وهذه نتيجة متوقعة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن الصحف غالباً ما تكون أكثر رصانة في خطابها بقية الوسائل إذ أن جمهور القراء غالباً ما يبحث عن الخطاب الرصين إلى جانب أن ملكية الصحف غالباً ما تكون واضحة وهو ما يفرض عليها نوع الالتزام، وجاءت الإذاعات المسموعة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 25.2% ومن خلال الملاحظة لما تبثه هذه الإذاعات يمكن تأكيد ذلك إذ أن أغلب ماتبته هذه القنوات يتسم بالالتزام نحو المجتمع بشكل عام وجاءت فئة "الإنترنت" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 19.2%، وهذه نتيجة متوقعة إذ أن ما يرد في هذه المصادر عادة ما يتسم بعدم الالتزام بسبب حرية النشر في هذا الفضاء الغير مقيد وهذا ما أكدته الشكل السابق رقم (8)، حيث اعتبر جمهور الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر شفافية من بين الوسائل المدروسة، وبلغت نسبتها 41% بين بقية الفئات الأخرى، وهذه نتيجة متوقعة كما أشرنا سابقاً بسبب مساحات حرية النشر بمختلف الأشكال كالأسماء المستعارة مثلاً أو المواطنين العاديين دون الخضوع لرقابات معينة وكان هذا الأثر واضحاً على ليبيا منذ عام 2011، وغيرها من بلدان الربيع العربي بينما سجلت فئة "القنوات الفضائية" في الشكل (11) نسبة متدنية بلغت 17.8%، وهذه نتيجة سلبية وتعكس ما ذكرناه في نتائج سابقة وهو ما يعرف بالجمهور النشط الذي يميز الخطاب الإعلامي سبب ارتفاع مستوى التعليم والتعددية الحاصلة في المشهد الإعلامي الليبي، وأيضاً من خلال الملاحظة ومن خلال الإطار المعرفي للبحث الذي يوضح حالة الإعلام الليبي في الوقت الراهن وظهور قنوات مملوكة لمناطق وفئات معينة تتصارع على السلطة وخطابها تحريضي ضد أطراف معينة مقابل أخرى في المشهد العام.

الشكل رقم (15) يوضح مدى اهتمام الوسائل الإعلامية التي شملتها الدراسة بمصلحة الوطن والمواطن



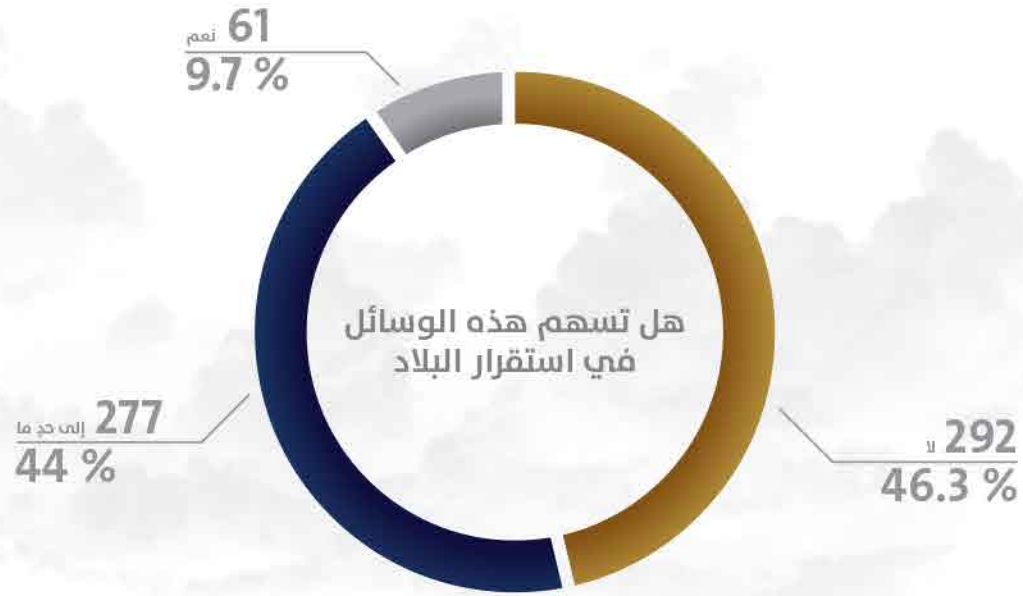
من الشكل رقم (15) يتضح أن جمهور الدراسة يرى أن هذه الوسائل محل الدراسة تهتم إلى حد ما بمصلحة الوطن والمواطن بنسبة مرتفعة بلغت 58.6%، بينما أجاب 33.5% من جمهور الدراسة بـ"لا" وهذه نتيجة سلبية وتضع هذه الوسائل محل مسؤولية وإعادة ترتيب أولوياتها في خطابها الإعلامي وربما يعود ذلك لحالة الانقسام السياسي والصراع التنافسي على السلطة مما أجبر بعض الوسائل الإعلامية الخاصة أن تكون بمثابة أجنحة إعلامية للفصائل والجهات المتناحرة على السلطة وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع ماورد في الشكل السابق رقم (6) ، حيث يرى جمهور الدراسة أن جمهور أن تمويل الوسيلة الإعلامية هو من يحدد سياستها ، إذ سجلت فئة "نعم" أعلى نسبة وبلغت 67.3%، بينما أجاب 7.9 بنعم ، وهذه نتيجة متوقعة ولا يمكن اعتبارها مؤشر جيد إذا ما أخذنا بعين الاعتبار حالة الانقسام داخل المجتمع الليبي وبالتالي ستولد مواقف منحازة لجهة ما .

الشكل رقم (16) يوضح مدى ثقة المبحوثين في هذه الوسائل الإعلامية التي شملتها الدراسة



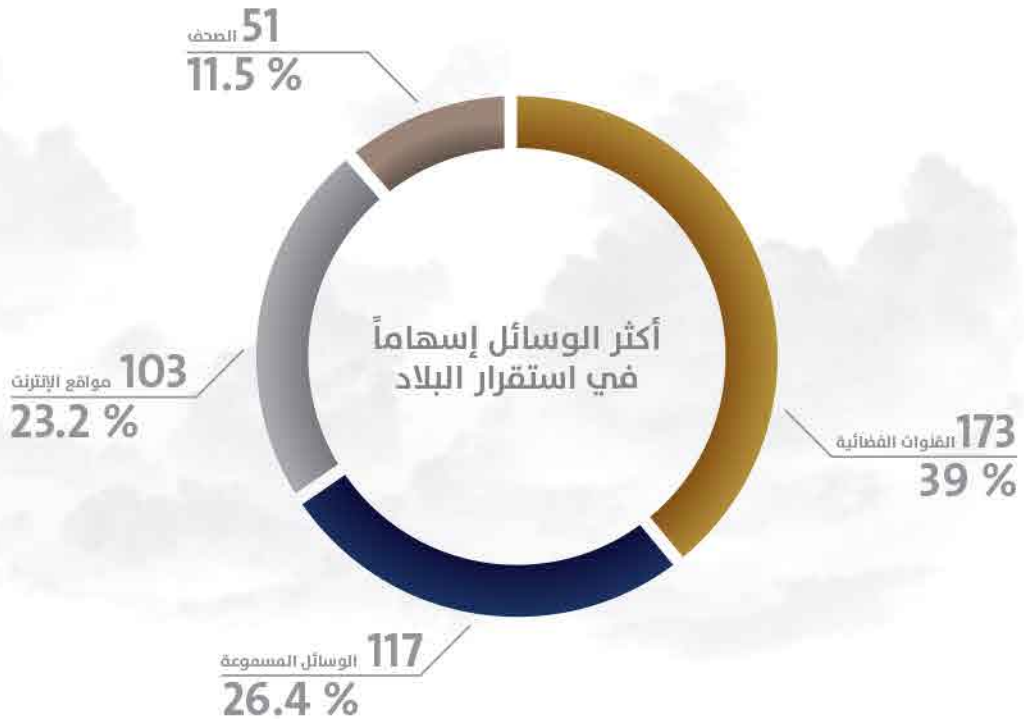
تظهر نتائج الجدول رقم (16) أن أعلى نسبة حول ثقة جمهور الدراسة في الوسائل التي يتابعها كانت لصالح فئة "إلى حد ما" وبلغت 52.2%، وتتفق هذه النتيجة مع ماورد في الجدول السابق رقم (15) إذ يرى جمهور الدراسة أن هذه الوسائل محل الدراسة تهتم إلى حد ما بمصلحة الوطن والمواطن بنسبة بلغت 58.6%، بينما سجلت فئة "لا" في الجدول السابق رقم (16) نسبة 38.1%، وأيضاً تتفق مع ماورد في الجدول السابق رقم (15) أيضاً إذ سجلت فئة "لا" 33.5%، وهذه نتيجة سلبية وتضع هذه الوسائل محل مسؤولية وإعادة ترتيب أولوياتها في خطابها الإعلامي وربما يعود ذلك لحالة الانقسام السياسي والصراع التنافسي على السلطة مما أجبر بعض الوسائل الإعلامية الخاصة أن تكون بمثابة أجنحة إعلامية للفصائل والجهات المتناحرة على السلطة، كما تتفق هذه النتيجة أيضاً مع ماورد في الجدول السابق رقم (6) حيث يرى جمهور الدراسة أن جمهور أن تمويل الوسيلة الإعلامية هو من يحدد سياستها إذ سجلت فئة "نعم" أعلى نسبة وبلغت 67.3%، وسجلت فئة "نعم" أقل نسبة وبلغت 9.4% وهذه نتيجة سلبية ولا يمكن اعتبارها إذا ما أخذنا بعين الاعتبار حالة الانقسام والجهوية والمناطقية في الخطاب الإعلامي الليبي عبر وسائل الإعلام الخاصة وبالتالي سيسهم بدوره في تشكيل رأي عام ومواقف تجاه هذه الوسائل ولو بشكل بسيط .

الشكل رقم (17) يوضح مدى إسهام البرامج التي تناولها الوسائل التي شملتها الدراسة في استقرار البلاد



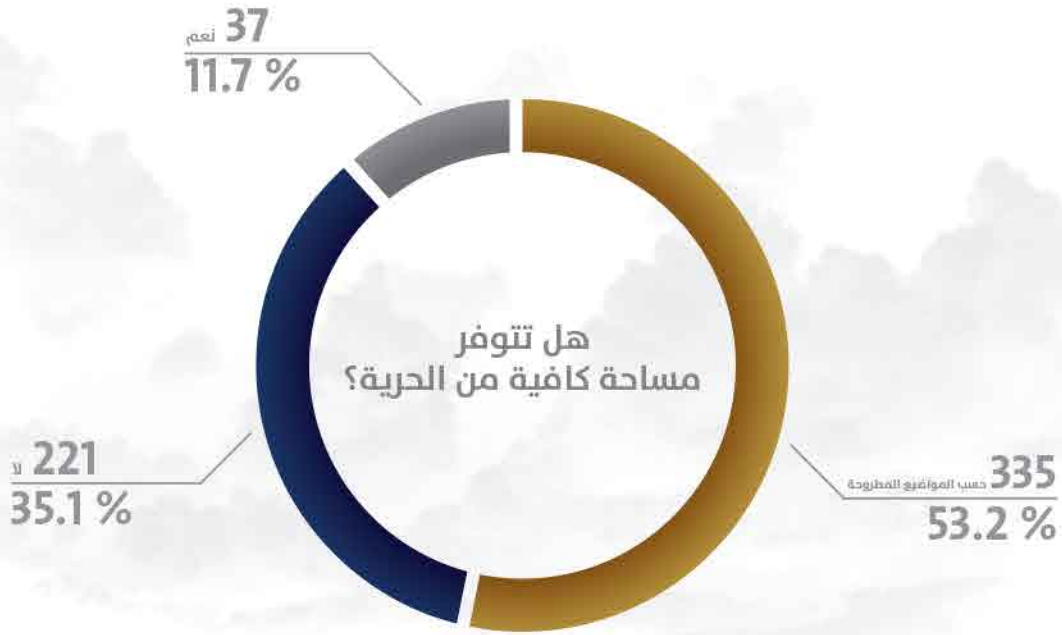
تشير نتائج الشكل رقم (17) إلى أن أعلى نسبة من جمهور الدراسة يرون بأن المواضيع والبرامج التي تناولها وسائل الإعلام الليبية الخاصة محل الدراسة لا تسهم في استقرار البلاد بنسبة بلغت 46.3% وهذه نتيجة سلبية، بينما يرى 44% منهم بأنها تسهم إلى حد ما، في حين أجاب 9.7% بنعم وهي نسبة منخفضة جداً، وبنفس حجم النسبة في الشكل السابق رقم (16) الخاص بثقة الجمهور في الوسائل محل الدراسة، وكما أشرنا سابقاً لا يمكن اعتبارها إذا ما أخذنا بعين الاعتبار حالة الانقسام والجهوية والمناطقية في الخطاب الإعلامي الليبي عبر وسائل الإعلام الخاصة وبالتالي سيسهم بدوره في تشكيل رأي عام ومواقف تجاه هذه الوسائل ولو بشكل بسيط.

الشكل رقم (18) يبيّن أكثر الوسائل الإعلامية إسهاماً في استقرار البلاد



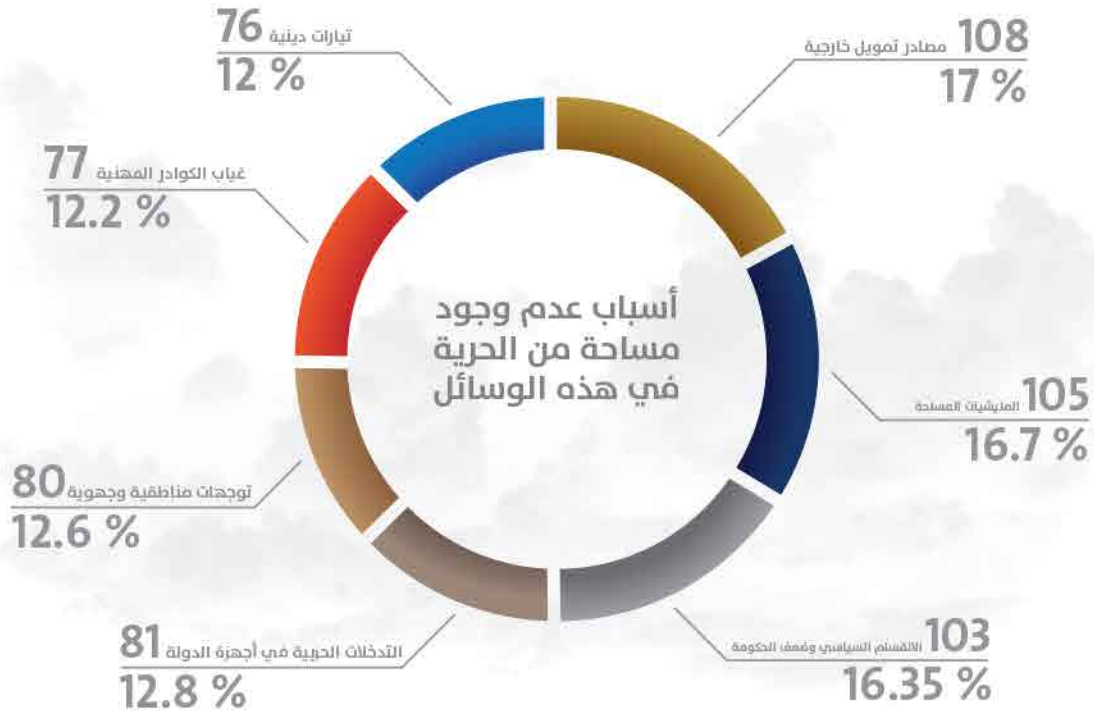
أظهرت نتائج الشكل رقم (18) أن القنوات الفضائية هي الأكثر إسهاماً في استقرار البلاد حسب ما يراه جمهور الدراسة بنسبة بلغت 39% وهذه نتيجة متوقعة باعتبار أن الفضائيات هي الأكثر تأثيراً على الجمهور بتقني الصوت والصورة والنقل المباشر ومالديها من إمكانيات تمكنها من مخاطبة كافة شرائح المجتمع ، بينما جاءت الإذاعة المسموعة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 26.4% ، وهذه نتيجة متوقعة باعتبار أن الإذاعات المسموعة منذ ظهورها عرفت بالقدرة على الانتشار وسهولة الاستخدام وسرعة التأثير أيضاً ، بينما سجلت مواقع الإنترنت نسبة 23.2% والصحف نسبة 11.5% ربما يرجع ذلك لمحدودية جمهورها ومحدودية انتشارها خاصة أن الصحف الورقية قد توقفت عن الصدور بشكل نهائي في ليبيا منذ عام 2014 لعدة أسباب منها حالة الانقسام السياسي وتداعياته .

الشكل رقم (19) يظهر مساحة الحرية التي تحظى بها وسائل الإعلام بعد عام 2014 حسب رأي الجمهور



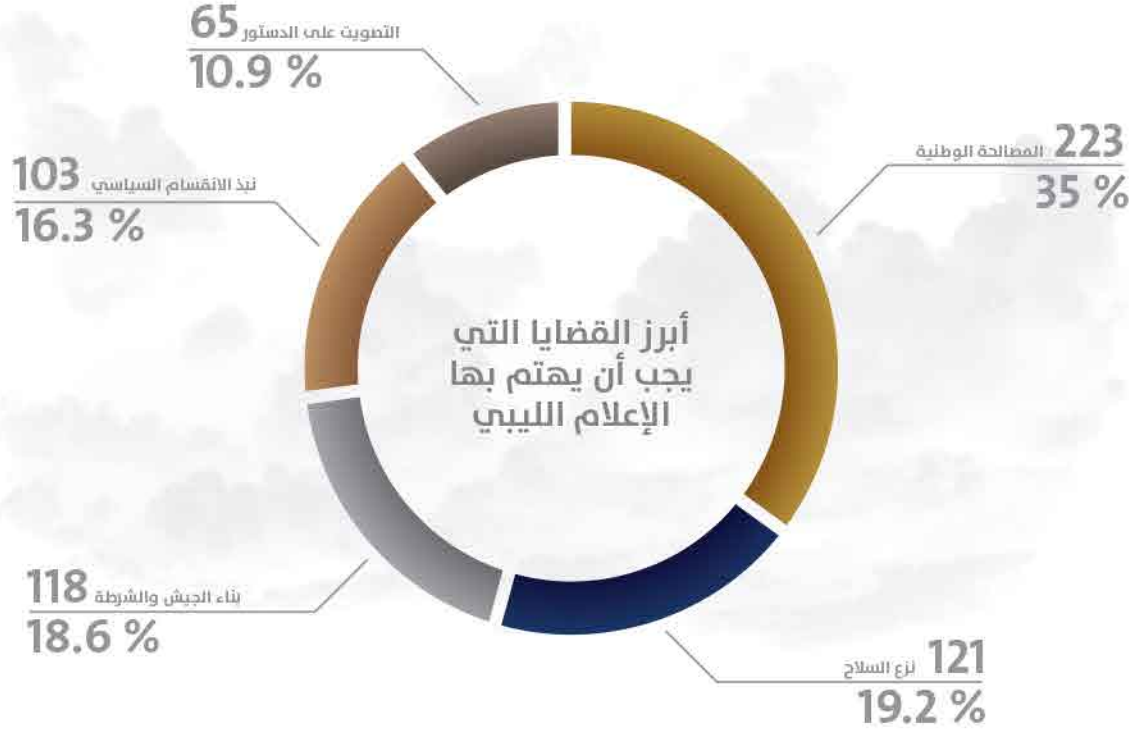
تظهر نتائج الجدول رقم (19) أن جمهور الدراسة يرى أن مساحة الحرية التي تحظى بها وسائل الإعلام الليبية منذ عام 2014، وهي مرحلة الانقسام السياسي والحرب التي دارت بعده حول السلطة أن فئة "حسب المواضيع المطروحة" سجلت أعلى نسبة وبلغت 53.2%، وهي نسبة مرتفعة وتعكس ما أشرنا إليه سابقاً وهو وعي جمهور الدراسة حول القضايا التي تتناولها وسائل الإعلام محل الدراسة، بينما سجلت فئة "لا" نسبة 35.1% وهي نتيجة متوقعة باعتبار أن البلاد في حالة انقسام سياسي وصل ببعض القنوات الفضائية إلى التحريض والتهديد بالقتل في وسائل إعلام محلية وسبق أن رصد المركز الليبي لحرية الصحافة هذه الانتهاكات في خطابات العنف والكراهية في تقارير سابقة، بينما سجلت فئة "نعم" 11.7% وهي نسبة متدنية ولا تمثل قيمة تذكر أمام بقية فئات الجدول.

الشكل رقم (20) يوضح أسباب عدم وجود مساحة من الحرية في الوسائل الإعلامية التي شملتها الدراسة



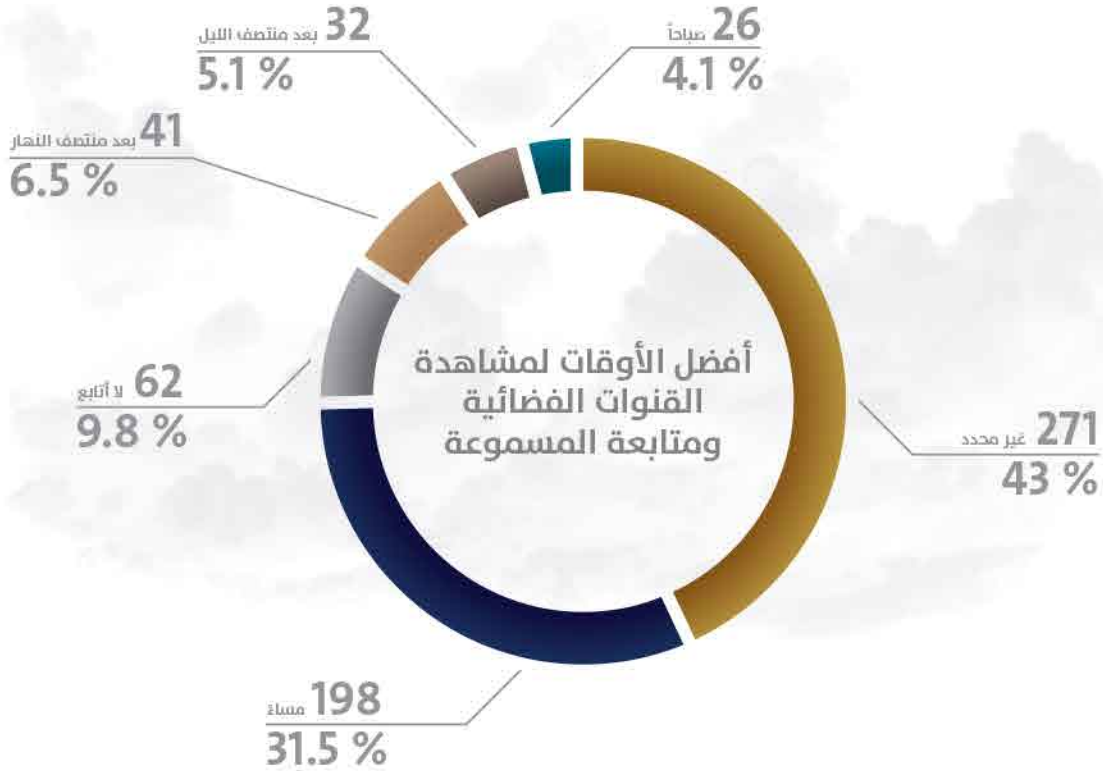
تُظهر نتائج الجدول رقم (20) رأي الجمهور في أسباب انعدام مساحة الحرية في وسائل الإعلام الليبية كما يلي:- "المليشيات المسلحة" بنسبة بلغت 40.3% وجاءت في المرتبة الثانية فئة "توجهات مناطقية وجهوية" بنسبة بلغت 30.6% ثم فئة "تيارات دينية"، بنسبة 29.2% وسجلت فئة "التدخلات الحزبية في أجهزة الدولة" نسبة 30.9% ثم "الانقسام السياسي وضعف الحكومة" نسبة 39.5% ثم فئة "مصادر تمويل خارجية" التي سجلت نسبة 41.5% وسجلت فئة "غياب الكوادر المهنية" 29.5%، وكل هذه النتائج مجتمعة تعكس أسباب ضعف أداء وسائل الإعلام الحكومية بشكل عام وإن تباينت إجابات الجمهور لكنها تظل نتائج إيجابية وتعكس مستوى الوعي لدى جمهور الدراسة وما أشرنا إليه سابقاً بالجمهور النشط .

الشكل رقم (21) أبرز القضايا التي يجب أن توليها وسائل الإعلام الليبية الخاصة الاهتمام أولاً



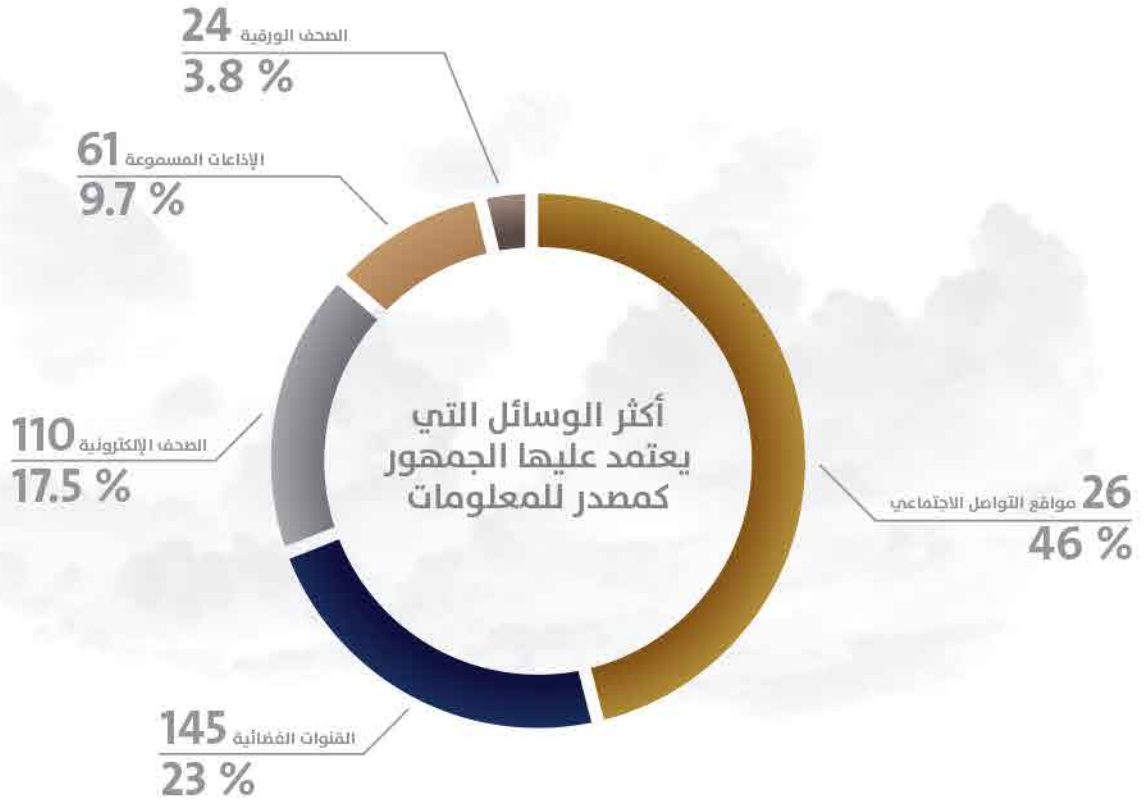
بحسب نتائج الشكل رقم (21) الخاص بالقضايا التي يرمى جمهور الدراسة يجب أن توليها وسائل الإعلام الليبية أولوية جاءت على النحو التالي الفئة الأولى "المصالح الوطنية" بنسبة بلغت 31.1% ثم فئة "نزع السلاح" بنسبة 17% وثالثاً فئة "بناء الجيش والشرطة" بنسبة 16.5% ورابعاً فئة "نقد الانقسام السياسي" بنسبة 14.4% وخيراً فئة "التصويت على الدستور" 9% بشكل عام تعتبر كل القضايا المطروحة ذات أولوية مهمة لاستقرار ليبيا غير أن فئة الدستور عندما تسجل أعلى نسبة أمام بقية الفئات المذكورة ضمن الجدول نلاحظ وجود ما يمكن أن نصفه بالخلل أو بالفجوة التي ربما تكون متعمدة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار الخطاب الرفض للاستفتاء على مسودة الدستور عبر وسائل الإعلام الليبية وهذا خلل كبير في أداء هذه الوسائل ويعزز حالة الانحياز المباشر لأطراف ضد أخرى والعكس ، كما سبق أن أظهرت نتائج الجدول رقم (17) التي أظهرت أن أعلى نسبة من جمهور الدراسة يرون بأن المواضيع والبرامج التي تتناولها وسائل الإعلام الليبية الخاصة محل الدراسة لا تسهم في استقرار البلاد بنسبة بلغت 46.3%، وهذا مؤشر سلبي يفترض أن يكون هناك ترتيب للأولويات وأن يسبق مرحلة الاستفتاء على الدستور ما يمكن أن نصفه بالضجيج الانتخابي على سياق الصمت الانتخابي المتعارف عليه في هكذا ممارسات .

الشكل رقم (22) أفضل الأوقات لمشاهدة القنوات الفضائية ومتابعة المسموعة



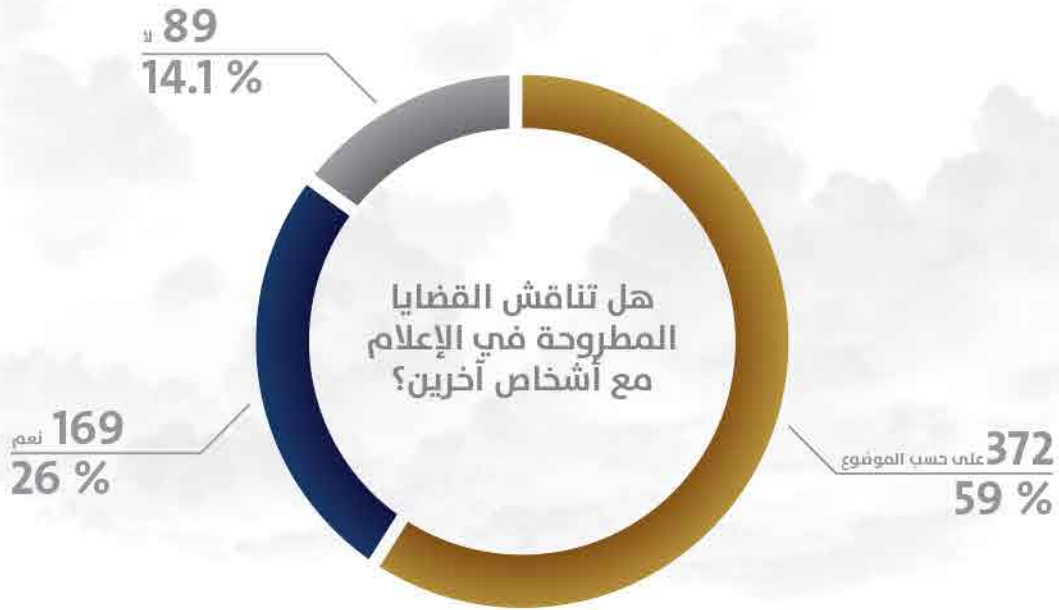
تشير نتائج الشكل رقم (22) الخاص بأوقات متابعة الوسائل الإعلامية محل الدراسة أن فئة "غير محدد" كانت هي الأعلى نسبة بين بقية الفئات ، وبلغت 43% وهي نتيجة متوقعة باعتبار أن جمهور الدراسة من مختلف شرائح المجتمع من حيث الجنس والمستويات العلمية وأماكن الإقامة ، وبالتالي ستكون عاداته وأنماطه مختلفة ، وتتفق هذه النتيجة إذا ما قارناها بما ورد في الشكل السابق رقم (10) الخاص بمدى متابعة القنوات المحلية من قبل المبحوثين الذي أظهر أن فئة "أحياناً" سجلت أعلى نسبة بين بقية الفئات وبلغت 49% وهذه نتيجة متوقعة إذا غالباً ما تكون الاهتمامات حسب القضايا المطروحة التي تتعلق بالأحداث التي تشهدها ليبيا تحديداً بينما جاءت في المرتبة الثانية فئة "مساءً" التي سجلت نسبة 31.4%، وهذه نتيجة متوقعة إذ غالباً ما تكون فترة خارج نطاق دوام الوظائف والمدارس سجلت فئة "بعد منتصف النهار" نسبة بلغت 6.5%، وفئة "بعد منتصف الليل" نسبة بسيطة بلغت 5.1%، بينما سجلت فئة "لا أتبع" نسبة 9.8% .

الشكل رقم (23) أكثر الوسائل يعتمد عليها الجمهور كمصدر للمعلومات



يظهر الجدول رقم (23) أكثر الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور الليبي محل الدراسة للحصول على المعلومات أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر أهمية بالنسبة للجمهور، وبلغت نسبتها 61.3% بينما سجلت فئة "القنوات الفضائية" المرتبة الثانية بنسبة بلغت 30.8% والصحف الإلكترونية المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 23% ثم القنوات المسموعة بنسبة بلغت 13% وجاءت في المرتبة الأخيرة "الصحف الورقية" بنسبة بلغت 5.1%.

الشكل رقم (24) مدى مناقشة القضايا المطروحة في وسائل الإعلام مع أشخاص آخرين



تظهر نتائج الشكل رقم (24) أن جمهور الدراسة يناقش القضايا المطروحة في وسائل الإعلام التي يتابعها "حسب الموضوع المطروح" بنسبة بلغت 59% وهذه نتيجة متوقعة وتتفق مع ماورد في الشكل رقم (20) حيث أظهرت أن جمهور الدراسة يرى أن مساحة الحرية التي تحظى بها وسائل الإعلام الليبية منذ عام 2014 أن فئة "حسب المواضيع المطروحة" سجلت أعلى نسبة وبلغت 53.2% وهي نسبة مرتفعة وتعكس ما أشرنا إليه سابقاً وهو وعي جمهور الدراسة حول القضايا التي تتناولها وسائل الإعلام محل الدراسة، بينما سجلت فئة "نعم" في الشكل (24) نسبة بلغت 26%، وهذه نتيجة متوقعة وتعكس أن هذه القنوات محل الدراسة تسهم في صنع وتوجيه الرأي العام تجاه القضايا التي تطرحها، بينما سجلت فئة "لا" أقل نسبة وبلغت 14.1% وهذه نتيجة متوقعة قياساً بالشكل رقم (22) الخاص بأوقات متابعة الوسائل الإعلامية محل الدراسة، حيث سجلت فئة "لا أتابع" نسبة 9.8%.

الشكل رقم (25) أي الوسائل يثق ويعتمد عليها الجمهور تجاه القضايا والأحداث الليبية الجارية



توضح نتائج الشكل رقم (25) أن جمهور الدراسة يثق في القنوات الأجنبية بنسبة بلغت 38%، وهذه نتيجة سلبية ربما تعكس وجود خلل في أداء الوسائل محل الدراسة، وتتفق هذه النسبة مع ماورد من نتيجة في الشكل رقم (10) الخاص بمدى متابعة القنوات المحلية من قبل المبحوثين أن فئة "أحياناً" سجلت أعلى نسبة بين بقية الفئات وبلغت 49% بينما سجلت القنوات العامة أو الحكومية نسبة 33% وهذه نتيجة جيدة تعكس مستوى ثقة الجمهور في الإعلام الحكومي، وإن ضعف أدائه مقارنة بالإعلام الخاص بمختلف أنواعه بسبب المنافسة، فيما سجلت فئة "الخاصة" أقل نسبة وبلغت 26.3%.

الخاتمة: النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج الخاصة بالمؤسسات الإعلامية الخاصة

انطلاقاً من أن شفافية ملكة وسائل الإعلام في أي مكان يعتبر من أهم المعايير التي تضمن احترام هذه المؤسسات الإعلامية الخاصة لكل مقتضيات التنوع والتعددية والجمهور ، والتي تعتبر من بين أهم الشروط الأساسية لضمان الاستقلالية لهذه الكاملة لهذه المؤسسات بكل ماتحمل الكلمة من معنى ، وبناءً على ماسبق توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1 أكثر من نصف المؤسسات الإعلامية التي أُستهدفت بالدراسة لم تستجب لنا ، ولم تجب على الاستبيان الذي أرسل لهم ، وكان عدد من أجاب على الاستبيان الخاص بالدراسة هم (12) وسيلة إعلامية من ضمن (30) وسيلة إعلامية منها قنوات مسموعة وفضائية ومواقع وصحف إلكترونية ووكالات أنباء- شملتهم الدراسة وهذه الوسائل التي لم تستجب هي:

○ **القنوات التلفزيونية التي لم تستجب:**
النبا - التناصح - ليبيا لكل الأحرار - ليبيا روحها الوطن
الحدث - الجماهيرية - قناة 218 - الوطن.

○ **الصحف والمواقع الالكترونية التي لم تستجب:**
صحيفة العنوان - بوابة الوسط - المرصد - عين ليبيا
ليبيا الخبر - المتوسط.

○ **القنوات المسموعة التي لم تستجب:**
راديو رنوة - راديو الوسط - راديو الحدث.

○ **وكالات الأنباء التي لم تستجب:**
وكالة الصحافة الليبية.

2 عدم وجود متابعة دقيقة من قبل جهات الاختصاص الغائبة أصلاً للمشهد الإعلامي الليبي الخاص تجعلنا في صورة من الضبابية وعدم الوضوح لملكية هذه المؤسسات الإعلامية الخاصة.

3 غياب المعلومات والمعطيات الدقيقة حول هوية أصحاب وملاك هذه الوسائل الإعلامية الخاصة ومصادر تمويلها.

4 معظم هذه المؤسسات الإعلامية الخاصة والمهتمة بالشأن الليبي وخصوصاً القنوات الفضائية تراخيصها وأماكن بثها من خارج ليبيا.

5 أكثر من نصف المستجوبين المستهدفين بالدراسة من ملاك ومسيري قنوات الإعلام الليبية و"المهتمة بالشأن الليبي" لم يردوا على الاستبيان.³⁹

6 معظم القنوات التي ردت لاتوجد بها مجالس إدارة.

7 القنوات تحديدا العاملة خارج ليبيا لم تعر الاستبيان أي اهتمام.

8 يؤكد البعض أن الدعم الحكومي لبعض القنوات إن وجد لها تأثير على استقلالية العمل الإعلامي والتقارير الإخبارية ، وكذلك لاتوجد آثار سياسية للتمويل.

9 لا يوجد مساهمين إلا في بعض القنوات وهم غير فاعلين على ما يبدو.

10 توصلت الدراسة إلى أن الصحف التي بدأت نشر نسخها باللغة الإنجليزية تهتم بالشأن الليبي المحلي فقط، خلاف الصحف الأخرى التي تهتم بالشأن الإقليمي والمحلي عامة.

11 معظم الوسائل الإعلامية المستهدفة بالدراسة لا يوجد لديها مجالس إدارة.

12 بعض الوسائل الإعلامية المستهدفة بالدراسة لاتوجد لديها تراخيص مزاولة ، وإن وجدت لدى بعضها فهي متحصلة عليها من جهات مختلفة وهو ما يعكس حاجة قطاع الإعلام للتنظيم وإعادة الهيكلة.

13 بعض الوسائل الإعلامية المستهدفة بالدراسة ملكيتها فردية ، كما أن بعضها لم يذكر أسماء الملاك ولم يكشف عن رأس المال التأسيسي وعدد حصص المساهمين ، وليس لديهم وكلاء ، كما لم يتم ذكر العناوين الخاصة بهم بشكل مفصل وشفاف وواضح ، كما أن بعض هذه الوسائل لم تصرح بالنشاطات الرسمية للشركات التي تعمل في نطاقها.

(39) ملاحظة: أرسلنا الاستبيان أكثر من مرة وبمختلف قنوات الاتصال المتاحة عبر مواقع هذه القنوات أو أرقام هواتفهم وبريدهم الإلكتروني ، وبعضهم تواصلنا معهم بالهاتف وبشكل شخصي ولم تحدث أي استجابة وكانت عملية تهرب واضحة

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية (الجمهور):

وقد تم تقسيمها إلى نتائج عامة، ونتائج ذات صلة برأي جمهور الدراسة في وسائل الإعلام محل الدراسة، نتائج ذات صلة بأداء وسائل الإعلام الخاصة المستهدفة بالدراسة.40

النتائج العامة

- أغلب جمهور الدراسة كانوا من الذكور، بلغ عدد الذكور (451) والإناث (179).
- تتراوح أعمار المبحوثين بين 18 إلى أكثر من 50 سنة.
- جمهور الدراسة مستوياته العلمية جيدة، كانت من مرحلة التعليم الثانوي أو مايعادله إلى مرحلة الدراسات العليا.
- بحسب إجابات الجمهور فقد شملت الدراسة كل مناطق ليبيا لتمثل الآراء بشكل متوازن.

نتائج خاصة بآراء الجمهور حول وسائل الإعلام الخاصة المستهدفة بالدراسة

- يحرص جمهور الدراسة على ضرورة التعددية الإعلامية كركن أساسي ومباشر من أركان الديمقراطية داخل المجتمعات.
- أتاح التغيير السياسي في ليبيا لجمهور الدراسة مساحة من حرية الوصول إلى المعلومة حسب نتائج الشكل رقم (4).
- الشفافية في وسائل الإعلام هي مطلب يتيح لوسائل الإعلام الحرية والدفاع عن الآراء.
- نوع التمويل ومصادره عنصر أساسي ومباشر رسم وتوجيه سياسيات الوسائل الإعلامية، كما أن الوسائل الإعلامية التي يمتلكها فرد هي وسائل إعلام "محتكرة".
- يفضل جمهور الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن بقية الوسائل الأخرى أولاً، ثم القنوات الفضائية والمسموعة، وتأتي بعدها الصحف الإلكترونية وأخيراً الصحف الورقية.

(40) بعض الأسئلة كانت حول وسائل الإعلام العامة أو الحكومية، لاستطلاع آراء جمهور الدراسة حولها لتكون ضمن مقارنات وتوصيات الدراسة

○ يفضل جمهور الدراسة وسائل الإعلام العامة أو الحكومة على الوسائل الخاصة للحصول على المعلومات المتعلقة بالقضايا الداخلية.

○ وسائل الإعلام المدروسة لاهتم بمصلحة الوطن والمواطن بالشكل المطلوب، كما عنصر الثقة في هذه الوسائل ليس بالمستوى المطلوب حسب جمهور الدراسة.

○ وسائل الإعلام الليبية الخاصة محل الدراسة لاتسهم برامجها في استقرار البلاد حسب ما أظهرته نتائج الجدول رقم (18).

○ القنوات الفضائية هي أكثر الوسائل الإعلامية مسؤولة على بث برامج تسهم في استقرار البلاد، تليها الإذاعات المسموعة بينما تراجعت مواقع الإنترنت.

○ انحسار مساحة الحرية في وسائل الإعلام المدروسة بعد عام 2014، وترجع أسباب ذلك حسب رأي الجمهور إلى الأسباب الآتية على التوالي: "توجهات مناهضة وجاهوية"، ثم "الانقسام السياسي"، ثم "ضعف الحكومة"، ثم "غياب الكوادر المهنية".

○ لم يولي جمهور الدراسة أهمية لمسألة التصويت على الدستور بالمستوى المطلوب مقارنة بالقضايا الوطنية الأخرى، وتعكس هذه النتيجة وجود خلل في ترتيب أولويات القضايا الوطنية في الوسائل المدروسة، إذ يفترض أن يكون الدستور الأكثر أولوية بين بقية القضايا.

○ مواقع التواصل الاجتماعي هي من أكثر المصادر التي يعتمد عليها جمهور الدراسة كمصدر للمعلومات، ثم القنوات الفضائية.

○ تسهم وسائل الإعلام الخاصة محل الدراسة في توجيه وتشكيل الرأي العام، حسب نتائج الجدول (24)، الذي أظهر أن جمهور الدراسة يناقش القضايا المطروحة "حسب نوع القضايا" في الوسائل التي يتابعها مع أشخاص آخرين وهذه النتيجة.

○ يوجد خلل في مسألة الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام الخاصة "المدروسة" حول تناول القضايا والأحداث الليبية الجارية حسب نتائج الجدول رقم (25).

ثالثاً: نتائج خاصة بأداء وسائل الإعلام المستهدفة بالدراسة

- 1 وسائل الإعلام المحلية التي استهدفت بالدراسة لاتحظى بالمستوى المطلوب من الثقة لدى جمهورها.
- 2 دخلت مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل بديلة أو موازية، إلى ساحة الإعلام كمنافس قوي للوسائل التقليدية، مما يستدعي أن تؤخذ هذه التغيرات بعين الاعتبار من قبل القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المدروسة.
- 3 يعتمد جمهور الدراسة على وسائل الإعلام الأجنبية كمصدر للمعلومات في حالة الأزمات الداخلية، مما يستدعي أن تعيد وسائل الإعلام المدروسة ترتيب أولوياتها ومواكبتها للأحداث المحلية بشكل حفاظاً على جمهورها.
- 4 لازال جمهور الدراسة يفضل وسائل الإعلام الحكومية رغم التعددية ووفرة الإعلام الخاص بشكل كبير بمختلف وسائله ، وهذا بدوره يضع المسؤولية على هذا القطاع.
- 5 حسب إجابات المبحوثين يظهر مستوى الإدراك لدى المتلقي وهو ما يعرف بالجمهور النشط الذي يتفاعل مباشرة مع الوسيلة الإعلامية، وهذا نتاج تكنولوجيا الإعلام الحديثة ويجب أن يؤخذ بعين الاعتبار لدى القائمين على وسائل الإعلام.

التوصيات:

أولاً: التوصيات الدراسية الميدانية الخاصة (بالمؤسسات الإعلامية)

- 1 ضرورة إنشاء جسم يضم كل الوسائل الإعلامية العامة والخاصة ويعمل على احترام القانون والتشريعات الإعلامية النافذة.
- 2 العمل على إصدار قوانين وتشريعات تنظم العمل الإعلامي بصفة عامة، والمسموع والمرئي بشكل عام.
- 3 إلزام جميع القنوات الإذاعية والفضائية الخاصة بضرورة الحصول على تراخيص مزاولة العمل والإفصاح عن مصادر تمويلها والجهات الداعمة لها.

4 ترسيخ ثقافة الشفافية والتعددية في ملكية وسائل الإعلام الخاصة، وذلك من خلال الدعوة إلى الآتي:

- ضرورة نشر المعلومات التي تهم جوانب الشفافية والتعددية وكل ماله صلة بحوكمة المشهد الإعلامي الخاص في البلد .
- إلزام وعقد التعهدات مع الجهات ذات الاختصاص والتوقيع على موثيق شرف تصون المهنة وممارستها.
- العمل على تنوع المضامين الإعلامية واحترام أخلاقيات المهنة وحق الجمهور في الإعلام الصادق.
- ضمان التوزيع الجغرافي ن والذي يجب أن يكون فيه نوعاً من الإنصاف في إنشاء المؤسسات الإعلامية الخاصة المسموعة والمرئية والمقروءة- ورقية إلكترونية.
- إنشاء قاعدة بيانات لكل الوسائل لكل الوسائل الإعلامية الخاصة -المسموعة والمرئية والمقروءة- لتكون المعلومات متاحة للجميع من باب الشفافية وتوفير المعلومات الصحيحة ونشر هذه المعلومات على مواقعها على شبكة المعلومات الدولية ، ومنها الإفصاح عن رأس المال والجهات المانحة والداعمة لها.
- تحديد هوية المالك أو ملاك لهذه الوسائل.
- من هم أعضاء مجلس إدارة هذه المؤسسات الإعلامية الخاصة، ويجب أن تكون متاحة للجهات العامة والجمهور.
- التعهد بعدم بث البرامج التي تحرض على العنف وتغذي الكراهية.
- التأكيد على دعوة مؤسسات المجتمع المدني إلى المشاركة في الحث على الدعوة للمؤسسات الإعلامية الخاصة بضرورة الإفصاح والشفافية في عملها الإعلامي وأن ترفع من درجة متابعتها للمؤسسات الإعلامية الخاصة.

ثانياً: توصيات الدراسة الميدانية الخاصة (بالجمهور)

- 1 تعزيز التعددية والحرص على مبدأ الشفافية في وسائل الإعلام من الإفصاح عن نوع الملكية والاتجاهات السياسية أسوة بوسائل الإعلام في الدول ذات الأنظمة الديمقراطية.
- 2 على وسائل الإعلام الليبية -العامة والخاصة، إعادة النظر في ترتيب أولوياتها بالنسبة للقضايا المحلية التي تهم المواطن.
- 3 على وسائل الإعلام الحكومية أو العامة أن تكون بمستوى حجم ثقة جمهورها في تغطية ومواكبة القضايا المحلية في فترة الأزمات تحديداً، خاصة وأن جمهور الدراسة يعتبرها الأكثر إسهاماً في استقرار البلاد.
- 4 على وسائل الإعلام الخاصة أن تعيد النظر في خطابها الإعلامي تجاه القضايا المحلية، خاصة وأن جمهور الدراسة يرى أنها لا تسهم في استقرار البلاد والقضايا التي تتناولها إعلامياً لاتخدم مصلحة الوطن والمواطن.
- 5 ضرورة الأخذ بعين الاعتبار أن جمهور الدراسة لا يثق في وسائل الإعلام المحلية -العامة والخاصة ويثق في القنوات الأجنبية، وهذا بدوره يستدعي ضرورة تنظيم قطاع الإعلام و سن وتحديث القوانين والتشريعات "المنظمة" للعمل الإعلامي.
- 6 الحرص على تعزيز مفاهيم وثقافة أخلاقيات مهنة الإعلام في المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأكاديمية المتخصصة في مجال تدريس وتخريج كوادر إعلامية لمعالجة كل ماورد من سلبيات في نتائج هذه الدراسة خاص وأن المركز الليبي لحرية الصحافة سبق وأن كانت له دراسات ومؤشرات سلبية حول تغذية العنف والكرهية عبر وسائل الإعلام المحلية.
- 7 ضرورة الفصل بين مؤسسات الدولة العامة بشكل خاص، والتجاذبات السياسية خاصة وأن الدراسة أظهرت أن مساحة الحرية في وسائل الإعلام تراجعت بعد عام 2014، مرحلة الانقسام السياسي في البلاد وسيطرة أطراف لها توجهات سياسية على مقار وسائل الإعلام.
- 8 السعي بكل الطرق القانونية والتشريعية لضبط الخطاب الإعلامي الإلكتروني عبر الإنترنت، باعتباره الأكثر تفضيلاً والأكثر استخداماً لدى جمهور الدراسة، وبالتالي سيكون الأكثر تأثيراً وهو ما يستدعي تنظيمه بما يتماشى مع المواد المنشورة عبر وسائله وما يخدم العملية التنظيمية لهذا القطاع.

9 ضرورة سن قوانين تحدد من سيطرة رؤوس الأموال على الإعلام
تمركز تسييره لدى أطراف معينة ، مما يسهم في احتكاره وتوجيه
الرأي العام الذي يحرم الأغلبية من المشاركة السياسية وصنع
القرار.

10 التسريع في إيجاد جسم مستقل- وزارة ، مجلس أعلى - تكون له
الصلاحيات الكاملة في إعادة تنظيم قطاع الإعلام بكل أنواعه "عام
وخاص" وبكل وسائله.

هل هناك خطوات أخرى في المستقبل؟

نعم، إذ أن قاعدة البيانات الراهنة تقدم جرذا عن وسائل الإعلام
الخاصة في ليبيا. وسيتم تحديث قاعدة البيانات هذه بانتظام من
قبل المركز الوطني لحرية الصحافة. ونرجو من هذا المشروع إثارة
النقاش والتغييرات، لا سيما فيما يخص المواضيع التالية:

1 شفافية وسائل الإعلام.

2 نسبة المشاهدة والاستماع.

3 بيع وسائل الإعلام التي تمت مصادرتها.

4 الوضع الاقتصادي.

5 الانتماءات السياسية.

مقترحات لإعادة هيكلة وإصلاح قطاع الإعلام الخاص في ليبيا

نقدم فيما يلي مجموعة من المقترحات وهي مستقاة من نتائج
الدراستين اللتين أجرينا حول شفافية وملكية وتعددية وسائل
الإعلام الخاصة في ليبيا على النحو الآتي:

أولاً: قانونياً

- 1 العمل على إصدار قوانين وتشريعات تنظم العمل الإذاعي المسموع والمرئي.
- 2 العمل على تطوير قانون المطبوعات الليبي الحالي ليواكب العصر ومتطلبات التطور التقني والمعلوماتي.
- 3 تحديد جهة معينة لإصدار تراخيص مزاولة العمل الإعلامي بدلاً من تعدد الجهات التي تملك هذه الصلاحية.
- 4 اصدر تشريعات تُلزم قطاع الإعلام الخاص بإتباع مبدأ الشفافية للإفصاح عن مصادر التمويل وماشابه ذلك من متطلبات الشفافية.

أولاً: هيكلياً

- 1 ضرورة إنشاء جسم يضم كل الوسائل الإعلامية العاملة في ليبيا.
- 2 تحديد الصلاحيات والاختصاصات في قطاع الإعلام لمنع تعدد وازدواجية الجهات المانحة لتراخيص المزاولة كما أظهرت نتائج الدراسة.
- 3 تخويل الجهات ذات الاختصاص بمتابعة ورصد الخطاب الإعلامي للوسائل الإعلام الخاصة، الذي ينتهك القوانين وأخلاقيات المهنة وعدم الاكتفاء بمنح التراخيص.
- 4 سن لوائح تُلزم وسائل الإعلام الخاصة بالكشف عن أسماء ملاكها ومموليها بشكل صريح وواضح ، خاصة التي تزاول نشاطها داخل ليبيا.

Libyan Center for Freedom of Press (LCFP)

www.LCFP.org.ly

+218 92 688 66 50 Libya

+21 62 589 58 88 Tunis

Hay Al Andalus - Tripoli, Libya



LCFP

Libyan Center For Freedom of Press
المركز الليبي لحرية الصحافة