ISSN: 2437-0827 مجلة دراســـات في علم اجتماع المنظمات
المجلد: 11(العدد: 01)السداسي الأول/2023 https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/234

اتجاهات القائمين بالاتصال وانعكاساتها على تنمية الحوار وقيم المواطنة

Attitudes of communicators and their implications for the development of dialogue " "and citizenship values

أ.د / محمد سالم موسى المنفي [1] ، د / جمال رمضان الحمري [2]
[1] جامعة بنغازي ، ليبيا، msmaa@uob.edu.ly
[2] جامعة اجدابيا ،ليبيا، jamal.ramadan01@gmail.com

تاريخ الإستقبال: 2023/04/23 تاريخ القبول: 2023/05/21 تاريخ النشر: 2023/06/30

ملخص: يدور هذا البحث عن دور القائمين بالاتصال بوسائل الإعلام الليبية المحلية الصحفية والإذاعية والمرئية الواقعة في نطاق مدينة بنغازي من خلال رؤيتهم في معالجة وتضمين ثقافة الحوار وقيم المواطنة عبر وسائلهم ، ويهدف هذا البحث للتعرف ما إن كان القائمين بالإتصال يعملون من خلال اتجاهاتهم في ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة من واقع معالجتهم لها وكل ما يتعلق بهذه الاتجاهات من مقاومات وعوامل مؤثرة وضغوط عمل، وينتمي هذا البحث للبحوث الوصفية فيما يخص الدراسات المسحية وعلى وجه الخصوص دراسة القائمين بالإتصال ، وتم اختيار العينة من الوسائل الإعلامية المحلية العاملة بمدينة بنغازي وفق عينة عشوائية منتظمة. من الوسائل الإعلامية المحلية السابق ذكرها في مفاهيم ومصطلحات الدراسة، واعتمد في تطبيق إجراء البحث على استمارة الاستبيان كأداة للقياس والتي طبقت على 77 مفرده، من القائمين بالإتصال ومن أهم نتائج البحث :

– أثبتت نتائج البحث أن هناك علاقة بين القائمين بالإتصال في وسائل الإعلام قيد البحث وتعزيز قيم المواطنة وإدارة الحوار وذلك من خلال الخطاب الإعلامي الهادف وتقديم المضامين الإعلامية التي تساهم في غرس ثقافة الحوار والبناء المجتمعي الصحيح.

– كشفت نتائج البحث على قوة فاعلية اتجاهات القائمين بالإتصال في نشر ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة وذلك من خلال المضامين الإعلامية التي تتوافق مع الجمهور والمصادر المعلوماتية لها .

كلمات مفتاحية: القائمين بالاتصال؛ قيم المواطنة؛ تنمية الحوار.

Abstract: This research is about the role of those in charge of communicating with the local Libyan press, radio and visual media located in the vicinity of the city of Benghazi through their vision of addressing and including the culture of dialogue and the values of citizenship through their means, it is aims to identify whether the communicators work through their attitudes towards the culture of dialogue and the promotion of citizenship values based on their treatment of it, and everything related to these trends of resistance, influencing factors and work pressures, This research is related to descriptive research regarding survey studies, in particular the study of those in contact, The sample was selected from the local media outlets operating in the city of Benghazi according to a regular random sample of the local media outlets previously mentioned in the concepts and terminology of the study, In applying the research procedure, it was relied on the questionnaire as a measurement tool, which was applied to 77 individuals from the contacts, and the most important results of the research:

- The results of the research proved that there is a relationship between the communicators in the media under discussion and the promotion of the values of citizenship and the management of dialogue through the targeted media discourse and the presentation of media contents that contribute to instilling a culture of dialogue and correct community building.

- The results of the research revealed the strength of the effectiveness of the directions of the communicators in spreading the culture of dialogue and promoting the values of citizenship, through media contents that are compatible with the audience and their informational sources.

Keywords: communicators; citizenship values; development of dialogue.

*المؤلف المرسل: د / جمال رمضان الحمري

1. مقدمة

استخلف الله الإنسان في الأرض مفكراً وناطقاً، مدعوماً بالحوار والتفاهم والتعايش مع غيره مصحوباً بنزاعاته الذاتية التي يستند إليها في الدفاع عن نفسه ومجادلة الآخر في أصعب قضاياه رغبة في إرسائها، إلا إن هذه المجادلة تخالف التعايش مع الغير، ولذا كان الحوار الأداء والدليل على قبول الأخر، وذات الإنسان ورغباتها وإصرارها على مواقفها تتفاوت طبيعتها من فرد إلي أخر وربما من موقف إلي أخر، إذ أنها في طبيعتها ترتبط باتجاهاته وقيمه وعقائده حيث ترتبط بانتمائه وولائه والتزامه بالحقوق الكونية في مجتمعه والحوار يمثل تأثيراً إنسانياً بين الناس من خلال تبادل الآراء والأفكار ومناقشة القضايا والمسائل التي ترتبط بوجودهم وحياتهم وترسي كيانهم النفسي والاجتماعي والتربوي، لما للحوار من أبعاد معرفية ووجدانية وسلوكية تبعث في النفس الارتياح والتخلي عن التعصب والانفعال غير المبرر والاضطراب الذي يولد فجوة واتساع بين أفراد المجتمع الواحد.

وهذا يجسد من طبيعة خلق الإنسان فقد خلقه الله ناطقاً راغباً للعيش يمارس حياته بين الأوساط والجماعات الإنسانية من خلال الإشارات والعبارات والإيماءات والإيحاءات والكلمات التي تعبر عن مدى حاجته للآخرين، وضرورة الحسن في التعامل و التخاطب مع الغير بلين ولطف، إذ قال الله تعالى لنبيه عليه الصلاة والسلام (وجادلهم بالتي هي أحسن) ويرتكز الحوار على العقل الذي وهبه الله للإنسان كونه يميز هذا الحوار بالتدبير وحجج الإقناع وأدلة وبراهين الوقائع، فضلاً عن إنه يميز الحوار بتحقيق المراد والمرغوب بأقل جهد ووقت ومال، عكس نقيضه المتمثل في الصراع والاقتتال والتشبث بالرأي والتصادم بالإضافة إلي إن العقل يمكن الفرد من إقرار قيمه الإنسانية وسبل المحافظة عليه ويبعث على الولاء والانتماء واحترام قوانين الحياة والعمل به في كل الظروف والأوقات دون النزعة الذاتية التي تنبعث من الأنانية، ولذا هناك ارتباط فكري وعقلي بين تنمية ثقافة الحوار بين أفراد المجتمع وبين تعزيز قيم المواطنة لديهم.

وتظهر هذه العلاقة في الاتجاهات التي يتمسك بها البشر في أعمالهم ونشاطاتهم وممارستهم لأدق تفاصيل وظائفهم، ومن هذه المؤشرات والدلائل العلمية تجمعت فكرة دراسة هذا الموضوع لدي القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام من حيث اتجاهاتهم وانعكاسها على الحوار وقيم المواطنة وأبعاد التمسك بها.

2- الاطار المنهجي للبحث:

2-1- تحديد مشكلة البحث:

تشكل اتجاهات القائمين بالاتصال أحد العوامل التي تؤثر بشكل أو بأخر في مضامين العملية الاتصالية باختلاف أنواعها، وهذا التأثير يختلف مستواه من موضوع لآخر ومن قضية لآخري ومن مجتمع لآخر، ويتزايد التأثير في المجتمعات غير المستقرة والتي تمر باضطرابات وتجاذبات سياسية واقتصادية واجتماعية وغيرها .

ومن هذا المنطلق تعكس اتجاهات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام أهمية معرفية بشكل عام وأهمية معرفية بشكل خاص إذا تعلق الأمر بتنمية ثقافة الحوار وتعزيز القيم في المجتمع الذي يعيش حالة مد وجزر، على اعتبار أن ثقافة الحوار تعد العمود الفقري للتقارب والقضاء على الصراع والاضطراب وتعزيز قيم المواطنة في تخفيف حدة التشبث بالرأي وتبعث روح التماسك والتنازل من أجل المصلحة العامة ومنفعة الوطن والحفاظ على أبنائه ونسيجه الاجتماعي .

وتأسيساً على الأهمية المعرفية المشتركة بين اتجاهات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام وأهمية تنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة تمحورت مشكلة البحث حول الموضوع التالي:

"اتجاهات القائمين بالاتصال وانعكاساتها على تنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة "

ويدرس الباحثان هذا الموضوع من خلال أداة قياس متمثلة في استمارة الاستبيان (الاستبانة) تحتوي اتجاهات القائمين بالاتصال ومؤشرات ثقافة الحوار وقيم المواطنة ومؤشرات تعزيزها وتنمية كل منها.

2-2- تساؤلات البحث:

تتمثل تساؤلات البحث في تساؤل رئيسي مفاده :

ما أثر اتجاهات القائمين بالاتصال وانعكاساته على تنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة؟ وسيتم الإجابة على هذا التساؤل من خلال التساؤلات الفرعية التالية :

- ما انعكاسات اتجاهات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام التي تعزز قيم المواطنة؟

- ما أكثر اتجاهات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام وانعكاساتها تأثيراً في تنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة؟
- ما هي أهم المبادئ التي يعتمدها القائمين بالاتصال في تنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة؟
- ما مستوى العلاقة بين القائمين بالاتصال واتجاهاتهم في تعزيز الحوار وقيم المواطنة؟
- ما أكثر الاتجاهات فاعلية من قبل القائمين بالاتصال في تنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة؟

2-3-التعريفات الإجرائية للمفاهيم والمصطلحات الواردة بمشكلة البحث :

تعد مسألة التعريفات الإجرائية للمفاهيم والمصطلحات من المسائل المنهجية الغاية في الأهمية نظراً لتعدد معاني ودلالة كل مفهوم أو مصطلح وذلك باختلاف الحدود والطبيعة للهدف المراد منه، ولذا لابد للباحث أن يعرف المفهوم والمصطلح وفق المراد منه خلال بحثه حتى لا يحدث لبساً في فهم المراد من قبل من يطلع عليه، وقد يستند الباحثين على تعريفات اصطلاحية على أنها تعريفات إجرائية، أو يقومون باستعراض تعريف اصطلاحي ثم يقدمون تعريف إجرائيا[1].

وبناءً على ذلك يعتمد الباحثان في هذا البحث على عرض تعريفات إجرائية فقط للمفاهيم وذلك على النحو التالي:

- **تعريف الاتجاهات إجرائياً:** بأنها المواقف والتعبيرات والآراء التي يتخذها القائمون بالعمل في معالجتهم للموضوعات والقضايا والمسائل المعاشة والمرتبطة بحياة أفراد المجتمع وذلك من خلال الانطباعات المعرفية والوجدانية والسلوكية للقائمين بالعمل.
- **تعريف القائمين بالاتصال إجرائياً:** يقصد بالقائمين بالاتصال كل المسؤولين على تنفيذ العملية الاتصالية من بدايتها حتى نهاياتها وهم المسؤولين على تسويق الأفكار والآراء والاتجاهات في معالجتهم للمواقف والقضايا والمسائل المجتمعية المتعلقة بمؤشرات التفاهم والحوار وتعزيز قيم المواطنة والحفاظ على الوطن.
- **تعريف الانعكاسات إجرائياً:** وهي أحداث تغيير في مواقف الأفراد وتبنيهم للقضايا والمسائل المصيرية في حياتهم كالاستقرار والأمن والحفاظ على وحدة الوطن وقبول الأخر من أجل المصلحة العامة بالإضافة انه تصل إلي حد التأثيرات في اتخاذ القرارات المصيرية من خلال المعلومات والحقائق التي تتضمنها عملية الاتصال في استعراضها للمواضيع.
- **تعريف تنمية الحوار إجرائياً:** يقصد به توسيع الإدراكي لدى الأفراد في تبادل الآراء والأفكار والاتجاهات بما يعكس كل هذا ووضعه على طاولة النقاش لإمكانية قبوله من عدمه وذلك من خلال إبراز مؤشرات احترام الآخر وحسن الخطاب وإتقان التعامل مع الآخرين وقبولهم دونما صراع أو تصادم.
- **تعريف قيم المواطنة إجرائياً:** يقصد به الإصرار على ترسيخ جملة من المسائل التي تتعلق بالعيش الكريم للإنسان والمتمثلة في الأمن والاستقرار والعيش اللائق والحياة الكريم والعدالة والمساواة، والحصول على كافة الحقوق بالمقابل القيام والالتزام بكافة الواجبات المناط بالفرد في المجتمع، واحترام القوانين ومحافظتهم على ممتلكات الدولة والعمل باللوائح والقوانين العامة.
- **دراسة ميدانية:** تعرف إجرائياً بأنها إجراء وتطبيق البحث على القائمين بالاتصال بوسائل الإعلام المحلية الصحفية والمسموعة والمرئية الواقعة في نطاق مدينة بنغازي وهي (صحيفة الديوان ، صحيفة أخبار بنغازي، راديو أخبار بنغازي، راديو الأمة ، قناة المستقبل، قناة الحدث) من خلال استمارة الاستبانة كأداة للقياس والتحقق من أهداف وتساؤلات البحث وفق الشروط المنهجية لإعدادها.

2-4-الدراسات السابقة:

تعد خطوة الاطلاع والوقوف على الدراسات السابقة ونتائجها من المسلمات الأساسية التي تمكن الباحث لإتمام كافة الإجراءات المنهجية والمعرفية والتطبيقية، كما أنها تساعد الباحث من التحديد الدقيق لمشكلة دراسته وأهدافها وفروضها وتساؤلاتها ومنهجها ومجتمعها وعينتها، بالإضافة إلي إنه تمكنه من طرق جمع البيانات والتحديد الدقيق للمفاهيم والمصطلحات الخاصة بمشكلة البحث، ومن هذا المنطلق جاء الوقوف على الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث، وعرضها بناءً على الترتيب الزمني لإجرائها من الأحدث إلي الأقدم وفق متغيرات البحث وهم:

1- دراسة (بطرس جرجس الحلاق) 1999م (العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدي القائمين[2] بالاتصال في المؤسسات الإعلامية).

استهدفت الدراسة على مدى رضا القائمين بالاتصال عن وظائفهم والعوامل المؤثرة فيه بوسائل الإعلام المختلفة، حيث أجريت الدراسة على عينه من (117) على القائمين بمهنة الصحافة، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها :

- هناك علاقة إيجابية بين كل من الانجاز وتحقيق الذات وتميز العمل فرص الترقي العلاقة بالزملاء نظم العمل بالمؤسسة مصداقية الوسيلة الإعلامية من ناحية الرضا ومن ناحية الأخلاقيات المهنية وتوفير لهم المساحة الكافية وفق السياسة التحريرية للمؤسسة.

2- دراسة(مرعي مذكور) 2003م (الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في الصحافة المصرية[3]).

استهدفت الدراسة قياس الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال للعاملين بوسيلة إعلامية بعينها مما أتاح فرصة للاهتمام بفئات معينة من الإعلاميين، حيث أجريت الدراسة على عينة من (63) صحفياً بقطاع الصحافة بمصر، واستخدم الباحث أداة الاستبيان والمقابلة والمنهج الوصفي بأسلوب الدراسات المسحية والعينة العشوائية القصدية، وتوصلت الدراسة لمجموعة نتائج أهمها:

- هناك علاقة بين النوع والحالة الاجتماعية من ناحية وبين الرضا الوظيفي في العام للمبحوثين من ناحية أخرى.
- بينما لم تثبت وجود علاقة بين متغير السن والمستوى التعليمي من ناحية الرضا الوظيفي للمبحوثين من ناحية أخرى.

3- دراسة (سمر عبد الله) 2003م،غزة (اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الإنترنت)[4].

تمثلت مشكلة هذه الدراسة في ضرورة التعرف على مدى استفادة الصحفيين العاملين في مجال الإعلام على شبكة الإنترنت والتعرف على دوافعهم وأنماط وكثافة استخدامهم للإنترنت، والتعرف على أثر استخدام شبكة الإنترنت على ثقافتهم وعلاقة هذا الاستخدام بعدد من المتغيرات كالنوع، والسن، والتخصص، والمستوى التعليمي، والتعرف على أثر هذه المواقع على الإنترنت مع اختلاف أنواعها وأهدافها، وتنتمي هذه الدراسة إلي البحوث الوصفية واستخدم الباحث منهج الدراسات المسحية وأداة تمثلت في صحيفة الاستقصاء، وكان مجتمع الدراسة متمثل في جمهور الصحفيين العاملين في مجال الإعلام المسموع والمرئي والمكتوب المحلي والإقليمي والدولي واختار العينة العشوائية البسيطة، وأهم نتائج الدراسة :

- أوضحت الدراسة أن استخدام الصحفيين للإنترنت لم يؤثر بشكل كبير على استخدامهم لكل من الراديو والتليفزيون.
- أظهرت الدراسة أن 90% من الصحفيين يستخدمون الإنترنت بشكل دائم.

- أثبتت الدراسة أن دوافع استخدام الإنترنت للصحفيين جاءت في المرتبة الأولى من العينة.

4- دراسة (يونس محمد أحمد) 2005م،العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية[5]).

هدفت الدراسة إلي معرفة العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية في ظل تصاعد المنافسة الإعلامية، حيث اعتمدت الدراسة على نظرية حارس البوابة، ونظرية مدخل الممارسة المهنية، واستخدم الباحث في دراسته المنهج الاستطلاعي الوصفي وأداة الاستبيان والمقابلة في جمع البيانات وتحليلها، كما اعتمد على العينة العشوائية البسيطة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- أن اغلب الصحفيين لديهم خلفية تعليمية مناسبة وأكثر من نصفهم من خريجي التخصصات الإعلامية.
- أن اغلب الصحفيين يستخدمون تكنولوجيا المعلومات في ممارستهم الصحفية.
- يتأثر اغلب الصحفيين بعدة عوامل في العمل الإعلامي منها بيئة العمل الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية.

5- دراسة (حسن محمد أحمد) 2007م (الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية.

هدفت الدراسة إلي التعرف على مستوى الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية في قطاع غزة، وذلك بقياس مستوى الرضا الوظيفي لديه طبقاً للمتغيرات الديموغرافية ، حيث تكون مجتمع الدراسة من القائمين بالاتصال في الصحافة الفلسطينية في قطاع غزة،وقد استخدم الباحث في الدراسة منهج المسح الشامل من خلال أداة الاستبيان والملاحظة بالمشاركة، حيث توصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها :

- أن مستوى الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية بلغ 59.6% وهي نسبة سلبية بحيث حظيت أعلى نسبة للرضا الوظيفي في مجال العوامل الذاتية ثم العلاقة مع رؤساء العمل في مجال العوامل المهنية.
- بينت الدراسة على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضا الوظيفي تبعاً لمتغير المؤهل العلمي أو متغير النوع في فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الذكور.
- تبين وجود فروق دلالة إحصائية تبعاً لمتغيرات ملكية الصحف ومتغير الانتماء السياسي ومتغير العمر في بعض المجالات.

6-الاستفادة من البحوث السابقة: حيث ساهمت البحوث السابقة الباحثين في وضع الإطار العام للبحث من خلال التحديد الدقيق للمشكلة البحثية وصياغة الأهداف والتساؤلات والفرضيات بشكل منهجي وفق الإجراءات البحثية المتعارف عليها في البحث العلمي وتطبيقاته، كما ساعدت في تحدي المفاهيم والمصطلحات بدقة متناهية وفق استخدامها العلمي للبحث وسياقه وفق للمتغيرات العلمية التي يمكن قياسها والتحقق منها وفق المقاييس الإحصائية المستخدمة، كما استطاع الباحثين من خلال البحوث السابقة تحديد المنهج العلمي الذي يتلاءم مع بحثهم وفق أهدافه وتساؤلاته.

كما استطاع الباحثين من اختيار مجتمع بحثي طبقت عليه الدراسة وفق متغيراته العلمية المغايرة لتلك المجتمعات وطرق تحديد مجتمعه وعينتها بالطريقة المنهجية الصحيحة وفق الضوابط والقواعد المنهجية المتعارف عليها، كما فتحت للباحثين طرق اختيار أدوات جمع البيانات المناسبة للبحث من حيث الجوانب المنهجية والتطبيقية التي حددت في مناهج البحث العلمي.

2-5-نوع البحث ومنهجه: يعد هذا البحث من البحوث الوصفية، على اعتبار أنه يقدم وصفاً علمياً حول موضوع هام مبني على رصد المعلومات والبيانات وشرحها وتفسيرها وتحليلها، بالإضافة إلي إنه يستند بشكل أساسي على المنهج الوصفي الذي يرتكز على دراسة الظواهر الموضوعة بأسلوب علمي من خلال الوقوف على البيانات والمعلومات بأسلوب منهجي يمكن من خلاله وصف الموضوع وصفاً دقيقاً و تحليل معلوماته وبياناته بهدف الوصول إلي نتائج علمية يمكن تعميمها[6].

ويستند البحث على المنهج الوصفي فيما يتعلق بأحد أهم تقسيماته وهي الدراسات المسحية ويرتكز على أحد أهم فروع الدراسات المسحية ألا وهو مسح القائم بالاتصال[7].

حيث أن الباحثان اعتمدا في هذا البحث على دراسة اتجاهات القائمين بالاتصال وانعكاساتها على تنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة من خلال وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة.

2-6-مجتمع البحث وعينته: يتمثل مجتمع البحث في القائمين بالاتصال في مختلف وسائل الإعلام العاملة بالدولة الليبية وتذاع من داخل المدن بالدولة، ونظراً لتعدد الوسائل الإعلامية وكبر حجم القائمين بالإتصال فيها لجأ الباحثان إلى إختيار عينة من الوسائل الإعلامية الصحفية والمسموعة والمرئية العاملة بمدينة بنغازي وفق عدة شروط تمثلت في الاتي :

- قدم الوسيلة الإعلامية التي ينتمي إليها القائمين بالاتصال.
- عدد القراء والمستمعين والمشاهدين للوسيلة الإعلامية حسب النطاق الجغرافي.
- اهتمام القائمين بالاتصال على هذه الوسائل بتنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة من خلال البرامج المقدمة.

وتم الوقوف على هذه الاعتبارات من خلال الزيارة الميدانية لهذه الوسائل للتأكد من مدي تطابق هذه الاعتبارات مع هذه الوسائل بعد ذلك تم تحديد هذه الوسائل بشكل دقيق حيث تمثلت في:

القناة	العدد
صحيفة الديوان	16
صحيفة أخبار بنغازي	13
راديو أخبار بنغازي	10

راديو الأمة	10
قناة الحدث	16
قناة المستقبل	12
المجموع	77

وبناءً على ذلك أعتمد الباحثان على العينة العشوائية المنتظمة لوسائل الإعلام الصحفية والمسموعة والمرئية المكونة من 77 مفردة موزعة على القائمين بالاتصال كما موضع بالجدول السابق .

2-7- أدوات جمع البيانات:

- **أسلوب المسح المكتبي:** قام الباحثان بالوقوف على المصادر والمراجع والكتب والدراسات والأبحاث ذات الصلة بموضوع بحثهم من مختلف جوانبه المنهجية والنظرية والمعرفية والتطبيقية، بما يساعد على التحقق من الأهداف والتساؤلات.
- **استمارة الاستبانة:** قام الباحثان بإعداد استبانة احتوت على تساؤلات وبدائل ومقاييس علمية تتمحور حول موضوع البحث بكافة أركانه، حيث أن الاستبانة احتوت على (22) سؤال، (80) بديل، (4) مقاييس. وتم عرض هذه الاستمارة على عدد من المحكمين في مجال البحث العلمي والإحصاء والإعلام* (د. فرج العريبي، د. سالم بوسن ، أ. د اللافي إدريس)

وذلك لقياس مدى صلاحية وملائمة الاستمارة لدراسة الموضوع وتطبيقها بما يخدم غايات وفروض وتساؤلات البحث، وقام الباحثان بوضع الاستبانة في صورتها النهائية بعد تعديل ما طلب تعديله من المحكمين وحذف ما طلب حذفه، وإضافة ما تم إضافته من قبلهم، وأصبحت الاستمارة جاهزة للقياس وصالحة للبحث واحتوت على عدد (15) تساؤل، وعدد (64) بديل، وعدد (3) مقاييس.

3-الإطار المعرفي للبحث:

3-1-مفهوم القائم بالاتصال :

يلعب القائم بالاتصال دوراً استراتيجياً في بناء عناصر العملية الاتصالية، إذ أنه يترك بصماته في تشكيل الرسالة الإعلامية وفق معايير ومقاييس وضغوط مؤسساتية، إلا أنه في أخر المطاف يكون هو المرسل والمسؤول عما يصل للجمهور، إلا أن مفهوم القائم بالاتصال يختلف باختلاف موضوع الدراسة والمعيار الذي يتبناه الباحثون، فقد اتجهت بعض الدراسات إلي تعريف القائم بالاتصال من منظور قدرته على التأثير على الجمهور، بينما دراسات أخرى رأت بأنه المنظم للعملية الاتصالية من خلال إدارته وتسييره لها وفق ما يتمتعون به من كفاءة في الأداء وقدرة على تأطير الرسالة الاتصالية[8].

وعليه فإن القائم بالاتصال هو المحترف الذي يتمتع بمهارة في معالجة الرموز والمعاني والدلالات والألفاظ لتشكيل حلقة اتصال مجتمعي[9].

ولقد لجأ باحثون أمثال (Paterson) إلي محاولة لتحديد مفهوم القائم بالاتصال وإلي وضع تعريف عام وشامل وهو " كل من يساهم في صنع القرار داخل وسائل الإعلام بشكل مباشر أو غير مباشر "[10].

بينما تبنى (جيرمي تاتسال) تعريف للقائم بالاتصال " بأنهم العاملون غير الكاتبين داخل المؤسسات الإعلامية فهم الذين ينفذون ويختارون البرامج والرسائل الإعلامية بمختلف أنواعها ونقلها إلي الجمهور بصفة عامة "[11].

وتعرف (الفت أغا) القائم بالاتصال بأنه فريق أو شخص يرتبط مباشرة بنقل المعلومات عبر وسائل الإعلام وله علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل للجمهور[12].

ويرى بعض الباحثين أن مفهوم القائم بالاتصال بالنظر إليهم من منطلق أطر نظرية حارس البوابة الذي يتحكم في نوعية المعلومات التي يسمح بوصولها للجمهور، وهذه النظرية حصرت دور القائم بالاتصال في إطار عملية المراقبة للرسالة الإعلامية واستبعدت أدوار أخرى لا تقل أهمية في إنتاج المضامين الإعلامية، ومع ذلك استمر مصطلح حارس البوابة كمرادف لمفهوم القائم بالاتصال[13] .

وعلية فإن من خلال هذه التعريفات والمفاهيم المتشابهة من قبل الباحثين في مجال الاتصال، نستنتج بأن القائمين بالاتصال هم المسؤولين عن نقل المعلومات الخاصة بوسائل الإعلام بمختلف أنواعه مطبوعة، مرئية، حيث يقومون بتأطير المضامين الإعلامية وضبطها وإدارة محتواها الاتصالي بما يتفق مع سياسة الوسيلة الإعلامية وطبيعة النظام السياسي الذي تعمل به هذه المؤسسات الإعلامية وذلك بمرور الأخبار والمعلومات والمعارف عبر بوابات تغير محتواها بالحذف والإضافة لتجعلها ملائمة لسياسة الوسيلة الإعلامية مما يجعل المضمون الاتصالي يختلف باختلاف المؤسسة الاتصالية التي تضيف إلية أو تقلص منه أو تؤيده أو تخفيه، وهذه الفكرة ذاتها تتكامل مع نظرية وضع الأجندة أو ترتيب الأولويات للوسيلة الإعلامية.

3-2-اتجاهات القائمين بالاتصال لتنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة: لقد شكلت اتجاهات القائم بالاتصال عنصر فعال ومؤثر في العملية الاتصالية والتي تتضمن الرسالة والوسيلة والجمهور ورجع الصدى، ولا سيما أصبح الرافد الأساسي الذي تعتمد عليه المؤسسات الإعلامية في المساهمة بشكل أساسي وبناء في المحافظة على الهوية المجتمعية وتحقيق الاستقرار والأمن والأخلاقيات والسلوكيات ونبذ العنف وتعزيز الحوار الإيجابي الذي يحافظ على وحدة الوطن ومكوناته الاجتماعية والثقافية والعقائدية، لذلك فإن منظومة القيم والاتجاهات الفكرية التي يتبناها القائم بالاتصال في زرع روح المشاركة والتعاون

والمساواة والعدالة الاجتماعية في مختلف المجالات يكون سلوك اتصالي إيجابي لدى الجمهور من خلال مضامين المادة الاتصالية المقدمة للجمهور تخلق لديهم حب الوطن والحرص في تحقيق التنمية الشاملة والحياة الكريمة لكافة أبنائه على أساس العدالة الاجتماعية وسيادة القانون، وعلية فإن الدراسات البحثية لوسائل الإعلام وضعت العديد من الاتجاهات[14] الفكرية للقائم بالاتصال بالعمل الإعلامي وهي كالتالي :

1- الاتجاه المؤسسي لطبيعة سياسة التحرير.

وعليه فإن القائم بالاتصال يقف على أساليب مضامين العمل بالمؤسسات الإعلامية وظروف إنتاجه للمادة الاتصالية وطرق تشكيلها داخل هذه المؤسسات والعوامل المؤثرة في انتقاء وتفسير القائمين بالاتصال بهذه المؤسسات للمضامين المقدمة، وأصبح هذا الأمر جلياً للوقوف على تحليل الخطاب الإعلامي للتأثير على الجمهور استناداً على فهم طبيعة العمل بهذه المؤسسات وانتماءاته الفكرية والاجتماعية ومستوى اهتماماتهم إزاء القضايا المختلفة، والوقوف على القيم وتنمية الحوار الفعال الذي يرسخ عادات اجتماعية وعلاقات مجتمعية تساهم في النهوض بالمجتمع والمضمون الإعلامي الهادف.

2- اتجاه النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي للقائم بالاتصال:

يمنح التعرف على طبيعة العمل الإعلامي داخل أي نظام سياسي للقائم بالاتصال القدرة على معرفة مستوى حرية التعبير والاستقلالية والمعالجات النقدية وحرية الاختيار والتنوع والمرونة اللازمة في تنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة وفقاً لطبيعة النظام السياسي وتقاليده الاجتماعية والاقتصادية، مما يعطيه القدرة الكافية والمساحة لدعم الجودة الثقافية من خلال دعم اللغة الوطنية ومواكبة التطور التعليمي والتثقيفي وتحقيق التضامن والتماسك الاجتماعي ودعم النظام العام ونقل الموروث الثقافي والانتماء الوطني، مما ينعكس على طبيعة الخطاب الإعلامي لتعزيز القيم والحوار المجتمعي في شتى مجالات القضايا المطروحة.

3- اتجاه مهارة القائم بالاتصال :

وتتمثل في الإلمام الأكاديمي والمهني بعلم الاتصال والقدرة على التعامل مع تكنولوجية الاتصال الحديثة بكفاءة عالية والمهارات الشخصية وفن التعامل مع كافة الطبقات الاجتماعية، لشرح الحقائق الاجتماعية، والقدرة على إدراك التغيرات الثقافية والقدرة على الإقناع من خلال المخزون المعرفي والمعلوماتي التي يجب ان يتمتع بها، متجسد في الشعور بالمسؤولية الاجتماعية والإيمان بالهوية الثقافية للمجتمع لتعزيز قيم المواطنة والحوار الايجابي الناتج عن سلوك اتصالي لدى الجمهور في الحفاظ على الدولة وتقاليدها المجتمعية[15].

3-3-أهم المبادئ العامة لاتجاهات القائمين بالاتصال لتنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة.

تعد المبادئ الأساسية للقائمين بالاتصال من خلال الوقوف على أساليب العمل بالمؤسسات الإعلامية وإنتاج المادة الإعلامية وتشكيلها والظروف التي تؤثر في انتقاء وتفسير المضامين المقدمة والتأثير على الجمهور وذلك بالتعرف على الانتماءات الفكرية والاجتماعية للقائمين بالاتصال وتحديد اهتماماتهم وإثراء القضايا المطروحة والوقوف على نوعية الأفكار والتصورات التي تثيرها وما تحمله من قيم وعادات مجتمعية وعلاقات شخصية وتلبية احتياجاتهم وتأثير على سلوكهم الاتصال لقبول المضمون الإعلامي.

وفي هذا الإطار يمكن تحديد العديد من المبادئ التي يعتمد عليها القائمين بالاتصال في تعزيز القيم المجتمعية وإدارة الحوار البناء في الآتي :

1- **تدعيم المواطنة الصالحة وتعزيز الثقافة الوطنية:** وذلك من خلال العمل على تشكيل قيم ومعتقدات مشتركة تساهم في بناء نظام اجتماعي أخلاقي يوفر حياة مستقرة وعادلة وكريمة تعزز التضامن والمشاركة المجتمعية والابتكار والتطوير بما يخدم المصلحة العامة ويحقق الانتماء للوطن من خلال المضامين الإعلامية المقدمة من قبل القائمين بالاتصال لتحقيق الاستقرار والمحافظة على الثقافة الوطنية والعلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع.
2- **تدعيم وإرساء التشريعات والقوانين بالمجتمع:** يعد إرساء التشريعات والقوانين من أهم المبادئ التي يعتمد عليها القائمين بالاتصال في فرض ثقافة سيادة القانون واحترام الجانب الأمني وإرساء مناخ يسوده المساواة في الحقوق والواجبات بين أبناء الوطن دون تميز لجنس أو عرق أو أصل لتصبح هناك روابط اجتماعية وقانونية تفاعلية بين المواطن والدولة والمجتمع، وهي ما تعني أن المواطنة تستلزم خطاب إعلامي تكون فيه جميع المضامين من قبل القائم بالاتصال تحافظ على الحقوق والحريات والمسؤوليات والالتزامات من قبل المواطن تجاه الدولة.
3- **تدعيم ثقافة الحوار الفعال:** على اعتبار أن الحوار البناء المبني على توفير المعلومات وإتاحتها بشكل موضوعي وتحليلها وتوظيف نتائجها بشكل يتسم بالشفافية الكاملة والمصداقية، سيجعل هناك تدفق معلوماتي يرتكز على ثقافة الحوار واحترام الرأي والرأي الآخر، والإيمان بالحوار وتقبل الآخر يعد منطلق لبناء أسس للديمقراطية التي لا يصل الحوار في معناه الصحيح إلي الهدف إلا إذا كان هناك احترام متبادل بين الأطراف المتحاورة ولوجهة نظر الجانب الآخر ما يعزز التسامح واحترام حرية التعبير.
4- **تدعيم قيم المسؤولية الاجتماعية:** يتطلب على القائمين بالاتصال من خلال تدعيم المواطنة والحوار البناء الحرص على تقديم المضامين الإعلامية التي من خلالها يساهم الجمهور في تقديم الخدمات الإنسانية والاجتماعية والعمل التطوعي، انطلاقاً من المساعدة في حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المجتمع وتنمية روح المشاركة والقيام بالواجبات

والمسؤوليات تجاه المجتمع وتعزيز الشعور بالانتماء من خلال المشاركة في المحافظة على البيئة وتمكين الفئات المهشمة في المجتمع والرعاية الصحية ومساعدة المرضى وكبار السن والمساهمة في جميع مشاكل المجتمع ووضع الحلول لها[16].

3-4-فاعلية الأداء الوظيفي للقائم بالاتصال في تنمية الحوار وتعزيز المواطنة:

يتجسد الأداء الوظيفي للقائم بالاتصال بالعديد في المخرجات التي تعكس الأهداف التي يسعى القائم بالاتصال لتحقيقها من خلال المضمون الإعلامي الذي تنتجه الوسيلة، وهذا الأداء يرتبط بالآليات التي يتبعونها لتحقيق الوظائف لوضع الأطر الفلسفي وتحريرها وذلك وفي الآتي:

1- **الدور** : وهي مجموعة من السلوكيات والحقوق والالتزامات التي يجب أن يتمتع بها القائم بالاتصال، ويرتبط هذا الدور بالوضع الاجتماعي الذي يمثل مكانة الفرد في البناء الاجتماعي ما يكسبه الحقوق ويفرض عليه الالتزامات المتعلقة بالمهنية العالية التي يجب أن يتمتع بها، والتي اكتسبها حسن التفسير وقوة الحجة والموضوعية والشرح والتفسير الموضوعي بالرغم من العوائق التي تعيق طبيعة الأداء وهي المجموعات التي ينتمي إليها القائم بالاتصال والتي تتجلى في نظرية حارس البوابة وهي المساحة بين الأخذ والرد على محورية الرسالة الاتصالية كناقل ومفسر أمين للحدث أو المعلومة ودورة كموظف في مؤسسة لها معاييرها المهنية ما ينعكس بشكل يومي في أداء القائم بالاتصال للوظيفة المنوطه به ويرجح سلوكه الاتصالي لتعزيز الحوار البناء وقيم المواطنة.

2- **الوظيفة** : وهو المكانة الوظيفية الترتيبية ومساحة عمل القائم بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية التي تحدد الوظيفة التي يقوم بها القائم بالاتصال حسب الاختصاصات كوظيفة المحرر تختلف عن مدير التحرير عن المصور عن المعد، لكن في نهاية الأمر فإن الرسائل والمحتوى الإعلامي يلتزم بالسياسة العامة للمؤسسة ومركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها ومستوى فاعليته الاتصالية في نشر القيم والحوار المجتمعي البناء[17].

3- **المهنة** : وهي ترتبط بالتأهيل الأكاديمي والتدريب والممارسة في مجال العمل وأدائه الذي يرتبط بالعديد من المتغيرات الوظيفية وتتجسد في المساحة المتاحة للقائم بالاتصال والتي تؤثر على قدرة القائم بالاتصال على متابعة الحدث وتفسيره وفق الاستقلالية الممنوحة التي تضع القيود المسبقة على القائم بالاتصال في تحوير الرسالة ويقلص من كفاءته، وهذا يتطلب توفر الإبداع الارتجالي للقائم بالاتصال للقدرة على التجديد والابتكار والابتعاد عن النمطية والتقليد

حتى تكتمل البيئة الاتصالية المشجعة للإبداع والابتكار وتحقيق الرضا الوظيفي والمهني من خلال عامل التحفيز والتقدير.

4- **المهنية** : وهي المعايير الواجب إتباعها من خلال الالتزام بالواجب تجاه الحفاظ على مصلحة المجتمع والإيمان والتزامات الإعلام نحو حرية التعبير وإتقان وإتباع عمل محدد، عليها والالتزام الاجتماعي والأخلاقي لممارسة المهنة والتميز بالقيادة للتحرر من قيود المالك والتقيد بالأصول المهنية المتعارف عليها في المجال الإعلامي التي تتكون فيه الرقابة على أداء وسائل الإعلام في إطارها المهني ولا تخضع لمعايير سياسية التي تمكن القائم بالاتصال في تعزيز القيم والحوارات المجتمعية الهادفة لتحقيق الاستقرار والمحافظة على العادات والتقاليد والثقافة الوطنية داخل المجتمع.

5- **الممارسة والأداء:** وهي تتمثل في الطريقة التي يكتسبها القائم بالاتصال لأداء مهامه وتحويل أفكاره إلي فعل وتطبيق مبادئ متعارف عليها وتحقيقها بإتقان، عليه فإن الممارسة تخضع إلي العديد من ضوابط تتجسد في مواثيق الشرف والأخلاقيات والالتزام بالدقة والتحري السليم للمضامين الإعلامية والموضوعية والمصداقية وعدالة النشر وحرية التعبير والحفاظ على الهوية الثقافية وتفعيل الدور الاجتماعي، وفق الأداء الفعال عبر استخدام المعرفة والأصول المهنية المتبعة في المجال الاتصالي[18].

4-الدراسة الميدانية: أولاً : الخصائص الديمغرافية:

جدول رقم (1) توزيع المبحوثين حسب النوع (ذكور / إناث)

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	47	%61
أنثى	30	%39
المجموع	77	%100

يتضح من خلال هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (النسب والتكرار) عن توزيع القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام قيد البحث حسب النوع، حيث جاء الذكور في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (61%) وبتكرار 47 مفردة من إجمالي المبحوثين 77 مفردة، وجاءت الإناث في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (39%) وبتكرار 30 مفردة من إجمالي المبحوثين السابق ذكرهم.

تؤكد هذه النتيجة بأن الأغلبية من العاملين بوسائل الإعلام قيد البحث معظمهم من الذكور وذلك للانتقال الجديد لنظام سياسي جديد بعد الثورات العربية والتي سمحت بتعدد وسائل الإعلام وظهور العديد من

وسائل الإعلام الخاصة والتي أعطت الفرصة للعنصر النسائي للانخراط بالعمل الإعلامي كقائمين بالاتصال وتأصيلاً للتطور التكنولوجي والتدفق المعلوماتي من أعطا الفرصة والمساحة والحرية للعنصر النسائي للعمل الإعلامي ولا سيما الانفتاح الذي شهده المجتمع الليبي في المشاركة الإعلامية والسياسية والعمل الانتخابي مما ساهم في ظهور العنصر النسائي بشكل عام.

الجدول رقم (2) توزيع مفردات البحث الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة
من 25 إلي أقل من 30سنة	6	%7.8
من 30 إلي أقل من 35 سنة	10	%13.0
من 35 إلي أقل من 40 سنة	19	%24.7
من 40 إلي أقل من 45 سنة	40	%2.6
من 45 فما فوق	2	%51.6
المجموع	77	%100

توضح بيانات هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (التكرار والنسب) عن توزيع القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام قيد البحث حسب الفئة العمرية، حيث جاءت الفئة العمرية من 45 فما فوق الأعلى بنسبة بلغت (51.6%) وبتكرار 40 مفردة من إجمالي عدد المبحوثين البالغ 77 مفردة، وجاءت في المرتبة الثانية الفئة العمرية من 35 إلي 40 بنسبة بلغت (24.7%) وبتكرار 19 مفردة، وتظهر هذه النتائج بأن وسائل الإعلام المحلية قيد البحث تعتمد في سياستها التوظيفية على القائمين بالاتصال في سن الشباب ما يعكس لنا الجانب الايجابي للاستفادة من حيويتهم ونشاطهم وكذلك خبراتهم الجيدة في تأطير المادة الإعلامية وبلورتها ونقل المعرفة والأخبار والمعلومات وتوصيلها للمتلقي وامتلاكه القدرة على الاتصال والتواصل والتوافق مع سياسية المؤسسة وطبيعة النظام السياسي والقيم والعادات المجتمعية.

الجدول رقم (3) توزيع مفردات البحث حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ثانوي وما يعادله	12	15.6
دبلوم دراسات عليا	19	24.7
جامعي وما يعادله	42	54.5
ماجستير	4	5.2

المجموع	77	100

يتضح من خلال هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (النسب والتكرار) عن توزيع القائمين بالاتصال بوسائل الإعلام قيد البحث حسب المستوى التعليمي حيث جاء في المرتبة الأولى جامعي وما يعادله بنسبة بلغت (54.5%) وبتكرار 42 مفردة، وفي المرتبة الثانية دبلوم الدراسات العليا بنسبة بلغت (24.7%) وبتكرار 19 مفردة من إجمالي عدد المبحوثين 77 مفردة.

وهذه النتيجة تعزز التوافق بين الفئة العمرية للقائمين بالاتصال والمستويات التعليمية التي تعتمد عليهم المؤسسات الإعلامية، وهذا يشير على الاهتمام الكبير بالمستوى التعليمي والأكاديمي لاختيار القائمين بالاتصال وذلك يرجع لطبيعة العمل الإعلامي الذي يستوجب كفاءات تعليمية ولا سيما في مجال الإعلام من خلال صقلهم وتدريبهم وإعطائهم الدورات التدريبية في إدارة الحوار والتصوير والتحرير والإعداد للمضامين الإعلامية بشكل مهني.

الجدول رقم (4) توزيع مفردات البحث حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة
رئيس التحرير	12	15.6
مدير التحرير ومنسق التحرير	12	15.6
محرر	19	24.6
مخرج	3	3.9
معد ومقدم	8	10.4
مصور	16	20.8
مصحح لغوي	7	9.1
المجموع	77	%100

تكشف بيانات هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (التكرار والنسب) عن توزيع القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام قيد البحث حسب الوظيفة، حيث جاء في المرتبة الأولى المحررين بنسبة بلغت (24.6%) وبتكرار 19 مفردة من إجمالي المبحوثين 77 مفردة، وفي المرتبة الثانية جاء المصورين بنسبة بلغت (20.8) وبتكرار 16 مفردة ، وفي المرتبة الثالثة جاء كل من بالتساوي رئيس التحرير ومدير التحرير بنسبة بلغت (15.6) وبتكرار 12 مفردة من إجمالي عدد المبحوثين77.

وهذه النتيجة تؤكد بأن كافة القائمين بالاتصال بوسائل الإعلام قيد البحث يتبوأ مكانة وظيفية حسب اختصاصهم تساهم في تعزيز قيم المواطنة وإدارة الحوار ما يساهم في الارتقاء بالعملية الاتصالية

وتسييرها والقدرة على التأثير على المتلقي وتكوي سلوك اتصالي مبني على نشر القيم الإنسانية والمبادئ السامية في الحوار وقبول الآخرين، واحترام القوانين والتشريعات العامة بالدولة والمجتمع.

جدول رقم (5) توزيع مفردات البحث حسب سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
من 5 إلي أقل من 10 سنوات	18	%23.4
من 10 إلي أقل من 15 سنة	32	%41.6
من 15 إلي أقل من 20 سنة	13	%16.9
من 20 إلي أقل من 25 سنة	9	%11.7
من 25 فما فوق	5	%6.5
المجموع	77	%100

تكشف بيانات هذا الجدول وباستخدام المعاملات الإحصائية (التكرار والنسب) عن توزيع القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام قيد البحث حسب سنوات الخبرة لكل منهم، حيث جاء في المرتبة الأولى للخبرة الواقعة ما بين عشر سنوات إلي أقل من 15 سنة بنسبة بلغت (41.6%) وبتكرار 32 مفردة، ثم في المرتبة الثانية جاء اصحب الخبرة الواقعة ما بين 5 إلي أقل من 10 سنوات بنسبة بلغت (23.4%) وبتكرار 18 مفردة من إجمالي عدد المبحوثين 77 مفردة.

وتؤكد هذه النتيجة بأن المؤسسات الإعلامية قيد البحث تركز على العنصر الشبابي من مصورين ومحررين ومعدين ومخرجين لما لهم من صفات حيوية ونشاط وقدرة على مواكبة التطور التكنولوجي في مجال التصوير والإعداد والإخراج الحديث تمكنهم من العمل على تأطير المضامين الإعلامية وإدارته بشكل يعكس الحوار ويتصف بالمرونة وتقديم للمواد الإعلامية بشكل فيه إتقان وحرفية ومهنية عالية تعزز تبني المتلقين لسلوك اتصالي فيه احترام للتقاليد والأعراف والعادات والانتماء للوطن من قبل الجمهور.

جدول رقم (6) توزيع مفردات البحث حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
أعزب	31	%40.3
متزوج	46	%59.7
المجموع	77	%100

توضح بيانات هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (التكرار والنسبة) توزيع القائمين بالاتصال حسب الحالة الاجتماعية لكل منهم، حيث بلغت أعلى نسبة للمتزوجين 59.7% وبتكرار 46 مفردة، ثم جاء العزاب بنسبة بلغت (40.3%) وبتكرار 31 مفردة من إجمالي عدد المبحوثين 77 مفردة.

وتؤكد هذه النتيجة أن معظم القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية هم من المتزوجين وهذا يعكس لنا السياسة التي تعتمدها هذه المؤسسة في تحقيق الاستقرار الذهني والاجتماعي لمختلف القائمين بالاتصال، التي تمكنهم من القدرة على إتقان العمل الإعلامي وحسن تعاملهم مع إدارة الحوارات الإعلامية وكذلك الإشراف على العمل التقني للمادة الإعلامية المقدمة وإكسابهم لمهارة سرعة البديهة والدراية المعرفية بتقاليد القيم الأخلاقية والإنسانية وهوية الانتماء للوطن وكسب ثقة المواطن من خلال نشرهم للمعلومات والأخبار التي تساهم في بناء مجتمع توافقي يقبل الغير.

جدول رقم (7) توزيع مفردات البحث حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة
علوم اجتماعية	20	%25.9
علوم اتصال وإعلام	28	%36.4
علوم التقنية و الفنية	27	%35.1
علوم إدارية	2	%2.6
المجموع	77	%100

يتضح من خلال الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (التكرار والنسبة) عن توزيع القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية قيد البحث حسب التخصص حيث جاء في المرتبة الأولى علوم الاتصال والإعلام بنسبة بلغت (36.4%) وبتكرار 28 مفردة، ثم في المرتبة الثانية علوم التقنية و الفنية بنسبة بلغت (35.1%) وبتكرار 27 مفردة من إجمالي عدد المبحوثين 77 مفردة.

تعكس هذه النتيجة بأن طبيعة العمل الإعلامي بهذه المؤسسات يتطلب التركيز على اختصاص الإعلام والاتصال والعلوم القريبة منه، حتى يتسنى لهذه المؤسسات الخروج بمأطرين يمتلكون الجانب الأكاديمي بحكم الاختصاص وكذلك الممارسة اليومية التي تمكنهم من الإلمام بعلوم الاتصال والقدرة على التعامل مع التقنيات الاتصالية الحديثة، وامتلاك لمهارات الاتصال الشخصي والقدرة على إدراك التغيرات الثقافية للجمهور وخلق بيئة حوارية وتعزيز القيم المجتمعية وفق الإطار الأخلاقي السائد بالمجتمع.

ثانياً : البيانات المتعلقة بالبحث:

جدول رقم (8) ما درجة علاقة اتجاهات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام قيد البحث بتنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة ؟

علاقة / درجة	درجة كاملة		درجة متوسطة		درجة ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
الإلمام الكامل بقيم المواطنة وأبعادها	32	41.6	39	50.64	6	7.8	2.34	2.62
الإلمام الكامل بثقافة الحوار وتنميتها	29	37.7	40	51.9	8	10.4	2.27	0.64
الدراية المعرفية بالمسؤولية الاجتماعية لقيم المواطنة	20	26.0	35	45.5	22	28.6	1.97	0.74
معرفة أهمية ثقافة الحوار في بناء المجتمع	32	41.6	37	48.1	37	10.4	0.65	2.13
الفهم الكامل بانعكاسات ثقافة الحوار وقيم المواطنة للولاء والانتماء للوطن	21	27.3	27	36.1	29	37.7	0.80	1.90

تظهر بيانات هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (النسب والتكرار) عن توزيع درجة علاقة اتجاهات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام قيد البحث لتنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة، حيث جاءت درجة علاقتهم اتجاه تنمية الحوار وقيم المواطنة في المرتبة الأولى بشكل متساوي كل من الإلمام الكامل بقيم المواطنة وأبعادها ومعرفة أهمية ثقافة الحوار في بناء المجتمع بنسبة بلغت(41.6%) ومتوسط حسابي (2.34)، وفي المرتبة الثانية جاء الإلمام الكامل بثقافة الحوار وتنميتها بنسبة بلغت (37.7) ومتوسط حسابي(2.27)، وتقريباً بنفس النسبة جاء الفهم الكامل بانعكاسات ثقافة الحوار وقيم المواطنة بنسبة (27.3) وبتكرار 21 مفردة، والدراية المعرفية بالمسؤولية الاجتماعية (26.0%) وبتكرار 20 مفردة.

وتؤكد هذه النتيجة أن القائمين بالاتصال يعملون على الإلمام الكامل بقيم المواطنة والمتمثلة في المساواة في الكرامة والحقوق والوظائف العامة والمساواة في مرفق الآمن والتعليم والصحة والكهرباء والمساواة في

المنافع الاجتماعية وبناء نظام أخلاقي يوفر حياة مستقرة وعادلة وكريمة وتقديم البرامج التي تعطي حافزاً للجمهور من أجل إشباع الحاجات الأساسية وتحقيق الذات وتشكل دافعاً حيوياً للسلوك الإنساني.

جدول رقم (9) ما مستوى ارتباط اتجاهات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام قيد البحث بتنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة ؟

ارتباط / مستوى	ارتباط قوي		ارتباط متوسط		ارتباط ضعيف		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
رفع قيمة الوطن والولاء والانتماء	57	74.0	18	23.4	2	2.6	2.71	0.50
غرس ثقافة الحوار وتعزيز القيم لدى المواطن	28	36.4	35	45.5	14	18.2	2.18	0.72
المحافظة على البناء المجتمعي والقيم السائدة	23	29.9	32	41.6	22	28.6	2.01	0.76
التعرف على أساليب إقناع المواطن بالحوار وتعزيز قيم المواطنة	13	16.9	22	28.6	42	54.5	1.62	0.76
معالجة القضايا التي تعيق ثقافة الحوار وتعزيز القيم	53	68.8	16	20.8	8	10.4	2.58	0.67

تبين بيانات هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (النسب والتكرار) عن توزيع القائمين بالاتصال بوسائل الإعلام قيد البحث من حيث مستوى ارتباط اتجاهاتهم بتنمية الحوار وقيم المواطنة، حيث جاءت في المرتبة الأولى العمل على رفع قيمة الوطن والولاء والانتماء بنسبة بلغت(74.0) و متوسط حسابي (2.71) وفي المرتبة الثانية معالجة القضايا التي تعيق ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة بنسبة بلغت (68.8) ومتوسط حسابي (2.58) وفي المرتبة الثالثة جا غرس ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة بنسبة بلغت(36.4) ومتوسط حسابي (2.19) وبدرجة أقل جاء المحافظة على البناء المجتمعي بنسبة بلغت (29.9) ومتوسط حسابي (2.01)، وهذا يعكس لنا طبيعة عمل المؤسسات الإعلامية وارتباطها بمحتوى

المضامين الإعلامية المقدمة من قبل القائمين بالاتصال وفق السياسة التحريرية لهذه الوسائل قيد البحث فإنها تعتمد على الرفع من قيمة الولاء والانتماء للوطن من خلال تحقيق حقوقه في الحياة الكريمة وتحقيق الأمان والعمل على ترشيدهم لوحدة الصف المجتمعي وبث روح العمل وحماية الوطن ونبذ الأخلاق الفاسدة وتقديم المصلحة العامة على المصلحة الجزئية والعمل على معالجة القضايا الأكثر جدلية بأسلوب فيه أكثر مرونة وحلول لثقافة الحوار التبادلي الذي يعزز القيم المجتمعية.

الجدول رقم (10) ما درجة علاقة اتجاهات القائمين بالاتصال بتنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة التالية من خلال الوسائل الإعلامية قيد البحث ؟

علاقة / درجة	علاقة قوية		علاقة متوسطة		علاقة ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
الاحترام للتشريعات والقوانين واللوائح	56	72.7	15	19.5	6	7.8	2.64	0.62
احترام الممتلكات العامة وعدم الاعتداء عليها	54	70.1	19	24.7	4	5.2	2.64	0.57
حرية التعبير وإبداء الرأي	33	43.9	32	41.6	12	15.6	2.27	0.71
احترام الخصوصية ومبادئ التحاور والحوار	47	61.0	24	31.2	6	7.8	2.53	0.64

تكشف بيانات هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (النسب والتكرار) عن توزيع درجة علاقة اتجاهات القائمين بالاتصال بتنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة ، حيث جاء في المرتبة الأولى الاحترام للتشريعات والقوانين واللوائح بنسبة بلغت(72.7) ومتوسط حسابي (2.64) ثم جاء في المرتبة الثانية احترام الممتلكات العامة وعدم الاعتداء عليها بنسبة بلغت (70.1) ومتوسط حسابي (2.64) ثم جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة احترام الخصوصية ومبادئ الحوار بنسبة بلغت (61.0) ومتوسط حسابي (2.53) وبدرجة أخيرة جاء حرية التعبير وإبداء الرأي بنسبة بلغت (43.9) ومتوسط حسابي (2.27) من إجمالي عدد المبحوثين 77 مفردة.

وهذا يعطي استنتاج بأن أكثر الأولويات لاتجاهات القائمين بالاتصال بمضامين تنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة وهو المساواة أمام القانون من حيث الكرامة والحقوق والوظائف العامة والجميع متساو أمام أنظمة وشريعة الدولة فضلاً عن المساواة العامة بالانتماء والحفاظ على المرافق العامة للدولة والعمل على إدارة الحوارات التي تلتزم بالحيادية والالتزام بمعالجات البناء وحية إبداء الرأي.

الجدول رقم (11) ما قيمة المبادئ التالية التي تؤثر على اتجاهات القائمين بالاتصال في تنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة من خلال وسائل الإعلام قيد البحث ؟

المبادئ	عالية		متوسطة		ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
المحافظة على العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع	54	70.1	19	24.7	4	5.2	2.64	0.57
التقيد بالنظم السائدة في المجتمع	23	29.9	32	41.6	22	28.6	2.01	0.76
العمل على إرساء التشريعات والقوانين للمحافظة على المجتمع	23	29.9	43	55.8	11	14.3	2.15	0.65
الحرص على تنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة بين شرائح المجتمع	31	40.3	34	44.2	12	15.6	2.24	0.71

تكشف بيانات هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (النسب والتكرار) عن توزيع قيمة المبادئ التي تؤثر على اتجاهات القائمين بالاتصال في تنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة من خلال وسائل الإعلام قيد البحث، حيث جاء في المرتبة الأولى المحافظة على العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع بنسبة بلغت (70.1) ومتوسط حسابي (2.64) وفي المرتبة بلغت (40.3) ومتوسط حسابي (2.24) وفي المرتبة الثالثة جاءت كل من بنفس النسبة التقيد بالنظم السائدة في المجتمع، والعمل على إرساء التشريعات والقوانين للمحافظة على المجتمع بنسبة بلغت (29.9) ومتوسط حسابي (0.76) و(0.65) من إجمالي عدد المبحوثين البالغ عددهم 77 مفردة.

وهذه النتائج تؤكد بأن أهم المبادئ التي يعتمد عليها القائمين بالاتصال في تنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة هي إرساء العالقات الاجتماعية المتجسدة في حوار التسامح والحق والعدل والأمانة والتعاون والاستقرار بالمجتمع للحفاظ على النظام الاجتماعي، الآمر الذي يعكس صورة الحوار في أطر ينمي لدى

المواطن التمسك بقيم المواطنة وإرساء القوانين المعمول بها بالدولة والمحافظة عليه حتى يسود العدل والمساواة والالتزام بأعراف الدولة وتشريعاتها.

الجدول رقم (12) ما درجة فاعلية اتجاهات القائمين بالاتصال في نشر ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة من خلال وسائل الإعلام قيد البحث ؟

الفاعلية / درجة	فاعلية عالية		فاعلية متوسطة		فاعلية ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
نشر ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة بصورة متكاملة	46	59.7	29	37.7	2	2.6	2.57	0.54
التركيز على تعزيز قيم المواطنة بشكل متكامل	36	46.8	37	48.1	4	5.2	2.41	0.59
الحرص على تعميق تنمية ثقافة الحوار بين أفراد المجتمع	50	64.9	23	29.9	4	5.2	2.59	0.59
الحث على التمسك بثقافة الحوار وتعزيز القيم لدى أفراد المجتمع	42	45.5	27	35.1	8	10.4	2.44	0.67

تظهر بيانات هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (النسب والتكرار) عن توزيع درجة فاعلية اتجاهات القائمين بالاتصال في نشر ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة من خلال وسائل الإعلام قيد البحث، حيث جاء في المرتبة الأولى الحرص على تعميق تنمية الحوار بين أفراد المجتمع بنسبة بلغت (64.9) ومتوسط حسابي (2.59) وفي المرتبة الثانية جاءت نشر ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة بصورة متكاملة بنسبة بلغت (59.7) ومتوسط حسابي(2.57) وجاءت في المرتبة الأخيرة كل من بنسبة متقاربة، التركيز على تعزيز القيم بنسبة (46.8) ومتوسط حسابي(2.41) والحث على التمسك بثقافة الحوار وتعزيز القيم بنسبة بلغت (45.5) ومتوسط حسابي(2.44).

نستنتج من هذا الجدول بأن فاعلية اتجاهات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام قيد البحث لتنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة تنصب على تنمية ثقافة الحوار بصورته المتكاملة من منطلق إدارة الحوار الذي يسهم في المشاركة في الرأي بأسلوب التعرف على الآخرين بعيداً عن العنف والإقصاء وزرع روح التمسك الاجتماعي وتبادل الاحترام في الاستماع إلي الآراء المختلفة وتتسم هذه الثقافة بالقدرة على احتواء الخلافات والخروج منها برأي بناء استناداً على احترام ردود الأفعال واختيار التوقيت المناسب لبث الرسائل الإعلامية للحوارات المجتمعية.

الجدول رقم (13) ما أكثر مصادر المعلومات تأثير في اتجاهات القائمين بالاتصال عند معالجتهم لثقافة الحوار وتعزيز القيم عبر وسائل الإعلام قيد البحث ؟

درجة معالجته / مصادر المعلومات	عالية		متوسطة		ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
وكالات الأنباء العالمية والمحلية	38	49.4	29	37.7	10	13.0	2.36	0.70
الصحف والمجلات العربية والعالمية	44	57.1	24	31.2	9	11.7	2.45	0.69
الشخصيات الحكومية الرسمية محلياً وخارجياً	36	46.8	22	28.6	19	24.7	2.22	0.82
مواقع التواصل الاجتماعي ومحركات البحث	32	41.6	24	31.2	21	27.3	2.14	0.82

تبين بيانات هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (النسب والتكرار) عن توزيع أكثر مصادر المعلومات تأثير على اتجاهات القائمين بالاتصال عند معالجتهم لثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة عبر وسائل الإعلام قيد البحث، حيث جاء في المرتبة الأولى الصحف والمجلات العربية والعالمية بنسبة بلغت (57.1) ومتوسط حسابي (2.45) وفي المرتبة الثانية وكالات الأنباء العالمية والمحلية بنسبة بلغت (49.4) ومتوسط حسابي (2.36) وفي المرتبة ما قبل الأخيرة جاءت الشخصيات الحكومية الرسمية محلياً وخارجياً بنسبة بلغت (46.8) ومتوسط حسابي (2.22) وأخيرا جاء مواقع التواصل ومحركات البحث بنسبة بلغت (41.6) ومتوسط حسابي (2.14) من إجمالي عدد المبحوثين 77 مفردة.

وهذا مؤشر إيجابي يعكس لنا أن أكثر مصادر المعلومات تأثير من قبل القائمين بالاتصال لمعالجتهم ثقافة الحوار وقيم المواطنة وهي الاعتماد على المضامين الإعلامية للإعلام المطبوع سواء كان على المستوى المحلي والعالمي وبنفس الدرجات بنسب متفاوتة وهي وكالات الأنباء المحلية والعالمية والشخصيات القيادية المتمثلة في قادة الرأي ومواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يعكس مستوى التركيز من قبل القائمين على التكثيف في المساهمة في نشر ثقافة الحوار وقيم المواطنة من خلال الاعتماد على هذه المصادر الإعلامية الأكثر فاعلية في التأثير على السلوك الاتصالي في تبني القيم العامة والأخلاقية والدينية بالمجتمع.

الجدول رقم (14) ما درجة انعكاسات اتجاهات القائمين بالاتصال التالية في معالجة ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة من خلال وسائل الإعلام قيد البحث ؟

الانعكاسات	عالية		متوسطة		ليست عالية		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
إقناع الجمهور بأهميتها والتمسك بها	42	54.5	31	40.3	4	5.2	2.49	0.59
التوعية بقيم المواطنة وتعزيزها	46	59.7	27	35.1	4	5.2	2.54	0.59
تفعيل تنمية ثقافة الحوار بين أفراد المجتمع	34	44.2	28	36.4	15	19.5	2.24	0.72
تزويد الجمهور بمخاطر ضعف ثقافة الحوار وقلة التمسك بقيم المواطنة	35	45.5	30	39.0	12	15.6	2.29	0.72

توضح بيانات هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (النسب والتكرار) عن توزيع درجة انعكاسات اتجاهات القائمين بالاتصال في معالجة ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة من خلال وسائل الإعلام قيد البحث، وقد جاء في المرتبة الأولى التوعية بقيم المواطنة وتعزيزها بنسبة بلغت (59.7) ومتوسط حسابي (2.54) وفي المرتبة الثانية جاء إقناع الجمهور بأهمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة بنسبة بلغت (54.5)ومتوسط حسابي (2.49) وفي المرتبة الثالثة جاء تزويد الجمهور بمخاطر ضعف ثقافة الحوار وقلة التمسك بقيم المواطنة بنسبة بلغت(45.5) ومتوسط حسابي (2.29) وأخيرا جاءت تفعيل تنمية ثقافة

الحوار بين أفراد المجتمع بنسبة بلغت (42.2) ومتوسط حسابي (2.24) من إجمالي عدد المبحوثين 77 مفردة.

ونستنبط من هذه النتائج بأن درجة انعكاسات اتجاهات القائمين بالاتصال في معالجتهم لثقافة الحوار وقيم المواطنة من خلال تعزيز وجود الدولة بقوانينها وتشريعاتها ودستورها الوطني تنمية مهارات اتخاذ القرار والحوار واحترام الحقوق والواجبات وتنمية القيم الديمقراطية والأعراف المدنية والدينية والحفاظ على استقرار المجتمع والمشاركة المجتمعية وتكافؤ الفرص أمام المواطنين في المجالات المتعددة فضلاً عن استخدام كافة الأساليب الاتصالية وفنونها لاستمالة الجمهور بأهمية هذه القيمة من خلال وسائل الأعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية ومواقع التواصل الاجتماعي وقادة الرأي.

الجدول رقم (15) ما قيمة الاعتبارات التالية لاتجاهات القائمين بالاتصال في تنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة بوسائل الإعلام قيد البحث ؟

الاعتبارات	عالية		متوسطة		ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
الالتزام بالسياسة العامة والإعلامية	44	57.1	27	35.1	6	7.8	2.49	0.64
الالتزام بالجوانب المهنية الإعلامية في معالجة ثقافة تنمية الحوار وقيم المواطنة	38	49.4	25	32.5	14	18.2	2.31	0.76
الالتزام بالتشريعات والقوانين الخاصة بثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة	50	64.9	23	29.9	4	5.2	2.59	0.59
المحافظة على سلامة الوطن والتمسك بالنسيج الاجتماعي	50	64.9	25	33.5	2	2.6	2.62	0.53
الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي	46	59.7	27	35.1	4	5.2	2.54	0.59

تشير بيانات هذا الجدول وباستخدام المقاييس الإحصائية (النسب والتكرار) عن توزيع قيمة الاعتبارات لاتجاهات القائمين بالاتصال في تنمية ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة بوسائل الإعلام قيد البحث،

حيث جاء في المرتبة الأولى كلا منهما بالتساوي الالتزام بالتشريعات والقوانين الخاصة بثقافة تنمية الحوار وتعزيز قيم المواطنة والمحافظة على سلامة الوطن والنسيج الاجتماعي بنسبة بلغت (64.9) ومتوسط حسابي لكل منهما (2.59)و(2.62) وبعدهما مباشرة جاء الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي بنسبة بلغت (59.7) ومتوسط حسابي (2.54) وفي المرتبة ما قبل الأخير جاء الالتزام بالسياسة العامة والإعلامية بنسبة بلغت (57.1) ومتوسط حسابي (2.49) من إجمالي عدد المبحوثين 77 مفردة.

وتعكس هذه النتيجة بأن الاعتبارات الأساسية لاتجاهات القائمين بالاتصال في تنمية الحوار وقيم المواطنة تستند بشكل كبير في مضامينها على الالتزام بالقوانين والتشريعات الخاصة بالبلاد وزرع روح المشاركة في الحوار وإبداء الرأي والرأي الآخر لتمكين الانتماء والمواطنة في حرية التعبير والحرص على المحافظة على النسيج الاجتماعي والهوية الليبية فضلا عن الالتزام بالسياسة العامة للدولة وطبيعة العمل الإعلامي وفق مهنية وحرفية أخلاقيات وظيفية تجسد لنا إعلام تنموي وثقافة حوار.

5-النتائج العامة للبحث :

- أوضحت النتائج ان القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية قيد لبحث النسبة الأهم هم المحررين وفق التنظيم الإداري بهذه المؤسسات، بالإضافة إلي الاختصاصات المتمثلة لهؤلاء القائمين بالاتصال جاءت بنسب عالية الجامعي فما فوق وفقاً للتخصص العلمي في علوم الاتصال و الإعلام وعلوم التقنية والفنية وكانت شريحة الذكور هي الأعلى من الإناث في مجال العمل الإعلامي بهذه المؤسسات قيد البحث.
- كما أظهرت نتائج البحث أن القائمين بالاتصال بهذه المؤسسات الإعلامية بأن الفئات العمرية لهم تتراوح ما بين 40 إلي 45 نسبة كانت هي الأعلى وارتباط ذلك بسنوات الخبرة لهم كانت ما بين من 10 سنوات إلي أقل من 15 سنة.
- أثبتت نتائج البحث أن هناك علاقة بين القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام قيد البحث وتعزيز قيم المواطنة وإدارة الحوار وتنميتها بدرجات ونسب متفاوتة حسب طبيعة الخطاب الإعلامي، كما دلت النتائج أن هناك ارتباط بين اتجاهات القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام وتنمية ثقافة الحوار والمواطنة من خلال المضامين الإعلامية التي يقدمها القائمين بالاتصال للمحافظة على غرس ثقافة الحوار والبناء المجتمعي الصحيح، وكذلك دلت النتائج أن هناك مبادئ أساسية يرتكز عليها القائمين بالاتصال لتعزيز الحوار البناء وتعزيز القيمة المجتمعية.
- كما كشفت النتائج على قوة فاعلية اتجاهات القائمين بالاتصال في نشر ثقافة الحوار وتعزيز قيم المواطنة وذلك من خلال اختيارهم للمضامين الإعلامية التي تتوافق مع الجمهور، كما دلت النتائج أن القائمين بالاتصال يعتمدون على المصادر المعلوماتية التي لها تأثير عند

معالجتهم لثقافة الحوار للعديد من القضايا المجتمعية بشكل متنوع بالاعتماد على الصحف والمجلات وقادة الرأي ووكالات الأنباء المحلية والعالمية، ومواقع التواصل الاجتماعي ومحركات البحث، وأوضحت النتائج أيضا أن هناك اعتبارات يعتمدها القائمين بالاتصال لتنمية ثقافة الحوار وتعزيز المواطنة الإيجابية من خلال الالتزام المهني والأخلاقي بالعمل الإعلامي والمحافظة على سلامة الوطن والتمسك بالنسيج الاجتماعي والالتزام بالسياسة العامة للدولة بشكل متقارب وبناء.

6-توصيات البحث:

- العمل على الاهتمام الدائم والمستمر على اتجاهات القائمين بالاتصال في تأطير المضامين الإعلامية التي تساهم في تنمية الحوار البناء وتعزيز المواطنة المجتمعية.
- مراعاة المعايير المهنية والأخلاقية من قبل القائمين بالاتصال في طبيعة الخطاب الإعلامي عبر وسائل الإعلام التي تضفي المواطنة بمختلف مجالاته والحوار الإيجابي.
- العمل على تطوير المهارات الاتصالية للقائمين بالاتصال من خلال فنون الاتصال المختلفة.
- توفير كل الظروف الملائمة والبيئة الاتصالية والإدارية لعمل القائمين بالاتصال للرفع من مستوى الحوار وزرع مبادئ المواطنة الناجحة للبناء المجتمعي الهادف.
- إعطاء القائمين بالاتصال المساحة الكافية لحرية التعبير والارتجالية في معالجة القضايا المختلفة بما يتفق مع السياسة العامة للدولة وسياسة التحرير للوسيلة الإعلامية.

7-قائمة المراجع:

[1]- عبد الستار جبار الضمد، البحث العلمي وتطبيقاته في الإحصاء الرياضي،ط2، القاهرة، دار الشموع للثقافة، سنة 2009م،ص37

[2]- بطرس جرجس الحلاق، العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية، مذكرة شهادة الماستر، كلية الإعلام جامعة القاهرة،1999م

[3]- مرعي مذكور، الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في الصحافة المصرية، المؤتمر العلمي لجامعة القاهرة،2003م

[4]- سمر عبدالله، اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الإنترنت، دراسة ميدانية، بحث تكميلي غير منشور، غزة، قسم الحافة والإعلام الجامعة الإسلامية،2003م

[5]– يونس محمد أحمد، العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية، المؤتمر العلمي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام القاهرة، مجلة كلية الإعلام، جامعة القاهرة

[6]– سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، ط، القاهرة، عالم الكتب، سنة 2006م،ص68

[7]– ربحي مصطفى عليان، عثمان غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع،سنة2008م،ص87

[8]– محمد سعيد إبراهيم، الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال، القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام جامعة القاهرة،العدد4،سنة2000م،ص181

[9]– محمد قراط، قضايا إعلامية معاصرة، ط، القاهرة، مكتبة الفلاح للنشر،سنة2006م،ص24

[10]– منال هلال مزاهره، نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع،2012م،ص270

[11] – نجوى غوال، القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية،القاهرة،1992م،ص5

[12]–عاطف العبد عبيد، نظريات الإعلام والرأي العام، الأسس العلمية والتطبيقات العربية،ط1،القاهرة،دار الفكر العربي،2002م،ص73

[13]– السيد بخيت، الإنترنت وسيلة اتصال جديدة،ط1،الإمارات،دار الكتاب الجامعي،2004م،ص361

[14]–محمد قيراط، "ستون عاماً من دراسات القائم بالاتصال "ورقة عمل مقدمة في ملتقي فضاءات الاتصال والوسطاء الثقافيون: التحولات والرهانات، معهد علوم الصحافة والأخبار، جامعة منوبة تونس، سنة 1998م،ص15–19

[15]– السيد درويش بخيت، رؤية عربية لسوسولوجيا وسائل الإعلام(مجلة الشؤون الاجتماعية)،العدد5–7 السنة10،الكويت،1998م،ص17–18

[16]– رغدة محمد عيسى، العوامل المؤثرة على القيادات الإعلامية النسائية باتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري وانعكاساتها على التخطيط الإعلامي، رسالة ماجستير (غير منشورة)كلية الإعلام، جامعة القاهرة،2005م،ص50

[17]– محمد بن سليمان الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور، دراسة وصفية في ضوء متغيرات البيئة الاتصالية الحديثة في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه (غير منشورة)،جامعة محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام،2008م،ص180

[18]– إبراهيم العمري، الأفراد والسلوك التنظيمي، دراسة علمية وعملية واستقراء المختبرات وتحسين الأداء، الإسكندرية، دار الجامعات،1989م،ص66