

## تقييم جمهور النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية عن ليبيا، دراسة ميدانية

د. مفتاح محمد اجعيه بلعيد

قسم الصحافة/ كلية الإعلام/ جامعة مصراتة

### ملخص البحث

يرصد هذا البحث تقييم شريحة مهمة من شرائح المجتمع لأداء وسائل الإعلام وإسهامها في تكوين صورة ذهنية عن ليبيا، حيث يستهدف البحث رصد وتوصيف وتحليل الأداء الإعلامي من خلال استطلاع آراء النخبة الأكاديمية عن مدى الإسهام الإيجابي والسلبي في تشكيل الصور الذهنية عن ليبيا، ويحاول البحث الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي ترصد اتجاهات وآراء النخبة الأكاديمية، ومدى ثقافتها في تلك الوسائل واعتمادها عليها كمصادر لمعلومات ومستويات المصادقية التي تحظى بها تلك الوسائل، ومدى إسهامها في تشكيل صورة ذهنية عن ليبيا لدى الجمهور، والحلول والسبل التي ترى النخبة أنها قد تُسهم في الرفع من مستوى أداء وسائل الإعلام الليبية، وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي، وذلك من خلال أسلوب العينة المتاحة وقد بلغت 220 مفردة، شملت تخصصات متعددة ودرجات علمية، وخلص البحث إلى أن جمهور النخبة الأكاديمية يرى أن وسائل الإعلام عملت على تقديم صورة ذهنية سيئة عن ليبيا كنتيجة لخضوعها للتجاوزات السياسية والسلطان المالي، والجهوي، والمناطقية.

**الكلمات المفتاحية:** ( النخبة، وسائل الإعلام ، الصورة الذهنية )

## المقدمة:

شهدت وسائل الإعلام الليبية بعد عام 2011م تغييراً جذرياً من حيث الشكل والمضمون، ولكون المشهد الإعلامي الليبي تأثر بشكل كبير بالتغيرات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية التي شهدتها ليبيا خلال الفترة المذكورة، فقد انتقل الإعلام وبشكل مفاجئ من إعلام يخضع للسلطة السياسية إلى إعلام متخلص من جميع القيود السياسية، والقانونية مما فتح الباب إمام ظهور وسائل إعلام متعددة المشارب ومختلفة التوجهات، والرؤى والمصالح، الأمر الذي أفرز خطاباً إعلامياً متنوعاً إلى حد التضاد، وبالرغم من أن هذا التنوع في الخطاب الإعلامي والحرية الإعلامية أمر مطلوب، إلا أن الممارسة الإعلامية لوسائل الإعلام الليبية ما بعد سنة 2011م جاءت كنتاج لصراع سياسي واقتصادي بين فئات وجماعات داخل المجتمع تسعى لتحقيق مصالحها دون النظر إلى مصلحة الوطن، حيث تصدر المشهد فضائيات طغى عليها الجانب الإخباري، وكذلك إذاعات مسموعة متعدد ومتنوعة، إضافة إلى مواقع لشبه صحف الكترونية، وكنتيجة لظهور الصراعات السياسية والعسكرية والتجاذبات الجهوية والمناطقية والقبلية كل ذلك أفرز مشهداً إعلامياً متأزماً انحازت فيه وسائل الإعلام الناشئة إلى هذا الطرف أو ذاك، ونظراً للدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام في التأثير على اتجاهات الجمهور وتشكيل صورته الذهنية حول الموضوعات والقضايا التي تثيرها، كل هذه المعطيات أفرزت خطاباً إعلامياً ليبياً يرى الكثير من المتابعين للشأن الإعلامي الليبي أنه خطاب ابتعد كثيراً عن خدمة الوطن وارتحن بالمصالح السياسية والمالية للمالكين، إضافة إلى أن الممارسة الإعلامية الفقيرة والأداء المهني والحرفي الضعيف ودخول الكثير من الشخصيات إلى الحقل الإعلامي والانتماء له دون إجادة ابسط أبجديات الحرفية والمهنية الإعلامية، كل ذلك ربما يكون قد أفرز صورة مشوهة على الشخصية الليبية وعلى صورة ليبيا كدولة وعلى المجتمع الليبي برمته.

## مشكلة البحث وأهميتها:

تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في تشكيل الصورة الذهنية للجمهور حول المجتمعات الأخرى، خاصة عندما تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد للمعلومات حول تلك المجتمعات، ونظراً للتغيير الذي شهدته ليبيا بعد ما عرف بثورات الربيع العربي، الأمر الذي

جعل الإعلام العربي والدولي يركز عليها كونها إحدى الدول التي شهدت أحداث تلك التغيرات، وحيث أن البحث في الصورة الذهنية حول ليبيا يتسم بالفقر في الدراسات الإعلامية الليبية، كما ان هذا البحث يتناول شريحة مهمة تعد من صفوة المجتمعات وقادة الرأي فيها، كل ذلك يجعل من هذا البحث يكتسب أهمية خاصة كونه يأتي بعد تغيير كبير في المشهد الإعلامي، والسياسي الليبي، إضافة إلى رغبة الباحث في التعرف على مدى متابعة جمهور النخبة الأكاديمية للقضايا والأحداث الليبية، ومن ثم تقييمها للأداء الإعلامي الذي يرى الباحث أنه اسهم بشكل كبير في تكوين الصورة الذهنية حول ليبيا، كل ذلك دفع الباحث لبحث ودراسة هذا الموضوع، وعليه فإن مشكلة هذا البحث تكمن في التساؤل الآتي:

- ما تقييم جمهور النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية عن ليبيا؟  
أهداف البحث: ينطلق هذا البحث من هدف رئيس يكمن في الكشف عن الدور الذي لعبته وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية عن ليبيا، ويتفرع على هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

- 1- الكشف عن نوع اتجاهات النخبة نحو الأداء الإعلامي.
- 2- الكشف عن رؤية النخبة الأكاديمية للكيفية التي عاجلت بها وسائل الإعلام الشأن الليبي.
- 3- تحليل العلاقة القائمة بين الاعتماد على وسائل الإعلام وتشكيل الصورة الذهنية.
- 4- العمل على تقديم مقترحات علمية بغية الرفع من مستوى الخطاب الإعلامي بشكل يسهم في تحسن صورة ليبيا.

تساؤلات البحث: ينطلق هذا البحث من تساؤل رئيس وهو ما تقييم جمهور النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية عن ليبيا، ويتفرع على هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما الصورة الذهنية التي شكلتها وسائل الإعلام عن ليبيا كما يراها جمهور النخبة الأكاديمية؟
- 2- ما الأسباب والعوامل التي تقف وراء دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة ليبيا؟

- 3- إي من وسائل الإعلام كان لها الدور الأكبر في تشكيل صورة ليبيا من وجهة نظر جمهور النخبة الأكاديمية؟
- 4- ما تقييم جمهور النخبة لدور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية عن ليبيا؟
- 5- ما المقترحات والحلول التي يرى جمهور النخبة الأكاديمية أنها قد تسهم في تكوين صورة ايجابية عن ليبيا؟.

**نوع البحث ومنهجه:** يقع هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى دراسة الظاهرة بغية الكشف عن مكوناتها وعناصرها، ويستخدم البحث منهج المسح بالعينة، وذلك بإحضار عينة من جمهور النخبة الأكاديمية للدراسة والبحث بهدف التعرف آراءهم حول دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة ليبيا.

**أدوات جمع البيانات:** اعتمد الباحث على الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات حول موضوع البحث وذلك بتوزيع استمارة استبيان بالطريقتين اليدوية والإلكترونية داخل وخارج ليبيا واجري الباحث الإجراءات العلمية المتعارف عليها من حيث إجراءات الصدق والثبات<sup>(1)</sup>.

#### مصطلحات البحث:

- **النخبة الأكاديمية:** تعرف النخبة لغوياً بأنها فئة من فئات المجتمع سواء وظيفياً، أو فكرياً، أو تعليمياً، مما يؤهلها للقيام بدور قيادي، أو بأدوار المسؤولية في المجتمع، وهي أكثر الفئات تأثيراً في الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرار<sup>(2)</sup>.

ويقصد بها إجرائياً في هذا البحث فئة من فئات المجتمع الليبي التي تمثل قادة الرأي في المجتمع وتتميز بمستوى أعلى من حيث المستوى التعليمي والقدرة على الفهم والتفسير والمتابعة للخطاب الإعلامي، ووفقاً لهذا التعريف فإن النخبة الأكاديمية ضمت كل أساتذة الجامعات وطلاب الدراسات العليا داخل ليبيا وخارجها<sup>(3)</sup>.

- **الصورة الذهنية:** يقصد بالصورة الذهنية في هذا البحث الانطباع الذي يكونه الجمهور عن ليبيا من كيان الدولة وخصائص الشخصية الليبية والشخصيات السياسية الليبية.

**مجتمع البحث والعينة وحدوده الزمنية والبشرية:** تعتبر كل النخبة الأكاديمية داخل ليبيا وخارجها مجتمع البحث، ونظراً لصعوبة حصر المجتمع وعدم وجود إحصائيات دقيقة عنه

تقييم جمهور النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية عن ليبيا

يمكن معها اختيار عينة عشوائية منتظمة، عليه فقد تم الاعتماد على العينة المتاحة حيث بلغ حجم العينة 220 مفردة، وطبقت خلال الفترة الممتدة من 2/25 - 2018/3/5م وكانت خصائصها على النحو الآتي:

الجدول (1) خصائص العينة.

المتغير	التكرار والنسبة	
	ك	%
النوع	ذكور	140
	إناث	80
	المجموع	220
السن	من 25-34	58
	من 35-44	93
	من 45-54	52
	55 فما فوق	17
	المجموع	220
الدرجة العلمية	أستاذ	9
	أستاذ مشارك	7
	أستاذ مساعد	68
	محاضر	57
	محاضر مساعد	73
	دراسات عليا	6
	المجموع	220
التخصص العلمي	علوم إنسانية	178
	علوم تطبيقية	42
	المجموع	220

الخلفية البحثية والنظرية لموضوع البحث:

تناولت العديد من الدراسات العلاقة بين وسائل الإعلام وتشكيل المعارف والاتجاهات، إلا أن التركيز على دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للجمهور لم

يحظ بدراسات معمقة خاصة على المستوى العربي، فقد جاءت دراسة الصورة الذهنية في أغلب تلك البحوث على هامشها، وليست في صميمها، كما أن دراسة الصورة جاءت على مستويين الأول: تناول الصورة التي تعكسها وسائل الإعلام، ومحاولة التعرف على التصوير الإعلامي دون الولوج إلى الصورة الذهنية التي تكونت من خلال تلك المعالجة، أما المستوى الثاني: فتمثل في محاولة التعرف على تأثيرات وسائل الإعلام ودورها في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور، فقد توصل **ممدوح محمد** إلى أن وسائل الإعلام لعبت دوراً في تشكيل صورة سلبية عن الحكومة المصرية<sup>(4)</sup>، كما أشار **Crow Shanno** أن البرامج التلفزيونية السياسية استطاعت أن تشكل صورة واضحة حول المرشحين السياسيين، كما توصل **فيلمون وهيمون** في دراستهما عن خصائص صورة المرشحين السياسيين في الإعلام إلى أن انطباعات المبحوثين تعكس الصورة التي رسمتها وسائل الإعلام لسمات وصفات هؤلاء المرشحين<sup>(5)</sup>، أما **انتصار سالم** فقد توصلت في دراستها حول صورة الأحزاب السياسية في مصر إلى أن الآثار السلبية للصورة المقدمة عن الأحزاب السياسية من خلال الصحافة الإلكترونية كان من بينها عزوف الشباب عن المشاركة السياسية في تلك الأحزاب<sup>(6)</sup>، ويؤكد **محمد شرقاوي** في دراسته عن الإسلام والمسلمون في الإعلام الأمريكي تدبب صورة المسلمين لدى الأمريكيين بفعل التنافس الإعلامي وتراجع الخط المتوازن في المعالجة الإعلامية وميول بعض وسائل الإعلام إلى صناعة "نحن والأخر" والكيل بمكيالين أثناء تغطية القضايا المتعلقة بالمسلمين<sup>(7)</sup>.

كما تؤكد العديد من الدراسات الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل صورة الجمهور عما يدور حوله من إحداث إن كانت وسائل الإعلام ليست الوحيدة المشكلة لها. إلا أنه ومع تزايد التطور الإعلامي والانتشار الواسع لها وامتدادها الأفقي والرأسي وقدرتها على الاستقطاب والإبحار منحها إي وسائل الإعلام دوراً بارزاً في تشكيل الصورة لدى الجمهور، فوسائل الإعلام تسلك العديد من الطرق والأساليب التي يمكن معها تشكيل صورة ذهنية وتأطيرها في قوالب معينة تجعل منها الصورة الوحيدة ربما المعبرة عنها تلك الإحداث أو الشخصية أو الدولة أو غيرها، فنقل الإحداث التي تجري دون تقديمها في السياقات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي نتجت من خلالها وفي سياقها يعد

شخصه من الإعلاميين<sup>(8)</sup>.

وتعمل وسائل الإعلام على تأطير العديد من المواقف والإحداث بطريقة معينة وفي وقت معين وبالأساليب التي تراها مما يؤطرها بشكل آخر قد يختلف عن حقيقتها الجوهرية، فإعادة صياغة الإحداث والتطورات واستخدام الفنون الإعلامية وتوظيفها سواء التحريرية منها أو الفنون التكنولوجية الأخرى كالصورة والعناصر التيبوغرافية والجرافية وتوظيف تلك الخصائص التكنولوجية بشكل يتماشى وما يريد القائم بالاتصال في الوسيلة الإعلامية من إيصاله، إضافة إلى الاستخدام اللغوي لمصطلحات ومسميات بعينها وإصاقها وتكرارها في غير مكانها وسياقها الإخباري أو الاجتماعي أو السياسي، كل ذلك يعمل على إبراز وتركيز صورة معينة لهذا الموضوع، أو لتلك القضية، كما أن توظيف وسائل الإعلام بشكل مقصود أو بدونه لبعض العوامل والنماذج العلمية المرتكزة على العوامل النفسية والاجتماعية للمتلقى، تُسهم بشكل كبير في تشكيل الصورة الذهنية للجمهور، فوسائل الإعلام تقوم بشخصنة الإحداث والمواقف وعرضها في قالب أو إطار درامي وتجزئتها وتنميط إحداثها حيث تعمل تلك الوسائل بوضع الحدود الثقافية بين "ال نحن" و "الهم" وبين الخير كما نمثله نحن والشركم يمثله الآخرون، وبين ما يمكن أن تصورههم على أنهم ملائكة ومن يمكن تصورههم على أنهم شياطين<sup>(9)</sup>.

### الصورة الذهنية: المفهوم والخصائص:

يستخدم مفهوم الصورة الذهنية كمرادف للمصطلح الإنجليزي (Image) الذي يعني انطباع أو فكرة ذهنية أي الفكرة التي كونها ذلك الشخص وصورته التي رسمها له في ذهنه إي انطباعه عنه<sup>(10)</sup>، وتوصف بأنها "العديد من التجارب الحسية، التي ترسب في وجدان الجماهير تجاه أي كيان له اتصال بهذه الجماهير، سواء كان فرداً أو منظمة خلال فترة طويلة من الزمن، وهي تعبير عن الواقع سواء كان صحيحاً، أو غير ذلك، وتظهر كلما استدعاها مثير ما يرتبط بهذه التجارب"<sup>(11)</sup>، و هناك من يرى أن الصورة الذهنية هي نفس مصطلح الصورة النمطية في الوقت الذي يفرق فيه آخرون بينهما، حيث يبررون ذلك بأن الصورة النمطية تتسم بالثبات وتقاوم التغيير والذي تتسم فيه الصورة الذهنية بنسبة أقل من ذلك إضافة إلى أن الصورة غالباً ما تكون متحيزة وسلبية أما الصورة الذهنية فقد تكون ايجابية أو

سلبية<sup>(12)</sup>، وتحدد بعض الدراسات الصورة الذهنية في ثلاثة إبعاد وهي: -

**1- البعد أو المكون المعرفي Cognitive component:** ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعاً أو قضية أو شخصاً ما، وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناء على دقة المعلومات والمعارف التي نحصل عليها عن الآخرين تكون دقة الصور الذهنية التي نكونها عنهم ووفقاً للبعد المعرفي فإن الأخطاء في الصورة الذهنية المتكونة لدى الأفراد هي أخطاء ناتجة أساساً عن المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الأفراد.

**2- البعد أو المكون الوجداني Affective component:** يقصد بالبعد الوجداني الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوعاً وقضية أو شخصاً وشعباً ودولة ما في إطار الصور الذهنية التي يكونها الأفراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل الاتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة، ويتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية والسلبية، ويؤثر على ذلك مجموعة من العوامل أهمها حدود توافر مصادر المعرفة، كما يؤثر في بناء البعد الوجداني خصائص الشعوب من حيث اللون والجنس واللغة، فاختلاف هذه الخصائص من الأمور التي تسهم في بناء الاتجاهات السلبية، والتجانس بين هذه الخصائص يسهم في بناء الاتجاهات الإيجابية.

**3- البعد أو المكون السلوكي Behavioral component:** يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكّلة لديه في مختلف شئون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقياً أنها تعكس اتجاهاتهم في الحياة<sup>(13)</sup>.

ويعتبر الصحفي الأمريكي ولتر لمبان أول من استخدم المصطلح بوصفه مفهوماً يراد به القول أن الشعور الوحيد الذي يحمله أي شخص حول حدث لم يجربه هو شعور نابع من تصور ذهني للحدث، وأن هذا التصور لا يعتمد على معرفة معينة أو مباشرة، بل على صورة صنعها أو تسربت له، حيث يصفها لمبان بأنها صورة مرئية للعالم ضعيفة أو قوية التماسك



أذ تتكيف وفقها عاداتنا وأذواقنا وأحلامنا<sup>(14)</sup>.

ويعتمد الانسان في تكوين صورته الذهنية حول محيطه على تجاربه التي قد تكون ناقصة والتي ربما خاضها بنفسه، أو توصل اليها عبر تجربة شخص آخر، وقد تتكون تلك الصورة نتيجة لمعلومات مشوهة، وتنقصها الدقة، وإذا ما اقترنت تلك المعلومات بالصورة المخزنة في الذاكرة تتحول إلى احكاماً مسبقة يطلقها حول الموضوع أو الاشخاص، وإذا ما توفرت معلومات حول الموضوع يدخل الشخص في حالة من الصراع بين ما يحمل من صورة مع المعلومات الجديدة التي استقاها عن ذلك الموضوع، حينها يقوم بتغيير أو تعديل الصورة السابقة تماشياً مع المعلومات الجديدة<sup>(15)</sup>.

إن الصورة الذهنية هي نتاج لمنظومة سياسية واجتماعية وعقائدية كبرى تسهم في تشكيلها مؤسسات المجتمع كافة، أما وسائل الإعلام فهي العامل الاساسي في تكوين الصورة الذهنية، وهي مرآة يعكس فيها الواقع والخيال، حيث يؤكد ولبرشرام أن 70% من الصورة الذهنية التي يكونها الإنسان عن العالم من حوله هي مستمدة من وسائل الإعلام<sup>(16)</sup>، ويمكن القول إن الصورة الإعلامية تتأثر بالطريقة التي تعالج بها وسائل الإعلام في دولة ما القضايا والإحداث التي تخص الدولة صاحبة الصورة، إن اختيار المعلومات من الكم الهائل الذي تسوقه وسائل الإعلام اليوم بشتى أنواعها وطرقها وأساليبها يسهم في تكوين الصورة الذهنية عن أمة لدى أمة أخرى.

عرض ومناقشة النتائج:

الجدول (2) تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام.

الوسيلة	ك	%
الوسائل الإعلامية الليبية	59	26.8
الوسائل الإعلامية العربية	23	10.5
الوسائل الإعلامية الأجنبية	104	47.3
كل الوسائل الإعلامية السابقة	34	15.5
المجموع	220	100.0

يوضح الجدول السابق أن عينة النخبة الأكاديمية الخاضعة للبحث تعتمد بشكل أكبر على وسائل الإعلام الأجنبية، وهذا قد يبرر كون النخبة الأكاديمية يمكنها متابعة تلك الوسائل، خاصة أن هناك الكثير منها ما هو معرب لعل ذلك ناتج عن اعتقاد أفراد العينة بمصداقية تلك الوسائل، كونها ليست شريكاً مباشراً في الصراع الدائر في ليبيا، أما وسائل الإعلام الليبية فقد تحصلت نسبة 26% من المتابعة، وهي نسبة ضئيلة إذا ما أخذنا في الاعتبار أن وسائل الإعلام المحلية يجب أن تحظى بمتابعة أعلى، خاصة وأن الشأن المحلي هو المستهدف من تلك المتابعة .

### الجدول (3) ترتيب الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الباحثون.

الترتيب	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	الوزن المرجح	
							ك	%
نوع الوسيلة	ك	ك	ك	ك	ك	ك	مجموع النقاط	%
الصحف الورقية	0	0	19	0	20	181	297	6.48
الصحف الالكترونية	0	58	80	59	23	0	833	18.18
الإذاعات المسموعة	0	102	0	20	98	0	766	16.72
القنوات الفضائية	142	0	54	24	0	0	1140	24.88
مواقع إخبارية على الانترنت	58	40	20	62	40	0	894	19.52
مواقع التواصل الاجتماعي	20	20	47	55	39	39	651	14.21
مجموع الأوزان المرجحة							4581	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن القنوات الفضائية تصدرت الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الباحثون من النخبة الأكاديمية باعتبارها المصدر الأساس في متابعتهم للشأن الليبي، بينما جاءت المواقع الإخبارية على الانترنت كمصدر ثاني من الاعتماد، ثم الصحف الالكترونية، فالإذاعات المسموعة، في الوقت الذي جاءت فيه مواقع التواصل الاجتماعي، والصحف الورقية، وبالرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً أساسياً للجمهور إلا أنه يمكن تبرير هذه النتيجة كون العينة من النخبة التي تعي جيداً اختيار مصادرها ونسبة المصداقية بها، إما عن الصحف المطبوعة فمن المعروف أن الصحف الليبية متوقفة منذ فترة، والصحف العربية والأجنبية تعاني من صعوبة التوزيع داخل ليبيا، وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات السابقة التي تناولت مستوى الاعتماد لدى الجمهور الليبي.

الجدول (4) تقييم النخبة الأكاديمية لمستويات أداء وسائل الإعلام الليبية.

النسبة المئوية	أكبر تكرار	ضعيف	متوسط	متميز	مستوى التقييم
					الوسيلة
%	ك	ك	ك	ك	
72.3	159	39	159	23	الصحف الالكترونية
53.6	118	20	118	82	الفضائيات
51.8	114	44	114	62	الاذاعات المسموعة
38.1	84	79	84	57	المواقع الاخبارية

وفقاً للجدول السابق فإن تقييم عينة النخبة الأكاديمية لمستوى أداء وسائل الإعلام الليبية يأتي في غالبه على مستوى المتوسط حيث جاءت الصحف الالكترونية بأعلى نسبة من حيث التقييم في هذا المستوى، ثم تلتها الفضائيات فالإذاعات المسموعة بينما كانت المواقع الإخبارية الأقل تصنيفاً في هذا المستوى وهذه النتيجة تؤكد البيانات السابقة التي تعكس تعرض واعتماد عينة النخبة الأكاديمية .

الجدول (5) رأي النخبة الأكاديمية في معالجة وسائل الإعلام للشأن الليبي.

النسبة المئوية	أكبر تكرار	بتحيز تام	بحيادية مقبولة	بحيادية تامة	الرأي
					الوسيلة
%	ك	ك	ك	ك	
61.4	135	64	135	21	الصحف الالكترونية
55.0	121	121	99	00	الإذاعات المسموعة الليبية
81.8	180	180	40	00	القنوات الفضائية الليبية
81.4	179	21	179	20	الصحف الورقية العربية
72.3	159	20	159	41	الصحف الالكترونية العربية
80.0	176	24	176	20	القنوات الفضائية العربية
46.4	102	98	102	20	مواقع إخبارية على الانترنت

تري النخبة الأكاديمية عينة البحث أن وسائل الإعلام بشكل عام لم تقدم تغطية موضوعية إثناء معالجتها للشأن الليبي، حيث تشير البيانات السابقة إلى أن كل من

الفضائيات الليبية والفضائيات العربية، والصحف الورقية العربية عاجلت المشهد الليبي بتحيز تام لسياساتها بينما جاءت الصحف الالكترونية ومواقع الانترنت أقل تحيزاً من وجهة نظر جمهور النخبة عينة البحث، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ظل احتدام الصراع السياسي في ليبيا والذي عملت من خلاله وسائل الإعلام وخاصة الفضائيات على تقديم تغطيات متعددة، ومتنوعة وفقاً لتبعية تلك الوسائل، خاصة وأن عينة الدراسة تتسم بالنضج الفكري الذي يمكنها من معرفة التحيز الإعلامي الذي قد يمارس إثناء التغطية الإعلامية.

### الجدول (6) رأي العينة من النخبة الأكاديمية في مدى الإسهام الايجابي

#### لوسائل الإعلام في تشكيل صورة ليبيا.

الوسيلة	مدى الاسهام	إلى حد كبير	إلى حد ما	لم تسهم	أكبر تكرار	النسبة المئوية
		ك	ك	ك	ك	%
الصحف الالكترونية الليبية	00	43	177	177	177	80.5
الإذاعات المسموعة الليبية	23	74	123	123	123	55.9
القنوات الفضائية الليبية	20	101	99	99	101	45.9
الصحف الورقية العربية	00	121	99	99	121	55.0
الصحف الالكترونية العربية	00	77	143	143	143	65.0
الإذاعات المسموعة العربية	00	101	119	119	119	54.1
القنوات الفضائية العربية	00	101	119	119	119	54.1
مواقع إخبارية على الانترنت	00	78	142	142	142	64.5

بتتبع بيانات الجدول السابق والقراءة المتأنية له، يتضح أن النخبة الأكاديمية عينة البحث ترى أن الإسهام الإيجابي لوسائل الإعلام بشكل عام كان ضئيلاً جداً، وعلى مستوى التفصيل ترى عينة النخبة أن الصحف الالكترونية الليبية كانت أقل وسائل الإعلام إسهاماً إيجابياً في تشكيل صورة ليبيا، تلتها الصحف العربية الالكترونية، في الوقت التي ترى فيه النخبة الأكاديمية أن القنوات الفضائية الليبية والعربية كانت أكثر إسهاماً إيجابياً في تشكيل صورة ليبيا لدى الرأي العام المحلي والخارجي، ويمكن تفسير هذه النتائج في الانقسام السياسي الحاد الذي تشهده البلاد، والذي على الأرجح ما دفع بالكثير من الصحف الالكترونية والفضائيات وخاصة الإخبارية من نهج التحيز الإعلامي لهذا الطرف أو ذاك.

الجدول (7) رأي العينة من النخبة الأكاديمية في مدى الإسهام السلبي  
لوسائل الإعلام في تشكيل صورة ليبيا.

الوسيلة	إلى حد كبير	إلى حد ما	لم تسهم	أكبر تكرار	النسبة المئوية
	ك	ك	ك	ك	%
الصحف الالكترونية الليبية	43	100	77	77	35.0
الإذاعات المسموعة الليبية	118	39	63	118	53.6
القنوات الفضائية الليبية	63	134	23	134	60.9
الصحف الورقية العربية	19	178	23	178	80.9
الصحف الالكترونية العربية	43	143	43	143	65.0
الإذاعات المسموعة العربية	39	138	43	138	62.7
القنوات الفضائية العربية	39	145	36	145	65.9
مواقع إخبارية على الانترنت	39	181	00	181	82.3

تشير البيانات إلى أن جمهور النخبة عينة البحث ترى أن وسائل الإعلام أسهمت في تكوين صورة سلبية عن ليبيا إلى حد ما، حيث تبين البيانات بالجدول السابق أن المواقع الإخبارية على الانترنت هي أكثر الوسائل الإعلامية إسهاماً سلبياً في تشكيل صورة ليبيا تلتها الصحف الورقية العربية، ويلاحظ هنا أن النخبة الأكاديمية عينة البحث تدرك الخطاب الإعلامي وأساليب تأطيره، وبالتالي جاءت هذه النتائج كتفسير لمستوى الوعي والإدراك الذي تتمتع به عينة الدراسة، من حيث تشخيص الممارسة الإعلامية وأساليب وطرق التحيز الإعلامي، ومن خلال الجدولين السابقين يمكن القول أن النخبة الأكاديمية ترى إن وسائل الإعلام الليبية والعربية قد أسهمت بشكل واضح في تكوين صورة ذهنية سلبية عن ليبيا.

الجدول (8) رأي النخبة الأكاديمية في الذي تأثر سلبا بالممارسة الإعلامية.

الصورة المتأثرة	ك	%
صورة ليبيا كدولة	40	18.2
صورة المجتمع بأكمله	34	15.5
صورة الشخصية الليبية	50	22.7
صورة السياسيين الليبيين	96	43.6
كل ما سبق	220	100.0

ترى النخبة الأكاديمية عينة البحث أن المعالجة الإعلامية التي تناولت المشهد الليبي أثرت سلباً على تشكيل الصورة الذهنية عن ليبيا حيث ترى عينة البحث أن صورة السياسيين في ليبيا كانت الأكثر تضرراً من تلك المعالجة حيث بلغت نسبتها 43.6% كما تأثرت صورة الشخصية الليبية، بالإضافة إلى صورة ليبيا كدولة والمجتمع الليبي بأكمله ويفسر ذلك في ظل الانقسام السياسي والتبعية الإعلامية لأطراف النزاع السياسي في ليبيا.

**الجدول (9) نسبة ونوع إسهام وسائل الإعلام الليبية في تشكيل صورة ليبيا كما ترها النخبة الأكاديمية.**

النسبة المئوية	أكبر تكرار	غير موافق	محايد	أوافق	الرأي	العبارة
71.4	157	157	20	43	وسائل الإعلام قدمت صورة جيدة عن ليبيا	
100	220	00	00	220	وسائل الإعلام ضخمت وهولت من المشهد السياسي والعسكري في ليبيا	
100	220	00	00	220	المعالجة تأثرت بالتبعية الفكرية والمالية للوسيلة الإعلامية	
73.6	162	00	58	162	وسائل الإعلام العربية هي من أسهم في تشكيل صورة سيئة عن ليبيا	
90.9	200	00	20	200	وسائل الإعلام الليبية هي من أسهم في تشكيل صورة سيئة عن ليبيا	
55.0	121	121	40	59	خطاب وسائل الإعلام الليبية يتسم بالوطنية ويعمل على خدمة الوطن	
51.8	114	67	39	114	خطاب وسائل الإعلام لا يواكب التغيرات التي تمر بها ليبيا	
71.8	158	158	39	23	خطاب وسائل الإعلام الليبية لا يتأثر بالولاء السياسي ويتسم بالموضوعية	
43.6	96	85	96	39	خطاب وسائل الإعلام الليبية يتسم بالحرفية والمهنية الإعلامية	
72.7	160	160	20	40	خطاب وسائل الإعلام نجح بشكل كبير في معالجة الأحداث في ليبيا	
80.0	176	00	44	176	دخول شخصيات لا تجيد العمل الإعلامي وتقديمها لبرامج بالفضائيات الليبية أساء إلى الشخصية الليبية	

من خلال القراءة الدقيقة للجدول السابق يتضح أن النخبة الأكاديمية عينة البحث قد أجمعت على أن وسائل الإعلام قد ضخمت وهولت من الإحداث الجارية في المشهدين السياسي والعسكري في ليبيا، كما اتفقت على أن المعالجة الإعلامية تأثرت بالتبعية الفكرية

## تقييم جمهور النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية عن ليبيا

والمالية للوسيلة الإعلامية، كما ترى نسبة عالية جداً 90.9% من عينة النخبة أن وسائل الإعلام الليبية هي من أسهم في تشكيل صورة ذهنية سيئة عن ليبيا، وهناك نسبة كبيرة بلغت 73.6% ترى أن لوسائل الإعلام العربية دوراً كبير أيضاً في إلحاق الضرر بصورة ليبيا الذهنية، وعن اتسام خطاب وسائل الإعلام الليبية بالوطنية وأنه يعمل على مصلحة الوطن فقد رفض هذا القول نسبة عالية أيضاً من العينة، كما ترى ما نسبته 71.8% من النخبة الأكاديمية عينة البحث أن وسائل الإعلام تأثرت بالولاء السياسي، وأنها لا تتسم بالموضوعية أثناء تغطيتها للأحداث الجارية في ليبيا، كما ترى 72.7% من العينة أن وسائل الإعلام أخفقت بشكل كبير في معالجة الأحداث في ليبيا، وتكاد تجمع النخبة الأكاديمية على أن دخول شخصيات لا تجيد العمل الإعلامي وتقديمها لبرامج بالفضائيات الليبية أساء إلى الشخصية الليبية بشكل كبير

### الجدول (10) مدى ثقة النخبة الأكاديمية في وسائل الإعلام.

النسبة المئوية	أكبر تكرار	لا اثق فيها	إلى حد ما	إلى حد كبير	مستوى الثقة الوسيلة
46.8	103	103	97	20	الفضائيات الليبية
64.1	141	79	141	00	الفضائيات العربية
55.9	123	123	63	34	الفضائيات الدولية
58.2	128	58	128	34	المواقع الإخبارية الليبية
56.4	124	62	124	34	المواقع الإخبارية العربية
48.2	106	106	80	34	المواقع الإخبارية الدولية
46.8	103	63	103	54	الصحف الالكترونية الليبية
66.8	147	39	147	34	الصحف الالكترونية العربية
51.8	114	82	114	24	الصحف الالكترونية الدولية
53.6	118	102	118	00	الصحف الورقية العربية
60.0	132	132	88	00	الصحف الورقية الدولية
45.9	101	101	65	54	الإذاعات المسموعة الليبية
45.9	101	101	119	00	الإذاعات المسموعة العربية
66.4	146	146	74	00	الإذاعات المسموعة الدولية
46.8	103	103	83	34	مواقع التواصل الاجتماعي

من الجدول السابق يتبين أن الفضائيات الليبية تحظى بمستوى ثقة متدني لدى النخبة الأكاديمية، فقد جاء أعلى تكراراً العبارة لا أثق فيها، وقد تفسر هذه النتيجة من خلال الانقسام الموجود في التبعية الإعلامية للفضائيات والتي ارتكمت للولاءات السياسية والجهوية والمناطقية بشكل واضح، ونعتقد أن النخبة الأكاديمية عينة الدراسة تدرك ذلك بشكل واضح، كما يتضح جلياً عدم ثقة النخبة الأكاديمية في معالجة وسائل الإعلام الدولية للشأن الليبي، فقد جاءت الفضائيات الدولية والصحف الورقية والإلكترونية الدولية والإذاعات الدولية في مستوى منخفض من الثقة، ولا يمكن تفسير هذه النتيجة إلا في إطار إدراك عينة البحث من النخبة الأكاديمية لأهداف وأساليب وتبعيات وأجندة تلك الوسائل، وهذا لا يتأتى إلا من خلال متابعة دقيقة ودائمة لتلك الوسائل وقدرة على الإدراك والفهم والربط والتحليل لمجريات الأحداث، وعلاقتها بالتغطيات والتبعيات الإعلامية، وهذا ما نعتقد أن تملكه عينة الدراسة، كما صنفت النخبة الأكاديمية عينة البحث وسائل الإعلام العربية بشتى أنواعها المقروء والمسموع والمرئي، إضافة إلى المواقع الإخبارية الليبية والعربية في مستوى ثقة متوسط، أما المستوى الأعلى من الثقة فلم تحصل عليه أي وسيلة من وسائل الإعلام .

### الجدول (11) رأي النخبة الأكاديمية في موضوعية وسائل الإعلام

#### إثناء تناولها الشأن الليبي.

النسبة المئوية	أكبر تكرار	لا	أحياناً	دائماً	الرأي	العبارة
81.8	180	180	20	20	تلتزم بتقديم معلومات دقيقة وصادقة	
66.4	146	146	34	40	تحرص على ذكر مصادر الإخبار	
62.3	137	137	83	00	تعتمد على مصادر رسمية ومعروفة	
100	200	200	20	00	تلتزم بالنزاهة ولا تخلط بين الرأي والخبر	
53.6	118	118	59	43	لا تستخدم مسميات تنم عن التحيز لتيار معين	
81.8	180	180	20	20	تنشر الحقيقة بكل إبعادها	
71.4	157	157	40	4323	تعمل على عرض وجهات نظر مختلفة	
72.7	160	161	39	20	تعترف بالخطأ وتعذر عنه وتصححه	

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى أن النخبة الأكاديمية عينة البحث ترى أن وسائل الإعلام لا تلتزم الموضوعية إثناء معالجتها للشأن الليبي حيث يرى ما نسبته 81.8 من العينة



## تقييم جمهور النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية عن ليبيا

أن وسائل الإعلام لم تلتزم بتقديم معلومات دقيقة، وصادقة عن الموضوعات والقضايا التي تتناولها إثناء تغطيتها للشأن الليبي، وبنفس النسبة ترى أن تلك الوسائل لم تنشر الحقيقة بكل إبعادها ولعل الملفت للنظر أن جميع أفراد العينة أجمعو على أن وسائل الإعلام لا تلتزم بالنزاهة وتخلط بين الرأي والخبر، كما قالت نسبة عالية من النخبة الأكاديمية أن وسائل الإعلام لا تعترف بالخطأ ولا تعتذر عنه، إضافة إلى أنها لا تعمل على عرض وجهات نظر مختلفة إثناء معالجتها للشأن الليبي .

### الجدول (12) السبل التي ترى النخبة الأكاديمية أنها قد تسهم

#### في تكوين خطاب يعمل على تحسين صورة ليبيا.

العبارة	ك	%
إصدار تشريعات تلزم الحصول على ترخيص للوسائل الإعلامية	156	70.9
إصدار موثيق شرف إعلامي خاصة بالمتجمع الليبي .	130	59.1
إصدار تشريعات تمنع القطاع الخاص من ممارسة العمل الإعلامي.	110	50.0
توعية القائمين على وسائل الإعلام الليبية والمالكين بضرورة تقديم مصلحة الوطن.	90	40.9
إعادة النظر في ملكية وسائل الإعلام الليبية بحيث تمول من خلال موارد تخضع للسلطة التشريعية.	170	77.3
دعم وسائل الإعلام الرسمية لتبني خطاب يقدم مصلحة الوطن ويعمل على تصحيح صورة ليبيا	153	69.5

وعن السبل التي من شأنها أن تسهم في تكوين خطاب يعمل على تحسين صورة ليبيا، فإن النخبة عينة الدراسة ترى إعادة النظر في ملكية وسائل الإعلام الليبية، بحيث تمول من خلال موارد تخضع للسلطة التشريعية قد يكون إجراء يسهم في تحقيق ذلك إضافة إلى إصدار تشريعات تلزم الحصول على ترخيص للوسائل الإعلامية وإصدار موثيق شرف إعلامي، كما رأى نصف العينة أن إصدار تشريعات تمنع القطاع الخاص من ممارسة العمل الإعلامي قد تكون إحدى الحلول الناجعة لمعالجة الخلل الموجود بالخطاب الإعلامي الليبي، بالإضافة إلى توعية القائمين على وسائل الإعلام الليبية والمالكين لها بضرورة تقديم مصلحة الوطن على إي مصلحة أخرى.

### الخلاصة والاستنتاجات:

كشف البحث أن جمهور النخبة الأكاديمية يعتمد على مجموعة من القنوات الفضائية الإخبارية كمصادر معلومات حول الشأن الليبي.

ويصنف أغلبية جمهور النخبة مستويات أداء وسائل الإعلام ومعالجتها للشأن الليبي بالمستوى الضعيف والمتوسط مما يؤكد أن الصورة المكونة عن الوسائل أصبحت غير جيدة، وهذا ما يعزز نظرة جمهور النخبة الأكاديمية إلى تلك الوسائل من حيث حيادها وموضوعيتها في معالجة الشأن الليبي، حيث رأى أكثر نسبة عالية من العينة أن معالجة وسائل الإعلام اتسمت بالتحيز الواضح على حساب الحقيقة والمهنية الإعلامية مما يعزز نظرة سلبية واضحة لجمهور النخبة تجاه تلك الوسائل.

وخلص البحث إلى أن جمهور النخبة الأكاديمية يعتقد أن وسائل الإعلام أسمت بشكل كبير في تشكيل صورة ذهنية سيئة عن ليبيا، وأن الخطاب الإعلامي الجهوي والتحيز والمؤدلج الحق الضرر بالوطن، وشكل صورة ذهنية سيئة خاصة خطاب المواقع الإخبارية على الإنترنت والصحف الالكترونية، كما أجمعت النخبة الأكاديمية على أن وسائل الإعلام ضخمت وهولت من الإحداث الجارية في ليبيا، وأن هذه الممارسة أضرت بصورة ليبيا كدولة وأثرت سلباً على الإقبال على ليبيا والتعامل معها كونها دولة فاشلة وغير مستقرة .

كما تشير النتائج إلى أن جمهور النخبة يرى أن المعالجة الإعلامية تأثرت سلباً بالتبعية الفكرية والمالية للوسائل الإعلامية، كما اتفقت النخبة الأكاديمية على أن دخول شخصيات لا تجيد العمل الإعلامي، وتقديمها لبرامج بالفضائيات الحق الضرر بالشخصية الليبية وشكل صورة ذهنية غير جيدة عن تلك الشخصية، كما تؤكد النتائج تدني مستوى ثقة جمهور النخبة في الفضائيات الليبية والعربية، وكذلك الدولية في معالجتها للشأن الليبي.

ويرى جمهور النخبة أن إصدار التشريعات المنظمة للعمل الإعلامي والاتفاق على موثيق شرف إعلامي، وتفعيل الأخلاقيات المهنية للعمل الإعلامي، وإعادة النظر في ملكية وسائل الإعلام الليبية بحيث تمول من موارد المجتمع، وتخضع للسلطة التشريعية هي السبل الكفيلة بتحسين أداء خطاب وسائل الإعلام الليبية.

ومما سبق يمكن أن نستنتج أن الصورة الذهنية عن ليبيا تضررت بشكل كبير مما يؤكد أن التعاطي السلبي الذي اتبعته أغلب وسائل الإعلام في معالجة المشهد الليبي المتأزم أدى إلى تكوين صورة غير إيجابية عن ليبيا، خاصة مع تشطي المشهد الليبي، وتعدد التوجهات الفكرية، والسياسية، وحتى الجهوية والتي وظفتها وسائل الإعلام في كثير من الأحيان ولعبت

دوراً واضحاً في انحيازها لهذا الطرف أو ذاك، مما عزز النظرة الغير إيجابية عن تلك الوسائل. لكل ما تقدم يتفق الباحث مع ما ذهب إليه جمهور النخبة من ضرورة إصدار تشريعات إعلامية تنظم العمل الإعلامي، وتضبط خطابه وتقننه بالشكل الذي يحافظ على حرية الإعلام، ويخدم الوطن ويقطع الطريق على استخدام الإعلام بشكل سلمي في الصراع السياسي والفكري الذي تشتعل به ليبيا اليوم، كما يدعو الباحث إلى ضرورة هيكلة الإعلام الليبي الخاص والعام بشكل يكون الهدف الأساسي منه خدمة الوطن، وقطع الطريق على أصحاب المصالح الشخصية، والنفعيين الذين يستغلون الإعلام ووسائله لتحقيق أغراضهم الشخصية والحزبية الضيقة على حساب مصلحة الوطن، وهذا لا يتأتى إلا بصدر دستور دائم للبلاد يحفظ حق الإعلامي في حرية التعبير والنشر، وحق المواطن في الحصول على خدمة إخبارية تتسم بالمهنية والحرفية ويعمل على خدمة الوطن ويسهم في صيانه.

### الهوامش والتعليقات:

- 1- حكمت الاستمارة من قبل كل من:- د . فتحي محمد أميمه أستاذ مشارك بجامعة مصراتة، د. حسن علي دحره أستاذ مشارك بجامعة الحديدة اليمن، د. محمد جبريل بن طاهر أستاذ مساعد بجامعة مصراتة.
- 2- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، القاهرة، دار الفجر، 2007م، ص 27 .
- 3- ممدوح عبدا لله محمد، الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات، رسالة ماجستير(غير منشورة)، معهد دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، 2009م.
- 4-Spiro,D.Phillemon,B& H yun.B.(1999)"candidati Image Attributes on the substantive Dimension of second level Agenda setting" Communication Research, vol.26,No4 .Augus.
- 5- انتصار محمد سالم، صورة الأحزاب السياسية في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بدارك الواقع الحزبي السياسي لدى الشباب الجامعي، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الخامس والثلاثون، المجلد الأول، يناير 2011م.
- 6- محمد الشرقاوي، الإسلام والمسلمون في الإعلام الأمريكي: الصورة النمطية والتمثيل الراهن، بحث منشور بمركز الجزيرة للدراسات والأبحاث، 22 فبراير 2016م.
- 7- للزيادة في هذا الموضوع راجع: أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية: عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2004م.
- 8- علاء الشامي، وسائل الإعلام وتشكيل الصورة الذهنية: قراءة في تشكيل التحيز الإعلامي، المركز السوداني للبحث العلمي، متوفر على [www.sudaneseCenterforScientificResearch](http://www.sudaneseCenterforScientificResearch).
- 9-John Harding "image" in international Encyclopedia of the social.
- في موسي الموسي وآخرون، الإعلام الجديد، سلسلة كتب الإعلام والمجتمع، جامعة بغداد، 2011م، ص65.
- 10- أحمد الدسوقي، الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى الرأي العام المصري، ورقة عمل مقدمة في إحدى دورات برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مشروع دعم القدرات في مجال حقوق الإنسان، ص ص 5-7.
- 11- عزة مصطفى الكحكي، دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي المصري، بحث منشور في كتاب الإعلام وصورة العرب والمسلمين، المؤتمر السنوي الثامن لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول، 2002م، ص332.
- 12-SeehyungKima and Yooshik Yoon(2003),"The Hierarchical Effects of Affective and Cognitive Components on Tourism Destination Image",Journal of Travel & Tourism Marketing 14(2),p1-22.
- 13- محمد البخاري، الإعلام وتحليل المضمون الإعلامي، دمشق، دار علاء الدين، 2008م، ص 40 .
- 14- إرادة زيدان الجبوري، في انتصار إبراهيم وصفد الساموك، الإعلام الجديد، ط الاللكترونية الأولى، جامعة بغداد، 2011م، ص 71 .
- 15- عاطف عدلي العبد، صورة المعلم في وسائل الإعلام، ط2، القاهرة، دار الفكر العربي، د.ت ، ص20.