

القنوات الفضائية الليبية ودورها في تشكيل الرأي العام الليبي

نحو فكرة الانتخابات في ليبيا

دراسة ميدانية

أ.ريمة جلال حسين البدر

Albadrirem52@gmail.com

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور القنوات الفضائية الليبية في تشكيل الرأي العام الليبي نحو فكرة الانتخابات، من خلال دراسة ميدانية أجريت على عينة عشوائية قوامها (150) مفردة من الجمهور الليبي بمدينة طرابلس خلال العام الدراسي 2025-2026، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت استمارة الاستبيان أداة لجمع البيانات، مستندة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بوصفها إطاراً نظرياً للدراسة، أظهرت النتائج أن القنوات الفضائية الليبية ما زالت تمثل مصدراً مهماً للمعلومات السياسية والانتخابية، وتسهم بدرجة واضحة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الانتخابات، كما بينت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى كمصدر لمتابعة الأخبار الانتخابية، تليها القنوات الفضائية الليبية، وكشفت الدراسة عن وجود مستوى ثقة متوسط لدى الجمهور تجاه القنوات الفضائية، في حين اعتبر الانحياز السياسي العامل الأبرز في انخفاض هذه الثقة، وأكدت النتائج أن البرامج الحوارية والسياسية تؤدي دوراً مهماً في رفع مستوى الوعي الانتخابي، لكنها تتأثر أحياناً بالاستقطاب السياسي. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز المهنية والحياد الإعلامي، وتكثيف البرامج التوعوية التي تشجع المشاركة السياسية وتدعم المسار الديمقراطي في ليبيا.

الكلمات المفتاحية: القنوات الفضائية الليبية، الرأي العام، الانتخابات، الإعلام السياسي، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ليبيا.

Abstract:

This study aimed to identify the role of Libyan satellite television channels in shaping Libyan public opinion toward the idea of elections through a field study conducted on a random sample of 150 respondents from the city of Tripoli during the academic year 2025–2026. The study adopted the descriptive method and used a questionnaire as the main data collection tool, relying on Media Dependency Theory as its theoretical framework. The findings revealed that Libyan satellite channels remain an important source of political and electoral information and play a significant role in shaping public attitudes toward elections. The results also showed that social media ranked first as a source of electoral information, followed by Libyan satellite channels. The study found that public trust in these channels was moderate, while political bias was identified as the main factor reducing credibility. Furthermore, political and talk-show programs were found to contribute to increasing electoral awareness, although their effectiveness is sometimes affected by political polarization. The study recommends enhancing professionalism and neutrality in media coverage and increasing awareness programs that encourage political participation and support the democratic process in Libya.

Keywords: *Libyan Satellite Channels, Public Opinion, Elections, Political Communication, Media Dependency Theory, Libya.*

(1) المقدمة:

لم يكن ظهور وانتشار القنوات الإخبارية الفضائية العربية في عقد التسعينيات من القرن الماضي مجرد تطور شديد الأهمية في مجال الإعلام العربي، وإنما كان أيضاً وربما يأتي ذلك في مرتبة أعلى تطور في مجال السياسة العربية لذا لم تتوقف الأسئلة عن مجالات التأثير المختلفة لتلك الشبكات على مختلف جوانب الحياة السياسية العربية، سواء فيما يتعلق بمفهوم سيادة الدولة أو العلاقة بين الدول أو توجهات الرأي العام، وتطورت تلك الأسئلة مع الوقت لتمس كل القضايا التي شكلت العناوين البارزة في كل مرحلة تالية كالعلاقة مع الآخر، وصولاً إلى القضية الأكثر إثارة للجدل في المرحلة الحالية ، وهي التحولات السياسية في المنطقة العربية، أيا كانت التعبيرات المستخدمة لوصفها، ويبدو أن القنوات الفضائية العربية، باعتبارها ناطقة بلسان الشعوب العربية والمواطن العادي، قادرة على القيام بدور وساطة بين الدولة والمجتمع، وعلى الصعيد الدولي، على الأخص، قامت الشبكات العربية بإسهامات هائلة في مجال تدفق الأخبار الذي يسيطر عليه الغرب عادة، وربما لأول مرة في التاريخ على الإطلاق يمتلك العرب تحت تصرفهم أداة لنشر المعلومات مؤثرة ومواكبة للعولمة يطلعون من خلالها العالم على آرائهم الخاصة ووجهات نظرهم بشأن النزاعات الإقليمية.

ورغم أن الهدف الأساسي للقنوات الفضائية العربية مازال هو نشر معلومات موضوعية ومحايدة فإن وجودها خارج دولها يساعد أصحابها على القيام ببعض مهام الأحزاب السياسية والحركات السياسية، وفكرة أن القنوات الفضائية العربية قد تكون قادرة على تكوين وتعبئة مجتمع مدني وبالتالي التشجيع نحو التحول الديمقراطي هي بالتأكيد فكرة تنبع من الشعور بالإعجاب تجاه هذه الوسيلة، ويرى علماء وسائل الإعلام والاتصالات أن وسائل الإعلام لها دور هام في الديمقراطية، لكن النقاش الفكري في العلوم السياسية عن التحول الديمقراطي لم يتطرق إلى ذلك، واللافت أنه في اللحظة التي اكتسبت فيها القنوات الفضائية مزيد من الحرية، خلقت حالة حوار عربي عام حول الديمقراطية والحرية.

ومن حيث المبدأ يمكن أن تقوم القنوات الفضائية ببعض مهام الأحزاب السياسية، فهي تستطيع دمج وتوحيد وصياغة الإرادة السياسية للشعب؛ ويمكن أن يعبئ الشعب لعمل سياسي غير برلماني؛ ورغم أنه قد لا يستطيع وضع برامج سياسية، فيمكنه أن يساعد مجتمع ما على فتح حوار حول الإصلاح الديمقراطي.

وأهم وظيفة لوسائل الإعلام هي أن ترسخ أجندة التغيير الديمقراطي بأن تصبح هي صوت الشعب وتترك "المقهورين" يعبرون عن أنفسهم في وسائل الإعلام، وبتوليها دور الوساطة بين الدولة والمجتمع، يمكن أن تؤدي الأجندة الديمقراطية لوسائل الإعلام إلى التعبئة والتحول إلى نظام ديمقراطي. ولا يجب على وسائل الإعلام الإخبارية أن تكون فقط مرآة للشعب، بل يجب أن تتفقه وتصحح مفاهيمه وأيضاً تعلمه، وإن لم تفعل ذلك، فإن هناك خطر حقيقي بأن الثقافة السياسية التي لم تمر بتجربة الديمقراطية سوف تعيد إنتاج نفسها، وسوف تستبدل الشعبية القديمة للنظام ببساطة شعبية مصطنعة، ولن تكون مناصرة وسائل الإعلام للديمقراطية اللازمة للتغيير الديمقراطي على حساب الموضوعية طالما أنها تسعى لتعويض نقص وضوح الرؤية الذي يعاني منه الشعب في ظل الحكم السلطوي، لكنها قد تتعارض مع الموضوعية إذا لم تعكس كل، أو على الأقل، نطاق واسع للغاية من أصوات المعارضة الهامة بقدر ما تعكس رأي الحكومة، وعند هذه النقطة، تكون التناقضات حقيقية بين دور وسائل الإعلام كأحزاب سياسية مدافعة عن الديمقراطية ودورها "كمصدر للمعلومات"، فلا يمكن أن تحل "ديمقراطية التليفزيون" تماماً محل وظيفة الأحزاب السياسية لأن المجتمعات تحتاج إلى مؤسسات سياسية قابلة للبقاء.

سعت الحكومات الليبية المتعاقبة إلى إبراز الحياة الديمقراطية في ليبيا وتفعيل العمل السياسي وشكلت أحداث ثورة 17 فبراير عام 2011 البداية البارزة في هذا الشأن ، تلاها فكرة انبثاق المفوضية

العليا للانتخابات التي اقرت في 18 يناير 2012 بقرار من المجلس الوطني الانتقالي بموجب احكام القانون رقم 2 لسنة 2012 ومقرها مدينة طرابلس وتتبعها لجان فرعية رئيسية في كافة انحاء البلاد، لتكون احدى أساسيات العمل السياسي الرسمي وتوجهاته لتنمية الوعي السياسي وتعزيز الديمقراطية والحريات السياسية والى تعميق الفهم الديمقراطي لدى كافة مكونات الطيف السياسي الليبي ، وتفعيل المشاركة في صنع القرار السياسي بالوسائل الديمقراطية ، وترسيخ الوعي وحمل الهم الوطني لدى كافة شرائح الشعب الليبي .

ولأهمية القنوات الفضائية كوسيلة اتصال جماهيرية واسعة الانتشار ، ولارتباط القنوات الليبية الفضائية بالأحداث السياسية في ليبيا وخصوصاً الانتخابات حيث إن ليبيا لم تشهد انتخابات منذ نحو 42 عاماً أي منذ تولي العقيد معمر القذافي الحكم الى لحظة الثورة من قبل الشعب الليبي وعلان تحرير ليبيا في يوم 23 اكتوبر 2011م ، وقد قامت القنوات الليبية الفضائية الحكومية والخاصة بدوراً بارزاً في هذا المجال ، وذلك من خلال إعدادها لعدد من البرامج الحوارية المختلفة ، التي استهدفت زيادة الوعي السياسي والقيام بدور التسويق الاعلامي للانتخابات والدور التثقيفي والتوعوي لفئات المجتمع الليبي وخاصة لتلك الفئة التي يحق لها الاقتراع والترشح للانتخابات .

(2) مشكلة الدراسة :

تتلخص مشكلة الدراسة في التعرف على دور قناة ليبيا الوطنية الحكومية وقناة الرسمية وقناة الحدث في تشكيل الرأي العام الليبي تجاه فكرة الانتخابات وعن مدى اعتماد الجمهور الليبي عليهما في هذا الموضوع في الانتخابات بصفة عامة.

(3) أهمية الدراسة:

يمكن تحديد أهمية هذه الدراسة فيما يلي: -

أولاً: الأهمية العلمية:

1- في كونها من بين أوئل الدراسات على حد علم الباحثة تجرى بعد ثورة 17 فبراير عن فكرة الانتخابات في ليبيا.

2- في كونها ان القنوات الفضائية الليبية محل الدراسة قنوات جديدة وأول مرة يتم اخضاعها للدراسة.

ثانياً: الأهمية العملية:

1- القنوات الفضائية الليبية الجديدة تعبر باختلاف توجهاتها وملكيته ومكوناتها الثقافية

والاجتماعية والسياسية للرأي العام المحلي والعربي والدولي عن سياسات ليبيا الجديدة.

(4) أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة الى التعرف على مدى اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية الليبية محل الدراسة في متابعتهم لفكرة الانتخابات الليبية وينبثق من الهدف الرئيسي مايلي: -
- 1- التعرف على الأسباب التي من أجلها تم الاعتماد من قبل المبحوثين على القنوات الفضائية الليبية فيما يخص فكرة الانتخابات الليبية.
 - 2- معرفة مدى تحقق الآثار المعرفية والاتجاهية والسلوكية للاعتماد على القنوات الفضائية الليبية محل الدراسة.
 - 3- التعرف على المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة موضوع الانتخابات.
 - 4- التعرف على النشرات والبرامج الإخبارية والحوارية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها على القنوات الفضائية الليبية محل الدراسة.
 - 5- التعرف على ترتيب القنوات الفضائية الليبية (الحكومية والخاصة) محل الدراسة من حيث درجة مشاهدتها والإعتماد عليها .
 - 6- معرفة مدى متابعة المبحوثين لفكرة الانتخابات الليبية من خلال القنوات الفضائية الليبية محل الدراسة.
 - 7- التعرف على الأحداث السياسية التي لها علاقة بفكرة الانتخابات والتي يتابعها المبحوثين في القنوات الفضائية الليبية محل الدراسة.
 - 8- التعرف على إتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو القنوات الفضائية الليبية محل الدراسة ومدى ثقتهم فيما تعرضه تلك القنوات من معلومات عن موضوع الانتخابات.

(5) الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بالاطلاع على العديد من الدراسات التي تناولت دور القنوات الفضائية في تزويد المعرفة والمستندة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ، وعلاقة ذلك في الحياة السياسية للأفراد من حيث دورها في التأثيرات المتعلقة بالمشاركة السياسية والسلوك السياسي والمعرفة السياسية وتشكيل القيم السياسية لديهم ، وهناك العديد من الدراسات البحثية التي تناولت موضوع القنوات الفضائية ودورها في تشكيل الرأي العام غير أن موضوع دراستنا لا تكاد تجد دراسة عينية قريبة لموضوع الدراسة في ليبيا

بالنظر لحدثة موضوع الدراسة وحدثا القضية محل الدراسة ، ولكن وجدت الباحثة دراسات في دول عربية غير ليبيا وهي كالاتي :-

المحور الأول: الدراسات التي تناولت القنوات الفضائية الليبية وعلاقة الجمهور الليبي بها

(1)- دراسة ريمة جلال حسين البدري بعنوان(دور قناة الجزيرة في تكوين الرأي العام الليبي تجاه القضايا السياسية) 2011⁽¹⁾ تناولت هذه الدراسة موضوع دور قناة الجزيرة في تكوين الرأي العام الليبي تجاه القضايا السياسية بالبحث والتحليل من خلال جانبها التحليلي والميداني ، حيث درست في جانبها التحليلي البرامج الحوارية في قناة الجزيرة وتم اختيار أربع برامج من البرامج الحوارية المعروفة في القناة وهي الاتجاه المعاكس - وأكثر من رأي - ومنبر الجزيرة - وبلا حدود ، ووصل عدد الحلقات لكافة البرامج المختارة إلى 51 حلقة ، خلال ثلاثة أشهر، وتم إخضاعها لتحليل المضمون بغية الوصول إلى النتائج المطلوبة التي أثرت موضوع البحث وفي جانبها الميداني درست اتجاهات المواطن الليبي نحو القضايا السياسية التي يتم عرضها في البرامج الحوارية في القناة ، ولم يتم قصد شريحة معينة من المجتمع الليبي بل كل من يشاهد قناة الجزيرة أي ان العينة كانت قصدية ،ولصعوبة التطبيق على كافة إرجاء ليبيا ، فقد اختارت الباحثة مدينة طرابلس باعتبارها عاصمة ليبيا ، وأيضا لكي تتمكن من الحصول على معلومات وأرقام وإحصائيات صحيحة ، وتم اختيار عينة قوامها 300 مفردة .

أولاً: أهم نتائج الدراسة التحليلية:

- إن القناة محل الدراسة تهتم اهتماماً بالغاً بالقضايا السياسية وبلغت نسبة هذه القضايا 71% من مجموع القضايا في البرامج الحوارية، وإن أهم المصادر التي تعتمد عليها البرامج الحوارية خلال فترة الدراسة هي القنوات الفضائية حيث بلغت النسبة 78% من مجموع باقي المصادر التي تعتمد البرامج الحوارية محل الدراسة عليها.

ثانياً: أهم نتائج الدراسة الميدانية :

- تشير الدراسة حسب البيانات الإحصائية إن اهتمام عينة الدراسة بالبرامج السياسية كان هو الغالب حيث بلغت نسبة من يفضلونها (31.3%) .

- إن العمر والتخصص الدراسي وحتى النوع له تأثير في آراء المبحوثين حول مشاهدتهم للقناة.

(1) ريمة جلال البدر: دور قناة الجزيرة في تكوين الرأي العام الليبي تجاه القضايا السياسية دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (أكاديمية الدراسات العليا،

طرابلس ، مدرسة الإعلام والفنون ليبيا 201، قسم الاعلام (2011).

- إن قناة الجزيرة استطاعت أن تغير القناعة السياسية لعينة الدراسة وذلك بنسبة وصلت إلى (83%) - تتأثر قناة الجزيرة حسب وجهة نظر المبحوثين في تناولها لقضايا العالم سلباً أو إيجاباً بمستوى العلاقات السياسية بين دولة قطر وهذه الدول وقد بلغت نسبة من يعتقدون ذلك (77%).
- إن قناة الجزيرة تعبر إلى حد ما عن الآراء المختلفة متخذة شعار الرأي والرأي الآخر بشكل حيادي وموضوعي، وقد بلغت نسبة من يعتقدون ذلك (83.3%)
- إن قناة الجزيرة تعالج قضايا دولة قطر بنفس الجرأة والطرح السياسي الذي تعالج به قضايا أخرى حسب نوع الموضوع (50%).
- نجحت في جذب المشاهد الليبي نحو متابعته للبرامج الحوارية التي تعرضها وقد بلغت نسبتهم نحو (64%).
- إن قناة الجزيرة تهتم بالنزاعات السياسية بين الدول العربية وقد بلغت نسبة من يؤيدون ذلك حوالي (86.7%).
- أن قناة الجزيرة لا تتيح الفرصة أمام المواطنين في مناقشة قضاياهم وقد بلغت نسبة من يرون أنها ذلك (48.3%) من إجمالي نسبة عينة الدراسة.
- أن نسبة (66.7%) من أفراد العينة يؤكدون كون البرامج لديها القدرة على إثارة الجدل بين الناس.
- (2) - دراسة أبو عجيلة ميلاد سالم عاشور بعنوان (تأثير استقبال المحطات الفضائية العربية على ثقافة الطالب الجامعي: دراسة ميدانية) 2007⁽¹⁾ قام الباحث بإجراء هذه الدراسة ليوضح تأثير استقبال القنوات العربية على الثقافة الاجتماعية للطالب الجامعي، أوضحت الدراسة أن نسبة المبحوثين من أفراد العينة كانت متفاوتة، حيث لوحظ أن نسبة 26% للذكور، ونسبة 74% للإناث، أوضحت الدراسة أن غالبية أمهات أفراد العينة أميات، حيث وصلت نسبتهن إلى 57.33%، أما الأمهات المتعلّقات فبلغت نسبتهن 42.67%، أكدت الدراسة أن المبحوثين لا يمكنهم الاستغناء عن مشاهدة الفضائيات، حيث وافق على هذا الرأي 90% من المبحوثين، أما البقية التي بلغت نسبتهم 10% فمن رأيهم يمكن الاستغناء عن مشاهدة الفضائيات، أكدت الدراسة أن مشاهدة المستمرة للفضائيات تساهم في اكتساب عادات جديدة، وكان التأكيد بنسبة 74.67%، أثبتت الدراسة أن لمشاهدة الفضائيات العربية بعض الآثار السلبية تخلفها

(2) أبو عجيلة ميلاد سالم عاشور: تأثير استقبال المحطات الفضائية العربية على ثقافة الطالب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلاب السنوات النهائية بكلتي الآداب والعلوم بني وليد، رسالة ماجستير غير منشورة، (ليبيا - طرابلس - أكاديمية الدراسات العليا، مدرسة العلوم الإنسانية، قسم الخدمة الاجتماعية 2007).

للمشاهدين، حيث إنها تساهم في خلق الشعور بالذاتية والأنانية وذلك ثبت بنسبة 86%، وتساهم في تقديم التاريخ بطريقة مشوهة ويأتي بنسبة 63.33%، والأثر الأكبر مساهمتها في تجهيله بالواقع العربي 68%، كذلك يؤكد المبحوثون بأنها تساهم في دعم وتأكيد التخلف الاجتماعي وذلك بنسبة 80.66%، وأيضاً الفضائيات ساهمت في شغل المشاهدين عن أداء واجباتهم الدراسية بنسبة 62.66%، وهذه الآثار السلبية تؤثر على الشباب الجامعي وتعرقل حركة تقدمهم وريقيهم ويجب الحد منها، وذلك بوضع البرامج التي تحد من انتشارها، أثبتت الدراسة أيضاً أن القنوات الفضائية ساهمت في حل بعض المشكلات الاجتماعية، حيث إنها ساهمت في توعية المشاهدين بأهمية العلاقات الاجتماعية مع الأهل والجيران بنسبة 79.33%، وأيضاً مع رفاق العمل والدراسة بنسبة 63.33%، وكذلك بالإطلاع على ثقافات الشعوب الأخرى وعاداتهم وتقاليدهم بنسبة 82.67%، وكذلك كيفية اختيار شريكة الحياة بنسبة 75.33%، وكيفية تربية الأبناء بنسبة 77.33%، وكذلك ساهمت في توعية المشاهدين بتخصيص وتنظيم أوقات المذاكرة والمطالعة 36.67%، وأوقات لمشاهدة الإذاعة المرئية بنسبة 72%، وأوقات للترفيه والترويح بنسبة 62%، وأوقات لممارسة الرياضة بنسبة 63.33%، وتخصيص أوقات لأداء الواجبات الاجتماعية بنسبة 54.67%، أكدت الدراسة أن مشاهدة القنوات الفضائية تساهم بشكل كبير في تشكل شخصية الطالب الجامعي، وذلك بما يظهر منه من تصرفات وسلوكيات يتقلدها ويكتسبها من خلال تعرضه للفضائيات وذلك بنسبة 69.33%، أما الذين لا يرون أنها تساهم في تشكيل شخصية الطالب الجامعي كانت نسبتهم 30.67%.

المحور الثاني: وينقسم الى قسمين:

أولاً: الدراسات العربية التي تناولت دور القنوات الفضائية في معالجة قضايا الانتخابات

(1) - دراسة صفاء فوزي بعنوان (دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية) 2008⁽¹⁾. تهدف الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية، وذلك في ضوء افتراضات مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام اعتمدت هذه الدراسة على استخدام منهج المسح، واستمارة استقصاء لجمع البيانات.

(1) - صفاء فوزي: دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية نوفمبر 2008 في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام

ع 2، (القاهرة : جامعة القاهرة - كلية الإعلام ، المجلد 9 ، يوليو - ديسمبر 2008).

أهم النتائج: ظهرت علاقات ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين التعرض العام للمضامين الإخبارية والسياسية في كل وسائل الاتصال موضع هذه الدراسة وبين الاعتماد على هذه الوسائل للحصول على المعلومات.

(2) - دراسة أشرف جلال حسن بعنوان (المعالجة الإعلامية لقضايا التعديلات الدستورية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة وأثرها على طبيعة ومستوى المشاركة السياسية للجمهور المصري) 2008⁽¹⁾ تتحدد مشكلة الدراسة فيما يلي : ما طبيعة التداول الإعلامي في التلفزيون المصري لقضية التعديلات الدستورية للمواد الأربع والثلاثين التي تم الاستفتاء عليها ؟ وكيف أثر هذا التداول على طبيعة ومستوى المعرفة والاتجاه والسلوك السياسي للمواطن المصري؟ وما المتغيرات الوسيطة التي أثرت في ذلك سواء على المستوى المباشر في المشاركة في الاستفتاء على التعديلات وغير المباشر في تكوين النوايا السلوكية للجمهور بالمشاركة مستقبلاً؟ وذلك من خلال تحليل ما قدم عبر التلفزيون المصري في هذا السياق مع دراسة عينة عشوائية من الجمهور لرصد وقياس أثر المعرفة التي اكتسبها الجمهور من التلفزيون في تشكيل سلوكه السياسي بالمشاركة أو عدم المشاركة وبالتالي تسعى هذه الدراسة إلى قياس طبيعة وحدود الدور الذي لعبه التلفزيون المصري بقنواته الأرضية والفضائية والحكومية والخاصة في عرض قضية التعديلات الدستورية التي أعلن عنها الرئيس مبارك وأثر هذا العرض على طبيعة ومستوى المشاركة السياسية المباشرة والتي تمثلت في الاستفتاء على تعديل هذه المواد أو غير المباشرة في التأثير على النوايا السلوكية لأفراد الجمهور في التعامل مع مفهوم المشاركة السياسية بدءاً من الاهتمام بالسياسة ومتابعتها وفهم حقيقة ما يدور وانتهاءً بعضوية الأحزاب والكيانات السياسية والتأثير في عملية صنع واتخاذ القرار مروراً بكل العمليات اللازمة نحو تأهيل المواطنين للعب هذا الدور مع دراسة أهم المتغيرات الوسيطة الحاكمة لطبيعة وحدود هذا التأثير وتأتي أهمية هذه الدراسة في ضوء ما يلي :

1- الظروف العامة التي أحاطت بهذه التعديلات ومبرراتها ودواعي طرحها في هذا التوقيت ، فهي تعد الأسرع في تاريخ الحركة الدستورية في مصر ما بين طرحها والاستفتاء عليها وتعديلها في ظل مناخ عام خارجي وداخلي من التوجس من هذه التعديلات ، فهناك تأكيد من الحزب الوطني على أنها استكمال لمسيرة الإصلاح مقابل رفض تام من المعارضة وشبه إجماع بين خبراء القانون والسياسة على أن التعديلات فاقدة للمشروعية لأنها لا تتمتع بتوافق عام ، وهو شرط أساسي للتعديل في النظم الديمقراطية،

(2) (أشرف جلال حسن: المعالجة الإعلامية لقضايا التعديلات الدستورية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة وأثرها على طبيعة ومستوى المشاركة السياسية للجمهور

المصري، الدوحة-جامعة قطر ، كلية الآداب (2008) .

والتعديلات تحظى بشرعية قانونية فقط نابعة من أغلبية الحزب الوطنى التى تم تجميعها بالقوة بضم المستقلين والمنشقين ، إلى جانب فقدانها للمشروعية السياسية، وليس هناك وسيلة أمام المعارضة للطعن فى الدستور إلا بواسطة رأى العام والإعلام - وهو أغلبه حكومى موجه - ومنظمات المجتمع المدنى التى تمر بحالة من الضعف ولا تقوى على المواجهة .

2- أهمية اختبار دور وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون فى نشر مفاهيم التسويق السياسى لعدد من المفاهيم المرآبة المواطننة والحوكمة والإصلاح ، وكذلك أهمية رصد دور التلفزيون فى هذا السياق.

3- ضرورة التعرف على طبيعة وحجم الثقة والمصداقية التى يتمتع بها التلفزيون المصرى لدى الجمهور مع قياس أثر العوامل المختلفة فى هذه المصداقية مثل نمط البث ما بين أرضى وفضائى ونمط الملكية ما بين حكومى وخاص وطبيعة المحتوى ما بين متخصص وعام وهى جميعها تتوافر فى منظومة التلفزيون المصرى من خلال الأولى والثانية الأرضية مقابل الفضائية ودريم والمحور والنيل للأخبار ، والأولى والثانية والفضائية مقابل دريم والمحور ، والنيل للأخبار مقابل الأولى ودريم والمحور .

4- تدنى النسبة العامة للمشاركة فى الاستفتاء وأهمية الوقوف على الأسباب فى ظل تزايد الدعوة بالإصلاح والمشاركة حيث جاءت النسبة العامة أقل مما هو متوقع بكثير .

5- الانتقادات المتعددة التى وجهتها منظمات حقوق الإنسان وهيومان رايتس وواش والعفو الدولية للتعديلات الدستورية حتى أنها وصفتها بأنها إهدار لكرامة المصريين وتوافق هذا التوجه مع انتقادات منظمات المجتمع المدنى فى مصر لنفس القضية مثل اللجنة المصرية المستقلة لمراقبة الانتخابات ومركز ابن خلدون وجمعية نهوض وتنمية المجتمع ومركز الدراسات الاشتراكية.

6- أهمية الوقوف على حجم وطبيعة الدور الذى يلعبه التلفزيون فى عملية التسويق السياسى ليس فقط من أجل قضية التعديلات ولكن من أجل الاستفادة من هذه النتائج مستقبلاً فى عملية التوجيه والتثقيف السياسى وشرح الكثير من المعانى والمفاهيم المركبة التى قد تقف عائقاً أمام عملية التنشئة السياسية من جانب والمشاركة السياسية من جانب آخر .

7- أهمية اختبار نموذج فجوة المعرفة فى المجال السياسى فى مصر حيث سبق اختبار هذا النموذج ولكن فى القضايا الصحية ولم يتم اختباره فى المجال السياسى ، وهو المجال المرشح بقوة لحدوث العديد من الفجوات المعرفية به والتى قد تصاحبها فجوات سلوكية.

8- أهمية تحديد طبيعة وكم المتغيرات الوسيطة الحاكمة لكل من مستوى المعرفة السياسية للجمهور ومستوى المشاركة السياسية ، وكذلك النية السلوكية للمشاركة المستقبلية.

9- اهتمت أغلب الدراسات السابقة بالصفوة أو المتعلمين بهدف ضمان استجابة المبحوثين ، بينما تسعى الدراسة الحالية للتطبيق على المواطن العادي البسيط حيث أنه يشكل قطاعاً عريضاً من المجتمع المصري.

الهدف النهائي للدراسة: تمكين القائمين على تصميم الحملات السياسية في التلفزيون من تطبيق مفاهيم وأسس التسويق السياسي الصحيح من خلال التوصل لنموذج علمي يساعدهم على نشر المعلومات السياسية وتحفيز أفراد الجمهور على المشاركة دون حدوث فجوات معرفية أو سلوكية من خلال اتباع أسس التسويق السياسي السليم مع دراسة كل المتغيرات الوسيطة التي تتدخل في طبيعة وحجم الدور الذي يلعبه التلفزيون، وسيتم تحقيق هذا الهدف عبر استراتيجية اتصالية وتسويقية من خلال معرفة الأبعاد والأهداف الفرعية للدراسة.

(3) دراسة احمد على محمد عريقات بعنوان (دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام - 2007م)⁽¹⁾ وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007م في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام منهج مسح جمهور وسائل الاتصال لعينة من الشباب في الاردن 600 مفردة من سن 18 عاما إلى 30 عاما تم اختيارهم بطريق العينة العرضية من جميع محافظات المملكة وتم تحليل محتوى البرامج التي قدمها التلفزيون الأردني إنشاء الحملة الإعلامية من خلال اختيار عينة عمدية تمثلت في برنامجي (صوتك وطن ، صوتنا) وتألفت العينة من 12 حملة تلفزيونية تم تسجيلها من كافة محافظات المملكة الاثنتا عشر .

(4)- دراسة نشوة سليمان محمد عقل بعنوان (المعالجة التلفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان) 2006⁽²⁾ أجرت الباحثة دراسة تحليلية وأخري ميدانية من خلال منهج المسح، واعتمدت الباحثة في الدراسة التحليلية علي تحليل البرامج فقط التي تناولت قضية التعديل الدستوري على قنوات دريم 2، والنيل للأخبار، والأولى والثانية، ومن نفس القنوات تم تحليل برامج الحوار والفترات المفتوحة والأخبار البرلمانية عن الانتخابات البرلمانية 2005،

(1)- احمد علي محمد عريقات: دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007م، رسالة ماجستير في الإعلام، (الاردن- عمان، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الإنسانية، قسم إعلام 2008).

(1)- نشوة سليمان محمد عقل: المعالجة التلفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة- جامعة القاهرة، كلية الاعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2006).

أما في الصحف فتم تحليل المضمون الصحفي الأهرام، الوفد، والمصري اليوم بواقع 18 عدد لكل صحيفة في قضية الانتخابات البرلمانية و12 عدد لكل منها في قضية التعديل الدستوري، كما اعتمدت الباحثة في الدراسة الميدانية علي عينة عشوائية طبقية. أهم نتائج الدراسة: اتضح أن الاتجاه المؤيد في المعالجة قد احتل المرتبة الأولى من حيث اتجاه المعالجة، مما يدل على وجود وفاق عام حول أهمية خطوة التعديل، وإن كان الاختلاف حول تفاصيلها، وكان التلفزيون والصحف متقاربين في سلك هذا الاتجاه، إلا أن الاتجاه المعارض قد ظهر بشكل أكبر في الصحف، واتضح أن الإطار القانوني وتصريحات رئيس الجمهورية وأعضاء البرلمان تأتي في مقدمة الأطر المرجعية الموظفة في معالجة قضية التعديل الدستوري نظرا للطبيعة التشريعية للقضية، وتمتعت الصحف بتأثير أقوى في فترة التعديل الدستوري كمحدد لنية التصويت، وكانت أقوى من التلفزيون من حيث تأثيرها في فترة التعديل الدستوري، والشخصيات التي تنتمي للحزب الوطني الحاكم كانت أكثر الشخصيات ورودا في مادة التحليل، وإذا الشخصيات التنفيذية وهي تنتمي إلى الحزب الوطني، تزداد نسبة المنتمين للحزب الوطني الواردين بمادة التحليل، وهو ما يشير إلى انحياز المعالجة إلى الحكومة، بينما تساوت الشخصيات الحزبية والمستقلة، واتضح أن نسبة شاركوا في القضايا البرلمانية من خلال أشكال عديدة (مراسلة الصحف، التصويت على النت، مخاطبة النائب) قد زادت في فترة الانتخابات البرلمانية، كذلك زاد مستوى الانغماس السياسي لدى المبحوثين أثناء الانتخابات عن الفترة الضابطة.

(5) دراسة نائلة ابراهيم عمارة بعنوان (دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الانتخابات الرئاسية في مصر) - 2005،⁽¹⁾. شهدت مصر منذ تعديل المادة 76 من الدستور عام 2005 حراكاً سياسياً امتدت آثاره إلى عدد كبير من المجالات، وقد حاولت وسائل الإعلام المصرية أن تسهم في هذا الحراك وأن تكون طرفاً فاعلاً في العملية الانتخابية. لذا تحاول الدراسة التي أعدها / نائلة ابراهيم عمارة رصد تأثير هذه التغطية الإعلامية على معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو المرشحين في هذه الانتخابات من ناحية ونحو العملية الانتخابية من ناحية أخرى ورصد العوامل والمتغيرات التي من الممكن أن تؤثر على هذه المعارف وتلك الاتجاهات وقد اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على مدخلين نظريين هما مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام ومدخل فجوة المعرفة. تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية مكونة من 400 مفردة وكانت نتائجها كالتالي -: الأكثر اعتمادا على القنوات

(2) - نائلة ابراهيم عمارة: دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الانتخابات الرئاسية في مصر، المؤتمر العلمي السنوي الثاني - (حلاوان - جامعة حلوان

- كلية الآداب، 2005).

الفضائية العربية أكثر عمقاً في المعرفة بالانتخابات المصرية، والأكثر اعتماداً على الصحف أكثر معرفة بشكل عام الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام الحكومية (صحافة - تلفزيون - راديو) أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية ، بينما الأكثر اعتماداً على الصحف المستقلة والحزبية أكثر سلبية في اتجاهاتهم الأعلى في المستوى الاقتصادي والتعليمي هم الأكثر معرفة بالانتخابات الرئاسية المصرية ، وهم الأقل إيجابية في اتجاهاتهم نحوها لا توجد علاقة بين مستوى المعرفة وشدة الاتجاه نحو العملية الانتخابية.

(6) - دراسة هويدا مصطفى بعنوان (استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية الإعلامية حول التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب عام 2000)⁽¹⁾ حاولت هذه الدراسة التعرف على الدور الذي لعبته التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب عام 2000 وتقويم مدى فاعلية هذا الدور خلال استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية الإعلامية للوقوف على آرائها تجاه ما قدمته هذه الحملة التي شهدت تكثيفاً إعلامياً وتطوراً في الأشكال والأساليب البرمجية ، بالإضافة إلى تخصيص القنوات المحلية لعرض برامج المرشحين وإجراء الحوار والمناقشات والمناظرات مع ممثلي الأحزاب المختلفة . وجاءت أهمية الدراسة من الخصوصية المميزة لانتخابات عام 2000 والزخم الإعلامي الذي أحاط بها والمناخ الذي صاحبها ومدى الحرية التي تمتعت بها وبلغ عدد المرشحين 4200 مرشحاً منهم 3302 مستقلاً و 900 حزبياً ، وشملت العينة 30 من الخبراء والأكاديميين المعنيين بموضوع البحث، وجاءت النتائج لتؤكد أن أكثر من 43 % أبدى نجاح التغطية التلفزيونية في نقل المعرفة الكافية للجمهور عن العملية الانتخابية ورفع الوعي بها وتكوين رصيد من المعلومات عنها وذهب 37 % على إخفاق التغطية في ذلك ، ويرجع ذلك إلى الأسلوب الذي اتبعته التغطية التلفزيونية الذي كشف عن تحيز واضح للحزب الحاكم وعدم جاذبية ومثالية أسلوب العرض ، ونجحت التغطية في الوصول إلى 50 % من الجماهير ، ويعكس ذلك جزءاً من الفجوة المعرفية موضوع الدراسة الحالية .

(2) - هويدا مصطفى: استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية الإعلامية حول التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب عام 2000 م، ع 1 (المجلة المصرية

لبحوث الرأي العام ، المجلد الثاني ، يناير - مارس 2001).

(7) - دراسة ايناس ابو يوسف بعنوان (الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات) 2001⁽¹⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على الوعي السياسي والانتخابي لطلاب جامعة القاهرة قبيل الانتخابات البرلمانية في مصر 2000 م، كما سعت الدراسة إلى إبراز دور وسائل الإعلام في تشكيل وعي الطلاب والمشاركة السياسية، واستخدمت منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة 170 مفردة من خلال استمارة استبيان.

ومن أبرز نتائج الدراسة:

- أن هناك إجماع من طلاب الجامعات عن المشاركة في عضوية اتحاد الطلبة.
- أكد الطلاب المبحوثون أن الوعي السياسي لطلاب الجامعات ضعيف بصفة عامة.
- تشير النتائج إلى وعي أغلب الطلاب المبحوثين بالعمر القانوني للحصول على البطاقة الانتخابية ومعرفتهم بالأحزاب السياسية الكبرى في مصر، إلا أنه على الرغم من ذلك فإن هناك إجماع منهم عن المشاركة في العملية الانتخابية لشعورهم بالإحباط وعدم جدوى العملية الانتخابية.
- أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من طلاب العينة لا يمتلكون بطاقات انتخابية بنسبة 87 %، وكان من أهم أسباب ذلك اقتناعهم بعدم جدوى الانتخابات، وأن النتيجة معرفة مسبقاً، وبالتالي لا يوجد مبرر للاشتراك في الانتخابات.
- أكدت الدراسة ضعف مشاركة الشباب في عضوية الأحزاب السياسية بنسبة 90% من عينة الطلاب، وسببوا ذلك إلى عدم المعرفة بهذه الأحزاب وبرامجها وأهدافها، ولضعف الديمقراطية، وعدم اهتمام الأحزاب بالشباب وأجابت الغالبية العظمى من طلاب العينة أنها تحرص على قراءة الصحف بنسبة 86% من مجموع العينة، وجاءت الصحف القومية الحكومية في مقدمة الصحف المقروءة، فيما أبرزت النتائج أن 65% من الطلاب نادر ما يقرأون الصحف الحزبية، وأن 25 % منهم لا يقرأونها، وعن أهم القضايا التي تابعتها الطلاب في الصحف الحزبية هي قضايا الفساد، والمشكلة الفلسطينية، وقضايا الديمقراطية.
- أوضحت الدراسة أن 83 % من الطلاب المبحوثين لا يستمعون للبرامج السياسية في الإذاعة، فيما أشار 72% من الطلاب إلى حرصهم على مشاهدة البرامج السياسية التلفزيونية.

(3) - ايناس أبو يوسف: الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ط1 (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد

الدراسات الاجنبية التي تناولت دور القنوات الفضائية في معالجة قضايا الانتخابات:

أولاً: الدراسات العربية التي اعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

(3) - دراسة وديع العززي بعنوان (دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني دراسة ميدانية) 2008 (1)

تهدف الدراسة الى:

- 1- التعرف على دور وسائل الاعلام في الوعي السياسي للشباب.
- 2- قياس مستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.
- 3- التعرف على حجم المشاركة السياسية لطلبة الجامعات.
- 4- التعرف على أسباب المشاركة السياسية وأسباب العزوف.
- 5- التعرف على مستوى المعرفة السياسية لطلبة الجامعات.
- 6- الكشف عن العلاقات الارتباطية بين مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام، وحجم المشاركة السياسية، ومستوى المعرفة السياسية لطلبة الجامعات من جهة وبين المتغيرات الآتية: النوع، والجامعة، والانتماء الحزبي، والتخصص (علمي - إنساني)، والانتماء للاتحادات والجمعيات الأهلية. وأهم نتائج الدراسة هي :

إنه من أهم النتائج الإقبال المتواضع للشباب الجامعي على متابعة المواد الإخبارية والسياسية الصحفية والبرامج السياسية الإذاعية والتلفزيونية، ولا سيما في وسائل الإعلام المحلية. وجاءت القنوات الفضائية العربية في المرتبة الأولى في قائمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في الحصول على المعلومات السياسية، تليها الانترنت، ثم الأصدقاء والزملاء، ثم الصحف الحكومية، أن هناك اهتمام كبير من الشباب الجامعي بمتابعة القضايا السياسية 88% في حين أن 12% فقط لا يهتمون، ويرجعون السبب إلى عدم الجدوى من المتابعة للقضايا السياسية.

ثانياً: الدراسات الاجنبية التي اعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

(1) -دراسة مولوجيتا 1986م (2)هدفت الدراسة الى التعرف على تأثير الاعتماد على اخبار التلفزيون والصحف في الحصول على المعلومات الخاصة بالانتخابات الامريكية عام 1980م، وقد اجريت الدراسة

(1) -وديع العززي: دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي السياسي لشباب اليمني ، رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة صنعاء كلية الاعلام ، 2008).

(2) -Mulugeta effect rely on television news and newspapers to get information on elections.vol12.no1986.p.p.88.

على عينة من 36 مفردة في ولاية وسكونسن الأمريكية وتوصلت الى ان اعتماد الافراد على الاخبار وكذلك معلومات عن برامج المرشحين وبرامج الأحزاب.

(10) دراسة هاج غولبير ستون وجودي ستبلي 1986م⁽¹⁾ استهدفت هذه الدراسة الى التعرف على تأثير الإعتماد على وسائل الاعلام ومعدل استخدامها على اكتساب المعرفة لدى الجمهور وعملت الدراسة على التحقق من الافتراضات التالية:

1- هناك علاقة ارتباطية ايجابية بين المستخدم المتعمد والمخطط للتلفزيون والمعرفة المتكونة لدى الجمهور الى حين تضعف هذه العلاقة بين الاستخدام للتلفزيون وبين المعرفة المتكونة لدى الجمهور

2- يستخدم أفراد الجمهور الصحف في التعرض للمواد المعارضة لأرائهم وكذلك في التعرض للمواد المؤيدة لأرائهم في حين يتم استخدام التلفزيون في التعرض للمواد المؤيدة للرأي فقط.

وقد تم تطبيق الدراسة على عينة 450 مفردة من مواطني ولاية اوهايو الأمريكية.

(6) أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة تبين ما يلي:

1- تتجه الدراسات السابقة إلى التأكيد على جدلية العلاقة بين التعرض والاعتماد على وسائل الإعلام والحصول على معلومات منها حيث تتوقف طبيعة المعلومات المكتسبة على العديد من المتغيرات منها ما يتعلق بالمتلقى وما يتعلق بالموضوع، وبوجه عام تتخفف نسب اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وخاصة القنوات الفضائية وبالتالي ينخفض مستوى الوعي السياسى والمشاركة السياسية لأفراد الجمهور.

2- استطاعت الباحثة من خلال الدراسات السابقة الاستفادة في تحديد المشكلة البحثية وأهميتها وتحديد وصياغة أهداف وتساؤلات وفروض الدراسة وتكوين مقاييس المعرفة السياسية السطحية والمتعمقة وكذلك مقاييس الاتجاه نحو المعالجة الإعلامية والمشاركة السياسية سواء المباشرة أو غير المباشرة ، وبذلك سوف تستفيد منها في صياغة بنود استمارة التحليل وأسئلة إستمارة الاستبيان ، كما ستستفيد الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال مقارنة النتائج سواء "على مستوى الوسائل أو الجمهور .

(1)-hugh m. culbertson and guido h. steple, how media reliance affect knowledge level, communication research.vol.13.no.4,

October 1986.pp.579_602

(7) تساؤلات الدراسة:

- 1- ماهي المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة فكرة الانتخابات والاحداث السياسية في ليبيا؟
- 2- (مامدى متابعة ومشاهدة المبحوثين (ذكور-اناث) للقنوات الفضائية الليبية محل الدراسة؟
- 3- ما ترتيب القنوات الفضائية الليبية الحكومية والخاصة من حيث درجة مشاهدتها والاعتماد عليها من قبل عينة الدراسة؟
- 4- ماهي النشرات والبرامج الاخبارية والحوارية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها والاعتماد عليها فيما يخص قضايا الانتخابات على القنوات الفضائية الليبية عينة الدراسة؟
- 5- ما درجة اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية الليبية (الحكومية والخاصة) محل الدراسة في متابعة أحداث الانتخابات؟
- 6- ما أهداف المبحوثين من الاعتماد على القنوات الفضائية الليبية في متابعة فكرة وموضوعات وقضايا الانتخابات؟
- 7- مامدى ثقة الجمهور الليبي عينة الدراسة في القنوات الفضائية الليبية محل الدراسة كمصدر للمعلومات عن الانتخابات الليبية؟
- 8- مامستوى واقعية مضمون الحملات الانتخابية الليبية من وجهة نظرالجمهور الليبي عينة الدراسة؟

(8) الاطار النظري للدراسة:

نظرية الدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

في محاولة لتوضيح تأثير العلاقة بين وسائل الاعلام واعتماد الجمهور على وسائل الاعلام قدما ملفين ديلفير وساندرا بول روكيش نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وهي تنظر إلى أجهزة الإعلام بوصفها أنظمة للمعلومات تعمل اساساً في ظل عمليات استقرار وصراع على المستوى المجتمعي والجماعة الفرعية والفرد ، والفكرة الرئيسية لهذه النظرية تقوم على أن الأفراد في المجتمعات الحديثة يعتمدون على وسائل الاعلام في مصادر المعلومات التي تكون إزاء ما يحدث في مجتمعهم المحلي او المجتمعات الخارجية ويتوقف نوع هذا الاعتماد على طبيعة الأوضاع والظروف البنائية السائدة في

المجتمع ، وبدرجة أساسية على مدى تعرض المجتمع للتغيير والاستقرار والصراع السياسي وكذلك الوظائف الاعلامية التي تابعتها وسائل الاعلام في الواقع الفعلي.⁽¹⁾

أبعاد اعتماد الأفراد على وسائل الاعلام:

تقوم هذه النظرية على إن أهداف الجمهور هي الفهم والترفيه واتخاذ الفعل وكل هذه الاهداف لها أبعاد شخصية واجتماعية تؤدي إلى عدة علاقات رئيسية لعلاقة الإعتماد على وسائل الإعلام وهي:⁽²⁾

1- فهم الذات.

2- القيم الاجتماعي.

3- الترفيه الانعزالي.

4- اتخاذ الفعل.

5- الترفيه الاجتماعي.

أثار الاعتماد على وسائل الاعلام:

يرصد ملفين ديفلير وساندراروكيش، مجموعة الآثار التي تنتج عن إعتمااد الأفراد على وسائل

الإعلام من خلال ثلاث فئات اساسية هي:-

التأثيرات المعرفية ومثل لها بالآتي:

أ-خلق وإزالة الغموض.

ب-تشكيل الاتجاه.

ت-ترتيب الاولويات.

ج-توسيع المعتقدات.

د-توضيح القيم.

التأثيرات الوجدانية ومثل لها بالآتي:

أ-الفتور العاطفي.

ب-الخوف والقلق.

ج-الإغتراب.

د-تزايد أو تناقص الروح المعنوية.

(1) اسامة عبد الرحيم: القيم التربوية في صحافة الاطفال، ط2 (القاهرة ايتراك، 2006) ص 50.

(2)-palets.david the media in American politics and cones genes aed New York. longman. 2002. P121.

التأثيرات السلوكية:

ويفترض نموذج الإدراك الذي تقوم عليه النظرية أن هناك ربط بين مجموعة الوسيلة الظاهرة ودافع الانتباه مثل تنشيط أو تهدئة إثارة القضايا حولها كالفرد النشط في الإستخدام يختار مادة بعينها بناء على اعتماده المسبقة،⁽¹⁾ ومن المهم في تفسير نظرية الإعتماد ان توضح العناصر الثلاثة الرئيسية، الجمهور، وسائل الاعلام، النظام الاجتماعي، تعمل في علاقة متداخلة واعتماد متبادل على الرغم من اختلاف طبيعة هذه العلاقة من مجتمع إلى آخر، كما أن كل عنصر يختلف أيضاً في طريقة إحداثه للتأثير، فالنظام الاجتماعي يختلف في تأثيراته طبقاً لدرجة استقراره فقد يكون مستقراً تماماً ولكنه يمر ببعض الأزمات المؤقتة أو كما هو الحال في بعض المجتمعات النامية قد يكون خاضعاً لظروف التغير السريع، قد يكون النظام الاجتماعي مستقراً ولكنه يشهد تحد جوهري في شرعيته وبقائه في ظل تلك الظروف من المتوقع أن تظهر أهداف وتحدد اتجاهات وتتدعم قيم قديمة أو حديثة، ويؤدي ذلك الى تنشيط عمليات إعطاء واستقبال المعلومات⁽²⁾، ومعنى ذلك أن وسائل الاعلام تتأثر بالنظم الاجتماعية السائدة في المجتمع بتأثير السياق الاجتماعي الكلي الذي يشمل :-

البناء الثقافي (الأسس المادية، الرموز بالقيم، الأعراف).

التفاعل الاجتماعي (الاتفاق بالصراع، التكيف، التغير).

البناء الاجتماعي (الجماعات، الأدوار، المعايير، الضبط الاجتماعي، المراكز).

وتقوم وسائل الإعلام بصياغة رسائلها الى الجمهور والتي تستهدف تشكيل الحقائق الاجتماعية، وتعتمد في تحقيق تأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية على مدى اعتماد هذا الجمهور على وسائل الاعلام، وفي إطار بعض بعض المجتمعات، فإن وسائل الاعلام⁽³⁾، قد تصبح أكثر أهمية في تقديم المعرفة السياسية والاجتماعية من مجتمعات اخرى، كما أن هناك تنوعاً وتبايناً في الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام في المجتمعات الاخرى.⁽⁴⁾

الاعتماد المتبادل بين وسائل الاعلام والانظمة الاجتماعية الاخرى والجمهور.

العلاقة بين وسائل الاعلام والانظمة الاجتماعية

(1) -نادية مصطفى عبده المصري: دور الاتصال في المشاركة السياسية للمرأة المصرية، دراسة ميدانية تحليلية رسالة ماجستير. (القاهرة-جامعة القاهرة-كلية العلاقات العامة والاعلان، 2000) ص32.

(2) - اسامة عبد الرحيم: مرجع سابق ص-52.

(3) - محمد عبد المجيد: الاتصال في مجالات الابداع الفني الجماهيري، ط 1 (القاهرة، عالم الكتب 1993)، ص 154.

(4) - محمد عبد المجيد، مرجع سابق، ص 155.

يرى ديفليوروكيش ان العلاقة بين وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية الاخرى تقوم على اساس من الاعتماد المتبادل بمعنى ان العلاقة القائمة على الحاجات المتبادل يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل، فكل من وسائل الاعلام والمؤسسات الاخرى في المجتمع لا تستطيع انجاز اعمالها وتحقيق اهدافها دون الاعتماد على بعضها البعض.

وسوف نكتفي بعرض الاعتماد المتبادل للعلاقة بين وسائل الاعلام بالنظام السياسي.

علاقة وسائل الاعلام بالنظام السياسي

يعتمد النظام السياسي على مصادر وسائل الاعلام لتحقيق الاهداف التالية: -

أ-زيادة وتدعيم القيم والمعايير السياسية مثل الحرية - المساواة - طاعة القوانين -التصويت الانتخابي....الخ

ب-الحفاظ على النظام السياسي وتحقيق الاجماع وتكوين الرأي العام.

ج-تدعيم الشعور بالمواطنة لتنفيذ الانشطة الاساسية مثل الحماس للحرب - او المشاركة في التصويت الانتخابي أو ماشابه ذلك.

د-التحكم وكسب الصراعات التي تقع داخل السيادة السياسية مثل صراعات الاحزاب او الصراعات بين النظام السياسي ونظم اجتماعية مثل النظام الديني للفصل بين الدين والدولة ومن ناحية اخرى فإن وسائل الاعلام تعتمد على النظام السياسي وذلك لتحقيق الاهداف التالية (1):

1- اكتساب الحماية التشريعية والقضائية والتنفيذية مثل ذلك التعديل الاول من الدستور الامريكي لتنظيم عمل وسائل الاعلام الامريكية.

2- الحصول على معلومات رسمية لتغطية الاخبار مثل عقد المؤتمرات الصحفية والحصول على تصريحات بشأن الاوضاع السياسية والاجتماعية المتنوعة.

3- تحقيق عائد من الانتخابات السياسية في اوقات الانتخابات مع مراعاة ان الدعاية السياسية التي تستخدمها الاحزاب السياسية تعمل على مخاطبة جماعات كبيرة من الشعب، كما انها تحاول دفعهم للتجانس في الرأي والعمل (2).

(1) -حسن عماد مكايي -إيلي حسنين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة- الدار المصرية اللبنانية- 1998) ص 312.

(2)-إيمن ابو زيد: اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية ضد الازمات، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الاعلام قسم الاذاعة 2006) ص 78.

مميزات مدخل الاعتماد في دراسة تأثيرات وسائل الاعلام:

يحدد بعض الباحثين مزايا الاعتماد على وسائل الاعلام في النقاط التالية: -
يتضمن مدخل الاعتماد نطاق واسع للتأثيرات المحكمة التي يمكن ان تحدثها وسائل الاعلام على الناس والمجتمع سواء هذه التأثيرات محدودة او غير محدودة مع ربط هذه التأثيرات بمجموعة من الظروف المصاحبة لموقف محدد.

مدخل الاعتماد يوجه الانتباه للظروف البنائية والتاريخية فضلاً عن المتغيرات الشخصية والفردية وبذلك فإنه أكثر ملائمة للتعامل مع المسائل الاجتماعية والسيكولوجية من معظم مداخل الاتصال الجماهيري الأخرى، فالنظرية تعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر الى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليست مجرد نماذج منفصلة الاسباب والنتائج.

استطاعت النظرية توضيح الفروق الدقيقة بين عدد من المتغيرات والمفاهيم مثل الاعتماد والاستخدام بالتعرض، وان تضع مقاييس لهذه المتغيرات وانواع التأثيرات لبحث العلاقات الأكثر تحديداً بين الجمهور ووسائل الاعلام والنظام الاجتماعي.

مبررات استخدام نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

تتركز مبررات الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في محاولة للتعرف على العلاقة بين القنوات الفضائية الليبية وماتعكسه هذه العلاقة من زيادة في مستوى المعرفة السياسية لديه ومدى اعتماده على هذه القنوات كمصدر معلومات حول القضايا والاشكاليات السياسية.
وتساهم فروض النظرية في اختيار المقاييس العلمية والتي على اساسها يمكن ان تحدد التنبؤات المختلفة للسلوك وتمكن النظرية الباحث اختيار عدد من المتغيرات الوسيطة بالاضافة الى المتغيرات الديموغرافية التي تؤثر في طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام.

(9) منهجية الدراسة:

نظراً لأهمية منهج البحث في أية دراسة اعتمدت الباحثة في هذا البحث على التالي:

1- المنهج الوصفي: وهو أكثر المناهج الملائمة لأغراض الدراسة، وتم توظيف هذا المنهج للوصول الى طبيعة ومستوى المشاركة في الانتخابات مستقبلاً من خلال مسح آراء واتجاهات عينة من الجمهور الليبي

وأسلوب المسح يفيد في التوصل إلى ما إذا كان هناك علاقات ارتباطية دالة بين المتغيرات أم لا بالإضافة لقياس شدة الارتباط بين هذه المتغيرات.⁽¹⁾

(10) أدوات الدراسة:

(1) الاستبيان : يعتبر الاستبيان أحد الأدوات الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات والمعلومات الأولية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدماً وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر الباحثين واتجاهاتهم⁽²⁾، وفي البحث الحالي اعتمدت الباحثة على أداة الاستبيان وذلك بهدف جمع البيانات والمعلومات من عينة ممثلة للرأي العام الليبي في العاصمة الليبية طرابلس لمعرفة اتجاهاتهم نحو القنوات الليبية الفضائية محل الدراسة كقنوات سياسية وعلاقتها بالتنشئة السياسية وتعتمد علي إبداء الرأي والرأي الآخر، هذا وتم إعداد استمارة الاستبيان لقياس اتجاهات الرأي العام الليبي نحو القنوات الإخبارية العربية ممثلة في القنوات الليبية ومن ثم عرضها علي المحكمين للتأكد من صلاحيتها لقياس ما تهدف إلي قياسه. هذا وراعت الباحثة أن تصمم صحيفة الاستبيان بحيث تجمع بين البيانات الكمية والكيفية التي تمكن الباحثة من استخدام أساليب التحليل الكمي والكيفي بما يخدم أهداف وتوجهات البحث.

(2) مصادر جمع البيانات:

- المصادر الأولية: وتشمل البيانات الميدانية التي تم جمعها مباشرة من خلال الاستبانة الموزعة على عينة الدراسة، والمقابلات التي أجريت معهم.
- المصادر الثانوية: وتشمل ماتوفر من كتب ودراسات وأبحاث أكاديمية ومقالات علمية تناولت موضوع الانتخابات سواء باللغة العربية أو الأجنبية.

(11) عينة الدراسة:

تم استخدام أسلوب العينة الطبقية العشوائية في اختيار عينة الدراسة، حيث تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى عدة فئات (طبقات) وفقاً لمتغيرات المكان، وذلك لضمان تمثيل مختلف شرائح المجتمع في مدينة طرابلس. وقد شملت هذه الطبقات الجامعات والمعاهد، والمؤسسات الحكومية والخاصة، والأماكن

(1) -Roger. D. Wimmer, and Joseph Dominick, (1987) "Mass Media Research: An Introduction (New York,

WadsworthPublishing Company, p.113.

(2) عبد الباسط حسن: أصول البحث الاجتماعي، مرجع سابق. ص 403.

العامة، والأحياء السكنية، والمقاهي والأماكن الاجتماعية، بعد ذلك تم اختيار مفردات العينة من كل طبقة بشكل عشوائي، حيث بلغ حجم العينة (150) مفردة، بما يحقق التوازن والتنوع في الخصائص الديموغرافية والاجتماعية.

(12) أساليب التحليل:

تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية والاستنتاجية عبر برنامج SPSS، وذلك من خلال

- التكرارات والنسب المئوية لعرض خصائص العينة.
- المتوسطات والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات العينة نحو محاور الدراسة.

(13) حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على بحث أثر القنوات الفضائية الليبية ودورها في تشكيل الرأي العام الليبي نحو فكرة الانتخابات في ليبيا.

الحدود المكانية: أجريت الدراسة في مدينة طرابلس.

الحدود الزمانية: تم تنفيذ الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2026/05/01 إلى 2026/05/31، وهي الفترة التي تم خلالها تنفيذ الدراسة الميدانية وجمع بيانات الاستبيان المتعلقة بالدراسة.

(14) إجراءات الدراسة الميدانية:

أولاً: منهجية الدراسة وأدواتها:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، باعتباره من أكثر المناهج ملاءمة للدراسات الإعلامية التي تهدف إلى وصف الظواهر وتحليلها وتفسيرها، حيث سعت الدراسة إلى التعرف على دور القنوات الفضائية الليبية في تكوين الرأي العام الليبي نحو فكرة الانتخابات، وتحليل طبيعة التأثير الذي تمارسه هذه القنوات على اتجاهات الجمهور ومواقفهم الانتخابية.

ثانياً: مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في الجمهور الليبي من متابعي القنوات الفضائية الليبية، باعتبارهم الفئة المستهدفة القادرة على تقييم أداء هذه القنوات ومدى تأثيرها في تكوين آرائهم واتجاهاتهم نحو الانتخابات.

(15) أساليب المعالجة الإحصائية:

استخدمت الدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات، ومن أبرزها:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية.
- الجداول الإحصائية.
- التحليل الوصفي للبيانات.

وذلك بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة تساعد في تفسير الظاهرة محل الدراسة >

(16) صدق وثبات أداة:

حرصت الباحثة على التأكد من صدق وثبات الاستبيان من خلال عرضه على عدد من المختصين والخبراء في مجال الإعلام والبحث العلمي، للتأكد من سلامة الصياغة ومدى ملائمة الأسئلة لأهداف الدراسة.

(17) عرض البيانات وتحليلها:

تناول هذا الفصل عرض البيانات الميدانية التي تم جمعها من خلال استمارة الاستبيان الخاصة

بدراسة:

“القنوات الليبية الفضائية ودورها في تكوين الرأي العام الليبي نحو فكرة الانتخابات”، والتي استهدفت عينة بلغ حجمها (150) مفردة من الجمهور الليبي بمدينة طرابلس، وقد تم تحليل البيانات باستخدام IBM SPSS Statistics، بالاعتماد على أساليب المعالجة الإحصائية المناسبة، مثل التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار كاي تربيع، بهدف الوصول إلى نتائج علمية دقيقة تساهم في تفسير ظاهرة الدراسة.

أولاً: البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة: - أفراد العينة حسب النوع:

الجدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع.

النوع	ك	%
ذكر	88	58.7%
انثى	62	41.3%
المجموع	150	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (1) أن الذكور يمثلون النسبة الأكبر من أفراد العينة بواقع (58.7%)، بينما بلغت نسبة الإناث (41.3%) ، وتدل هذه النتيجة على وجود مشاركة أكبر للذكور في الاستجابة للاستبيان، وهو أمر يمكن تفسيره بطبيعة الاهتمام بالشأن السياسي والانتخابي في المجتمع الليبي، حيث يميل الذكور إلى الانخراط بصورة أكبر في النقاشات السياسية ومتابعة الأحداث العامة ، كما قد يرتبط ارتفاع نسبة الذكور بزيادة تعرضهم للمضامين السياسية والإخبارية التي تقدمها القنوات الفضائية، الأمر الذي يجعلهم أكثر استعداداً للمشاركة في الدراسات المتعلقة بالانتخابات والرأي العام ، ومن ناحية أخرى، فإن نسبة الإناث تعد مرتفعة نسبياً، وهو ما يعكس تزايد اهتمام المرأة الليبية بالقضايا السياسية والانتخابية خلال السنوات الأخيرة، خاصة مع اتساع استخدام وسائل الإعلام المختلفة ، وتشير هذه النتيجة إلى أن موضوع الدراسة يحظى باهتمام من الجنسين، وإن كان بدرجات متفاوتة، الأمر الذي يعزز من قدرة الدراسة على رصد اتجاهات الرأي العام تجاه دور القنوات الفضائية في تشكيل المواقف الانتخابية.

- أفراد العينة حسب العمر:

الجدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر.

الفئة العمرية	ك	%
من 18 إلى أقل من 28 سنة	57	38%
من 28 إلى أقل من 38 سنة	46	30.7%
من 38 إلى أقل من 40 سنة	18	12%
40 سنة فأكثر	29	19.3%
المجموع	150	100%

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (2) أن الفئة العمرية (18-28 سنة) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (38%)، تلتها الفئة (28-38 سنة) بنسبة بلغت (30.7%)، ثم الفئات الأكبر سناً بنسب

أقل، ويعكس هذا التوزيع الطبيعة الديموغرافية للمجتمع الليبي الذي يشكل الشباب فيه نسبة كبيرة من السكان، كما يعكس اهتمام الشباب بالعملية الانتخابية باعتبارها ترتبط بمستقبلهم السياسي والاقتصادي والاجتماعي. فهذه الفئة العمرية تعد الأكثر استخداماً لوسائل الإعلام المختلفة والأكثر تفاعلاً مع القضايا العامة، ما يجعلها أكثر تأثراً بالمضامين السياسية التي تبثها القنوات الفضائية، كما أن الشباب غالباً ما يسعون إلى اكتساب المعلومات السياسية من أجل تكوين مواقف وآراء واضحة تجاه المرشحين والبرامج الانتخابية. أما انخفاض نسبة الفئات الأكبر سناً فقد يرجع إلى محدودية استخدامهم لبعض وسائل الإعلام الحديثة أو إلى انخفاض مستوى المشاركة في الاستبيانات الإلكترونية مقارنة بالشباب، وتؤكد هذه النتيجة أهمية توجيه الرسائل الإعلامية الانتخابية إلى فئة الشباب باعتبارها الشريحة الأكثر متابعة وتأثراً بالمحتوى الإعلامي.

- أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

الجدول رقم (3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	ك	%
إعدادي	13	8.7%
ثانوي	36	24%
جامعي	79	52.7%
دراسات عليا	22	14.6%
المجموع	150	100%

أظهرت النتائج الواردة في الجدول رقم (3) أن حملة المؤهل الجامعي يشكلون النسبة الأعلى من أفراد العينة بنسبة بلغت (52.7%)، يليهم حملة المؤهل المتوسط والثانوي، بينما جاءت نسبة ذوي التعليم الإعدادي وما دونه في المراتب الأخيرة، وتعكس هذه النتيجة ارتفاع مستوى الوعي التعليمي بين أفراد العينة، وهو أمر له أهمية كبيرة في الدراسات المرتبطة بالرأي العام والإعلام، فالأفراد ذوي التعليم الجامعي غالباً ما يمتلكون قدرة أكبر على تحليل الرسائل الإعلامية وفهم القضايا السياسية وتقييم أداء وسائل الإعلام بصورة أكثر نقدية، كما أن ارتفاع المستوى التعليمي يسهم في زيادة الاهتمام بمتابعة الانتخابات والبحث عن المعلومات المتعلقة بالمرشحين وبرامجهم السياسية، ويشير ذلك إلى أن القنوات الفضائية تؤثر في جمهور يمتلك قدراً من المعرفة والقدرة على التمييز بين المعلومات الصحيحة

والمعلومات المنحازة، أما انخفاض نسبة الفئات الأقل تعليماً فقد يعكس ضعف الاهتمام بالشأن السياسي أو محدودية الوصول إلى المعلومات السياسية مقارنة بالفئات الأكثر تعليماً.

– أفراد العينة حسب المهنة:

الجدول رقم (4) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المهنة

المهنة	ك	%
طالب	41	27.3%
موظف	58	38.7%
عمل حر	31	20.7%
عاطل عن العمل	20	13.3%
المجموع	150	100%

يتضح من الجدول رقم (4) أن فئة الموظفين جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (38.7%)، تلتها فئة الطلاب بنسبة بلغت (27.3%)، ثم أصحاب الأعمال الحرة والعاطلون عن العمل بنسب أقل، ويُفسّر ارتفاع نسبة الموظفين بأن هذه الفئة ترتبط بشكل مباشر بالسياسات الحكومية والقرارات العامة التي قد تتأثر بنتائج الانتخابات، مما يجعلها أكثر اهتماماً بمتابعة الأخبار السياسية والبرامج الانتخابية، كما أن الموظفين يتمتعون عادةً بمستوى تعليمي وخبرة اجتماعية يساعدهم على إدراك أهمية العملية الانتخابية وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي والمعيشي، أما ارتفاع نسبة الطلاب فيعكس تنامي الوعي السياسي لدى الشباب، واهتمامهم بمتابعة القضايا الوطنية من خلال القنوات الفضائية ووسائل الإعلام المختلفة، خاصة في ظل التحولات السياسية التي تشهدها ليبيا، في المقابل يمكن تفسير انخفاض نسبة العاطلين عن العمل بأن بعضهم قد يشعر بالابتعاد عن مراكز صنع القرار أو يقل اهتمامه بمتابعة الشأن السياسي مقارنة بالفئات الأخرى، فضلاً عن احتمالية ضعف مشاركتهم في الدراسات الميدانية.

– متابعة القنوات الفضائية الليبية:

الجدول رقم (5) يوضح متابعة القنوات الفضائية الليبية

المقياس	ك	%
نعم	92	61.3%
أحياناً	43	28.7%
لا	15	10%
المجموع	150	100%

تشير النتائج في الجدول رقم (5) أن نسبة (61.3%) من المبحوثين يتابعون القنوات الفضائية الليبية بشكل دائم، مقابل (28.7%) يتابعونها أحياناً، و(10%) فقط لا يتابعونها، يمكن تفسير ارتفاع نسبة المتابعة بأن القنوات الفضائية الليبية ما تزال تمثل مصدراً مهماً للمعلومات السياسية والأخبار المتعلقة بالشأن العام، خاصة فيما يتعلق بالقضايا الانتخابية والتطورات السياسية التي تشهدها البلاد. كما أن طبيعة المرحلة السياسية في ليبيا تجعل المواطنين أكثر حرصاً على متابعة المستجدات عبر الوسائل الإعلامية المحلية، أما انخفاض نسبة غير المتابعين فيعود إلى وجود بدائل إعلامية أخرى مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية التي أصبحت تستقطب شريحة من الجمهور، خاصة فئة الشباب، وتتفق هذه النتيجة مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تفترض زيادة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والتغيرات السياسية، كما تتسجم مع هدف الدراسة المتمثل في معرفة دور القنوات الفضائية الليبية في تكوين الرأي العام تجاه الانتخابات.

- عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية الليبية يومياً:

الجدول رقم (6) يوضح عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية الليبية يومياً

عدد الساعات	ك	%
أقل من ساعة	51	34%
من ساعة إلى أقل من ساعتين	47	31.3%
من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات	34	22.7%
4 ساعات فأكثر	18	12%
المجموع	150	100%

توضح النتائج الواردة في الجدول رقم (6) أن نسبة كبيرة من المبحوثين تشاهد القنوات الفضائية أقل من ساعة يومياً، بينما تتراجع نسب المشاهدة الطويلة التي تتجاوز أربع ساعات يومياً، وتشير هذه النتيجة إلى وجود تحول واضح في أنماط استهلاك وسائل الإعلام، حيث لم تعد القنوات الفضائية المصدر الوحيد للمعلومات السياسية كما كانت في السابق، فقد أدى انتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي إلى تقليل الوقت الذي يقضيه الجمهور أمام شاشة التلفزيون، كما أن طبيعة الحياة اليومية وما تتضمنه من التزامات دراسية ومهنية واجتماعية تسهم في تقليل مدة المشاهدة، ومع ذلك فإن استمرار متابعة القنوات الفضائية حتى لفترات قصيرة يؤكد احتفاظها بدرجة من التأثير في تشكيل المعرفة السياسية

للجمهور، وتعكس هذه النتيجة ضرورة تطوير المحتوى الإعلامي وتقديمه بصورة أكثر جاذبية واختصاراً حتى يتمكن من المنافسة مع المنصات الرقمية الحديثة.

- مصادر متابعة الانتخابات:

الجدول رقم (7) يوضح مصادر متابعة الانتخابات.

المصدر	ك	%
القنوات الفضائية الليبية	106	70.7%
وسائل التواصل الاجتماعي	128	85.3%
المواقع الإخبارية والصحف	67	44.7%
الأصدقاء والعائلة	39	26%
المجموع	150	100%

يتبين من الجدول رقم (7) أن وسائل التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (85.3%)، بينما احتلت القنوات الفضائية المرتبة الثانية بنسبة بلغت (70.7%)، وتعكس هذه النتيجة التحول الكبير في البيئة الإعلامية المعاصرة، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً أساسياً للمعلومات السياسية بسبب سرعة نقل الأخبار وسهولة الوصول إليها وإمكانية التفاعل معها، ومع ذلك فإن استمرار القنوات الفضائية في المرتبة الثانية بنسبة مرتفعة يدل على أنها لا تزال تحتفظ بمكانة مهمة كمصدر للمعلومات السياسية، خاصة في ما يتعلق بالتحليلات والبرامج الحوارية والتغطيات المباشرة، وتؤكد هذه النتيجة أن الجمهور أصبح يعتمد على أكثر من مصدر للحصول على المعلومات، مما يزيد من تعقيد عملية تشكيل الرأي العام ويجعل التأثير الإعلامي ناتجاً عن تفاعل عدة وسائل إعلامية في الوقت نفسه.

- مستوى الثقة في المعلومات التي تقدمها القنوات الليبية حول الانتخابات:

الجدول رقم (8) يوضح مستوى الثقة في المعلومات التي تقدمها القنوات الليبية حول الانتخابات.

مستوى الثقة	ك	%
عالية جداً	28	18.7%
متوسطة	91	60.7%
لا أثق بها	31	20.6%
المجموع	150	100%

تشير النتائج في الجدول رقم (8) أن (60.7%) من المبحوثين يتمتعون بدرجة ثقة متوسطة في المعلومات التي تقدمها القنوات الليبية، بينما بلغت نسبة الثقة العالية (18.7%)، في حين بلغت نسبة عدم الثقة (20.6%)، ويعكس ارتفاع الثقة المتوسطة وجود حالة من الحذر لدى الجمهور الليبي تجاه المحتوى الإعلامي، حيث لا يرفض الجمهور القنوات الفضائية بشكل كامل، لكنه في الوقت نفسه لا يمنحها ثقة مطلقة بسبب التجاذبات السياسية والانقسامات التي يشهدها المشهد الإعلامي الليبي، أما انخفاض نسبة الثقة العالية فيشير إلى إدراك الجمهور لوجود بعض أوجه القصور المهنية أو الانحياز السياسي في التغطية الإعلامية، بينما يمكن تفسير نسبة عدم الثقة بانتشار ظاهرة الاستقطاب الإعلامي وتعدد الخطابات السياسية المتناقضة، وتؤكد هذه النتيجة أن القنوات الفضائية ما زالت تمتلك تأثيراً على الجمهور، إلا أن هذا التأثير يتأثر بدرجة المصداقية والثقة التي يمنحها الجمهور لهذه الوسائل.

- العوائق التي تقلل الثقة بالقنوات الفضائية الليبية:

الجدول رقم (9) يوضح العوائق التي تقلل الثقة بالقنوات الفضائية الليبية.

العائق	ك	%
الانحياز السياسي	117	78%
نقص الكفاءة المهنية	89	59.3%
غياب البرامج التوعوية	73	48.7%
التكرار والملل	61	40.7%
المجموع	150	100%

أظهرت النتائج في الجدول رقم (9) أن الانحياز السياسي جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (78%)، يليه نشر معلومات غير دقيقة وضعف التوازن في عرض الآراء، وتشير هذه النتيجة إلى أن أزمة الثقة تمثل أحد أبرز التحديات التي تواجه القنوات الفضائية الليبية. فالجمهور يدرك وجود ارتباطات سياسية أو أيديولوجية لبعض القنوات، الأمر الذي يجعله يشكك في موضوعية الرسائل الإعلامية التي تقدمها، كما أن تكرار الخطاب السياسي المنحاز قد يؤدي إلى تراجع مصداقية القنوات وإضعاف قدرتها على التأثير الإيجابي في الرأي العام. وتؤكد هذه النتيجة أهمية الالتزام بالمعايير المهنية مثل الحياد والتوازن والدقة في نقل الأخبار، خاصة خلال الفترات الانتخابية الحساسة.

- دور القنوات الليبية في تشكيل الرأي العام حول الانتخابات:

الجدول رقم (10) يوضح دور القنوات الليبية في تشكيل الرأي العام حول الانتخابات .

المقياس	ك	%
نعم	98	65.3%
أحياناً	39	26%
لا	13	8.7%
المجموع	150	100%

تؤكد النتائج في الجدول رقم (10) إلى أن (65.3%) من المبحوثين يرون أن القنوات الليبية تسهم في تشكيل الرأي العام حول الانتخابات، مقابل (26%) يرون أنها تؤدي هذا الدور أحياناً، بينما يرى (8.7%) أنها لا تؤدي هذا الدور، ويفسر ارتفاع هذه النسبة بقدرة القنوات الفضائية على عرض القضايا السياسية والانتخابية بصورة مستمرة من خلال النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية والتحليلية، الأمر الذي يسهم في تشكيل اتجاهات الجمهور ومواقفه تجاه المرشحين والقضايا الانتخابية، أما انخفاض نسبة الرافضين لهذا الدور فيعكس إدراك غالبية أفراد العينة للتأثير الذي تمارسه وسائل الإعلام في تكوين المعرفة السياسية وصناعة الرأي العام وتتفق هذه النتيجة مع نظرية وضع الأجندة التي تؤكد أن وسائل الإعلام تؤثر في القضايا التي يفكر فيها الجمهور وتحدد أولويات اهتمامه.

- حيادية القنوات الفضائية الليبية في التغطية الانتخابية:

الجدول رقم (11) يوضح حيادية القنوات الفضائية الليبية في التغطية الانتخابية.

المقياس	ك	%
نعم	18	12%
أحياناً	55	36.7%
لا	77	51.3%
المجموع	150	100%

تشير النتائج في الجدول رقم (11) أن (51.3%) من المبحوثين يرون أن القنوات الليبية غير محايدة في تغطيتها الانتخابية، مقابل (36.7%) يرون أنها محايدة أحياناً، و(12%) فقط يرون أنها محايدة، ويعكس ارتفاع نسبة عدم الحياد حالة الاستقطاب السياسي والإعلامي التي تشهدها ليبيا، حيث ترتبط بعض المؤسسات الإعلامية باتجاهات أو تيارات سياسية معينة، مما يؤثر على طبيعة المحتوى المقدم

،أما انخفاض نسبة الذين يرون أن القنوات محايدة فيعكس ضعف ثقة الجمهور في استقلالية وسائل الإعلام الليبية، وهو ما يفسر أيضاً النتائج المتعلقة بانخفاض مستويات الثقة الواردة في الجداول السابقة، وتتفق هذه النتيجة مع واقع البيئة الإعلامية الليبية التي تنسم بالتعددية السياسية وتباين الخطابات الإعلامية.

- العائق الأكبر الذي يقلل من ثقتك في القنوات الفضائية الليبية فيما يخص الانتخابات:

الجدول رقم (12) يوضح العائق الأكبر الذي يقلل من ثقتك في القنوات الفضائية الليبية فيما يخص الانتخابات

العائق	ك	%
الانحياز السياسي	117	78%
نقص الكفاءة المهنية للمذيعين	89	59.3%
غياب البرامج التوعوية	73	48.7%
التكرار والملل في المحتوى	61	40.7%
المجموع	150	100%

تشير النتائج في الجدول رقم (12) أن أغلب المبحوثين يتمتعون بدرجة ثقة متوسطة تجاه المعلومات الانتخابية التي تبثها القنوات الفضائية، بينما جاءت الثقة العالية والثقة المنخفضة بنسب أقل، ويمكن تفسير ارتفاع الثقة المتوسطة بأن الجمهور يدرك أهمية القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات السياسية، لكنه في الوقت نفسه أصبح أكثر وعياً بوجود بعض أشكال الانحياز السياسي أو التأثيرات التحريرية التي قد تؤثر في طبيعة المحتوى الإعلامي، كما أن التعدد الكبير في القنوات الليبية واختلاف توجهاتها السياسية يجعل الجمهور يتعامل بحذر مع المعلومات التي تقدمها، فيلجأ إلى المقارنة بين أكثر من مصدر إعلامي قبل تكوين رأيه النهائي، أما انخفاض نسبة الثقة العالية فيعكس وجود حالة من التشكيك في حيادية بعض القنوات، بينما ترتبط نسبة الثقة المنخفضة بتجارب سابقة لدى الجمهور مع معلومات اعتبروها غير دقيقة أو منحازة.

- مدى واقعية تغطية القنوات للانتخابات:

الجدول رقم (13) يوضح مدى واقعية تغطية القنوات للانتخابات

البيان	ك	%
واقعية جداً	31	20.7%
إلى حد ما	86	57.3%
غير واقعية	33	22%
المجموع	150	100%

يتضح من الجدول رقم (13) أن غالبية المبحوثين يرون أن التغطية الانتخابية للقنوات الفضائية واقعية إلى حد ما، وتعكس هذه النتيجة وجود تقييم متوسط لأداء القنوات الفضائية، حيث يعترف الجمهور بقدرتها على نقل جزء من الواقع الانتخابي، لكنه في الوقت نفسه لا يمنحها ثقة كاملة بسبب ما يلاحظه من انحياز أو انتقائية في عرض الأحداث، وتشير هذه النتيجة إلى أن القنوات الفضائية تتجح جزئياً في أداء دورها الإخباري، إلا أنها ما زالت بحاجة إلى تطوير مستوى المهنية والموضوعية من أجل تعزيز ثقة الجمهور وتحسين صورتها.

- نوع البرامج المفضلة لمتابعة الانتخابات:

الجدول رقم (14) يوضح نوع البرامج المفضلة لمتابعة الانتخابات

نوع البرنامج	ك	%
نشرات الأخبار	39	26%
البرامج الحوارية	44	29.3%
التحليلات السياسية	31	20.7%
التغطيات المباشرة	18	12%
كل أو بعض مما سبق	18	12%
المجموع	150	100%

تشير النتائج في الجدول رقم (14) تصدر البرامج الحوارية المرتبة الأولى بنسبة مرتفعة مقارنة ببقية الأنواع البرمجية، ويُعزى هذا الارتفاع إلى أن البرامج الحوارية تتيح مساحة واسعة للنقاش وعرض وجهات النظر المختلفة، كما تستضيف خبراء ومحللين سياسيين ومرشحين انتخابيين، الأمر الذي يساعد الجمهور على فهم أبعاد العملية الانتخابية بصورة أعمق، كذلك تمنح هذه البرامج المشاهد فرصة الاطلاع على المواقف السياسية المختلفة ومقارنة البرامج الانتخابية للمرشحين، وهو ما يزيد من جاذبيتها خلال

الفترة الانتخابية أما انخفاض نسب متابعة البرامج الأخرى مثل البرامج الترفيهية أو الثقافية فيعود إلى تركيز الجمهور خلال المواسم الانتخابية على المحتوى السياسي الذي يلبي حاجاته المعرفية المرتبطة بالانتخابات.

- القنوات الليبية تلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام حول الانتخابات:

الجدول رقم (15) يوضح هل القنوات الليبية تلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام حول الانتخابات؟

المقياس	ك	%
نعم	98	65.3%
أحياناً	39	26%
لا	13	8.7%
المجموع	150	100%

أوضحت النتائج في الجدول رقم (15) أن غالبية المبحوثين يرون أن القنوات الفضائية تسهم بدرجة كبيرة أو متوسطة في زيادة معرفتهم بالانتخابات ويفسر ذلك بالدور التوعوي الذي تؤديه القنوات الفضائية من خلال نشر الأخبار السياسية، وتغطية الأنشطة الانتخابية، وشرح الإجراءات والقوانين المنظمة للانتخابات، إضافة إلى تقديم تحليلات وتفسيرات تساعد الجمهور على فهم الأحداث الجارية، كما أن استمرار التغطية الإعلامية للانتخابات يسهم في رفع مستوى الوعي السياسي لدى المواطنين ويزيد من معرفتهم بحقوقهم وواجباتهم الانتخابية، أما انخفاض نسبة الذين يرون أن القنوات لا تسهم في زيادة المعرفة فيرتبط غالباً بعدم ثقتهم في بعض وسائل الإعلام أو اعتمادهم على مصادر بديلة للمعلومات مثل وسائل التواصل الاجتماعي.

- حيادية القنوات الليبية في التغطية:

الجدول رقم (16) يوضح حيادية القنوات الليبية في التغطية

المقياس	ك	%
نعم	18	12%
أحياناً	55	36.7%
لا	77	51.3%
المجموع	150	100%

تشير النتائج في الجدول رقم (16) أن نسبة كبيرة من المبحوثين يرون أن القنوات الفضائية تؤثر بدرجات متفاوتة في تشكيل اتجاهاتهم السياسية، ويعود ذلك إلى قدرة وسائل الإعلام على تحديد القضايا المهمة وإبراز موضوعات معينة دون غيرها، وهو ما يعرف في الدراسات الإعلامية بنظرية وضع الأجندة، حيث تؤثر الوسيلة الإعلامية في أولويات الجمهور واتجاهاته نحو القضايا السياسية، كما أن التكرار المستمر للرسائل الإعلامية واستضافة الشخصيات السياسية المختلفة يؤديان إلى تكوين انطباعات واتجاهات لدى المشاهدين تجاه المرشحين أو الأحزاب السياسية، أما انخفاض نسبة الذين لا يرون أي تأثير للقنوات الفضائية فيعود إلى اعتمادهم على مصادر معلومات متعددة أو امتلاكهم مواقف سياسية مستقرة يصعب تغييرها عبر الرسائل الإعلامية.

– القنوات الليبية تمثل توجهات سياسية معينة:

الجدول رقم (17) يوضح هل القنوات الليبية تمثل توجهات سياسية معينة؟

الإجابة	ك	%
نعم	109	72.7%
أحياناً	28	18.7%
لا	13	8.6%
المجموع	150	100%

أظهرت النتائج في الجدول رقم (17) أن نسبة بلغت (72.7%) من أفراد العينة يعتقدون أن القنوات الفضائية الليبية تمثل توجهات سياسية معينة، وهي نسبة مرتفعة جداً مقارنة بنسبة بلغت (8.6%) فقط الذين يرون عكس ذلك، ويرجع ارتفاع هذه النسبة إلى إدراك الجمهور لطبيعة الخطاب الإعلامي السائد في بعض القنوات، والذي يتسم أحياناً بالدفاع عن أطراف سياسية محددة أو تبني مواقف معينة تجاه القضايا الانتخابية، أما انخفاض نسبة الراضين لهذا الرأي فيؤكد وجود شبه إجماع بين المبحوثين حول ارتباط بعض القنوات بأجندات سياسية واضحة، الأمر الذي يؤثر في مستوى الثقة والمصادقية.

- مدى متابعة الانتخابات:

الجدول رقم (18) يوضح مدى متابعة الانتخابات

المقياس	ك	%
دائماً	71	47.3%
أحياناً	58	38.7%
لا	21	14%
المجموع	150	100%

تبين النتائج في الجدول رقم (18) أن نسبة كبيرة من المبحوثين يتابعون الانتخابات بشكل دائم، وتدل هذه النتيجة على ارتفاع مستوى الاهتمام الشعبي بالشأن الانتخابي، خاصة في ظل الظروف السياسية التي تمر بها ليبيا، حيث ينظر المواطنون إلى الانتخابات باعتبارها وسيلة لتحقيق الاستقرار السياسي وتجديد الشرعية السياسية للمؤسسات، كما تشير هذه النتيجة إلى أن الجمهور يبحث بصورة مستمرة عن المعلومات المتعلقة بالمرشحين والبرامج الانتخابية والتطورات السياسية، مما يزيد من أهمية الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في توجيه الرأي العام.

- مستوى المعرفة بالانتخابات:

الجدول رقم (19) يوضح مستوى المعرفة بالانتخابات

مستوى المعرفة	ك	%
مرتفع	54	36%
متوسط	73	48.7%
منخفض	23	15.3%
المجموع	150	100%

تشير النتائج في الجدول رقم (19) أن المستوى المعرفي المتوسط جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (48.7%)، وتشير هذه النتيجة إلى أن أغلب أفراد العينة يمتلكون معرفة أساسية بالعملية الانتخابية، تشمل فهم أهمية الانتخابات وبعض إجراءاتها، إلا أنهم قد لا يمتلكون معرفة متعمقة بجميع الجوانب القانونية والسياسية المتعلقة بها، ويرجع ارتفاع المستوى المتوسط إلى الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام المختلفة في تزويد الجمهور بالمعلومات الانتخابية، مع وجود تفاوت في اهتمام الأفراد ومعدلات متابعتهم للشأن السياسي، أما انخفاض مستوى المعرفة المرتفعة فيعكس حاجة الجمهور إلى المزيد من البرامج

التوعوية والتثقيفية المتخصصة، في حين أن انخفاض مستوى المعرفة الضعيفة يعد مؤشراً إيجابياً على انتشار الحد الأدنى من الوعي الانتخابي بين المواطنين.

- تقييم مستوى الحيادية في تغطية الفضائيات للعملية الانتخابية:

الجدول رقم (20) يوضح تقييم مستوى الحيادية في تغطية الفضائيات للعملية الانتخابية

التقييم	ك	%
منحازة لجهات سياسية معينة	76	50.7%
متوازنة وتعرض جميع الآراء	29	19.3%
تركز على الخلافات والمشاكل	34	22.7%
لا أستطيع التحديد	11	7.3%
المجموع	150	100%

أظهرت النتائج في الجدول رقم (20) إلى أن نسبة بلغت (50.7%) من أفراد العينة يرون أن القنوات الفضائية منحازة لجهات سياسية معينة، بينما يرى ما نسبته (19.3%) فقط أنها متوازنة وتعرض جميع الآراء، ويعكس هذا التفاوت الكبير إدراك الجمهور لوجود انحياز إعلامي في التغطية الانتخابية، وهو ما قد يؤثر على قدرة وسائل الإعلام في أداء دورها التوعوي والتثقيفي بصورة موضوعية، أما انخفاض نسبة من يرون التغطية متوازنة فيؤكد الحاجة إلى تعزيز المهنية الإعلامية والالتزام بالمعايير الأخلاقية في تغطية القضايا السياسية.

- تأثير التقارير المتعلقة بالتحديات الأمنية والقانونية للانتخابات:

الجدول رقم (21) يوضح تأثير التقارير المتعلقة بالتحديات الأمنية والقانونية للانتخابات

الشعور الناتج	ك	%
تزيد الإصرار على المشاركة	38	25.3%
تسبب التردد في المشاركة	51	34%
تسبب الإحباط وعدم جدوى التصويت	34	22.7%
لا تؤثر على القرار الشخصي	27	18%
المجموع	150	100%

تشير النتائج في الجدول رقم (21) أن النسبة الأكبر من المبحوثين ترى أن التقارير المتعلقة بالمشكلات الأمنية والقانونية قد تسبب التردد في المشاركة بالانتخابات، ويمكن تفسير ذلك بأن البيئة الأمنية تعد

عاملاً أساسياً في تعزيز أو إضعاف ثقة المواطنين بالعملية الانتخابية، فكلما زادت الأخبار المتعلقة بالنزاعات أو الخلافات القانونية أو المخاطر الأمنية، زادت المخاوف لدى الناخبين بشأن نزاهة الانتخابات وسلامتهم أثناء المشاركة، كما أن التغطية الإعلامية المكثفة للأزمات السياسية قد تخلق حالة من الإحباط أو الشك لدى بعض المواطنين، مما يؤدي إلى انخفاض الرغبة في المشاركة، أما الفئة التي ترى أن هذه التقارير تدفعها إلى المشاركة بشكل أكبر، فقد تنطلق من قناعة بضرورة المساهمة في إيجاد حلول سياسية للأزمات من خلال العملية الديمقراطية.

- الدور الأساسي للبرامج الحوارية السياسية:

الجدول رقم (22) يوضح الدور الأساسي للبرامج الحوارية السياسية

الدور	ك	%
تساعد في فهم البرامج الانتخابية	56	37.3%
تزيد من الخلافات والانقسام	41	27.3%
تشجت الانتباه عن القضايا الأساسية	19	12.7%
تقدم تحليلات مفيدة للمستقبل	34	22.7%
المجموع	150	100%

أوضحت النتائج في الجدول رقم (22) أن أغلب المبحوثين يرون أن البرامج الحوارية تساعد على فهم البرامج الانتخابية للمرشحين، ويعود هذا الارتفاع إلى أن هذه البرامج تقدم شروحات وتحليلات تفصيلية حول البرامج الانتخابية، وتتيح للمرشحين عرض رؤاهم السياسية بصورة مباشرة أمام الجمهور، كما تسمح بمناقشة القضايا العامة وطرح الأسئلة التي تشغل الرأي العام، الأمر الذي يسهم في رفع مستوى الوعي السياسي لدى المواطنين وتمكينهم من اتخاذ قرارات انتخابية أكثر وعياً، أما انخفاض نسبة من يرون أن البرامج الحوارية تسبب التشويش أو لا تحقق فائدة كبيرة، فيعكس إدراك معظم الجمهور للدور التثقيفي والإرشادي الذي تؤديه هذه البرامج خلال المواسم الانتخابية.

- تأثير المادة الإعلامية على اختيار المرشح:

الجدول رقم (23) يوضح تأثير المادة الإعلامية على اختيار المرشح

التأثير	ك	%
اختيار المرشح بناء على الكفاءة	58	38.7%
اختيار مرشح يمثل المنطقة أو القبيلة	33	22%
التحذير من مرشحين معينين	21	14%
لا تتأثر بالتلفزيون	38	25.3%
المجموع	150	100%

تشير النتائج في الجدول رقم (23) إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين تتأثر بالمادة الإعلامية عند تقييم كفاءة المرشح وقدرته على إدارة الشأن العام، وتعكس هذه النتيجة الدور المهم الذي تؤديه القنوات الفضائية في توفير المعلومات السياسية اللازمة لاتخاذ القرار الانتخابي. فالإعلام لا يقتصر دوره على نقل الأخبار فقط، بل يمتد إلى تشكيل الانطباعات الذهنية وتقديم الأطر التفسيرية التي يعتمد عليها الجمهور في الحكم على المرشحين كما تدل هذه النتيجة على أن جودة المحتوى الإعلامي ودرجة موضوعيته يمكن أن تؤثر بصورة مباشرة في اختيارات الناخبين وسلوكهم الانتخابي، وهو ما يؤكد العلاقة الوثيقة بين الإعلام والعملية الديمقراطية.

- الأجندة التي تركز عليها الفضائيات عند الحديث عن الانتخابات:

الجدول رقم (24) يوضح الأجندة التي تركز عليها الفضائيات عند الحديث عن الانتخابات

الأجندة	ك	%
التوعية وتشجيع المواطنين	39	26%
تلميع شخصيات سياسية معينة	58	38.7%
نشر الشائعات والانتهاكات	31	20.7%
مناقشة القوانين الانتخابية	22	14.6%
المجموع	150	100%

يتضح من الجدول رقم (24) أن نسبة كبيرة من المبحوثين تعتقد أن القنوات الفضائية تركز على إبراز أو تلميع شخصيات سياسية معينة أكثر من تركيزها على القضايا الانتخابية العامة، ويمكن تفسير ذلك بوجود تصورات لدى الجمهور حول ارتباط بعض القنوات بجهات أو تيارات سياسية محددة، الأمر الذي يجعلها تمنح مساحة إعلامية أكبر لبعض الشخصيات دون غيرها، كما أن المنافسة السياسية خلال المواسم

الانتخابية تدفع بعض الوسائل الإعلامية إلى التركيز على شخصيات معينة لجذب الجمهور أو التأثير في الرأي العام، أما انخفاض نسبة التركيز على القوانين والإجراءات الانتخابية فيشير إلى أن الجانب التثقيفي لا يحظى بالاهتمام نفسه الذي تحظى به الصراعات السياسية والشخصيات العامة، وهو ما قد يؤثر في مستوى المعرفة الانتخابية لدى الجمهور.

- عند تعارض معلومات الفضائيات مع وسائل التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم (25) يوضح في حال تعارض معلومات الفضائيات مع وسائل التواصل الاجتماعي

مصدر التصديق	ك	%
أصدق القنوات الفضائية	36	24%
أصدق وسائل التواصل الاجتماعي	42	28%
أبحث عن مصادر مستقلة	53	35.3%
يعتمد على طبيعة الخبر	19	12.7%
المجموع	150	100%

تشير النتائج في الجدول رقم (25) أن بنسبة بلغت (35.3%) من المبحوثين يلجؤون إلى مصادر مستقلة للتحقق من الأخبار عند تعارض المعلومات، وهي النسبة الأعلى مقارنة ببقية البدائل، ويمكن تفسير ذلك بارتفاع مستوى الوعي الإعلامي لدى الجمهور الليبي وعدم الاعتماد على مصدر واحد للمعلومات، خاصة في ظل انتشار الأخبار المضللة والتغطيات المتباينة للأحداث السياسية، أما انخفاض نسبة الذين يصدقون القنوات الفضائية مباشرة أو وسائل التواصل الاجتماعي مباشرة فيعكس تراجع الثقة المطلقة في كلا المصدرين، واتجاه الجمهور نحو التحقق والمقارنة بين المصادر المختلفة.

- ما يحتاجه المواطن الليبي من القنوات الفضائية لدعم فكرة الانتخابات:

الجدول رقم (26) يوضح ما الذي يحتاجه المواطن الليبي من القنوات الفضائية لدعم فكرة الانتخابات؟

المطلوب	ك	%
وقف خطاب الكراهية والتحريض	61	40.7%
تكثيف حملات التوعية الانتخابية	43	28.7%
استضافة وجوه جديدة وشابة	24	16%
التركيز على الحلول الاقتصادية والخدمية	22	14.6%
المجموع	150	100%

أظهرت النتائج في الجدول رقم (26) أن جاء مطلب وقف خطاب الكراهية والتحريض في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (40.7%)، وتعكس هذه النتيجة رغبة المواطنين في وجود إعلام مهني يساهم في تعزيز التوافق الوطني والاستقرار السياسي بدلاً من تعميق الانقسامات والخلافات، أما انخفاض نسبة المطالب المتعلقة بالقضايا الاقتصادية والخدمية فلا يعني عدم أهميتها، بل يشير إلى أن الجمهور يرى أن معالجة الخطاب الإعلامي المنحاز تمثل أولوية أكبر خلال المرحلة الانتخابية.

(18) نتائج الدراسة:

في ضوء تحليل بيانات الاستبيان الخاصة بدراسة: "القنوات الليبية الفضائية ودورها في تكوين الرأي العام الليبي نحو فكرة الانتخابات"، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، يمكن عرضها على النحو الآتي:

أولاً: النتائج المتعلقة بالخصائص الديموغرافية:

1. أظهرت الدراسة أن نسبة الذكور كانت الأعلى ضمن عينة الدراسة مقارنة بالإناث، مما يعكس اهتمام الذكور بمتابعة القضايا السياسية والانتخابية.
2. تبين أن الفئة العمرية من (18-28 سنة) جاءت في المرتبة الأولى، وهو ما يدل على اهتمام فئة الشباب بالشأن السياسي والإعلامي.
3. كشفت النتائج أن أغلب أفراد العينة من حملة المؤهلات الجامعية، الأمر الذي يعكس ارتفاع مستوى الوعي والمعرفة السياسية لدى المبحوثين.
4. أوضحت الدراسة أن فئة الموظفين جاءت في المرتبة الأولى من حيث المشاركة، مما يدل على اهتمام هذه الفئة بمتابعة التطورات السياسية والانتخابية.

ثانياً: النتائج المتعلقة بمتابعة القنوات الفضائية الليبية:

- 1- أظهرت النتائج أن غالبية المبحوثين يتابعون القنوات الفضائية الليبية بصورة دائمة، وهو ما يؤكد استمرار تأثير التلفزيون في المجتمع الليبي.
- 2- بينت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية لفترات قصيرة نسبياً، نتيجة تزايد الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي.
- 3- كشفت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى كمصدر لمتابعة الانتخابات، تلتها القنوات الفضائية الليبية.

- 4- أوضحت الدراسة أن مستوى الثقة بالقنوات الفضائية الليبية جاء متوسطاً لدى أغلب المبحوثين.
- 5- أظهرت النتائج أن الانحياز السياسي يُعد أبرز العوامل التي تقلل من ثقة الجمهور بالقنوات الفضائية الليبية.
- 6- بينت الدراسة أن القنوات الفضائية الليبية تؤدي دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام تجاه الانتخابات.
- 7- كشفت النتائج أن غالبية المبحوثين يرون أن القنوات الفضائية الليبية غير محايدة في تغطيتها للقضايا الانتخابية.
- 8- أوضحت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يعتقدون أن القنوات الفضائية تمثل توجهات سياسية معينة.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالتأثير الإعلامي والانتخابي:

- 1- أظهرت النتائج أن نسبة كبيرة من أفراد العينة تتابع الانتخابات بصورة دائمة.
- 2- كشفت الدراسة أن مستوى المعرفة بالانتخابات جاء متوسطاً لدى غالبية المبحوثين.
- 3- بينت النتائج أن جزءاً كبيراً من الجمهور يرى أن الفضائيات الليبية منحازة سياسياً في تغطيتها للعملية الانتخابية.
- 4- أوضحت الدراسة أن التغطيات المتعلقة بالتحديات الأمنية والقانونية تؤثر سلباً على بعض المواطنين، وتدفعهم للتردد في المشاركة الانتخابية.
- 5- أظهرت النتائج أن البرامج الحوارية السياسية تساعد الجمهور في فهم البرامج الانتخابية للمرشحين.
- 6- كشفت الدراسة أن المادة الإعلامية تؤثر في اختيار المرشح لدى نسبة كبيرة من الجمهور، خاصة فيما يتعلق بتقييم الكفاءة والبرامج الانتخابية.
- 7- أوضحت النتائج أن عدداً كبيراً من المبحوثين يعتقدون أن بعض الفضائيات تركز على تلميع شخصيات سياسية معينة.
- 8- بينت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يفضلون الرجوع إلى مصادر مستقلة عند تعارض الأخبار بين الفضائيات ووسائل التواصل الاجتماعي.
- 9- كشفت النتائج أن الجمهور الليبي يحتاج إلى إعلام أكثر حياداً، يبتعد عن خطاب الكراهية والتحريض، ويركز على التوعية الانتخابية.

رابعاً: النتائج العامة للدراسة:

- 1- أكدت الدراسة أن القنوات الفضائية الليبية ما تزال تلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام تجاه الانتخابات.
- 2- أظهرت النتائج وجود منافسة قوية بين القنوات الفضائية ووسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الجمهور.
- 3- بينت الدراسة أن أزمة الثقة في الإعلام الليبي ترتبط بشكل أساسي بالانحياز السياسي وضعف المهنية الإعلامية.
- 4- كشفت النتائج أن البرامج السياسية والحوارية تؤثر بصورة واضحة في اتجاهات الجمهور ومواقفهم الانتخابية.
- 5- أكدت الدراسة وجود حاجة ملحة إلى تطوير الأداء الإعلامي الليبي بما يحقق المهنية والحياد والتوازن في التغطية الانتخابية.

(19) توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات، على النحو الآتي:

أولاً: توصيات تتعلق بالأداء الإعلامي:

1. ضرورة التزام القنوات الفضائية الليبية بالحياد والموضوعية في تغطية القضايا الانتخابية.
2. العمل على الحد من الانحياز السياسي داخل المؤسسات الإعلامية الليبية.
3. تطوير الأداء المهني للمذيعين والإعلاميين من خلال الدورات التدريبية المتخصصة في الإعلام السياسي.
4. الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالانتخابات.
5. تجنب نشر الخطابات التحريضية والمحتويات التي تعمق الانقسام السياسي والاجتماعي.

ثانياً: توصيات تتعلق بالتوعية الانتخابية:

- 1- تكثيف البرامج التوعوية المتعلقة بأهمية الانتخابات ودورها في تحقيق الاستقرار السياسي.
- 2- تقديم برامج إعلامية مبسطة تشرح القوانين والإجراءات الانتخابية للمواطنين.
- 3- زيادة التغطيات الإعلامية التي تركز على تثقيف الجمهور بدلاً من التركيز على الصراعات السياسية.

- 4- تشجيع المشاركة السياسية لدى الشباب من خلال برامج إعلامية هادفة.
- 5- تخصيص مساحات إعلامية لعرض آراء مختلف الأطراف السياسية بصورة متوازنة.

ثالثاً: توصيات تتعلق بالمحتوى الإعلامي:

- 1- تطوير البرامج الحوارية السياسية بحيث تعتمد على التحليل الموضوعي بدلاً من الإثارة الإعلامية.
- 2- استضافة شخصيات سياسية وأكاديمية متنوعة لضمان التوازن في الطرح الإعلامي.
- 3- التركيز على القضايا الخدمية والاقتصادية التي تهم المواطن الليبي.
- 4- دعم المحتوى الإعلامي الذي يعزز الوحدة الوطنية ويحد من خطاب الكراهية.
- 5- تقديم تغطيات إعلامية واقعية وشفافة تعكس حقيقة الأوضاع السياسية والانتخابية.

رابعاً: توصيات بحثية وأكاديمية:

- 1- إجراء المزيد من الدراسات الإعلامية حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام الليبي.
- 2- الاهتمام بالدراسات المقارنة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي في التأثير على الجمهور.
- 3- تشجيع الباحثين على دراسة العلاقة بين الإعلام والاستقرار السياسي في ليبيا.
- 4- إجراء دراسات مستقبلية حول تأثير الخطاب الإعلامي على المشاركة السياسية للشباب.
- 5- دعم البحوث العلمية المتعلقة بتطوير الإعلام الليبي وتعزيز مصداقيته لدى الجمهور.

(20) الخلاصة النهائية للبحث:

تؤكد هذه الدراسة أن القنوات الفضائية الليبية تمثل أداة مؤثرة في تشكيل الرأي العام، إلا أن فعالية هذا التأثير تعتمد بشكل كبير على مصداقية المحتوى الإعلامي ومدى ثقة الجمهور فيه.

(21) قائمة المصادر والمراجع المستخدمة

الكتب:

- احمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه ط1 (القاهرة وكالة المطبوعات 1973).
- اسامة عبد الرحيم: القيم التربوية في صحافة الاطفال، ط2 (القاهرة ايتراك، 2006).

- حسن عماد مكاي - ليلي حسنين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة-الدار المصرية اللبنانية-1998).
- عبد الباسط حسن: أصول البحث الاجتماعي، ط 6، (القاهرة، مكتبة وهبة للطباعة والنشر والتوزيع، 1977).
- الرسائل العلمية:
- أبو عجيلة ميلاد سالم عاشور: تأثير استقبال المحطات الفضائية العربية على ثقافة الطالب الجامعية دراسة ميدانية على عينة من طلاب السنوات النهائية بكليتي الآداب والعلوم بني وليد، رسالة ماجستير غير منشورة، (ليبيا - طرابلس -أكاديمية الدراسات العليا، مدرسة العلوم الإنسانية، قسم الخدمة الاجتماعية 2007).
- احمد علي محمد عريقات: دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007م، رسالة ماجستير غير منشورة ، (الأردن - عمان، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الإنسانية، قسم إعلام 2008).
- أشرف جلال حسن: المعالجة الإعلامية لقضايا التعديلات الدستورية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة وأثرها على طبيعة ومستوى المشاركة السياسية للجمهور المصري، (الدوحة - جامعة قطر، كلية الاداب 2008).
- ايمن ابو زيد: اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية ضد الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الاعلام قسم الاذاعة 2006).
- ريمه جلال البدر: دور قناة الجزيرة في تكوين الرأي العام الليبي تجاه القضايا السياسية دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، قسم الإعلام، مدرسة الإعلام والفنون ليبيا 2011).
- علي أحمد محمد الربيعي: الفضائيات الغنائية العربية ودورها في تشكيل القيم لدى الشباب الجامعي الليبي، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة الماجستير غير منشورة، (ليبيا -طرابلس أكاديمية الدراسات العليا قسم الإعلام - مدرسة الإعلام والفنون 2008).
- محمد عبد المجيد: الاتصال في مجالات الابداع الفني الجماهيري، ط 1 (القاهرة، عالم الكتب 1993).

- محمد هلال محمد سيد: دور القنوات الفضائية في امداد الجاليات العربية بالمعلومات السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ،قسم الاذاعة 2007)
- ميرفت الطرابيشي: مدخل الى صحافة الاطفال، (دار الفكر العربي للطباعة والنشر، 2003)
- نادية مصطفى عبده المصري: دور الاتصال في المشاركة السياسية للمرأة المصرية، دراسة ميدانية تحليلية رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة- جامعة القاهرة- كلية العلاقات العامة والاعلان ، 2000).
- نشوة سليمان محمد عقل: المعالجة التليفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة- جامعة القاهرة، كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون 2006).
- وديع الغيزي: دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي السياسي لشباب اليمن، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة صنعاء كلية الاعلام، 2008).

الدوريات:

- إيناس أبو يوسف: الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ط 1 ، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام ،المجلد الثاني، العدد 2001).
- صفاء فوزي: دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية نوفمبر 2008 في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ع 2، (القاهرة: جامعة القاهرة- كلية الإعلام، المجلد 9، يوليو- ديسمبر 2008).
- هويدا مصطفى: استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية الإعلامية حول التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلس الشعب عام 2000 م، ع 1) المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، يناير - مارس 2001 .

المؤتمرات:

- حنان المرجعية بتشكيل الاهتمامات نحو قضايا الإصلاح السياسي لدى الرأي العام المصري، المؤتمر العلمي السنوى الثانى عشر، الإعلام وتحديث المجتمعات العربية لكلية الإعلام ج 1 (القاهرة - مايو 2006).

- نائلة إبراهيم عمارة: دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الانتخابات الرئاسية في مصر، المؤتمر العلمي السنوي الثاني - (حلوان - جامعة حلوان - كلية الآداب (2005،

(Books):

1. **Black**, James A., and Dean J. Champion. *Methods and Issues in Social Research*. New York: John Wiley & Sons, 1976.
2. **Hafez**, Kai, and Philip Seib. *Arab Satellite Channels: The Role of the News Networks in Cross-Border Political Transformation*. 1st Edition. Cairo: International Center for Future and Strategic Studies, 2011.
3. **Paletz**, David L. *The Media in American Politics: Contents and Consequences*. New York: Longman, 2002.
4. **Sotirovic**, Mira, and Jack M. McLeod. "Knowledge as Understanding: The Information Processing Approach to Political Learning." In *Handbook of Political Communication Research*, edited by Lynda Lee Kaid, 357–394. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004.
5. **Wimmer**, Roger D., and Joseph R. Dominick. *Mass Media Research: An Introduction*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company, 1987.

(Journals):

1. **Culbertson**, Hugh M., and Guido H. Stempel III. "How Media Reliance Affects Knowledge Level." *Communication Research*, vol. 13, no. 4 (October 1986): 579–602.

2. **Mulugeta, S.** "Effectively on Television News and Newspapers to Get Information on Elections." *Journal of Communication*, vol. 12,p862–949 1986.