



دور التلفزيون الليبي في زيادة الوعي السياسي لدى المرأة الليبية: دراسة ميدانية على بعض

مدن الساحل الغربي

عادل كعيم

قسم الإعلام - كلية الآداب الجميل

جامعة صبراتة

تاريخ الاستلام: 2025/9/20 - تاريخ المراجعة: 2025/9/25 - تاريخ القبول: 2025/9/28 - تاريخ للنشر: 2025 /10/11

المستخلص:

يتناول موضوع البحث دور التلفزيون الليبي في زيادة الوعي السياسي لدى المرأة الليبية ببعض بلديات الساحل الغربي، وقد تمثلت أهدافه في التعرف على دور التلفزيون الليبي في رفع درجة ومنسوب الوعي لدى المرأة الليبية وتمديد مدى درجة اعتمادها على التلفزيون ومعرفة أنماط وحجم التعرض لمشاهدته، والكشف على أهم دوافع وأسباب المشاهدة، وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي باستخدام العينة العرضية وأشارت نتائج البحث الى أن ثلاثة أرباع العينة يشاهدن التلفزيون بمعدل ساعتين فأكثر، حيث تحرص المبحوثات على المشاهدة في السبب، كما كشفت نتائج البحث بأن البرامج التي تفضلها المرأة الليبية بالدرجة الاولى هي البرامج التي تختص بقضايا المرأة تليها البرامج السياسية، كما أظهرت نتائج البحث أن دوافع المشاهدة للبرامج وفقد تصدرتها الدوافع النفعية للمساعدة في الحوار مع الآخرين في الموضوعات المثارة سياسياً وأظهرت أيضاً عن آرائهن بأن التلفزيون الليبي يخصص البرامج الكافية لتطور الوعي السياسي لدى المرأة الليبية الى حد ما في المرتبة الاولى وقد أكدت عينة البحث على أن التلفزيون يوفر فضاء مناسباً للتعبير عن آرائهن في القضايا المختلفة، وفيما يخص درجة اعتمادهن على التلفزيون في المعرفة بالقضايا السياسية جاءت درجة الاعتماد كبيرة وفي الترتيب الأول وهن يثقن فيه.

الكلمات المفتاحية: التلفزيون الليبي - المرأة - دوافع المشاهدة - الوعي السياسي - البرامج السياسية.

المقدمة:

لقد كان للتطور التكنولوجي آثاره العديدة في مختلف مجالات الحياة ولعل أبرز ما يميز عصرنا الحالي يتمثل بالتطورات المتسارعة في تكنولوجيا الأقمار الصناعية والبيت التلفزيوني، وإن إطلاق أول قمر صناعي في عام 1957 بعد إيدان بتأسيس إمبراطورية لم يعدها الإنسان من قبل تمثلت بالسيطرة على الفضاء الإلكتروني وجعله فضاءً مفتوحاً مزدهماً بعشرات الأقمار الصناعية المزروعة لأغراض شتى، وهذه كانت لحظة الإعلان عن سقوط الحواجز وعبور الزمكانية، وإلغاء المسافات والحواجز ليصبح الإنسان شاهداً على عصره، فهو يرى ويسمع كل ما يحدث في العالم من أحداث ومجريات تصل إليه آنياً، وفتحت لأول مرة في تاريخ الإنسانية الأبواب واسعة للتعرف على شعوب وثقافات مختلفة.

ومن هنا يتأتى دور التلفزيون الذي اقتحم حياتنا بأقصى فاعلية ليسيطر بشكل كامل على النظام الحضاري بمجمله، فبات واحداً من أهم مكوناته المعاصرة، بفعل كونه وسيلة مرئية قادرة على إنتاج خطاب ناجز يمتلك مجمل مقومات التأثير الفعال فهو واضح التعبير وسهل الاستيعاب فضلاً عن كونه وسيلة يدركها ويفهمها الصغير والكبير.

ولن نجافي الحقيقة إن قلنا بأن حياتنا بمجملها صارت ترتكز في الكثير من تفاصيلها على معطيات مرئية يعد التلفزيون من أهم مصادرها المعرفية كما أنه أحد أهم عوامل تشكيل وعينا المعرفي ويتخطى التلفزيون هذا الحد فلا يتوقف دوره هنا بل يتعداه إلى قدرته الإقناعية والإخبارية والترفيهية إلى جانب الترفيه والإرشاد والتسويق وترسيخ القيم والتقاليد السائدة أو حتى تقويضها.

وبصرف النظر عن مصداقيته من عدمها فقد أصبح التلفزيون أكبر مسوق ومروج لأفكار وسياسات المؤسسات التي تبسط هيمنتها عليه، فهو يقوم بعمل السلطة الخفية التي تمارس نفوذاً قوياً من دون أن يعي الجمهور ذلك. لذا يستطيع أن يؤثر على اتجاهات الرأي العام بل وحتى صناعته لصالح تيارات أو مؤسسات أو جهات بعينها. فقد قام التلفزيون بالتأثير على نمط الحياة وتغيير عادات وسلوك الأفراد. ونظراً للأهمية التي يحظى بها التلفزيون جاءت هذه الدراسة لاستطلاع المرأة الليبية ورصد اتجاهاتها إزاء دوره في زيادة وعيها السياسي.

مشكلة البحث:

لقد شهدت الألفية الثالثة انتشاراً واسعاً للفضائيات مما جعل العالم بحق عبارة عن قرية كونية وبشكل موازٍ تنامت قوة وسائل الاعلام وتفاقت حالة التنافس بين القنوات الفضائية لجذب المشاهدين على اختلافهم، الأمر الذي يضع التلفزيون أمام مسؤولية جسيمة ألفت على عاتقه القيام بأدوار مختلفة تتمثل ببرامج وفعاليات وممارسات متنوعة لجذب مشاهديه المحاصرين بكم هائل من الفضائيات التي تسعى لاستقطابهم إليها، وكلها تهدف لتشكيل واقع يتسق مع رؤية من يحرص على تشكيل صورة ما أو ربما تحريفها على حقيقتها. فقد أفرزت هذه الظاهرة متغيرات جوهريّة في الأدوار والوظائف المترتبة على القنوات التلفزيونية مما يجعل منها مرتكزاً للثقافة ومصدراً هاماً لبناء الوعي والتنشئة السياسية كونها حاضرة عيانية في البيوت حيث تتوفر فئات واسعة من جمهور المشاهدين الذين يستغرقون بشكل عرضي في مواد وبرامج تلك القنوات (بطرس، 2007: 13) التي تؤثر بمرور الزمن على الأفراد ومتابعيها من كلا الجنسين فتسهم في تغيير اتجاهات ومعارف من يتعرض لبرامجها ومن ثم تنجح في إجراء ثلاث متغيرات على أهم ثلاث مستويات لدى الأفراد هي:

التأثير في المعرفة، التأثير في الاتجاهات والتأثير في السلوك. (بدران، 2009: 52)

وتأسيساً على ذلك فإن التلفزيون اليوم من خلال برامجه المتنوعة يمارس دوراً ملحوظاً في تناول العديد من القضايا والموضوعات ذات الصلة بشؤون المرأة فضلاً عن حرصه على تقديمها بصورة تحظى بمقبولية مجتمعية وذلك انطلاقاً من الوعي بالمكانة المتميزة التي تحتلها المرأة اليوم في بناء المجتمعات وتطويرها والإسهام بفاعلية في تكوين مستقبلها. وتحظى المرأة في ليبيا باهتمام متزايد على كافة المستويات الرسمية والمجتمعية خصوصاً في السنوات الأخيرة، حيث تفردت ليبيا دون غيرها، إيماناً بدور وأهميتها على صعيد العمل السياسي والوطني. ومن مجمل هذه المنطلقات جاءت هذه الدراسة لمعرفة طبيعة العلاقة بين التلفزيون والمرأة الليبية، متمثلة بسؤال المشكلة التالي:-

ما دور التلفزيون الليبي في زيادة الوعي السياسي لدى المرأة الليبية ؟

أهمية البحث:-

1. الدراسة تسد نقصاً كبيراً في المكتبات العامة.
2. تقوم الدراسة بتصحيح الكثير من الآراء ذات الصلة بدور التلفزيون الليبي بزيادة الوعي السياسي لدى المرأة من خلال ما يقدمه من برامج متنوعة.
3. توفر الدراسة بما ستحققه من نتائج ومعلومات العديد من المرنّيات التي تفيد الباحثين والدارسين والإعلاميين والمؤسسات ذات العلاقة بشأن المرأة.

أهداف البحث:

1. التعرف على دور التلفزيون في رفع منسوب الوعي السياسي لدى المرأة الليبية.
2. تحديد درجة الاعتماد على التلفزيون بما يختص بزيادة الوعي السياسي لدى المرأة الليبية من خلال ما يقدمه من برامج مختلفة.
3. التعرف على أنماط وحجم التعرض للتلفزيون من قبل المرأة الليبية.
4. الكشف عن أكثر الدوافع والأسباب التي تحت المشاهدات للتعرض للتلفزيون الليبي.
5. رصد اتجاهات المرأة إزاء دور التلفزيون ودرجة فاعليته في زيادة الوعي السياسي لديها.

تساؤلات البحث:

1. كيف يتمثل دور التلفزيون في رفع منسوب الوعي السياسي لدى المرأة الليبية ؟
2. ما مدى اعتماد المرأة الليبية على التلفزيون في زيادة وعيها السياسي؟
3. ما أنماط وحجم التعرض للتلفزيون من قبل المرأة الليبية؟
4. ما أبرز الدوافع والأسباب التي تحت المشاهدات للتعرض للتلفزيون؟
5. ما اتجاهات المرأة نحو دور التلفزيون ودرجة فاعليته في زيادة الوعي السياسي لديها ؟

الدراسات السابقة:

في إطار المراجعة للدراسات السابقة للاستفادة من تصوراتها ونتائجها في الدراسة الحالية قامت مجموعة البحث بفحص العديد من الدراسات فلم تجد ما يماثل هذه الدراسة بمتغيراتها الكاملة أو معالجة موضوعها. وتأسيساً على ذلك تم اختيار مجموعة من الدراسات ذات الصلة بمتغير أو أكثر من متغيرات هذه الدراسة:-

- 1- عثمان منصور طاهات (2017) دور التلفزيون الأردني في المشاركة السياسية من وجهة نظر طلبة كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط. رسالة ماجستير غير منشورة. 2017.

سعت الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون الأردني في المشاركة السياسية من وجهة نظر طلاب كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، وقد تكونت عينة الدراسة من 118 طالباً تم اختيارهم بطريقة العينة القصدية، وأظهرت الدراسة أن التلفزيون الأردني يسهم في عملية المشاركة السياسية لدى طلبة كلية الإعلام ولكن بمستوى متوسط. ومن أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة هو:

- كشفت الدراسة التطور الهائل الذي حصل في مجال التلفزيون دفع الجمهور لمتابعته للحصول على المعلومات والبيانات التي يحتاج إليها وتفي بحاجته.
- لقد ساعد التلفزيون الأفراد كثيراً على استيعاب معطيات الواقع وفهم البيئة التي يعيشون فيها لذلك فهو يسهم في تزويد الأفراد بالعديد من المعطيات التي تسهم في بناء الثقافة المجتمعية وتنمية الوعي وبالتالي المشاركة في السياسية أو العزوف عنها.
- كشفت الدراسة بأن الإعلام الديمقراطي المستقل الحر، يلعب دوراً كبيراً في تعزيز قيم الديمقراطية ومن أبرز مظاهرها يتمثل بالمشاركة السياسية. وإقناع الأفراد بالانضمام إلى الأحزاب السياسية ومؤسسات المجتمع المدني والمشاركة في الانتخابات التي تعد من أبرز مظهر المشاركة السياسية.
- وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أن التلفزيون باعتباره أحد أهم وسائل الإعلام يسهم بقوة في تعزيز عملية المشاركة السياسية من خلال توسيع دائرة الحوار السياسي مما يسمح بتدفق المعلومات من أعلى الهرم إلى قاعدته المجتمعية ويعود بالعديد من العوامل التي تسهم في صنع القرار السياسي.
- 2- فرح عبد الله حبيب: (2009) الصحافة وتشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور بمملكة البحرين رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والعلاقات العامة، الجامعة الأهلية. هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور البحريني، مستخدمة المنهج الوصفي مستعينة بأداتي تحليل المضمون التي تكرست لتحليل محتوى صحيفة الأيام والوسط والاستبانة التي وظفتها الباحثة لجمع البيانات والمعلومات. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها:-
- أشارت الدراسة بأن ثمة تقارب واضح بين صحيفة الأيام والوسط فيما يختص بمجموع نسبة الموضوعات والقضايا السياسية التي تعرضت لها الصحيفتان خلال فترة الدراسة.
- بدت صحيفة الوسط لأنها أكثر اهتماماً بالموضوعات السياسية قياساً بصحيفة الأيام.
- أكدت الدراسة بأن الموضوعات السياسية تأتي في أولويات اهتمام القارئ البحريني قياساً بغيرها من الموضوعات المختلفة.
- كشفت الدراسة بأن ما نسبته 43.7% من الجمهور يجد أن المعلومات السياسية التي تقدمها الصحيفتان قيد الدراسة غير كافية لزيادة الوعي السياسي.
- 3- محمد جاسم عبد الله (2008) الدور الاتصالي للمجلس الأعلى للمرأة في دعم المشاركة السياسية للمرأة البحرينية. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم الإعلام والعلاقات العامة، الجامعة الأهلية.
- سعت الدراسة إلى التعرف على درجة تقبل المجتمع البحريني للدور الذي يسهم به المجلس الأعلى للمرأة فضلاً عن تقييم الدور الذي يقوم به في دعم المرأة لخوض انتخابات النيابية والبلدية لعام (2006). وقياس مدى فاعلية وسائل الإعلام المحلية المختلفة في دعم المرأة البحرينية في تلك الانتخابات. وقد تكونت عينة الدراسة من عينة عشوائية طبقية اشتملت على 200 مفردة من الجنسين، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج التي نذكر منها:
- إن أكثر من نصف المبحوثين يرون أن المجلس الأعلى للمرأة يقوم بدوره على أكمل وجه فيما يختص بإقامة البرامج والفعاليات التي من شأنها دعم المرأة في شتى المجالات. حيث جاءت نسبة الموافقة الإجمالية على ذلك 57% مقابل 37.5% تشير على عدم الموافقة.
- إن جهاز الإعلام في المجلس الأعلى للمرأة أظهر فعاليته بشكل جيد من خلال برامجه التي بثها عبر وسائل الإعلام المختلفة، وبنسبة بلغت 60.5% كما أكدت الدراسة على أن المجلس بحاجة ماسة إلى عرض برامجه وفعالياته عبر وسائل الإعلام المختلفة بنسبة 53.25%.
- إن الحلول التي أوجدها المجلس الأعلى لمشكلات النساء البحرينيات من خلال مركز شكاوي المرأة ساعدت في تقليص الفجوة بين المجلس كمؤسسة رسمية والمواطنين.
- 4- نادية رضوان: (1997) " دور الدراما التلفزيونية في تشكيل وعي المرأة" دراسة ميدانية- الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة.
- دراسة وصفية مقارنة استخدمت المنهج الوصفي أسلوب المسح حيث قامت الباحثة باستخدام أداة الاستبيان على فئتين من النساء متساويتين في العدد، خمسين مفردة عينة الفئة الواحدة، تشكلت المجموعة الأولى من النساء المتعلمات وخريجات الجامعة، أما عينة الفئة الثانية فقد جاءت من النساء غير المتعلمات. وهدفت الدراسة بالدرجة الأولى إلى التعرف على نسبة التعرض لوسائل الإعلام من قبل الفئتين وحصر درجة تأثير التلفزيون على رؤية المرأة لدورها في المجتمع الذي تعيش فيه فضلاً عن التعرف على أثر متغير التعليم على ذلك وقد انتهت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:-

- أن ما نسبته 90% من الفئة غير المتعلمة حريصات على متابعة المسلسلات بشكل دائم بينما تقل هذه النسبة لدى فئة المتعلّقات حيث بلغت 68% فقط.
 - لقد اتفقت الفئتان على أن الدراما التلفزيونية سواء الأفلام أو المسلسلات تزودهن بالمعلومات الجديدة وتراوحت النسبة بين 94% لدى غير المتعلّقات و 70% بين المتعلّقات.
 - وفيما يتعلق بالوعي السياسي فقد أشارت أبرز النتائج إلى أن جميع المتعلّقات توفرت لديهن بعض المعلومات فيما يخص الحقوق السياسية للمرأة وأن المصدر الأول لمعلوماتهن السياسية كان التلفزيون بنسبة 100% في حين بلغت نسبة من لديهن معلومات سياسية من فئة غير المتعلّقات 24%.
 - 5- جمال السيد إبراهيم مجاهد: (1993) دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي في العالم الثالث. دراسة لحالة مصر في التسعينيات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، جامعة الإسكندرية.
 - وقد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي في المجتمع المصري، مستخدمة المنهج الوصفي بأسلوب المسح، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:
 - تشترك مؤسسات عديدة في عملية التنشئة السياسية، إلا أن أهم هذه المؤسسات وأبرزها المؤسسات الإعلامية، ويأتي التلفزيون في مقدمتها.
 - أكدت الدراسة على أن عملية المشاركة السياسية هي أهم وأبرز علامة تشير إلى نضج الوعي السياسي لدى الأفراد.
 - أكدت الدراسة على أهمية الدور الذي تمارسه الوسائل الإعلامية في تنمية الوعي السياسي لدى الجماهير.
 - أثبتت الدراسة بأن الإذاعة رغم أهميتها غير أنها لا تحتل المكانة المميزة بين وسائل الاتصال المرئية على وجه الخصوص التي تؤكد دورها في زيادة الوعي السياسي.
 - 6- إيناس محمد فتحي: (1992) الوعي السياسي لدى المرأة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة - جامعة طنطا. كلية الآداب.
 - وقد سعت الباحثة من خلالها إلى التعرف على دور وسائل الإعلام باعتبارها عوامل أساسية في تشكيل وتنمية الوعي السياسي لدى المرأة وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي بأسلوب المسح مستخدمة أداة الاستبيان على 400 مفردة من النساء المصريات. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها:-
 - لقد أكدت الدراسة على وجود عزوف من جانب المرأة إزاء المشاركة في الأنشطة والحياة السياسية.
 - أن وسائل الإعلام المصرية تقوم بدور سلبي قوامه تهميش الدور السياسي للمرأة المصرية وإهمال تنمية وعيها السياسي، حيث تركز هذه الوسائل على الجوانب الاستهلاكية والسطحية المتعلقة بالمظاهر الترفيهية في مضامينها وموضوعاتها أكثر مما تركز على البرامج التوعوية والسياسية التي من شأنها تنمية وتطوير وعي المرأة السياسي.
 - وجدت الدراسة بأن نسب انخفاض مشاركة المرأة في المجالات والحياة السياسية مرده إلى عدم اقتناعها بجدوى وأهمية المشاركة السياسية.
- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:
- لقد استفاد مجموعة البحث من الدراسات السابقة في مجالات عدة منها ما يتعلق بالإطار العام لموضوع الدراسة والبناء المنهجي والتصميمي للشكل الذي ينبغي أن تظهر عليه ومن ثم ساهمت في تحديد نطاق المشكلة وحصر مجالها وتأثير ملامحها فضلاً عن صياغة سؤال المشكلة وتحديد الأهداف وبناء تساؤلات الدراسة وفرضياتها، كما اطلعت مجموعة البحث بشكل واف على التوصيات والنتائج التي توصلت إليها الدراسات فضلاً عن البناء المنهجي للدراسة ونوعها وأداة البحث وكيفية استخدامها وإجراءات تحديد المجتمع والعينة والمعالجات الإحصائية، بالإضافة بناء تصور عام يتماشى مع متغيرات الدراسة الحالية.
- الإطار المعرفي
- أهمية التلفزيون:
- يعد التلفزيون اليوم من أكبر المنظومات المعلوماتية بالغة الثراء لأنه يضطلع بدور بالغ التأثير في الحالة الثقافية والمجتمعية فضلاً عن كونه أداة سيطرة على وعي الشعوب ومحركات السلوك الفردي والجمعي وهو أخطر هوة تقع فيها البشرية لا سابق لها في التاريخ كما لو كانت وظيفته أسر السلوك وتدجين الإنسان بسلوكيات معينة. وهو إذ يغطي اليوم كامل المساحة الحياتية بيني علاقات واسعة بين المعرفة والإنسان وعالمه وأشياءه فهو نافذة نطل منها على العالم بحدائقه وتدفقه المتلاطم المتشابك السريع والمتراكم، أنه حالة من إعادة الصياغة للعلاقة بين الإنسان ومجتمعه وبين الأخير والعالم لقد حطمت الفضائيات حائط الجغرافية وعبرت محظورات الزمن وصارت كيفية لإستعمار العقول وتنميط الذائقة والسلوك وتشكيل قيم عالمية ودفعت بأنماط مختلفة من التعاملات وأحدثت متغيرات عديدة في أساليب التفكير والحياة، فلم تعد الشاشة وسيلة عرض بل أداة خدمة تقدم مضموناً محدداً وتلبس بصفته وطابعه وبهذا تستحيل من مجرد شاشة إلى شاشة ذات خاصية أيديولوجية. وهو ما يصفه هابرماس بالعقلنة الجديدة، العقلنة

التواصلية التي تحل بدلاً من العقلنة الأدائية أو الوسائلية إذا صح تسميتها بذلك، المفروضة من قبله كونها تتناسى وجود الإنسان المدرك الواعي مما دعاه إلى تنظيم العلاقة بين المعرفة والعقل والواقع الاجتماعي التاريخي الذي ينتجها، والذي يعدها صورة مثلى لصيغة تواصلية بين أفراد مجتمع معين، فهي عقلنة تواصلية في أولوياتها تبرز صلة الإنسان بالآخر الشريك لتشكيل لحمة النسيج المجتمعي (فيري، 2006: 17) ومع أن الدراسة هنا لا تهدف إلى التعرض لانحرافات وسلبات التلفاز لكنها لا نجد ضير من استكمال هذه الفكرة بذكر التصورات الموجزة بهذا الخصوص، فنقول بأن هابرماس ليس الوحيد الذي يعبر عن رفضه للتواصلية الادائية بل يشاركه آخرون يخشون أن ينحرف هذا الجهاز الخطير عن المهام السامية المتمثلة في تحقيق الأدوار الوطنية، ونذكر هنا تعليق صحيفة (Daily mirror) البريطانية بالقول: "إذا سمحت لجهاز التلفزيون أن يدخل من باب بيتك فستختلف حياتك بالتأكيد عما كانت عليه من قبل. وقد أسماه البعض بالعين العالمية في حين أطلق عليه فرانك ليود رايت لبان العينين، بينما أطلق عليه الناقد ميلتون شولمان العين النهم، وكان في رأي آخرين العين الشريرة، التي تدمر ليس فقط الأفراد الذين يحملون فيها، بل أيضاً البنية الاجتماعية برمتها- وأكد نيل بوستمان: أننا الآن منغمسون في الإمتاع والتسلية حتى الذقن" (ريغز وبورك، 2005: 308-309) وترى نانسي سكوروبيلي وجربنر بأن التلفزيون يمثل لمعظم المشاهدين عالماً مزعجاً يخلق شعوراً بالقوة والضعف والإثارة يحتوي على أحداث قد تخيف الناس ويميل عالم التلفزيون المزعج والخطير إلى خلق إحساس بالخطر النسبي وعدم الثقة والتبعية وعلى الرغم من طابعه الترفيهي المفترض فهو يؤدي إلى الاغتراب والكآبة (بيرغر، 2012: 171).

إذا لا خلاف على أن القنوات الفضائية تقدم العديد من المعلومات والمعارف السياسية ويعول على دورها في تنمية الوعي ورفع درجته عن طريق البرامج العديدة التي تقدمها سواء كانت ترفيهية أو ثقافية أو إخبارية ولعلها الأبرز هنا بفعل ما تتضمنه من متابعات آنية مصورة وما يرافقها من تحليلات سياسية تنمي الوعي لدى المتابعين لها، مما يعزز من دور التلفاز في حياة الأفراد. لقد شهدت السنوات الأخيرة تعدد وتنوع البرامج في القنوات الفضائية وكلها تسعى لجذب الشباب، ويلاحظ مع هذا التطور إقبال متزايد من قبل الشباب على برامج القنوات إذ يشاهدونها لساعات طويلة والملاحظ أيضاً أن الكثير من المفردات المستخدمة اليوم في لغة وثقافة الشباب مقتبسة من برامج الفضائيات وأن المعلومات المتداولة فيما بينهم هي ما يدور من وقائع في هذه البرامج. وننق جميعاً على أن التلفزيون يشغل حيزاً كبيراً في حياتنا اليومية كما لو كان فرداً من أفراد الأسرة حتى أن البعض يشاهده لما يزيد على الأربع ساعات يومية ولعل السبب يرجع بالدرجة الأولى إلى ما يضيفه من حيوية داخل الأسرة بفعل اللون وقوة الصورة وسحرها فضلاً على حيوية الحركة ودورها الدينامي في أبعاد الرتابة والملل مما يشد المشاهد إلى الشاشة التي يستغرق فيها لساعات دون أن يشعر، لذا يمكن القول من خلال ما تقدم أن التلفزيون يتفرد بهذه الخصائص شأنه شأن السينما إلا أن الأخيرة ينبغي أن تسعى إليها نظراً لطقوسها الخاصة، بيد أن التلفزيون يمثل أمام الفرد في بيته وبين أفراد أسرته وتلك ميزة تحببه أكثر إلى من يشاهده حتى بات يتحكم بالمشاهد أكثر من أي وقت مضى، فهو يعد اليوم من أهم مصادر القوى المؤثرة في المجتمعات فضلاً عن كونه منبراً شديداً للتحرك لمناقشة الأمور المتصلة بحياة الأفراد وبوجودهم المجتمعي نظراً لمن يتيح له من إمكانيات لا حدود لها فما زال التلفزيون يواصل تجديد قبضته على الأسرة باعتباره فرداً فيها، وتؤكد الدراسات بان الأسرة اليوم تشاهد التلفزيون لأكثر من سبعة ساعات، ومن المرجح أن تستمر هذه الساعات بالزيادة مع تحسن الاستقبال وجودة الصورة ودخول المستحدثات التكنولوجية وتحطم الزمكانية فضلاً عن الزيادة الملحوظة في القنوات الفضائية.

وهنا من الواجب علينا ألا نتجاهل التأثير الأعمق للتلفزيون، ونعني به فعل المشاهدة بحد ذاته، وتأثير هذه الوسيلة التي اختارت أن تقف في منطقة وسطى بين أن تكون شكلاً من أشكال الفن أو وسيلة من وسائل الاتصال الترفيهي، وبغض النظر عن التوصيفات ذات الصلة بمهامه وأدواره فهو اليوم واقع يؤكد قيمته وفعاليته في حياتنا المعاصرة ومنها الحياة السياسية، فهو يجذب إليه قاعدة عريضة من جمهور المشاهدين والمتحمسين لرؤية العالم أمام أعينهم على شاشة صغيرة حتى أن بعضهم وصفها بأنه "التلفزيون" يجلب العالم إلى بيتك أو يأخذك إلى هناك. وهذه الصفة تجعله واحداً من أهم المصادر المعرفية في تطوير الوعي لدى متابعيه وبالذات شريحة الشباب حيث تؤكد الدراسات الأميريكية شدة الترابط بين الشباب وحجم التعرض إلى التلفزيون وتلك مسؤولية إضافية تحملها التلفزيون لكي يقوم بتطوير أدواته وطرق تواصله مع الشباب من خلال العديد من البرامج مثل البرامج الواقعية، التفاعلية والتحديث المستمر لأنماط تقديم الأخبار الحية.

ونظراً للدور الذي يقوم به التلفزيون في وقتنا الحاضر يمكن القول بأن اليوم ينافس وبقوة مؤسسة الأسرة والمدرسة والجامعة في تنمية الوعي والمدارك السياسية لدى الأفراد ليكون من أهم مظاهر الممارسات الحياتية بالنسبة للشباب. فضلاً على كونه مصدراً معلوماتياً في مختلف البرامج والمقابلات والأخبار مما يؤكد دوره مرة أخرى في التأثير على رفع المستوى السياسي. وإذا ما حاولنا الولوج لمعرفة موقع المرأة في مضمون عموم وسائل الإعلام أو التلفزيون على وجه الخصوص فإن الصورة لا تسر أحد، مع إن المفترض بهذه الوسائل أن تحفزها وتحفز المجتمع لمساعدتها على أداء دورها في المجال السياسي والحياة المجتمعية وأن يعزز لديها روح الانتماء ويزيد من مداركها ويعمق وعيها المعرفي بأدوارها المختلفة في الحياة والمجتمع، وللأسف مازالت هذه الحقيقة تحبو ببطء شديد "لأن الصورة السلبية وضعف مشاركة النساء في العملية الإعلامية تساهمان في تعزيز اللامساواة الشائعة بين الجنسين" (صقر، 2004: 116) وكلنا يعي الدور المزدوج الذي يمكن للتلفزيون والفضائيات القيام به فبإمكانه أن يقوم بتغيير

وتعديل القيم والعادات والمفاهيم التقليدية ويخلق أشكالاً جديدة من الوعي وقد يقوم على العكس من هذا فيقوم بتدعيم القيم والرؤى التي قد ينجم عنها تزييف الوعي وعدم إدراك الأدوار الحقيقية، فالتلفزيون دوراً مهماً في التشكيل الثقافي القيمي في مجتمعاته، ومن الثابت علمياً بأن الوعي السياسي للأفراد يتكون من خلال التنشئة السياسية والثقافية التي تقوم بها مؤسسات المجتمع ويهمنها من بين هذه المؤسسات التلفزيون والدور الذي يقوم به في عملية التنشئة السياسية والوعي السياسي لأفراد المجتمع.

الوعي السياسي:

يوماً بعد آخر تتفاقم حاجة الإنسان إلى الاتصال والتواصل والتلفزيون هو أسرع وسيلة يعتمد عليها الإنسان لمعرفة ما يجري من حوله ليتخذ القرارات المناسبة في ضوءها وذلك بفضل ركيزتين أساسيتين تمثلتا "بالتقارب بين الثورة المعلوماتية والوسائط الإعلامية الثورتين التكنولوجيتين الأعظم تأثيراً وانتشاراً" (كيلش، 2000: 11) في تاريخ الإنسان المعاصر فكان بداية عصر جديد تعمه ظاهرة العولمة بأبعادها المتعددة التي تعمقت واتسعت بفعل تكنولوجيا الاتصال ورأس المال فالعالم الذي تحول إلى قرية صغيرة بمجسات ذات عقد رابطة يمكن لأي فتح معرفي أو حدث طارئ أن يترك على أحياء القرية صدى وارتدادات يكون لها بالضرورة صدى يتواصل بتداعياته في الأحياء الأخرى، بما يدل على إجراء ناجز بدلالة عمليات التغيير المتسارع في المفاهيم والمدارك والممارسات بين الأفراد والمجتمعات بما يحقق من مستويات التجانس والترابط ودرجات الاندماج فيما بينها. إن هذا الإجراء المستمر في الإنتاج والتوالد مركزه الإنسان الذي يكتشف خصائص الثقافات والتعارضات ويلتزم الجوهرية والثانوية والهش والصلب فهذا الترابط الحتمي بين السبب والنتيجة والذي مركزه الإنسان الذي يعي طبيعة هذا الحراك المولد لحركات أخرى سيفهم حتمية العلاقة بينه والوسط الذي يعيش فيه تجليات الوعي الذي يتكامل بنشوء اللغة التي تؤثر في تكوين الوعي وتطوره فاهتمات الأفراد بالمشاركة الفاعلة بالأمور السياسية والسلطة والظاهرة الثقافية على المدى الواسع هو تعبير عن الوعي السياسي لدى الأفراد. لذا فإن الوعي السياسي يمثل "إدراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكاً مباشراً وهو أساس كل معرفة" (اللورجي، 1990: 253) كما إن الوعي السياسي: هو إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الإقليمي والدولي، ومعرفة طبيعة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تحيط به، ومعرفة مشكلات العصر المختلفة، وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنياً وعالمياً، والوعي السياسي هو طريق الفرد لمعرفة حقوقه وواجباته في كل الأنظمة الديمقراطية أو الشمولية.

ويرى ماركس أن الوعي يصف إحساس المرء بنفسه سياسياً. ويعني ذلك إنه يصف وعي المرء بالسياسة. وهو يرى أيضاً إن الوعي السليم مرتبط بفهم موقف المرء الحقيقي من التاريخ. وبينما جعل هيغل أن الرب هو السبب وراء الوعي لدى الإنسان، ويرى ماركس أن الاقتصاد السياسي هو المحرك للعقولي القرن العشرين، طور العديد من المفكرين والحركات الاجتماعية هذا الاستخدام للوعي، وقد نجد أن المصطلح ينكشف بمدلوله على المجال السيكلوجي والاجتماعي كونه يظهر ميلاً عمودياً وافقياً نحو مجالات علم النفس والاجتماع والايديولوجية واتسعت امتداداته التي يدب عليها، حتى أنه يسمى بالوعي السياسي والوعي الاقتصادي لذا يأخذ دلالات عديدة تبعاً للاختلاف الأيديولوجي والبيئي للمجتمعات البشرية" (اولدوف، 1978: 73) ومن المنظور الماركسي نرى أن الجوهر في السياسة يدور حول الصراع الطبقي والطبقة هي المحرك القادر على نشئ الوعي السياسي في مجتمعاتها شريطة أن يكون متسقاً مع المصالح التي تتطلع إليها، بينما في العرف الرأسمالي يتركز الأمر بالمقام الأول على حياة الأفراد وفهمهم للسياسة في ضوء حرية التعبير والسوق الحرة وكلها تظاهرات لإنتاج وعياً سياسياً مؤثراً في المواضيع والقضايا التي يعيشها الإنسان. لذلك يعتبر الوعي يهدف الديمقراطية كمفهوم وسلوك، ومن الطبيعي أن يتأثر الوعي السياسي بالأحداث والمتغيرات التي تحدث في العالم حيث تؤثر بدرجة الوعي السياسي مهما كانت ثقافته منغلقة أو منفتحة على العالم الآخر وبالتالي فالوعي السياسي قابل للتغيير تبعاً لحالة البيئة التي يتعايش فيها على أساس أنها في حالة حراك دائم ومتغير يتبعها الوعي في ذلك فلكل حقبة زمنية أفكاراً ومفاهيم ترفع كشعارات تمثل مرحلتها وتستقبلها الشعوب وتؤثر في وعيهم السياسي وهو ما نجده في هذه الحقبة حيث ترتفع الأصوات مطالبة ببعض المفاهيم كالحرية - حقوق الإنسان، الديمقراطية الإصلاح السياسي العدالة المصالحة... الخ، وكلها نتاج تداعيات النموذج الأمريكي. وعلى العموم يمكن وضع ثلاث مرتكزات تمثل جوهر المفهوم هي: الإدراك والمعرفة، الوجدان، النزوع والإرادة وإذا ما أردنا صياغة مفهوماً عاماً للوعي السياسي فيمكن القول " بأنه العوامل المرتبطة بالبيئة الإنسانية ومعرفة الإنسان بتلك البيئة من جميع النواحي معرفة واعية بحيث يستطيع تحليلها ومعرفة نتائجها ومن منظور علم النفس فهو شعور الكائن الحي بنفسه أو ما يحيط به" (بكار، 2000: 9) لذا نجد أن الجوهر في فهم المصطلح يتركز في معرفة وإدراك الفرد للبيئة المعاشة والتحديات التي يتسم بها العصر والقوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار على المستوى المحلي والدولي فضلاً عن القدرة على رصد الأحداث وتحليلها وآثارها وتأثير العوامل المحركة وربطها بالأعراف والثقافات والقوانين السائدة إلى جانب المعرفة بمتطلبات المرحلة ومعطياتها السياسية، لتقصي ثنائيات الخطاب الراهن لمعرفة أهداف الآخر مما يفضي إلى القول بأنه حالة يقظة فكرية صافية يدرك فيها الإنسان قدرته على التفهم والتحليل وبالتالي فإن الوعي السياسي هو قوة استقرار المجتمع في تعاملاته الداخلية والخارجية (الجبير، 2000: 21) وإذا كانت " السياسة تشمل حكم الدول وحكم المجتمعات الإنسانية، فكلما حكم تعني عندئذ السلطة المنظمة ومؤسسات القيادة" (ديفرجي، 1970: 7).

وتأسيساً على ذلك تعتبر السياسة نمط من أنماط النظم الاجتماعية التي يتدارسها علم الاجتماع على اعتبار أن ثمة علاقة تبادلية بينة والسياسة من خلال دراسة ما يدور في البيئة المجتمعية و فيضوء هذا التصور ينكشف المصطلح على الاهتمام برعاية شؤون الناس فسيكون الوعي مترابط لازم لحسن القيام بهذه الرعاية التي تشكل البيئة والمساحة المشتركة في إنتاج وتفاعل الطرفين. وتأسيساً على ذلك يمكن أن نستخلص أهم العناصر التي تحدد هذا المفهوم:

- 1- إدراك ومعرفة الفرد للعالم السياسي من حوله.
- 2- الاقتناع بممارسة العمل السياسي والمشاركة فيه.
- 3- الممارسة العملية للمشاركة السياسية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مثل المعرفة والعضوية في هيئات طوعية.
- 4- الوعي السياسي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالثقافة السياسية والتنشئة السياسية التي تمكن الفرد من إدراكه لنفسه وللسياسة الموجودة داخل المجتمع الذي يحيا فيه.
- 5- الوعي السياسي هو العملية التي بمقتضاها يتكون الإنسان السياسي، وتتبلور الثقافة السياسية لمجتمع ما ويعتبر الأساس النظري للفعل السياسي. (عبد المطلب، 2017: 10) وإذا ما حاولنا استنتاج النقاط سابقة الذكر فسننتهي إلى القول بأن الفكر والثقافة المنتجة منه هما وسائل منتجة للوعي السياسي لأن الثقافة هي الممارسة الإجرائية في تشكيل الوعي السياسي الذي يسود في بيئة ما وهي تأتي أصلاً في إطار عمليات التنشئة السياسية، وهى لا تنتج من الفراغ كونها خلاصة التعبير عن مجمل نوع الرؤى والقيم والأفكار وتنوع الهياكل السياسية وصيرورته، وعدمها مرتبط بحميمية مع هذه الثقافة وبنيتها التحتية من أفكار وقيم لذلك، فهي تتحكم بالسيطرة على محركات الوعي السياسي كونها الأداة الموجهة له كما أنه عملية تراكمية تواكب الانسان في حياته وليس مرحلة مؤقتة يعيشها وتمضي وإنما حركة دائمة من أجل الإحساس والإدراك والمعرفة والعمل (بكار، 2000: 21).

إن التأمل في كل المعطيات المتأصلة مع مفهوم الوعي تسحبنا لتحديد أكثر دقة على المستوى المفاهيمي والأبستمولوجي للمصطلح من حيث أن الوسائل المنتجة للوعي عموماً هي عبارة عن عمليات ذهنية وشعورية بالغة التعقيد، وهنا ينبغي التأكيد على أن الفكر لوحده ليس كافياً لتشكيل الوعي فهناك الحدس والخيال والأحاسيس والمشاعر والإرادة والضمير بالإضافة إلى المبادئ والقيم والمرتكزات الفطرية وحوادث وتجارب الحياة والنظم الاجتماعية والظروف التي تكتنف حياة الفرد. إن هذا الخليط الهائل من مكونات الوعي يعمل على نحو معقد جداً لتنشئ الوعي السياسي لدى الأفراد. ومن خلال ما تقدم يمكننا أن نضع تعريفاً للوعي السياسي بأنه "عملية إدراك الإنسان للأحداث والقضايا السياسية التي تحدث في محيطه المعاش أو في المجال الدولي ودرجة معرفته بها وفهمها وتحليلها وربطها بالأسباب المنتجة لها واستشراف آثارها، فضلاً عن المشاركة في الحياة السياسية وممارستها. أهمية الوعي السياسي:-

كثراً ما يُرد الوعي السياسي إلى معطيات التنشئة الاجتماعية والسياسية باعتبار التنشئة إحدى أهم المرتكزات الجوهرية في تشكيل الوعي السياسي الذي يحدد طبيعة سلوكه ونظرته إزاء ذاته والمجتمع الذي يعيش فيه ويشغل عليه (إبراش، 1998: 97) ومن المنطلقات التي أكدت دور وأهمية الوعي السياسي في التنمية الشاملة فإن البلدان اليوم تدرك هذه الحقيقة وتعمل بوسائل كثيرة مستخدمة كل ما يتوفر لها من أدوات لرفع درجة الوعي لدى مواطنيها لربط شعوبها بالأهداف الوطنية والقومية عن طريق تنشيط المواطنين سياسياً والسعي إلى جعل اهتماماتهم واتجاهاتهم موافقاً عامة لزعهم فيالحراك الوطني العام وتحجيم الفتور السياسي مستغلة تأثير وسائل الاتصال بتقديمها للتلفزيون (سعد، 1998: 368).

وتأكيداً على ما سبق بأن الوعي السياسي يرتبط بالبيئة المجتمعية بما تفصح عنه من تحديات تفرض حاجة ملحة لوجود ذلك الوعي الذي يساعد على معرفة الأحداث وتحليلها وما ستؤول إليه من نتائج وآثار وتطورات في المجتمع الذي يعيش فيه الفرد من أجل وضع الخطط والتدابير القادرة على إحداث تغييرات سياسية واقتصادية واجتماعية للنهوض بالواقع السياسي بالإضافة إلى تحديد دور الدولة ومؤسساتها في التعامل مع القضايا التي تحدث داخل المجتمع وإن الوعي السياسي الموجود لدى الأفراد غالباً ما يقيد حركة الدولة من خلال قدرته على تشكيل رأي عام فيصبح للشارع دوراً بالضغط على الحكومات والمطالبة بالحقوق العامة (الشامي وعيد الحميد، 2012: 19).

لذا فإن الوعي السياسي في مجتمعات الدول المتقدمة يحتل أهمية كبيرة كونه أحد أهم مسارات التغيير الثقافي والاجتماعي والسياسي ومن أهم مصادر تكوينه الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام الخاصة والعامة على حد سواء ومنظمات المجتمع المدني على تنوعها فضلاً عن عملية التنقيف الذاتي لدى الأفراد عن طريق قراءة الصحف والدوريات بالإضافة إلى المشاركة والشراكة السياسية والمجتمعية في الانتخابات والتظاهرات والتصويت والاستفتاء وغيره وهي كلها ممارسات وفعاليات يقوم بها الفرد فتبنى مداركه الذهنية وتكسبه خبرات سياسية وفكرية تسهم في بناء وتطوير تنشئته السياسية والاجتماعية وتسديد رؤاه مما يفرض على توفير فرصاً لمساحات سياسية ايجابية وقيم مجتمعية تعكس تأثيرات فاعلة على تنمية وتطوير العمل الديمقراطي. لكن ذلك يستدعي أن يمتلك الأفراد رؤية ووعياً ثقافياً وسياسياً يتسم بالشمولية والعمق، ليخطو فعلياً بخطوات إيجابية نحو المفاهيم الديمقراطية والقضايا

الوطنية ويجعل منها ممارسة سلوكية في المجتمع الذي يعيش فيه لذا فإن الوعي السياسي اليوم بات مطلباً وضرورة ملحة في حياتنا المعاصرة من أجل تعميق الديمقراطية وتجدرها مما يفرضي إلى تحقيق العدالة والمساواة وبهذا تترسخ القيم والمعاني السامية و يتنامى الشعور بالانتماء الوطني لدى الأفراد، وهذا التصور هو في معناه الإيجابي مظهر من المظاهر التنموية في مجال السياسة والمجتمع والثقافة وتنشيطه وتفعيله يشكل حالة تنويرية ترمز لفطنة المواطن لحقوقه المدنية والقانونية إلى جانب الالتزامات الدستورية المترتبة عليه للمجتمع، ولعل المرأة اليوم هي من أكثر الفئات المجتمعية تفاعلاً مع دائرة الوعي السياسي لما لها من إسهامات في تنشيط السلوك والممارسة السياسية كونها مصدر طاقة بناءة لا يستهان بها وتستدعي الضرورة هنا العمل الدؤوب والجاد لزوجها في العمل السياسي بما يعزز التجربة الديمقراطية ويقوي أواصرها في فضاءات العمل السياسي ومجالات الممارسة المختلفة بما يعزز الثقة بهذه الشريحة الواسعة ويضعها في أولويات بناء المجتمع الديمقراطي واشتراطاته.

ولابد أن نذكر بأن ثمة نتائج سلبية تترتب على غياب الوعي السياسي تنعكس على تعطيل بناء التطور السياسي والديمقراطي، إذ يخسر النظام المجتمعي بوصلة تأمين الاتجاه فيفقد الرؤية مما يفرضي إلى انهيار القيم وتراجع حملات البناء وتعطيل المجتمع، عندها سيكون من الصعوبة أن يتعرف مجتمع ما على واقعه بسبب زيادة مواطن الضعف وكثرة التحديات التي ستواجهه على الصعيدين الداخلي والخارجي. وحينها لا أحد يستطيع التكهن بالتداعيات التي ستترتب على غياب الوعي السياسي وتأثيرات ذلك على المجتمع والأفراد، وبذلك سيفقد المجتمع فرصاً عديدة في مجالات التقدم والتنمية الشاملة.

ولذا يمكن القول أن هذه المسؤولية مشتركة بين وسائل الإعلام والأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني، فضلاً عن البرامج السياسية الناجحة التي تعدها الدولة، ومن واجب وسائل الإعلام والتلفزيون بشكل خاص كونه الوسيلة التي تحظى بمساعدة واسعة من المشاهدين ولسهولة توفره داخل البيوت وسط الأسرة، نقول أن تعمل جميع هذه المنابر على وضع برامج ناجحة لتنشيط المجتمع على إدراك أهمية قيمة الوعي السياسي في تكريس مفهوم الديمقراطية ودعم البرامج التي تعمل على الارتقاء بعملية التطوير وتحريك عجلة الانفتاح السياسي لمنعها من التصلب والتحجر الذهني والانتقال بها إلى فضاءات أوسع وأرحب لتلحق بركب الانفتاح الفكري والسياسي والثقافي من خلال العمل بوسائل وأساليب وأدوات جديدة تتواءم والمقاييس المعرفية الدولية وتنسجم مع منظومة المجتمع العربي الإسلامي على كافة الأصعدة سواء كانت ثقافية أو أخلاقية أو سياسية أو مجتمعية

مكونات الوعي السياسي:

من الصعب فحص الأليات التيكتسب الأفراد من خلالها وعيهم السياسي في توجهاتهم ووجهات نظرهم السياسية، إذ ينبغي أن يتم ذلك من خلال اكتشاف القنوات التابعة لمصادر الوعي السياسي والتي تتكون هي الأخرى من مجموعة من القنوات. (داوسن، 1990: 154)

وفي الحديث عن مصادر الوعي السياسي ومكوناته يبرز للواجهة اتجاهان الأول يصفها بأنها عمليات نقل التوجهات السياسية من جميع المراكز المسؤولة عن تشكيل تنشئة الوعي السياسي إلى الفرد المراد تنشئته عليها (داوسن، 1990: 130) أما الثاني فيركز بصورة أكبر على نمو وتطور الوعي السياسي للفرد وتكوين أسلوب خاص في التفكير حول السياسة والعلاقات السياسية. (حمادة، 2005: 17) ويمكن وضع تحديدات أكثر دقة ووضوح في هذا المنحى، عبر تداخل الوعي السياسي بمؤسسات التنشئة السياسية والسوسيولوجية للمجتمعات البشرية، وأولها هي:

المؤسسات الأولية: وتقسم إلى:

العائلة (الأسرة):

- هي المدرسة الأولى التي يلتقي فيها الفرد ببنات الوعي المبكرة من خلال الوسط الذي يعيش فيه وفاعلية وقوة الارتباط بين الفرد والأسرة فكلما زاد الارتباط كلما قوي تأثير المجموعة على الفرد وهذا ما يمكن الأسرة من القيام بدور بالغ الأهمية في تنشئة الوعي السياسي وتشكيل الإدراك الابتدائي حيث يتعرف على بعض الأمور ذات الصلة بالسياسة. ويؤكد عالم الاجتماع الفرنسي- دوركايم- كثيراً على دور الوالدين والأسرة في التنشئة السياسية على اعتبار أغلب المكونات الثقافية الأولى مصدرها الأسرة (الأسود، 1990: 234) ويحدد (ديفد إيستن) أربع مراحل تتوالى في تنشئة الوعي:

- 1- مرحلة التسييس (politization) وخلالها يشعر الطفل بوجود عالم ومواقع سياسية في محيطه الاجتماعي.
- 2- مرحلة الشخصية (Personalization) وفيها يتعرف على بعض الوجوه السياسية التي ستمثل له مجسات الاتصال مع السلطة.
- 3- مرحلة تصوير وتكوين قيم محددة (Idealization) وفي هذه المرحلة يتبنى الطفل بعض وجهات النظر التي كونها عن السلطة سواء كانت مقبولة أو غير مقبولة.
- 4- في المراحل اللاحقة يحقق الفرد نوعاً من الاستقلال في آرائه إزاء الأفكار والمعتقدات الموجودة في البيئة المجتمعية والسياسية المتواجدة فيها (شفيق، 1998: 127).

التعلم والمدرسة:

وتعد المدرسة من أهم المؤسسات التي تسهم في تشكيل مدارك الطالب وتنشئته السياسية بعد العائلة من حيث تعميق الشعور بالانتماء للمجتمع وبناء الشخصية والتثقيف وصياغة الأفكار والاتجاهات المجتمعية مستعينة بوسائلها وأساليبها المعروفة. (طاهر، 1988: 412) لذلك تعد المدرسة أحد أهم الأدوات الرئيسية في تشكيل التربية الوطنية وستعكس بالضرورة التنشئة الواعية على شخصية الفرد وسلوكه السياسي.

الجامعة:

وتعتبر الجامعات من أهم المؤسسات المنتجة للكوادر المتعلمة ودورها في حياة المجتمعات بالغ الأهمية بفعل مشاركتها الفاعلة بصنع القرارات السياسية وتمثل على الدوام قوة ضغط على الحكومات كما تسهم في وضع الخطط والبرامج التنموية والعملية من خلال مراكز الأبحاث وتؤثر كثيراً في زيادة الوعي السياسي ونشره بين أفراد المجتمع. وغالباً ما تكون المجتمعات التي تتمتع بمستوى عال من التعليم تكون ذات مستوى عال أيضاً من الوعي السياسي.

الدين:

يحتل الدين هو الآخر أهمية كبيرة في تهذيب الأفراد كونه يؤثر بقوة على مواقف الأفراد وسلوكياتهم مما يترك تأثيراً كبيراً في تشكيل الوعي السياسي (جابر، 1990: 98).

المؤسسات الأساسية: ويمكن تقسيمها إلى ما يلي:

جماعات الضغط:

وهي من أهم المكونات التي تسهم بفاعلية في تنمية الوعي السياسي إزاء الأحداث التي يمر بها المجتمع الذي يعيش به الفرد وتكون مواقف هذه الجماعات واتجاهاتها تبعاً لما ينسجم مع مصالح الأفراد الذين يشكلون جماعات الضغط بأسلوب مباشر أو غير مباشر على الحكومات، مما يعكس نمطاً معيناً من السلوك والوعي السياسي الموحد لدى الأعضاء أو المؤسسات والشركات والنقابات أو الاتحادات ووسائل الإعلام التي تتحكم بها، والجماعات ظاهرة قديمة غير أنها برزت بقوة في الحياة السياسية المعاصرة في الولايات المتحدة الأمريكية ومنها عرف مصطلح (اللوبي).

وسائل الإعلام:

من المعروف أن وسائل الإعلام التقليدية والحديثة تسهم اليوم بشكل بالغ التأثير في التداخل الثقافي بين الشعوب مما ساعد كثيراً على الاطلاع الواسع والسريع على الأحداث السياسية وكل ما يهم الأفراد في الحدود المحلية أو الدولية على حد سواء وبذلك يتكون نوعاً من الوعي السياسي، ووسائل الإعلام قوة في فرض آراءها وتوجهاتها على الحكومات وسياساتها ومن الطبيعي أن تؤثر وسائل الإعلام على الأفراد الذين يتعرضون لها (الشامي وعيد الحميد، 2012: 29-31) ويمكن أن نضيف إلى ما سبق أدوات أخرى لها دورها أيضاً في تنمية الوعي السياسي وتشكيله لدى الأفراد كالخطاب السياسي الرسمي وغير الرسمي والمقصود به هنا هو ما يتعرض له الأفراد من مضامين ووسائل الإعلام الرسمية أو غير الرسمية مثل المجلات والنشرات التي تصدرها الجمعيات السياسية أو من خلال شبكات التواصل أو عبر وسائل الإعلام الإلكتروني والمشاركة السياسية وأيضاً من المفردات الأخرى الانخراط في عضوية الجمعيات ومؤسسات المجتمع المدني ومن ثم الانتخابات باعتبارها من أعلى درجات المشاركة السياسية وهذه كلها توفر حجماً كبيراً وهائلاً من المعلومات التي تنمي الثقافة والقناعات والمواقف، مما يجعل من هذه الوسائل مصادر معرفية لبناء وتعميق الوعي السياسي كونها تعرض مجموعة من التجارب والخبرات التي تسهم في تشكيل الوعي السياسي لدى الأفراد.

إجراءات البحث وتحليل العينة:

نوع البحث:

تصنف هذه الدراسة من ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الاتجاهات والظواهر والأحداث والدوافع أو استخدامات الوسائل الاتصالية، كونها "تجمع البيانات والمعلومات عن ظاهرة ما ثم يتم تسجيل الملاحظات عنها ووصف الظروف الخاصة بها لغرض وضع تعميمات تتعلق بالظاهرة نفسها" (ابراهيم، 2000: 40).

منهج البحث:

تعتمد هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي "يدرس الظاهرة كما هي بغرض التعبير عنها" (عمر، 2002: 210) إذ يُعد أسلوب المسح هو الأسلوب العلمي الأمثل لملائمة أهداف الدراسة الحالية وتطلعات مجموعة البحث.

مجتمع البحث:

يعرف مجتمع الدراسة " بأنه جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها" (الحيزان، 2004: 21) وتأسيساً على ذلك فإن مجتمع الدراسة الحالية يتمثل بالمرأة الليبية في عدد من بلديات الساحل الغربي وهي بلدية العجيلات المركز، بلدية الجديدة، بلدية الجميل.

عينة البحث:

هي عينة بالمصادفة (عينة عرضية)، دون أن تتساوى فيها اعداد الفئات كونها لأعمار متنوعة ولوظائف مختلفة. وتم تحديد هذا النوع من العينات نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة ومحاولة من الباحث تمثيل المجتمع أفضل تمثيل ممكن عن طريق تقسيم

المبحوثات إلى فئات مختلفة لصعوبة الوصول الى كافة افراد المجتمع الاصلي، وقد تكونت عينة الدراسة من 170 مفردة تم استبعاد 13 منها لعدم صلاحيتها، لتتحدد في النهاية من 157 مفردة من النساء الليبيات في عدد من بلديات الساحل الغربي. حدود الدراسة:

- الحدود الزمنية أجريت هذه الدراسة خلال الفترة الزمنية المبتدئة خلال العام الجامعي 2024، 2025.
- الحدود المكانية: حددت الحدود المكانية للدراسة في عدد من بلديات الساحل الغربي كما هو وارد في مجتمع البحث.

الأداة المستخدمة في البحث:
تعرف الأداة "بأنها طريقة أو وسيلة تهدف لجمع البيانات والمعلومات من المجتمع الذي تقصده الدراسة (بدر، 1988: 145) وقد صمم الباحث استمارة الاستبيان التي تم تطبيقها على مفردات العينة، وقد مر إعداد هذه الأداة بالمرحلة العلمية المتعارف عليها من عرضها على المختصين وتحديد الأهداف والبيانات المطلوب جمعها وإعدادها في صورتها الأولية ومراجعتها منهجياً وعلمياً. إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: إجراءات الصدق:
لكي يتأكد الباحث من صدق أداة جمع بيانات (صحيفة الاستبيان) والتي تعبر عن مدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، ولكي تتطابق المعلومات التتيقن الباحث بجمعها بواسطة الأداة مع الحقائق الموضوعية (طايح، 2009: 253) وقد تم ذلك بمراجعة الجانبين التاليين:

(أ) مراعاة الصدق الظاهر

(ب) مراعاة صدق المحتوى

وفيما يلي خصائص عينة البحث:

جدول رقم (1) خصائص عينة البحث

المتغير	الفئات	ن=157	
		ك	%
المستوى التعليمي	أساسي	12	7.64
	متوسط	25	15.92
	جامعي	110	69.43
	ماجستير	8	5.10
	دكتوراه	3	1.91
المرحلة العمرية	من 20-25	17	10.83
	30-26	62	39.49
	من 31-35	38	24.20
	40-36	21	13.38
	45-41	13	8.28
	من 46- فأكثر	6	3.82
المهنة	طالبة	9	5.73
	موظفة	69	43.95
	متقاعدة	51	32.48
	ربة بيت	24	15.29
	أعمال أخرى	4	2.55
مستوى الدخل الشهري	أقل من 900	53	33.76
	من 900 لأقل من 1150	38	24.20
	من 1150 لأقل من 1400	29	18.47

المتغير	الفئات	ن=157	
		ك	%
	من 1400 - 1650	27	17.20
	1650 فأكثر	10	6.37
الحالة الاجتماعية	عزباء	21	13.38
	متزوجة	81	51.59
	مطلقة	42	26.75
	أرملة	13	8.28

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أولاً: بالنسبة للمستوى التعليمي: يتوزع عن المبحوثات طبقاً للمستوى التعليمي إلى: جامعي بنسبة 69.43%، ومتوسط بنسبة 15.92%، وأقل من متوسط بنسبة 7.64% وماجستير بنسبة 5.10%، ودكتوراه بنسبة 1.91%.
- ثانياً: بالنسبة للمرحلة العمرية: يتوزع عن المبحوثات طبقاً للمرحلة العمرية إلى: من سن 26-30 بنسبة 39.49% ومن سن 31-35 بنسبة 24.20% ومن سن 36-40 بنسبة 13.38% ومن سن 20-25 بنسبة 10.83% ومن سن 41-45 بنسبة 8.28% ومن سن 46- فأكثر بنسبة 3.82%.
- ثالثاً: بالنسبة للمهنة: يتوزع عن المبحوثات طبقاً للمهنة إلى: موظفة بنسبة 43.95% ومتقاعدة بنسبة 32.48% ومن ربة بيت بنسبة 15.29%، طالبة بنسبة 5.73% وأعمال أخرى بنسبة 2.55%.
- رابعاً: بالنسبة مستوى الدخل الشهري: يتوزع عن المبحوثات طبقاً مستوى الدخل الشهري إلى: أقل من 900 بنسبة 33.76% ومن 900 لأقل من 1150 بنسبة 24.20% ومن 1150 لأقل من 1400 بنسبة 18.47%، من 1400-1650 بنسبة 17.20% ومن 1650 فأكثر بنسبة 6.37%.
- خامساً: الحالة الاجتماعية: يتوزع عن المبحوثات طبقاً للحالة الاجتماعية إلى متزوجة بنسبة 51.59% ومن مطلقة بنسبة 26.75% وأرملة بنسبة 8.28%، عزباء بنسبة 13.38%.

ويلاحظ من خلال النسب المسجلة في الجدول السابق أن للعمر دور في تحديد الإجابات التي أدلن بها المبحوثات سواء كانوا كباراً أو شباباً أو متوسطي العمر، إذ أن ذلك يدل على الخبرات والتجارب والمعلومات عند المبحوثات، مما يؤثر على الإجابات واستجابة المبحوثات للإجابة على أسئلة الاستبيان، فنجد تفاوتاً كبيراً إذ قلت النسبة الخاصة عند كبار السن عن فئة الشباب من حيث الاختلاف في الاهتمامات وكذلك من حيث المؤهل العلمي خاصةً عندما احتلت فئة منهن متحصلات على المستوى التعليمي الجامعي هن الأعلى نسبة وكذلك من منهن من فئة موظفة، وهن الأكثر ممن يسيرن دفة العمل سواء في المؤسسات العامة والخاصة في البلاد ويرى الباحث أن هذا مؤشر طبيعي.

المؤثرات التحليلية لنتائج البحث الميدانية

جدول رقم (2) توزيع عينة البحث طبقاً لعدد الساعات التي تقضيها يومياً في مشاهدة التلفزيون الليبي

ساعات المشاهدة	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	54	34.39
من ساعة لأقل من ساعتين	41	26.11
من ساعتين لأقل من ثلاث	24	15.29
من ثلاث لأقل من أربع ساعات	22	14.01
من أربع ساعات فأكثر	16	10.19
المجموع	157	100

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يتوزع معدل مشاهدة المبحوثات عينة البحث للتلفزيون الليبي يومياً على النحو الآتي:
- المشاهدة أقل من ساعة بنسبة 34.39% والمشاهدة من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة 26.11% والمشاهدة من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات بنسبة 15.29% والمشاهدة من ثلاث لأقل من أربع ساعات بنسبة 14.01% والمشاهدة من أربع ساعات فأكثر بنسبة 10.19%.

حيث تشير هذه النتيجة إلى أن عينة البحث قد تكون لديهم التزامات سواء في العمل أو الدراسة أو في البيت، ولهذا كان معدل الوقت الأعلى لمن يقضين في مشاهدة التلفزيون الليبي إلى أقل من ساعة، ويفسر الباحث ذلك إلى وجود عدد كبير من القوات العربية والأمريكية الناطقة بالعربية التي تستحوذ على المشاهد بسبب إمكانياتها المتطورة، أو أن مرد ذلك استخدام المبحوثات لوسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت محل استخدام كبير من قبل الجمهور الليبي وتهدد مكانة الإعلام التقليدي بكل أشكالها.

جدول رقم (3) توزيع عينة البحث طبقاً لمكان مشاهدتهن للتلفزيون الليبي.

مكان المشاهدة	التكرار	النسبة
في البيت	88	56.05
عند الأصدقاء	15	9.55
في العمل	5	3.18
على الهواتف الذكية	17	10.83
على الجهاز اللوحي	32	20.38
المجموع	157	100

تكشف بيانات الجدول السابق على أن مكان مشاهدة المبحوثات عينة البحث للتلفزيون الليبي قد جاءت على النحو والترتيب الآتي: حيث جاءت عبارة في البيت في الترتيب الأول ونسبة 56.05%، يليها على الجهاز اللوحي بنسبة 20.38%، بينما جاءت على الهواتف الذكية بنسبة 10.83% بينما عند الأصدقاء بنسبة 9.55% وجاءت مشاهدة في العمل بنسبة 3.18%. وتشير النتائج السابقة إلى صدارة مشاهدة في البيت، وربما يرتبط ذلك بعادات مشاهدة التي تظهر حرص المبحوثات على مشاهدة التلفزيون مع الأسرة، ويرى الباحث أن مشاهدة في البيت ما هو إلى دليل على الترابط الاجتماعي الذي تتمتع به الأسرة الليبية لا سيما في الأرياف، ويلاحظ الباحث تحول المشاهدات إلى مواقع التواصل لتوفر مشاهدة ما يحبون من برامج ومسلسلات وأفلام، ثم عند الصديقات والعمل في المرتبة الأخيرة وبنسبة قليلة جداً مما يعكس مشاهدة في هذه التجمعات.

جدول رقم (4) توزيع عينة البحث طبقاً للفترة المفضلة لديهن لمشاهدة التلفزيون الليبي.

فترة المشاهدة	التكرار	النسبة
الفترة الصباحية	16	10.19
فترة الظهر	7	4.46
الفترة المسائية	51	32.48
فترة السهرة	61	38.85
بعد منتصف الليل	4	2.55
حسب الظروف	18	11.46
المجموع	157	100

(*) تم اختيار أكثر من بديل

تدل نتائج الجدول السابق على أن أعداد المبحوثات عينة البحث تتوزع طبقاً للفترة المفضلة لديهن لمشاهدة التلفزيون الليبي على وفق الترتيب التالي:

جاءت مشاهدة فترة السهرة في الترتيب الأول بنسبة 38.85%، يليها الفترة المسائية بنسبة 32.48% حسب الظروف بنسبة 11.46%، الفترة الصباحية بنسبة 10.19%، فترة الظهر بنسبة 4.46%، وأخيراً مشاهدة بعد منتصف الليل بنسبة 2.55%. وتشير النتائج السابقة إلى أن فترتا السهرة والمساء كانت من أفضل الفترات التي تشاهد فيها المبحوثات التلفزيون الليبي، ويتفق ذلك مع رغبة المبحوثات في مشاهدة التلفزيون في محيط الأسرة بعد الانتهاء من عناء اليوم سواء في العمل أو الدراسة، وتقل مشاهدة في الفترات الأخرى وذلك لانشغال المبحوثات في أعمال أخرى، وربما يكون مرد مشاهدة التلفزيون أقل من ساعة في البيت خلال فترة السهرة والتي قد تعكس عدة جوانب اجتماعية وشخصية ويمكن تفسير ذلك وفقاً للسياق الاجتماعي، فالفرد الذي يشاهد التلفزيون لفترة قصيرة قد يكون مهتماً بأهمية الوقت وجودته لا بكثرته، كما أن بالرجوع إلى نتائج الجدول رقم (1) لاحظ الباحث متغير المستوى التعليمي جاء في المرتبة الأولى وبنسبة عالية تمثلت في 69.43% ويتناسب مع المرتبة الأولى في متغير المهنة في نفس الجدول والتي كانت لمنهن موظفات، حيث يمكن تفسير ذلك أن كل ما كان الفرد متعلماً بدرجة عالية، فقد يميل إلى تقليل الوقت لمشاهدة التلفزيون وتفضيل أنشطة أخرى كالمناقشات والحوارات التي تلعب دوراً في تحديد عادات مشاهدة التلفزيون، ولعل نتائج الجدول رقم (4) تؤكد هذه النتيجة التي تعكس فيما بين التنظيم الذاتي للوقت ومستويات الوعي.

جدول رقم (5) توزيع عينة البحث طبقاً للبرامج التلفزيونية المفضلة والتي يحرصن على مشاهدتها في التلفزيون الليبي.

البرامج المفضلة	التكرار	النسبة
الأفلام	34	21.66
المسلسلات العربية	31	19.75
المسلسلات الاجنبية	38	24.20
البرامج الحوارية	22	14.01
البرامج السياسية	61	38.85
البرامج الثقافية	1	0.64
البرامج الدينية	17	10.83
برامج المسابقات	22	14.01
البرامج الرياضية	11	7.01
البرامج الاقتصادية	2	1.27
برامج الأطفال	13	8.28
البرامج الإخبارية	2	1.27
البرامج المختصة بقضايا المرأة	64	40.76
البرامج الوثائقية	15	9.55
البرامج العلمية والتكنولوجية	1	0.64
البرامج التعليمية	-	-
برامج التحليلات والمتابعات السياسية	-	-
برامج الأزياء	42	26.75
الاجمالي	157	

(*) تم اختيار أكثر من بديل

تدل بيانات الجدول السابق على أن البرامج المختصة بقضايا المرأة قد جاءت في الترتيب الأول بنسبة 40.76%، أما البرامج السياسية فقد جاءت بنسبة 38.85%، وبرامج الأزياء بنسبة 26.75%، المسلسلات الاجنبية بنسبة 24.20%، وجاءت الأفلام بنسبة 21.66%، المسلسلات العربية بنسبة 19.75%، برامج المسابقات بنسبة 14.01%، المسلسلات الدينية بنسبة 10.83%، البرامج الحوارية بنسبة 10.19%، البرامج الوثائقية بنسبة 9.55%، برامج الأطفال بنسبة 8.28%، جاءت البرامج الرياضية بنسبة 7.01%، يليها جاءت البرامج الحوارية بنسبة 3.82%، ثم البرامج الاخبارية والبرامج الاقتصادية بنفس النسبة 1.27%، وأخيراً جاءت البرامج العلمية والتكنولوجية والبرامج الثقافية بنسبة 0.64%.

وتشير النتائج السابقة إلى اهتمام المبحوثات في ليبيا بمشاهدة البرامج النسائية الجادة في النهوض بالمرأة الليبية والمساهمة في تحسين شروط حياتها، فليس التلفزيون وسيلة للتسلية (على رغم أهمية التسلية) فحسب، لكنه خصوصاً في ما يتعلق بالمرأة أداة تربية لا للمرأة فقط بل كذلك للمحيط الاجتماعي الذي تعيش فيه، كما تشير النتائج في الوقت نفسه إلى اهتمام المبحوثات بالموضوعات السياسية بالمقارنة بالمضامين الأخرى من حيث رغبتهم بزيادة معلوماتهن حول جميع الأحداث والقضايا المختلفة وخلق آراء جديدة لديهن عن موضوعات وقضايا جديدة، وغرس وتدعيم القيم والتقاليد السياسية مثل الحرية والمساواة واحترام القانون والمشاركة في الفعاليات السياسية عموماً، والسعي إلى تكوين الرأي العام واتخاذ القرارات إزاء الحوادث السياسية الكبيرة، والتصدي للأفكار التي تطرحها البرامج السياسية في التلفزيون، ولعل نتائج الجدول رقم (2) تؤكد ذلك من خلال توزيع العينة طبقاً للساعات التي تقضيها يومياً في مشاهدة التلفزيون الليبي والتي أشارت فيه النتائج بأن ما نسبته 39.34% من عينة البحث يقضين فترات متفرقة للمشاهدة من ساعتين لأقل من ثلاثة ساعات، وأخريات يشاهدن من ثلاثة ساعات لأقل من أربعة ساعات، ومن أربعة ساعات فأكثر، ويرى الباحث أن هن ممن يحملن المؤهل العلمي الأساسي والمتوسط وإن هن ممن يبحثن عن المعلومات بأوقات طويلة عكس أولئك المبحوثات اللاتي يبحثن عن الجودة لا الكثرة كما ورد في نتائج الجدول رقم (1)، كما كشفت نتائج البحث الاهتمام بالمنوعات التقليدية في التلفزيون الليبي مثل الافلام والمسلسلات والبرامج الأخرى.

جدول رقم (6) توزيع عينة البحث طبقاً لأسباب مشاهدتهن للتلفزيون الليبي.

أسباب المشاهدة	التكرار	النسبة
متابعة الأخبار والأحداث في ليبيا	12	7.64
متابعة الأخبار والأحداث في العالم	23	14.65
متابعة الأخبار والأحداث العالمية البارزة	15	9.55
التزود بالمعلومات والمعارف العامة	22	14.01
تنمية معلوماتي السياسية	5	3.16
لأنها تتفق مع اهتماماتي	19	12.10
لكي أتمكن من الحوار مع الآخرين بالموضوعات المثارة سياسياً	41	26.11
الاستفادة من تجارب الآخرين وخبراتهم السياسية	37	23.57
مشاهدة برامج وشخصيات محببة لي سياسياً	35	22.29
لأنني متعودة على المشاهدة	26	16.56
تمضية وقت الفراغ	11	7.01
لمتابعة المسلسلات	35	22.29
للحصول على معلومات تساعدني على اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها	8	5.10
أكثر مصداقية وثقة من باقي المحطات	15	9.55
أخرى تذكر	4	2.55
الإجمالي	157	

(*) تم اختيار أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج التالية:-

لقد جاءت عبارة لكي أتمكن من الحوار مع الآخرين بالموضوعات المثارة في الترتيب الأول بنسبة 26.11%، وجاءت عبارة الاستفادة من تجارب الآخرين وخبراتهم بنسبة 23.57%، وكانت عبارة مشاهدة برامج وشخصيات محببة لي بنسبة 22.29%، في حين حصلت عبارة لمتابعة المسلسلات بنسبة 22.29%، أما عبارة لأنني متعودة على المشاهدة بنسبة 16.56%، وجاءت عبارة متابعة الأخبار والأحداث في العالم بنسبة 14.65%، وعبارة التزود بالمعلومات والمعارف العامة بنسبة 14.01%، وعبارة لأنها تتفق مع اهتماماتي بنسبة 12.10%، وتحصلت عبارة متابعة الأخبار والأحداث العالمية البارزة على نسبة 9.55% أما عبارة أكثر مصداقية وثقة من باقي المحطات بنفس النسبة 9.55%، وجاءت عبارة متابعة الأخبار والأحداث في ليبيا بنسبة 7.64%، وعبارة تمضية وقت الفراغ بنسبة 7.01%، وعبارة للحصول على معلومات تساعدني على اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها بنسبة 5.10% وعبارة تنمية معلوماتي السياسية بنسبة 3.16%، وأخيراً جاءت عبارة أسباب أخرى تذكر بنسبة 2.55%.

وتشير النتائج السابقة إلى اهتمام المبحوثات بالدرجة الأولى بمناقشة المضمون الذي يشاهدنه في التلفزيون الليبي مع الآخرين، مما يعكس جودة المحتوى المقدم من خلاله، كما أبرزت النتائج استفادة المبحوثات من هذا المضمون من خلال تجارب الآخرين وخبراتهم التي تعرض في البرامج المحببة لديهن، ومتابعة الأخبار والأحداث في العالم وفي ليبيا والتزود بالمعلومات والمعارف العامة، ومن الملاحظ أن هذه المضامين تحتل الصدارة في قائمة اهتمام المبحوثات عينة البحث وهي في توجهها الآخر تعبيراً عن الدوافع النفعية المتوخاة من المشاهدة، مقارنة بالمضامين التي تعبر عن الدوافع الطوقسية مثل التعود على المشاهدة وتمضية وقت الفراغ، مما يشير إلى الاهتمام بهذه المضامين بالدرجة الثانية، إلا أنه ومن خلال المؤشرات والنسب الواردة في الجدول أعلاه التي بينت أن غالبية أوجه اسباب المشاهدة جاءت موزعة بشكل متقارب وهذا مؤشر يؤكد على أهمية الاعلام في تنمية الوعي السياسي، ويعتقد الباحث أن اسباب المشاهدة ذات التراتيب الأخيرة ربما يعود انخفاض نسبتها إلى حداثة هذه الاسباب ويرى الباحث أن هذه النتيجة تتماشى مع الملاحظة العلمية التي تؤكد قدرة المتلقين على فهم المضامين على وجهها الصحيح وتعظيم الاستفادة وتحويلها الى سلوك وممارسة يومية واعتبار هذه الاستفادة مدخل ضروري لتنمية المجتمع وتحديثه، من خلال اكتشاف منظومة المعارف والمفاهيم التي تقوم عليها تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الليبية.

جدول (7) توزيع عينة البحث طبقاً لاعتقادهم أن التلفزيون يخصص البرامج الكافية لتطوير الوعي السياسي لدى المرأة

مدى الاعتقاد	التكرار	النسبة
كافية بدرجة كبيرة	37	23.57
كافية إلى حد ما	79	50.32
غير كافية	41	26.11
المجموع	157	100

يكشف الجدول السابق بأن عبارة كافية إلى حد ما قد أحتلت الترتيب الأول وبنسبة 50.32%، ثم جاءت عبارة غير كافية بنسبة 26.11%، وكانت عبارة كافية بدرجة كبيرة في الترتيب الأخير بنسبة 23.57%. ومن خلال النسب السابقة يلاحظ أن هناك تفاوت بين عينة المبحوثات في الاعتماد على التلفزيون الليبي كمصدر من مصادر تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الليبية وهذا مؤشر دال على أن هناك مصادر أخرى تعتمد عليها عينة البحث مثل وسائل التواصل الاجتماعي كما جاء في نتائج الجدول رقم (2).

جدول رقم (8) توزيع عينة البحث طبقاً لرأيهم في أن البرامج التلفزيونية المقدمة تلبي حاجة المرأة.

مدى تلبية الحاجات	التكرار	النسبة
دائماً	51	32.48
أحياناً	43	27.39
نادراً	34	21.66
لا	18	18.47
المجموع	157	100

تتوزع المبحوثات طبقاً لرأيهم في أن البرامج التلفزيونية المقدمة تلبي حاجة المرأة على النحو التالي: جاءت دائماً في الترتيب الأول وبنسبة 32.48%، ثم أحياناً في المرتبة الثانية وبنسبة 27.39%، في حين جاءت نادراً بنسبة 21.66%، أما الخيار لا لم تلب البرامج التلفزيونية المقدمة حاجة المرأة في الترتيب الأخير وبنسبة 18.47%. وتشير النتائج السابقة إلى أن المرأة الليبية مازالت ترى بأن البرامج التلفزيونية لم تلب بدرجة كافية الحاجات التي تنشدها، مما يلقي بالمسؤولية على القائمين على التلفزيون الليبي بضرورة تقديم المزيد من البرامج والمضامين التي تهتم المرأة وتهتم بها، ومن الممكن تحقيق ذلك من خلال الاستعانة بالمتخصصين في مجالات شؤون المرأة، ولعل نتائج الجدول السابق أوضحت ذلك القصور.

جدول (9) يبين توزيع عينة البحث طبقاً لاعتقادهم أن التلفزيون يقدم الموضوعات الكافية لإبراز وترسيخ الموضوعات الآتية.

الموضوعات	التكرار	النسبة
المجال الديمقراطي في البلد	41	26.11
تعزيز الممارسة السياسية للمرأة والتشجيع عليها	54	34.39
تشجيعها على المشاركة في الانتخابات والتصويت	21	13.38
التنشئة الاجتماعية	13	8.28
دعم الحقوق المدنية للمرأة	25	15.92
مساواتها بالرجل أمام القانون	37	23.57
الاجمالي	157	

تدل بيانات الجدول أعلاه على النتائج التالية:

لقد جاء موضوع تعزيز الممارسة السياسية للمرأة والتشجيع عليها في الترتيب الأول وبنسبة 34.39%، ثم موضوع المجال الديمقراطي في البلد وبنسبة 26.11%، أما موضوع مساواة المرأة بالرجل أمام القانون فقد جاء بنسبة بلغت 23.57%، وموضوع دعم الحقوق المدنية للمرأة بنسبة 15.92%، بينما حقق موضوع تشجيع المرأة على المشاركة في الانتخابات والتصويت نسبة بلغت 13.38%، وأحتل موضوع التنشئة الاجتماعية الترتيب الأخير وذلك بنسبة 8.28%، ويرى الباحث أن تفسير هذه النتائج يعود إلى أن التلفزيون الليبي ربما يقدم وجهات نظر وصور مختلفة، خصوصاً حول المفاهيم والموضوعات ذات الشأن التنقيفي التي تعكس قيم الوعي السياسي، ومن وجهة نظر الباحث فإن هذه النتيجة تعتبر جيدة في ضوء ما يعرف عن المنافسة الشديدة في الفضاء المحلي والعربي بين عشرات القنوات التلفزيونية وكذلك وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (10) يوضح توزيع عينة البحث حسب رؤيتهم لبعض العبارات التي تعبر عن دور التلفزيون وفاعليته في تنمية الوعي السياسي.

المتوسط الحسابي	معارضة		موافقة إلى حد ما		موافقة		درجة الموافقة العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.51	9.55	15	22.93	36	67.52	106	الخطاب التلفزيوني يدعم الوحدة الوطنية
2.71	20.38	32	26.11	41	53.50	84	الخطاب التلفزيوني يعزز روابط الأخوة العربية
1.98	34.39	54	35.03	55	30.57	48	الخطاب التلفزيوني يدعم الممارسات الديمقراطية
2.01	23.57	37	40.13	63	36.31	57	الخطاب التلفزيوني يدعم الهوية الليبية
2.06	21.02	30	35.67	56	45.22	71	يشجع المرأة على المشاركة السياسية
1.91	14.65	33	40.13	63	38.85	61	يسهم في تطوير مدرّكاتها ووعيها السياسي
2.09	14.65	23	29.30	46	56.05	88	يبين مكانة المرأة في البيت والمجتمع
1.91	19.75	31	43.31	68	36.94	58	يؤكد على احترام حقوقها المدنية
1.71	11.46	18	47.13	74	41.40	65	يسهم بدعم الدور الاجتماعي للمرأة
2.41	12.74	20	35.03	55	52.23	82	يدعم حق المرأة في تبوء مواقع متقدمة في الدولة
1.81	19.11	30	46.50	73	34.39	54	يدعم دور المرأة بالمساهمة في صناعة القرارات السياسية
1.63	21.66	34	37.58	59	40.76	64	يدعم حق المرأة في التصويت والترشح للبرلمان

تكشف معطيات الجدول السابق عن النتائج الآتية:-

تتوزع المبحوثات طبقاً لرؤيتهن لبعض العبارات التي تعبر عن دور وفاعليته في تنمية الوعي السياسي- بالترتيب التالي: الخطاب التلفزيوني يعزز روابط الأخوة العربية بمتوسط 2.71، الخطاب التلفزيوني يدعم الوحدة الوطنية بمتوسط حسابي 2.51، يدعم حق المرأة في تبوء مواقع متقدمة في الدولة بمتوسط حسابي 2.41، يبين مكانة المرأة في البيت والمجتمع بمتوسط حسابي 2.09، يشجع المرأة على المشاركة السياسية بمتوسط حسابي 2.01، الخطاب التلفزيوني يدعم الممارسات الديمقراطية بمتوسط حسابي 1.98، يسهم في تطوير مدرّكاتها ووعيها السياسي بمتوسط حسابي 1.91، يدعم دور المرأة بالمساهمة في صناعة القرارات السياسية بمتوسط حسابي 1.81، يسهم بدعم الدور الاجتماعي للمرأة بمتوسط حسابي 1.71، يدعم حق المرأة في التصويت والترشح للبرلمان بمتوسط حسابي 1.63.

وتشير النتائج السابقة إلى أن التلفزيون الليبي يلعب دوراً مهماً في تنمية الوعي السياسي للمرأة الليبية، من خلال البرامج التلفزيونية للتعبير عن آرائهن في القضايا المختلفة، ويشجع على الاهتمام بالقضايا العامة والمشاركة السياسية من خلال تسخير كافة الأدوات المتوفرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه مختلف قضايا المجتمع، وتحديدًا فيما يتعلق بالتنشئة والتثقيف السياسيين في ليبيا، حيث يساهم التلفزيون في تعزيز الوعي السياسي والاجتماعي وتدعيم القيم السياسية والمشاركة السياسية وتوعية الناس بما يدور حولهم من أحداث ومواقف سواء على المستوى الداخلي والخارجي ويساعد في إحداث تغيير جذري في حياة المجتمع، خاصة عندما يكون هذا الإعلام منظم ويسير وفق لسياسة إعلامية تخدم المجتمع. ولعل بيانات الجدول رقم (9) تؤكد هذه النتيجة وذلك من خلال ملاحظة النسب السابقة حتى وإن تفاوتت حسب وجهات نظر المبحوثات اللاتي يرون أن مستلزمات الفهم الصحيح لدور التلفزيون وفاعليته في تنمية الوعي السياسي هي علاقة تكاملية من خلال مستلزمات الفهم الواعي بتلك الأدوار، لذا ومن وجهة نظر المبحوثات بشأن خيارات الجدول السابق التي تعد المحرك الذي يعنى بتنفيذ رؤى الجمهور المشاهد وتحويلها إلى منظومة سلوكيات وافعال تمارس طبيعياً وبشكل محسوس لتسهم في تدعيم الوعي السياسي لذا المرأة الليبية، ويرى الباحث وجوب أن توليها القنوات التلفزيونية الاهتمام الأكبر، وبشكل عام يعد هذا مؤشر على أن المبحوثات واعيات باحتياجات البيئة والقضايا المجتمعية الليبية.

جدول رقم (11) يوضح توزيع عينة البحث طبقاً لمدى تأثير التلفزيون في تشكيل وعيهم السياسي.

مدى التأثير	التكرار	النسبة
يؤثر لدرجة كبيرة	81	51.59
إلى حد ما	61	38.85
لا	15	9.55
المجموع	157	100

تدل بيانات الجدول السابق أن توزيع المبحوثات طبقاً لمدى تأثير التلفزيون في تشكيل وعيهم السياسي قد جاء على نحو الترتيب التالي: إذ جاءت عبارة يؤثر لدرجة كبيرة في الترتيب الأول ونسبة 51.59%، وعبارة إلى حد ما بنسبة 38.85%، أما عبارة لا لم يؤثر التلفزيون في تشكيل وعيهم السياسي في الترتيب الأخير ونسبة 9.55%.

وتشير النتائج السابقة إلى الدور الكبير للتلفزيون الليبي في تشكيل الوعي السياسي للمبحوثات بما يعرضه من برامج مختلفة تتناول كافة القضايا السياسية في ليبيا، وعرض كافة وجهات النظر وتحليل الأمور السياسية من زوايا متعددة، وهذه النتيجة تؤكد ما جاء في نتائج الجدول السابق.

الجدول (12) توزيع عينة البحث حسب رؤيتهن لإسهام مشاهدة البرامج التلفزيونية في تنمية معرفتهن ووعيهن السياسي بعموم القضايا المطروحة.

مدى الإسهام	التكرار	النسبة
إلى حد كبير	91	57.96
إلى حد ما	53	33.76
لا	13	8.28
المجموع	157	100

تتوزع المبحوثات حسب رؤيتهن لإسهام مشاهدة البرامج التلفزيونية في تنمية معرفتهن ووعيهن السياسي بعموم القضايا المطروحة على نحو الترتيب الآتي: حيث جاءت عبارة إلى حد كبير في الترتيب الأول ونسبة 57.96%، أما عبارة إلى حد ما بنسبة 33.76%، بينما جاءت عبارة لا تسهم في الترتيب الأخير بنسبة 8.28%، وتتفق هذه النتائج مع النتائج السابقة من حيث دور التلفزيون الليبي في تشكيل الوعي السياسي للمرأة الليبية عبر العديد من البرامج التي تتناول كافة القضايا السياسية سواء في ليبيا أو خارجها.

جدول رقم (13) توزيع عينة البحث حسب درجة اعتمادهن على التلفزيون في الحصول على المعرفة بالقضايا والموضوعات السياسية.

درجة الاعتماد	التكرار	النسبة
كبيرة	75	47.77
متوسطة	41	32.48
صغيرة	22	14.01
لا أعتمد	8	5.73
المجموع	157	100

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن درجة الاعتماد كبيرة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة بلغت 47.77%، بينما جاءت درجة الاعتماد متوسطة بنسبة 32.48%، وحلت درجة الاعتماد ضعيفة بنسبة 14.01%، في حين لا أعتمد على التلفزيون في الحصول على المعرفة بالقضايا والموضوعات السياسية في الترتيب الأخير بنسبة 5.73%، ومن خلال النسب السابقة يلاحظ أن هناك تفاوتاً بين عينة المبحوثات في الاعتماد على التلفزيون الليبي كمصدر من المصادر في الحصول على المعرفة والقضايا والموضوعات السياسية وهذا مؤشر على أن هناك مصادر أخرى تعتمد عليها المبحوثات مع وجود قصور في التلفزيون الليبي الذي لم يقم بدراسة الجمهور حسب ما لاحظ الباحث وإنه لم يركز على هذه النوعية من الدراسات التي تساعد في تفسير كيف ينظر الجمهور إلى مختلف القضايا والموضوعات التي تطرح خلال برامجه باعتبارها تربط بين المؤسسة الإعلامية والجمهور النشط وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة الجدول رقم (7)

جدول رقم (14) توزيع عينة البحث حسب رؤيتهن لمدى كفاية المعلومات التي يبثها التلفزيون في المجال السياسي.

مدى كفاية المعلومات	التكرار	النسبة
كافية إلى حد كبير	51	32.48
كافية إلى حد ما	58	36.94
غير كافية	41	30.57
المجموع	157	100

تتوزع المبحوثات حسب رؤيتهن لمدى كفاية المعلومات التي يبثها التلفزيون في المجال السياسي على نحو الترتيب الآتي: جاءت عبارة كافية إلى حد ما في الترتيب الأول بنسبة 36.94%، وعبارة كافية إلى حد كبير بنسبة 32.48%، و غير كافية احتلت الترتيب الأخير بنسبة 30.57%.

ومن الملاحظ أن التلفزيون الليبي يهتم بدرجة كافية بتقديم المعلومات السياسية المختلفة، ولكن أن حوالي ثلث المبحوثات من عينة الدراسة يرين بأن المعلومات السياسية غير كافية، مما يستلزم الاهتمام بتقديم المزيد من المعلومات السياسية التي تهتم المرأة الليبية بالحصول عليها، ويرى الباحث أن هذه النتيجة تدل على أن عينة البحث جمهور نشط له رأي فيما يقدم من مضامين وبرامج من خلال التركيز على عمليات التلقي الإرادي الذي يمارسه المشاهد بقصد طلب المعلومات وتلقيها للتدعيم أو التفسير ومن ثم التقييم لرسائل معينة دون غيرها لتكون المشاهدة مقصودة ونابعة من رغبة وإرادة واختيار الفرد المشاهد في حد ذاته، وبذلك تتأكد افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام،

جدول رقم (15) توزيع عينة البحث حسب توفر الرغبة لديهن أو وجود أي توجهات مسبقة تحفزهن على متابعة القضايا السياسية.

مدى توفر الرغبة	التكرار	النسبة
تتوفر بدرجة كبيرة	81	58.60
تتوفر إلى حد ما	47	29.94
لا تتوفر	16	11.46
المجموع	157	100

تشير بيانات الجدول السابق على أن عبارة تتوفر بدرجة كبيرة قد جاءت في الترتيب الأول بنسبة 58.60%، وعبارة تتوفر إلى حد ما بنسبة 29.94%، ولا تتوفر في الترتيب الأخير بنسبة 11.46%، ويعتقد الباحث أن المبحوثات اللاتي أجبن بانهن لا تتوفر لديهن الرغبة أو لعدم وجود أي توجهات مسبقة تحفزهن على متابعة القضايا السياسية هن اللاتي يبحثن عن معلومات واهتماماتهن لديهن غير ذات الطابع السياسي من حيث المتابعة والتحليل وهذا أيضاً يحرصن على مشاهدة الأفلام والمسلسلات العربية والأجنبية كما هو وارد في نتائج الجدول رقم (5) وهن اللاتي أجبن بأن التلفزيون الليبي لم يؤثر في تشكيل وعيهن السياسي كما هو وارد في نتائج الجدول رقم (11) وهن اللاتي جاءت اجابتهن بأنهن لا يتقن بالمعلومات المقدمة عبر برامج التلفزيون الليبي أو هن ممن ثقتن ضعيفة او متوسطة في الجدول رقم (16).

جدول رقم (16) توزيع عينة البحث حسب رؤيتهن لدرجة الثقة بالمعلومات المقدمة عبر برامج التلفزيون.

درجة الثقة	التكرار	النسبة
إلى درجة كبيرة	78	49.68
متوسطة	51	32.48
ضعيفة	21	13.38
لا أثق	6	4.46
المجموع	157	100

تتوزع المبحوثات حسب مدى درجة ثقتن في المعلومات المقدمة عبر برامج التلفزيون على نحو الترتيب الآتي: حيث جاءت عبارة أثق إلى درجة كبيرة في الترتيب الأول بنسبة بلغت 49.68%، وعبارة أثق إلى درجة متوسطة بنسبة 32.48%، أما عبارة لا أثق بدرجة ضعيفة بنسبة 13.38%، في حين جاءت عبارة لا أثق في المعلومات المقدمة عبر برامج التلفزيون في الترتيب الأخير بنسبة 4.46%.

وتدل النتائج السابقة إلى الثقة الكبيرة التي توليها المرأة للتلفزيون الليبي باعتباره مصدر رئيسي للمعلومات حتى وإن توزعت النسب على الدرجات الأولى بالجدول وهي نتائج دالة على أن جزء كبير من عينة البحث يدرك أهمية التلفزيون واعتباره الوسيلة الأكبر شعبية وانتشاراً، أما بالنظر إلى نسبة من لا يتقن بالمعلومات المقدمة عبر برامج التلفزيون فيعتقد الباحث أن هذه النسبة تمثل

من ليس لديها الرغبة في الجدول رقم (15) وهن ايضاً ممن لا يعتمدن على التلفزيون في استقاء المعلومات كما هو مبين في الجدول رقم (13) الخاص بدرجة الاعتماد على التلفزيون في الحصول على المعرفة بالقضايا والموضوعات السياسية .
جدول رقم (17) توزيع عينة البحث حسب وجهة نظرهن في الخصائص التي يعتقدن أنه يجب أن يتميز بها التلفزيون الليبي ويحثن على مشاهدتها.

الخصائص	التكرار	النسبة
الجدية والمسئولية	42	26.75
الصدق والأمانة في تحري المعلومة	61	38.93
إعطاء مساحة جيدة للبرامج الخاصة بالمرأة	36	22.93
تحسين الأساليب الفنية والتقنية في الإخراج	27	17.20
عنصري التجديد والابتكار في البرامج	19	12.10
نذب أساليب المعالجة والتقديم القديمة	22	14.01
إذكاء روح المنافسة مع الفضائيات الأخرى	26	16.56
زيادة البرامج المعرفية والثقافية وتنوعها	43	27.39
خلق مساحة مناسبة لبرامج التحليلات السياسية	28	17.83
التجديد المستمر لملاح الخطاب الإعلامي التلفزيوني	38	24.20
التمايز والمصادقية	64	40.76
استضافة المحللين والمختصين وأصحاب الشأن في الموضوعات التي تناقشها	25	15.92
تعامله مع الأحداث بشكل موسع	26	16.56
تعامله مع القضايا العربية البارزة التي تهم المواطن	41	26.11
تناوله القضايا العالمية البارزة	29	18.47
ابتعاده عن الأخبار الرسمية التي تعكس وجهة نظر الحكومة	34	21.66
تطوير أساليب الإخراج	22	14.01
تحديث أساليب المعالجة الإعلامية والفنية للأحداث	26	16.56
تحسين أداء المذيعين ومقدمي البرامج	35	22.29
الالتزام بالموضوعية والحيادية	29	18.47
الحرص على تقديم البرامج التفاعلية الناجحة	11	7.01
أخرى تذكر	6	3.82
الإجمالي	157	

(*) تم اختيار أكثر من بديل

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن خاصية التمايز والمصادقية في الترتيب الأول بنسبة 40.76%، يليها الصدق والأمانة في تحري المعلومة بنسبة 38.85%، زيادة البرامج المعرفية والثقافية وتنوعها بنسبة 27.39%، خاصية الجدية والمسئولية بنسبة 26.75%، تعامله مع القضايا العربية البارزة التي تهم المواطن بنسبة 26.11%، خاصية التجديد المستمر لملاح الخطاب الإعلامي التلفزيوني بنسبة 24.20%، إعطاء مساحة جيدة للبرامج الخاصة بالمرأة بنسبة 22.93%، تحسين أداء المذيعين ومقدمي البرامج بنسبة 22.29%، ابتعاده عن الأخبار الرسمية التي تعكس وجهة نظر الحكومة بنسبة 21.66%، الالتزام بالموضوعية والحيادية بنسبة 18.47%، تناوله القضايا العالمية البارزة بنسبة 18.47%، خلق مساحة مناسبة لبرامج التحليلات السياسية بنسبة 17.83%، تحسين الأساليب الفنية والتقنية في الإخراج بنسبة 17.20%، إذكاء روح المنافسة مع الفضائيات الأخرى بنسبة 16.56%، تعامله مع الأحداث بشكل موسع بنسبة 16.56%، تحديث أساليب المعالجة الإعلامية والفنية للأحداث بنسبة 16.56%، استضافة المحللين والمختصين وأصحاب الشأن في الموضوعات التي تناقشها بنسبة 15.92%، نذب أساليب المعالجة والتقديم القديمة بنسبة 14.01%، تطوير أساليب الإخراج بنسبة 14.01%، عنصري التجديد والابتكار في البرامج بنسبة 12.10%، الحرص على تقديم البرامج التفاعلية الناجحة بنسبة 7.01%، وأخيراً أخرى تذكر وتتمثل في الاستعانة بمذيعين متخصصين والاهتمام بالاتصال مع الجمهور بنسبة 3.82%.

وتظهر النتائج السابقة أهمية عنصر المصادقية في التلفزيون الليبي، وهذه الخاصية واجبة التوفر في التلفزيون بشكل عام بعرضه

للحقائق والمعلومات الصادقة المتعلقة بكل الأمور السياسية التي تهتم المرأة والتعامل مع القضايا التي تهتم بها عن طريق إمدادها بمختلف المعلومات عن القضايا السياسية والأحداث ، مما يستلزم الاهتمام بالحيادية و الموضوعية في عرض البرامج التي تؤدي إلى جذب اهتمام المرأة الليبية إلى المضامين التي يعرضها التلفزيون الليبي، كما يرى الباحث أن هذه النتائج تدل على صدق نتيجة الجدول رقم (7) الخاص باعتقاد عينة البحث أن التلفزيون يخصص البرامج الكافية لتطوير الوعي السياسي لدى المرأة الليبية. جدول رقم (18) توزيع عينة البحث حسب رؤيتهم أن التلفزيون قد قام بالدور الكافي لتشجيع المرأة على المشاركة السياسية.

الرأي	التكرار	النسبة
إلى حد كبير	61	38.85
إلى حد ما	78	43.95
لا	27	17.20
المجموع	157	100

تظهر النتائج بأن توزيع المبحوثات حسب رأيهن في قيام التلفزيون بالدور الكافي لتشجيع المرأة على المشاركة السياسية قد جاء على نحو التالي: حيث جاءت عبارة إلى حد ما في الترتيب الأول بنسبة 43.95%، وعبارة إلى حد كبير بنسبة 38.85%، وفي الترتيب الأخير عبارة لا لم يقيم التلفزيون بالدور الكافي لتشجيع المرأة على المشاركة السياسية بنسبة 17.20%، ويرى الباحث أن من أجابوا بأن التلفزيون قد قام بالدور الكافي لتشجيع المرأة على المشاركة السياسية إلى حد ما هن أولئك اللاتي أجبن بأنهن يشاهدن التلفزيون لأقل من ساعة ومن يشاهدن التلفزيون من ساعة إلى أقل من ساعتين ومن يشاهدن التلفزيون من ثلاثة ساعات إلى أربعة ساعات في الجدول رقم (2) وهن أيضاً اللاتي أجبن بأنهن يعتمدن بدرجة متوسطة

وبدرجة صغيرة ولا يعتمدن على التلفزيون في الحصول على المعرفة بالقضايا والموضوعات السياسية في الجدول رقم (13) . أهم نتائج البحث:

- تشير نتائج البحث إلى أن ثلاثة أرباع العينة يشاهدن التلفزيون بمعدل من ساعتين فأكثر، حيث تحرص المبحوثات على مشاهدة التلفزيون في البيت بدرجة أساسية وخصوصاً في فترة المساء والسهرة، وهما الفترتان اللتان تتجمع بهما الأسرة لمشاهدة المضامين التي يعرضها التلفزيون الليبي.
- كما كشفت نتائج البحث بأن البرامج التي تفضلها المرأة الليبية بالدرجة الأولى هي البرامج المختصة بقضايا المرأة حيث أحتلت الترتيب الأول ونسبة بلغت 40.76%، أما البرامج السياسية فقد جاءت بالمرتبة الثانية ونسبة بلغت 38.85%، ثم تلتها برامج الأزياء بنسبة 26.75%، والمسلسلات الأجنبية بنسبة 24.20%، وجاءت الأفلام بنسبة 21.66%، أما المسلسلات العربية فقد حققت ما نسبته 19.75% وجاءت برامج المسابقات في المرتبة الأخيرة بنسبة 14.01%.
- وفي اسباب ودوافع تعرض المرأة الليبية للتلفزيون الليبي تشير النتائج إلى العديد من الدوافع تنصدها الدوافع النفعية مثل الاستفادة من مشاهدة محتوى يساعدني في الحوار مع الآخرين في الموضوعات المثارة سياسياً، تلك التي تعرض تجارب الآخرين وخبراتهم السياسية، ومشاهدة برامج وشخصيات محببة لي سياسياً ومتابعة الأحداث والأخبار في العالم للتزود بالمعلومات والمعارف العامة وتنمية المعلومات، وذلك بالمقارنة بالدوافع الطوقسية مثل تمضية وقت الفراغ وهذا يتفق مع طبيعة مشاهدة المبحوثات للتلفزيون الليبي وسعيهن للحصول على المعلومات عن مختلف القضايا والأحداث في ليبيا.
- وعن آرائهن بأن التلفزيون الليبي يخصص البرامج الكافية لتطوير الوعي السياسي لدى المرأة الليبية فقد أحتلت عبارة كافية إلى حد ما الترتيب الأول وجاءت عبارة كافية في الترتيب الثاني أما عبارة غير كافية فقد أحتلت المرتبة الأخيرة.
- كما تشير النتائج بأن عينة البحث حسب رؤيتهم لبعض العبارات التي تعبر عن دور التلفزيون وفاعليته في زيادة الوعي السياسي لدى المرأة الليبية، فقد أكدت النتائج بأن التلفزيون ومن خلال البرامج التي يقدمها يوفر فضاءً مناسباً للتعبير عن آرائهن في القضايا المختلفة، حيث تشجع البرامج على الاهتمام بالقضايا العامة والمشاركة السياسية.
- وفيما يختص بتوزيع عينة البحث حسب درجة اعتمادهن على التلفزيون في الحصول على المعرفة بالقضايا والموضوعات السياسية فقد جاءت عبارة درجة الاعتماد كبيرة في الترتيب الأول إذ بلغت 24.77% وحلت عبارة بدرجة متوسطة بالمرتبة الثانية بنسبة بلغت 32.48% أما عبارة لا اعتمد فقد حلت بالمرتبة الأخيرة بنسبة 5.73% مما يشير إلى اعتماد المبحوثات على التلفزيون الليبي في المعرفة السياسية من خلال تسهيل الحصول على المعلومات من مصادر مباشرة، وتسهيل توصيل المعلومات إلى الجمهور، ويتمثل ذلك في السماح للمرأة بإبداء رأيها على القضايا المثارة.
- وقد كشفت نتائج الدراسة بأن التلفزيون يحظى بدرجة عالية من الثقة من قبل عينة الدراسة فيما يتعلق بتقديم المعلومات عبر برامجه التلفزيونية المختلفة، فقد أظهرت النتائج بأن عبارة أتق إلى درجة كبيرة فقد جاءت في الترتيب الأول بنسبة

49.68% وعبرة ائق إلى درجة متوسطة بنسبة 32.48% أما عبرة لا أئق في المعلومات المقدمة عبر برامج التلفزيون فقد جاءت في الترتيب الأخير بنسبة 4.46% وهي ضعيفة جداً قياساً بما جاء في الدرجة الأولى.

- كما تشير نتائج الدراسة إلى أن التلفزيون يقوم بدور كاف لتشجيع المرأة على المشاركة السياسية حيث جاءت عبرة إلى حد ما في الترتيب الأول بنسبة 43.95%، وعبرة إلى حد كبير بنسبة 38.85%، وفي الترتيب الأخير عبرة لا لم يقم التلفزيون بالدور الكافي لتشجيع المرأة على المشاركة السياسية بنسبة 17.20% وهي نسبة ضئيلة جداً إذ بلغت 27 مفردة من 157 هي مجموع كامل مفردات العينة، مما يدل على أن مشاركة المرأة في صياغة الشأن العام متقدمة جداً وتعتبر جزءاً من الأسلوب الحضاري في ليبيا وطريقة مثلى لإحداث عمليات تغيير جذية وجوهرية في الحالة السياسية.

المراجع:

1. أ.ك. اولدوف، الوعي الطبقي، ترجمة ميشيل كيلو، ط1، بيروت، دار خلدون، 1978.
2. إبراهيم أبراش، علم الاجتماع السياسي، دار الشروق، القاهرة، 1998.
3. إحسان محمد شفيق، الملامح العامة لعلم الاجتماع السياسي، مطبعة جامعة بغداد، بغداد 1998.
4. أحمد إبراهيم الجبير، مبادئ العلوم السياسية، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس، 2000.
5. أحمد بدر، مناهج البحث والاتصال والرأي العام والاتصال الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1988.
6. أحمد جمال ظاهر، دراسات الفلسفة السياسية، ط1، دار الكندي، الأردن، 1988.
7. أحمد خورشيد النورجي: مفاهيم في الفلسفة الاجتماعية، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1990.
8. آرثر آسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية، ترجمة صالح خليل أبو اصبع، عالم المعرفة 386، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مارس 2012.
9. آسا بريغز وبيتر بورك، التاريخ الاجتماعي للوسائط من غنتبرغ إلى الانترنت، ترجمة مصطفى محمد قاسم، سلسلة عالم المعرفة 315، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مايو 2005 الكويت.
10. إسماعيل علي سعد، علم السياسية دراسات نظرية وميدانية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1998.
11. جان مارك فيري، فلسفة التواصل، ترجمة عمر مهيب، الدار العربية للعلوم، ناشرون المركز الثقافي العربي، الجزائر، 2006.
12. حلاق بطرس، تأثير التلفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية (المجتمع السوري نموذجاً، مجلة جامعة دمشق، 2007، مجلد 23، عدد 2.
13. ريتشارد داوسن، التنشئة السياسية، ترجمة مصطفى عبد الله، بني غازي، جامعة قاريونس، 1990.
14. سامي طابع، بحوث الإعلام، ط3، القاهرة، دار النهضة العربية، 2009.
15. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990.
16. السيد أحمد مصطفى عمر، البحث الاعلامي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2002.
17. صادق الأسود، علم الاجتماع السياسي، ط1، منشورات جامعة بغداد، بغداد، 1990.
18. صبري بديع عبد المطلب، الوعي السياسي في الريف المصري، ط1، المركز العربي، برلين المانيا، 2017.
19. عبد الكريم بكارة، تجسيد الوعي، ط1، دار القلم، دمشق، 2000.
20. عبد الله بدران، خصائص الرسالة الإعلامية العلمية، مجلة التقدم العلمي، مجلة التقدم العلمي، الكويت، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 2009، ع67.
21. عمار حمادة، الوعي السياسي، ط1، دار الهادي للطباعة والنشر، بيروت، 2005.
22. فرانك كيلش، ترجمة حسان الدين زكريا، ثورة الإنفوميديا، الوسائط المعلوماتية، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب سلسلة عالم المعرفة، 2000.
23. فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2011.
24. محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية، أسسها، أساليبها، مجالاتها، مكتبة التوبة للنشر والتوزيع، الرياض، 2004.
25. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان 2000.
26. منير ممدوح الشامي وصلاح محمد عبد الحميد، الإعلام السياسي، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
27. منير ممدوح الشامي وصلاح محمد عبد الحميد، الإعلام السياسي، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
28. موريس ديفرجيه، مدخل إلى علم السياسة، ترجمة جمال الأتاسي، دمشق، دار دمشق 1970.
29. نعمي صقر، النساء والإعلام في الشرق الأوسط، ط1، لندن أي س شاورز، لندن، 2004.

