

## أثر البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني

### على المعرفة السياسية لدى الشباب

(دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات اللبنانية)

## The impact of political programs on Lebanese television on political knowledge of the youth

"A field study on a sample of Lebanese university students"

عاهد عايش العاسمي\*

Dr. Ahed Ayesh Alasemi

### مستخلص الدراسة:

هدفت الدراسة لمعرفة أثر مشاهدة البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني على مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي اللبناني ومدى اعتمادهم عليها، تبعاً للعديد من المتغيرات، كما هدفت الدراسة إلى تطبيق اختبار فروض نظرية فجوة المعرفة.

واستخدم الباحث منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، لتحقيق ما تسعى إليه الدراسة، وذلك عبر "أداة الاستبانة" والتي تم توزيعها على عينة عمدية غير احتمالية مكونة من (400) مفردة من طلاب الجامعات اللبنانيين في بيروت، والتي تضمنت مجموعة من الأسئلة مرتبطة بتساؤلات وفروض الدراسة وأهدافها ومتغيراتها.

وتوصل الباحث إلى العديد من النتائج يمكن إيجاز أهمها فيما يلي:

1- إن مستوى متابعة البرامج السياسية بشكل عام في الفضائيات اللبنانية كان متوسطاً لدى غالبية المبحوثين، بينما المستوى المرتفع جاء بالمرتبة الثانية، وجاء المستوى المنخفض بالمرتبة الثالثة والأخيرة.

\* عضو هيئة تدريس منتدب في كلية المجتمع - قطر

- 2- إن مستوى المعرفة السياسية لدى أغلبية المبحوثين كان مرتفعاً، وجاء المبحوثون ذوو المعرفة السياسية المتوسط بالدرجة الثانية، بينما جاءت نسبة المبحوثين ذوي المعرفة السياسية المنخفضة بالمرتبة الأخيرة حيث كانت قليلة جداً.
- 3- توجد علاقة ارتباط غير دالة إحصائياً بين حجم التعرض للقنوات التلفزيونية وبين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين.
- 4- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين وبين درجة اهتمامهم بالقضية السياسية المثارة في التلفزيون اللبناني.
- 5- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين في حجم المعرفة السياسية، حسب متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: أثر، البرامج السياسية، التلفزيون اللبناني، المعرفة السياسية.

Abstract:

The study aimed to find out the effect of watching political programs on Lebanese television on the level of political knowledge of Lebanese university youth and the extent of their dependence on them, according to many variables. The study

also aimed to apply the test of hypotheses of the knowledge gap theory.

The researcher used the descriptive approach, to achieve the aim of the study, through the "questionnaire tool", which was implemented on an intentional non-probability sample of (400) single Lebanese university students in Beirut, which included a set of questions related to questions and hypotheses of the study. And its goals and variables.

**The researcher came out with many conclusions. The important ones are:**

- 1- In general ,viewing the political programs in the Lebanese satellite channels was medium among the participants, the high level came in the second place while the law level got the third and last place.
- 2- The political knowledge among the participants was high; the participant with middle political knowledge was in the second place while the low political knowledge came in the third place.
- 3-There is a non-statistically significant correlation between the volume of exposure to television channels and the size of political knowledge of the respondents.

- 4- There is a statistically significant correlation between the size of the respondents' political knowledge and the degree of their interest in the political issue raised.
- 5- There are statistically significant differences between the respondents in the size of political knowledge, according to the variable of the economic and social level.

**Key words:** effect, political programs, Lebanese television, political knowledge.

### مقدمة الدراسة:

إن التركيبة الاجتماعية السياسية الناشئة عن تعدد الطوائف اللبنانية لها دوراً رئيساً في انتشار الصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية، والتي تسيطر عليها قوى سياسية وطائفية معينة، عملت على هامش القانون وذلك لعدة سنوات، وبعد اتفاق الطائف تم إعادة تنظيم جميع وسائل الإعلام في ظل القانون وفي إطار الحرية المسؤولة بما يخدم التوجهات الوفاقية وإنهاء الحرب.

كما أن المتغيرات والتطورات السياسية والإعلامية في لبنان أدت إلى تحولات في وعي المجتمع اللبناني عامة، والشباب اللبناني خاصة الذي يعتبر أكبر شريحة في المجتمع اللبناني والذي ولد في فترة العنف والتوتر الأمني والصراع السياسي الذي خلفته الحرب الأهلية، ولم يكن مسؤولاً عن بداياتها لكنه مسؤولاً عن تخطي آثارها في مجتمعه، وإن هؤلاء الشباب بحاجة لمعرفة حقيقة ما يدور حولهم من أحداث سياسية لمحاولة تلافي مخاطر هذه المرحلة والانتقال بلبنان إلى برّ الأمان والسعي للحفاظ على سيادة لبنان وعلى العيش المشترك.

وفق ذلك فإن ارتفاع مستوى معرفة الشباب بأبعاد الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية تعد من المتطلبات الأساسية للمشاركة السياسية الفاعلة.

والمعرفة السياسية هي اكتساب الأفراد المعارف والمعلومات الخاصة بالحياة السياسية والنظام السياسي القائم، وقضايا مجتمعهم، والتحديات التي تواجههم، والطموحات السائدة عندهم.

ولا شك أن الإعلام حالياً وبوسائله المتعددة أصبح يشكل عصب الحياة المعاصرة، وله دور كبير في تشكيل شخصية الشباب وتزويدهم بالمعلومات والمعرفة السياسية، وأن وسائل الإعلام هي المتصدر الرئيسي لنقل المعلومات والأحداث السياسية وعلى رأسها التلفزيون، حيث أثبتت الدراسات السابقة أنه من أهم الوسائل الإعلامية التي يُعتمد عليها في الحصول على المعلومات السياسية، ويعتبر مصدراً أساسياً لنقل المعلومات والقيم وأنماط السلوك<sup>(1)</sup>، إشارة إلى أن لبنان يضم عدد كبير من المحطات الفضائية والتي تمثل مختلف التيارات السياسية والطائفية وغير ذلك، وازدادت أهمية تلك القنوات وتعاضم تأثيرها على فئات الجمهور، وجمهور الشباب بوجه خاص، حيث أكدت الدراسات العلمية أنهم أكثر الفئات تعرضاً لتلك القنوات<sup>(2)</sup>، مما يجعل التساؤل عن دور القنوات التلفزيونية من خلال ما تبثه من برامج سياسية في إمداد الشباب بالمعلومات والمعرفة السياسية، وما مستوى هذه المعرفة عند هذه الفئة من الشباب، وخاصة الشباب الجامعي الذين ينتمون إلى مختلف فئات المجتمع الاجتماعية والاقتصادية ويتميزون بنشاط فكري ولهم التأثير في المجتمع والدور الكبير في بناء مستقبل لبنان.

#### مشكلة الدراسة:

يحاول الباحث في هذه الدراسة تحديد دور التلفزيون اللبناني من خلال برامجه السياسية في المعرفة السياسية، ومدى اسهامه في تزويد الشباب الجامعي اللبناني بالمعلومات والمعرفة السياسية، وذلك لأهمية قطاع الشباب وخصوصاً الجامعي ودوره الفاعل في المجتمع لما يتمتع به من نشاط عام وفكري، كما يعد

طلاب الجامعات فئة متميزة وقادرة على التعبير عن موضوع الوعي السياسي، كما أنهم ينتمون إلى مختلف الفئات الاجتماعية والاقتصادية، وهم أكثر الفئات عرضة لمناقشة الموضوعات والقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية المختلفة، ومن هنا كانت الحاجة لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون الذي حقق انتشاراً واسعاً لتزويدهم بالمعلومات والمعارف تجاه هذه القضايا والموضوعات<sup>(3)</sup>. وتتخلص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: "ما أثر مشاهدة البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني على مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي اللبناني؟"

وذلك من خلال إجراء استبانة لتحليل آراء عينة من (الشباب الجامعي اللبناني) حول الدور الذي تقوم البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني في مجال المعرفة السياسية، وما مدى اعتمادهم عليها في اكتساب المعلومات والمعرفة السياسية؟، وتطبيق فروض نظرية فجوة المعرفة.

**تساؤلات الدراسة:** في ضوء إشكالية الدراسة وأهدافها، تم وضع التساؤلات الآتية:

- 1- ما مدى انتظام عينة الدراسة في متابعة البرامج السياسية التي تبثها الفضائية اللبنانية؟
- 2- ما مدى التعرض للقضايا والبرامج السياسية التي تبثها القنوات الفضائية بالنسبة لأفراد العينة؟
- 3- ما حجم اعتماد طلاب الجامعات اللبنانية على القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات السياسية؟
- 4- ما مدى اهتمام طلاب الجامعات اللبنانية بالبرامج السياسية اللبنانية؟
- 5- ما مستوى المعرفة السياسية لدى طلاب الجامعات اللبنانية؟

فروض الدراسة: ويسعى الباحث من خلال هذه الدراسة لاختبار صحة الفرضيات الآتية:

- 1- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مشاهدة الفضائيات ومتابعة البرامج السياسية.
- 2- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين متابعة البرامج والاعتماد عليها.
- 3- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الاعتماد والمتابعة والاهتمام السياسي.
- 4- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين حجم التعرض للتلفزيون وبين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين.
- 5- يختلف حجم المعرفة السياسية لدى طلاب الجامعات بلبنان باختلاف درجة اهتمامهم بالقضية السياسية المثارة.
- 6- يختلف حجم المعرفة السياسية لدى الطلاب اللبنانيين باختلاف المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

أهمية الدراسة: تتبع أهمية هذه الدراسة من الاعتبارات التالية:

- 1- إلقاء الضوء على دور التلفزيون في تزويد الجمهور بالمعرفة السياسية.
- 2- دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة (المشاهدة - المتابعة - الاهتمام).
- 3- دراسة العلاقة بين اعتماد الجمهور المستهدف على البرامج السياسية وحجم المعرفة السياسية لديه تبعاً للعديد من المتغيرات.
- 4- التعرف على العلاقة بين اهتمام الجمهور بالبرامج السياسية، ومدى متابعته لها.

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة للآتي:

- 1- التعرف على مستوى المعرفة السياسية لدى المبحوثين من طلاب الجامعة اللبنانيين.

2- معرفة العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات واكتساب المعرفة لدى أفراد العينة عن الأحداث السياسية.

3- معرفة مدى اهتمام الشباب الجامعي بالبرامج السياسية في التلفزيون اللبناني.

4- تحليل آراء الجمهور المستهدف حول دور البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني في تزويد الشباب الجامعي اللبناني بالمعرفة السياسية.

#### الدراسات السابقة:

1- دراسة ياسمين سعيد عبد المنعم (2010)<sup>(4)</sup>..:

هدفت الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية في الحصول على المعلومات العامة، والتعرف على دور هذه البرامج في تشكيل معرفة الجمهور المصري حول ما يحيط بهم من قضايا عامة، واختارت الباحثة عينة عمدية غير احتمالية من الجمهور المصري قوامها (400) مفردة وتتراوح أعمارهم بين (20) عاماً فأكثر موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث في ست محافظات مصرية، وأجرت الباحثة الدراسة التحليلية على برامج قناة الرأي بقناة مصر الإخبارية في الفترة الزمنية من 2009/7/1 حتى 2009/9/30، ومن أهم النتائج: يأتي التلفزيون في المرتبة الأولى كوسيلة للحصول على المعلومات عن القضايا العامة لدى الجمهور المصري، جاء اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة على برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية في الحصول على معلومات حول القضايا العامة في الترتيب الأول، اتضح أن مستوى المعرفة الكلية لدى الجمهور المصري عينة الدراسة مرتفع، وجاء بنسبة 84.5%، توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستويات التعليمية في كل من الاتجاه نحو برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية والتأثيرات ومستوى المعرفة.

2- دراسة علي سلمان درويش (2012) (5). استهدفت الدراسة معرفة دور برامج المرأة في القنوات العراقية في توعية بقضايا المجتمع السياسية، ومدى تأثير هذه البرامج على وعي المرأة العراقية، من خلال دراسة ميدانية تمثلت في تطبيق الاستبانة على (400) مبحوثة من النساء العراقيات بأعمار تتراوح ما بين 19-50/ سنة في مدينة بغداد، إضافة إلى تحليل مضمون برنامجي (السيدات أولاً، النساء أولاً)، وشملت الدراسة التحليلية قناتي (العراقية الفضائية، والفيحاء الفضائية)، وكان من أهم نتائج الدراسة:

جاء التلفزيون بالمرتبة الأولى لاكتساب أفراد العينة المعلومات حول قضايا المجتمع السياسية.

توجد فروق بين فئات المستوى الاقتصادي والاجتماعي وبين الوعي بقضايا المجتمع السياسية لدى المرأة العراقية من خلال القنوات الفضائية العراقية لصالح المستوى المتوسط، وتوجد فروق دالة بين فئات المستوى التعليمي حول الوعي بقضايا المجتمع السياسية لدى المرأة العراقية لصالح الأعلى تعليمياً، توجد علاقة ارتباط إيجابية بين اعتماد المرأة العراقية على الفضائيات العراقية محل الدراسة وبين اكتساب المعرفة بقضايا المجتمع السياسية.

#### علاقة الدراسة الحالية بالبحوث والدراسات السابقة:

إن معظم الدراسات السابقة تناولت موضوع دور الإعلام وأهميته بالنسبة للقضايا السياسية، والمشاركة السياسية، والإصلاح السياسي، وإن كل دراسة من الدراسات السابقة تناولت دور التلفزيون أو وسائل الإعلام من جانب معين، وكلاً منها قدم إضافة علمية جديدة، إذ كان لها أهمية كبيرة في تسليط الضوء على عدة قضايا كانت تخفى عن الكثيرين، وجميعها خرجت بنتائج وإحصائيات تخدم أهداف الأبحاث والدراسات التي قاموا بها، إضافة إلى أن كل من هذه الدراسات فتحت آفاقاً جديدة لدراسات وأبحاث أخرى، ولا شك في أن

هناك ارتباطاً وثيقاً بين تلك الدراسات السابقة وبين الدراسة الحالية؛ حيث استفاد منها الباحث في الآتي:

**أولاً:** إعداد أدوات الدراسة سواءً في استمارة الاستبانة، وصياغة الفروض العلمية بشكل أفضل، وأسلوب تطبيق الدراسة الميدانية، وإعطاء فكرة عن الاختبارات الإحصائية التي يمكن استخدامها في الدراسة.

**ثانياً:** كما استفاد الباحث من الدراسات السابقة في إثراء الإطار النظري للدراسة، وتوسيع معلوماته حول نظرية نظرية فجوة المعرفة، مما ساعد على إيضاح جميع جوانب النظرية، والإطلاع على أهم المتغيرات التي اعتمد عليها الباحثون في اختباراتهم لفرضيات نظرية فجوة المعرفة.

**ثالثاً:** وساعد الباحث في إعداد مقياس الدوافع وإعداد مقياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومقياس مستوى المعرفة السياسية لديهم، وبعض المقاييس الأخرى التي تم دراستها في هذا البحث.

**رابعاً:** الاستفادة من نتائج هذه البحوث في مقارنتها مع نتائج الدراسة الحالية.

#### ميزة الدراسة الحالية:

مما سبق نلاحظ أن معظم الدراسات السابقة على جوانب معينة تختلف عن موضوع الدراسة الحالية، وأن معظم الدراسات السابقة لم تتطرق لدور البرامج السياسية في تزويد الشباب بالمعرفة السياسية، إذ تبين من الدراسات السابقة ندرة وجود دراسات تتناول هذا الجانب، لذلك فإن الباحث في الدراسة الحالية يحاول دراسة أثر متابعة البرامج السياسية على مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي اللبناني.

#### مفاهيم ومقاييس الدراسة:

1- المعرفة السياسية: "تعني معرفة مجموعة من المفاهيم والأفكار والتصورات والقضايا التي يكونها الإنسان في حياته اليومية عن العالم الخارجي بكل ما فيه

من موجودات وحركات وظواهر مختلفة<sup>(6)</sup>. ويتبنى هذا البحث تعريفاً إجرائياً لمفهوم المعرفة السياسية لدى طلبة الجامعات هو: اكتساب طلبة الجامعات المعارف والمعلومات الخاصة بالحياة السياسية والنظام السياسي القائم، وقضايا مجتمعهم، والتحديات التي تواجههم، والطموحات السائدة اليوم عندهم.

2- مستوى المشاهدة: ويقصد به عدد ساعات المشاهدة اليومية للفضائيات اللبنانية وعدد أيام المشاهدة للفضائيات اللبنانية في الأسبوع، والذي تم الوصول إليه من جمع السؤالين س2، وس3 من أسئلة الاستبانة لنعرف حجم مشاهدة الفضائيات اللبنانية، وقد تراوحت درجات هذا المقياس بين أقل درجة يمكن أن يأخذها المبحوث عندما يجيب عن هذين السؤالين (2) ، وبين (10) وهي أكبر درجة يمكن أن يأخذها المبحوث، ثم قسمنا هذا المقياس إلى ثلاثة مستويات (منخفض ومتوسط ومرتفع). وهكذا تحسب كل مقاييس الدراسة.

3- مستوى المتابعة: والمقصود به درجة متابعة المبحوثين للبرامج السياسية وكيفية متابعتها والتمثل بالأسئلة س5 و س6 وس7 من الاستبانة، وتم تجميعه وتقسيمه إلى ثلاثة مستويات (منخفض ومتوسط ومرتفع).

4- مستوى المعرفة السياسية: وهو مقياس معرفة المبحوثين بالقضايا والأحداث السياسية المحيطة بهم، وذلك من خلال أسئلة طرحها الباحث على افراد العينة تقيس مدى المعرفة لديهم في القضايا والتركيبية السياسية، وتم تجميعه وتقسيمه إلى ثلاثة مستويات أيضاً (منخفض ومتوسط ومرتفع).

5- المستوى الاقتصادي الاجتماعي: يشير لمستوى الدخل ومكان الإقامة، والمكون من سؤالين ضمن أسئلة الاستبانة حول البيانات الشخصية، حيث تم تجميعه وتقسيمه، وتم إعداد مقياس ثلاثي للمستوى الاقتصادي الاجتماعي يشمل المستويات (المرتفعة، المتوسطة والمنخفضة).

6- درجة الاعتماد: هو مدى اعتماد المبحوثين على البرامج السياسية التي تبثها الفضائيات اللبنانية للحصول على معلومات حول الأحداث السياسية، وتم قياسه من خلال سؤال حول درجة الاعتماد في الاستبيان.

7- مستوى الاهتمام: هو مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة البرامج السياسية، ودرجة اهتمامهم بالسعي للحصول على معلومات حول القضايا والأحداث السياسية، وتم قياسه من خلال السؤال رقم (9) في الاستبانة.

8- التلفزيون اللبناني: المقصود به إجرائياً جميع الفضائيات اللبنانية الحكومية والخاصة المرخصة، وسيتم استعراضها في الإطار النظري من هذه الدراسة.

9- البرامج السياسية: المقصود بها إجرائياً أبرز البرامج السياسية الأسبوعية التي تبثها القنوات الفضائية اللبنانية.

#### النظرية الموجهة للدراسة:

#### نظرية فجوة المعرفة:

تمثل نظرية فجوة المعرفة طريقة جديدة في دراسات التأثير والعلاقة القائمة بين الجماهير ووسائل الإعلام حيث أنها لم تكتف بالتعرف على دور الإعلام في تزويد الجماهير بالمعلومات فقط بل حرصت على دراسة استخدام الجماهير لهذه المعرفة في بناء وتشكيل الإطار المعرفي للأفراد.

لقد ظهرت ملامح نظرية فجوة المعرفة منذ سنوات عديدة في ظل السمة الدائمة للتفاوت الطبقي، وخصوصاً في العقدين الماضيين نتيجة النمو السريع للانقسامات الاجتماعية، ونبعت بين من يملك ومن لا يملك، وتعد دراسة هيمن و شيتسلي "Hyman & Sheatsley" (1947) من أول المؤشرات التي دعمت الاعتقاد بأن وسائل الإعلام لا تنقل المعلومات إلى جميع فئات الجمهور بنفس الدرجة، رغم كثافة التغطية الإعلامية، وتنوع المعلومات التي تقدمها كأول إشارة إلى فجوة المعرفة بين أفراد الجمهور<sup>(7)</sup>.

كما أوضحت دراسة ستار وهجز " Star & Huges " عام (1950) أن الحملة الإعلامية للتعريف بالأمم المتحدة كانت ذات أثر معرفي ضئيل، حيث لم يتأثر مستوي معرفة الأفراد بعد الحملة وعن قبلها، كما أن الحملة لم تنجح في توصيل المعلومات إلى جميع أفراد المجتمع<sup>(8)</sup>.

وتعتبر دراسة روبنسون " Robinson " عام(1967) من أهم الدراسات في فجوة المعرفة بين أفراد الجمهور، حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى وجود فجوة معرفية بشأن القضايا المختلفة بين الأفراد الأكثر تعليماً ومتابعة لوسائل الإعلام مقارنة بالأفراد الأقل تعليماً والأقل متابعة، وبالتالي الأقل معرفة بما يثار في الوسائل الإعلامية من قضايا مختلفة.

ولقد ظهرت نظرية فجوة المعرفة بمفهومها الكامل وفرضياتها لأول مرة عام (1970) من خلال الدراسة التي أجراها ثلاثة من الباحثين هم تيشنور ودونوهيو وأولين " P.J Tichenor , G.A.Donohue & C.N.Olien "، بعنوان " تدفق المعلومات خلال وسائل الإعلام، والاختلافات المعرفية" بعد رصد نتائج بحوث عديدة أشارت إلى أن قطاعات الجمهور المختلفة تحظى بقدر متوازن في الحصول على المعلومات المتدفقة من وسائل الاتصال الحديثة في المجتمع، والتي تؤدي بدورها جعل فئات الجمهور ذوي المستوي الاجتماعي والاقتصادي المرتفع، أكثر قدرة على اكتساب المعلومات بشكل أفضل من الفئات ذات المستوي الاجتماعي والاقتصادي المنخفض، وبالتالي فإن ازدياد المعلومات ينتج عنه توسيع فجوة المعرفة بدلاً من محوها، كما هو متوقع من وسائل الإعلام كنظام فرعي في المجتمع<sup>(9)</sup>.

**الفرضية التي تعتمد عليها هذه النظرية:**

طرح كل من "تتشنر" و"دونو" و"أولين" " Tichenor, Donohue, & Olien مفهوم فرضية فجوة المعرفة عام (1970) في دراسة لهم بعنوان "تدفق

المعلومات عبر وسائل الإعلام، والاختلافات المعرفية" وكان قد افترض فريق البحث الفرضية التالية:

"يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلاً من النقصان"<sup>(10)</sup>.

وتؤكد هذه الفرضية أن الفئات ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام، ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبياً من الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

ويرى "تشنر" وزملاؤه "Tichenor" أن فرض فجوة المعرفة لا يعني أن الطبقات الفقيرة في المجتمع لن تتوفر لها المعلومات بشأن القضايا والأحداث المثارة، وإنما يعني أن نمو المعرفة يزداد نسبياً بين الفئات العليا اجتماعياً واقتصادياً، كما يعتبرون أن التعليم مؤشر مقبول لتصنيف الأفراد إلى فئات اجتماعية واقتصادية مرتفعة ومنخفضة. وأن الناس من ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع أو المنخفض يكتسبون المعرفة بسبب المعلومات الإضافية، لكن الأشخاص من ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع يكتسبون معرفة أكبر. وهذا يعني أن الفجوة المعرفية بين الفئتين سوف تزيد<sup>(11)</sup>.

#### تطوير فجوة المعرفة وأهم المتغيرات المؤدية للفجوة المعرفية:

إن الفرض الرئيس لفجوة المعرفة هو متغير الفروق الاجتماعية والاقتصادية بين الأفراد، ولكن من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة حول فجوة المعرفة يتضح أن الباحثين قد رصدوا عدداً من المتغيرات التي قد تتسبب في إحداث الفجوات المعرفية وتؤدي إلى توسيعها أو تضيقها والتي بدورها اعتبرها

الباحثون تطويراً لفرض فجوة المعرفة، وكان "روجرز" أول من اقترح ضرورة إعادة صياغة فرض فجوة المعرفة عام 1976 ليطبق على التأثيرات السلوكية والاتجاهية بدلاً من التأثيرات المعرفية، ويشمل الاتصال الشخصي بدلاً من التركيز على وسائل الإعلام الجماهيرية فقط، وأن الفجوة المعرفية ليست بالضرورة أن تحدث بين الفئات الأعلى والأدنى في المستوى الاجتماعي والاقتصادي<sup>(12)</sup>. وأكد بعض الباحثين أن هناك متغيرات يفوق تأثيرها متغير التعليم كمؤشر للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في إحداث الفجوات المعرفية، وسنستعرض أهم المتغيرات التي اعتمدت بحوث فجوة المعرفة على قياسها ابتداءً من المستوى الاجتماعي الاقتصادي والتعليمي:

**1- المستوى الاجتماعي الاقتصادي:** يُعد المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتغير الأساسي في نظرية فجوة المعرفة، وتوصلت معظم دراسات فجوة المعرفة إلى أن الأفراد ذوي المستوي الأعلى اجتماعياً واقتصادياً يكتسبون المعرفة المتعلقة بالشئون العامة بمعدل أسرع من الأفراد ذوي المستوي الأقل اجتماعياً واقتصادياً، ويبني فرض فجوة المعرفة على أساس أن العوامل الاجتماعية الاقتصادية هي المحدد الرئيسي لقياس أثر تعرض الجمهور لرسائل وسائل الإعلام.

**2- المستوى التعليمي:** يعد التعليم مؤشراً كافياً لتحديد المستوي الاجتماعي الاقتصادي في معظم الدراسات التي اختبرت فرض الفجوة المعرفية، حيث يرتبط مستوي التعليم في المجتمعات الأجنبية، بارتفاع المستوي الاجتماعي الاقتصادي للأفراد، ولكن يختلف الأمر في المجتمعات النامية، ويرجع ذلك لاختلاف طبيعة تلك المجتمعات، فالتعليم ليس مؤشراً كافياً للمستوي الاجتماعي الاقتصادي، حيث لا يعني ارتفاع التعليم بالضرورة ارتفاع المستوي الاجتماعي الاقتصادي.

3- **درجة الاهتمام:** أكد جينوفا وجرينبرج "Genova & Greenberg" أنه ينبغي إعادة صياغة فرض فجوة المعرفة على أساس متغير الاهتمام الذي يعتبر متغيراً أساسياً في إحداث الفجوات المعرفية أكثر من التعليم كمؤشر للمستوى الاجتماعي الاقتصادي، حيث يسمح الاهتمام باكتساب مزيد من المعلومات التي تقدمها الوسائل الإخبارية، وبالتالي إيجاد الفجوة المعرفية، من منطلق أن التعليم قد يوسع المجال العام لاهتمامات الفرد ولكنه ليس من الضروري أن توجد اهتمامات متجانسة بين الأفراد من ذوي المستوى التعليمي الواحد مرتفعاً كان أم منخفضاً<sup>(13)</sup>.

4- **حجم التعرض لوسائل الاتصال:** يلعب التعرض دوراً رئيساً في إحداث الفجوات المعرفية وتضييقها أو توسيعها، فقد توصلت عدد من الدراسات إلى أن دافع البحث عن المعرفة هو المتغير الأساسي الذي يؤدي إلى ضيق الفجوات المعرفية، ولكن لا يكفي أن يكون هناك دافع للبحث عن المعلومات ما لم يقدّم الفرد بالتعرض للمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام. إذ أكدت بعض الدراسات السابقة أن هناك علاقة ارتباط بين حجم التعرض لوسائل الإعلام وحجم اكتساب المعلومات والمعرفة.

5- **المتغيرات الديموغرافية:** أكدت بعض الدراسات السابقة وجود علاقة بين المتغيرات الديموغرافية ومستوي المعرفة التي يكتسبها الأفراد من وسائل الإعلام، وتشمل المتغيرات الديموغرافية كلاً من السن والنوع.

6- **نوع الوسيلة:** توجد اختلافات نوعية في قدرة كل وسيلة على نقل المعلومات ونشرها، حيث أظهرت بعض الدراسات السابقة أن الصحف تعمل على توسيع الفجوات في حين أن التليفزيون يعمل على التقليل من حدتها.

### تعريف الإعلام السياسي، أهدافه، وظائفه:

إن الإعلام السياسي يظل العمود الفقري لأداء وسائل الإعلام الحديثة خاصة في هذا العصر الذي أصبح فيه من الممكن متابعة الأحداث لحظة حدوثها أو بعد ذلك بقليل، وصار الإعلام الوجه الآخر للسياسة، فلا نستطيع أن نتخيل إعلاماً دون مرامي وأهداف وغايات سياسية يسعى إليها، كما لا نستطيع أن نتخيل عملاً سياسياً دون إعلام يدعو إليه ويعكس برامجه وينادي بمبادئه<sup>(14)</sup>.

### الإعلام السياسي:

هناك أكثر من رأي حول تعريف الإعلام السياسي ومفهومه فهناك من الباحثين من يرى أن الإعلام والسياسة وجهان لعملة واحدة: لا يستقيم وجه دون الوجه الآخر، ولهذا يرى بعض الباحثين أن الإعلام السياسي لا يعتبر إعلاماً متخصصاً لأن الأخبار والتحليلات السياسية هي المادة الأساسية لوسائل الإعلام<sup>(15)</sup>.

والإعلام السياسي كما عرفه أحد الباحثين "هو الإعلام الذي تغلب عليه طوابع السياسة والفكر والدعاية والدعوة ويستهدف تغيير أو تثبيت أو انحياز أو تحييد اتجاهات الجمهور من خلال زيادة الاهتمام بمجريات الأحداث السياسية، أو أضعاف هذا الاهتمام أو تحويل مساراته إلى قضايا دون قضايا أخرى"<sup>(16)</sup>، إلا أن هذه النظرة تختلف من بلد إلى آخر... فالسياسة في بعض الدول ضرورة من ضرورات الحياة ففي مثل هذه الدول تمثل السياسة وجبة يومية للإنسان: يجد فيها همومه ومشاكله وآلامه وصراعه من أجل حياة أفضل، وفي دول أخرى يراقب الناس السياسة مراقبة الهواة لمباريات كرة القدم... ومن هنا يتضح لنا دور الإعلام السياسي يختلف من بلد إلى آخر. ففي الأولى يناط به مهمة التوعية السياسية الصحيحة التي تنير أمام المواطن درب الحقيقة السياسية، وفي الثانية يناط به إحاطة الناس علماً بمجريات الأحداث وتطوراتها.

### أهداف الإعلام السياسي:

1- **التثقيف السياسي:** إذ تحرص أنظمة الحكم وعلى الخصوص الشمولية منها التي تخضع لسلطة مركزية (حكم فردي أو حكومات الحزب الواحد) على الاستعمال المكثف لوسائل الإعلام من أجل تنشئة جماهيرها الوطنية لهدف خلق وعي سياسي لديها بشأن قضية معينة قد تكون أيولوجية اقتصادية أو عقيدة سياسية أو سياسات إصلاحية معينة<sup>(17)</sup>.

2- **التأثير في اتجاهات الرأي العام:** حيث تعمل أنظمة الحكم على استخدام وسائل الاتصال من أجل توجيه الرأي العام وتحديد مواقفه المساندة لسياستها وبرامجها السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ومحاولة إضعاف ظاهرة الرفض والمعارضة لهذه السياسات وحتى تعمل أي حكومة بكفاءة يتوجب أن توفر درجة ملائمة من الاتصال بينها وبين القاعدة، بحيث يتم طرح القرارات بعد الوقوف على توجيهات الرأي العام من خلال رصده في وسائل الإعلام، وجمع المعلومات من خلالها وأن يتم ذلك من خلال خبرات فنية متخصصة في تحليل المعلومات الواردة والتغذية الراجعة بصورة خالية من التحريف والتشويش.

3- **التسويق السياسي:** وهو محاولة عرض الأفكار والمواقف على الجمهور المتلقي عبر وسائل الإعلام بهدف تسويقها والتسليم بها، وهنا فإن السياسيين في عملهم هذا إنما يشبهون في عرض أفكارهم أصحاب المتاجر حيث يعرضون سلعهم بطريقة جذابة ومؤثرة على الجمهور بهدف الترويج لها وبيعها، ولا بد من التأكيد على أن مقدرة السياسيين في عرض أفكارهم ومواقفهم هي التي تحكم مدى النجاح أو الإخفاق في قبول الجمهور بما يطرح عليه، ويستخدم التسويق السياسي عادة في الحملات الانتخابية للمواقع السياسية كالرئاسة والمجالس النيابية أو البلدية، وتلجأ الأحزاب السياسية والمرشحون لهذه المواقع القيادية إلى الاستعانة بمكاتب متخصصة في مجال الإعلام والدعاية السياسية لتصميم

برنامجها الانتخابي بصورة تكفل نجاح العملية الاتصالية والنفوذ إلى نفوس المتلقين، وهم جمهور الناخبين، وضمن تأييدهم السياسي<sup>(18)</sup>.

### دور التلفزيون في تنمية المعرفة السياسية:

يعتبر التلفزيون الآن أكثر وسائل الإعلام الجماهيري فاعلية، حيث يستخدم بنجاح تام في إحداث الكثير من التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية، مخاطباً كافة أفراد المجتمع بسهولة، ومتخطياً بذلك حاجز الأمية والحواجز الجغرافية، التي قد تعوق الوسائل الإعلامية الأخرى في تأدية وظائفها.

يتفوق التلفزيون على معظم وسائل الإعلام الأخرى نظراً لتمتعه بالعديد من الخصائص والمزايا، كالانتشار الواسع وسهولة الاستخدام، اعتماد لغته البرنامجية على الصورة المتحركة والألوان، وتعزيز الصوت المؤثر بالصورة المعبرة الموضحة، ولقد كان سريعاً في إظهار مزاياه التي تمثلت في الاستجابة السريعة للأحداث وتقديم الأخبار المرئية ذات التأثير البالغ الذي نجح في تقييد المشاهدين بمختلف أعمارهم، واتجاهاتهم أمام شاشته الصغيرة<sup>(19)</sup>.

إن للتلفزيون دوراً أساسياً في عملية التنشئة والتنمية الاجتماعية والسياسية والتي عن طريقها يكتسب الأفراد العادات والتقاليد والاتجاهات والقيم السائدة في بيئتهم الاجتماعية والسياسية التي يعيشون فيها، وله آثار اجتماعية ايجابية مثل توفير جواً متغيراً للأسرة وبيئتها، ويميز المواهب الجديدة في العالم ويساهم في إرساء القيم والعادات الاجتماعية والثقافية وتغيير سلوك الأفراد إلى الأفضل إذا ما خطط له بشكل إيجابي.

إن ظهور وانتشار التلفزيون قضي، إلى حد كبير، على احتكار الحكومة لوسائل الإعلام في معظم دول العالم، فلم يعد بمقدور القنوات الحكومية ممارسة سياسة التعنيم على القضايا السياسية، بعد ما أصبحت الفضائيات تقدم لمشاهديها

كافة الحقائق والمعلومات دون مواربة، وتتنافس في تغطية الأحداث ومتابعة القضايا التي تهتم المواطن<sup>(20)</sup>.

فالتلفزيون كجهاز إخباري أصبح وسيلة أساسية لاكتساب المعلومات في شكل حي وأقرب للواقع، حيث يقدم معلومات قد لا تتوفر للفرد في حياته العادية، وتلعب هذه المعلومات دوراً في عملية التكيف الاجتماعي، وبذلك فإنه يسعى لترسيخ قيم ومفاهيم معينة أو يعمل على تعديل أو إلغاء بعض هذه القيم والمفاهيم طالما أنه يعمل في إطار ظروف سياسية واجتماعية تسود المجتمع.

كما يسهم التلفزيون في تكوين الصورة السياسية عن النظام السياسي من خلال ما يقدمه من معلومات وتصورات عن هذا النظام بالإضافة إلى دوره في زيادة درجة الاهتمام السياسي لدى الجمهور وترتيب أولويات القضايا مما يساعد على تكوين وجهات النظر بشأنها والمشاركة في المناقشات التي يجريها حولها<sup>(21)</sup>. خاصة في مجال المناظرات السياسية بالإضافة إلى تكوين الأجندة السياسية للأفراد.

ويستطيع التلفزيون أن ينقل للمشاهد صوراً لشخصيات عالمية ومحلية يصعب على الإنسان العادي أن يلتقي بها في الحياة العادية مثل الزعماء والرؤساء والملوك، والشخصيات المؤثرة، كما أن بإمكانه نقل أماكن يصعب مشاهدتها في الطبيعة أو التوجه إليها مثل انعقاد اجتماعات الرؤساء والزعماء والمؤتمرات العالمية، وأماكن الحروب والاضطرابات، ويعد التلفزيون من أقوى وسائل الإعلام التي ظهرت في القرن العشرين، وأفضل وسيلة إعلامية لنقل الأخبار<sup>(22)</sup>، وعرف عقد الستينات من القرن الماضي بالعصر الذهبي لأخبار التلفزيون بعد تغطية العديد من الأحداث المهمة في حرب فيتنام أو المناظرة الشهيرة بين "نيكسون وكيندي"، والتي حسمت السباق في الانتخابات الرئاسية الأمريكية مما جعل التلفزيون أحد أهم الأدوات الفاعلة في مجال السياسة.

نبذة عن الوضع السياسي في لبنان:

يعيش لبنان في ظل نظام جمهوري، ويختلف الكثيرون في وصف هذا النظام وتتراوح النعوت بين الغريب والعجيب، والوحيد والفريد، والمدهش والمذهل، والمتزعزع والهش، وغيرها، لكن ما يمكن حسمه هو ما سجله "هدسون، Hudson" من أن التطور الاقتصادي والاجتماعي يظهر في لبنان بوضوح، في حين أن التطور السياسي تصعب ملاحظته، ولشرح خصائص النظام اللبناني المتشابك والمعقد استعان "هدسون" بنظرية توازن القوى التي ازدهرت في حقل العلاقات الدولية في القرن الماضي، والنظرية تُعرف باسم: "البوليبارشية"، ويمكن تسميتها بنظرية مراكز القوى المتعددة والمتوازية، وفي النظام "البوليبارشي" لا يطالعنا فرد ولا مجتمع بل جماعات أو فئات؛ إن الفرد في هذا النظام لا وزن له ولا قيمة، والمجتمع الوطني المتكامل المتلاحم لا وجود له كذلك كل جماعة أو فئة أو طائفة تعتبر نفسها مجتمعاً قائماً بذاته لا تربطه بالمجتمعات الطائفية أو الفئوية الأخرى إلا روابط واهية تفرضها فكرة الاستمرار في التعايش وصيانة المصالح الآنية المتقلبة<sup>(23)</sup>.

إذاً لا يتمحور الفكر اللبناني حول الدولة بل حول المجتمع، فاللبننة في التجربة الفكرية السياسية العربية هي النظرة إلى السياسية كحركة من المجتمع نحو الدولة، وليس من الدولة نحو المجتمع<sup>(24)</sup>.

وبدراسة أحكام الدستور اللبناني يظهر أن نظام الحكم في البلد ينضوي تحت تصنيف الديمقراطية الليبرالية، فهو ليبرالي، بالاستثناء إلى كونه يأخذ باحترام العامة والحقوق الفردية التقليدية، وهو ديمقراطي تمثيلي بمعنى أن الهيئات السياسية فيه تتولى سلطاتها على اختلاف درجاتها عن طريق الانتخاب<sup>(25)</sup>.

وعلى صعيد الأفراد فقلما يجد المرء مواطناً لبنانياً بعيداً في اهتماماته عن السياسة الوطنية أو الدولية، ويستقطب هذا الاندفاع من اللبنانيين الكثير من وقتهم، كما أن السياسة موضع أحاديثهم وتندراتهم<sup>(26)</sup>.

وبالنسبة لوضع الأحزاب، يتصف النظام اللبناني بالتعددية الحزبية، مما يمكننا القول أن الحياة الحزبية في لبنان تتدرج تحت قائمة النظم الحزبية التنافسية<sup>(27)</sup>.

لقد تلاقى المنظرون السياسيون في أن الأحزاب اللبنانية لم تساعد على ترسيخ وحدة المجتمع، على العكس فهي تمضي في زيادة الشذمة وتعميقها عبر ممارساتها الطائفية والفئوية<sup>(28)</sup>، وكان السبب في توجيه التهمة لها بأنها أحزاب صالونات أثبتت التجارب عجزها عن إجراء عملية الصهر والاندماج داخل الشعب اللبناني بسبب بعدها عن الصفة النضالية التي تحاول التغلغل في مختلف الطبقات<sup>(29)</sup>. ويمكن إرجاع ذلك إلى تفسيرين:

أولاً: تشكو الأحزاب السياسية ازدواجية سياسية بين ما تؤمن به من عقيدة وبين مواقعها السياسية<sup>(30)</sup>.

ثانياً: ترخيص الأحزاب يخضع لقرار من وزير الداخلية، أما سحب الترخيص فيحتاج إلى مرسوم من مجلس الوزراء، وبما أن قرار الوزير لا يخضع لضوابط قانونية وإنما لأهوائه ومصالحه، لذلك فإن الأحزاب اللبنانية هي نتيجة طبيعية لمزاجية الوزراء ومصالحهم، وليست نتيجة لما أوحى به مصلحة لبنان العليا، وبدون الدخول في تفاصيل تصنيف الأحزاب طائفية أو شخصية أو قومية أو أممية يمكن القول أن النظام الحزبي اللبناني اتسم بما يلي<sup>(31)</sup>:

- 1- التعدد الحزبي.
- 2- الطابع الفردي للأحزاب، وقيام الأحزاب انعكاساً وتعبيراً عن الأوضاع العشائرية السائدة.
- 3- عدم وجود حزب أغلبية في مجلس النواب.

4- عدم مشاركة الأحزاب في وضع السياسة، فالأحزاب لا تمارس دوراً هاماً نتيجة المحددات التي يفرضها الوضع الطائفي.

### الإعلام اللبناني وأهم المحطات التلفزيونية والفضائية:

إذا كان شعار قانون الحياة اللبنانية: خبز وعلم وحرية، فإن الإعلام اللبناني عامة والصحافة اللبنانية خاصة قد حملوا لواء الحرية من أركان هذا القانون؛ الأمر الذي عكس العديد من وجهات النظر المتباينة، ففي حين طالب المفكرون اللبنانيون أن لا تكون الحرية ولبنان خصمين، وأرادوا للبنان أن يبقى واحة الفكر الحر، يرى آخرون أن هذه الحرية هي التي فتحت على لبنان أبواب جهنم، فممارسة الحرية الصحافية في بلد فاقد الهوية كلبنان أدت إلى جعل وسائل الإعلام اللبنانية منقسمة وفاقدة التوجه القومي، وساهم تجزئة المجتمع اللبناني<sup>(32)</sup>، في فقدان التوجه القومي لدى وسائل الإعلام، مما ساعد بدوره على تجزئة المجتمع اللبناني، يقول الزعيم الراحل "جمال عبد الناصر": "أنه يوجد في لبنان حرية صحافة، لكن لا يوجد فيه صحافة حرة"، فالصحافة اللبنانية تقاذفتها آراء الممولين كما تقاذفتهم مصالحهم، اليمين يهاجم اليسار واليسار يهاجم اليمين في معركة لا غالب ولا مغلوب فيها إلا الوطن<sup>(33)</sup>.

ولا يكتفي البعض بلوم الإعلام الحر في لبنان، إذ يتجهون في لومهم إلى الإعلام الرسمي الذي يصفونه بأنه قد ساهم في تأجيج مشاعر الحقد بين اللبنانيين وفئاتهم ومناطقهم، وطوائفهم كافة، في حين كانت مناطق كاملة في لبنان تهدم، كان الإعلام الرسمي يمسك عن ذكرها، مما دفع فرق عدة للتعبير عن إحساسها بالظلم والغبن إلى إنشاء إذاعات حزبية خاصة<sup>(34)</sup>.

بدورها، قذفت شاشات التلفزة اللبنانية خلال الحرب جمهورها بصورة أليمة عن حوادث الانفجارات التي كانت تحدث في طول البلاد وعرضها، وكان الهدف الأساسي من ورائها استعراضاً قائماً على الإثارة من جهة، والتطمين

الذاتي من جهة ثانية، ولقد عبّر أحد المذيعين وقتئذ فيما يخص عرض صور ما خلفه أحد الانفجارات قائلاً: إن هذه المناظر ليست للمتعة ولكنه الواقع فقط<sup>(35)</sup>. ومهما يكن فإن التركيبة الاجتماعية السياسية الناشئة عن تعدد الطوائف اللبنانية هي التي أتاحت الفرصة لسيادة الجو الليبرالي في البلد؛ انعكس على النظام الإعلامي والصحفي والتعددية الصحفية، ووفر مجالاً أوسع للحرية، مما اضطر السلطة الحاكمة إلى أن تكون متسامحة مع وسائل الإعلام، ومتسمة بضبط النفس تجاهها، وملزمة بعدم تقييدها أو شل حريتها، ويكفي وجود أكثر من مائتي صحيفة سياسية، وحوالي ثلاثمائة وخمسين مطبوعة غير سياسية، وما يزيد على خمسين محطة تلفزيونية، وحوالي مائتي محطة إذاعية عملت على هامش القانون وذلك لعدة سنوات<sup>(36)</sup>؛ كي تجعل من لبنان أهم بلدان الشرق الأوسط إعلامياً، وبالتالي يستحق لقب مهد الصحافة العربية الحرة، وبعد اتفاق الطائف عام 1989 تم إعادة تنظيم جميع وسائل الإعلام في ظل القانون وفي إطار الحرية المسؤولة بما يخدم التوجهات الوفاقية وإنهاء الحرب، وهناك بيانات حديثة حول عدد وسائل الإعلام المطبوعة ومحطات الإذاعة والتلفزيون العاملة في لبنان حالياً: الصحف وهي عبارة عن (11) صحيفة يومية كبرى باللغة العربية، ثلاث صحف يومية باللغة الفرنسية، صحيفة واحدة باللغة الأرمنية، وأخرى بالإنجليزية، أما بالنسبة للمحطات الإذاعية، فهناك محطة إذاعية واحدة مملوكة من قبل الدولة، و27 محطة إذاعية خاصة، أما محطات التلفزيون: واحدة مملوكة من قبل الدولة، و7 محطات تلفزيونية خاصة<sup>(37)</sup>.

#### المحطات التلفزيونية اللبنانية:

لقد شقّت المحطات التلفزيونية والفضائيات اللبنانية طريقها بين فضائيات العالم، وأصبحت عنصراً محورياً بعد أن كانت محرومة من التنافس الإعلامي، حتى ساهم الجدل والنقاش والحوار والنقل للأحداث الحية الذي توفره الفضائيات

في تحقيق شيء من النضج والوعي والقرار السياسي بشكل عام، كما أصبح المشاهد اللبناني شريكاً في صياغة المادة التلفزيونية المقدمة من خلال مشاركاته وطرحه الذي يبيديه على الهواء.

فالبيت التلفزيوني الذي كان حكرًا على التلفزيون الرسمي، والبيت الفضائي غير المباشر الذي كان حكرًا على الجهة الرسمية لتعذر التقاطه عبر محطة أرضية، أصبح الآن متوفرًا وممكنًا عبر البث الفضائي المباشر بواسطة الأقمار الصناعية، لكل من يمتلك صحنًا لاقطًا.

وفيما يلي أبرز المحطات التلفزيونية في لبنان:

**1. تلفزيون لبنان الرسمي TL:** نشأت المؤسسة سنة 1958، وعرفت الازدهار منذ أوائل الثمانينات حين كانت المؤسسة الأولى والوحيدة بين وسائل الإعلام، ومنذ اتخاذ مجلس الوزراء اللبناني قراره بوقف بث نشرات الأخبار والبرامج التلفزيونية تحولت غرف مبنى شركة تلفزيون لبنان إلى خلية لا تهدأ لإنجاز أربع نشرات إخبارية. وفي حين ذكرت جريدة نداء الوطن أن نشرة الأخبار في تلفزيون لبنان اكتسبت مصداقية قل نجد نظيرها، وذلك نتيجة الموضوعية التي انتهجها، وكذلك الاعتماد على أسلوب التوازن بين مختلف القيادات الرسمية، والسياسية، ذكرت جريدة النهار أن المواطن يشكو عجز تلفزيون لبنان في نطاق السبق الإخباري، والمعروف أن رئيس الحكومة الأسبق رفيق الحريري كان يملك 49% من الأسهم المخصصة للقطاع الخاص، والتي اشتراها بقيمة خمس ملايين دولار من مالكة الأول "وسام عز الدين"، وتخلّى الرئيس الحريري عن حصته لصالح تلفزيون لبنان<sup>(38)</sup>.

**2. المؤسسة اللبنانية للإرسال L.B.C:** كانت أول من بدأ البث غير المرخص في أكتوبر 1985، تمكنت في فترة قصيرة من أن تصبح المؤسسة التلفزيونية الأولى في لبنان من حيث تنوع برامجها وحجم جماهيرها، فالمحطة كانت من

تصميم الرئيس الراحل بشير الجميل 1980، والذي قال أن التلفزيون الذي ننوي إنشائه هو للقوات اللبنانية وليس للكتائب كما ينشر الإعلام، لكن هذا لم يمنع من تنازع حزب الكتائب والقوات على تملك المؤسسة، لذلك لجأت القوات بعد اتفاق الطائف إلى إنشاء شركة ثالثة تحمل اسم "L.B.C.I" نقلت حقوقها إلى بيار الزاهر وزوجته (98%) من أسهمها<sup>(39)</sup>.

أنشأت المحطة فرعاً لها في كندا 1991، وتعتبر الناطق الرسمي باسم محطة (CNN) في الشرق الأوسط، ومدة الإرسال تتفاوت حسب الأحداث الدولية، فمثلاً وصل عدد ساعات البث أثناء أزمة الخليج لمدة 22 ساعة وكان البث يتوقف فقط من الخامسة وحتى السابعة صباحاً، إلا أن الموعد الاعتيادي لافتتاح المحطة هو السابعة صباحاً، وتعتمد المحطة مصادرها الإخبارية من محطة CNN الأمريكية، TFI الفرنسية، SKY NEWS الانكليزية، وهي التي أنشأت محطة C33 في جنونية<sup>(40)</sup>، وفي الشروط المقدمة لنيل ترخيص البث يتبين أن 12 مساهماً من أصل 23 ينتمون إلى الطائفة المارونية ويملكون 55% من قيمة الأسهم، وأبرز المساهمين: بيار الزاهر رئيس مجلس الفضائيات العربية وزوجته رندة سعد، و رولا سعد شقيقة زوجة الزاهر، الوزير سليمان فرنجية، النائب عصام فارس، النائب نبيل البستاني، النائب ميشيل عون. وفي هذا السياق تم تأسيس LBC SAT المحطة الفضائية في سنة 1996، وأثبت فريق العمل فيها مهارته في العمل مؤكداً نجاحاً متميزاً، وقد تم تصنيف محطة "LBC SAT" من أكثر محطات العالم العربي حداثة وتقنية والأولى في الشرق الأوسط منذ كانون الثاني 1997<sup>(41)</sup>، وتبث محطة "LBC" مجموعة من البرامج العامة الإخبارية والثقافية والاجتماعية والترفيهية والسياسية، ومن أبرز البرامج السياسية التي تبثها، البرنامج الأسبوعي "كلام الناس".

3. **تلفزيون المستقبل:** بدأ البث في عام 1993 في مدينة صيدا عاصمة الجنوب، حيث مسقط رأس الرئيس الراحل رفيق الحريري. والمستقبل اسم اختاره الرئيس الحريري لأنه يرمز إلى الخطة التي أرادها وهي خطة الإعمار، وبالتالي النظر دائماً صوب المستقبل بعين الشباب، فكانت فكرة إنشائه للمساعدة على الإصلاح السياسي لمشروع الرئيس الحريري، وبالتالي كان لا بد للأخبار من أن تأخذ حيزاً هاماً فيه.

وقد تنوعت انتماءات الموظفين الطائفية حيث كانوا يمثلون المجتمع اللبناني كافة، وهذا ما أكسب التلفزيون سرعة الانتشار في كل المناطق اللبنانية، وكان الرئيس الحريري مالكة الوحيد، ولكن بعد صدور قانون الإعلام المرئي والمسموع عام 1997 وتنظيم هذا القطاع، بغرض أن تكون المؤسسات الإعلامية شركات مساهمة تضم مساهمين من مختلف الطوائف في مجالس إدارتها، أصبح لتلفزيون المستقبل نحو 76 مساهماً، لكن الحصة الكبرى وهي 60% من الأسهم ملكيتها لعائلة الحريري<sup>(42)</sup>، ويقدم تلفزيون المستقبل برامج مختلفة على مدار 24 ساعة، ومن أبرز البرامج السياسية التي يقدمها تلفزيون المستقبل برنامج "الاستحقاق" والذي توقف مؤخراً عن بثه، وبرنامج "إنتر فيوز".

4. **تلفزيون المر MTV:** بدأت القناة عام 1991، ومقرها في ضواحي بيروت، وتعتبر محطة "MTV" واحدة من ثلاث من تلفزيونات مسيحية في لبنان، وأما الاثنان هما تلفزيون "LBC" و "OTV" اللبنانية، وتعتبر القناة من أكثر القنوات شعبية في العالم العربي<sup>(43)</sup>، يشرف عليه جهاد المر، و85% من المتقدمين للترخيص من عائلة واحدة، وأكثر من 70% من هؤلاء ينتمون إلى طائفة الروم والأرثوذكس، وأبرز المساهمين: الوزير فارس بويز، الوزير حبيقة، غازي العريضي، غبريال المر، الوزير ميشال المر، كارول المر، كارل المر.

وتعرض المحطة البرامج المحلية والمستوردة<sup>(44)</sup>، وتبث برامجها على مدار 24 ساعة، ومن أبرز برامجها السياسية، برنامج "بموضوعية".

**5. تلفزيون الجديد NTV:** تأسست "قناة الجديد" عام 1992. وتوقفت قسراً عام 1997، ثم أعيد إطلاقها في 2 تشرين الأول عام 2001، وفي مطلع عام 2007 طرأ تطور على علامتها المسجلة فعرب اسم القناة ليصبح "الجديد" عوضاً عن "NTV"، ويصل تلفزيون الجديد إلى جميع الدول العربية، وكذلك إلى المهاجرين العرب في الاتحاد الأوروبي وأفريقيا الوسطى، وعقد اتفاقيات عديدة مع شركات بث فضائي مثل "عرب سات" و "النيل سات" بهدف كسب مشاهدين من القارات الخمس<sup>(45)</sup>. ويشرف عليه مجموعة من المساهمين من ذوي الاتجاهات السياسية المختلفة، ويقدم تلفزيون الجديد مجموعة من البرامج المتنوعة الإخبارية والدرامية والوثائقية والتربوية، ومنها السياسية المباشرة والتي تتناول القضايا والملفات الساخنة، ومن أبرز هذه البرامج السياسية، برنامج "الأسبوع في ساعة".

**6. تلفزيون المنار:** هو التلفزيون الناطق باسم حزب الله يبيت من جنوب لبنان. المنار قناة إعلامية مرئية، باشرت إرسالها الأرضي عام 1991، والفضائي عام 2000، وتبث برامج عامة ومتنوعة دينية وسياسية واجتماعية وثقافية<sup>(46)</sup>، ويعتبره البعض تلفزيون المنار دينياً ذا صبغة طائفية متعصبة، فيما يراه آخرون مؤسسة إعلامية تضاف إلى الكم الذي نشأ في سنوات الحرب وما بعدها، وهو يعرض برامج مختلفة رياضية وثقافية ودينية وسياسية ونشرات أخبار، إضافة إلى الأفلام والمسلسلات، كما يسلط الضوء على حياة المجاهدين في حزب الله.

**7. تلفزيون الشبكة الوطنية للإرسال N.B.N:** تأسس عام 1996، ويعتبر من أحدث المحطات اللبنانية، وفي أول تموز عام 1999 تم تنفيذ قرار إعادة

توجيه المحطة لتصبح من المحطات الإخبارية المتخصصة في لبنان، وتقدم آخر الأخبار إلى جانب نقاشات حية حول السياسة والأعمال والرياضة والصحة، وفي أيلول بدأت المحطة بالبث فضائياً عبر النيل سات وعرب سات لتغطي العالم العربي وإفريقيا وأوروبا. الجدير بالذكر أن "N.B.N" تبث نفسها أرضياً وفضائياً. وإنها الشريكة الحصرية للإسكوا ومنظمة الصحة العالمية واتحاد المصارف العربية واليونيسف والفاو والاتحاد الأوروبي<sup>(47)</sup>.

#### إجراءات الدراسة الميدانية:

**منهج الدراسة:** استخدم الباحث المنهج الوصفي لجمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، ومعرفة مدى استجابة الجمهور للبرامج السياسية والاعتماد عليها كمصدر للمعرفة والمعلومات السياسية.

**مجتمع الدراسة:** يتحدد المجتمع الأصلي للدراسة الميدانية بطلاب المرحلة الجامعية في لبنان، ممن يتابعون البرامج السياسية في القنوات التلفزيونية اللبنانية، من جميع الاختصاصات العلمية والنظرية وجميع السنوات الدراسية. **عينة الدراسة:** اعتمد الباحث في تنفيذ الاستبانة على عينة عمدية غير احتمالية، وتتألف هذه العينة من (400) مفردة من الطلاب اللبنانيين في الجامعات الحكومية والخاصة في لبنان، من مختلف السنوات والاختصاصات، ممن يتابعون البرامج السياسية في القنوات التلفزيونية اللبنانية، وتم توزيعها بما يتوافق مع متغيرات الدراسة.

واختار الباحث طلاب المرحلة الجامعية لهذه الدراسة للأسباب التالية:

1- معرفة درجة الوعي التي يتميز بها طلاب الجامعة، ومدى إدراكهم لما يدور حولهم من مشاكل سياسية، حيث تشير الإحصاءات الحديثة إلى أن الطالب عندما يصل إلى المرحلة الجامعية يكون قد قضى ثماني آلاف ساعة في قاعات الدراسة، وخمس آلاف ساعة يشاهد التلفزيون، وأنه لا يقرأ إلا نادراً،

أي أنه يحصل على معظم معلوماته من مصادر مرئية، وقد أطلق على تلك الحقائق اسم (الثقافة المرئية)<sup>(48)</sup>.

2- لأهمية قطاع الشباب وخصوصاً الجامعي ودوره الفاعل في المجتمع لما يتمتع به من نشاط عام وفكري، وأن مجتمع الشباب أكثر الفئات حماساً واستجابة للتغيير وأكثر الفئات قدرة على الأخذ بالجديد وتقبله وأيضاً بوصفه مجتمعاً إعلامياً يتميز بالخصوصية التي تتمثل في الأبعاد التالية<sup>(49)</sup>:

أ. يمثل الشباب إحدى أهم الفئات العمرية الواسعة.

ب. يمثل الشباب الفئة العمرية التي تمر في مرحلة التشكل والتكوين على المستوى الثقافي والروحي، وتتميز هذه الشريحة بوصفها أكثر اهتماماً للمادة الإعلامية.

3- مدى فاعلية هذا الجمهور في عملية البناء المستقبلية للبنان خصوصاً أن الشباب يكون نصف سكان لبنان<sup>(50)</sup>.

**أداة الدراسة الميدانية:** استخدم الباحث الاستبانة عن طريق المقابلة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، والتي تضمنت مجموعة من الأسئلة مرتبطة بتساؤلات وأهدافها ومتغيراتها، موجهة لعينة من الشباب الجامعي اللبناني، لمعرفة الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية اللبنانية في إمداد الباحثين بالمعرفة السياسية، ومدى اعتماد الباحثين على هذه الفضائيات من خلال البرامج السياسية التي تبثها في اكتساب المعلومات السياسية، وقياس المعرفة السياسية لديهم، ومدى اهتمامهم وإدراكهم للقضايا السياسية، وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الاستبانة، ودراسة هذه الإجابات وتحليلها وتفسيرها بهدف الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها.

**صدق الأداة:** تم عرض استبانة الاستبانة على عدد من المحكمين والأساتذة في مجال الإعلام ومناهج البحث العلمي والإحصاء، مع ملخص يتضمن أهداف

الدراسة وتساؤلاتها، وهم أساتذة ومدرسون في كليات الإعلام في كل من جامعة دمشق والجامعة اللبنانية الحكومية، حيث بلغ عددهم (7) سبعة محكمين، وتم الأخذ بتوجيهاتهم ومقترحاتهم، وبعد إجراء ما يلزم من تعديل تم عرض الاستبانة مرة ثانية على المحكمين، وأخذت الاستبانة شكلها النهائي.

وقد تم إجراء تجريب أولي للاستبانة على عينة من الطلاب بلغ عددهم (20) طالب وطالبة من الكليات المختلفة المختارة ضمن العينة، وللتأكد من وضوح العبارات والأسئلة ومنطقيتها، والوقت اللازم لملاء الاستبانة، ومدى كفاية بدائل الإجابات، ومقدرة المبحوثين على فهم جميع الأسئلة واستيعاب المطلوب منها، والإدلاء بالمعلومات المناسبة لطريقة طرح السؤال.

ثبات الأداة: يقصد بثبات القياس أن يعطي نتائج متقاربة أو النتائج نفسها إذا طبق أكثر من مرة في ظروف متماثلة وبعد فترة زمنية، وقد تم التأكد من ثبات القياس باستخدام طريقة الإعادة، حيث تم اختيار عينة مكونة من (20) طالب وطالبة طبق عليهم المقياس في المرة الأولى ثم أعيد تطبيقه عليهم للمرة الثانية بعد أسبوعين وحسب معامل الثبات حيث كان (0.810%).

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها - بعد ترميزها - إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم (SPSS) اختصاراً لـ: (Statistical Package for the Social Sciences)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية المناسبة للإجابة عن تساؤلات الدراسة وبما يتوافق مع أهداف ومتغيرات هذه الدراسة.

عرض نتائج الدراسة الميدانية:

1- مشاهدة الفضائيات اللبنانية بالنسبة للمبحوثين:

جدول رقم (1) مشاهدة الفضائيات اللبنانية

النسبة المئوية	تكرار	مشاهدة الفضائيات
100,0%	400	نعم
100,0%	400	المجموع

يتضح من الجدول رقم (1) أن جميع المبحوثين يشاهدون الفضائيات اللبنانية، وهذا أمر طبيعي تبرره أهميه التلفزيون المتزايدة في حياة الأفراد، وهذه الأهمية لا تحتاج إثبات فثمة آلاف التنظيرات حولها.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات سابقة، ومنها دراسة "فريدرك معتوق" حول مشاهدة التلفزيون اللبناني، والتي أوضحت أن المشاهدة التلفزيونية في لبنان قد تغلبت على جميع الممارسات الأخرى كالمطالعة والكتابة والسهره التقليدية، وأصبحت أكثر شعبية على الإطلاق<sup>(51)</sup>.

2- عدد أيام المشاهدة للفضائيات اللبنانية في الأسبوع:

جدول رقم (2) عدد أيام المشاهدة للفضائيات اللبنانية

النسبة المئوية	التكرار	عدد أيام المشاهدة
19,3%	77	يوم واحد
12,5%	50	يومان
16,0%	64	ثلاثة أيام
17,3%	69	أربعة أيام
6,0%	24	خمسة أيام
13,8%	55	ستة أيام
15,3%	61	سبعة أيام
100,0%	400	المجموع

يوضح الجدول رقم (2) أن عدد أيام المشاهدة للفضائيات اللبنانية خلال الأسبوع بالنسبة لأفراد العينة، وتشير بيانات الجدول إلى تقارب نسبة المشاهدة بين المبحوثين خلال أيام الأسبوع إلى حد ما، بينما هناك إرتفاع نسبة من

يشاهدون الفضائيات ليوم واحد في الأسبوع، حيث وصلت نسبتهم إلى (19.3%)، تليها أربعة أيام بنسبة (17.3%)، وثلاثة أيام بنسبة (16.0%)، وسبعة أيام بنسبة (15.3%)، وستة أيام بنسبة (13.8%)، وأخيراً خمسة أيام بنسبة (6.0%).

وتتفق هذه النتائج إلى حد ما مع نتائج دراسة عربي المصري 2000 حول الأخبار السلبية في التلفزيون ومستوى القلق السياسي لدى الشباب اللبناني، التي وجدت أن نسبة من يشاهد التلفزيون من الشباب اللبناني من يوم إلى ثلاثة أيام (30.8%) ونسبة المشاهدة من أربعة إلى خمسة أيام (14.3%)، وتختلف معها في نسبة المشاهدة يومياً والتي كانت 54.9%<sup>(52)</sup>.

ويعود انخفاض نسبة المشاهدة اليومية بالنسبة لأفراد العينة هو حسب رأي الباحث عدم التفرغ بسبب الالتزام بدوام الجامعة والدراسة إضافة إلى أن هناك بعض الوسائل الأخرى بإمكانهم الحصول على بعض ما يريدون في الوقت الذي يناسبهم مثل الإنترنت.

3- عدد ساعات المشاهدة اليومية للفضائيات اللبنانية:

جدول رقم (3) عدد الساعات

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	169	24,3%
من ساعة إلى أقل من ثلاثة ساعات	178	44,5%
ثلاثة ساعات فأكثر	53	13,2%
المجموع	400	100,0%

يوضح الجدول رقم (3) عدد ساعات المشاهدة اليومية للفضائيات اللبنانية بالنسبة لأفراد العينة، وقد تبين أن غالبية المبحوثين يشاهدون الفضائيات اللبنانية من ساعة إلى أقل من ثلاثة ساعات يومياً، إذ جاءت المشاهدة من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في المرتبة الأولى حيث وصلت نسبتها إلى (44.5%)، بينما المشاهدة أقل من ساعة يومياً جاءت بالمرتبة الثانية وبنسبة (42.3%)، أما

## أثر البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني

مشاهدة الفضائيات ثلاث ساعات فأكثر يومياً جاءت بالمرتبة الأخيرة حيث كانت نسبتها (13.2%)، وهذه النتائج تتفق مع معظم الدراسات والبحوث التي تؤكد أن معدل مشاهدة التلفزيون تقترب من ثلاث ساعات يومياً.

**ونستطيع أن نعيد هذه الظاهرة لمجموعة من الأسباب منها:**

- 1- إن جميع أفراد عينة البحث هم من طلاب المرحلة الجامعية، أي من الطلاب الذي يحسبون حساب الوقت بشكل كبير، فهم يخشون على دراستهم وعلى امتحاناتهم.
- 2- إن الدوام بالنسبة لمعظم طلاب الجامعات في بيروت يمتد إلى المساء في أغلب الأحيان، وهكذا لا يبقى هناك الوقت الطويل لمشاهدة التلفزيون، وخصوصاً أن طالب الجامعة بعد الدوام الطويل يحتاج إلى وقت للراحة والدراسة، وبذلك يبقى وقته لمشاهدة التلفزيون ليس طويلاً.
- 3- يميل بعض الأفراد إلى متابعة برنامج معين دون غيره من برامج التلفزيون كأن يتابع المبحوث برنامجاً رياضياً أو برنامجاً دينياً أو ثقافياً أو إخبارياً مما يحول دون متابعة التلفزيون لفترة طويلة.
- 4- قياس مستوى المشاهدة للفضائيات اللبنانية لدى أفراد العينة:

جدول رقم (4) مستوى المشاهدة

النسبة المئوية	التكرار	مستوى مشاهدة
35,8%	143	منخفض
41,2%	165	متوسط
23,0%	92	مرتفع
100,0%	400	المجموع

يوضح الجدول أعلاه مستوى المشاهدة للفضائيات اللبنانية بالنسبة لأفراد العينة، وقد تبين أن مستوى المشاهدة بالنسبة لغالبية المبحوثين متوسط، حيث بلغت نسبة المبحوثين من ذوي مستوى المشاهدة المتوسط (14.2%)، وجاء المستوى المنخفض بالمرتبة الثانية، إذ كانت نسبة المبحوثين من ذوي مستوى

المشاهدة المنخفضة (35.8%)، بينما جاء المبحوثين من ذوي مستوى المشاهدة المرتفعة بالمرتبة الأخيرة وبنسبة (23.0%).

ويعود سبب عدم ارتفاع مستوى المشاهدة بشكل عام بالنسبة للمبحوثين بسبب انخفاض عدد أيام المشاهدة الأسبوعية، وانخفاض عدد ساعات المشاهدة اليومية وذلك لأسباب تم ذكرها سابقاً.

5- هل تتابع البرامج السياسية في الفضائيات اللبنانية؟

جدول رقم (5) متابعة البرامج السياسية في الفضائيات اللبنانية

متابعة البرامج السياسية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	400	100,0%
لا	0	0%
المجموع	400	100,0%

لقد ذكر الباحث في عينة الدراسة أن الاستثمارات وزّعت على عدد من الطلاب اللبنانيين ممن يشاهدون ويتابعون البرامج السياسية في الفضائيات اللبنانية، وذلك لتحقيق أهداف الدراسة، وكان هذا الجدول للتوضيح، لذا كان من الطبيعي أن تكون نسبة المتابعة (100%).

وطبعاً هذا الجدول يوضح نسبة المتابعة بشكل عام، ولم يتم تحديد نوعية وكيفية المتابعة، أو المتابعة بشكل جزئي أو كلي، ولكن من خلال نتائج الجداول القادمة، سوف يتم توضيح مستوى المشاهدة، ودرجة وكيفية المتابعة، وهل المتابعة لكافة البرامج السياسية أم لبعضها أم جزئية؟

وهذا يعود حسب رأي الباحث لاهتمام الشباب الجامعي اللبناني لمتابعة القضايا السياسية واهتمامهم لمعرفة ما يدور حولهم من تطورات سياسية وبسبب عدم الاستقرار السياسي الذي يعيشه لبنان والذي يعاني منه جيل الشباب بالدرجة الأولى، والذي يأمل بأن يلعب دوراً في بناء لبنان حديث ديمقراطي يسوده العيش المشترك ومستقر سياسياً، إضافة إلى طبيعة الشباب الجامعي بشكل عام

## أثر البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني

لديه رغبة في متابعة البرامج السياسية، وهذا ما أكدته نتائج الدراسات السابقة، حيث أثبتت دراسة مفتاح بلعيد (2009)، حول دور الصحافة في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول القضايا السياسية، أن القضايا السياسية تحظى بتفضيل كبير لدى الشباب الجامعي من حيث المتابعة<sup>(53)</sup>.

### 6- مدى الانتظام بالمتابعة في متابعة البرامج السياسية

#### جدول رقم (6) متابعة البرامج السياسية في الفضائيات اللبنانية

النسبة المئوية	التكرار	مدى الانتظام في متابعة البرامج
10.0	40	دائماً
56.7	227	أحياناً
33.3	133	نادراً
100.0	400	المجموع

يوضح الجدول رقم (6) مدى الانتظام في متابعة البرامج السياسية في الفضائيات اللبنانية، وتبين من خلال الجدول أن نسبة (56.7%) من المبحوثين يتابعون البرامج السياسية أحياناً في حين من يتابعه بشكل دائم نسبة قليلة فهي (10.0%) من المبحوثين ويعزى ذلك بأن طلاب الجامعة ليس لديهم الفراغ بشكل دائم لمتابعة البرامج وخصوصاً أن موعد بث البرامج السياسية في الفضائيات اللبنانية هو في الفترة المسائية، وهي إما فترة يستغلها للراحة بعد عودته من دوام الجامعة الطويل أو للدراسة أو ربما يكون مازال في الجامعة إذا كان هناك دوام مسائي .

### 7- درجة المتابعة للبرامج السياسية:

#### جدول رقم (7) قياس درجة متابعة البرامج السياسية

النسبة المئوية	التكرار	درجة المتابعة للبرنامج
20,5%	82	معظم الحلقات
37,8%	151	بعض من الحلقات

عاهد عابش العاصمي

القليل من الحلقات	167	41,7%
المجموع	400	100,0%

يوضح الجدول رقم (7) درجة المتابعة للبرامج السياسية في القنوات التلفزيونية اللبنانية، وأكدت النتائج أن درجة متابعة القليل من حلقات البرنامج هي السائدة بالنسبة لغالبية المبحوثين، وذلك واضحاً من خلال النسب المئوية المبينة في الجدول حيث وصلت نسبتها إلى (41.7%)، أما بالنسبة لمتابعة أفراد العينة لبعض الحلقات جاءت بالمرتبة الثانية وبنسبة (37.8%)، بينما نسبة المبحوثين الذين يتابعون معظم الحلقات للبرامج كانت بالمرتبة الأخيرة، وجاءت بنسبة (20.5%)، ويعود سبب انخفاض درجة المتابعة للحلقات حسب ما يرى الباحث إلى عدم ارتفاع مستوى المشاهدة لدى المبحوثين والذي كان واضحاً في نتائج جدول مستوى المشاهدة.

8- كيفية متابعة حلقات البرامج السياسية:

جدول رقم (8) قياس كيفية المتابعة للبرامج السياسية

النسبة المئوية	التكرار	كيفية المتابعة
22,3%	89	كامل الحلقة
37,2%	149	معظم فقراتها
40,5%	162	جزء من الحلقة
100,0%	400	المجموع

يوضح الجدول رقم (8) كيفية متابعة أفراد العينة للبرامج السياسية في القنوات التلفزيونية اللبنانية، وأكدت النتائج أن غالبية المبحوثين يتابعون جزءاً قليلاً من الحلقة في كل من البرامج السياسية التي يتم بثها، حيث وصلت نسبتها إلى (40.5%)، أما بالنسبة لمتابعة أفراد العينة لمعظم الفقرات في الحلقات جاءت بالمرتبة الثانية وبنسبة (37.2%)، في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين يتابعون كامل الحلقة للبرامج بالمرتبة الأخيرة وبنسبة (22.3%).

### أثر البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني

9- مدى اعتماد أفراد العينة على البرامج السياسية التي تبثها الفضائيات اللبنانية للحصول على معلومات حول الأحداث السياسية:

جدول رقم (9) درجة الاعتماد على البرامج السياسية

النسبة المئوية	التكرار	درجة الاعتماد
18,0%	72	بدرجة كبيرة
35,3%	141	بدرجة متوسطة
46,7%	187	بدرجة قليلة
100,0%	400	المجموع

يوضح الجدول رقم (9) مدى درجة اعتماد أفراد العينة على البرامج السياسية في القنوات التلفزيونية اللبنانية للحصول على معلومات حول الأحداث السياسية، وأكدت النتائج أن غالبية الباحثين يعتمدون على البرامج السياسية للحصول على معلومات سياسية بدرجة قليلة وكانت بنسبة (46.7%)، أما نسبة الباحثين الذين يعتمدون على البرامج السياسية للحصول على معلومات سياسية بدرجة متوسطة جاءت بالمرتبة الثانية، وكانت (35.3%)، بينما تضاعفت نسبة الباحثين الذين يعتمدون على البرامج السياسية للحصول على معلومات سياسية بدرجة كبيرة، حيث كانت (18.0%). ويعود سبب انخفاض اعتماد الباحثين على البرامج السياسية للحصول على معلومات سياسية هو حسب رأي الباحث أصبحت مصادر أخرى يستطيع الفرد الحصول من خلالها على معلومات سياسية مثل الانترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي والتي أصبحت منتشرة ومتداولة في لبنان وفي معظم البلدان وهناك سهولة بالتعامل معها واختيار الوقت المناسب لتصفحها.

10- قياس مستوى متابعة البرامج السياسية:

جدول رقم (10) مستوى متابعة البرامج السياسية

النسبة المئوية	التكرار	مستوى المتابعة
17.8	71	منخفض
48.5	194	متوسط
33.7	135	مرتفع
100.0	400	المجموع

يوضح الجدول رقم (10) مستوى متابعة البرامج السياسية للمبشرين في القنوات التلفزيونية اللبنانية، ومن الواضح من خلال الجدول أن مستوى متابعة البرامج السياسية متوسط لدى غالبية المبشرين وجاء بالمرتبة الأولى، حيث بلغت نسبة المبشرين من ذوي المستوى المتوسط في متابعة البرامج السياسية (48.5%)، ويليهما المبشرون من مستوى المتابعة المرتفعة، حيث كانت نسبتهم (33.7%)، بينما المبشرون من مستوى المتابعة المنخفضة كانت نسبتهم (17.8%).

ويعود سبب هذه النتائج حسب رأي الباحث إلى أن أفراد العينة الذين لم يتسنى لهم متابعة حلقة ما من البرامج السياسية أنهم بإمكانهم متابعتها من خلال مواقع القنوات على الانترنت في الوقت الذي يجدونه مناسباً.

11- مدى اهتمام أفراد العينة بالقضايا السياسية وتطوراتها وأحداثها:

جدول رقم (11) الاهتمام بالقضايا السياسية وتطوراتها وأحداثها

مدى الاهتمام	التكرار	النسبة المئوية
1 مهتم جداً	161	40,2%
2 مهتم إلى حد ما	176	44,0%
3 قليل الاهتمام	63	15,8%
المجموع	400	100,0%

يوضح الجدول رقم (11) مدى اهتمام المبشرين بالقضايا السياسية وتطوراتها وأحداثها، ومن خلال النتائج الموضحة في الجدول يتبين ارتفاع نسبة مهتم إلى حد ما، حيث بلغت نسبة المبشرين من مستوى مهتم إلى حد ما (44.0%)، ويليهما المبشرون من مستوى المهتم جداً، حيث كانت نسبتهم (40.2%)، بينما جاءت نسبة المبشرين قليلي الاهتمام في المرتبة الأخيرة حيث كانت نسبتهم (15.8%).

وإن ارتفاع نسبة أفراد العينة سواء من أهتم إلى حد ما والذين اهتموا للغاية بالقضايا السياسية وتطوراتها يعود حسب رأي الباحث إلى اهتمام الشباب

## أثر البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني

الجامعي بمعرفة ما يدور حولهم من تطورات وأحداث سياسية ومراقبة هذه التطورات التي يمكن أن تنقلهم من حال التوتر إلى حال الاستقرار الذي ينتظرونه، وخصوصاً أنهم سيتخرجون من الجامعات ويأملون أن يكون الاستقرار والأمن هو الذي ينتظرهم كي يبدوون حياتهم العملية بحماس ونشاط.

12- مقياس مستوى المعرفة السياسية لدى أفراد العينة:

قام الباحث بوضع مقياس لمستوى المعرفة السياسية للمبحوثين من طلاب الجامعات اللبنانيين في بيروت، حيث تم توجيه عدد من الأسئلة المعرفية للمبحوثين من خلال استمارة الاستبيان، وبناء على نتائج إجاباتهم عن الأسئلة المعرفية، الموجودة في الاستبانة وتحليلها، ظهرت النتائج الموجودة في الجدول التالي:

جدول رقم (12) مقياس المعرفة السياسية لدى أفراد العينة

معرفة	التكرار	النسبة المئوية
منخفض	17	4,3%
متوسط	185	46,3%
مرتفع	198	49,5%
المجموع	400	100,0%

يوضح الجدول رقم (12) مستوى المعرفة السياسية للمبحوثين، ومن الواضح من خلال الجدول أن مستوى المعرفة السياسية مرتفع لدى غالبية المبحوثين وجاء بالمرتبة الأولى، حيث بلغت نسبة المبحوثين من ذوي المستوى المرتفع للمعرفة السياسية (49.5%)، يليهم المبحوثين من مستوى المعرفة السياسية المتوسط حيث كانت نسبتهم (46.3%)، بينما المبحوثين من مستوى المعرفة السياسية المنخفض كانت نسبتهم (4.3%).

ويعود ارتفاع مستوى المعرفة السياسية لدى المبحوثين هو أن الشباب اللبناني ولد في قلب الأحداث والصراعات السياسية وفي جو من التوتر الأمني والاجتماعي والاقتصادي، وما زال يعاني من مخلفات الحرب الأهلية سياسياً

واقتصادياً واجتماعياً مما جعله يهتم بالقضايا والأحداث السياسية الجارية وتطوراتها ومحاولة معرفة كل جديد حول ما يدور في محيطه من مجريات وتطورات سياسية، ومراقبتها عن كثب لتشكّل الأحداث السياسية جزءاً من أمسيات الشباب اللبناني ومسرحاً لأحاديثهم.

16- مقياس الاعتماد على البرامج السياسية بناءً على الوضع الاقتصادي والاجتماعي

جدول رقم (13) مستوى الاعتماد على البرامج السياسية

النسبة المئوية	التكرار	الاعتماد
51,5%	206	منخفض
13,5%	54	متوسط
35,0%	140	مرتفع
100,0%	400	المجموع

يوضح الجدول رقم (13) مستوى الاعتماد على البرامج السياسية للمبحوثين بناءً على الوضع الاقتصادي والاجتماعي لديهم، حيث تبين أن مستوى الاعتماد المنخفض بناءً على الوضع الاقتصادي والاجتماعي هو الغالب وجاء بالمرتبة الأولى، حيث بلغت نسبة المبحوثين من ذوي مستوى الاعتماد المنخفض بناءً على الوضع الاقتصادي (51.5%) ، ويليه المبحوثين من ذوي مستوى الاعتماد المرتفع، حيث كانت نسبتهم (35.0%)، بينما المبحوثين من ذوي مستوى الاعتماد المتوسط على البرامج السياسية بناءً على الوضع الاقتصادي، جاء بالمرتبة الأخيرة ، حيث كانت نسبتهم (13.5%).

وربما تعود أسباب هذه النتائج إلى أن الجميع أصبح باستطاعته أن يمتلك التلفزيون وملحقاته إذ أن التلفزيون موجود ومتوفر لدى الجميع سواء كان فقيراً أم غنياً، لذا الاعتماد ربما يكون مرتبط برغبة الشخص ومدى اهتمامه، وليس بوضعه الاقتصادي.

ثالثاً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

1- العلاقة الارتباطية بين مشاهدة الفضائيات ومتابعة البرامج السياسية:

جدول رقم (14) العلاقة الارتباطية بين مشاهدة الفضائيات وبين متابعة البرامج السياسية

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	مشاهدة
.177	.068	متابعة
400		ن

باستخدام (معامل ارتباط بيرسون) لدراسة العلاقة الارتباطية بين مشاهدة الفضائيات وبين متابعة البرامج السياسية وحسب ما ورد بالجدول السابق، تبين مايلي:

توجد علاقة ارتباط غير دالة إحصائياً بين مشاهدة الفضائيات وبين متابعة البرامج السياسية لدى المبحوثين، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية (0.177)، وقيمة معامل ارتباط بيرسون (0.068)، ويعود سبب هذه النتيجة التي تبين عدم وجود ارتباط بين المشاهدة للفضائيات اللبنانية وبين المتابعة للبرامج السياسية لدى المبحوثين هو أن ربما يكون هناك برامج أخرى غير البرامج السياسية يتابعها المبحوثون وتكون من ضمن اهتماماتهم مثل البرامج الرياضية أو الفنية أو الدينية أو غير ذلك، لذا ليس من الضروري أن يكون مستوى المشاهدة مرتبطاً بمستوى متابعة البرامج السياسية.

2- العلاقة الارتباطية بين متابعة البرامج والاعتماد عليها:

جدول رقم (15) العلاقة الارتباطية بين متابعة البرامج السياسية في الفضائيات اللبنانية وبين

الاعتماد

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	متابعة
0.000	.764	الاعتماد
400		ن

باستخدام (معامل ارتباط بيرسون) لدراسة العلاقة الارتباطية بين متابعة البرامج السياسية في الفضائيات اللبنانية وبين الاعتماد عليها للحصول على المعلومات السياسية، وحسب ما ورد بالجدول السابق، تبين النتائج التالية:

توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين متابعة البرامج السياسية والاعتماد عليها للحصول على المعلومات السياسية لدى المبحوثين، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية (0.000)، وقيمة معامل ارتباط بيرسون (0.764)، فعندما يجد الأفراد أنهم يستفيدون من متابعة البرامج السياسية والاستفادة منها في بعض المعلومات السياسية وتفسيرها والتي تساعدهم في إثراء النقاش فيما بينهم، تجعلهم يعتمدون عليها ويصبحون تلقائياً مثابرون على متابعتها.

3- العلاقة الارتباطية بين الاعتماد والمتابعة والاهتمام السياسي:

جدول رقم (16) العلاقة الارتباطية بين الاعتماد والمتابعة والاهتمام السياسي لدى المبحوثين

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	الاهتمام السياسي المتابعة والاعتماد
.001	0.170	متابعة
.057	0.96	الاعتماد
400		ن

باستخدام (معامل ارتباط بيرسون) لدراسة العلاقة الارتباطية بين الاعتماد والمتابعة والاهتمام السياسي لدى المبحوثين، وحسب ما ورد بالجدول السابق، ظهرت النتائج التالية:

1. توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى المتابعة للبرامج السياسية وبين الاهتمام السياسي لدى المبحوثين، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية (0.001) وكانت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.170)، لذا يرى الباحث أنه عندما يجد الفرد برنامجاً معين يطرح قضايا من ضمن اهتماماته يعطيه حافزاً لمتابعته، فالاهتمام بالقضايا السياسية للمبحوثين كان حافزاً لهم لمتابعة البرامج السياسية.

2. توجد علاقة ارتباط غير دالة إحصائياً بين درجة الاعتماد على البرامج السياسية وبين مستوى الاهتمام السياسي للمبحوثين، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية (0.057)، وكانت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.96)، ويمكن تفسير ذلك بأن الاهتمام السياسي لا يعني الاعتماد على البرامج السياسية وحدها، أو يزيد من درجة الاعتماد عليها، بل على العكس كلما زاد الاهتمام بالنسبة للأفراد تعددت مصادرهم وربما يبحثون عن مصادر إضافية أخرى.

4- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين حجم التعرض للقنوات التلفزيونية وبين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين:

جدول رقم (17) العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض وحجم المعرفة

حجم المعرفة	حجم التعرض	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
معرفي		.024	.639
ن		400	

من خلال اختبار الفرض الرئيس السادس باستخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض للقنوات الفضائية وبين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين، وحسب ما ورد في الجدول السابق من اختبار الفروض، ظهرت النتائج التالية:

توجد علاقة ارتباط غير دالة إحصائياً بين حجم التعرض للقنوات التلفزيونية وبين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية (0.639)، وقيمة معامل ارتباط بيرسون (0.024)، ويعود سبب هذه النتيجة حسب رأي الباحث هو أن التعرض للتلفزيون ليس وحده كافٍ لزيادة حجم المعرفة السياسية وخصوصاً في ظل التطور التكنولوجي الحالي ووجود وسائل أخرى يمكن من خلالها زيادة حجم المعرفة السياسية مثل الإنترنت والذي

أصبح متوفراً للغالبية بشكل دائم إضافة إلى خدمات الأخبار عن طريق الموبايل الذي أصبح بمتناول كل شخص، لذا نجد أنه ليس من الضروري أن يكون هناك ارتباط بين التعرض للفضائيات وبين حجم المعرفة الساسية لدى المبحوثين.

وبالتالي نرفض الفرض الرئيس السادس بالنسبة للعلاقة بين حجم التعرض للقنوات التلفزيونية وبين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين من الشباب الجامعي اللبناني.

5- يختلف حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين باختلاف درجة اهتمامهم بالقضية السياسية المثارة:

جدول رقم (18) العلاقة الارتباطية بين درجة الاهتمام وحجم المعرفة

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	الاهتمام حجم المعرفة
.002	.158	معرفي
	400	ن

من خلال اختبار الفرض الرئيس السابع، باستخدام (معامل ارتباط بيرسون) لدراسة العلاقة الارتباطية بين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين باختلاف درجة اهتمامهم بالقضية السياسية المثارة، وحسب ما ورد في الجدول السابق من اختبار الفروض، ظهرت النتائج التالية: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين وبين درجة اهتمامهم بالقضية السياسية المثارة، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية (0.002)، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.158). ويرى الباحث أن ذلك يعود لدرجة الاهتمام بالوضع السياسي، وأنه كلما زاد الاهتمام بالشيء يكون ذلك حافظاً لمعرفة الكثير عنه، لذا نجد أنه كلما زادت درجة الاهتمام السياسي زاد حجم المعرفة السياسية، ومن هنا تأتي علاقة الارتباط بينهما، حيث أكدت دراسة جينوفا وجرينبرج "Genova & Greenberg" أن متغير الاهتمام يعتبر متغيراً

### أثر البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني

أساسياً في إحداث الفجوات المعرفية، حيث يسمح الاهتمام باكتساب مزيد من المعلومات التي تقدمها الوسائل الإخبارية<sup>(54)</sup>.

وبالتالي نقبل الفرض الرئيس السابع بالنسبة لوجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين وبين درجة اهتمامهم بالقضية السياسية المثارة.

6- يختلف حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين باختلاف المستوى الاقتصادي والاجتماعي:

جدول رقم (19) الفرق في حجم المعرفة السياسية

حسب المستوى الاقتصادي والاجتماعي

حجم المعرفة	المستوى الاقتصادي والاجتماعي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
معرفي	منخفض	124	2.37	.618	6.430	2	0.002
	متوسط	194	2.56	.557			
	مرتفع	82	2.33	.522			
	المجموع	400	2.45	.578			

باستخدام تحليل (التباين أحادي الاتجاه) لمعرفة الفرق والاختلاف بين المبحوثين في حجم المعرفة السياسية، حسب متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي، كما هو وارد في الجدول السابق، ظهرت النتائج التالية:

يوجد فرق دال إحصائياً بين المبحوثين في حجم المعرفة السياسية، حسب متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي، إذ كانت قيمة مستوى المعنوية (0.002)، وهذا الفرق لصالح المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لديهم (2056)، ويلبها الفئة ذات المستوى المنخفض حيث كانت قيمة المتوسط الحسابي لديهم (2.37)، مقابل (2.33) لدى المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع.

وبالتالي نقبل الفرض الفرعي الخامس من الفرض الرئيس الثامن، القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين في حجم المعرفة السياسية، حسب متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية:

خرجت الدراسة بعدد من النتائج والتوصيات التالية:

1- إن مستوى متابعة البرامج السياسية بشكل عام في القنوات التلفزيونية اللبنانية كان متوسطاً لدى غالبية المبحوثين، بينما المستوى المرتفع جاء بالمرتبة الثانية، وجاء المستوى المنخفض بالمرتبة الثالثة والأخيرة.

2- جاء مدى اهتمام أفراد العينة بالقضايا السياسية وتطوراتها بدرجة مهتم إلى حد ما بالمرتبة الأولى، بينما المهتم جداً جاءت بالمرتبة الثانية، وقليل الاهتمام بالمرتبة الثالثة والأخيرة.

3- إن مستوى المعرفة السياسية لدى أغلبية المبحوثين كان مرتفعاً، وجاء المبحوثين ذوي المستوى المعرفة السياسية المتوسط بالدرجة الثانية، بينما جاءت نسبة المبحوثين ذوي المعرفة السياسية المنخفضة بالمرتبة الأخيرة حيث كانت قليلة جداً.

4- جاء المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط للمبحوثين بالمرتبة الأولى، يليه المبحوثين ذوي المستوى المنخفض، بينما جاءت نسبة ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع بالمرتبة الأخيرة.

5- انخفاض مستوى الاعتماد على البرامج السياسية بناءً على الوضع الاقتصادي والاجتماعي للمبحوثين حيث جاء المستوى المنخفض بالمرتبة الأولى، ويليه المبحوثين من ذوي مستوى الاعتماد المرتفع، بينما المبحوثين من مستوى الاعتماد المتوسط على البرامج السياسية بناءً على الوضع الاقتصادي، جاء بالمرتبة الأخيرة.

- 6- لا توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مشاهدة الفضائيات وبين متابعة البرامج السياسية بالنسبة للمبحوثين.
- 7- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين متابعة البرامج والاعتماد عليها للحصول على معلومات سياسية لدى المبحوثين.
- 8- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الاعتماد على البرامج السياسية وبين الوضع الاقتصادي والاجتماعي للمبحوثين.
- 9- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى المتابعة للبرامج السياسية وبين الاهتمام السياسي لدى المبحوثين.
- 10- لا توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة الاعتماد على البرامج السياسية وبين مستوى الاهتمام السياسي للمبحوثين.
- 11- توجد علاقة ارتباط غير دالة إحصائياً بين حجم التعرض للقنوات التلفزيونية وبين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين.
- 12- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين حجم المعرفة السياسية لدى المبحوثين وبين درجة اهتمامهم بالقضية السياسية المثارة.
- 13- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين في حجم المعرفة السياسية، حسب متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

#### التوصيات والمقترحات

أ- مقترحات لدراسات مستقبلية:

- 1- إجراء دراسات تشمل أنواع جديدة من جوانب المعرفة لدى الجمهور مثل المعرفة الاقتصادية، حيث يلاحظ تركيز الدراسات على المعرفة السياسية والصحية والبيئية فقط.
- 2- إجراء العديد من الدراسات لمعرفة العلاقة بين مستوى التعرض للقنوات الإخبارية بما تستخدمه من تقنيات لجذب الجمهور ومستوى المعرفة المكونة

لديهم، وما يسببه ذلك من فجوات معرفية داخل المجتمع الواحد، أو بين عدة مجتمعات.

3- تطبيق دراسات الفجوة المتعلقة بالقنوات الإخبارية على الدول العربية الأخرى التي لم تستطع الدراسة أن تشملها، وذلك بهدف خلق صورة شاملة عن الوطن العربي وما يشوبه من فجوات معرفية وأسبابها وآثارها.

4- إجراء بحوث ودراسات مكملة لدراسات الفجوة تهدف لتحديد الظروف والعوامل التي تعزز وجود الفجوات المعرفية داخل المجتمعات العربية وفيما بينها ككل، وبالتالي العمل على التقليل منها بالتركيز على معالجة أسبابها.

5- دراسة الفجوات المعرفية التي يمكن أن يخلقها استخدام فئات معينة مثل الصفوة أو الشباب أو المرأة لوسائل الاتصال الحديثة مثل القنوات الفضائية والإخبارية والإنترنت داخل المجتمع وبين المجتمعات المختلفة، وباختبار متغيرات أخرى مثل الخبرة الشخصية للفرد.

#### ب- مقترحات إعلامية خاصة للبرامج السياسية:

1- يجب التركيز على القضايا ذات الطابع الإنساني والاجتماعي التي كان من المفترض أن تطرح لأن الشعب اللبناني شعب مسحوق إنسانياً واجتماعياً قبل أن يكون مسحوقاً سياسياً.

2- التركيز على القضايا ذات الطابع القانوني، وخصوصاً كان واضحاً من خلال طرح القضايا الأمنية أنه لا يوجد التزام قانوني بالكثير من القضايا الأمنية، وأن عدم المحاسبة وعدم تطبيق القانون بشكل عام لعب دوراً في انتشار الفوضى الأمنية وغيرها.

3- توجيه الاهتمام لبعض القضايا العربية مثل القضية الفلسطينية والقضية العراقية وخاصة أن هناك ارتباط جغرافي وسياسي بين فلسطين ولبنان وإلى

- حد ما كما هو الحال بالنسبة للارتباط ما بين سوريا ولبنان، وأيضاً هناك نوع من الارتباط فيما يحصل في لبنان وما يحصل في العراق.
- 4- عرض وجهات النظر المتعددة حول الأحداث الجارية في المنطقة العربية والعالم دون تحيز.
- 5- القيام بحملات إعلامية منظمة ومتابعة حلاً لمشكلة انخفاض نسبة المعرفة، وأن يتم ذلك بشكل علمي ومهني وليس عشوائي لأن الأهم هو كيفية تخطيط وتنفيذ هذه الحملات ومدى مراعاتها للعلاقة بين المعرفة والاتصال والعوامل الاجتماعية والاقتصادية والسلوك.

#### الهوامش:

- 1- محمد هلال سيد (2007): "دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص298.
- 2- محمود حسن إسماعيل (2004): "استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والاشباع المتحقق منها"، المجلة العلمية لبحوث الرأي العام، القاهرة، المجلد الخامس - العدد الثاني، ص287.
- 3- مصطفى عبد الفتاح (1987): "أثر نشرات الأخبار وبرامج الأحداث الجارية في التلفزيون في تزويد المشاهدين بالمعلومات والمعرفة السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص37.
- 4- ياسمين سعيد عبد المنعم (2010): "دور برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية في تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 5- علي سلمان درويش (2012): "دور برامج المرأة في القنوات العراقية في التوعية بقضايا المجتمع السياسية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 6- إسلام الرفاعي عبد الحليم (2002): طبيعة العلم، القاهرة، عالم الكتب، ص39.
- 1- Hyman & Sheatsley(1947): "some reasons why information compaign fails", **public opinion Quarterly**, Vol.11, p.412.
- 1- Star & Huges (1950): "Report on an education compaign: The cincinn ati plan for the United nations", **American Journal of sociologe**, Vol.50, P. 389.

- 9- محمد عبد الحميد (1997): نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ط1، ص296.
- 1- Cecilie Gaziano (Summer 1997): "Widening Knowledge Gaps", **J& Mc quarterly**, Vol. 74, N.2, P.239.
- 1- Tichenor P., Donohue G., & Olien C (1970): "Mass Media Flow and Differencial Growth in Knowledge", **Public Opinion Quarterly**, Vol.34,PP.159-170.
- 1- Warner J. Severin, James W.Tankard, Jr (1992), **OP. Cit**, P.241.
- 1- B.K.L. Genova, B.S. Greenberg (1979): "Interest In News and The Knowledge Gap": **Public Opinion Quarterly**, Vol.43, PP.79-91.
- 14- السيد أحمد مصطفى عمر (1997): الإعلام المتخصص: دراسة وتطبيق، بنغازي، منشورات جامعة قارونس، ط1، ص172 .
- 15- صلاح عبد اللطيف، غازي زين عوض الله (1411هـ): دراسات في الصحافة المتخصصة، جدة، الإعلامية للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، ص24 .
- 16- المرجع السابق نفسه، ص173 .
- 17- مجد الهاشمي (2009): الإعلام الدبلوماسي والسياسي، الأردن، دار أسامة للنشر، ص71-72 .
- 18- مجد الهاشمي (2009): مرجع سابق، ص72 .
- 19- نوال عمر (1993): فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، ص22.
- 20- عادل مشعان ربيع (2009): التوعية البيئية، عمان(الأردن)، مكتبة المجتمع العربي، ص149 .
- 21- محمد إبراهيم (2004): الإعلام التنموي والتعددية الحزبية، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر، ج1، ص269.
- 22- محمد أحمد فياض (2005): الإعلام الفضائي الدولي والعربي، عمان، دار الخليج، ص13.
- 23- محمد المجذوب (1978)، "الأبعاد الدستورية والقانونية للأزمة اللبنانية"، المنظمة العربية للثقافة، القاهرة، ص225.
- 24- جهاد الدين (1991): لبنان وآفاق المستقبل، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ص17.
- 25- أحمد سرحان (1980): النظم السياسية والدستورية في لبنان العربية، بيروت، دار الباحث، ص113.
- 26- ايليا حريق (1978)، "السياسة والوفاق الفعلي، الأزمة اللبنانية"، المنظمة العربية للثقافة والعلوم، القاهرة، ص35.

## أثر البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني

- 27- السيد عليوة (1978)، "الحياة الحزبية في لبنان، الأزمة اللبنانية"، المنظمة العربية للثقافة والعلوم، القاهرة، ص 285.
- 28- عصام سليمان (1991): *الفيدرالية والمجتمعات التعددية في لبنان*، بيروت، دار العلم للملايين، ص 131.
- 29- محمد المجنوب (1973): *دراسات في السياسة والأحزاب، قضايا الساعة*، بيروت، دار عويدات للنشر، ص 131.
- 30- مهى سهيل المقدم (1978): *مقومات التنمية الاجتماعية وتحدياتها في الريف اللبناني*، بيروت، معهد الإنماء العربي، ص 233.
- 31- رياض الصمد (1983): *المؤسسات الاجتماعية والسياسية في الدولة الحديثة*، بيروت، الجامعية للتوزيع، ص 187.
- 32- نبيل دجاني (1998)، وسائل الإعلام والوعي الاجتماعي في لبنان، مجلة دراسات إعلامية، العدد 92، القاهرة، ص 86.
- 33- طارق الحزرماني (1994): *لبنان معجزة الوجود والتفكك*، بيروت، طباعة خاصة، ط1، ص 2.
- 34- فكتور سحاب (1985): *أزمة الإعلام الرسمي، النموذج اللبناني*، بيروت، دار الوحدة للطباعة، ص 25.
- 35- زهير المناصفي (1996)، "بين عنف البرامج وعنق التلفزيون"، مجلة الفكر العربي، العدد 124، بيروت، ص 61.
- 36- حازم عبد الحميد غائب (1987)، مرجع سابق، ص 180.
- 37- مؤشر استدامة الإعلام (2014)، مرجع سابق، ص 2.
- 38- جريدة النهار: 1993/12/13.
- 39- نبيل دجاني (1998)، مرجع سابق، ص 107.
- 40- المرجع السابق نفسه، ص 161.
- 41- رابعة فتحي يكن (2008)، "غياب صورة الإعلاميات المحجبات عن الشاشة اللبنانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الجنان، طرابلس، لبنان، ص 66.
- 42- مجلة الصحافة اللبنانية (أيار 2005)، العدد الخامس والخمسون، ص 90.
- 43- www.mtv.com.lb.
- 44- بارعة حمزة شقير (1995)، مرجع سابق، ص 58.
- 45- www.aljadeed.tv/arabic.
- 46- www.almanartv.com

47- www.nbn.com.

- 48- مصطفى محمود يسري (24- 25 نوفمبر 2008): "الإعلام التلفزيوني ودوره في مواجهة التغيرات المناخية والبيئية المختلفة"، المؤتمر الدولي، دور المواصلات القياسية في مواجهة تحديات التغير المناخي ونقص موارد المياه و الغذاء والطاقة، القاهرة، ص 10 .
- 49- علي وطفة (ربيع 1994): مواقف الشباب من وسائل الإعلام في سورية، شئون اجتماعية، العدد 49، القاهرة، جمعية الاجتماعيين، ص 88 .
- 50- جريدة السفير: (3 نيسان 1993)، بيروت.
- 51- فريدريك معتوق (1982/10/16): "أول بحث ميداني لبناني عن مشاهدة التلفزيون"، جريدة السفير، بيروت.
- 52- عربي المصري (2000): "الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 301.
- 53- مفتاح محمد بلعيد (2009): "دور الصحافة الليبية في إمداد الشباب الجامعي في ليبيا بالمعلومات حول القضايا السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. ص 35.
- 1- B.K.L. Genova, B.S. Greenberg (1979): "Interest In News and The Knowledge Gap", **Public Opinion Quarterly**, Vol.43, PP.79-91

## المصادر ومراجع:

### أولاً: المراجع العربية:

- 1- إسلام الرفاعي عبد الحليم (2002): **طبيعة العلم**، القاهرة، عالم الكتب.
- 2- ايليا حريق (1978): "السياسة والوفاق الفعلي، الأزمة اللبنانية"، **المنظمة العربية للثقافة والتربية**، القاهرة.
- 3- السيد أحمد مصطفى عمر (1997): **الإعلام المتخصص: دراسة وتطبيق**، بنغازي، منشورات جامعة قاريونس، ط 1.
- 4- حسن عماد مكاوي، ليلي السيد (1998): **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط 1.
- 5- سمير مقدسي (1978): "الجوانب الاقتصادية للأزمة اللبنانية، الأزمة اللبنانية"، **المنظمة العربية للثقافة والعلوم**، القاهرة.
- 6- صلاح عبد اللطيف، غازي زين عوض (1411هـ): **دراسات في الصحافة المتخصصة**، جدة، الإعلامية للطباعة والنشر والتوزيع، ط 1.

## أثر البرامج السياسية في التلفزيون اللبناني

- 7- عادل مشعان ربيع (2009): التوعية البيئية، عمان (الأردن)، مكتبة المجتمع العربي، ط1.
- 8- عدنان فحص (1991): الحرب اللبنانية الأسباب والنتائج، بيروت، دار الحسام للطباعة والنشر، ط1.
- 9- عربي المصري (2000): "الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 10- علي وطفة (ربيع 1994): مواقف الشباب من وسائل الإعلام في سورية، شؤون اجتماعية، العدد 49، القاهرة، جمعية الاجتماعيين.
- 11- فريدرك معتوق (1982/10/16): "أول بحث ميداني لبناني عن مشاهدة التلفزيون"، جريدة السفير، بيروت.
- 12- محمد أحمد فياض (2005): الإعلام الفضائي الدولي والعربي، عمان، دار الخليج.
- 13- محمد سعد إبراهيم (2004): الإعلام التنموي والتعددية الحزبية، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر، ج1.
- 14- محمد عبد الحميد (1997): نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ط1.
- 15- محمد هلال سيد (2007)، "دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة
- 16- محمود حسن إسماعيل (2004): "استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والاشباع المتحقق منها"، المجلة العلمية لبحوث الرأي العام، القاهرة، المجلد الخامس - العدد الثاني.
- 17- مجد الهاشمي (2009): الإعلام الدبلوماسي والسياسي، الأردن، دار أسامة للنشر.
- 18- مفتاح محمد بلعيد (2009): "دور الصحافة الليبية في إمداد الشباب الجامعي في ليبيا بالمعلومات حول القضايا السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- 19- مصطفى عبد الفتاح (1987): "أثر نشرات الأخبار وبرامج الأحداث الجارية في التلفزيون في تزويد المشاهدين بالمعلومات والمعرفة السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 20- مصطفى محمود يسري (24- 25 نوفمبر 2008): "الإعلام التلفزيوني ودوره في مواجهة التغيرات المناخية والبيئية المختلفة"، المؤتمر الدولي، دور المواصفات القياسية في مواجهة تحديات التغير المناخي و نقص موارد المياه والغذاء والطاقة، القاهرة.
- 21- نوال عمر (1993): فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي.
- 22- ياسمين سعيد عبد المنعم (2010): "دور برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية في تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

#### ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- B.K.L. Genova, B.S. Greenberg (1979): "Interest In News and The Knowledge Gap", **Public Opinion Quarterly**, Vol.43.
- 2- Cecilie Gaziano (Summer 1997): Forecast 2000: Widening Knowledge Gaps. **J& Mc quarterly**, Vol. 74, N.2.
- 3- Hyman & Sheatsley (1947): "some reasons why information campaign fails", **public opinion Quarterly**, Vol.11.
- 4- Oscar H.Gandy & Mohamed EL Waylly (Autumn 1985): "The knowledge gap and foreign affair: the Palestinian –Israeli conflict", **Journalism Quarterly**, VOL. 62, N.3.
- 5- Sandra J. Ball- Rokeach (1985): "The Origins of Individual Media System Dependncy: A sociological Framework", **Communication Research**, Vol. 12, No.4, October.