

التلفزيون والاتصال السياسي *Television and political communication*

سعيد عادل بهناس.

كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، behnas.said.adel@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: 2022 / 06 / 30

تاريخ القبول: 2022 / 05 / 21

تاريخ الاستلام: 2022 / 04 / 12

ملخص:

تعالج هذه الدراسة الدور الذي يضطلع به التلفزيون في عملية الاتصال السياسي، من خلال ما أحدثته نشأته من تحوّل في عملية الاتصال ككل، ولا سيما الاتصال السياسي الذي له وظائفه وقنواته. وهنا يبرز دور الصورة المرئية في العملية الاتصالية لما لها من قوة التأثير والإقناع على المستويين المحلي والدولي. الكلمات المفتاحية: الاتصال السياسي؛ التلفزيون؛ الدولي؛ قنوات الاتصال السياسي؛ المحلي؛ وظائف الاتصال السياسي.

Abstract:

. This study deals with the role of television in the process of political communication, through the transformation of the communication process as a whole, particularly the political communication that has its functions and channels.

And here highlights the role of the visual image in the communication process because of its power of influence and persuasion at the local and international levels

Keywords: Channels; International Communication Functions; Local; Political Communication; Political; Television.

1. مقدمة

إذا كان الاتصال عملية تقوم على تبادل الأفكار والمعلومات والرؤى عبر قنوات مختلفة، يتجسد فيها التفاعل، ويستخدم الحجاج لإقناع من يتفاعل في هذه العملية؛ فإن من أبرز مظاهر هذه العملية الاتصال السياسي، الذي يُعد نشاطاً اتصالياً مضمونه السياسة وأفراده تربطهم علاقة بالسياسة، ومادام المضمون يحتاج إلى وسيلة، فإن لهذه الوسيلة تأثيرها الخاص في هذا النوع من الاتصال، ولعلّ التلفزيون بما يتميز به من خصائص، والحقبة التي ظهر فيها، قد أحدث أثراً خاصاً في عملية الاتصال السياسي، فما هو الدور الذي يضطلع به التلفزيون في عملية الاتصال السياسي؟

لمعالجة هذا السؤال نقترح الخطة الآتية:

- أولاً نشأة التلفزيون وخصائصه
- ثانياً: الاتصال السياسي، قنواته ووظائفه
- ثالثاً: الصورة المرئية والاتصال السياسي الإقناعي
- خاتمة

أولاً: نشأة التلفزيون وخصائصه

1. نشأة التلفزيون

لاحظ ألكسندر داموند بكدريل الفرنسي المميزات الإلكترونية كيميائية للضوء ما مهد لظهور التلفزيون عام 1839، بينما صنع الألماني بول نيكو قرصاً فاحصاً للإرسال والاستقبال عام 1884 للقيام بالتطبيق العلمي لمبادئ بث المعلومات المرئية أما فلاديمير زواريكين من روسيا فقد أسهم بأنبوبه الأيكونوسكوبي عام 1923، وشارك الأمريكي فارنزوث بنظامه المتطور للفحص بالانتقال إلى التلفزيون الإلكتروني، ليعلن رئيس مجلس إدارة شركة RCA عن بيع التلفزيون للجمهور أثناء افتتاح المعرض الدولي عام 1950 (المصالحة، 2005، صفحة 115).

لقد شكّل التلفزيون بمميزاته المختلفة وسيلة جمعت أفراد الأسرة الواحدة والجمهور بمختلف مكوناته على برامجهم وباتت الخمسينيات فترة الذهبية بعدما كانت الإذاعة الرائدة لاسيما خلال الحرب العالمية الثانية ومرافقتها للعمل الحكومي رغم أنّ العقد الثاني في عمر التلفزيون ربطه بصورة العنف كبث اغتيال الرئيس كينيدي على المباشر والمدافع على حقوق الإنسان مارتن لوتر ومظاهرات الطلبة في 1968 بشيكاغو وهزيمة القوات الأمريكية في الفيتنام، وكذا استقالة نيكسون، وانتخاب كارتر وغزو الفضاء (المصالحة، 2005، الصفحات 115-116).

2. خصائص التلفزيون

للتلفزيون خصائص تميزه عن بقية وسائل الاتصال الجماهيرية فهو (معياش، 2018، صفحة 15):

- يجمع بين الرؤية والحركة الصوت واللون والجاذبية.
- يكبر ما هو صغير ويصغر ما هو كبير ويحرك الثابت والعكس
- له بعد اقتصادي بجمهوره ومستخدميه ومساحته
- يجمع عديداً الوظائف التي تناط بوسائل الاتصال الجماهيرية
- يسهل استعماله لا سيما مع التقدم التكنولوجي الذي أتاح التحكم عن بعد والتجول بين القنوات ومشاهدة العديد منها في شاشة واحدة وغير ذلك.
- له القدرة على التمويه والمخالطة وقلب الحقائق وإخفاءها.

وربما هذه الخاصية الأخيرة ترتبط أكثر بالتظليل الإعلامي واستغلال ما تتيحه التكنولوجيا الحديثة في التعامل مع الصورة والترويج للأخبار الزائفة Fake news وربما التمويه لدرجة اعتقاد المشاهد أنّ صاحب الصورة يتكلم فعلا باعتماد تقنية التزييف العميق Deep fake.

ثانيا: الاتصال السياسي، قنواته ووظائفه

1. تعريف الاتصال السياسي:

يأخذ الاتصال السياسي عديد التعريفات من بينها "أنّه اتصال هادف يتعلق بالسياسة" من خلال شموله:

- كل مستويات الاتصال التي يستخدمها الساسة أو المشتغلون بالسياسة قصد تحقيق غاية محدّدة وأهداف مقصودة.
- الاتصال الموجه الى هؤلاء الساسة غير المشتغلين بالسياسة كالناخبين وكتّاب الأعمدة الصحفية وغيرهم.
- اتصال يتعلّق مضمونه بالساسة والمشتغلين بالسياسة وغيرهم ممن لا تنطبق عليهم هذه الصفة ويتعلّق أيضا بنشاطاتهم التي تتضمنها التقارير الإخبارية والافتتاحيات وغيرها من وسائل مناقشة وسائل الإعلام للسياسة والسياسيين (بن سعود، 1997، الصفحات 16-17).
- ويحمل هذا التعريف ثلاثة أبعاد تمنح الاتصال السياسي: المنطلق والهدف، ومصدره ووجهته، مضمونه وآلياته.

ومن بين تعريفات الاتصال السياسي ما قدّمه جون ميدو J. Meadow: «الطريقة التي تؤثر فيها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال وكميّته كما أنّه يتعلّق بالطريقة التي يمكن أن تقوم بها ظروف الاتصال بتشكيل السياسة وبعبارة أخرى يتعلّق الاتصال بتبادل الرّموز والرسائل التي تكون قد شكّلها أو انتجتها النظم السياسية» (المصالحة، 2005، صفحة 55).

وفكرة هذا التعريف أنّ العلاقة بين الاتصال والسياسة تبادلية، فللظروف السياسية وظيفتها وتأثيرها في هذا النوع من الاتصال ومضمونه، وحجمه والطريقة التي يتم بها، إنّها خلاصة ما يُنتجه الفاعلون السياسيون عبر مختلف القنوات.

كما نجد من يعرف الاتصال السياسي بكونه: «تبادل المعلومات بين الحاكم والمحكوم عن طريق قنوات إرسال مهيكلّة أو غير رسمية، وهو يلبي مطالب ويستجيب على وجه الخصوص لحاجة معيّنة وهي تأمين الربط بين الحاكم والمحكومين» (تمار، 2005، صفحة 22).

وفي هذا التعريف تفريع للاتصال السياسي الرسمي وغير الرسمي، وغايته في ذلك تقوية الصلة بين الحاكم والمحكوم.

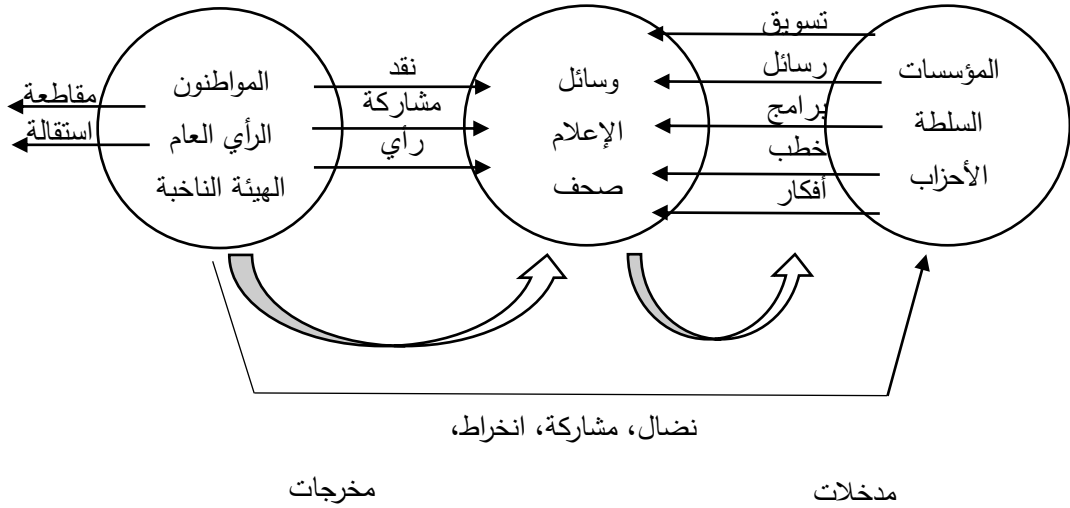
وبذلك فالتعريفات تتقاطع في طبيعة اتصال يتعلّق بالقضايا السياسية حيث تقدّم وسائل الإعلام المختلفة خدمة لذوي الشأن وغيرهم، وفيه تبادل السياسة والاتصال الظروف، بغية أن تكون العملية الاتصالية فعّالة في إيصال الرسالة السياسية.

2. قنوات الاتصال السياسي

تتعدّد أطراف الاتصال السياسي ونسجّل عديد التقسيمات بإدراج فاعلين مختلفين أو الدمج بين فاعلين أو أكثر في الفئة نفسها أو غير ذلك لكننا يمكن أن نسجّل أنّ الاتصال السياسي يمكن أن يتم بين: قائمين بالاتصال وهم في هذه الحالة:

- السلطة ومن والها من الأحزاب أو المعارضة وهي مؤسسات تأخذ طابعا تنظيميا.

- وسائل الإعلام: وهي التي تمثل القلب النابض للاتصال السياسي حيث تنطلق نحو التسويق السياسي للبرامج والأفكار.
 - الجمهور: وهو قد يأخذ في الدول الديمقراطية حيث الوعي والحرية مفهوم الراي العام، الذي يأخذ بعداً قانونياً تحت مفهوم المواطنة: ويكون تواصله عبر المشاركة أو الانخراط في العملية السياسية وغير ذلك.
- وفيما يلي تفصيل هذه القنوات:



3. المؤسسات ذات الطابع التنظيمي:

والجامع بين هذه المؤسسات التنظيم حيث أنّها تتميز بخاصيتين: الوطنية والاستمرارية؛ ومن بين ذلك السلطة الحاكمة، والأحزاب السياسية والنقابات ومنظمات المجتمع المدني (المصالح، 2005، صفحة 61). وتحاول السلطة السياسية أن تحافظ على وجودها وشرعية مؤسساتها بالحرص على تنظيم الانتخابات واحترام مواعيدها ونزاهتها مستخدمة وسائل الإعلام، وهي هنا تأخذ علاقتها بميزتين الصراع وهو ما تشهده الديمقراطيات، أو الخضوع وتلك خاصية الأنظمة الشمولية.

لقد عبّر نوربرت وينر عن هذه العلاقة بقوله: "إننا إذا أدركنا السياسة كنظام فإنّ الاتصال هو العصب الذي يتحكّم في هذا النظام؛ كما أنّ قدرة النظام على ممارسة السيطرة والتحكم ترتبط بقرته على التعامل مع المعلومات" (المصالح، 2005، صفحة 61).

فلا سياسة دون اتصال ولا اتصال دون معلومات؛ ومن ثمّ فسيطرة النظام أو قوته إنّما ترتبط بكيفية تعامله مع المعلومات والتحكّم فيها ومهما يكن تصوّر هذه العلاقة فإنّ التأثير الذي يمارسه النظام السياسي في الدول النامية على الاتصال أكثر من تأثير الاتصال في النظام السياسي.

وبالتالي فتحليل الرسائل التي تمرّ عبر مختلف القنوات وما تقدّمه مواقع التواصل الاجتماعي في خطابها السياسي يمكن أن يرسم صورة عن طبيعة المشهد السياسي في البلد.

أما الحزب السياسي فيقصد به:

«مجموعة من الناس ذوي الاتجاه الواحد، النظرة المتماثلة والمبادئ المشتركة، يحاولون أن يحققوا الأهداف التي يؤمنون بها، ويرتبطون ببعضهم وفقاً لقاعدة أو قواعد تنظيمية مقبولة من جانبهم تحدد علاقاتهم وأسلوبهم ووسائل عملهم» (فضلون، 2010، صفحة 63).

وبممارسة التسويق السياسي يحاول الحزب أن يكسب مناضلين بشكل دائم أو أن يسوّق برامج بشكل دعائي في سياق حملة انتخابية وتدخل فواعل أخرى كالتنقيات ومنظمات المجتمع المدني في سبيل المساندة أو التوعية من دون نسيان جماعات الضغط التي لا تنشأ لقرارات من الحكومة ولكن توحد المصالح وتجمعها.

وسائل الإعلام: تضطلع وسائل الإعلام بعدة مهام تتجاوز الإخبار نحو التثقيف وهنا يظهر التثقيف السياسي إذ أنّ الاهتمام بالمعلومة ينطلق من أهميتها للشخص كما أنّ وسائل الاتصال تؤدي دور إضفاء الشرعية على النظام السياسي لأنّ بقاءها مرهون ببقاء النظام السياسي نفسه» (عباس، 2004، صفحة 42)، ومن أشهر النماذج الدالة على تأثير الاتصال في السياسة ما قيل «إنّ نيكسون كان ضحية الإعلام مرتين الأولى عندما هزمه التلفزيون في إشارة إلى مناظرته الشهيرة مع الرئيس الراحل جون كينيدي قبل أيام من انتخابات الرئاسة عام 1960 والتي تفوّق فيها كينيدي تلفزيونياً... والثانية عندما أطاحت به صحيفة واشنطن بوست بكشفها أسرار ووترغيت التي أدّت إلى استقالته من رئاسة الجمهورية عام 1973» (عباس، 2004، الصفحات 44-45)، ويبيّن فيليب ماريك أهمية الوسائل السمعية البصرية في كتابه: الحملة الإعلامية والتسويق السياسي بالقول: «إنّها تصبح وسيلة إعلام شخصية بالنسبة للسياسي وأيضاً وسيلة إعلام مؤسسية حيث يستطيع النخبون عرض مشكلاتهم على ممثليهم، لقد اقترح "لاسويل" عام 1948 إسقاط الأبعاد النظرية للعلاقة الوظيفية بين النسق الاجتماعي ووسائل الإعلام ليستخلص أنّ وسائل الإعلام تقوم بثلاث وظائف أساسية كي تحافظ على توازن النسق الاجتماعي (تمار، 2005، صفحة 64):

- مراقبة البيئة أي الكشف عمّا يمكن أن يهدّد المجتمع أو ما يمكن أن يستفيد منه.
- الربط بين مختلف مكونات المجتمع.
- نقل الإرث الاجتماعي والثقافي من جيل إلى جيل.

4. وظائف الاتصال السياسي

يتميز الاتصال السياسي بعدة وظائف أبرزها (بروان):

- الوظيفة الإخبارية: تعد الوظيفة الإخبارية أبرز الوظائف التي يؤديها الاتصال الجماهيري عموماً، فهي رغبة الإنسان في المعرفة وتنقله عبر الوسيلة إلى قلب الحدث السياسي ومجرياته، وعادة ما يتطلع المشاهدون إلى الأخبار السياسية الخاصة بممارسي السياسة لاسيما في الأحداث المهمة كالانتخابات مثلاً.
- التنشئة السياسية: تلك العملية التي يتم من خلالها تكوين القيم واكتساب ثقافة سياسية تستمر من طفولة الإعلام حتى شيخوخته، يأخذ من خلالها الإنسان أفكاراً سياسية سائدة في المجتمعات على الصعيدين الداخلي والخارجي، وقد تتغير هذه القيم بتأثير وسائل الإعلام أو ما يتلقاه المواطن عبر حياته اليومية واحتكاكه بالآخرين الذين يغيرون آراءه أو يبنون له آراء جديدة.
- التسويق السياسي: جاء مصطلح التسويق من الحياة التجارية نحو السياسية إذ يتم استخدام نظريات التسويق التجاري في الحملات السياسية، تتجلى هذه الطرق في التحليل والتطوير وإدارة حملات الدعاية للمرشحين السياسيين بمساعدة مختصين في هذا المجال. تعتمد عملية التسويق السياسي على عنصر مهم وهو إجراء الأبحاث بغية معرفة المنافسين ومدى قراراتهم وحصر الآراء الخاصة بهم، وكذا دراسة اتجاهات المواطنين ومحاولة تغيير السلوك الانتخابي للمواطنين نحو ما يريده المترشحون الذين يقومون بالتسويق.

- الرقابة على الحكومة: تعد الرقابة على أداء الحكومة في مختلف القطاعات إضافة إلى تقديم الحلول من أبرز وظائف الإعلام عموماً خاصة في الشق السياسي ويندرج هذا الحق في النقد دون تعسف في استعمال حق النشر.
- التأثير في اتجاهات الرأي العام: لقد بات لوسائل الاتصال دور بارز في المجتمعات، إذ يتطلع من خلالها الرأي العام على الشؤون العامة للشخصيات السياسية. وبالتالي المساعدة في اتخاذ مواقف نحو قضايا الرأي العام فتتربط بالتسويق السياسي الذي له علاقة بكسب مناضلين أو متعاطفين ومن ثم الانطلاق نحو تكوين الاتجاهات.
- المساعدة في صنع القرارات: لا يتوقف دور الاتصال السياسي في النقد ولا حتى تقديم الحلول وإنما يكمن دور وسائل الإعلام في التأثير على القرارات السياسية وتتخذ بذلك شكل مفاده أن وسائل الإعلام تعطي الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار، فيعدل عن قرار اتخذه أو يتخذ آخر مكانه.
- تأكيد الشعور بالهوية الوطنية: تعنى وسائل الإعلام بنشر روح الانتماء الوطني وتوطيد العلاقات بين أفراد المجتمع الواحد غير ما تقدمه من معلومات وأخبار وطنية ودولية وما تعالجه من قضايا تقترب من المواطن وانتمائه واهتمامه.
- دعم مشروعية النظام السياسي: تقوم وسائل الإعلام بمحاولة تحقيق الإجماع بين أفرادها على أهداف مشتركة وذلك بإقناعها بنجاعة النظام السياسي حتى تقوم بالأدوار المنوطة بها. وعادة ما يتكفل الإعلام الحكومي بهذا الدور لهذا نرى ترتيب الأخبار في التلفزيونات العمومية ذات ترتيب بروتوكولي.
- إدارة الصراعات السياسية: تغطي وسائل الإعلام على الأحداث المختلفة من خلال نشر المعلومات القيمة لاختلاف آراء الفاعلين السياسيين في حل الصراعات داخل المجتمع. كما تعمل على الترابط الاجتماعي لأن أفرادهم مزودون بمعلومات مشتركة عن الأحداث. وهنا تبدي أن الاختلاف عامل بناء للمجتمع لا هدم، ويمكن الحديث عن المناظرات السياسية بين المترشحين كصورة راقية للاختلاف واختيار الأفضل.

ثالثاً: الصورة المرئية والاتصال السياسي الإقناعي

1. التلفزيون والاتصال السياسي المحلي:

تقوم الصورة المرئية بدور إقناعي مثلما أثبتته عديد الدراسات، إذ توصل الكثير منها إلى أنّ الناخبين يعتمدون على تعبيرات الوجه لبلورة آرائه نحو المترشحين، إضافة إلى كون الجاذبية الشكلية تُحدث ما يعرف بتأثير الهالة، فالمرشحون أصحاب الجاذبية يأخذون أصواتاً أكثر من منافسيهم (زغيب، 2015، الصفحات 68-69)، فبينما أتاح الراديو منذ بدايات استخدامه عام 1905، متابعة المناظرات للملايين، لكن ظهور التلفزيون أحدث ثورة أخرى أكدت تأثير الجاذبية، ويؤرخ للمناظرات التلفزيونية منذ 1960، بينما ريتشارد نيكسون وجون كينيدي، رغم أن مناصريه كانوا يتوقعون الفوز، إلا أنّ الصورة التلفزيونية أحدثت الفارق، فنيكسون قديم إلى المناظرة مُهكاً بعد لقاء جماهيري، وراح يتصبّب عرقاً فظهر مرتبكاً ومرهقاً، وزاد من المنظر الشاحب الأبيض والأسود، بينما كان كندي هادئاً وأتقناً وسيماً في قمة النشاط، وفي الوقت الذي أقنع نيكسون المستمعين، أبهر كندي المشاهدين، وأكدت استطلاعات الرأي تفوق المترشح الشاب الذي فاز بالانتخابات عقب ثلاث مناظرات أخرى عكس منافسيه الذي أصيب بإحباط، ورفض الدخول في مناظرة الانتخابات عام 1968 و1972 (طبابي، 2021).

وبقيت المناظرات السياسية ترافق المشهد الانتخابي في أمريكا وأخرها ما كان بين الرئيس المنتهية ولايته "ترامب" والرئيس الحالي منافسه حينها "بايدن".

كما عرفت الجزائر نوعاً من المناظرات السياسية في بداية تسعينيات القرن الماضي في حصة لقاء الصحافة التي كان يُقدّمها للتلفزيون الجزائري الصحافي مراد شبين؛ ثم جاءت مناظرة المترشحين للانتخابات الرئاسية ديسمبر 2019 والتي كانت المناظرة الرئاسية -الأولى في التاريخ الانتخابي الجزائري - وقد لقيت صدى واسعاً وسط الجزائريين سواء كانوا من المؤيدين والمعارضين للمسار الانتخابي، (حذاقة، 2019).

فلمدة ثلاث ساعات كاملة، تابع ملايين الجزائريين المناظرة تحت عنوان "الطريق إلى التغيير" والتي جمعت بشكل متساو بين المرشحين الخمس لاستحقاق 12 ديسمبر، وهم عبد المجيد تبون، عبد العزيز بلعيد، عبد القادر بن قرينة، علي بن فليس، عز الدين ميهوبي.

وسمحت السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات بفتح قناة تلفزيون العمومي والإذاعة الوطنية، والقنوات التلفزيونية الخاصة المعتمدة.

للتلفزيون تأثير سياسي مميّز نظير انتشاره الواسع وتناوله الأحداث بسرعة وتحليلها، فهو من المصادر الرئيسية لانتقاء الأخبار وتكوين الآراء اتجاه مختلف القضايا مستفيداً من جمعه بين الصورة والصوت، واقتربه من مختلف الفئات فلا تخلو أي دولة من تلفزيون حكومي، وبشكل مرآة عاكسة لتوجهات سياستها في الداخل والخارج.

2. التلفزيون والاتصال السياسي الدولي

حين نتحدث عن الاتصال السياسي الدولي فإننا نجد عديد الأمثلة من الفضائيات مثل CNN الأمريكية و France24 الفرنسية و TRT التركية والجزيرة القطرية وروسيا اليوم الروسية وغيرها، والجامع بين هذه القنوات اتساع انتشارها وتركيزها على المادة الخيرية وتنوع البرامج الخادمة لذلك من تحقيقات وروبورتاجات وتقارير وموائد مستديرة وحصص نقاش وتحليل، ناهيك عن تنوع لغات بثها والتي تعد العربية الإنجليزية الفرنسية والإسبانية حاضرة فيها، فتظهر في ذلك أولويات الوسيلة الإعلامية والتي تكون من أولويات السلطة الحاكمة بالنسبة للتلفزيونات الحكومية، كما تتجلى طبيعة العلاقات الصراعية بين الحكومة والقائمين على التلفزيون، إذا ما تعددت الشبكات التلفزيونية وتمتعت بالحرية التي تكفل لها الانتقاد وتمير الرسائل مع حماية صحافييها، مثلما هو الشأن في الولايات المتحدة، ففي نقاش حاد بين الرئيس الأمريكي السابق ترامب والصحفي جيم أكوستا من شبكة CNN، وصف ترامب أكوستا بالوقوف خلال المؤتمر الصحفي الذي أعقب نتائج انتخابات التجديد النصفي، وقد رد عليه بغلظة بعد ما حاججه في قضية لمهاجرين متوجهين من أمريكا الوسطى نحو الولايات المتحدة، لكن ترامب قاطعه، كما أنّ البيت الأبيض علق اعتماد الصحفي (بي بي سي عربي، 2018).

بدوره عاد مفجر فضيحة ووتر غيت الصحفي المخضرم وود وارد wood ward إلى دائرة الأحداث من خلال كتابه "الغضب" الذي فضح عبره سوء تعامل ترامب مع أزمة كورونا؛ إذ برر ترامب للصحفي الذي حاوره شهر مارس من عام 2020، تصريحاته لمحاولة تخفيف درجة الخطر على الأمريكيين، وإذا كان الكتاب قد فضح سوء تعامل الإدارة الأمريكية مع الوباء من جهة، فإنّه شكل هدية للرئيس المنتخب بايدن من جهة أخرى الذي وصف منافسه بالخطر والكذاب.

وفي آراء لباحثين يملك التلفزيون قدرة على الإقناع مقارنة بغيره من الوسائل فهو يحاكي الواقع ويعيد صياغته لما ينفرد به من خصائص تجعل الواقع يخضع له مما يجعله قادراً على التأثير بشكل كبير في المشاهدين واقناعهم (اللطيف، 2010، صفحة 60).

ويتمهى الدور السياسي للتلفزيون مع القضايا الدولية من خلال التغطية الإخبارية، فقد أصبح اسم CNN مرافقاً لكلمة أخبار في كل أنحاء المعمورة عبر استراتيجيات اقتحامية تتمكن من تغطية الأخبار في أي زمان ومكان، كما توفر الأخبار العاجلة والتغطية في قلب الحدث (ماكفيل، 2012، صفحة 365). كما يشير تأثير قناة CNN على أن تغطياتها للحدث الأجنبي يجعل الجمهور يهتم بالحدث وبالتالي يجبر الحكومة على التدخل واتخاذ القرار الملائم. كمثال على ذلك أجبرت الإدارتان الأمريكية والبريطانية على الاستجابة للأزمة الصومالية، لأن CNN لم تسقط تغطيتها بينما كانت في الحرب الأهلية مشتتة في السودان منذ فترة أطول دون الاستجابة لأن CNN اختارت عدم التركيز على ذلك (ماكفيل، 2012، صفحة 373). إن هذا الدور الذي اضطلعت به CNN في حرب الخليج الأولى لم يعد ذاته خلال الثانية، نظراً لكثرة المنافسين فضلاً على دخول الأنترنت واستخدام الجنود والمراسلين لها.

II. خاتمة

لقد أحدث التلفزيون تغييراً كبيراً في الاتصال السياسي، فقلب التوقعات وأبهر المتلقين، وأصبح أفضل وسيلة في هذا النوع من الاتصال لا سيما في وظيفة التسويق السياسي الهادف إلى إقناع المواطنين سواء عبر التسويق المتعلق بكسب ناخبين، عبر المناظرات السياسية أو الحملات الانتخابية، أو كان ذلك المتعلق بضم مناضلين، كما يُعدّ التلفزيون أكثر الوسائل تأثيراً في القرار السياسي من خلال أمثلة كثيرة إن على المستوى المحلي أو المستوى الدولي؛ وإذا كانت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال قد فرضت منطقتها على الوسائل والرسائل والمتلقين وصنّاع المحتوى، فإن ذلك يشكّل تحدياً للتلفزيون كي يواكب هذا التغير فيتكيف معه محافظاً على خصوصيته حتى وإن غيّرت الشاشات الحاسوبية شكله، إلا أن صناعاته الثقافية ومادته الإخبارية، ودوره في الاتصال السياسي وهي مزايا مع غيرها، تجعله يحافظ على أمل البقاء رغم كل هذه التحديات.

الإحالات والمراجع:

- أحمد طباطبي. (09 جوان، 2021). *الاعلام والسياسة.. الاعتماد المتبادل*. تم الاسترداد من الجزيرة نت: <https://www.aljazeera.net>
- أمال فضلون. (2010). *استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام، مذكرة ماجستير غير منشورة*، د ت، ص 63. عنابة: جامعة باجي مختار.
- ايدير معياش. (2018, 05 20). دور تلفزيون في عملية التنشئة السياسية. *مجلة الدراسات الإفريقية* (المجلد 3، العدد 6)، الصفحات 44-64.
- بلقاسم برون. (بلا تاريخ). *مداخلة الإعلام والاتصال السياسي من المعنى إلى التوظيف*. الجزائر، الجزائر: جامعة الجزائر 3. تم الاسترداد من md.dz-CNFF
- بي بي سي عربي. (09 نوفمبر، 2018). *مواجهة دونالد ترامب وصحفي سي إن إن: الفيديو "جرى التلاعب به"*. تم الاسترداد من بي بي سي عربي: <https://www.bbc.com/arabic/world-46152447>
- توماس ل ماكفيل. (2012). *الإعلام العالمي* (الإصدار 1). (عبد الحكم احمد الخزامي، المترجمون) القاهرة: دار الفجر.
- سامي محسن واحمد عبد اللطيف. (2010). *علم النفس الإعلامي*. عمان: دار المسيرة.
- شيماء ذو الفقار زغيب. (2015). *الاتصال السياسي قضايا وتطبيقات*. لبنان: دار المعرفة اللبنانية.
- عبد الحكيم حذافة. (07 ديسمبر، 2019). *في أول تجربة هكذا تفاعل الجزائريون مع أول مع منافسة الانتخابات الرئاسية*. تم الاسترداد من الجزيرة نت: <https://www.aljazeera.net>
- كمال الدين جعفر عباس. (2004). *الاتصال السياسي*. بيروت: المكتب الإسلامي.
- محمد بن سعود. (1997). *مقدمة في الاتصال السياسي*. الرياض: العبيكان، ط 1.
- محمد حمدان المصالح. (2005). *الاتصال السياسي الدولي* (المجلد ط3). عمان: دار وائل.
- يوسف تمار. (2005). *نظرية Agenda Setting دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة*. جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام.