

التأثيرات السياسية للتلفزيون كما تعكسها التيارات البحثية الحديثة .. "رؤية نقدية"

د. أميرة سمير طه

أستاذ مساعد - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة طنطا

مقدمة

تناولت الدراسات الإعلامية لعقود طويلة وسائل الإعلام وتأثيراتها فى مجال السياسة، لا سيما وأن طبيعة الأداء الإعلامى فى المجتمعات الحديثة يمكن أن ترتبط بدفع العملية الديمقراطية أو تعويقها. ويعد التلفزيون بما يعرضه من مضامين مختلفة ومتنوعة من أهم وسائل الإعلام التقليدى؛ حيث يوليه الباحثون اهتماما كبيرا فى محاولة للوقوف على تأثيراته السياسية. يأتى هذا الاهتمام بالتلفزيون على الرغم من وجود موجة كاسحة من الدراسات التى تركز على تأثيرات وسائل الإعلام الجديد بصفة عامة وتأثيراتها السياسية بصفة خاصة.

وقد أشارت الإحصائيات التى أجريت فى بعض دول العالم إلى أن التلفزيون مازال يمثل مصدرا أساسيا للحصول على المعلومات السياسية، لاسيما وقت الانتخابات. فقد أجرى Pew research center دراسة مسحية على عينة بلغت ٤١٨٣ من الأمريكيين بعد الانتخابات الرئاسية الأمريكية الأخيرة. وقد أظهرت النتائج سيطرة التلفزيون كمصدر رئيس لأخبار الحملة؛ حيث أقر ٥٤% من المبحوثين أنهم حصلوا على أغلبية أخبار الحملة من التلفزيون (Pew research center, 2017).

فى الوقت نفسه، أشارت إحصائية إيطالية إلى أن نسبة الناخبين الذين كانوا يعتمدون على التلفزيون كمصدر أساسى لمعلوماتهم السياسية بلغ ٧٠.٩% عام ٢٠١٣ (Grazia, 2016: p.9).

تعطى هذه الأرقام مؤشرا واضحا على المكانة التى مازال التلفزيون يتمتع بها بوصفه الوسيلة الأقوى على الساحة الإعلامية حتى الآن، وهو الأمر الذى دعا العديد من الباحثين على مستوى العالم لإجراء المزيد من الدراسات حول طبيعة التأثيرات السياسية للتلفزيون سواء كان مجال التأثير على مستوى المعرفة أو الاتجاهات أو السلوك. وقد انطلقت الدراسات التى تناولت التأثيرات السياسية للتلفزيون عبر اتجاهين أساسيين، هما:

الاتجاه الأول: التأثيرات السياسية السلبية (التوعك السياسى) Media malaise

ترجع بدايات هذا الاتجاه البحثى إلى أفكار كورت لانج وجلاديس لانج (Kurt Lang & Gladys Lang)؛ فى الستينيات؛ حيث كانا أول من اقترح وجود ارتباط بين تزايد أعداد القنوات الإخبارية فى الولايات المتحدة الأمريكية وإزدياد التراجع عن المشاركة فى السياسة. وقد أرجعا ذلك لشكل التغطية التلفزيونية للأخبار السياسية، التى تؤكد على عناصر الصراع فى العملية السياسية، الذى يغذى بدوره السخط السياسى ويؤثر على توجهات الناخبين تجاه المؤسسات العامة بما فى ذلك الحكومة. والحقيقة أنه لم يتم

الالتفات إلى أفكار هذين الباحثين آنذاك (Leuengo & Coimbra-Mesquita, 2012, p.117-118)

وقد أعاد روبينسون Robinson هذه الأفكار مرة أخرى؛ حيث رأى أن التغطية التلفزيونية النقدية للسياسة خلال الفترة التي أعقبت فضيحة "وترجيت" خفضت من الثقة في النظام السياسي وعززت الشعور بالعجز بين الناخبين، لاسيما المعتمدين على الأخبار التلفزيونية. (Curran et al., 2014, p.2). وطبقا لروبينسون فإن الصحافة التلفزيونية الحديثة تؤكد في تفسيرها للأخبار على العنف والصراع والسلبية، وتقدم المضامين التي تعمل ضد مؤسسات النظام (O'Keefe., 1989,p.122). كما أن صحافة الهجوم attack journalism الشائعة تعمل على تقويض السياسيين والمؤسسات السياسية. ويخلق هذا المزيج من الأخبار السيئة وصحافة الهجوم إحساسا سائدا بالسخط على النظام السياسي، وعدم الثقة، والشك في السياسة الحديثة والسياسيين (Newton, 1999, p. 577-578).

وعلى الرغم من أن منظور التوعك السياسي video malaise كان يصف تأثيرات الأخبار التلفزيونية في مجال السياسة، إلا أنه اتسع بعد ذلك ليشمل كل من التلفزيون والصحف والراديو والأفلام والمواقع الإلكترونية، ليصبح المصطلح الأكثر دقة هو media malaise (Newton, 2006,p.209).

سعى بعد ذلك العديد من الباحثين عبر دراساتهم إلى دراسة التأثيرات السياسية السلبية للتلفزيون؛ حيث أضيف مصطلح آخر يصف هذه التأثيرات، وهو الاستياء السياسي political disaffection.

وبعد حدوث التطورات الإعلامية التي تمثلت في العدد المتنامي من القنوات التلفزيونية الخاصة، بدأت التفرقة التقليدية بين الأخبار والترفيه تتلاشى؛ حيث أصبح السوق الإعلامي المعاصر - في سعيه نحو جنى المزيد من الأرباح - يطمس الخط ما بين الأخبار والترفيه، وهو ما أدى لظهور مفهوم الأخبار التي تحوى المعلومات والترفيه



معا infotainment وتأثيرها السياسى. ويؤكد العديد من الباحثين على أن وسائل الإعلام التجارية تخلق المواطنين اللامبالين، كما أن السخط السياسى واللامبالاة هما نتاج مباشرة لميل الأخبار للإثارة (Ariely, 215, p. 440).

الاتجاه الثانى: التعبئة السياسية Political Mobilization

على الجانب الآخر ظهر اتجاه بحثى يدرس التأثيرات السياسية لوسائل الإعلام، ويطلق عليه التعبئة السياسية political mobilization، إلا أن هذا الاتجاه كان على النقيض من دراسات التوعك السياسى الناتج عن وسائل الإعلام. ووفقا لهذا الاتجاه فإن ارتفاع مستويات التعليم وسهولة الحصول على كميات كبيرة من المعلومات السياسية ساعد على تعبئة الأفراد سياسيا من الناحية المعرفية والسلوكية (Newton, 1999, p. 580-581).

المشكلة البحثية

استنادا لما سبق فإن المشكلة البحثية للدراسة تتبلور فى محاولة رصد الدراسات الأجنبية والعربية التى تناولت التأثيرات السياسية للتلفزيون سواء الإيجابية أو السلبية، وتحليل الأطر النظرية والمناهج البحثية وأدوات جمع البيانات المستخدمة فى هذه الدراسات، بالإضافة إلى استعراض وتحليل أهم ما توصلت إليه هذه الدراسات من نتائج. وترجع أهمية هذه الدراسة إلى أنها تلقى الضوء بشكل مكثف على الدور السياسى للتلفزيون، وهو ما يساهم فى تكوين رؤية أكثر شمولا لهذا الدور على مستوى العالم. فى الوقت نفسه فإن هذه الدراسة تتيح لنا أن نستبطن أوجه القصور فى الدراسات العربية من خلال مقارنتها مع نظيرتها الأجنبية، مما يساعد على وضع رؤية مستقبلية لتطوير البحوث العربية.

أهداف الدراسة

- رصد الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بالتأثيرات السياسية للتلفزيون فى الفترة من ٢٠١٢ إلى ٢٠١٧ .
- تحديد القضايا والموضوعات البحثية التى تناولتها هذه الدراسات .
- التعرف على الأطر النظرية التى استندت عليها .
- تحديد الإجراءات المنهجية التى تم اتباعها .
- عرض أهم النتائج التى توصلت إليها .
- تقديم مقترحات لتطوير البحوث الخاصة بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة بصفة عامة والتلفزيون والسياسة بصفة خاصة .

الإجراءات المنهجية للدراسة

-تساؤلات الدراسة-

- ١ . ما الموضوعات والقضايا البحثية التى تناولتها دراسات التأثيرات السياسية للتلفزيون؟
- ٢ . ما الأطر النظرية التى استندت عليها هذه الدراسات؟
- ٣ . ما المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات التى تم استخدامها فى هذه الدراسات؟
- ٤ . ما أهم النتائج التى توصلت إليها هذه الدراسات؟

-منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على منهج تحليل المستوى الثانى Meta-Analysis، وهو منهج يعتمد على القيام بمراجعة منهجية وتحليلية للدراسات التى أجريت فى مجال محدد من أجل التعرف على الأطر النظرية والمنهجية المستخدمة فى هذه الدراسات . فى الوقت نفسه رصد ما توصلت إليه هذه الدراسات من نتائج ومدى التوافق أو التعارض بينها .



- مجتمع الدراسة والعينة

يتمثل مجتمع الدراسة فى البحوث والدراسات العربية والأجنبية -المنشورة و غير المنشورة- التى تناولت تأثيرات التلفزيون.

وقد تم جمع الدراسات التى أتيحت للباحثة حول تأثيرات التلفزيون، حيث تم سحب عينة عمدية منها، وفقا للآتى:

-الإطار الزمنى: الفترة من ٢٠١٢ وحتى ٢٠١٧.

-نوع التأثيرات: اقتصرت الدراسة على الدراسات التى تناولت التأثيرات السياسية للتلفزيون.

-المصادر:

بالنسبة للدراسات الأجنبية تم جمع الدراسات من عدة مصادر تمثلت فى الآتى:

-قواعد البيانات التالية: Sage Publications , Ebsco host

-الدوريات العلمية المحكمة.

أما الدراسات العربية، فتمثلت المصادر فى:

- الدراسات المنشورة بدوريات عربية محكمة .
- الدراسات المنشورة بالمؤتمرات العلمية.
- الرسائل العلمية المجازة من كلية الإعلام بجامعة القاهرة وأقسام الإعلام بالجامعات المصرية، إضافة إلى كليات الإعلام ببعض البلاد العربية.
- قاعدة بيانات دار المنظومة.

جدول (١) توزيع عينة الدراسة وفقا للدراسات العربية والأجنبية وسنة النشر

نوع الدراسة:	
٢٣	- عربية
٢٤	- أجنبية
٤٧	الإجمالي
سنة النشر:	
١	- ٢٠١٧
٩	- ٢٠١٦
٨	- ٢٠١٥
٩	- ٢٠١٤
١١	- ٢٠١٣
٩	- ٢٠١٢
٤٧	الإجمالي

فئات التحليل:

- القضايا البحثية التي تم التركيز عليها في إطار دراسات التأثيرات السياسية للتلفزيون.
- الأطر النظرية التي تم الاستناد إليها.
- المناهج التي تم استخدامها.
- أدوات جمع البيانات المستخدمة.
- مجتمع البحث.
- أهم النتائج التي تم التوصل إليها.



تقسيم الدراسة:

الجزء الأول: نستعرض من خلال هذا الجزء الدراسات التى تناولت التأثيرات السياسية للتلفزيون عبر تقسيمها لعدة محاور؛ حيث يتم وصف القضايا البحثية والأطر النظرية والمنهجية وعرض لأهم النتائج.

الجزء الثانى: يشمل التحليل النقدى لهذه الدراسات بناء على فئات التحليل التى تم تحديدها، مع التركيز على المقارنة بين الدراسات العربية والأجنبية.

الجزء الثالث: الرؤية المستقبلية المقترحة.

• الجزء الأول: عرض الدراسات التى تناولت التأثيرات السياسية للتلفزيون

تم تقسيم الدراسات التى أجراها الباحثون فى إطار التأثيرات السياسية للتلفزيون وفقا للمحاور الآتية:

المحور الأول: دراسات تناولت العلاقة بين التلفزيون والمعرفة السياسية:

أ-الدراسات الأجنبية:

أجرى بيكر وبود (Becker & Bode ٢٠١٧) دراسة حول تأثير التعرض لبرامج المحاكاة الإخبارية الساخرة على المعرفة بالقضايا السياسية. الدراسة اعتمدت على المنهج التجريبي؛ حيث طبقت التجربة على برنامج "الأسبوع الماضى هذا المساء مع جون أوليفر". وقد أشارت النتائج أن البرنامج كان مصدرا جيدا للمعرفة بشكل يماثل المحتوى الإخبارى التقليدى.

سعى فيرى-بافيا وآخرون (Ferre-Pavia et al. 2016) إلى الوصول لتقييم التأثيرات السياسية لبرنامج "بولونيا"، وهو أحد برامج السخرية السياسية الشهيرة فى أسبانيا. وقد اعتمد الباحثون على ثلاث أدوات بحثية تتمثل فى توزيع استمارة

استبيان على عينة من الجمهور العام ومجموعة نقاش مركزة، بالإضافة إلى مقابلات مع مستشارى الاتصالات بالأحزاب السياسية. وقد وجد الباحثون أن نسبة كبيرة من عينة الجمهور العام، إضافة إلى مجموعة النقاش المركزة ومستشارى الأحزاب يرون أن البرنامج السياسى الساخر "بولونيا" يساعد على المعرفة بالشخصيات السياسية.

تناول سليم وآخرون (٢٠١٥) Saleem et al. فى دراستهم الإعلانات السياسية أثناء الانتخابات وتأثيراتها السياسية. أجريت الدراسة فى باكستان على عينة مكونة من ٢٠٠ شخص من المسجلين فى الجداول الانتخابية. وقد توصل الباحثون إلى أن إعلانات الأحزاب السياسية لم تساهم بشكل فعال فى المعرفة السياسية القائمة للمبجوثين.

أجرى كوران وآخرون (2014) Curran et al. دراسة عبر ١١ دولة على مستوى العالم، من خلال القيام بمسح للوقوف على التأثيرات السياسية للأخبار التلفزيونية. وقد اقتصرت العينة على ١٠٠ مبحوث من كل دولة. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة بين التعرض للأخبار التلفزيونية عبر القنوات التلفزيونية العامة والمعرفة السياسية، فى حين لم تثبت هذه العلاقة بالنسبة لمشاهدة الأخبار عبر القنوات التلفزيونية الخاصة.

استهدفت دراسة هاردلى وآخرون (٢٠١٤) Hardly et al. التعرف على العلاقة بين مشاهدة برنامج المحاكاة الإخبارية الساخرة "تقرير كولبرت" والمعرفة السياسية. طبقت الدراسة على عينة عشوائية، وتوصلت إلى أن مشاهدى البرنامج كانوا أكثر معرفة حول لوائح تمويل الحملات الانتخابية من متابعى الأخبار عبر وسائل إعلامية أخرى.

سعى هولاندر (2014) Hollander فى دراسته إلى تناول العلاقة بين وسائل الإعلام المختلفة والمعرفة السياسية. اعتمدت الدراسة على منهج المسح. وقد فرقت

الدراسة بين مقياسين مختلفين للمعرفة: الأول، ويعتمد على قياس المعرفة عبر الأسئلة المغلقة (ذات البدائل)، والثانى يقيس المعرفة عن طريق التذكر (سؤال مفتوح). وقد توصلت الدراسة إلى الآتى:

- عند استخدام معامل الارتباط تبين وجود علاقة ذات دلالة بين التعرض للأخبار التليفزيونية والمعرفة السياسية، وذلك بالنسبة للمقياس المعرفة.
- عند استخدام تحليل الانحدار وبعد ادخال المتغيرات الديموغرافية والسياسية كمتغيرات ضابطة تبين وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للأخبار التليفزيونية والمعرفة السياسية فى حالة استخدام مقياس الأسئلة المغلقة ذات البدائل، فى حين لم تظهر هذه العلاقة فى حالة مقياس التذكر.

تناولت دراسة ألبيرج وآخرون (2013) Aalberg et al. العلاقة بين حجم تغطية الأخبار العالمية المقدمة من خلال القنوات التليفزيونية العامة والقنوات التليفزيونية التجارية والمعرفة بالشئون الخارجية. اعتمدت الدراسة على عينات من ١١ دولة مختلفة. وقد أظهر التحليل وجود علاقة إيجابية بين حجم التغطية الإخبارية التليفزيونية للأخبار الدولية الجادة التى تعرض من خلال القنوات العامة الرئيسة ومستوى معرفة الجمهور بالشئون الخارجية.

سعى لفجوى وآخرون (2012) Lovejoy et al. إلى دراسة العلاقة بين التعرض لأخبار الحملات الانتخابية والمعرفة بالقضايا الخاصة بالمرشحين. اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من ٥٦٤ مبحوثا. وقد أظهرت نتائج التحليل أن الانتباه لأخبار الحملة عبر التليفزيون يرتبط سلبيا وبشكل له دلالة إحصائية بالمعرفة بالقضايا المعروضة من خلال هذه الحملة، كما تبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الانتباه لإعلانات

الحملة التليفزيونية/ الانتباه للإعلانات السلبية للحملة من ناحية والمعرفة بقضايا المرشحين من ناحية أخرى.

أجرى سوروكا وآخرون (Soroka et al. (2012) دراسة استهدفت التعرف على العلاقة بين التعرض للأخبار المعروضة فى القنوات التليفزيونية العامة /التعرض للأخبار المعروضة فى القنوات التليفزيونية التجارية والمعرفة بالموضوعات المثارة على الساحة. وقد ربطت الدراسة القنوات العامة بالأخبار الجادة والقنوات التجارية بالأخبار الخفيفة. تم جمع بيانات الدراسة من 6 دول؛ حيث أظهر التحليل أن التعرض للأخبار عبر القنوات العامة كان له تأثير إيجابى على المعرفة بالقضايا المثارة على الساحة أقوى من التعرض للأخبار عبر القنوات التجارية.

أ. الدراسات العربية:

أجرى محمد عبد الوهاب الفقيه كافي و بشار مطهر (٢٠١٦) دراسة حاولا من خلالها التعرف على دور الفضائيات الإخبارية العربية (الجزيرة، العربية، العالم) فى تشكيل معارف الجمهور اليمنى (العامة/ المتعمقة) عن الأزمة السياسية اللبنانية. تمثل الإطار النظرى للدراسة فى نظريات فجوة المعرفة، ووضع الأجندة، والأطر الخبيرة. تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح؛ حيث تم جمع البيانات من خلال استمارة استقصاء. تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٤٠٠ مفردة من الجمهور اليمنى. وقد أظهرت النتائج وجود فروق وفجوة معرفية (عامة ومتعمقة) بالأزمة السياسية اللبنانية بين المبحوثين باختلاف كثافة تعرضهم للنشرات الإخبارية لصالح الأكثر تعرضا.

قامت هدى على حسن (٢٠١٦) بدراسة علاقة تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية على الإنترنت ومستوى معرفتها السياسية. استندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظرى. كما اعتمدت على منهج المسح؛ حيث طبقت على عينة من ٤٠٠ مبحوثة من سن ١٨ وحتى ٦٠ سنة.

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم تعرض المبحوثات للقنوات الفضائية ومستوى المعرفة السياسية لديهن بقضيتين من أصل ثلاث قضايا ركزت عليها الدراسة.

تناول وديع العزرى (٢٠١٦) فى دراسته مدى اعتماد طلاب الجامعة على القنوات الإخبارية العربية لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية. اعتمدت الدراسة على منهج المسح. وقد تم تطبيقها على ٣٠٠ من طلاب الجامعة. وقد توصل الباحث إلى وجود آثار معرفية لمتابعة الطلاب لهذه القنوات.

تناول حسين أبو عمر (٢٠١٥) فى دراسته العلاقة بين مشاهدة الشباب الجامعى المصرى للبرامج الحوارية السياسية فى الفضائيات العربية وتشكيل معارف هؤلاء الشباب واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المصرية. اعتمدت الدراسة على إطار نظرى ممثل فى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح؛ حيث تم جمع البيانات من عينة بلغت ٣٩٩ طالبا من طلاب الجامعة. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعى للبرامج الحوارية السياسية، ومستوى معرفتهم بالقضايا السياسية المعاصرة.

فى سوريا أجرى على جمعة (٢٠١٥) دراسة يسعى من خلالها للتعرف على مدى اعتماد الشباب السورى على البرامج الحوارية السياسية المقدمة فى الفضائيات العربية، ومدى تأثيرها عليهم خاصة أثناء الأزمات. اتخذت الدراسة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إطارا نظريا لها. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح؛ حيث طبق الاستبيان على عينة من الشباب السورى عددها ٤٠٠ مبحوثا. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد الشباب السورى على البرامج الحوارية السياسية المقدمة فى الفضائيات العربية أثناء الأزمات، ومستوى معرفته بتلك الأزمات.

أجرت ميرال مصطفى (٢٠١٥) دراسة حول الواقع السياسى المصرى كما تعرضه القنوات الإخبارية المصرية وإدراك المرأة المصرية لهذا الواقع. اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال مسح المضمون وتحليله فى الجزء الأول من الدراسة، ومسح آراء عينة تمثل المرأة المصرية فى الجزء الثانى. كانت استمارة الاستبيان هى الأداة التى استخدمتها الباحثة لجمع بيانات الدراسة الميدانية. وقد خلصت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين كثافة مشاهدة المرأة للقنوات الفضائية الإخبارية ومستوى إدراكها للواقع السياسى بشكل مشابه لما يعرض من خلال هذه القنوات.

ركزت وريا روستم محمد (٢٠١٥) فى دراستها على العلاقة بين مضامين البرامج الحوارية السياسية المعروضة فى القنوات الفضائية الكردية وتأثيراتها السياسية على طلاب الجامعات فى إقليم كردستان بالعراق. تمثل الإطار النظرى للدراسة فى كل من نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الغرس. اعتمدت الدراسة على منهج المسح. وقد تم جمع بيانات الدراسة عن طريق استمارة استبيان طبقت على عينة مقصودة تبلغ ٥٠٠ من طلاب جامعات إقليم كردستان العراق. أظهر التحليل وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للبرامج الحوارية السياسية فى القنوات الفضائية الكردية والتأثيرات المعرفية.

تناول أبو بكر الوصيف (٢٠١٤) فى دراسته على المجتمع الليبى العلاقة بين التعرض للقنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستويات المعرفة السياسية لدى الجمهور. تمثل الإطار النظرى للدراسة فى نظرية فجوة المعرفة. وتعد الدراسة من الدراسات التى اعتمدت على منهج المسح بشقيه التحليلى والميدانى. طبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية غير احتمالية مكونة من ٤٠٠ مفردة من سن ١٨ فأكثر؛ حيث تم جمع البيانات من خلال استمارة استبيان. وقد أظهر التحليل وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض الجمهور الليبى للفضائيات الإخبارية العربية ومستويات المعرفة السياسية.

درست إحسان رمضان عباس (٢٠١٤) طبيعة العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على القنوات الفضائية الإخبارية العربية والمعرفة بقضايا الإصلاح السياسي. تمثل الإطار النظري للدراسة في نظرتي الاعتماد على وسائل الإعلام وفجوة المعرفة. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية دالة إحصائيا بين المشاهدة ومستوى المعرفة.

سعى محمود اسماعيل وآخرون (٢٠١٣) إلى دراسة دور البرامج الحوارية بالفصائيات العربية في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول ثورة ٢٥ يناير. اتخذت الدراسة من نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام إطارا نظريا لها. وقد اعتمدت على منهج المسح؛ حيث تم جمع البيانات عن طريق استمارة استبيان بالمقابلة مع عينة مكونة من ٤٠٠ من الطلاب الجامعيين. أظهر التحليل وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة بين تعرض أفراد العينة للبرامج الحوارية في الفصائيات وإمدادهم بالمعلومات حول ثورة ٢٥ يناير.

تناول طارق محمد ابراهيم (٢٠١٢) دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تشكيل اتجاهات ومعارف الجمهور نحو قضايا الإصلاح السياسي. استندت الدراسة على نظرتي الغرس والاعتماد على وسائل الإعلام بوصفهما الإطار النظري للدراسة. اعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث جمعت البيانات عن طريق استمارة استبيان. وقد طبقت الدراسة على عينة بلغت ٥١٠ مفردة. أظهر التحليل عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة قضايا الإصلاح السياسي بالبرامج الحوارية وبين الوعي بالأحداث والحصول على المعلومات.

المحور الثاني: دراسات تناولت العلاقة بين التليفزيون والاتجاهات السياسية

أ. الدراسات الأجنبية

قام كل من بوكس وبومجاردن (2016) Boukes & Boomgaarden بإجراء دراسة فى هولندا حول تأثير المقابلات التى تجرى مع السياسيين من خلال البرامج الحوارية الترفيهية على الثقة فى هؤلاء السياسيين. اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي. وقد توصلت الدراسة إلى أن مشاهدة اللقاءات مع الشخصيات السياسية عبر البرامج الحوارية الترفيهية تقلل الثقة فى السياسيين بين ذوى المعرفة السياسية المرتفعة، فى حين تزيد الثقة بين المشاهدين ذوى المستويات الأقل من المعرفة السياسية.

وجد فيرى- بافيا (2016) Ferre-Pavia et al. أن الجمهور العام يرون أن برنامج "بولونيا" الساخر لا يولد المزيد من الاهتمام بالسياسة. أما جماعة النقاش فترى أن تصوير الشخصيات السياسية بشكل كاريكاتيرى من خلال البرنامج قد يؤدي إلى فقدان جزء من الجمهور لثقتهم السياسية، لاسيما بين من يشعرون بالاستياء السياسى ولا يتقنون فى الشخصيات السياسية.

استهدفت دراسة هافليز (2016) Haveles التعرف على التأثيرات السياسية للإعلان السياسى السلبى. تمثل الإطار النظرى للدراسة فى نظرية الغرس، كما اعتمدت على المنهج التجريبي بالتطبيق على عينة مكونة من ٢٩٢ مفردة تم توزيعها على المجموعات التجريبية والمجموعة الضابطة. وقد أظهرت النتائج أن مشاهدة الإعلانات السياسية السلبية تزيد من مستوى الانفعالات السلبية لدى المبحوثين.

أجرت زاهير (2016) Zaheer دراسة تناولت من خلالها التأثيرات السياسية لمشاهدة البرامج الحوارية السياسية المذاعة على القنوات الإخبارية فى باكستان.

طبقت الدراسة على عينة بلغت ٢١١ مبحوثا. وقد تبين من التحليل وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية والفاعلية السياسية.

تناولت دراسة آريلى (2015) Ariely العلاقة بين البيئة الإعلامية التجارية والثقة السياسية. وقد أجريت الدراسة عبر ٣٣ دولة أوروبية. ومن خلال التحليل تبين وجود علاقة ارتباطية سلبية ذات دلالة بين معدل التجارية commercialization فى المحتوى الإخبارى التليفزيونى والثقة السياسية. وقد تأكدت النتائج عبر إعادة التحليل مرة أخرى فى ٢٨ دولة.

أجرى كل من بوكس وبومجاردين (2015) Boukes& Boomgarden دراسة حول العلاقة بين مشاهدة الأخبار الخفيفة (مقابل الأخبار الجادة) والسخط السياسى لدى المواطنين فى هولندا. اعتمدت الدراسة على تحليل لبيانات مستقاة من مسح سابقة فى سنوات مختلفة. وقد توصل الباحثان إلى أن المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الإخبارية الخفيفة بشكل أكثر انتظاما، لديهم مستوى أعلى من السخط السياسى مقارنة بالمبحوثين الذين يشاهدون البرامج الإخبارية الجادة بشكل أكثر تكرارا.

استهدفت بالماس (٢٠١٤) Balmas التعرف على العلاقة بين التعرض لبرامج المحاكاة الإخبارية الساخرة وكل من عدم الفاعلية السياسية، والسخط السياسى، والاعتراب السياسى. اعتمدت الدراسة على بيانات مستقاة من مسح أجرى أثناء حملة الانتخابات العامة بإسرائيل عام ٢٠٠٦؛ حيث بلغت العينة ٥٠٩ من الأفراد فى سن التصويت. وقد أثبت التحليل وجود علاقة إيجابية غير مباشرة بين مشاهدة برنامج المحاكاة الإخبارية الساخرة (موضوع الدراسة) وكل من عدم الشعور بالفاعلية السياسية، والسخط السياسى، والاعتراب السياسى، وذلك عبر متغير وسيط هو الواقعية المدركة للبرنامج.

توصلت دراسة كوران وآخرون (Curran et al. (2014) إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للأخبار التلفزيونية عبر القنوات العامة وكل من الاهتمام السياسى والفاعلية السياسية، فى حين لم تثبت هذه العلاقة بالنسبة لمشاهدة الأخبار عبر القنوات التلفزيونية التجارية.

تمحورت دراسة تشو (Cho (2013) حول تأثيرات الإعلان السياسى طبقا لنغمة الإعلان من حيث كونها مؤيدة أو هجومية. اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وقد توصلت للنتائج التالية:

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض لإعلانات سياسية مؤيدة للمرشح المفضل وزيادة درجة التحمس لهذا المرشح.
- التعرض لإعلان سياسى يهاجم من خلاله المرشح المضاد يرتبط إيجابيا وبشكل له دلالة إحصائية بزيادة الشعور بالقلق والخوف من هذا المرشح ومن المرشح المفضل (الذى يوجه الإعلان).

أجرى كل من جونسون وكاى (Johnson & Kaye (2013) دراسة مسحية حول العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام والنشاط السياسى. تم جمع البيانات من عينة بلغت ٤٢٤١ مبحوثا. وقد توصل الباحثان إلى أن هناك علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين كل من الاعتماد على برامج المحاكاة الساخرة للأخبار والاعتماد على الأخبار التلفزيونية التى تبث عبر الإنترنت من ناحية وكون المبحوث dissident (ثقة سياسية منخفضة + فاعلية ذاتية مرتفعة). فى الوقت نفسه تبين وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الأخبار التلفزيونية التى تبث عبر الإنترنت وكون المبحوث assured (ثقة سياسية مرتفعة + فاعلية ذاتية مرتفعة).

سعى ماتيس وراويتشفلاش (2013) Matthes & Rauchfleisch إلى التعرف على التأثيرات السلبية للبرامج التي تعرض المحاكاة الساخرة للشخصيات السياسية على تقييم الجمهور السويسرى للسياسيين. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي؛ حيث تم تقسيم العينة التي تضمنت ٥١ مبحوثا إلى مجموعة تجريبية تم تعريضها لمقطع سياسى ساخر حول أحد الشخصيات السياسية، ومجموعة ضابطة لم تتعرض لأى محتوى. وقد أظهرت النتائج التأثير الإيجابى للمقطع السياسى الساخر على مستوى السخط السياسى لذوى المستوى المعرفى المرتفع، فى حين لم يكن للمقطع الساخر التأثير نفسه على ذوى المستوى المعرفى المنخفض.

استهدفت دراسة لونجو وكويميرا- مسكيتا Leuengo & Coimbra (2012) Mesquita التعرف على العلاقة بين وسائل الإعلام والاستياء السياسى فى كل من البرازيل وأسبانيا؛ حيث ركزت الدراسة على العلاقة بين التعرض للأخبار التليفزيونية والثقة السياسية. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح. توصل الباحثان من خلال التحليل إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للأخبار التليفزيونية والثقة فى كل من الحكومة والقضاء (البرازيل). على الجانب الآخر أظهر التحليل عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للأخبار التليفزيونية والثقة فى مؤسسات الدولة (أسبانيا).

ب. الدراسات العربية:

سعت أسماء الموصلى (٢٠١٦) إلى بحث العلاقة بين التعرض لبرامج السخرية السياسية ومستوى رضا طلاب الجامعة المصريين عن الأداء السياسى. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تطبيق استبيان على عينة عمدية بلغت ٤١٦ مفردة. كما تم إجراء مقابلات متعمقة مع بعض المتخصصين فى مجال الإعلام. وقد

توصلت الباحثة من خلال الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين تعرض طلاب الجامعة لبرامج السخرية السياسية ومستوى السخط السياسى بينهم، ومن ثم الشعور بمستوى أقل من الرضا عن الأداء السياسى.

أجرى محمود يوسف حجاج (٢٠١٥) دراسة سعى من خلالها لاختبار العلاقة بين تعرض الجمهور المصرى للبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية والاتجاهات السياسية السلبية لديه. استندت الدراسة على نظريتى الأطر الإعلامية والتهيئة المعرفية، كما اعتمدت على منهج المسح بالتطبيق على عينة عشوائية طبقية؛ حيث تم جمع البيانات عبر صحيفة استبيان. وقد أظهر التحليل وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للمضامين السلبية حول الحكومة فى البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية وكل من عدم الفاعلية السياسية، وعدم الثقة فى أداء الحكومة. كما تبين كذلك وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة بين التعرض للأطر السلبية المتعلقة بمعالجة الحكومة للقضايا المجتمعية المهمة كما طرحتها البرامج الحوارية والشعور بالاعتراب السياسى لدى المبحوثين.

سعت دراسة إيمان عز الدين دوابة (٢٠١٣) إلى التعرف على تأثير القنوات الفضائية الدينية على اتجاهات وقرارات الجمهور المصرى نحو الأحداث السياسية فى مصر عقب ثورة يناير. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح، وتم جمع البيانات من خلال صحيفة الاستقصاء التى وزعت على عينة من الجمهور المصرى المتعرض للقنوات الفضائية الدينية بلغت ٤٠٠ مفردة. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية دالة إحصائيا بين معدل تعرض الجمهور المصرى للقنوات الفضائية الدينية بعد ثورة يناير والتأثير على اتجاهاتهم وقراراتهم نحو الأحداث السياسية فى مصر، وقد وجدت العلاقة نفسها بالنسبة لمعدل اعتماد الجمهور المصرى على القنوات الفضائية الدينية كمصدر للمعلومات.

المحور الثالث دراسات تناولت العلاقة بين التليفزيون والوعى السياسى:

توصلت وريا روستم محمد (٢٠١٥) من خلال دراستها إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية فى القنوات الفضائية الكردية، ومستوى الوعى السياسى.

أجرى صائب وليد نصر الله (٢٠١٤) دراسة حول العلاقة بين التعرض للبرامج السياسية فى التليفزيون الفلسطينى وتعزيز الوحدة الوطنية الفلسطينية. تمثل الإطار النظرى للدراسة فى نظريتى الاعتماد على وسائل الإعلام والاستخدامات والإشباعات. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح، وطبق الاستبيان على عينة طبقية بلغت ٤٠٠ من طلاب الجامعة. أثبت التحليل عدم وجود علاقة بين مشاهدة البرامج السياسية وزيادة الوعى بأهمية الوحدة الوطنية.

استهدف أحمد إبراهيم حماد (٢٠١٣) دراسة دور الفضائيات الفلسطينية فى تشكيل الوعى السياسى لدى طلبة الجامعات الفلسطينية. وقد استند الباحث على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ومدخل التنشئة السياسية كإطار نظرى للدراسة. استخدمت الدراسة منهج المسح؛ حيث كانت أداة جمع البيانات هى صحيفة الاستقصاء. اعتمد الباحث فى تقرير تأثير الفضائيات على التقرير الذاتى للمبحوث، وطبقا لذلك فقد أوضحت نتائج الدراسة أن ٤٣.٥% من العينة أشاروا إلى أن القنوات الفضائية هى أكثر الوسائل الإعلامية التى تقيد فى تنمية الوعى السياسى.

سعى حسام حامد عبد الجليل (٢٠١٣) إلى دراسة دور وسائل الإعلام فى تنمية الوعى بواجبات وحقوق المواطنة لدى الشباب البحرينى. تمثل الإطار النظرى للدراسة فى نظرية فجوة المعرفة. اعتمد الباحث على منهج المسح ومنهج العلاقات المتبادلة. وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية بلغت ٣٠٠ مفردة من سن ٢٠ إلى ٣٥ عاما، وكانت استمارة الاستبيان هى أداة جمع البيانات. أشارت نتائج

الدراسة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية فى مستوى الوعى بواجبات وحقوق المواطنة تعزى لمعدل مشاهدة التلفزيون.

قام على اليماحى (٢٠١٢) بإجراء دراسة للتعرف دور تلفزيون أبوظبى فى توعية طلاب الجامعة بالقضايا السياسية العربية. وقد تمثل الإطار النظرى للدراسة فى نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام. اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وكانت استمارة الاستبيان هى وسيلة جمع البيانات من العينة التى بلغت ٤٠٠ من طلاب الجامعة بالإمارات. توصل الباحث إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية ومدى الوعى بالقضايا السياسية.

حاولت مروة المتعافى (٢٠١٢) دراسة دور التلفزيون فى رفع الوعى السياسى للمرأة المصرية. استندت الدراسة على نظرية الغرس كإطار نظرى لها. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تطبيق استبيان على عينة الدراسة التى بلغت ٤٠٠ مبحوثة. أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين كثافة مشاهدة التلفزيون على أساس يومى ومستوى الوعى السياسى لدى العينة. وجدت الباحثة كذلك أن متوسط الوعى السياسى يزيد لدى المجموعة التى تفضل كل من: النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية والبرامج السياسية والدينية.

المحور الرابع: دراسات تناولت العلاقة بين التلفزيون والمشاركة السياسية

أ. الدراسات الأجنبية:

توصلت دراسة فيرى- بافيا وآخرون (2016) Ferre-Pavia et al. إلى أن عينة الجمهور العام ترى أن برنامج بولونيا الساخر لا يؤثر على تصويتهم أو يقودهم للامتناع عن التصويت. أما مجموعة النقاش فتري أن البرنامج لا يقود إلى المشاركة فى الحياة السياسية. ووفقا لمستشارى الأحزاب فإن البرنامج قد يملك تأثيرا على النتائج الإنتخابية، ومنها الامتناع عن التصويت.

أظهرت نتائج دراسة زاهير (٢٠١٦) Zaheer وجود علاقة إيجابية بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في التلفزيون والمشاركة السياسية.

توصل سليم وآخرون (٢٠١٥) Saleem et al. إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين التعرض للإعلانات السياسية وسلوك الناخبين في الانتخابات.

تركزت دراسة كوريجال-براون وويلكس Corrigan-Brown & Wilkes (2014) حول كيفية تأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسية. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الممتدة؛ حيث تم جمع البيانات من العينة نفسها أكثر من مرة على فترات زمنية متباعدة. وقد خلصت الدراسة إلى أن مشاهدة المحتوى السياسي عبر التلفزيون لم تكن مرتبطة بشكل له دلالة إحصائية بكل من التصويت في الانتخابات أو المشاركة في احتجاج.

بحثت دراسة ديليبلان (2014) Dilliplan في تأثيرات التعرض للأخبار التلفزيونية المتحيزة لأحد الجانبين على التغيير في تفضيلات التصويت عبر الوقت. وقد تم قياس اختيار التصويت مرتين قبل الانتخابات والثالثة بعد الانتخابات. وقد أشارت النتائج إلى أن الأخبار المتحيزة تدعم تفضيل التصويت لمرشح معين. كما أنها تزيد من احتمالات التنشيط نحو مرشح معين، وتقلل من احتمالات التحويل.

أظهرت نتائج دراسة جونسون وكاي (2013) Johnson & Kay أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على برامج المحاكاة الإخبارية الساخرة وكل من الأنشطة السياسية التقليدية والأنشطة السياسية المعارضة. كما تبين كذلك وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الأخبار التلفزيونية التي تبث عبر الإنترنت والأنشطة السياسية التقليدية، ووجود علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الأخبار التلفزيونية الكابلية والأنشطة السياسية المعارضة.

تناولت دراسة أوبديك وآخرون (٢٠١٣) Opdycke et al. العلاقة بين استهلاك وسائل الإعلام المختلفة واحتمالية التصويت في الانتخابات. وقد طبقت الدراسة على



عينة مكونة من ٢٣٨ مبحوثاً. ومن خلال التحليل تبين عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين استهلاك التلفزيون واحتمالية التصويت في الانتخابات.

استهدفت دراسة إلمند- بريستيكر و هويمان Elmelund- Praestekaer (2012) & Hopman, التعرف على طبيعة العلاقة بين التلفزيون وسلوك التصويت في الانتخابات الدنماركية . تم تطبيق الدراسة على عينة بلغت ٣.٣٣٦ مفردة أثناء الانتخابات المحلية هناك. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة عدم وجود علاقة واضحة بين التعرض للتلفزيون بوجه عام أو استخدام الأخبار التلفزيونية الإقليمية واحتمالية التصويت لمرشح معين، في حين تبين أن التعرض للنشرات الإخبارية الرئيسة في القنوات التلفزيونية القومية يزيد من احتمالية التصويت لمرشح معين.

ركزت دراسة كرونيكوف (2012) Krupnikov على بحث طبيعة العلاقة بين الإعلانات السياسية السلبية واختيار مرشح معين. وقد اعتمدت الدراسة على بيانات جمعت سابقاً أثناء الحملة الانتخابية لعام ٢٠٠٤. توصل الباحث إلى أن زيادة معدل السلبية في الإعلانات السياسية أثناء الحملة يزيد من احتمالية اختيار مرشح معين.

ب. الدراسات العربية:

أثبت تحليل البيانات في دراسة أسماء الموصلى (٢٠١٦) وجود علاقة إيجابية دالة بين التعرض لبرامج السخرية السياسية والمشاركة السياسية بين طلاب الجامعة. أجرى سليم رجب عبدالله (٢٠١٦) دراسة حول البرامج الحوارية التي تتناول قضايا سياسية على الفضائيات الدينية وتأثيراتها السياسية . وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح سواء على المستوى التحليلي أو الميداني. تم جمع البيانات عبر استمارة استبيان طبقت على عينة عمدية حصرية مكونة من ٢٠٠ مفردة موزعة بالتساوي بين المشاهدين وغير المشاهدين. أظهرت نتائج التحليل وجود فروق دالة إحصائية بين المشاهدين وغير المشاهدين من حيث المشاركة في جميع الاستحقاقات

السياسية فى الفترة من ٢٠١١ وحتى ٢٠١٤، وذلك لصالح غير المشاهدين للقنوات الفضائية الدينية.

توصل حسين أبو عمر (٢٠١٥) إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعى للبرامج الحوارية السياسية ومستوى مشاركتهم السياسية. مع ملاحظة ضعف هذا الارتباط.

أجرى كل من وليد فتح الله بركات وهبة شاهين (٢٠١٤) دراسة حول الدور الذى لعبه التلفزيون خلال فترة الحملة الانتخابية للانتخابات الرئاسية ٢٠١٢ فى دعم المشاركة الشعبية. استند الباحثان فى دراستهما على نظرية السلوك المخطط، كما اعتمدا على منهج المسح. وقد تم جمع بيانات الدراسة من عينة طبقية متعددة المراحل بلغت ٤٠٠ مفردة، وذلك باستخدام صحيفة استقصاء. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة بين كل من حجم التعرض للتغطية التلفزيونية للانتخابات الرئاسية/ درجة الاعتماد على التلفزيون من ناحية ونية التصويت من ناحية أخرى.

أجرت إنجى بركة (٢٠١٣) دراسة حول دور البرامج الحوارية التلفزيونية فى دعم المشاركة السياسية للجمهور المصرى. ومثلت نظرية الأطر الخبرية الإطار النظرى للدراسة. اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية بلغت ٤٢٠ مفردة. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية التى تقدمها القنوات المصرية الأرضية ومستوى مشاركتهم السياسية، فى حين لم تكن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة بين مستوى تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية التى تقدمها القنوات المصرية الفضائية ومستوى مشاركتهم السياسية.

سعى عادل عاشور المرغنى (٢٠١٣) من خلال دراسته إلى التعرف على العلاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية والمشاركة

السياسية لدى المواطن الليبي. استندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري. واعتمد الباحث على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني. وقد تم جمع البيانات في الجزء الميداني من خلال استمارة استبيان تم توزيعها على عينة الدراسة التي تم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية الطبقية. من خلال تحليل البيانات تبين أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية، ومستوى المشاركة في الحياة السياسية، في حين لم تثبت العلاقة بالنسبة لمقياس الاعتماد على القنوات الإخبارية الفضائية العربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية.

من خلال العرض السابق للدراسات التي تناولت التأثيرات السياسية للتلفزيون خلصت الباحثة لمجموعة الملاحظات الآتية:

- هناك رصيد كبير من الدراسات التي تتناول التأثيرات السياسية للتلفزيون، مما يبرهن على أن التلفزيون كوسيلة إعلامية ما زال يحظى باهتمام الكثير من باحثي الإعلام، لاسيما في مجال الاتصال السياسي، وذلك على الرغم من اتجاه عدد كبير من الباحثين لدراسة الإنترنت وما تنتجه من مواقع إلكترونية فضلا عن مواقع التواصل الاجتماعي.
- تنوعت الدراسات الأجنبية ما بين دراسات أجريت في الولايات المتحدة ودراسات أوروبية، كما امتدت لتشمل دول آسيوية مثل باكستان، ما يؤكد الاهتمام المتزايد في هذه الدول بالاتصال السياسي بصفة عامة والتأثيرات السياسية للتلفزيون بصفة خاصة.
- لم تقتصر الدراسات العربية على الدراسات المصرية فقط، بل وجدت دراسات سعت لتناول الموضوع في دول عربية أخرى تمثل بيئات سياسية وإعلامية مختلفة مثل سوريا واليمن وليبيا والعراق، وهو الأمر الذي -بلاشك- يثرى المكتبة العربية بالبحوث في مجال الاتصال السياسي.

- لوحظ عدم وجود اهتمام كافي من قبل الدراسات العربية بدراسة تأثير التليفزيون على الاتجاهات السياسية بشكل عام سواء السلبية أو الإيجابية، على الرغم من أن هذا المحور يحظى باهتمام كبير من الدراسات الأجنبية، لاسيما وأنه يرتبط بمعدلات المشاركة السياسية، ومن ثم التأثير على العملية الديمقراطية بشكل عام.
 - اعتمدت بعض الدراسات الأجنبية على المنهج المقارن Comparative approach، حيث يتم تطبيق الدراسة فى أكثر من دولة. ويسعى هذا المنهج إلى تفسير الطريقة التى قد يؤثر بها السياق الاجتماعى الذى ينعكس فى اختلاف البيئة الإعلامية على جوانب عديدة فى الثقافة السياسية.
- جدول (٢) توزيع الدراسات وفقا لمحاور الموضوعات***

عدد الدراسات	المحور
٩	المحور الأول: دراسات تناولت العلاقة بين التليفزيون والمعرفة السياسية أ- الدراسات الأجنبية
١١	ب- الدراسات العربية
١٢	المحور الثانى: دراسات تناولت بالعلاقة بين التليفزيون والاتجاهات السياسية أ- الدراسات الأجنبية
٣	ب- الدراسات العربية
-	المحور الثالث: دراسات تناولت العلاقة بين التليفزيون والوعى السياسى أ- الدراسات الأجنبية
٦	ب- الدراسات العربية
٩	المحور الرابع: دراسات تناولت العلاقة بين التليفزيون والمشاركة السياسية أ- الدراسات الأجنبية
٦	ب- الدراسات العربية

* بعض الدراسات تكررت فى أكثر من محور

• **الجزء الثانى: رؤية تحليلية نقدية**

تحليل الدراسات وفقا لفئات التحليل التى حددتها الدراسة:

١- **القضايا البحثية التى ركزت عليها الدراسات:**

ركزت الدراسات التى تم استعراضها والتى أجريت فى الفترة من ٢٠١٢ إلى ٢٠١٧ فى مصر والعالم على خمسة موضوعات رئيسية، وهى:

-العلاقة بين التليفزيون والمعرفة السياسية. وقد تنوعت المعرفة السياسية ما بين:

- المعرفة السياسية العامة.
- معرفة بالمرشحين ومواقفهم إزاء بعض القضايا.
- معرفة بالأحداث والقضايا الحالية على المستوى الداخلى والخارجى.
- العلاقة بين التليفزيون والاتجاهات السياسية الإيجابية، مثل:

• الاهتمام السياسى

• الثقة السياسية

• الفاعلية السياسية

-العلاقة بين التليفزيون والاتجاهات السياسية السلبية مثل:

• نقص الثقة السياسية

• السخط السياسى

• الإغتراب السياسى

- العلاقة بين التليفزيون والوعى السياسى.

-العلاقة بين التليفزيون والمشاركة السياسية؛ حيث تناولت الدراسات فى هذا المحور أنشطة المشاركة السياسية المتمثلة فى:

- التصويت فى الإنتخابات أو نية التصويت، وقد ركزت أغلبية دراسات المشاركة على ذلك.

- توسيع مقياس المشاركة ليشمل أنشطة متعددة، مثل دراسة (أسماء الموصلى، ٢٠١٦) ودراسة (Johnson & Kaye,2013).

ملاحظات عامة على القضايا والموضوعات المطروحة من خلال الدراسات:

- اختلفت الدراسات فيما بينها من حيث تحديد طبيعة الشكل والمضمون التليفزيونى الذى سيتم دراسة تأثيراته السياسية، وهو ما يختلف مع فكرة التركيز على المشاهدة الكلية للتليفزيون؛ حيث أن مقياس المشاهدة الكلية يمكن أن يعطى مؤشرات خاطئة. وبنظرة سريعة نجد أن الدراسات انقسمت على النحو التالى:

- اهتم عدد كبير من الدراسات العربية بدراسة العلاقة بين البرامج الحوارية ذات المضمون السياسى والتأثيرات السياسية (حسين أبو عمر، ٢٠١٥؛ وريا روستم محمد، ٢٠١٥؛ على جمعة، ٢٠١٥؛ محمود يوسف حجاج، ٢٠١٥؛ إنجى بركة، ٢٠١٣؛ محمود اسماعيل وآخرون، ٢٠١٣؛ على اليماحى، ٢٠١٢؛ طارق محمد ابراهيم، ٢٠١٢).

- وقد ركزت دراسة أجنبية واحدة على البرامج الحوارية السياسية، وهى دراسة (Zaheer, 216) فى باكستان.

- ركز عدد كبير من الدراسات الأجنبية والعربية على العلاقة بين التعرض لأخبار التليفزيونية /البرامج السياسية /الفضائيات الإخبارية من ناحية والتأثيرات السياسية من ناحية أخرى.

(Curran et al., 2014; Dilliplan, 2014; Hollander, 2014; Johnson & Kaye,2013; Opdycke et al., 2013 Aaberg et al.,2013; Elmelund–Praestekaer &Hopman, 2012; Soroka et al.,2012) .

(محمد عبد الوهاب كافي، بشار مطهر؛ ٢٠١٦، وديع العزعى، ٢٠١٦؛
ميرال مصطفى، ٢٠١٥؛ أبو بكر الوصيف، ٢٠١٤؛ إحسان رمضان
عباس، ٢٠١٤؛ صائب وليد نصر الله، ٢٠١٤؛ عادل عاشور المرغنى،
٢٠١٣).

- استهدفت بعض الدراسات الأجنبية التعرف على العلاقة بين التعرض
للبرامج السياسية الساخرة والتأثيرات السياسية مثل Becker & Bode,
2017; Ferre-Pavia et al., 2016; Balmas, 2014; Hardly
et al., 2014; Johnson & Kaye, 2013; Matthes &
Rauchfleisch, 2013)

- فى حين ركزت دراسة عربية واحدة على محتوى البرامج السياسية الساخرة
وهى دراسة (أسماء الموصلى، ٢٠١٦)، وهو ما يقودنا إلى ضرورة توجيه
مزيد من الاهتمام لدراسة التأثيرات السياسية لهذا المحتوى فى المجتمعات
العربية.

- سعى عدد من الدراسات الأجنبية إلى دراسة العلاقة بين التعرض
للإعلانات السياسية والتغطية الإعلامية للحملات الانتخابية والتأثيرات
السياسية مثل (Haveles, 2016; Saleem et al., 2015;
Krupnikov, 2012; Lovejoy et al., 2012)

- أما الدراسات العربية فقد تمثلت فى دراسة (وليد فتح الله وهبة
شاهين، ٢٠١٤) فقط.

- ركزت دراستان فقط على العلاقة بين التعرض للفضائيات الدينية والتأثيرات
السياسية (سليم رجب عبدالله، ٢٠١٦؛ إيمان عز الدين دواية، ٢٠١٣)،
ويتطلب هذا الموضوع تحديدا مزيدا من الدراسات التى تسعى لتحليل
مضمون بعض البرامج ذات الطابع السياسى التى تعرض من خلال هذه
القنوات، بالإضافة إلى التعرف على تأثيراتها السياسية.

٢- الأطر النظرية المستخدمة فى الدراسات:

اعتمدت الدراسات التى تناولت التأثيرات السياسية للتلفزيون خلال فترة التحليل على الأطر النظرية التالية:

- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory
- نظرية الغرس Cultivation Theory
- نظرية فجوة المعرفة Knowledge gap Theory
- نظرية الأطر الخبرية Framing Theory
- نظرية السلوك المخطط Theory of Planned Behavior
- نظرية وضع الأجندة Agenda- Setting Theory
- نظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming Theory
- نظرية الاستخدامات والإشباع Uses and Gratifications Theory
- فرضية جامسون Gamson Hypothesis
- مدخل التنشئة السياسية Political Socialization

وتشير المقارنة بين الدراسات الأجنبية والدراسات العربية فى هذه الجزئية إلى عدة نقاط تتمثل فى الآتى:

- استعانته أغلبية الدراسات العربية التى تم عرضها بإطار نظرى متمثل فى نظرية محددة أو أكثر من نظرية إذا وجد الباحث أن ذلك يخدم أهداف دراسته.
- جاءت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فى مقدمة النظريات التى تم الاستناد عليها، تليها كل من نظرية الغرس ونظرية فجوة المعرفة ونظرية الأطر الخبرية. وكما يلاحظ فإن هناك تكرار لعدد محدود من النظريات، مع إهمال للعديد من النظريات والنماذج الأخرى التى يمكن أن يعطى تطبيقها رؤية أكثر اتساعا وعمقا لدراسة التأثيرات السياسية للتلفزيون.

- لم تستند أغلبية الدراسات الأجنبية على إطار نظري متمثل في نظرية محددة، باستثناء دراسة (Haveles, 2016) التي استندت على نظرية الغرس ودراسة (Johnson & Kaye, 2013) التي اعتمدت على فرضية جامسون .
- Gamson Hypothesis**
- اكتفت أغلبية الدراسات الأجنبية باستعراض وافى للدراسات السابقة التي تخدم موضوع الدراسة من جوانبه المختلفة.

جدول (٣) النظريات التي تم الاعتماد عليها *

ك	النظرية
١١	- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
٤	- نظرية الغرس
٤	- نظرية فجوة المعرفة
٣	- نظرية الأطر الخبرية
١	- نظرية التهيئة المعرفية
١	- نظرية السلوك المخطط
١	- نظرية وضع الأجندة
١	- نظرية الاستخدامات والإشباع
١	- فرضية جامسون
١	- مدخل التنشئة السياسية
٢٨	المجموع

* استندت بعض الدراسات على أكثر من نظرية.



٣- المناهج البحثية

اعتمدت الدراسات التى تناولت التأثيرات السياسية للتلفزيون على المناهج الآتية:

-منهج المسح

اعتمدت أغلبية الدراسات التى تم عرضها على منهج المسح؛ من خلال إجراء مسح لعينة من الجمهور باعتبار أن هذا المنهج هو المنهج الأنسب لجمع بيانات من أجل دراسة تأثير المادة الإعلامية على قطاعات مختلفة من الجمهور.

يلاحظ أن بعض الدراسات قد استخدمت كذلك مسح المضمون من خلال القيام بتحليل مضمون لعينة من المادة الإعلامية المراد دراسة تأثيرها على الجمهور فى الجزء الميدانى من الدراسة.

-المنهج التجريبي

اعتمدت ثلاث دراسات فقط على المنهج التجريبي، وهو عدد قليل نسبة إلى عدد الدراسات التى تم استعراضها. (Becker & Bode, 2017; Boukes & Boomgaarden, 2016; Haveles, 2016). وكما هو واضح لم تعتمد أى من الدراسات العربية على المنهج التجريبي.

-المنهج المقارن

• اعتمدت عدة دراسات أجنبية على هذا المنهج من خلال إجراء الدراسة فى بلاد متعددة مثل (Ariely, 2015; Curran et al., 2014; Aalberg et al, 2013; Leuengo & Coimbra-Mesquita, 2012; Soroka et al., 2012).

• قارنت كذلك بعض الدراسات بين تأثيرات القنوات التلفزيونية العامة وتأثيرات القنوات التجارية الخاصة مثل Curran et al., 214; Aalberg et al, (2012; Soroka et al., 2013).

• فى حين سعت دراسة عربية واحدة (إنجى بركة، ٢٠١٣) إلى المقارنة بين تأثيرات القنوات الأرضية والقنوات الفضائية، مما يشير إلى وجود نقص فى الدراسات العربية التى تسعى لمقارنة الإعلام الحكومى بالإعلام الخاص للوقوف على مواطن الضعف والقوة فى كل منهما.

- منهج العلاقات المتبادلة.

٤- أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسات فى جمع البيانات على الأدوات التالية:

- استمارة الاستبيان؛ حيث يطبق الاستبيان بعدة طرق تتمثل فى إجراء الاستبيان عن طريق التليفون أو الاستبيان بالمقابلة، وفى أحيان أخرى يتم توزيع استمارة الاستبيان باليد أو إرسالها عن طريق الإنترنت، وهو الإجراء الذى بدأ ينتشر بين الكثير من الباحثين.
- المقابلات المتعمقة وجماعات النقاش المركزة، وقد تم استخدام هاتين الأدوات من خلال دراستين فقط، وهو ما يعكس النقص الواضح فى إجراء البحوث الكيفية.

٥- مجتمع البحث:

قامت بعض الدراسات بالتركيز على سحب عينة من الجمهور العام، فى حين سعت دراسات أخرى للتركيز على عينات تمثل قطاع طلاب الجامعة. والشئ اللافت للنظر هو تركيز ثلاث دراسات عربية على تطبيق الدراسة المسحية على المرأة (هدى على حسن، ٢٠١٦، ميرال مصطفى، ٢٠١٥، مروة المتعافى، ٢٠١٢). وتعد دراسات المرأة على جانب كبير من الأهمية، لاسيما فى المجتمعات العربية التى

تعانى ضعفا شديدا فى معدلات مشاركة المرأة فى الحياة السياسية، وهو ما يمثل أحد المعوقات نحو إقامة مجتمعات تسودها الديمقراطية.

٦- أهم النتائج التى توصلت إليها دراسات التأثيرات السياسية للتلفزيون:

توصلت الدراسات التى تمت مراجعتها إلى عدد من النتائج يمكن تلخيصها فى الآتى:

-المعرفة السياسية

- أثبتت أغلبية الدراسات وجود علاقة إيجابية بين التعرض للتلفزيون (برامج حوارية- برامج سياسية ساخرة- مضامين إخبارية) والمعرفة السياسية.
- أثبتت النتائج أن التعرض للمضامين الإخبارية فى القنوات التلفزيونية العامة يرتبط بالمعرفة السياسية أكثر من التعرض للمضامين الإخبارية فى القنوات التلفزيونية الخاصة ذات الطابع التجارى.
- ربط بعض الدراسين النتيجة السابقة بما يقدم من محتوى إخبارى جاد Hard news فى القنوات العامة، فى حين أن طبيعة المواد الإخبارية التى تقدم فى القنوات الخاصة تعد غالبا أخبار خفيفة Soft news.
- فرق دراسة واحدة (Hollander, 2014) بين مقياسين للمعرفة؛ الأول ويعتمد على الأسئلة المغلقة ذات البدائل recognition، والآخر يعتمد على الأسئلة المفتوحة recall. وقد وجدت الدراسة أن اختلاف طريقة القياس قد يكون مسئولا عن اختلاف النتائج.

الاتجاهات السياسية:

- جاءت النتائج فى أغلبها تؤيد وجود علاقة بين التعرض للتلفزيون ممثلا فى برامج السخرية السياسية، والمضمون الإخبارى ذى الأطر السلبية، والمضمون الإخبارى فى القنوات الخاصة الذى يركز على الأخبار الخفيفة

- من ناحية والاتجاهات السياسية السلبية مثل عدم الثقة السياسية، والسخط السياسي، والاعتراب السياسي من ناحية أخرى.
- ربطت بعض الدراسات بين تفاعل التعرض مع المعرفة السياسية المرتفعة فى التأثير على الاتجاهات السياسية السلبية (Boukes & Boomgaarden, 2016; Matthes & Rauchfleisch, 2013).
 - أكدت إحدى الدراسات على وجود علاقة بين مشاهدة الإعلانات السياسية السلبية والانفعالات السلبية لدى المبحوثين.
 - أثبت التحليل كذلك وجود علاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية والأخبار عبر القنوات التلفزيونية العامة والاتجاهات السياسية الإيجابية مثل الاهتمام السياسى والثقة السياسية والفاعلية السياسية.

الوعى السياسى:

- أظهرت النتائج الخاصة بدراسات الوعى السياسى تعارضا فيما بينها؛ حيث توصلت بعض الدراسات التى تم عرضها لوجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للتلفزيون (برامج حوارية سياسية- مشاهدة عامة) والوعى السياسى، فى حين توصلت دراسات أخرى لعدم دلالة هذه العلاقة.
- #### -المشاركة السياسية:

- بشكل عام جاءت النتائج متعارضة؛ بمعنى أن بعض الدراسات لم تثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للتلفزيون والمشاركة السياسية (برامج حوارية- برامج سياسية ساخرة- مضامين إخبارية)، فى حين أثبتت دراسات أخرى وجود هذه العلاقة.
- أغلب الدراسات التى وجدت أن هناك علاقة إيجابية بين التعرض للتلفزيون والمشاركة السياسية كانت دراسات عربية.

• الجزء الثالث: الرؤية المستقبلية المقترحة

يؤكد لنا العرض السابق أن التلفزيون - بوصفه أحد وسائل الإعلام التقليدى- مازال يحتل مكانا مهما على الساحة الإعلامية، وهو ما دفع العديد من الباحثين فى مجال الإعلام إلى إجراء المزيد من الدراسات التى تستهدف التعرف على تأثيرات التلفزيون فى مجال السياسة مستخدمين أطرا نظرية ومنهجية متعددة. ومن خلال تحليل مجموعة من هذه الدراسات فى الفترة من ٢٠١٢ وحتى ٢٠١٧، يمكن تقديم رؤية مقترحة ذات اتجاهين؛ الاتجاه الأول، يتضمن رؤية لتطوير البحوث العربية فى هذا المجال، أما الثانى فيشمل رؤية تطبيقية للاستفادة من نتائج البحث العلمى.

الاتجاه الأول: رؤية مقترحة لتطوير البحوث العربية

أ. القضايا البحثية المقترحة

تتمثل القضايا والموضوعات المقترحة فى الآتى:

- دراسة طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام بشكل عام والتلفزيون بشكل خاص والاتجاهات السياسية الإيجابية والسلبية؛ حيث تبين من خلال التحليل أن أغلبية الدراسات العربية ركزت على التأثيرات المعرفية وأحيانا السلوكية، فى حين أن البيئة الإعلامية التى تشهد تغيرات كبرى حاليا تستدعى وبشدة دراسة تأثير المضامين الإعلامية المختلفة على الاتجاهات السياسية، والتى تشمل: الثقة السياسية، والفاعلية السياسية، والاهتمام السياسى، والسخط السياسى، والسلبية، واللامبالاة؛ حيث تؤثر هذه الاتجاهات بلا شك على السلوك السياسى، ومن ثم على العملية الديمقراطية بأكملها.
- دراسة مستوى المصادقية الذى تتمتع به وسائل الإعلام المختلفة، والعوامل التى تؤثر على المصادقية، بالإضافة إلى دور المصادقية فى إحداث التأثيرات السياسية.

- إجراء دراسات حول العلاقة بين وسائل الإعلام ومعدلات المشاركة المدنية
.Civic Participation

ب- الأطر النظرية والمناهج البحثية

- البحث عن أطر نظرية ومداخل جديدة لدراسات التأثيرات السياسية لوسائل الإعلام، خاصة وأن الدراسات العربية تستخدم أطرا نظرية تقليدية ومكررة وليس بها جديد.
- إجراء المزيد من الدراسات التجريبية؛ حيث أن الدراسات العربية نادرا ما تعتمد على المنهج التجريبي، على الرغم من أن الدراسات التجريبية تتيح لنا التغلب على المشكلة التقليدية المتعلقة باتجاه السببية في العلاقات المدروسة.
- إجراء الدراسات الكيفية والاعتماد على الأدوات البحثية الملائمة لها مثل مجموعات النقاش المركزة والمقابلات المتعمقة، مما يتيح الوصول إلى رؤى أكثر عمقا للظواهر.
- استخدام المنهج المقارن، وذلك من خلال :

- القيام بدراسات تمتد لتغطي عددا من الدول للوقوف على طبيعة تأثير النظام الإجماعي الذي يؤثر بدوره على البيئة الإعلامية، وهو الاتجاه الذي تتبناه العديد من الدراسات الأجنبية مؤخرا. ومن الممكن أن يتم إجراء مثل هذه الدراسات على مستوى الدول العربية.
- مقارنة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام التقليدي، ووسائل الإعلام الجديد في المجال السياسي، حتى يتم التعرف على حدود تأثير هذه الوسائل بعيدا عن الأحكام المطلقة بلا دليل بحثي.
- مقارنة القنوات التليفزيونية العامة والقنوات الخاصة من حيث مضمون المواد الإخبارية والسياسية والبرامج الحوارية وبرامج الشؤون العامة، وذلك حتى نقف على طبيعة الفروق في المضامين المقدمة في كلا

النوعين من القنوات، وربط ذلك بالتأثيرات السياسية، لا سيما وأن نسبة مشاهدة القنوات العامة فى تراجع لصالح القنوات الخاصة.

- عدم دراسة المتغيرات الإعلامية بمعزل عن باقى المتغيرات التى يحتتمل أن يكون لها دورا فى التأثير على الجمهور، فلا يقتصر التحليل على دراسة العلاقات الثنائية بين وسائل الإعلام والمتغير التابع فقط، بل يتم دراسة المتغيرات الإعلامية ضمن مجموعة المتغيرات المستقلة المحتملة. وتتيح هذه الطريقة فى التحليل الوقوف على حجم المساهمة الفعلية لوسائل الإعلام فى حدوث التأثير، بالإضافة إلى أن ذلك يضمن عدم الحصول على نتائج قد تكون زائفة.
- إجراء المزيد من الدراسات للكشف عن آليات حدوث التأثيرات الإعلامية السياسية، من خلال التفاعل Moderation، ويقصد بذلك اختبار دور Moderator Variables التى تؤثر على قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات الإعلامية (باعتبارها متغيرات مستقلة) والمتغيرات التابعة المتمثلة فى التأثيرات المراد قياسها.
- فى الوقت نفسه الإتجاه إلى دراسة التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لوسائل الإعلام من خلال دراسة دور المتغيرات الوسيطة Mediator Variables (Intervening variables)، وهو ما يتمثل فى الدراسات القائمة على تحليل المسار Path analysis.

ج- مجتمع البحث

- إجراء مزيد من الدراسات التى تركز على التأثيرات السياسية لوسائل الإعلام على المرأة، لا سيما مع النقص الشديد فى معدلات المشاركة السياسية للمرأة فى العالم العربى بصفة عامة، وفى مصر بصفة خاصة.
- التركيز على قطاع المراهقين، حيث يوجد نقص كبير فى الدراسات التى تدرس التأثيرات السياسية على هذا القطاع المهم فى المجتمع.

- أهمية التركيز على قطاع الشباب بشكل عام، حيث أن السائد في الدراسات حصر الأمر في الشباب الجامعي فقط باعتباره مجتمع متاح يسهل الوصول إليه من قبل معظم الباحثين، وهو ما يمثل إهمالا لباقي شرائح الشباب التي لا يقل دورها أهمية عن الشباب الجامعي، بل إن القطاعات الأخرى الأقل تعليما قطاعات لا بد وأن يدرس التأثير الإعلامي عليها، لاسيما في مجال السياسة، حيث يشكلون قوة لا يستهان بها على مستوى القوى الشعبية.
- دراسة التأثيرات السياسية لوسائل الإعلام على الصفوة، لما لهم من دور حيوي في التأثير على الجمهور باعتبارهم من قادة الرأي في المجتمع، مع ملاحظة أن تحديد مفهوم الصفوة الذي يتم اختيار العينات على أساسه مازال يحتاج إلى مزيد من الإيضاح.
- توسيع نطاق سحب العينات التي تجرى عليها البحوث خارج العاصمة والمدن الكبرى، فهناك تهميش شديد لمحافظات الصعيد والمحافظات الحدودية، وهو ما يمثل قصورا شديدا في تمثيل هذه العينات لقطاعات مهمة في المجتمع.

وبشكل عام تقترح الباحثة ما يلي:

- تشجيع فكرة البحوث الجماعية وتكوين الفرق البحثية، مما يؤدي إلى إجراء البحوث بكفاءة عالية، وفي الوقت نفسه يساعد الباحثين على دراسة الإشكاليات البحثية بشكل أكثر تعمقا عبر مجموعة من البحوث المتتابعة.
- ضرورة إنشاء جهات مسئولة عن توفير البيانات البحثية، مما يمكن الباحثين من إجراء دراسات في أوقات لاحقة، كما يسهل عليهم إجراء دراسات مقارنة لفترات زمنية مختلفة.
- التوسع في إنشاء مراكز لقياس الرأي العام تتبع أقسام وكليات الإعلام أسوة بالمركز الخاص بكلية الإعلام جامعة القاهرة، مع توفير الإمكانيات الكاملة حتى يصبح لهذه المراكز دور حيوي في رصد الرأي العام في القضايا المهمة على مستوى الجمهورية.



الاتجاه الثانى: رؤية مقترحة للاستفادة من نتائج البحوث العلمية فى المجال التطبيقى

- قيام كليات وأقسام الإعلام بإعداد كتيب سنوى يحوى أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسات التى أجريت فى نطاق الكلية أو القسم، مع شرح مبسط لهذه النتائج.
- توزيع هذا الكتيب السنوى على كافة المؤسسات الإعلامية- سواء كانت عامة أو خاصة- مع ضرورة إرساله أيضا إلى القيادات الإعلامية والإعلاميين البارزين، حتى يمكنهم الوقوف على أحدث النتائج التى أفرقتها الدراسات والبحوث، مما قد يساهم فى إعادة النظر فى المحتوى الذى يقدم من خلال البرامج المختلفة، بحيث لا يكون الهدف الأساسى هو الحصول على أكبر عدد من الجماهير على حساب المسؤولية الإجتماعية للبرامج.
- عقد بروتوكولات للتعاون بين المؤسسات الإعلامية وكليات وأقسام الإعلام من أجل التعاون فى المجال البحثى، وعدم قصر التعاون على الجانب التدريبي للطلاب فقط.

المراجع :

أولاً: المراجع العربية:

- أبو بكر مصطفى الوصيف، "العلاقة بين التعرض للقنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستويات المعرفة السياسية لدى الجمهور الليبي"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٤).
- أحمد إبراهيم حماد، "دور الفضائيات الفلسطينية فى تشكيل الوعي السياسى لدى طلبة الجامعات الفلسطينية"، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمى الدولى السنوي لكلية الإعلام جامعة الأزهر تحت عنوان: "المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطى" ١٤-١٧ أبريل ٢٠١٣، ج١، ص ص ٢٦٩-٣٠٠.
- أسماء محمد خالد الموصلى، "العلاقة بين التعرض لبرامج السخرية السياسية ومستوى رضا طلاب الجامعة المصريين عن الأداء السياسى"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٦).
- إحسان رمضان عباس، "العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقى على على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستويات المعرفة بقضايا الإصلاح السياسى"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠١٤).
- إنجى محمد بركة، "دور البرامج الحوارية التلفزيونية فى دعم المشاركة السياسية للجمهور المصرى. دراسة تطبيقية على القنوات التلفزيونية المصرية الأرضية والفضائية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٣).
- إيمان عز الدين محمد دوابة، "تأثير القنوات الفضائية الدينية على اتجاهات وقرارت الجمهور المصرى نحو الأحداث السياسية فى مصر عقب ثورة يناير"، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمى الدولى السنوي لكلية الإعلام جامعة الأزهر تحت عنوان:

"المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي" ١٤-١٧ أبريل ٢٠١٣، ج ١، ص ٧٥٠-٧٠٩.

- حسام محمد إبراهيم عبد الجليل، "دور وسائل الإعلام فى تنمية الوعى بواجبات وحقوق المواطنة لدى الشباب البحريني"، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي السنوي لكلية الإعلام جامعة الأزهر تحت عنوان: "المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي" ١٤-١٧ أبريل ٢٠١٣، ج ١، ص ٣٠١-٣٣٦.
- حسين على محمد أبو عمر، "دور البرامج الحوارية السياسية فى الفضائيات المصرية فى تشكيل معارف الشباب الجامعى المصرى واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المعاصرة فى مصر خلال الفترة من ٣٠ يونيو ٢٠١١ إلى ٣٠ يونيو ٢٠١٣، دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (المنصورة: جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٥).
- سليم رجب سليم عبدالله، "معالجة بعض البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية الدينية المصرية للقضايا السياسية وعلاقتها باتجاهات الطلاب نحوها"، دراسة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٦).
- صائب وليد حسن نصر الله، "دور البرامج السياسية فى التلفزيون الفلسطينى فى تعزيز الوحدة الوطنية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية: جامعة بيرزيت أنموذجا"، بحث غير منشور مقدم لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير فى الإعلام، (عمان: جامعة البترا، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام، ٢٠١٤).
- طارق محمد إبراهيم محمد، "دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية فى تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحو قضايا الإصلاح السياسى، دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة الأزهر: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٢).
- عادل عاشور، "العلاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية والمشاركة السياسية لدى المواطن الليبى، دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة

- دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٣).
- على حسن جمعة، "اعتماد الشباب السوري على البرامج الحوارية السياسية المقدمة فى الفضائيات العربية أثناء الأزمات"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥).
- على خميس محمد جميع اليماحى، "دور البرامج الحوارية فى تلفزيون أبو ظبى بتوعية طلبة الجامعات بالقضايا السياسية الإقليمية: دراسة ميدانية -جامعة الإمارات"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، ٢٠١٢).
- محمد عبد الوهاب الفقيه كافي، بشار عبد الرحمن مطهر، "دور الفضائيات الإخبارية فى تشكيل معارف واتجاهات الجمهور اليمنى نحو القضايا والأزمات العربية، دراسة على الأزمة السياسية اللبنانية فى إطار الفجوة المعرفية والأطر الخبرية"، دفاثر السياسة والقانون، العدد الخامس عشر، يونيو ٢٠١٦، ص ص ٢١٤-٢٤٦.
- <http://search.mandumah.com/Record/769731>
- محمود اسماعيل، آمال حسن الغزاوى، زكريا إبراهيم الدسوقي، ممدوح عبدالله المكاوى، "دور البرامج الحوارية بالفضائيات العربية فى إمداد الشباب الجامعى المصرى بالمعلومات حول أحداث ثورة ٢٥ يناير"، مجلة دراسات الطفولة، مجلد ٢٠١٦، العدد ٥٨، ص ص ٤٦-٥٤.
- <http://search.mandumah.com/Record/430773>
- محمود يوسف حجاج، "أطر التغطية الإخبارية للسياسات الحكومية بالفضائيات المصرية وعلاقتها بالاعتراب السياسى لدى الجماهير"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥).
- ميرال مصطفى، "الواقع السياسى المصرى كما تعرضه القنوات الإخبارية المصرية ودوره فى إدراك المرأة له"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٥١، أبريل-يونيو ٢٠١٥، ص ١٩١-٢٥٤.

- مروة رجاء رضوان شافعى المتعافى، "دور التلفزيون فى تشكيل الوعى السياسى لدى المرأة المصرية، دراسة مسحية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٢).
- هدى على محمد حسن، "العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية على الإنترنت ومستوى المعرفة السياسية بالقضايا القومية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٦).
- وديع محمد سعيد العزعى، "اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية فى متابعة الأحداث والقضايا السياسية، دراسة مسحية على عينة من طلبة كليات الجامعة فى مدينة مكة المكرمة"، مجلة جامعة طيبة للآداب والعلوم الإنسانية، السنة الخامسة، العدد ٨، ١٤٣٧هـ. ص ص ٩١٥ - ٩٦٥.
- وريا روستم محمد، "العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية فى القنوات الفضائية الكردية والوعى السياسى لدى طلاب الجامعة فى إقليم كردستان العراق، دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥).
- وليد فتح الله بركات، هبة أمين شاهين، "دور التلفزيون فى دعم المشاركة السياسية لدى الجمهور المصرى بالتطبيق على الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام. العدد ٤٨، يوليه- سبتمبر ٢٠١٤، ص ١٧-٧١.

ثانيا:المراجع الأجنبية:

- Aalberg, T., Papathanassopoulos, S., Soroka, S., Curran, J., Hayashi, K., Iyengar, S., Jones, P. K. , Mazzoleni, G., Rojas.H, Rowe, D. & Tiffen R.(2013). International TV news, foreign affairs interest and public knowledge. A comparative study of foreign news coverage and public opinion in 11 countries. **Journalism Studies**, Vol. 14(3),387-406.
Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2013.765636>
- Ariely G.(2015). Does commercialized political coverage undermine political trust? Evidence across European countries broadcast education association. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 59(3), 438–455.
doi: 10.1080/08838151.2015.1055000
- Balmas, M. (2012).When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation and Cynicism. **Communication Research**, Vol.41(3), doi: 10.1177/0093650212453600
- Becker, A.B. & Bode, L.(2017). Satire as a source for learning? The differential impact of news versus satire exposure on net neutrality knowledge gain. **Information, Communication & Society**,1-14.
Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2017.1301517>.
- Boukes, M.& Boomgaarden, H. G.(2015).Soft news with hard consequences ? Introducing a nuanced measures of soft versus hard news exposure and its relationship with political cynicism. **Communication Research**, Vol.42(5), 701-731.
- Boukes, M.& Boomgaarden, H. G.(2016). Politician seeking voter: How interviews on entertainment talk shows affect trust in politicians. **International Journal of Communication**, Vol.10, 1145–1166 .
- Cho, J.(2013). Campaign tone, political affect, and communicative engagement. **Journal of Communication**,Vol. 63(6),1130-1152.



- Corrigan-Browna, C.& Wilkes, R.(2014). The media exposure and the engaged citizen: How the media shape political participation. **The Social Science Journal**, Vol.51, 408–421.
- Curran, J., Coen, S., SorokaS, Aalberg, T., Hayashi, K., Hichy, Z., Iyengar, S., Jones, P., Mazzoleni, G., Papathanassopoulos, S., Rhee, J. W., Rojas, H., Rowe, D.&Tiffen R.(2014). Reconsidering ‘virtuous circle’ and ‘media malaise’ theories of the media: An 11-nation study. **Journalism**,.1-19.
Retrieved from <http://jou.sagepub.com/content/early/2014/02/21/1464884913520198>
- Dilliplane S.(2014). Activation, conversion, or reinforcement? The impact of partisan news exposure on vote choice. **American Journal of Political Science**, Vol. 58(1), 79–94. doi:10.1111/ajps.12046
- Elmelund-Præstekær, C.& Hopmann, D. N.(2012). Does television personalise voting behaviour? Studying the effects of media exposure on voting for candidates or parties. **Scandinavian Political Studies**, Vol. 35 (2), 117-140. doi: 10.1111/j.1467-9477.2011.00284.x
- Ferré-Pavia C, , Sintes M., & Gayà C. (2016).The perceived effects of televised political satire among viewers and the communication directors of political parties. **A European case. European Journal of Cultural Studies**, 19(4), 299–317.
- Garzia D. (2016). **Personalization of politics between television and the internet: Leader effects in the 2013 Italian parliamentary election**. Paper prepared for delivery at the 4th Internet, Politics, and Policy Conference, Oxford Internet Institute, 22-23 September. Retrieved from <http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/Garzia%2520-%2520OII%2520Paper.pdf>
- Hardy, B. W., Gottfried,J. A.,Winneg, K. M., & Jamieson, K. H. (2014). Stephen Colbert’s civics lesson: How Colbert super PAC taught

viewers about campaign finance. **Mass Communication and Society**, 17(3), 329–353. doi:10.1080/15205436.2014.891138

- Haveles, A. (2016). Too much television? Does watching political ads influence if and how people vote? **In partial fulfillment of the requirements for the degree of Bachelor of Arts**. An honors program project presented to faculty of the undergraduate college of art and letters. James Madison University. Retrieved from <http://commons.lib.jmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1189&context=honors201019>
- Hollander, B. A. (2014). The role of media use in the recall versus recognition of political knowledge. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 58(1), 97–113. doi:10.1080/08838151.2013.875019
- Johnson, T. J. & Kaye B. K. (2013). Putting out fire with gasoline: Testing the Gamson hypothesis on media reliance and political activity, **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 57(4), 456-481.
- Krupnikov, Y. (2012). Negative advertising and voter choice: The role of ads in candidate selection. **Political Communication**, Vol. 29, 387–413.
- Lovejoy J., Riffe D., & Cheng H. (2012). Campaign interest and issue knowledge: Did the media—and negative political advertising—matter in “Battleground Ohio”? **Atlantic Journal of Communication**, 20, 201-220.
doi: 10.1080/15456870.2012.711148
- Luengo, O. G. & Coimbra-Mesquita N. (2013). Media and political disaffection: A comparative study of Brazil and Spain. **Communication & Society**, Vol. 26(1), 115-128.
- Matthes, J. & Rauchfleisch, A. (2013). The Swiss “Tina Fey effect”: The content of late-night political humor and the negative effects of



political parody on the evaluation of politicians. **Communication Quarterly**, 61(5), 596-614. doi:10.1080/01463373.2013.822405

- Newton, K.(2006). May the weak force be with you: The power of the mass media in modern politics. **European Journal of Political Research**, Vol.45(2), 209-234. doi: 10.1111/j.1475-6765.2006.00296.x
- Newton, K.(1999). Mass media effects: Mobilization or media malaise? **British Journal of Political Science**, Vol.29 (4), 577- 599.
- O'keefe. G. (1980).Political malaise and reliance on media. **Journalism Quarterly**, Vol.57, 122-128.
- Opdycke, K., Segura, P.&Vasquez, A. M.(2013). The effects of political cynicism, political information efficacy and media consumption on intended voter participation. **Colloquy**, Vol. 9, 75-97.
- Pew research center.(217,Jan.18).Trump, Clinton voters divided in their main source for election news. Retrieved from <http://www.journalism.org/2017/01/18/trump-clinton-voters-divided-in-their-main-source-for-election-news>
- Saleem, N., Hanan, M. A.&Tariq T. (2015).Political advertisements & voters behaviour in 2013 general elections of Pakistan: Exposure vs impact analysis. **JRSP**, Vol. 52(1), 9-26.
- Soroka, S., Andrew, B.,Aalberg, T., Iyengar S., Curran, J., Coen, S., Hayashi, K. , Jones, P., Mazzoleni, G., Rhee, J. W., Rowe, D. & Tiffen, R. (2012). Auntie knows best? Public broadcasters and current affairs knowledge. **British Journal of Political Science**, null,1-21.
Retrieved from http://journals.cambridge.org/abstract_S0007123412000555
- Zaheer, L.(2016). Effects of watching political talk shows on political efficacy and political participation. **Journal of Political Studies**, Vol. 23(2), 357-372.