

الخطاب الإعلامي في قنوات تلفزيون  
الإنترنت وعلاقته بنشر ثقافة التسامح

دينا محمد عبد العظيم

باحثة

أ.د/صالح السيد عراقي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - ورئيس قسم الإعلام

التربوي - جامعة الزقازيق

د/ عبده رمضان

مدرس بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة

الزقازيق



المجلة العلمية المحكمة لدراسات وبحوث التربية النوعية

المجلد السادس - العدد الثاني - مسلسل العدد (١٢) - يوليو ٢٠٢٠

رقم الإيداع بدار الكتب ٢٤٢٧٤ لسنة ٢٠١٦

ISSN-Print: 2356-8690 ISSN-Online: 2356-8690

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري <https://jsezu.journals.ekb.eg>

[JSROSE@foe.zu.edu.eg](mailto:JSROSE@foe.zu.edu.eg)

E-mail المجلة للإلكتروني

الخطاب الإعلامي في قنوات تلفزيون الإنترنت وعلاقته بنشر ثقافة التسامح

د/ عبده رمضان

أ.د/صالح السيد عراقي

مدرس بقسم الإعلام التربوي كلية التربية

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - ورئيس قسم الإعلام

النوعية جامعة الزقازيق

التربوي - جامعة الزقازيق

دينا محمد عبد العظيم

باحثة

### مقدمة البحث:

مع تنامي ظاهرة استخدام تقنيات الاتصال الالكترونية في المجتمعات الحديثة بصورة كبيرة، فقد ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني الذي يسمى بالجيل الشبكي او جيل الإنترنت (رياب رأفت ٢٠١٣)، فظهر الإعلام الإلكتروني الذي يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلي اكبر عدد ممكن من الجمهور باقل تكلفة وفي اقل وقت ممكن وذلك نظرا لما شهده العالم من ثورة تكنولوجية وتطور هائل لشبكة المعلومات الدولية، وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال .

وقد شكل ظهور الإنترنت حدثا هاما تأثرت به وسائل الاتصال الجماهيري التي سبقته في الظهور، ففي البداية ظهر النشر الإلكتروني للكتاب عبر الإنترنت، وظهرت النسخ الإلكترونية للصحف، ثم ظهرت الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر فقط علي شبكة الإنترنت ثم ظهر توجه جديد لانشاء اذاعات تبث علي شبكة الإنترنت، ولاقى هذه الاذاعات نجاحا كبيرا وانتشارا واسعا مما دفع البعض للتوجه لانشاء قنوات تلفزيونية تبث فقط علي شبكة الإنترنت واطلق عليها "web TV"، وبدأت قنوات تلفزيون الإنترنت في الانتشار بمصر منذ عام ٢٠٠٨ علي موقع يوتيوب "You tube" و"لايف ستريمج" Life streaming حيث بدأت تبث برامجها بث مباشر وايضا برامج مسجلة حيث مكنت المستخدمين من مشاهدة اي محتوى إعلامي دون قيود زمنية (ريهام عبدالباري ٢٠١٦).

فالمؤسسات الإعلامية عامة من أكبر المؤسسات الاجتماعية والثقافية تأثيراً في نشر ثقافة التسامح ومحاربة التطرف أو العكس، فقد أصبحت هذه المؤسسات من أكثر وسائل التواصل البشري تأثيراً في صناعة الثقافة، وتشكيل الوعي، وتحديد توجهات البشر في مختلف المجتمعات، وذلك بحكم قدراتها الواسعة والمؤثرة في نشر المعلومات بكافة أشكالها إلى جماهير واسعة من الناس بسرعة فائقة، ولكي تحقق وسائل الإعلام دورها المنشود في نشر قيم التسامح ومكافحة التطرف، فلا بد من استنادها لاستراتيجية شاملة وبعيدة المدى تحدد من خلالها مجموعة

أهداف تعمل جميع الأطراف الإعلامية والمجتمعية على تحقيقها بشكل مشترك، وقد دلت الدراسات على أن وسائل الإعلام تؤدي دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام وفي التنشئة الاجتماعية وفي غرس القيم الثقافية ونشر الوعي بالآخر (الدراسات الإعلامية).

#### الدراسات السابقة:-

قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلي محورين :

#### أولاً: الدراسات التي تناولت قنوات تلفزيون الإنترنت:

• **دراسة ريهام سامي (٢٠٢٠)**، استخدامات الشباب لخدمات البث التلفزيوني عبر الانترنت ومدى رضاهم عن هذه الخدمات: استهدفت الدراسة التعرف علي استخدامات جيل الشباب والمراهقين لهذه الخدمات التلفزيونية عبر الإنترنت، ومدى رضاهم عنها والاشباعات المتحققة من استخدامها .

كما توصلت الدراسة إلي العديد من النتائج ومنها إقبال الشباب والمراهقين علي استخدام خدمات البث التلفزيوني عبر الانترنت، وجاء موقع "اليوتيوب" في مقدمة خدمات البث التلفزيوني التي يستخدمها الشباب بنسبة (٧٩%) ويرجع ذلك إلي سهولته وإتاحة عدد من المضامين الاعلامية الخاصة ببعض القنوات المصرية عليه من خلال قنوات مخصصة علي موقع اليوتيوب.

• **دراسة عبد المحسن عقيلة (٢٠١٧)**، استخدامات الشباب الجامعي للتلفزيون التقليدي وتلفزيون الانترنت والاشباعات المتحققة: استهدفت الدراسة التعرف علي درجة استخدام كل من تلفزيون الانترنت والتلفزيون التقليدي ، التحقق مما إذا كان استخدام تلفزيون الانترنت يؤثر علي مشاهدة التلفزيون التقليدي لدي الشباب الجامعي ، التعرف علي الاشباعات التي يحققها الشباب الجامعي من خلال مشاهدته لتلفزيون الانترنت والتلفزيون التقليدي.

كما توصلت الدراسة إلي العديد من النتائج ومنها تقارب نسب استخدام عينة الدراسة لكل من التلفزيون التقليدي وتلفزيون الانترنت بفارق طفيف لصالح التلفزيون التقليدي ، وتوق تلفزيون الانترنت علي نظيره التقليدي في فئات الاشباعات .

• **دراسة ريهام محمد عبد الباري (٢٠١٦)،** إستخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت والاشباعات المتحققة منها: إستهدفت الدراسة التعرف علي إستخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت والاشباعات المتحققة منها والمتغيرات التي تؤثر علي إستخدام الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت والقنوات الارضية والفضائية والتعرف علي المتغيرات التي تؤثر علي إستخدام الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت ومعرفة رأي الشباب المصري في الخدمات التي تقدمها مواقع بث قنوات تلفزيون الإنترنت ومدى استقاداتهم منها والتعرف علي المضمون المفضل لدي الشباب المصري في قنوات تلفزيون الإنترنت وقنوات التلفزيون الارضية والفضائية، ومدى تاثير مشاهدة قنوات تلفزيون الإنترنت علي هذه القنوات.

توصلت الدراسة إلي العديد من النتائج ومنها تصوير وتحليل خصائص ظاهرة قنوات تلفزيون الإنترنت وإستخدامات الشباب المصري لها والاشباعات المتحققة منها نتيجة هذا الإستخدام ن الذكور اكثر إستخداما لتلفزيون الإنترنت عن الاناث، كما ان ذوي التخصص النظري اكثر إستخداما له عن ذوي التخصص العملي، وفضل المبحوثون مشاهدة تلفزيون الإنترنت في المنزل.

• **دراسة T، B& Johnson، Kaye (٢٠١٥):** دوافع إستخدام موقع إلتيوب للحصول علي معلومات سياسية ومدى تفاعل المستخدمين مع مقاطع الفيديو السياسية علي الموقع استهدفت الدراسة التعرف علي دوافع الشباب الامريكي السياسية لإستخدام موقع إلتيوب بعد انتخابات الرئاسة الامريكية عام ٢٠١٢ حيث استخدمت هذه الدراسة الدراسة المسحية اجريت علي ٤٧٠ من مستخدمي موقع اليوتيوب من الشباب.

توصلت الدراسة إلي العديد من النتائج ومنها جاء دافع المراقبة السياسية في مقدمة دوافع عينة الدراسة لإستخدام موقع إلتيوب في الحصول علي المعلومات السياسية ويستخدم اكثر من ثلثي عينة الدراسة موقع إلتيوب للبعد عن إستخدام وسائل الإعلام التقليدية والتي يعتقدون انها تقدم معلومات موجهة يرغب السياسيون ان يعرفها للجمهور عنهم لذلك فان الإعلام البديل هو الحل للحصول علي المعلومات السياسية الحيادية من وجهة نظر عينة الدراسة .

• دراسة (B.Mueller)، ثقافة المشاركة علي مواقع التواصل الإجتماعي، بالتطبيق علي مقاطع الفيديو الخاصة بقنوات "Machinima" علي موقع إيووتيوب، ٢٠١٥: (٧) استهدفت هذه الدراسة التعرف علي دوافع مستخدمي موقع اليوتيوب لمشاركة بعض ما يشاهدونه مع اصدقائهم علي مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة، وتأثير ذلك علي منتجي المحتوى علي الموقع، وهي دراسة مسحية اجريت بالتطبيق علي منتجي المحتوى بشركة 'Machinima'. توصلت الدراسة إلي العديد من النتائج ومنها ان التفاعل بين منتجي المحتوى علي قنوات موقع اليوتيوب وجمهورهم يعتبر اكثر ما يشجع الجمهور علي مشاركة ما يشاهدونه علي موقع التواصل الإجتماعي المختلفة وان الجمهور يشارك في مقاطع الفيديو التي تعبر عن اولوياتهم او تساعدهم علي التخلص من الشعور بالملل.

ثانياً: الدراسات التي تناولت نشر ثقافة التسامح:

• دراسة حميد شهيد جفات (٢٠١٩)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين 'دراسة مسحية': استهدف الدراسة معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح في المجتمع العراقي، والتعرف علي التحديات التي تقف عائقاً أمام نشر ثقافة التسامح في شبكات التواصل الاجتماعي. توصلت الدراسة إلي العديد من النتائج أهمها ان شبكة الفيسبوك تصدرت أنماط استخدام (العينة المبحوثة) لشبكات التواصل إذ أن جميع أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك تلاها الانستغرام ثم تويتر ثم اليوتيوب، وأن أكثر موضوعات ثقافة التسامح انتشاراً في شبكات التواصل الاجتماعي هي الموضوعات التي تحث علي الجانب الانساني والدعوة إلي الحفاظ علي وحدة المجتمع وتماسكه.

• دراسة شافية احمد محمد (٢٠١٧)، العولمة وعلاقتها بالتسامح الاجتماعي في الريف المصري: استهدفت الدراسة التعرف علي الدراسة العلمية للحياة الاجتماعية التي تقوم علي التفاعل الذي يؤدي بدوره إلي تنظيم اجتماعي ويؤدي إلي خلق اشياء كثيرة كالمبادئ والاخلاق داخل المجتمع وما فيها من تسامح اجتماعي.

توصلت الدراسة إلي عدة نتائج وهي دراسة الظواهر الإجتماعية والثقافية ومنها ظاهرة العولمة التي ظهرت وتبلورت نتيجة التغيرات السريعة التي الحقت بالمجتمع المعاصر وعلاقة هذه العولمة بالتسامح .

• **دراسة جورج وهيب نكي غالي (٢٠١٧)،** الوفاق الوطني والامن الإجتماعي مدخل لتحديد دور الجامعة في تنمية وعي طلابها بقيم التسامح والعدالة والسلام: استهدفت الدراسة تحديد إليات تفعيل دور الجامعة في تنمية وعي طلابها بالقيم الداعمة للوفاق الوطني والامن الإجتماعي: التسامح والعدالة والسلام وذلك من خلال تحليل ومناقشة مفهوم الوفاق الوطني والامن الإجتماعي تحقيقا للامن القومي المصري، والقاء الضوء علي قيم التسامح والعدالة والسلام ودلالاتها السلوكية والدعوة إليها في رسالات السلام والجهود العالمية والمحلية في التاكيد عليها .

توصلت الدراسة إلي عدة نتائج وهي ان الوفاق الوطني والامن الإجتماعي يعد بمثابة قدرة معنوية في دعم القوة الشاملة للدولة المصرية استنادا إلي ركيزة اساسية من القيم الانسانية مثل التسامح والعدالة والسلام، كما يعد تنمية وعي طلاب الجامعة بتلك المعاني هي المدخل الحقيقي لدفع ارادة الشباب الجامعي إلي الحفاظ علي امن المجتمع وسلامته ونبذ العنف وتحقيق التعايش السلمي.

• **دراسة منال محمد عبد الحليم (٢٠١٦)،** التسامح الإسلامي في فكر الامام ابن قيم الجوزية: استهدفت الدراسة حث الافراد علي التحلي بالاخلاق الكريمة التي دعا إليها الدين الإسلامي في التعامل مع الاخر، علي راس هذه الاخلاق الطيبة الخيرة خلق التسامح الذي فقده العديد من البشر نتيجة لتعرض العالم لظروف سياسية واقتصادية طاحنة اثرت عليهم تائيرا سلبيا.

توصلت الدراسة إلي عدة نتائج وهي بيان سبل التسامح مع الاخر عند علم من اهم اعلام الدين الإسلامي وهو الامام ابن قيم الجوزية فهو من اشهر مفكري الدين الإسلامي فهما لمنهج القرآن الكريم في التعامل مع الاخر مقتديا برسول الله صلي الله عليه وسلم في اخلاقه وادابه، وتوصلت ايضا إلي دحض مفتريات المستشرقين التي تدعي ان الدين الاسلي دين تعصب وارهاب وانه انتشر بحد السيف فهذا افتراء كاذب علي الاسلام دين الرحمة العامة والاخلاق الحسنة.

التعليق العام علي الدراسات السابقة:

• من حيث نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تحاول وصف وتحليل الخطاب الاعلامي الذي يقدم في قنوات تلفزيون الانترنت وعلاقته بنشر ثقافة التسامح ، بحيث تشابهت الدراسة مع أغلب الدراسات السابقة التي تم عرضها، حيث اتفقت مع دراسة رباب التلاوي (٢٠١٨)، دراسة عبد المحسن عقيلة (٢٠١٧)، دراسة ريهام عبد البارى (٢٠١٦) .

• من حيث المنهج:

تشابهت الدراسة مع غالبية الدراسات السابقة في استخدام المنهج المسحي الاعلامي، فأغلب الدراسات استخدمت المنهج المسحي الاعلامي مثل دراسة رباب التلاوي (٢٠١٨)، دراسة أميرة البطريق (٢٠١٧)، دراسة رضا أمين (٢٠٠٩) بينما هناك دراسات استخدمت منهج وصفي تحليلي ارتباطي مثل دراسة خالد الحموري (٢٠٢٠)، ودراسة سعد العطراني (٢٠١٩).

• من حيث ادوات جمع البيانات:

استخدم الباحث أداة الاستبيان وأداة تحليل الخطاب، وقد تشابهت الدراسة مع غالبية الدراسات السابقة في استخدام الاستبيان أو تحليل الخطاب أو كلاهما، واختلفت مع دراسة ريهام عبد البارى (٢٠١٦) حيث استخدمت صحيفة الاستقصاء والمقابلة الشخصية، ودراسة شفية يوسف (٢٠١٧) حيث استخدمت أداة المقابلة المقننة، ودراسة خالد الحموري (٢٠٢٠)، ودراسة سعد العطراني (٢٠١٩) حيث استخدموا أداة مقياس التسامح الذاتي.

• من حيث الفئة المستخدمة:

الجمهور المستهدف في هذه الدراسة الشباب الجامعي المصري، فقد تشابهت عينة الدراسة مع العديد من الدراسات السابقة بينما اختلفت مع دراسة ايداد خزل (٢٠١٧) حيث استخدم الجمهور المصري واللبناني والتونسي، ودراسة حميد جفات (٢٠١٩) حيث استخدم عينة الصحفيين العراقيين في مدينة بغداد ، ودراسة خالد الحموري (٢٠٢٠) حيث استخدم فئة الطلبة الموهوبين

من مدارس المرحلة الثانوية السعودية، ودراسة صابر أبو بكر (٢٠١٢) حيث استخدم فئة المراهقين طلاب المرحلة الثانوية.

• من حيث النظرية المستهدفة:

استخدم الباحث نظرية تحليل الخطاب ، واختلفت معها معظم الدراسات السابقة في استخدام النظرية، مثل دراسة (اياد خزعل -٢٠١٧) حيث استخدم نظرية ترتيب الأولويات، ودراسة ريهام عبد الباري (٢٠١٦) حيث استخدمت نظرية الاستخدامات والاشباع، ودراسة شافية يوسف (٢٠١٧) حيث استخدمت نظرية ما بعد الحداثة، ودراسة رضا أمين (٢٠٠٩) حيث استخدمت نظرية الاستخدامات والاشباع ونظرية تشكيل وسائل الاتصال ونظرية ثراء الوسيلة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

تمثلت أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في الآتي:

١. تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.
٢. تحديد أهمية وأهداف الدراسة.
٣. تحديد أدوات جمع البيانات وصياغة منهج الدراسة
٤. تحديد عينة الدراسة التحليلية المتمثلة في ثلاث قنوات تلفزيون الانترنت وهم " قناة مصطفى حسني - قناة آرام تي في - قناة بالمخبة".
٥. تحديد الاطار النظري للدراسة، والتعرف علي النقاط الأساسية التي يجب التركيز عليها واستعراضها.

مشكلة الدراسة:-

لاشك ان الخطاب الإعلامي لم يكن منعزلا عن حركة المجتمعات فهو خطاب واقعي مؤثر، يتميز بنقد الواقع، ويهدف إلي الارتقاء بأفراده، ونظرا للتطور التكنولوجي وتسارع المؤسسات الحكومية والخاصة في بث قنوات تليفزيونية علي شبكة الإنترنت، والانتشار المتزايد لهذه القنوات واتساع دائرة الجمهور الذي يتعرض لها تزداد أهمية تلك القنوات ويتعاظم تأثيرها على كافة فئات الجمهور.



تتبلور مشكلة الدراسة في رصد وتحليل وتفسير الخطاب الاعلامي في قنوات تليفزيون الانترنت وعلاقته بنشر ثقافة التسامح

**أهمية الدراسة:** تكمن أهمية الدراسة في الجوانب الآتية:

• **الأهمية النظرية:**

١. تتمثل في ندرة الدراسات التي تناولت تليفزيون الانترنت ونشر ثقافة التسامح بالإضافة لأهمية تلك القنوات بالنسبة للجمهور.

٢. إلقاء الضوء علي قنوات تليفزيون الانترنت وما تقدمه من برامج لنشر ثقافة التسامح.

• **الأهمية التطبيقية:**

١. تتمثل في ما تقدمه الدراسة من نتائج تفيد القائمين بالاتصال في تلك القنوات لنشر ثقافة التسامح

**أهداف الدراسة:** يتحدد الهدف الرئيسي للبحث في التعرف علي إنعكاس الخطاب الإعلامي في قنوات تليفزيون الإنترنت وعلاقته بنشر ثقافة التسامح وينبثق من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

١. التعرف علي كيفية استخدام قنوات تليفزيون الإنترنت.

٢. التعرف علي مدى تحديث ماتبئه قنوات تليفزيون الإنترنت من عدمه.

٣. التعرف علي مدى الاتفاق او الاختلاف في استخدام قناة الإنترنت ارام تي في وقناة مصطفى حسني وقناة بالمخبة ومدى الاتفاق والاختلاف بينهم.

٤. تكشف هذه الدراسة عن مدى استفادة قنوات تلفزيون الإنترنت محل الدراسة من الامكانيات والميزات التكنولوجية الحديثة التي تتيحها شبكة الإنترنت من عدمه.

الاطار المعرفي للدراسة :

ماهية الخطاب الإعلامي عبر وسائل الاعلام : الخطاب الإعلامي هو نمط الرسالة الإعلامية الموجهة عبر وسيلة الاعلام الي الجمهور بغية تحقيق أهداف محددة وغالبا ما يتجسد في عدد من القنوات الاتصالية المستخدمة في وسائل الاعلام مثل صناعة الاخبار والسينما والتلفزيون والانترنت والاعلان وقد اكد الباحثون بان الصحفيين والمنظمات التي تستفيد منهم لا تعمل في فراغ ذلك ان حسابات الاخبار تتأثر بمضمون السياق الهيكلي الذي ينتجونه (منذر صالح ٢٠١٣).

تعريف قنوات تلفزيون الانترنت وماهيتها :

ذاعت في الآونة الأخيرة قنوات البث المباشر عبر الإنترنت للقنوات الفضائية والارضية والخاصة مما سمح للكثيرين في جميع أنحاء العالم بمتابعة الاخبار والافلام والبرامج ومباريات كرة القدم عبر الانترنت دون معاناة او دفع مقابل للمنفعة من الخدمة، ومع انتشار الانترنت سارعت العديد من الشركات والقنوات لتوصيل بثها عبر الإنترنت لسهولة انتشار الإنترنت واستخدامه الذي طغي علي الجلوس لمشاهدة القنوات عبر التلفزيون، وبدأ عدد كبير من الهواه في بث قنوات معينه لبثها للأصدقاء (معاوية حسين ٢٠٠٩).

وقد تعددت التعريفات التي قدمها الباحثون والمتخصصون لمفهوم التلفزيون عبر الانترنت وتم تعريف تلفزيون الإنترنت: علي انه تطور تقني جديد ذو ابعاد هندسية وإعلامية، يقوم علي المزج بين التلفزيون بخصائصه التقنية والبرمجية، والإنترنت كوسيط إعلامي، وذلك من خلال بروتوكول خاص يسمح الاستقادة من كلتا الوسيلتين بما يحقق التكامل بين مخرجاتهما، والتفاعل مع مشاهدي ومستخدمي الوسيلتين سيؤدي الي مسار متميز ومبتكر في الاستخدام (F. Teery 2002).

أسباب نجاح قنوات تلفزيون الانترنت : تعددت أسباب اللجوء إلي إنشاء القنوات التلفزيونية علي شبكة الإنترنت ، منها صعوبة الحصول علي ترخيص لإنشاء قناة فضائية ، بالإضافة للتكلفة المرتفعة لحجز تردد علي القمر الصناعي ، كما أن الكثير من الأشخاص قاموا بإنشاء قنواتهم التلفزيونية الخاصة علي الإنترنت في محاولة للتخلص من سيطرة الاعلام الحكومي والخاص، حيث أن هذه القنوات لا تحتاج إلي أشخاص متخصصين ذوي خبرة ، فمن الممكن

لأي شخص إنشاء قناة تلفزيونية علي الإنترنت يعبر بها عن آرائه ، كما أن شبكة الانترنت توفر بعض الخصائص للقائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية التي يتم انشائها عليها، حيث أنها تسمح لهم بالتوجه إلي جمهور واسع وعالمي بدلاً من التوجه إلي الجمهور المحلي فقط، كما أنها توفر لهم حرية غير محدودة للتعبير عن الآراء دون وجود أي رقابة علي المحتوى المقدم، واستخدمت بعض الهيئات والمؤسسات قنوات تلفزيون الانترنت للترويج لأعمالها الخاصة وتحسين صورتها لدي الجمهور (ريهام عبدالهادي ٢٠١٥).

**دور وسائل الاعلام في نشر ثقافة التسامح :** رغم أن نشر قيم التسامح ومكافحة التطرف هي مهمة تقوم بها المؤسسات الاجتماعية والثقافية بمختلف أنواعها، إلا أن المسؤولية الكبرى في تحقيق هذه المهمة تقع على عاتق وسائل الإعلام بكل فئاتها، نظراً لقدرة الإعلام على الوصول إلى ملايين الناس والتأثير فيهم ، فقد تعد المؤسسات الإعلامية من أكبر المؤسسات الاجتماعية والثقافية تأثيراً في نشر ثقافة التسامح ومحاربة التطرف أو العكس، فالمؤسسات الإعلامية أصبحت أكثر وسائل التواصل البشري تأثيراً في صناعة الثقافة وتشكيل الوعي في مختلف المجتمعات، وذلك بحكم قدراتها الواسعة والمؤثرة في نشر المعلومات بكافة أشكالها إلى جماهير واسعة من الناس بسرعة فائقة، من خلال البرامج الإخبارية والترفيهية والتسويقية والدينية والثقافية المختلفة، ولكي تحقق وسائل الإعلام دورها المنشود في نشر قيم التسامح ومكافحة التطرف، فلا بد من استنادها لاستراتيجية شاملة وبعيدة المدى تحدد من خلالها مجموعة أهداف تعمل جميع الأطراف الإعلامية والمجتمعية على تحقيقها بشكل مشترك (جريدة النهار الكويتية ٢٠١٥).

**الاطار النظري للدراسة:-**

**نظرية تحليل الخطاب:** بدأت الدراسات العربية في تحليل الخطاب خلال الثمانينات حيث نشط عدد من الدراسات متأثراً بالجهود الغربية، وقد قام عدد قليل من الدارسين بتوظيف هذه النظرية في الدراسات العربية وتحديد سمات الخطاب ومكوناته وجاءت هذه الاسهامات ضمن الاطار الفكري لتحليل الخطاب الذي يعبر عن الواقع السياسي والاجتماعي (محمود عكاشة ٢٠٠٥).

تحليل الخطاب هو إطار نظري يسعى للتعرف علي كيفية إنتاج الواقع الاجتماعي، فهو يهتم بكيفية قيام اللغة أو العلامات ببناء الظواهر وليس بكيفية عكسها وإبرازها لهذه الظواهر فالخطاب يعد مكونا أساسيا للعالم الاجتماعي إذ تفترض نظرية الخطاب بنظرة تفسيرية إجتماعية مع محاولة استكشاف العلاقات بين النص والخطاب والسياق فهي تفترض استحالة فصل الخطاب عن سياقه الأوسع السياسي أو الاجتماعي أو الثقافي أو التاريخي (إيمان محمد أحمد ٢٠١٦).

### الاستفادة من نظرية تحليل الخطاب:

يمكن توضيح الاستفادة من نظرية تحليل الخطاب عبر قنوات تلفزيون الانترنت وذلك من خلال توظيف ثلاث أدوات بحثية هي:

أ- الأطر المرجعية: للتعرف علي الإحالة المرجعية التي يسند إليها الخطاب الاعلامي الصادر عن البرامج عبر قنوات تلفزيون الانترنت لتزكية برامجها من خلال رصد المضمون والكلمات الدالة والمصطلحات التي تستخدمها البرامج.

ب- القوي الفاعلة: تستعين بها الباحثة لرصد وتحليل الأدوار لكل طرف من أطراف العملية السياسية والاجتماعية والدينية في نشر ثقافة التسامح من خلال الخطاب الاعلامي المقدم من البرامج عبر قنوات تلفزيون الانترنت وتقييم هذه الأدوار سلبا وإيجابا وهي عبارة عن تحليل تصور خطاب محدد لمجموعة من الفاعلون والقائمون بالاتصال والأطراف المؤثرة ورصد الأدوار وتقسيم هذه الأدوار سلبا وإيجابا من وجهة نظر الخطاب وسيتم تطبيق هذه الأداة في الدراسة للتعرف علي القوي الفاعلة في الخطاب الاعلامي.

ت- مسارات البرهنة: بهدف توظيف هذه الأداة في المواد التي تقدمها برامج قنوات تلفزيون الانترنت وذلك لرصد الأمثلة والأدلة التي يستعين بها القائم بالاتصال في دعم موقفه سواء كانت أدلة سياسية أو اجتماعية أو دينية وتحليل التوجيهات الأيدولوجية للقائم بالاتصال ضمن تسلسل البرهنة من خلال ما يسوقه من حجج تمثل الطبيعة الفكرية لتوجيهاته فضلا عن كونه يساعد في الوصول للمستوي الأعمق لمحتوي الخطاب صورة أكثر موضوعية من خلال جمعه بين التحليلين الكمي والكيفي.

الإطار المنهجي للدراسة:-

التساؤلات الخاصة بالدراسة :-

تساؤلات خاصة بالشكل وهي :

(١) ما السمات الشخصية للقائمين بالخطاب الاعلامي ؟

(٢) ما القوي الفاعلة في الخطاب الاعلامي في قنوات تليفزيون الانترنت ؟

(٣) ما أبرز قنوات تليفزيون الانترنت التي تبث علي موقع اليوتيوب ؟

(٤) ما نوع البرامج المقدمة في قنوات تليفزيون الانترنت لنشر ثقافة التسامح ؟

تساؤلات خاصة بالمضمون وهي :

(١) ما الأطر المرجعية للخطاب الاعلامي لقنوات تليفزيون الانترنت ؟

(٢) ما مسارات البرهنة المنطقية وغير المنطقية لقنوات تليفزيون الانترنت ؟

(٣) ما أسلوب عرض قضايا التسامح لقنوات تليفزيون الانترنت ؟

نوع الدراسة: تنتمي الدراسة إلي نوعية الدراسات الوصفية التحليلية ، فهي تصف وتحلل الخطاب الإعلامي الذي يقدم في قنوات تليفزيون الإنترنت ويعمل علي تعديل سلوكيات وقيم الجمهور ، وإنعكاس الخطاب الإعلامي علي نشر ثقافة التسامح بين الجمهور من خلال شبكة الإنترنت، كما ان الدراسات الوصفية لا تقف عند مجرد جمع البيانات ، بل تتجه إلي تصنيف هذه الحقائق والبيانات وتحليلها .

منهج الدراسة:-

منهج تحليل الخطاب: لا تكتفي المناهج والاساليب في اطار تحليل الخطاب بالتحليل والتكبيك ومعرفة الجذور والعلاقات اللغوية للاستدلال علي المعني، ولكن يتطلب تحليل الاستشهادات والادلة والبراهين التي يعتمد عليها المتحدث في الاثبات وفي اطار وحدة النص والمتحدث ومدى تمسكه بها (محمد عبد الحميد ٢٠٠٠).

١. **تحليل القوى الفاعلة:** ويقوم هذا المنهج على تحليل القوى الفاعلة، وأفعالها في خطاب ما، ويصنف القوى الفاعلة إلى فئات إيجابية أو سلبية على أن تكون متجانسة من حيث الأعمال التي تقوم بها، وبهذا يحصل على فئتين من القوى الفاعلة: القوى المساعدة الإيجابية، والقوى المعاكسة، ثم يحدد أدوار هذه القوى، أي الوظائف الخاصة التي تقوم بها، وصفاتها المميزة (Karmen et al.)

٢. **تحليل الحجج:** ويعنى التركيز على خط الحجج بهدف تبرير أو تفنيد بعض الآراء وإقناع الجمهور بها، وقد قامت الباحثة بالاستعانة بنموذج تولمين Toulmin.s Model في تحليل الحجج؛ لتكوين نموذج بسيط الصيغة يتكون من ثلاثة بديهيات: (مانويل ماريا ٢٠٠١).

○ الحجج: ويقصد بها البيانات أو المعلومات التي يقودها الكاتب للبرهنة على سلامة أطروحته.

○ المطالب: وهو ما يتقدم به الكاتب من اقتراحات وحلول.

○ الاستنتاجات: وهو ما يتوصل إليه الكاتب من آراء اجتهادا منه.

٣. **تحليل الأطر المرجعية:** يعتمد هذا المنهج على رصد الإطار الذي تم فيه عرض الأطروحة مادة التحليل من حيث كونه ديني، اجتماعي، وبالتالي يتيح هذا المنهج رصد الأطر التي تم من خلالها طرح القضايا المختلفة، وبالتالي نحدد أي هذه الأطر غلب على الخطاب (هبة عبدالمعز ٢٠١٢).

ادوات الدراسة:-

- **استمارة تحليل بنية الخطاب:** تستعين الدراسة بأداة تحليل الخطاب بوصفه قادرا علي تحديد الأفكار المحورية والاطراف الاخلاقية والقيمية التي يعني بها المحتوى الإعلامي.
- **مجتمع الدراسة:-** ان مجتمع الدراسة هو جميع مفردات البحث الذي يقوم الباحث بتطبيق الدراسة عليه ويقوم الباحث بجمع البيانات والمعلومات عن كل مفردة داخله في نطاق بحثه، ويتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في قنوات تلفزيون الإنترنت (عادل رفاعي ٢٠١٤).

عينة الدراسة:-

قناة (ARAM TV) - آرام تي في: <http://bit.ly/ARAMTV> ، قناة شركة آرام الإحسان للإنتاج الإعلامي من أشهر وأقدم القنوات على اليوتيوب، تاريخ الانضمام ( ٨ / ٨ / ٢٠١٠ )، عدد المشاهدات تجاوزت (٩٣٥،٦٣٣،٤٣٥) مشاهدة، وعدد المشتركين (٢،٥٤) مليون مشترك، وهدف القناة هو اثراء الإعلام الهادف والتعبير بإحسان، ومن اهم برامجها هي برنامج خواطر ١١ موسم وبرنامج كيان وبرنامج بالعكس وبرنامج قمره وبرنامج اليوم.

قناة مصطفى حسني: <http://goo.gl/c01dEm> ، هي من اهم القنوات الدينية علي اليوتيوب، فهي القناة الرسمية للداعية مصطفى حسني حيث تشمل برامج ولقاءات ودروس، تاريخ الانضمام (٢٦ / ٨ / ٢٠٠٩)، حيث عدد المشاهدات (٤٢١،٠٦٣،٧٧٠)، وعدد المشتركين (٣،٩٦) مليون مشترك، وعدد الفيديوهات (٦٠١) ألف فيديو، ومن اهم برامجها برنامج رحلة حياة، وبرنامج رسالة من الله، وبرنامج عائد إلي الله، وبرنامج كلمة وبرنامج يوم في الجنة، وبرنامج علي أبواب الفتن، وبرنامج كنوز.

قناة بالمخبة: <https://www.youtube.com/c/belmokhba/about> ، هي من أهم القنوات الاجتماعية الترفيهية والسياسية الساخرة، فهي منصة النشر الرسمية لمنتجات بالمخبة الإعلامية والترفيهية حيث تشمل برامج ساخرة وترفيهية ونقد ومقابلات حوارية هادفة يقدمها الإعلامي شعيب راشد، ومن حيث عدد المشاهدات (٢٣٣،٠٧٠،٣٩٣) وعدد المشتركين (٢،٦٨) مليون مشترك وعدد الفيديوهات (١٠١)، ومن أهم برامجها برنامج سوار شعيب وبرنامج عالموجة.

مصطلحات الدراسة:

(١) الخطاب الإعلامي: الخطاب في أي مجتمع هو الممارسة الإجتماعية، وهو مجمل القول والفعل، ويقوم الخطاب الإعلامي بنقل هذه الممارسة الإجتماعية إلى الجمهور عن طريق وسائل الإعلام، ومما لا شك فيه أن معظم الخطاب الإعلامي له تحيزاته سواء كانت معلنة أو غير معلنة، لذلك فمن الأفضل تحليل عمليات الاتصال والإعلام من حيث التكوين، والملكية، ونظم العمل، وطبيعة الجمهور، والنظام السياسي، وما تنتجه من خطابات للتعرف على مدى

قدرتها ودقتها في نقل الواقع، وما الذي تخفيه او تظهره وماهي استراتيجيتها (الهام سرحان  
٢٠١٧)

(٢) قنوات تلفزيون الإنترنت: هو التلفزيون التجاوبي الناتج عن محاولات عديدة والتي تجري حالياً لدمج التلفزيون بالإنترنت، وذلك بهدف تخليصه من طابعه السلبي واكسابه خاصية التفاعل الايجابي التي يتميز بها الكمبيوتر، باستخدام نظام الفيديو تحت الطلب (Video On Demand) سيكون للمتلقى الحرية في اختيار رسالته الإعلامية سواء من حيث الشكل او المحتوى وحتى وقت استقباله لها ( نبيل على ٢٠٠٣).

(٣) التسامح: احتراماً تبادلياً بين الأفراد والآراء، وإظهار اللطف والأدب فيما يُعبر عنه الآخرون لفظياً أو سلوكياً، مهما كان مستواه صحيحاً كان أم خاطئاً<sup>(٢٦)</sup>، "ان تحقيق التسامح بين الناس وتعميمه بينهم ليشمل جميع معاملاتهم وامور حياتهم يتطلب تأكيداً تربوياً دستورياً يراعاها وينظمه".

#### الصدق والثبات :

(١) اختبار الصدق (Validity) : تم قياس صدق التحليل من خلال عرض الصحيفة علي مجموعة من المحكمين في مجال الاعلام في الجامعات المصرية<sup>(\*)</sup> ، وذلك للتأكد من أن الأداة تقيس ما أعدت لقياسه بالفعل .

(٢) اختبار الثبات ( Reliability ) : قامت الباحثة بإجراء ثبات التحليل مع زميلتين ، وكانت نسبة الثبات عالية .

نتائج الدراسة التحليلية:- وفيما يلي النتائج التفصيلية:

جدول رقم (١): يوضح القوي الفاعلة في بنية الخطاب الاعلامي المستخدم عند عرض قضية  
نشر ثقافة التسامح



الاجمالي		قناة بالمخبة		قناة آرام تي في		قناة مصطفى حسني		القنوات فئات التحليل
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
٨٧,٧٨	١٩	١٨,١٨ %	٢	١٣,٦ %	٣	%٥٦	١٤	علماء الدين
١٧٧,٠٠ ٣	٣٢	٧٢,٧٣ %	٨	٦٨,٣ %	١٥	%٣٦	٩	مفكرين ومثقفين وأدباء
٤	١	صفر %	ص فر	صفر %	ص فر	%٤	١	مسؤولين في الحكومة
٢٢,٦٩	٤	%٩,٠٩	١	١٣,٦ %	٣	صفر %	صفر	منظمات المجتمع المدني
٨,٥	٢	صفر %	ص فر	%٤,٥	١	%٤	١	منظمات حقوق الانسان
%٣٠٠	٥٨	%١٠٠	١١	%١٠٠	٢٢	%١٠٠	٢٥	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (١) إلي اعتماد الاعلامي في كلاً من قنوات تلفزيون الانترنت محل الدراسة علي عدد كبير من المصادر، واحتلت فئة المفكرين والمثقفين والأدباء المرتبة الأولى بنسبة بلغت (١٧٧,٠٣%)، وجاءت بعد ذلك في المرتبة الثانية فئة علماء الدين بنسبة بلغت (٨٧,٧٨%)، ثم فئة منظمات المجتمع المدني بنسبة بلغت (٢٢,٦٩%) وبعد ذلك جاءت فئة منظمات حقوق الانسان بنسبة (٨,٥%) وأخيراً فئة مسؤولين في الحكومة في المركز الخامس بنسبة بلغت (٤%).

الجدول رقم (٢): يوضح الأطر المرجعية للخطاب الاعلامي في قنوات تلفزيون الانترنت

القنوات		قناة مصطفى حسني		قناة آرام تي في		قناة بالمخبة		الاجمالي	
فئات التحليل		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
أطر مرجعية دينية		١٥	%٤٤,١١	٨	%٢٨,٥٧	٣	%١٨,٧٥	٢٦	٩١,٤٣
أطر مرجعية اجتماعية		١٠	%٢٩,٤٢	١٣	%٤٦,٤٤	٨	%٥٠	٣١	١٢٥,٨٦
أطر مرجعية قانونية		صفر	صفر%	١	%٣,٥٧	١	%٦,٢٥	٢	٩,٨٢
أطر مرجعية اقتصادية		صفر	صفر%	صفر	صفر%	صفر	صفر%	صفر	صفر
أطر مرجعية تاريخية		٩	%٢٦,٤٧	٥	%١٧,٨٥	١	%٦,٢٥	١٥	٥٠,٥٧
أطر مرجعية سياسية		صفر	صفر%	١	%٣,٥٧	٣	%١٨,٧٥	٤	٢٢,٣٢
المجموع		٣٤	%١٠٠	٢٨	%١٠٠	١٦	%١٠٠	٧٨	%٣٠٠

يشير بيانات الجدول رقم (٢) حول الأطر المرجعية المستخدمة في الخطاب الاعلامي إزاء قضايا التسامح إلي تصدر الأطر الاجتماعية قائمة الأطر المرجعية في بنية الخطاب بنسبة بلغت (١٢٥,٨٦%)، ثم الأطر الدينية بنسبة (٩١,٤٣%) وجاءت بعد ذلك الأطر التاريخية

بنسبة بلغت (٥٠,٧٥%) يليها الأطر المرجعية السياسية بنسبة بلغت (٢٢,٣٢%) ثم الأطر القانونية بنسبة (٩,٨٢%) وانعدم وجود الأطر الاقتصادية حيث كانت النسبة (صفر%).

الجدول رقم (٣) يوضح مسارات البرهنة المنطقية وغير المنطقية في قنوات تلفزيون الإنترنت

الاجمالي		قناة بالمخبة		قناة آرام تي في		قناة مصطفى حسني		القنوات		مسارات البرهنة المنطقية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
٢٤,٧	٨	١٦,٦٨	٥	٥,٢٦	٢	٢,٧٧	١	أرقام وإحصاءات		
١		%		%		%				
٣٦,٣	٢٢	٢٣,٣٣	٧	٢٨,٩	١١	١١,١	٤	شهود عيان		
٨		%		%٤		%١				
٩١,١	٣٢	٢٣,٣٣	٧	٢٨,٩	١١	٣٨,٩	١٤	أقوال وتصريحات		
٨		%		%٤		%١				
٢,٧٧	١	صفر%	صد	صفر%	صد	٢,٧٧	١	مستندات وتقارير		
			فر		فر	%				
١٨٢,٠٤	٦٣	٦٣,٣٤	١٩	٦٣,١	٢٤	٥٥,٥	٢٠	إجمالي مسارات البرهنة المنطقية		
		%		%٤		%٦				
صفر	صد	صفر%	صد	صفر%	صد	صفر%	صد	الانحياز لوجهة نظر واحدة		المنطقية
	فر		فر		فر		فر			
٤٨	١٧	%١٠	٣	١٥,٧	٦	٢٢,٢	٨	الاعتماد علي الوصف		
				%٨		%٢				

٦٦,٦ ٣	٢٣	٢٣,٣٣ %	٧	٢١,٠٠ %٨	٨	٢٢,٢ %٢	٨	الاعتماد علي الاستعارات
٣,٣٣	١	٣,٣٣ %	١	صفر %	صد فر	صفر %	صد فر	تحميل الأزمة علي الطرف الآخر
١١٧,٩٦	٤١	٣٦,٦٦ %	١١	٣٦,٨ %٦	١٤	٤٤,٤ %٤	١٦	إجمالي مسارات البرهنة غير المنطقية
٣٠٠ %	١٠ %	١٠٠ %	٣٠	١٠٠ %	٣٨	١٠٠ %	٣٦	المجموع

تكشف بيانات الجدول رقم (٣) تعدد وتنوع مسارات البرهنة التي استندت إليها خطابات قنوات الدراسة لإثبات صحة مقولاتها حول نشر ثقافة التسامح، بحيث جاءت علي مستويين هما: مسارات برهنة منطقية ومسارات برهنة غير منطقية، وقد جاءت متوافقة مع طبيعة الخطاب المعني بالأحداث الخاضعة للتحليل، حيث جاءت (مسارات البرهنة المنطقية) بخطابات قنوات الدراسة بنسبة مقدارها (١٨٢,٠٤%) من الاجمالي الكلي للمسارات، متفوقة بذلك علي (مسارات البرهنة غير المنطقية) والتي بلغت نسبة (١١٧,٩٦%) حيث تتطلب معالجة هذه الأحداث الاعتماد علي العقل والمنطق، وهو ما يضمن حواراً علمياً منطقياً يعتمد علي الحجة والدليل.

الجدول رقم (٤): يوضح أسلوب عرض قضايا التسامح بقنوات تلفزيون الانترنت

القنوات فئات التحليل	قناة مصطفى حسني		قناة آرام تي في		قناة بالمخبة		الاجمالي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
منطقي	١٢	%٥٤,٥٤	١١	%٦١,١١	١٠	%٤٧,٦٣	٣٣	١٦٣,٢٨
عاطفي	١٠	%٤٥,٤٦	٧	%٣٨,٨٩	٥	%٢٣,٨٠	٢٢	١٠٨,١٥
ساخر	صفر	%صفر	صفر	%صفر	٦	%٢٨,٥٧	٦	٢٨,٥٧
المجموع	٢٢	%١٠٠	١٨	%١٠٠	٢١	%١٠٠	٦١	%٣٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٤) إلي تصدر الأسلوب المنطقي أساليب المعالجة عموماً بنسبة بلغت (١٦٣,٢٨%) ثم العاطفي بنسبة بلغت (١٠٨,١٥%) وأخيراً الأسلوب الساخر بنسبة (٢٨,٥٧%).

الجدول رقم (٥): يوضح فئة الاستمالات المستخدمة عند عرض ثقافة التسامح

القنوات فئات التحليل	قناة مصطفى حسني		قناة آرام تي في		قناة بالمخبة		الاجمالي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
استمالات عقلية	٤	%٢٦,٦٦	٨	%٥٣,٣٤	٥	%٥٠	١٧	١٣٠
استمالات عاطفية	٤	%٢٦,٦٦	٤	%٢٦,٦٦	صفر	%صفر	٨	٥٣,٣٢
مزيج من	٧	%٤٦,٦٨	٣	%٢٠	٥	%٥٠	١٥	١١٦,٦٨

الاستمالات								
المجموع	١٥	%١٠٠	١٥	%١٠٠	١٠	%١٠٠	٤٠	%٣٠٠

توضح بيانات الجدول رقم (٥) أن اجمالي الاستمالات العقلية المستخدمة عند عرض ثقافة التسامح احتلت المرتبة الاولى بنسبة بلغت (١٣٠%) بعد ذلك جاء مزيج من الاستمالات العقلية والعاطفية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (١١٦,٦٨%) وأخيراً جاءت الاستمالات العاطفية بنسبة بلغت (٥٣,٣٢%).

الجدول رقم (٦): يوضح أسلوب نشر ثقافة التسامح بقنوات تلفزيون الانترنت

القنوات فئات التحليل	قناة مصطفى حسني		قناة آرام تي في		قناة بالمخبة		الاجمالي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
وقائع ومعلومات وآراء متعلقة بالحياة العامة	٧	%٤٦,٦٦	٨	%٥٣,٣٤	٣	%٣٠	١٨	%١٣٠
وقائع ومعلومات وآراء متعلقة بالحياة الخاصة للأفراد	صفر	%صفر	صفر	%صفر	٢	%٢٠	٢	%٢٠
وقائع ومعلومات وآراء تمزج بين الحياة الخاصة والعامة	٨	%٥٣,٣٤	٧	%٤٦,٦٦	٥	%٥٠	٢٠	%١٥٠
المجموع	١٥	%١٠٠	١٥	%١٠٠	١٠	%١٠٠	٤٠	%٣٠٠

توضح بيانات الجدول رقم (٦) أن قنوات الدراسة تناولت وقائع ومعلومات وآراء تمزج بين الحياة الخاصة والعامة في المقدمة بنسبة بلغت (١٥٠%) ثم جاءت في المرتبة الثانية وقائع

ومعلومات وآراء متعلقة بالحياة العامة بنسبة (١٣٠%) وأخيراً جاءت وقائع ومعلومات وآراء متعلقة بالحياة الخاصة للأفراد بنسبة بلغت (٢٠%).

الجدول رقم (٧): يوضح الهدف من المعالجة الاعلامية لقضايا نشر ثقافة التسامح بقنوات تلفزيون الانترنت

القنوات فئات التحليل	قناة مصطفى حسني		قناة آرام تي في		قناة بالمخبة		الاجمالي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
توعوي	٥	٢١,٧٥%	صفر	صفر%	صفر	صفر%	٥	٢١,٧٥%
تنقيفي	٦	٢٦,٠٨%	١٠	٤٧,٦١%	٦	٤٢,٨٦%	٢٢	١١٦,٥٥%
إخباري	صفر	صفر%	صفر	صفر%	صفر	صفر%	صفر	صفر%
توجيهي	١٢	٥٢,١٧%	١١	٥٢,٣٩%	٨	٥٧,١٤%	٣١	١٦١,٧%
المجموع	٢٣	١٠٠%	٢١	١٠٠%	١٤	١٠٠%	٥٨	٣٠٠%

توضح بيانات الجدول رقم (٧) هدف المعالجة الاعلامية لقضايا نشر ثقافة التسامح تصدر (الهدف التوجيهي) بنسبة بلغت (١٦١,٧%) ثم (الهدف التنقيفي) بنسبة بلغت (١١٦,٥٥%)، يليه (الهدف التوعوي) بنسبة بلغت (٢١,٧٥%) وأخيراً جاء (الهدف الاخبار) الذي لم تتعرض له قنوات الدراسة في نشر ثقافة التسامح لذلك جاء بنسبة بلغت (صفر%).

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

١. جاءت فئة المفكرين والمنقذين والأدباء في مقدمة القوي الفاعلة في المرتبة الأولى وجاءت بعد ذلك في المرتبة الثانية فئة علماء الدين، ثم فئة منظمات المجتمع المدني وبعد ذلك جاءت فئة منظمات حقوق الانسان، وأخيراً فئة مسئولين في الحكومة في المركز الخامس.
٢. تصدر الأطر الاجتماعية قائمة الأطر المرجعية في بنية الخطاب بنسبة بلغت ( ١٢٥،٨٦%) ، ثم الأطر الدينية بنسبة (٩١،٤٣%) وجاءت بعد ذلك الأطر التاريخية بنسبة بلغت (٥٠،٧٥%) يليها الأطر المرجعية السياسية بنسبة بلغت (٢٢،٣٢%) ثم الأطر القانونية بنسبة (٩،٨٢%) وانعدم وجود الأطر الاقتصادية.
٣. تعدد وتنوع مسارات البرهنة التي استندت إليها خطابات قنوات الدراسة لإثبات صحة مقولاتها حول نشر ثقافة التسامح، بحيث جاءت علي مستويين هما : مسارات برهنة منطقية ومسارات برهنة غير منطقية، وقد جاءت متوافقة مع طبيعة الخطاب المعني بالأحداث الخاضعة للتحليل، حيث جاءت (مسارات البرهنة المنطقية) بخطابات قنوات الدراسة بنسبة مقدارها (١٨٢،٠٤%) ، متفوقة بذلك علي (مسارات البرهنة غير المنطقية) والتي بلغت نسبة (١١٧،٩٦%) .
٤. تصدر الأسلوب المنطقي أساليب المعالجة عموماً بنسبة بلغت (١٦٣،٢٨%) ثم العاطفي بنسبة بلغت (١٠٨،١٥%) وأخيراً الأسلوب الساخر بنسبة بلغت (٢٨،٥٧%) .
٥. احتلت الاستمالات العقلية المستخدمة عند عرض ثقافة التسامح المرتبة الأولى بعد ذلك جاء مزيج من الاستمالات العقلية والعاطفية في المرتبة الثانية ، وأخيراً جاءت الاستمالات العاطفية.
٦. قنوات الدراسة تناولت وقائع ومعلومات وآراء تمزج بين الحياة الخاصة والعامة في المقدمة بنسبة بلغت (١٥٠%) ثم جاءت في المرتبة الثانية وقائع ومعلومات وآراء متعلقة بالحياة العامة بنسبة (١٣٠%) وأخيراً جاءت وقائع ومعلومات وآراء متعلقة بالحياة الخاصة للأفراد بنسبة بلغت (٢٠%) .
٧. هدف المعالجة الاعلامية لقضايا نشر ثقافة التسامح تصدر (الهدف التوجيهي) بنسبة بلغت (١٦١،٧%) ثم (الهدف التثقيفي) بنسبة بلغت (١١٦،٥٥%) ، يليه (الهدف التوعوي) بنسبة



بلغت (٢١،٧٥%) وأخيراً (الهدف الاخباري) لم تتعرض له قنوات الدراسة في نشر ثقافة التسامح.  
مستخلص البحث:

تهدف هذه الدراسة إلي التعرف علي انعكاس الخطاب الإعلامي في قنوات تليفزيون الإنترنت وعلاقته بنشر ثقافة التسامح مع الآخر، التعرف علي كيفية استخدام قنوات تليفزيون الإنترنت، والتعرف علي مدي تحديث ما تبثه قنوات تليفزيون الإنترنت من عدمه، بالإضافة إلي التعرف علي أهم قنوات تلفزيون الإنترنت التي يستخدمها الجمهور المصري، كما تكشف هذه الدراسة عن مدي استفادة قنوات تلفزيون الإنترنت محل الدراسة من الامكانيات والميزات التكنولوجية الحديثة التي تتيحها شبكة الإنترنت من عدمه، واستخدمت الدراسة منهج تحليل الخطاب فلا تكتفي بالتحليل والتفكيك ومعرفة الجذور والعلاقات اللغوية للاستدلال علي المعني، ولكن يتطلب تحليل الاستشهادات والادلة والبراهين، واستعانت الدراسة باستمارة تحليل الخطاب، فأداة تحليل الخطاب بوصفها قادرة علي تحديد الأفكار المحورية والأطراف الاخلاقية والقيمية التي يعني بها المحتوى الإعلامي. وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها: تصدر الأطر الاجتماعية قائمة الأطر المرجعية في بنية الخطاب، تعدد وتنوع مسارات البرهنة التي استندت إليها خطابات قنوات الدراسة لإثبات صحة مقولاتها حول نشر ثقافة التسامح ، بحيث جاءت علي مستويين هما: مسارات برهنة منطقية ومسارات برهنة غير منطقية، وقد جاءت متوافقة مع طبيعة الخطاب المعني بالأحداث الخاضعة للتحليل، تصدر الأسلوب المنطقي أساليب المعالجة عموماً، احتلت الاستمالات العقلية المستخدمة عند عرض ثقافة التسامح المرتبة الاولى بعد ذلك جاء مزيج من الاستمالات العقلية والعاطفية في المرتبة الثانية، وأخيراً جاءت الاستمالات العاطفية، هدف المعالجة الاعلامية لقضايا نشر ثقافة التسامح تصدر (الهدف التوجيهي).

الكلمات الاسترشادية: قنوات التليفزيون- الخطاب الإعلامي- ثقافة التسامح

المراجع :

رياب رافت محمد جمال، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الاخلاقي للشباب السعودي: "دراسة ميدانية"، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة الملك عبد العزيز: كلية الاتصال والإعلام، ٢٠١٣).

ريهام محمد عبد الباري ، استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الانترنت والاشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم اذاعة وتلفزيون ، ٢٠١٦) .

للدراستات الإعلامية، المحور الفكري الذي تقدمت به الإمارات "دور الإعلام في نشر قيم التسامح ومكافحة التطرف"، الذي اعتمده مجلس وزراء الإعلام العرب (الخميس ٢١ مارس )  
<https://24.ae/article>

ريهام سامي، استخدامات الشباب لخدمات البث التلفزيوني عبر الانترنت ومدى رضاهم عن هذه الخدمات، مجلة البحوث الاعلامية ،جامعة الأزهر، كلية الاعلام، العدد الرابع والخمسون، ج٣ ، يوليو ٢٠٢٠

عبد المحسن أحمد عقيلة ، استخدامات الشباب الجامعي للتلفزيون التقليدي وتلفزيون الانترنت والاشباعات المتحققة "دراسة مقارنة " ، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون -العدد الحادي عشر (جامعة المنيا : كلية التربية النوعية ، قسم الاعلام التربوي ، ٢٠١٧) .

حميد شهيد جفات ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين "دراسة مسحية " ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ( جامعة الشرق الأوسط ، كلية الاعلام ، قسم الصحافة والاعلام ، ٢٠١٩) .

شفية احمد محمد يوسف، العولمة وعلاقتها بالتسامح الاجتماعي في الريف المصري " دراسة ميدانية في احدي قري محافظات المنوفية "اطروحة ماجستير، غير منشورة (جامعة المنوفية: كلية الاداب، قسم اجتماع، ٢٠١٧)

جورج وهيب ذكي غالي، الوفاق الوطني والامن الاجتماعي مدخل لتحديد دور الجامعة في تنمية وعي طلابها بقيم التسامح والعدالة والسلام، اطروحة دكتوراه، غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية، قسم اصول التربية، ٢٠١٧)

منال محمد عبد الحليم ،التسامح الاسلامي في فكر الامام ابن قيم الجوزية، اطروحة ماجستير ،غير منشورة(جامعة عين شمس : كلية الاداب قسم الدراسات النفسية ، ٢٠١٦ )  
منذر صالح الزيبي ، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ط١ (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٣ )

معاوية حسين ، خطوة خطوة البث المباشر للقنوات الفضائية عبر الانترنت ، ٢٥ / ٧ / ٢٠٠٩  
<https://sudaneseonline.com/msg/board/484/msg/1255395486/m/1.ht>

[ml](#)

فريهام محمد عبد الباري، استخدامات الشباب المصري لقنوات تليفزيون الانترنت والاشباعات المتحققة منها ،مرجع سابق.جريدة النهار الكويتية ، ٢١ / ٥ / ٢٠١٥  
<http://www.annaharkw.com/annahar/ArticlePrint.aspx?id=559702&mode=print>

محمود عكاشة ، لغة الخطاب السياسي، دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال ، ط ١ ( القاهرة، دار النشر للجامعات، ٢٠٠٥ )

إيمان محمد أحمد، التوظيف السياسي لتراكيب الصورة الفوتوغرافية (الفوتومونتاج) في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها علي الشباب الجامعي المصري دراسة سيميولوجية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية اعلام ، قسم صحافة ، ٢٠١٦ )  
محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط٢ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠ .  
مانويل ماريا كاريلو، ترجمة إدريس كثير، عز الدين الخطابي، خطابات الحداثة (المغرب: دار ما بعد الحداثة، ٢٠٠١).

هبة عبد المعز أحمد ، دراسات سابقة في تحليل الخطاب ، ١٠ / ٩ / ٢٠١٢

<http://www.alnoor.se/article.asp?id=168682>

عادل رفاعي، المرجع في البحث العلمي، ط١(القاهرة: دار المنار للنشر والتوزيع، ٢٠١٤).

إلهام سرحان، مفهوم الخطاب الاعلامي ، (17/7/2017) [www . mawdoo3.com](http://www.mawdoo3.com)  
نبيل علي، تحديات عصر المعلومات ( القاهرة : مطابع عالم الفكر ، ٢٠٠٣).

المراجع الأجنبية:

(6-11-2017) ،www.thephilosophyresource.co.uk.

(26-3-2006) ،www .fatwa.islamweb.net .

Terry, (2002 ) .*New Media: an Introduction. USA :Oxford university Press. p21*

B& Johnson. (2015).I only have eyes for YouTube : Motives for political use .Social Media Studies.

B, Mueller. (2015 ) . Participatory culture on YouTube :acase study of the multichannel network Machinima .ph.D ،London : London School of Economics and Political Science

Karmen Erjavec, Beyond Advertising and Journalism: Hybrid Promotional News Discourse ،Op.Cit

Karmen Erjavec, Beyond Advertising and Journalism: Hybrid Promotional News Discourse ،Op.Cit

**MEDIA DISCOURSE ON INTERNET TV CHANNELS AND ITS  
RELATIONSHIP OF SPREADING TOLERANCE CULTURE  
(ANALYTICAL STUDY)**

**Abstract:**

This study aims to identify the reflection of the media discourse in internet v channels and its relation to the dissemination of the culture of tolerance with the other, to learn about how to use internet tv channels, and to know the extent to which the internet tv channels are updated or not. in addition to identifying the most important internet television channels used by the Egyptian audience, as this study reveals the extent to which internet tv channels in question benefit from the possibilities and modern technological features provided by the Internet, and used the study method of analyzing speech, not only analysis The study used the speech analysis form as being able to identify the central ideas and moral and value symbiotic suppositions in which the media is concerned. The study reached a set of results, the most important of which are: the social frameworks issue a list of reference frameworks in the structure of speech, the multiplicity and diversity of the paths of proof on which the letters of the study channels were based to prove the validity of their statements about the dissemination of the culture of tolerance, so that came on two levels: logical proof pathways and paths of irrational proof, and came in line with the nature of the discourse on events subject to analysis, the logical method of treatment methods generally, the

mental contacts used when presenting the culture of tolerance ranked first place after that came a combination of mental contacts. Emotional in second place, and finally the emotional appeals, the goal of media treatment of issues of spreading the culture of tolerance is issued (guiding goal).