

الخطاب الإعلامي في قنوات
تلفزيون الإنترنت وعلاقته بنشر
ثقافة التسامح
(دراسة تحليلية)



دينا محمد محمد عبد العظيم

باحثة ماجستير

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 السابع - العدد الأول - مسلسل العدد (١٣) - يناير 2021 - الجزء الأول

رقم الإيداع بدار الكتب 24274 لسنة 2016

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

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

JSROSE@foe.zu.edu.eg

البريد الإلكتروني للمجلة E-mail

الخطاب الإعلامي في قنوات تلفزيون الإنترنت وعلاقته بنشر ثقافة التسامح (دراسة تحليلية)

أ.د/ صالح السيد عراقي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - ورئيس قسم الإعلام

التربوي جامعة الزقازيق

دينا محمد محمد عبد العظيم

باحثة ماجستير

د/ عبده رمضان

مدرس بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية -

جامعة الزقازيق

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلي التعرف علي انعكاس الخطاب الإعلامي في قنوات تلفزيون الإنترنت وعلاقته بنشر ثقافة التسامح مع الآخر، التعرف علي كيفية استخدام قنوات تلفزيون الإنترنت، والتعرف علي مدي تحديث ما تبثه قنوات تلفزيون 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 باستمرار 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).

Summary:-

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).

مقدمة:

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^(١) ، 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 .

فقد شكل ظهور الإنترنت حدثاً هاماً 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 لإنشاء اذاعات تبث علي شبكة الإنترنت، ولاقى هذه الاذاعات نجاحاً كبيراً وانتشاراً واسعاً مما دفع البعض للتوجه لإنشاء 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" ولايف ستريمينج "Life streaming" حيث بدأت تبث برامجها بث مباشر وايضا برامج مسجلة حيث مكنت المستخدمين من مشاهدة اي محتوى إعلامي دون قيود زمنية . (٢)

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. (٣)

الدراسات السابقة:-

قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلي محورين :

أولاً: الدراسات التي تناولت قنوات تلفزيون الإنترنت:

• دراسة ريهام سامي ، استخدامات الشباب لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت

ومدي رضاهم عن هذه الخدمات ، ٢٠٢٠ (٤) : استهدفت الدراسة التعرف علي

استخدامات جيل الشباب والمراهقين لهذه الخدمات التلفزيونية عبر الإنترنت، ومدي

رضاهم عنها والاشباع 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 ، استخدامات الشباب الجامعي للتلفزيون التقليدي

وتلفزيون الانترنت والاشباعات المتحققة ، ٢٠١٧ : (٥) 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 ، وتوقع تلفزيون الانترنت علي نظيره التقليدي في فئات الاشباعات .

• دراسة (ريهام محمد عبد الباري)، استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون

الإنترنت والاشباعات المتحققة منها، ٢٠١٦: استهدفت الدراسة التعرف علي استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت والاشباعات المتحققة منها والمتغيرات التي تؤثر علي استخدام الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت والقنوات الارضية والفضائية والتعرف علي المتغيرات التي تؤثر علي استخدام الشباب المصري لقنوات تلفزيون الإنترنت ومعرفة راي الشباب المصري في الخدمات التي تقدمها مواقع بث قنوات تلفزيون الإنترنت ومدى استفادتهم 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 واستخدامات الشباب المصري لها والاشباعات المتحققة منها نتيجة هذا الاستخدام ن الذكور اكثر استخداما لتلفزيون الإنترنت عن الاناث، كما ان ذوي التخصص النظري اكثر استخداما له عن ذوي التخصص العملي، وفضل المبحوثون مشاهدة تلفزيون الإنترنت في المنزل.

• دراسة (T، B& Johnson، Kaye) دوافع استخدام موقع اليوتيوب للحصول علي معلومات سياسية ومدى تفاعل المستخدمين مع مقاطع الفيديو السياسية علي الموقع ٢٠١٥:^(٦) استهدفت الدراسة التعرف علي دوافع الشباب الامريكي السياسية لإستخدام موقع اليوتيوب 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 اليوتيوب في الحصول علي المعلومات السياسية ويستخدم اكثر من ثلثي عينة الدراسة موقع اليوتيوب 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 اليوتيوب، 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 ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح

من وجهة نظر الصحفيين العراقيين "دراسة مسحية " ، ٢٠١٩ : (٨) 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 (شفية احمد محمد)، العولمة وعلاقتها بالتسامح الإجماعي في الريف المصري، ٢٠١٧: (٩)

استهدفت الدراسة التعرف علي الدراسة العلمية للحياة الإجتماعية التي تقوم علي التفاعل الذي يؤدي بدوره إلي تنظيم اجتماعي ويؤدي إلي خلق اشياء كثيرة كالمباديء 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 ذكي غالي)، الوفاق الوطني والامن الإجماعي مدخل لتحديد دور الجامعة في تنمية وعي طلابها بقيم التسامح والعدالة والسلام، ٢٠١٧: (١٠) استهدفت الدراسة تحديد إليات تفعيل دور الجامعة في تنمية وعي طلابها بالقيم الداعمة للوفاق الوطني والامن الإجماعي: التسامح والعدالة والسلام وذلك من خلال تحليل ومناقشة مفهوم الوفاق الوطني والامن الإجماعي تحقيقاً للامن القومي المصري، والقاء الضوء علي قيم التسامح والعدالة والسلام ودلالاتها السلوكية والدعوة إليها في رسالات السلام والجهود العالمية والمحلية في التأكيد عليها .

توصلت الدراسة إلي عدة نتائج وهي ان الوفاق الوطني والامن الإجماعي 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)، التسامح الإسلامي في فكر الامام ابن قيم الجوزية، ٢٠١٦: (١١) 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 تاثيرا 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 (رياب التلاوي- ٢٠١٨)، دراسة (عبد المحسن عقيلة-٢٠١٧)، دراسة (ريهام عبد الباري-٢٠١٦) .

• من حيث المنهج:

تشابهت الدراسة مع غالبية الدراسات السابقة في استخدام المنهج المسحي الاعلامي ، فأغلب الدراسات استخدمت المنهج المسحي الاعلامي مثل دراسة (رياب 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 الباري - 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 (اياد 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 خزل - ٢٠١٧) حيث استخدم نظرية ترتيب الأولويات ، ودراسة (ريهام عبد الباري - ٢٠١٦) حيث استخدمت نظرية الاستخدامات والاشباكات ، ودراسة (شافية يوسف - ٢٠١٧) حيث استخدمت نظرية ما بعد الحداثة، ودراسة (رضا أمين - ٢٠٠٩) حيث استخدمت نظرية الاستخدامات والاشباكات 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 مدي تحديث ماتبئه قنوات تليفزيون الإنترنت من عدمه.
- ٣. التعرف علي مدي الاتفاق والاختلاف في استخدام قناة الإنترنت ارام تي في وقناة مصطفى حسني وقناة بالمخبة ومدي الاتفاق والاختلاف بينهم.
- ٤. تكشف هذه الدراسة عن مدي استفادة قنوات تلفزيون الإنترنت محل الدراسة من الامكانيات والميزات التكنولوجية الحديثة التي تتيحها شبكة الإنترنت من عدمه.

الإطار 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 والتليفزيون 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 .(١٢)

تعريف قنوات تليفزيون 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. (١٣)

وقد تعددت التعريفات التي قدمها الباحثون والمتخصصون لمفهوم التليفزيون 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 الاستفادة من كلتا الوسيلتين بما يحقق التكامل بين مخرجاتهما، والتفاعل مع مشاهدي ومستخدمي الوسيلتين سيؤدي الي مسار متميز ومبتكر في الاستخدام . (١٤)

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 بدلا 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 . (١٥)

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. (١٦)

الإطار 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 الإطار الفكري لتحليل الخطاب الذي يعبر عن الواقع السياسي والاجتماعي. (١٧)

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 مكوناً أساسياً 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. (١٨)

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 بالإتصال 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 والتفكيك 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. (١٩)

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. (٢٠)

٢. **تحليل الحجج:** ويعني 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: (٢١)

- 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. (٢٢)

ادوات الدراسة:-

- **استمارة تحليل بنية الخطاب:** تستعين الدراسة باداة 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. (٢٣)

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 (٤٣٥،٩٣٥،٦٣٣) 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 (٦،١) 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.

، هي من أهم القنوات <https://www.youtube.com/c/belmokhba/about> قناة بالمخبة: 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 (٣٩٣،٠٧٠،٢٣٣) 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 الاجتماعية، وهو مجمل القول والفعل، ويقوم الخطاب الإعلامي بنقل هذه الممارسة الاجتماعية 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. (٢٤)

(٢) **قنوات تلفزيون الإنترنت:** هو التلفزيون التجاوبي الناتج عن محاولات عديدة والتي تجري حاليا لدمج التلفزيون بالإنترنت، وذلك بهدف تخليصه من طابعه السلبي واكسابه خاصية التفاعل

الاجبائي التي يميز 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. (٢٥)

(٣) التسامح: احترام تبادلي بين الأفراد والآراء، وإظهار اللطف والأدب فيما يُعبر عنه الآخرون لفظياً أو سلوكياً، مهما كان مستواه صحيحاً كان أم خاطئاً (٢٦)، "ان تحقيق التسامح بين الناس وتعميمه بينهم ليشمل جميع معاملاتهم وامور حياتهم يتطلب تأكيداً تربوياً دستورياً يراعاها وينظمه". (٢٧)

الصدق والثبات :

(١) اختبار الصدق (Validity) : تم قياس صدق التحليل من خلال عرض الصحيفة علي مجموعة من المحكمين في مجال الاعلام في الجامعات المصرية (*) ، 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

القنوات		قناة مصطفى حسني		قناة آرام تي في		قناة بالمخبة		الاجمالي	
فئات التحليل		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
علماء الدين		١٤	%٥٦	٣	%١٣,٦	٢	١٨,١٨	١٩	٨٧,٧٨
مفكرين ومثقفين وأدباء		٩	%٣٦	١٥	%٦٨,٣	٨	٧٢,٧٣	٣٢	١٧٧,٤٠
مسؤولين في الحكومة		١	%٤	صفر	صفر%	صفر	صفر%	١	٤
منظمات المجتمع المدني		صفر	صفر%	٣	%١٣,٦	١	%٩,٠٩	٤	٢٢,٦٩
منظمات حقوق الانسان		١	%٤	١	%٤,٥	صفر	صفر%	٢	٨,٥

المجموع	٢٥	%١٠٠	٢٢	%١٠٠	١١	%١٠٠	٥٨	%٣٠٠
---------	----	------	----	------	----	------	----	------

تشير نتائج الجدول السابق إلي اعتماد الاعلامي في كلاً من قنوات تلفزيون الانترنت محل الدراسة علي عدد كبير من المصادر، واحتلت فئة المفكرين والمتقنين 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 مسئولين في الحكومة في المركز الخامس بنسبة بلغت(٤%).

الجدول رقم (٢)

يوضح الأطر المرجعية للخطاب الاعلامي في قنوات تلفزيون الانترنت

القنوات فئات التحليل	قناة مصطفى حسني		قناة آرام تي في		قناة بالمخبة		الاجمالي	
	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 السابق 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 فئات التحليل	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
٢٤,٧١	٨	١٦,٦٨	٥	%٥,٢٦	٢	%٢,٧٧	١	أرقام واحصاءات	مسارات البرهنة المنطقية
		%						شهود عيان	
٣٦,٣٨	٢٢	٢٣,٣٣	٧	٢٨,٩٤	١١	١١,١١	٤	أقوال وتصريحات	
٩١,١٨	٣٢	٢٣,٣٣	٧	٢٨,٩٤	١١	٣٨,٩١	١٤	مستندات وتقارير	
٢,٧٧	١	صفر%	صفر	صفر%	صفر	%٢,٧٧	١	إجمالي مسارات البرهنة المنطقية	
١٨٢,٠٤	٦٣	٦٣,٣٤	١٩	٦٣,١٤	٢٤	٥٥,٥٦	٢٠	الانحياز لوجهة نظر واحدة	مسارات البرهنة غير المنطقية
صفر	صفر	صفر%	صفر	صفر%	صفر	صفر%	صفر	الاعتماد علي الوصف	
٤٨	١٧	%١٠	٣	١٥,٧٨	٦	٢٢,٢٢	٨	الاعتماد علي الاستعارات	
٦٦,٦٣	٢٣	٢٣,٣٣	٧	٢١,٠٨	٨	٢٢,٢٢	٨	تحميل الأزمة علي الطرف الآخر	
٣,٣٣	١	%٣,٣٣	١	صفر%	صفر	صفر%	صفر	إجمالي مسارات البرهنة غير المنطقية	
١١٧,٩٦	٤١	٣٦,٦٦	١١	٣٦,٨٦	١٤	٤٤,٤٤	١٦	المجموع	
%٣٠٠	١٠٤	%١٠٠	٣٠	%١٠٠	٣٨	%١٠٠	٣٦		

تكشف بيانات الجدول السابق 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 قم (٤)

يوضح أسلوب عرض قضايا التسامح بقنوات تلفزيون الانترنت

القنوات	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 السابق 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	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 الاستمالات	٧	٤٦,٦٨ %	٣	%٢٠	٥	%٥٠	١٥	١١٦,٦٨
المجموع	١٥	%١٠٠	١٥	%١٠٠	١٠	%١٠٠	٤٠	%٣٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن إجمالي الاستمالات العقلية المستخدمة عند عرض ثقافة التسامح احتلت المرتبة الأولى 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	قناة مصطفى حسني		قناة آرام تي في		قناة بالمخبة		الإجمالي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
قوائم ومعلومات وآراء متعلقة بالحياة العامة	٧	٤٦,٦٦ %	٨	٥٣,٣٤ %	٣	%٣٠	١٨	١٣٠
قوائم ومعلومات وآراء متعلقة بالحياة الخاصة للأفراد	صفر	صفر%	صفر	صفر%	٢	%٢٠	٢	٢٠
قوائم 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 السابق 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
تثقيفي	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 السابق 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 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 والمثقفين 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 الاولى 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.

قائمة المراجع :

١. رباب رافت محمد الجمال، 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).

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

٣. ٢٤ للدراسات 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>

٤. ريهام سامي، استخدامات الشباب لخدمات البث التلفزيوني عبر الانترنت ومدى رضاهم عن هذه الخدمات، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الأزهر، كلية الاعلام، العدد الرابع والخمسون، ج ٣، يوليو ٢٠٢٠

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

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

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

٨. 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).

٩. شافية 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)

١٠. 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)

١١. 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)

١٢. منذر صالح الزبيدي، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ط ١ (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٣)

١٣. معاوية حسين، خطوة خطوة البث المباشر للقنوات الفضائية عبر الانترنت، ٢٥/ ٧/ ٢٠٠٩/

<https://sudaneseonline.com/msg/board/484/msg/1255395486/rn/1.htm>

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

١٥. ريهام محمد عبد الباري، استخدامات الشباب المصري لقنوات تلفزيون الانترنت والاشباعات المتحققة منها، مرجع سابق.

١٦. جريدة النهار الكويتية ، ٢١/٥/٢٠١٥

<http://www.annaharkw.com/annahar/ArticlePrint.aspx?id=559702&mode=print>

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

١٨. إيمان محمد أحمد، التوظيف السياسي لتراكيب الصورة الفوتوغرافية (الفوتومونتاغ) في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها علي الشباب الجامعي المصري دراسة سيميولوجية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية اعلام ، قسم صحافة ، ٢٠١٦)

١٩. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ٢ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠).

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

٢١. مانويل ماريا كاريلو، ترجمة إدريس كثير، عز الدين الخطابي، خطابات الحداثة (المغرب: دار ما بعد الحداثة، ٢٠٠١).

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

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

٢٣. عادل رفاعي، المرجع في البحث العلمي، ط ١ (القاهرة: دار المنار للنشر والتوزيع، ٢٠١٤).

٢٤. إلهام سرحان، مفهوم الخطاب الاعلامي ، [www . mawdoo3.com](http://www.mawdoo3.com) ،

((17/7/2017))

٢٥. نبيل علي، تحديات عصر المعلومات (القاهرة : مطابع عالم الفكر ، ٢٠٠٣).
26. (6-11-2017) ،www.thephilosophyresource.co.uk.
27. (26-3-2006) ،www .fatwa.islamweb.net .

(*) أسماء السادة المحكمين مرتبه ترتيباً أبجدياً وحسب الدرجة العلمية

١. أ . د / أمين سعيد :رئيس قسم الاعلام ، بكلية الاداب ، جامعة الزقازيق
٢. أ. د / دينا فاروق أبو زيد : أستاذ قسم علوم الاتصال والاعلام ، بكلية الاداب ،
جامعة عين شمس
٣. أ . د / صلاح شريف :_أستاذ علم النفس التربوي ، كلية التربية النوعية ، جامعة
الزقازيق
٤. أ . د / عادل فهمي : أستاذ الإذاعة والتلفزيون ، بكلية الاعلام ، جامعة القاهرة
٥. أ . د / عربي الطوخي :_أستاذ قسم الاعلام ، ووكيل الكلية ، كلية الاداب ، جامعة بنها
٦. أ . د / محمد محمود المرسي : أستاذ قسم الاذاعة والتلفزيون ، بكلية الاعلام ، جامعة
القاهرة