

الإطار المنهجي والنظري  
للتأثيرات المعرفية والوجدانية  
للتعرض للقنوات التليفزيونية



أ.م.د/ تامر محمد صلاح الدين عبد الجواد سكر  
أستاذ الاذاعة والتليفزيون المساعد بقسم الاعلام-  
كلية الآداب- جامعة أسوان

المجلة العلمية المحكمة لدراسات وبحوث التربية النوعية

المجلد الثامن- العدد الأول- مسلسل العدد (15) - يناير 2022

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

البريد الإلكتروني للمجلة E-mail

## الأطر المنهجية والنظرية للتأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية "دراسة نقدية تحليلية"

أ.م.د/ تامر محمد صلاح الدين عبد الجواد سكر

أستاذ الاذاعة والتليفزيون المساعد بقسم الاعلام - كلية الآداب - جامعة أسوان

### ملخص الدراسة:

تسعى الدراسة لتقديم عرض نقدي تحليلي منهجي ونظري للاتجاهات البحثية العربية والأجنبية، ضمن بحوث الجمهور لدراسة وسائل الإعلام الذي يبحث دور ومكانة وسائل الإعلام في حياة الجمهور، وذلك من خلال دراسة التأثيرات التي تقوم بها وسائل الإعلام من تأثير علي المستوى الشخصي أو علي المستوى المجتمعي، لقد تنوعت الدراسات التي قامت برصد مختلف الأدوار فضلاً عن التأثيرات المعرفية والوجدانية للقنوات التليفزيونية بشكل عام والقنوات الفضائية بشكل محدد، بما يتضمنه ذلك من قنوات حكومية وأخرى خاصة، وقنوات عامة وأخرى متخصصة، وأيضاً ما بين تأثيرات معرفية ووجدانية، حيث اهتم عدد من الباحثين بالمحتوى المقدم في وسائل الإعلام عن طريق رصد وتحليل التداول الإعلامي للقضايا المختلفة، ولاسيماً في أوقات الأزمات أو الأحداث السياسية البارزة، عنى عدد آخر من الباحثين بدراسة الجمهور ورصد وتحليل معارفه واتجاهاته وتفسير ذلك في إطار سلوكه الاتصالي، كما تناول عدد ثالث من الباحثين الموضوع على نطاق أكثر شمولاً من خلال الجمع بين تحليل المحتوى الإعلامي ودراسة الجمهور معاً بهدف قياس أثر المحتوى في معارف واتجاهات الجمهور. وفي ضوء العرض التحليلي ومناقشته يمكن توضيح الرؤي المستقبلية والأجندة البحثية المقترحة.

وهدف العرض التحليلي النقدي للاتجاهات الحديثة لبحوث التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية الي رصد الدراسات التي تناولت التأثيرات المعرفية والوجدانية للقنوات الفضائية خلال العام 2013م حتى العام 2020م من مختلف المدارس البحثية بأنحاء العالم، اكتشاف الموضوعات والقضايا البحثية التي عالجتها الدراسات عينة التحليل، التعرف على التصميمات المنهجية والأطر النظرية لتلك الدراسات إضافة لأهم النتائج التي توصلت لها، السعي للتوصل لرؤية مستقبلية واقتراح أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجال التأثيرات المعرفية والوجدانية للقنوات التليفزيونية.

والتصميم المنهجي ينتمي العرض التحليلي الحالي إلى الدراسات الوصفية التحليلية، ويعتمد على منهج التحليل من المستوى الثاني، ويعتمد هذا المنهج على التحليل الكيفي وجاء مجتمع وعينة العرض التحليلي في الدراسات العلمية الحديثة في مجال التأثيرات المعرفية

والوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية بغية معرفة اتجاه البحوث في هذا الصدد ووضع رؤية مستقبلية للباحثين الذين يريدون دراسة هذا الجانب الهام.

وتحدد الإطار الموضوعي لمجتمع التحليل، في مجموعة البحوث سواء المنشورة أو غير المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية، ذات الصلة بموضوع الدراسة، والتي استطاع الباحث الحصول عليها من خلال المسح الشامل للمكتبتين العربية، استعراض الدراسات المرتبطة بالتأثيرات المعرفية للتعرض للقنوات التليفزيونية والتي تركز مجموعة الدراسات في ثلاثة اتجاهات بحثية مرتبطة بالتأثيرات المعرفية للتعرض للقنوات التليفزيونية وهي تأثيرات معرفية في إطار اعتماد الجمهور علي الوسيلة وتأثيرات معرفية في إطار اشباع حاجات معرفية واستخدامات الجمهور وتأثيرات معرفية لتأطير المضامين وتأثيراتها علي الجمهور.

كما استعراض الباحث الدراسات المرتبطة بالتأثيرات الوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية بغية معرفة اتجاه البحوث في هذا الصدد من خلال الاتجاه البحثي الأول للدراسات التي تناولت التأثيرات الوجدانية للمضمون السياسي والاجتماعي للتعرض للقنوات التليفزيونية وجاء الاتجاه البحثي الثاني للدراسات التي تناولت التأثيرات الوجدانية للتعرض للمضمون العنيف والجنسي بالقنوات التليفزيونية، وذلك للوصول الي الرؤى المستقبلية والأجندة البحثية التي يقترحها العرض التحليلي.

**الكلمات المفتاحية:** الاطر المنهجية والنظرية؛ التأثيرات المعرفية؛ التأثيرات الوجدانية؛ القنوات التليفزيونية؛ دراسة نقدية تحليلية.

#### **Abstract:**

The study seeks to provide a critical, analytical, systematic and theoretical presentation of the Arab and foreign research trends, within the audience research for the study of the media, which examines the role and place of the media in the life of the public, by studying the influences that the media exert on the Individually

or societal level, The studies that monitored the various roles as well as the cognitive and emotional effects of television channels in general and satellite channels in particular have varied, including government and private channels, public and specialized channels, as well as between cognitive and emotional effects, as a number of researchers paid attention to the content provided. in the media by monitoring and analyzing media coverage of various issues, especially in times of crises or prominent political events, another number of researchers studied the audience, monitored and analyzed its knowledge and attitudes, and interpreted that in the context of its communication behavior. The impact of the content on the knowledge and attitudes of the

audience. In light of the analytical presentation and discussion, the future vision and the proposed research agenda can be clarified.

The aimed of the critical analytical presentation of recent trends in research on the cognitive and affective effects of exposure to television channels is to monitor studies that dealt with the cognitive and affective effects of satellite channels during the year 2013 AD until the year 2020 AD from various research schools around the world, to discover research topics and issues that were addressed by the studies in the analysis sample, to identify methodological designs. The theoretical frameworks of these studies, in addition to the most important findings, seek to reach a future vision and propose a research agenda for the development of research in the field of cognitive and emotional effects of television channels.

The methodological design of the current analytical presentation belongs to the descriptive analytical studies, and it depends on the analysis approach from the second level, and this approach depends on the qualitative analysis. prospective researchers who want to study this important aspect.

The objective framework of the analysis community is defined in the research group, whether published or unpublished in Arabic and English, related to the subject of the study, which the researcher was able to obtain through a comprehensive survey of the two Arab libraries, reviewing studies related to the cognitive effects of exposure to television channels, which focus the group of studies in three directions. Research related to the cognitive effects of exposure to television channels, which are cognitive effects in the framework of the audience's dependence on the medium, cognitive effects in the context of satisfying the knowledge needs and uses of the audience, and cognitive effects of framing the contents and their effects on the audience.

The researcher also reviewed studies related to the emotional effects of exposure to television channels in order to know the direction of research in this regard through the first research direction of studies that dealt with the emotional effects of political and social content of exposure to television channels, and the second research direction came to studies that dealt with the emotional effects of exposure to violent and sexual content on television channels, To reach the future visions and research agenda suggested by the analytical presentation.

**Keywords:** methodological and theoretical frameworks; Cognitive effects; Emotional effects; TV channels; Critical and analytical study.

## مقدمة الدراسة:

تعد القنوات التلفزيونية الفضائية من أهم وسائل الاتصال الجماهيري، ومن أكثر الوسائط الإعلامية تأثيراً في الجوانب المعرفية والوجدانية للمتلقي، ويظل ما تقدمه أكثر قرباً وتأثيراً في عقول وأذهان المشاهدين ، لما تملكه من انتشار وسحرو جذب كما أنها تؤدي دوراً معرفياً ووجدانياً في حياة الأفراد والمجتمع، ومن هنا فالتأثيرات المعرفية والوجدانية للقنوات التلفزيونية الفضائية والبرامج الحوارية والتي تتناول بعض القضايا والأحداث التي تركز عليها هذا القنوات ؛ يفتح المجال لدراسة هذه التأثيرات بالقنوات التلفزيونية الإعلامية وامداد الجمهور بالمعلومات، وتأطير القضايا والأحداث ووضعها في سياق أيديولوجية الوسيلة ، والتعرف على حدود وأبعاد الموضوعية أو الانحياز في القنوات الفضائية ومدى تقديمها لمعالجة إعلامية موضوعية متوازنة أو متحيز في عرضها للمعلومات والآراء المختلفة المتعلقة بالقضايا السياسية وتناولها للأحداث الجاري. ودراسة مدى تأثير المتغيرات الديموغرافية على مقياس معرفة الجمهور المصري، وتقدم عرضاً تحليلياً نقدياً في مجال التأثيرات خاصة رصد التقييمات لما قد تحدثه الوسيلة والمضمون المقدم من آثار على المتلقي، ورصد وتقييم للمؤسسات الاعلامية من وجهة نظر الجمهور المتلقي كما تتناولها القنوات التلفزيونية، وبالتالي يكون من الأهمية بمكان تقييم اتجاهات الرأي العام نحو برامج وسياسات القنوات والوسائل.

## مشكلة الدراسة:

تنوعت الدراسات التي قامت برصد مختلف الأدوار فضلاً عن التأثيرات المعرفية والوجدانية للقنوات التلفزيونية بشكل عام والقنوات الفضائية بشكل محدد، بما يتضمنه ذلك من قنوات حكومية وأخرى خاصة، وقنوات عامة وأخرى متخصصة، وأيضاً ما بين تأثيرات معرفية ووجدانية ؛ ففي حين اهتم عدد من الباحثين بالمحتوى المقدم في وسائل الإعلام عن طريق رصد وتحليل تناول الإعلامي للقضايا المختلفة، ولاسيما في أوقات الأزمات أو الأحداث السياسية البارزة، عنى عدد آخر من الباحثين بدراسة الجمهور ورصد وتحليل معارفه واتجاهاته وتفسير ذلك في إطار سلوكه الاتصالي، كما تناول عدد ثالث من الباحثين الموضوع على نطاق أكثر شمولاً من خلال الجمع بين تحليل المحتوى الإعلامي ودراسة الجمهور معاً بهدف قياس أثر المحتوى في معارف واتجاهات الجمهور. وفي ضوء العرض التحليلي ومناقشته يمكن توضيح الرؤى المستقبلية والأجندة البحثية المقترحة .

حيث يندرج العرض التحليلي الحالي ضمن بحوث الجمهور لدراسة وسائل الإعلام الذي يبحث دور ومكانة وسائل الإعلام في حياة الجمهور، وذلك من خلال دراسة التأثيرات التي تقوم بها وسائل الإعلام من تأثير علي المستوى الشخصي أو علي المستوى المجتمعي.

### اجراءات الدراسة:

تعتبر دراسة التأثيرات من أهم وأصعب المشاكل التي تواجه الباحثين في مجال الإعلام الجماهيري وترجع الصعوبة إلى أنه ليس في الإمكان دائماً دراسة السلوك الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام لذلك فالدراسات التي تتعرض لدراسة التأثير تعمل في مجال المعلومات والاتجاهات حيث يمكن قياس استجابة الجمهور اللغوية والخروج منها باستنتاجات عن معلوماته واتجاهاته، وحتى عملية الاستنتاج قد تؤدي إلى نتائج غير دقيقة ( اسماعيل ، محمود حسن، 2003، ص 230).

ويري بعض الباحثين أن بحوث التأثير الإعلامي قد مرت بمراحل تاريخية مختلفة ، فقد أوضح ماكويل McQuial من خلال مناقشة لبداية التأثير الإعلامي أن الاهتمام العلمي بدراسة واقع أثر وسائل الإعلام لم يكن مدفوعاً بمعايير علمية خالصة، بل كان مسيراً بواسطة الاعتبارات الاجتماعية السائدة في مرحلة تاريخية (. (Scheufele, D. A. (1999).

**المرحلة الاولى :** التأثيرات المطلقة لوسائل الإعلام وتمتد من نهاية القرن التاسع عشر حتي نهاية الثلاثينيات القرن العشرين وساد الاعتقاد في هذه المرحلة بان وسائل الاعلام تمتلك قوة هائلة تمكنها من تشكيل الرأي العام وتغيير الاتجاهات والسلوك ، بل حتي فرض الانظمة السياسية رغم أنف الجماهير.

**والمرحلة الثانية :** مرحلة التأثيرات المحدودة لوسائل الاعلام وتمتد من أوائل الثلاثينيات حتي أوائل الستينيات من القرن العشرين ، وتتميز هذه الفترة بانتشار ملحوظ لأبحاث الاتصال واستخدام الأساليب الإمبريقية في هذه الأبحاث للإجابة عن اسئلة علمية محددة عن فاعلية وسائل الإعلام وتأثيرها علي الجمهور، وأطلق علي الدراسات التي تبنت هذا الاتجاه اسم " نظرية التأثير الاختياري "Selective Influence Theory.

**المرحلة الثالثة :** مرحلة التأثيرات المعتدلة لوسائل الاعلام والتي بدأت من القرن الماضي فقد تحددت ببداية اتجاه الدراسات الاعلامية نحو الاهتمام بدراسة التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام وتتميز بالاستغناء عن مفاهيم قوة الإعلام وسلطة الإعلام والاتجاه نحو مفاهيم اكثر تواضعا لفهم تأثير وسائل الاعلام علي المجتمع.

**المرحلة الرابعة والاخيرة :** اهتمت تلك المرحلة بدراسة تأثير الاعلام علي بناء الواقع الاجتماعي للجمهور من خلال تشكيل صور هذا الواقع بأذهان أفراد الجمهور، وهي ما تعرف بالبنائية الاجتماعية Social Constructionism (Natale, S., & Balbi, G. 2014, 203-). (218).

## 1. أهداف العرض التحليلي النقدي للاتجاهات الحديثة بحوث التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية :

- رصد الدراسات التي تناولت التأثيرات المعرفية والوجدانية للقنوات الفضائية خلال العام 2013م حتى العام 2020م من مختلف المدارس البحثية بأنحاء العالم.
- اكتشاف الموضوعات والقضايا البحثية التي عالجتها الدراسات عينة التحليل.
- التعرف على التصميمات المنهجية والأطر النظرية لتلك الدراسات إضافة لأهم النتائج التي توصلت لها.
- السعي للتوصل لرؤية مستقبلية واقتراح أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجال التأثيرات المعرفية والوجدانية للقنوات التليفزيونية.

## 2. التصميم المنهجي:

ينتمي العرض التحليلي الحالي إلى الدراسات الوصفية التحليلية، ويعتمد على منهج التحليل من المستوى الثاني Secondary analysis ويقوم على إعادة استخدام البيانات الناتجة من بحوث العلوم الاجتماعية، ويقدم التحليل مصدراً مهماً للبيانات التطبيقية كما يوفر للباحثين معلومات يمكن الاستفادة منها في معالجة مشكلات بحثية مهمة.

ويعتمد هذا المنهج على التحليل الكيفي للدراسات العلمية التي تنتمي لمجال التأثيرات المعرفية والوجدانية للقنوات التليفزيونية والمنشورة في الإطار الزمني من العام 2013م حتى العام 2020م، ويسمح هذا الإطار برصد وتوصيف وتحليل الاتجاهات البحثية المختلفة والتطور الذي يحدث في القضايا ورؤى وأفكار الباحثين في المجال.

## 3. مجتمع وعينة العرض التحليلي :

نستعرض في هذا البحث الدراسات العلمية الحديثة في مجال التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية بغية معرفة اتجاه البحوث في هذا الصدد ووضع رؤية مستقبلية للباحثين الذين يريدون دراسة هذا الجانب الهام.

يتحدد الإطار الموضوعي لمجتمع التحليل، في مجموعة البحوث سواء المنشورة أو غير المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية، ذات الصلة بموضوع التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية بمختلف دول العالم، والتي استطاع الباحث الحصول عليها من خلال المسح الشامل للمكتبتين العربية والغربية سواء من خلال المكتبات التقليدية، أو من خلال قواعد البيانات والمعلومات المتاحة على شبكة الانترنت باستثناء (الكتب ورسائل الماجستير) خلال الفترة الزمنية من 2013م وحتى 2020م، وذلك على النحو التالي:

- المكتبة الرقمية الخاصة بـ "بنك المعرفة المصري"، ( Egyptian Knowledge Bank: [www.ekb.eg](http://www.ekb.eg))، الذي يضم نصوصًا كاملة من البحوث والدراسات الأجنبية، وذلك للوصول إلى النصوص الكاملة للدوريات التالية: (Media, War & Conflict)، و (Sage Open Media, Culture & Journalism)، و (The International Communication Gazette)، و (Journalism & Mass Communication Quarterly)، و (Open Media, Culture & Journalism)، و (Society Newspaper Research Journal)، و (Journal of Terrorism Research Mass Communication)، و (Discourse & Communication)، و (European Journal of Communication research)، و (Communication and Society)، و (Asia Pacific Media Edit)، (ProQuest).
- محرك البحث الإلكتروني كويستا (Questia (<https://www.questia.com>))
- المكتبة الرقمية الخاصة بـ "دار المنظومة"، ([www.mandumah.com](http://www.mandumah.com))، وهي قاعدة بيانات عربية مُتاحة على شبكة (الإنترنت)، وتضم الكثير من البحوث والدراسات العربية.
- بعض الروابط الإلكترونية التي تحتوي بحوثًا ودراسات أجنبية في مجال الإعلام، منها: موقع ([www.scholar.google.com.eg](http://www.scholar.google.com.eg))، وموقع (Research Gate: [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)).

وقد تم استخدام المصطلحات والكلمات المفتاحية التالية في البحث حول متغيرات الدراسة

الحالية:

Cognitive effects, Emotional effects, Exposure to satellite channels, uses and gratifications, Constructing social reality, Dependence theory, Content impact, Influences of political content, Impacts of social content. Exposure to violent and sexual content.

**المحور الأول: استعراض الدراسات المرتبطة بالتأثيرات المعرفية للتعرض للقنوات التليفزيونية.**

هناك العديد من الدراسات التي يمكن تصنيفها في أكثر من اتجاه، كما أنه ليس من السهل تعريف مفهوم علمي دقيق لمعني الاتجاه البحثي، وفي هذا يتفق الباحث مع (حمادة، بسيوني 2008) في صعوبة تعريف مفهوم الاتجاه البحثي عند تحليله العام لرسائل الماجستير والدكتوراه بكلية الإعلام جامعة القاهرة في التسعينيات من القرن الماضي، فكثرة الدراسات أولاً وتداخل اهتماماتها قد تعوق هذا مع اختلاف نظرة الباحثين للتأثيرات وتداخل تخصصات الباحثين تجعل من الصعوبة بمكان تحديد اتجاه بحثي محدد، ومع ذلك، سنحاول رصد بعض الاتجاهات التي يمكن إلمحها ما أن تكون مؤشرات تساعدنا في تحديد هوية الاتجاهات البحثية مثل تنوع تطبيقاتها ومدى انتشارها في فترة ما والاستمرارية التي يمكن أن يحظى بها.



وتتضمن الدراسات ضمن هذا المحور الموضوعات والقضايا البحثية التي تهتم بدراسة التأثيرات المعرفية لتعرض الجمهور للقنوات ، لذا تركز مجموعة الدراسات في هذا المحور علي ثلاثة اتجاهات بحثية مرتبطة بالتأثيرات المعرفية لتعرض للقنوات التلفزيونية:

- **تأثيرات معرفية في اطار اعتماد الجمهور علي الوسيلة:** والمقصود بها التأثيرات الناتجة لتعرض الجمهور للقنوات التلفزيونية واستقائه المعلومات والحقائق حول القضايا والأحداث المختلفة.
  - **تأثيرات معرفية في اطار اشباع حاجات معرفية واستخدامات الجمهور:** فيها تقدم القنوات التلفزيونية للجمهور اشباع حاجات معرفية علي المستوى الفردي والمجمعي، وإلقاء الضوء علي القضايا المجتمعية.
  - **تأثيرات معرفية لتأطير المضامين وتأثيراتها علي الجمهور:** والمقصود بها الإطار أو القالب الذي تقدم القنوات التلفزيونية للمعارف من خلاله الموضوعات والقضايا والأحداث للجمهور.
- الاتجاه البحثي الأول: الدراسات التي تناولت التأثيرات المعرفية لاعتماد الجمهور علي القنوات التلفزيونية.**

تهتم القنوات التلفزيونية بتزويد المجتمع بالمعلومات عن الأحداث المحلية والعالمية والانتباه إلى نوعية العلاقة داخل المجتمع، وأيضًا تسهيل المعلومات المتعلقة بالتقدم والإبداع (الغزراوي، آمال، وعراي، دينا، 2012م: 588)، لذا عكف عدد من الباحثين على دراسة أداء القنوات الفضائية التلفزيونية لهذا الدور، حيث أكدت بعض الدراسات على ممارسة القنوات التلفزيونية الفضائية لدور كبير في خلق إما حالة من الاستقطاب بين المواطنين حول القضايا المختلفة، أو حالة من أحادية المنظور في معالجة القضية أكثر من الدور الذي تمارسه في تعريف الجمهور بالقضايا وأبعادها وتفصيلاتها(فايد، هشام، 2015م). كما توصل البعض لعدم وجود استراتيجية إعلامية تحكم عمل هذه القنوات التي أصبح كل منها يعمل حسب تصوراته بغض النظر عن المعايير الأخلاقية (رضا، عدلي ، 2014م).

وبالرغم من كون التأثيرات التي تحدثها القنوات التلفزيونية تحتل أهمية كبيرة لدي الدارسين عن الجمهور والقائم بالاتصال على حد سواء، إلا أن الأحداث والتحويلات العالمية، أكسبت هذه التأثيرات أهمية ، حيث أصبحت المعرفة هي السلعة الإعلامية الأكثر رواجًا -في معظم الأحيان- نتيجة للتطورات السريعة والمتلاحقة؛ مما يترك في ذهن المتلقي العديد من علامات الاستفهام التي تجعله يسعى بدوره لإيجاد إجابات لها في محاولة حثيثة لإزالة حالة الغموض التي أصبحت تحيط به. وهنا يبرز الدور الاتصالي للتلفزيون، ولاسيما القنوات التلفزيونية التي تقدم تحليلات وتفسيرات متسقة أحيانًا ومتباينة أحيانًا أخرى مع العناصر المكونة لهذا المشهد،

وخاصة خلال الأحداث السياسية المهمة؛ كالانتخابات أو الاستفتاءات على اختلافها. حيث اتفقت الدراسات العربية التي تلت أحداث الربيع العربي مثل دراسات (عبد المنعم، ياسمين، 2015م) و(عبدالرحيم، هشام، 2015م) وغيرها على تصدر الأخبار لتوزيع الموضوعات التي تتناولها برامج الرأي التي يشاهدها المواطن العربي بالقنوات التلفزيونية الفضائية العربية على اختلافها.

وبشأن اعتماد الجمهور علي القنوات التلفزيونية ، فقد انقسم الباحثون إلى ثلاثة أقسام: الأول يؤكد على اعتماد المشاهد في استقاء معلوماته بشكل عام على القنوات الإخبارية/ الخاصة العربية، ولاسيما قناتي الجزيرة والعربية، مثلما رصد مجيب الشميري، 2011، خلال دراسته للشباب الجامعي اليمني (الشميري، مجيب ، 2011م)، متفقاً بذلك مع ما أكده إحسان عباس ، 2014، خلال دراسته للجمهور العراقي (عباس إحسان ، 2014)، وما أكده أيضاً (عبد الرحمن ، محمود، 2015) خلال دراسته للجمهور المصري و ( Kilani، 2013) وفي دراسة اخري رصدت تفوق الفضائيات العربية على سائر الوسائل الأخرى كمصادر للمعلومات تم خلال حدث استثنائي وهو ثورة 25 من يناير 2011، (سمية عرفات ، 2012)، وهي الفترة التي لم يكن متاحاً للمشاهد المصري الاعتماد على غير قناة الجزيرة وتغطيتها الموسعة للأحداث إلى حد ظهور مقدمي برامج القناة بين المتظاهرين وهم يرددون هتاف الثورة "الشعب يريد إسقاط النظام" (اللبان، شريف، 2012، ص ص 250-251)، وذلك نتيجة لما قام به النظام المصري آنذاك من تعميم إعلامي تام شمل كافة وسائل الإعلام المصري المقروءة والمسموعة والمرئية، الحكومية وأيضاً الخاصة التي يفترض فيها أن تنافس وأن تلعب دوراً مهنيًا (اللبان، شريف ، 2012، ص ص 250-251)، فحتى الإنترنت، قامت شركة "TE Data" بقطع خدمته خلال الفترة من 28 من يناير وحتى 2 من فبراير بناءً على التعليمات الأمنية (اللبان، شريف، 2012، ص 92). وقد اتفقت دراسة اخري مع الرأي السابق مؤكدة على قدوم القنوات الإخبارية العربية مثل قناة العربية في مقدمة وسائل الإعلام التي تابعت من خلالها الجالية المصرية بمملكة البحرين أحداث وأخبار الثلاثين من يونيو 2013 (عبد العاطي ، علاء ، 2015).

ويؤكد القسم الثاني من الباحثين على اعتماد جمهور كل دولة عربية بالأساس على القنوات الفضائية الخاصة التابعة لدولته، ومن بينها دراسة (باوزير ، وجدى ، 2013) من خلال دراسته للجمهور اليمني خلال كلٍ من انتخابات ملء المقاعد الشاغرة بمجلس النواب 2009 والانتخابات الرئاسية المبكرة 2012 ، ودراسة محمود شلبية ومحمود السماسيري وعزام العنانزة ، التي توصلت إلى تصدر الفضائيات الأردنية لوسائل الاتصال الجماهيري التي يستقي منها الناخبون الأردنيون معارفهم عن الانتخابات (محمود شلبية وآخرون، 2013)، وفي دراسة علي

المشاهد اللبناني التي أكدت على اهتمامه بمتابعة القضايا السياسية اللبنانية بالقنوات الفضائية اللبنانية نتيجة لثقته بها، حيث جاءت درجة ثقة المبحوثين في تغطية القنوات الفضائية اللبنانية للقضايا اللبنانية "إلى حد كبير" في المرتبة الأولى (البيضا، مايا، 2012). و أبرزت دراسة ميرال مصطفى تصدر القنوات الفضائية المصرية الخاصة لقائمة مصادر المعلومات التي تعتمد عليها المرأة في الحصول على الأخبار الخاصة بالقضايا السياسية المصرية (مصطفى، ميرال ، 2015)، ودراسة سلام عبده التي أكدت على قدوم القنوات الفضائية المصرية في مقدمة وسائل الإعلام التي اعتمد عليها الجمهور المصري في الحصول على المعلومات عن الثورة المصرية (عبده ، سلام ، 2014) ودراسة جيهان يحيى التي أكدت على قدوم بعض القنوات الفضائية المصرية في مقدمة وسائل الإعلام التي تابع من خلالها الجمهور المصري تطورات عملية تعديل الدستور المصري لعام 2014 (يحيى ، جيهان ، 2014) متفقة بذلك مع دراسة نها غالي وإسلام عثمان التي رصدت الكثافة المرتفعة للتعرض للقنوات الفضائية المصرية خلال الفترة الانتقالية. (غالي ، نها و عثمان ، إسلام ، 2014)، ودراستي (بركات ، وليد ، شاهين ، هبة ، 2014) و(عبد الخالق ، سهام ، 2013) اللتين أكدتا على تصدر القنوات الفضائية المصرية الخاصة للمركز الأول من بين وسائل الإعلام التي اعتمد عليها أفراد العينتين للحصول على المعلومات، وكذلك دراسة (علي ، ولاء 2011) التي أكدت أيضًا على تصدر القنوات التي تمثل نمط الملكية الخاص المفتوح لكافة القنوات من حيث تفضيل المبحوثين لها وثقتهم في معالجتها للقضايا التي تقدمها. وقد اتفقت مع هذا الأمر بعض الدراسات التي قامت بدراسة بعض الفئات النوعية من الجمهور، مثل الدراسة التي أكدت على اعتماد كبيرة من جمهور المتعلمين على القنوات المصرية الخاصة (هاشم ، رباب ، 2013).

أما القسم الثالث من الباحثين، فقد جمع بين آراء القسمين السابقين، حيث أكد على اعتماد المشاهد العربي على كلٍ من الفضائيات الإخبارية العربية والفضائيات الخاصة التابعة لدولته على حدٍ سواء كمصادر للمعلومات ، ففي مصر أكدت دراسة على حصول التلفزيون المصري الفضائي ثم القنوات الفضائية العربية على أعلى درجات المتابعة الدائمة (مخلوف ، ماجدة ، 2015)، كما أكد هشام عبد الرحيم (2015) على تصدر كلٍ من القنوات الفضائية الخاصة العربية والقنوات التلفزيونية المصرية الخاصة للمصادر الإعلامية الرئيسية التي استقت منها عينة دراسته المعلومات حول القضايا العامة في مصر، وذلك بنسب كبيرة (عبد الرحيم ، هشام ، 2015)، كما خلصت دراسة اخري إلى زيادة اعتماد الشباب على القنوات الفضائية الخاصة للتعرف على البرامج الانتخابية لمرشحي الرئاسة (الشريبي، عبير، 2013)، وذهبت (رباب هاشم، 2012) إلى تفوق القنوات الخاصة والفضائيات الإخبارية العربية كمصادر معلومات للجمهور

المصري لمتابعة تطورات الأوضاع السياسية بعد ثورة يناير ، واختلف بعض باحثي الفريق الثالث مع ذلك من حيث الترتيب، فقد وجد (الشوربجي ،طارق ، 2011) أن القنوات الفضائية المصرية الخاصة قد أتت في مقدمة القنوات التليفزيونية التي يعتمد عليها المبحوثون في استقاء المعلومات والأخبار عن القضايا والمشكلات المثارة، يليها مباشرة القنوات الفضائية العربية؛ حيث تمثلت دوافع مشاهدة المبحوثون لها في المرتبة الأولى في معرفة الأخبار الخاصة بمصر ، وهو ذات الترتيب الذي أكدته (الغزالي ،آمال ، وعرابي ،دينا، 2012) حيث وجدنا أن "القنوات الفضائية المصرية" كانت قد جاءت في مقدمة مختلف الوسائل الإعلامية التي عرفت منها العمالة المصرية بالخارج قضايا الوطن ثم "القنوات الفضائية العربية" لاعتبارهم إياها مصدرًا للحصول على أخبار الوطن. وقد اتفقت مع هذا الأمر أيضًا بعض الدراسات التي قامت بدراسة بعض الفئات النوعية من الجمهور، مثل دراسة (عبد المرضي ،ماجدة ، 2014) التي أكدت على تصدر القنوات الفضائية الخاصة في مقدمة مختلف وسائل الإعلام التي اعتمدت عليها المرأة المصرية بهدف المعرفة بشأن الدستور المصري لعام 2014.

**يعرض الباحث البحوث والدراسات التي اهتمت بتلك التأثيرات المعرفية كما يلي:**

تعد التأثيرات المعرفية أدنى مستويات تأثير الإعلام بشكل عام، ولاسيما الإعلام المرئي، في الرأي العام، ويعرف علماء الاتصال التأثيرات المعرفية بوصفها "معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية" (البشر ، محمد ، 1997، ص.136).

وفي اتجاه بحثي عالمي وجد ندر في دراسة التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام بصفة عامة، ربما لارتباط عنصر المعرفة في أغلب الأحيان بالحالة التعليمية مما يجعل دراستها مرتبطة أكثر بالبيئة العربية في ظل ما تعانيه من ارتفاع معدلات الأمية، أو ربما لأن معظم الدول تقريبًا تتبنى شكلاً من أشكال الحصول على الدعم من الدول الأخرى، كما تتبنى الحكومات دعاية سياسية وبرامج إعلامية لتشجيع سلوك معين من قبل مواطنيها؛ كقيام بعض الدول بتحريض مواطنيها على دعم سياسات معينة أو معاداة بعض الأنظمة السياسية الخارجية (الحمداني ،حازم ، 2012، ص.148)، لذا فهي تحرص على إحداث مستويات أعلى من التأثيرات للإعلام تفوق تلك المعرفية. ويذهب بعض الباحثين لدراسة التأثير المعرفي للإعلام من وجهة نظر الجمهور، مثل دراسة (Liu,2014) التي أورد أن معظم مبحوثيها من مشاهدي برنامج التوك شو الأمريكي "The Daily Show with Jon Stewart" من الجمهور الصيني أنه رغم كون سبب انجذابهم له بداية هو أسلوبه الفكاهي، لكنه انتهى بزيادة معرفتهم عن الشؤون العامة، فضلاً عن الثقافة الشعبية ، وخلال العمليتين الانتخابيتين للرئاسة الأمريكية عامي 2000

و2004، فقد أثبتت (Elkins, 2009) تأثير مشاهدة التلفزيون في مستوى معرفة المواطنين إزاء المرشحين لانتخابات الرئاسة ، كما يؤكد التراث العلمي لتأثير الأثر على استمرار وجود تلك الأخطاء المعرفية لدى المواطنين. ومن أبرز أمثلة ذلك استمرار التغطيات الإعلامية في التحيز في التغطية الانتخابية، وهو ما ينتج عنه بالتبعية تحيزات في تقييم الناخبين للسياسات والمرشحين (Taylor, 2017, p.17).

وفي اتجاه بحثي آخر عربياً فيؤكد الكثير من الباحثين على وجود تأثيرات معرفية ناجمة عن التعرض للمحتوى التلفزيوني، ولاسيما محتوى برامج الرأي. وقد أيد (فايد ، هشام ، 2015) هذا الرأي حيث وجد أن خطاب الصفوة السياسية عبر الفضائيات لعب دوراً أساسياً في تعريف الجمهور بأبعاد القضايا التي قام بدراستها ، كما أثبتت (مصطفى،ميرال ، 2015) دور القنوات الفضائية الإخبارية المصرية في تشكيل تصورات المرأة المصرية عن الواقع السياسي القائم في مصر وقد توصل (الشميري،مجبب ، 2011) إلى وجود تأثيرات معرفية لدى الشباب الجامعي اليمني ناجمة عن التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الإخبارية العربية ولكنها تتفاوت من نوع إلى آخر، حيث وجد الباحث ارتباطاً إيجابياً بين متغيرات التعرض للقنوات الإخبارية العربية/ برامج الرأي- الاعتماد على برامج الرأي) وبين مستوى المعرفة السياسية وتتفق(هاشم ، رباب ، 2012) مع ما سبق مؤكدة على تفوق برامج الحوار التلفزيونية بالقنوات الخاصة على نظيراتها بالقنوات الحكومية على مستوى إمداد المبحوثين بالمعلومات حول تطورات الأحداث بعد الثورة. وتذهب (بركة ،انجي ، 2013) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية بين الأثر الخبرية لقضايا المشاركة السياسية في البرامج الحوارية الأرضية والفضائية والأثر المعرفية للمبحوثين بشأن القضايا نفسها. وقد وجدت (البيضا ،مايا ، 2012) علاقة ارتباط دالة إحصائية بين دوافع اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية اللبنانية وبين التأثير المعرفي لاعتمادهم عليها، حيث احتل رأي "عرفت معلومات عن قضايا المجتمع اللبناني منها" الوزن النسبي الأعلى وسط جميع الأوزان النسبية الخاصة بأراء مبحوثيها حول الآثار التي أحدثتها لديهم معالجة القنوات الفضائية اللبنانية السياسية ، وهو ذات الأمر الذي أكدته(Kilani, 2013) من ازدياد التأثيرات المعرفية كلما ازداد اعتماد الجمهور المصري على القنوات الإخبارية بدافع الفهم.

وقد أيدت الفرق البحثية السابقة وجود التأثيرات المعرفية علي مختلف الأحداث السياسية الهامة خاصة وأكدوا على أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل معارف الناخبين الأردنيين خلال الانتخابات النيابية بالمملكة الأردنية (شلبية ، محمود وآخرون، 2013)، وفي دراسة تمت بمصر أكدت على ظهور ما يمكن الإشارة إليه بالوظيفة "التعليمية" للدعاية السياسية من خلال اهتمام هذه الدعاية بتثقيف الناخبين حول العملية الانتخابية والتصويت (Gaweesh,

(2015)، كما أثبت (عبد العاطي، علاء، 2015) تحقق العديد من التأثيرات المعرفية نتيجة اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام أثناء الثلاثين من يونيو 2013، وأيضاً أكدت (يحيى، جيهان، 2014) على وجود علاقة إحصائية شديدة الدلالة بين تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ومُسْتَوَى معرفتهم بالدُسْتُور المِصرِي لعام 2014، كما أكدت (عرفات، سمية، 2012) على دور الفُضائيات العربية في إمداد معظم أفراد عينتها بالمعلومات عن الثورة المِصرية وما يرتبط بها من أحداث، علاوة على دورها في التأثير على مَعارف نسبة كبيرة من أفراد العينة التي ثبت وجود ارتباط طردي موجب بين كثافة استخدامهم للفُضائيات وبين حدوث تأثيرات معرفية عليهم وقد وجد (عبد، سلام، 2014)، علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد المبحوثين على القنوات الفُضائية المِصرية والعربية في الحصول على المعلومات عن ثورة 25 يناير وبين التأثيرات المعرفية المترتبة على هذا الاعتماد كما أكدت (عبد المرضي، ماجدة، 2014) على التأثيرات المعرفية للقنوات الفُضائية الخاصة- في المرأة المِصرية خلال تجربة الاستفتاء على الدستور المِصري لعام 2014. ويشير (عثمان، إسلام، 2015) إلى توسط مستوى إدراك الشباب المِصري لمضمون الحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة عام 2014، وكذلك إلى عدم تجاوز قدرتهم على الاحتفاظ بما تعرضوا له من مضمون هذه الحملات -فضلاً عن استعادته وتذكره- حدود المستوى المتوسط.

وظهر اختلاف بعض الباحثين حول قوة التأثيرات المعرفية للبرامج الحوارية بالقنوات التلفزيونية في مشاهدتها، ويتنوع هذا الاختلاف ما بين من يرون متوسط أو ضعف هذا التأثير المعرفي مثل (عبد الظاهر، وجدي، 2015) الذي وجد علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفُضائية المِصرية ومستوى المعرفة بقضايا مصر الحالية ما بعد ثورة 25 من يناير، كما وجد علاقة طردية ضعيفة بين نوعية البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفُضائية المِصرية ومستوى معرفة المبحوثين بالقضايا وأيضاً (مخولف، ماجدة، 2015) التي أكدت انخفاض نسبة الوعي المكتسب مما يقدم في البرامج الحوارية. وقد وصل هذا الاختلاف حول التأثيرات المعرفية إلى الحد الذي يذهب معه بعض الباحثين إلى وجود تأثيرات معرفية عكسية للتعرض لهذه البرامج، مثل (حمودة، سارة، 2011) التي توصلت لوجود علاقة ارتباطية عكسية بين حجم التعرض الكلي للتلفزيون (المِصري والفُضائي) ومستوى المعرفة السياسية للجمهور المِصري، وكذلك (عثمان، أحمد، 2015) الذي وجد أيضاً علاقة عكسية بين كثافة مشاهدة الشباب للبرامج الحوارية بالتلفزيون وإدراكهم لقضايا دراسته، أو حتى خلال الأحداث السياسية الهامة، مثل دراسة (باوزير، وجدي، 2013) الذي توصل هو الآخر إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين اعتماد الجمهور اليمني على وسائل وأساليب الدعاية

الانتخابية ومعلوماتهم عن الحياة السياسية خلال كلِّ من انتخابات ملء المقاعد الشاغرة بمجلس النواب 2009 والانتخابات الرئاسية المبكرة 2012. ويمكن تفسير ذلك في كون القائم بالاتصال -ولاسيما في العالم العربي- لا يعنيه في معظم الأحيان الإضافة إلى معارف وثقافة جمهوره المستهدف بقدر ما يعنيه التأثير في اتجاهاتهم وتوجيه سلوكهم في الاتجاه الذي يحقق مصالح من يسيطر على الإعلام، فإذا كانت النظم الشمولية سائدة في معظم دول العالم، وبخاصة دول "العالم الثالث"، فإن وجودها يتأكد في الدول العربية التي تكون معظم وسائل إعلامها -وبالأخص الإذاعة والتلفزيون- مملوكة للدولة وتتحدث رسمياً بسياساتها (البشر، محمد، 1997، ص.77).

وفي ضوء التطور في تكوين وتشكيل المفاهيم والمعارف نتيجة تناول بعض القنوات التلفزيونية لبعض الأحداث والتطورات المتلاحقة وإضافة مفاهيم جديدة، جاءت دراسة دور وسائل الإعلام الأمريكية في تناول الأحداث الإرهابية، بالتركيز على حادث إطلاق النار في كولومبيا عام 1999م، وهجمات 11 سبتمبر عام 2001م، وذلك من خلال تحليل المضمون الإعلامي النصي والمرئي الذي قدمته كل من Fox News, CNN, MSNBC, ABC, NBC CBS. .، وأكدت الدراسة في نتائجها الاعتماد الكبير لتلك القنوات على المصادر الرسمية، وخاصة العسكرية في تناولها للأحداث الإرهابية، كما أوضحت أن التغطية الإعلامية لأحداث 11 سبتمبر، قد أدت إلى تغيير مفهوم الإرهاب لدى السياسيين والقائمين بالاتصال، فقدموا تعريفاً جديداً له تبنته الثقافة الشعبية الأمريكية (Defroster. Ruth, 2016).

وفي نفس السياق جاءت دراسة اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية: دراسة مسحية على عينة من طلبة كليات الجامعة في مدينة مكة المكرمة، وطبق البحث على عينة عشوائية قوامها 300 مفردة من طلبة كليات الجامعة في مدينة مكة المكرمة خلال العام الدراسي 2014 م / 2015 م. وتوصل البحث إلى عدة نتائج من أهمها ما أن غالبية الشباب الجامعي يعتمد بدرجة متوسطة على القنوات الفضائية الناطقة بالعربية في متابعتهم للأحداث والقضايا السياسية، وأن أعلى نسبة مشاهدة للقنوات الإخبارية من قبل طلبة جامعة أم القرى كانت لقناة العربية (العززي، وديع محمد سعيد، 2016).

وفي نفس السياق جاءت دراسة لبحث "المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات الأوروبية الموجهة باللغة العربية"، وبالاعتماد على منهج المسح لمضمون مجموعة من القنوات الفضائية الأوروبية الموجهة باللغة العربية، وهي: بي بي سي العربية، وفرانس 24، وقناة روسيا اليوم ومسح لعينة من 400 مفردة من الجمهور المصري والتي اظهرت مدي استقاء

الجمهور واعتماده علي القنوات الفضائية للتعرف علي القضايا من خلال القنوات. (فودة، ولاء عبد الرحمن، 2014م).

وفي دراسة عن تكنولوجيا الاتصالات وديناميات وسائل الإعلام في اندونيسيا تناولت ما تقوم به وسائل الاعلام ومدى القوة المعلوماتية التي تقدمها للجمهور، وظهرت النتائج أن تكنولوجيا الاتصالات هي قوة الإعلام الجماهيري في نشر الرسائل الاتصالية، كما انها تنظم المعاملات الإلكترونية لبناء المعلومات لدي الجمهور المتلقي (Susanto, E. H. 2018)

وفي سياق اتجاه بحثي آخر حول ما قد تقوم به القنوات التلفزيونية من تقديم معلومات مضلله للجمهور، فبرغم تصنيف علماء الاتصال لأساليب التحيز والتحريف الإعلامي بوصفها دعائم أساسية للتضليل كسياسة متبعة في وسائل الإعلام الرأسمالية الديمقراطية التي تعتمد على التضليل لتحقيق أهدافها نظرًا لتيقنها أن معرفة الحقيقة يحول دون نجاحها في إقناع الناس عبر رسائلها الإعلامية (الحمداي، حازم ، 2012م، ص183)، وأيضًا رغم ما قدمه هؤلاء العلماء من وصف للتحيز بكونه أحد شروط المحتوى الإعلامي (Taylor, 2017, p.17)، فضلًا عما أكده بعض الباحثين على كون التركيز المشترك بين وسائل الإعلام على الأخبار السلبية يؤثر ليس فقط في الناخبين ولكن أيضًا في الصحفيين والإعلاميين أنفسهم (Helfer, 2016)، إلا أن القنوات والبرامج التلفزيونية كوسائل للتضليل الإعلامي (الحمداي، حازم ، 2012، ص.177) لا تكاد تكف عن استخدام هذه الأساليب في مخاطبة مختلف مشاهديها. وبحسب ما يؤكد سيمونز، فإن المحتوى الخبيري يجرى وضعه في التوقيت الأنسب من حيث الاقتران بالأحداث المتصلة ذات القدرة على التأثير في الكيفية التي يتم عبرها تصور القضية وفهمها من قبل الجمهور، وذلك عبر توظيف عدد من الآليات والتكتيكات المعلوماتية التي تهدف إلى كسب الموافقة العامة على السياسات المتبعة (Simons, 2016).

وفي إطار السعي لفهم التوقيتات لتقديم المعلومات لأفراد الجمهور، تم رصد الفترات الزمنية التي تخصصها بعض القنوات التلفزيونية لعرض وتناول القضايا والمعلومات التي ترغب في تقديمها لمشاهديها ، وذلك بالتطبيق على التلفزيون الهولندي، من حيث الوقت المخصص للبرامج التي تستهدف تقديم المعلومات السياسية ونشرها بين أفراد الجمهور، وذلك خلال الفترة الممتدة بين عامي 1957 و2006، ومن خلال حصر عدد البرامج المقدمة وأوقات البث التلفزيوني، توصلت نتائج الدراسة إلى أن هيئات البث التلفزيوني قد خصصت وقتًا أطول للبرامج التي تقدم المعلومات السياسية في كل من القنوات العامة والتجارية، إلا أنها كانت تبث في غير أوقات الذروة، خاصة في القنوات التجارية، وعكس ما هو متوقع، فقد انخفضت ساعات بث برامج الترفيه مقابل ارتفاع ساعات بث البرامج المعلوماتية. وقد أضافت الدراسة أن عملية



الانتقال من السيطرة الحزبية فى دولة شهدت تحولاً من نموذج الديمقراطية التشاركية إلى نموذج التنافسية الاقتصادية والاعتماد على طلب السوق، قد أدى إلى حدوث تغييرات فى البيئة الإعلامية؛ حيث تحول البث التلفزيوني إلى بث تليفزيوني مزدوج لم يدعم حتى الآن فكرة إطلاق النقاشات والحوارات العامة بين أفراد الجمهور، ومن هنا أكدت النتائج أن الدول التى تتمتع بقوة تقاليد البث العامة تستطيع أن تقدم لجمهورها غذاءً قوياً من البرامج المعلوماتية خاصة من خلال قنوات البث التلفزيوني العامة (Rosa van Santen, Rens Vliegthart, 2013).

وعلى جانب آخر جاءت دراسة تأثير حملات التسويق السياسي لمرشحي الرئاسة على السلوك الانتخابي للشباب المصري فى انتخابات الرئاسة، بهدف التعرف على واقع المشاركة السياسية للشباب المصري فى انتخابات رئاسة مصر 2012م الأولى وانتخابات الإعادة، والتعرف على طبيعة التعرض للحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة، توصلت الدراسة إلى تراجع اعتماد الشباب على المحطات الإذاعية والتلفزيونية الرسمية والصحف المطبوعة للتعرف على البرامج الانتخابية لمرشحي الرئاسة فى مقابل زيادة اعتمادهم على القنوات الخاصة والمواقع الإلكترونية للصحف ومواقع التواصل الاجتماعي، وأكدت على أن الحوار بكافة أشكاله يمثل الشكل الاتصالي الذى يستطيع الجمهور من خلاله تكوين المعارف والآراء والتوجهات كمؤثر أساسي فى تكوين القرارات الانتخابية والتأثير على السلوك الانتخابي، كما أكدت على إخفاق الحملات فى توعية الجمهور بأهمية المشاركة وأثرها على تقليل فرص التلاعب فى الانتخابات، بالإضافة إلى الإخفاق فى التوعية بأهمية هذه المشاركة فى الحصول على نتائج معبرة عن الرغبة الحقيقية للشعب المصري. (الشربيني، عبير فتحى، 2013م)

وفى إطار السعي للكشف عن درجات اعتماد فئة النخبة من الجمهور على المواقع الإخبارية للقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية كمصدر للمعلومات، جاءت دراسة "معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية الموجهة للجمهور العربي لقضايا العالم الإسلامي، ودورها فى تكوين معارف، واتجاهات النخبة المصرية"، ومن نتائج الدراسة أن معالجة الموقع الروسي اتسم بالحيادية، يليه الموقع البريطاني الـ BBC، ثم الأمريكي الـ CNN الذى اتصفت معالجته بالسلبية النسبية لإجمالي المعالجات للقضايا، بينما كانت معالجة الموقع الإسرائيلي (عربيل) بالسلبية المطلقة فى معالجته للقضايا. واحتل الموقع الإخباري (BBC) المرتبة الأولى من بين أكثر المواقع الإخبارية التى تعتمد عليها النخبة المصرية فى الحصول على المعلومات تلاه الموقع الأمريكي الـ (CNN)، بينما احتل المرتبة الرابعة الموقع الروسي (روسيا اليوم)، واحتل الموقع الإسرائيلي (عربيل) المرتبة الأخيرة (رمضان، آيات أحمد، 2013م).

وفي ضوء الاهتمام بالتأثيرات المعرفية بالعملية الانتخابية جاءت دراسة "دور وسائل الإعلام الصينية والروسية والعربية السعودية في تناول أحداث الانتخابات الرئاسية الأميركية"، هدفت الدراسة إلى تحليل التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام الحكومية الصينية والروسية والسعودية لانتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2016م، وذلك من خلال تحليل مضمون 365 قصة إخبارية قدمتها 14 وسيلة إعلامية. وأكدت النتائج اعتماد وسائل الإعلام محل الدراسة على الاستشهاد بمصادر الأخبار الأمريكية بنسبة كبيرة تفوق المصادر الأخرى، كما أشارت إلى وجود منطقة رمادية وعلاقات ضبابية بين أمريكا والدول الأخرى، وكانت التغطية الإعلامية في دولتي الصين والسعودية مؤيدة لتوجهات الحزب الديمقراطي ومناصرة لترشيح هيلاري كلينتون، بينما كان المضمون الإعلامي الروسي مؤيداً للتوجهات الحزبية الجمهورية ومناصراً لترشيح دونالد ترامب (Ethan Christopher Stokes & all, 2017).

وفي نفس الإطار جاءت دراسة دور التلفزيون في دعم المشاركة السياسية لدى الجمهور المصري بالتطبيق على الانتخابات الرئاسية 2012م، التي سعت إلى التعرف على المصادر التي اعتمد عليها الجمهور في الحصول على معلوماته عن الانتخابات الرئاسية، ومدى متابعته للتلفزيون أثناء فترة الانتخابات، ورصد أهم مصادر معرفة البرامج الانتخابية للمرشحين الرئاسيين، وقد توصلت الدراسة إلى أن التلفزيون هو المصدر الأساسي لدى الجمهور في الحصول على معلوماته عن الانتخابات الرئاسية. (بركات، وليد فتح الله، شاهين، هبة أمين، 2014م).

وفي نفس سياق جاءت دراسة العلاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والمشاركة السياسية لدى المواطن الليبي، وسعت للكشف عن مدى الأثر الذي يحدثه التعرض لهذه المضامين في خلق الاهتمام بالسياسة ومعدل المشاركة في صنع القرار، وذلك باستخدام أسلوب المسح الإعلامي على عينة من القنوات الإخبارية الفضائية العربية و 400 مفردة من الذين يحق لهم المشاركة في الانتخابات المقيمين بمدينة طرابلس وبنغازي، و أكدت الدراسة على ارتفاع نسبة اعتماد الجمهور الليبي على القنوات الفضائية التلفزيونية الإخبارية في استقاء الأخبار (المرغني، عادل عاشور، 2013م). وفي إطار آخر للاهتمام بقضية الصراع العربي الإسرائيلي، جاءت دراسة دور القنوات الفضائية في تغطية أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة وتداعياته، واستهدفت الدراسة قياس حجم الاعتماد علي الفضائيات الإخبارية في متابعة أحداث العدوان وتداعياته، وتقييم الجمهور لموقف الفضائيات الإخبارية من أحداث العدوان، وتقييم مستوى الأداء المهني للفضائيات الإخبارية في خدمة القضية الفلسطينية، ومن أهم نتائج الدراسة: تصدر قناة الجزيرة في درجة اعتماد الجمهور علي القنوات الفضائية

الإخبارية لمتابعة أحداث العدوان وتداعياته، تلاها قناة الميادين، وأن مستوى أداء إعلامي قناة الجزيرة الأكثر ايجابياً لأحداث العدوان وتطوراتها، وأن مستوى أداء إعلامي قناة العربية الأكثر سلبياً، وحازتا قناتي الجزيرة والميادين علي أعلى مستوى في التغطية الفورية للقنوات الفضائية الإخبارية في متابعة أحداث العدوان في حين أن قناتي النيل الإخبارية المصرية والإخبارية السعودية تذيلتا قائمة القنوات الإخبارية من حيث فورية التغطية (المصري، نعيم فيصل، 2015م).

**الاتجاه البحثي الثاني: الدراسات التي تناولت التأثيرات المعرفية للقنوات التلفزيونية لإشباع حاجات علي المستوي الفردي والمجمعي لدي الجمهور.**

تعتبر بحوث الاستخدام والإشباع من المقاربات التي اندرجت ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في أواخر الستينات من القرن الماضي، و تركز على دراسة أسباب استخدام وسائل الإعلام والاتصال والتعرض إليها من مختلف الفئات الاجتماعية في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام والعائد من هذا الاستخدام الذي يحققه الفرد. ويرى أصحاب هذا الاتجاه بأن إقبال الناس على وسائل الإعلام والاتصال يمكن تفسيره على ضوء استخدامهم (Uses) وكذلك حول العائد والإشباع (Gratification) الذي يتحقق منه.

وفي ضوء طرح الرؤية للاستخدام الجمهور للقنوات التلفزيونية والتعرض لها لإشباع حاجات معرفية ما، علي المستوي الفردي والمجمعي، جاءت دراسة تتناول العلاقة بين استهلاك طلاب الجامعات الليبية من الخدمات الإخبارية التلفزيونية الفضائية الليبية والدولية العربية وتصوراتهم عن الإشباع الذي يتلقوه من هذه الخدمات الإخبارية، تم إجراء مسح استقصائي لعينة من 342 مستجيباً (ذكور وإناث) من جامعة طرابلس في ليبيا خلال العام الدراسي 2013-2014م، وأظهرت النتائج أن الوقت الذي يقضيه الطلاب في استهلاك الأخبار التلفزيونية المحلية يرتبط ارتباطاً سلبياً بالإبلاغ عن استخدام القنوات التلفزيونية الدولية، قال الطلاب أنهم حصلوا على أخبار أقل مما يرغبون من التلفزيون المحلي، وأشارت النتائج إلى أن قناة العربية تضيف خدمات إخبارية دولية؛ لعبت دوراً مهماً في خدمة هؤلاء الطلاب الليبيين بأنواع المعلومات التي يحتاجونها، وتناقش النتائج فيما يتعلق بالتأثير المتنامي للخدمات الإخبارية الإذاعية الدولية والحاجة إلى خدمات الأخبار التلفزيونية المحلية لإيجاد طرق لجعل نفسها مميزة بطريقة توفر مصدراً إخبارياً بديلاً (العوجلي، طارق، 2016م).

ولرصد التأثيرات المعرفية وفقاً لاحتياجات الجمهور من التعرض لبعض القنوات التلفزيونية من خلال ما تتيحه من أخبار وتأثير ذلك في المعرفة للجمهور، جاءت دراسة "دور قناة فوكس الإخبارية في التأثير على المعرفة السياسية للجمهور"، التي استهدفت البحث في التأثيرات

المعرفية للقنوات الحزبية على أفراد الجمهور الأمريكي بالتطبيق على قناة فوكس الإخبارية، ومن خلال الاستعانة ببيانات مسحية لأعوام 2000م، و2004م، و2008م، أكدت الدراسة عدم وجود تأثيرات معرفية ملحوظة للمضامين الإخبارية التي تقدمها القناة التليفزيونية محل الدراسة، بينما كانت هناك بعض التأثيرات الإيجابية التي ترتبط بمناقشة أنواع محددة من القضايا ذات الصلة بالتوجه الحزبي للقناة، عبر عنها المشاهدون من الجمهوريين. وأضافت النتائج أن الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام الحزبية على درجة معرفة الناخبين بالقضايا السياسية المختلفة تبدو غير واضحة، وبالتالي لا يمكن تحديد مدى قدرتها على دفعهم نحو التصويت في العمليات الانتخابية، فلم تستطع الدراسة أن تحدد ما إذا كانت المعلومات التي قدمتها القناة التليفزيونية قد أفادت الناخبين أم لا. (Elizabeth Schroeder, Daniel F. Stone, 2015).

وعن استخدام الجمهور للقنوات التليفزيونية لرفع الوعي لديهم؛ جاءت دراسة للتعرف إلى دور البرامج الإخبارية في قناتي الجزيرة والعربية في تنمية الوعي السياسي، حيث تكونت عينة الدراسة من 150 طالب وطالبة من طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج مفادها، تصدر التعرض للبرامج الإخبارية في قناتي الجزيرة والعربية لتنمية الوعي السياسي لدى طلاب كلية الإعلام جامعة اليرموك. وتوقعت برامج قناة الجزيرة علي برامج قناة العربية في رفع مستوى الوعي السياسي لدى الطلاب (شراذقة، تحسين محمد أنيس، 2018م).

وفي إطار احتياج المتلقي للمعلومات ولمراقبة السلطة جاءت نتائج دراسة "دور برامج السخرية السياسية في التأثير على الأداء الصحفي"، التي بحثت مدى ثقة الجمهور في البرامج الإعلامية القائمة على السخرية السياسية، وكيفية مساعدة محتواها الإعلامي في التأثير على تقييم الجمهور للوسيلة الإعلامية ودرجة ثقته بها، وذلك بالتطبيق على برامج The Daily Show, The Last Week, Tonight. وقد أكدت نتائج الدراسة قيمة المحاكاة الساخرة للأخبار باعتبارها شكلاً من أشكال النقد الإعلامي، وفاعلية دورها في الترويج لقيمة الأداء الإعلامي وتعزيز ثقة الجمهور في وسائل الإعلام، حيث تعمل المحاكاة الساخرة للأخبار كنقطة مهمة مقابلة للخطاب الصحفي الإخباري السائد، فتكون بمثابة شكلاً من أشكال المحتوى الإخباري القادر على تأدية التأثيرات المعرفية المتوقعة من وسائل الإعلام بفاعلية كبيرة؛ مثل توفير المعلومات والتحليلات السياسية، والعمل على مراقبة السلطة وتوجيه النقد إليها (Jason T. Peifer, 2015).

وللتعرف علي الاشباع التي يحتاجها الجمهور عندما يتعرض للبرامج التليفزيونية، اهتمت دراسة ببحث العلاقة بين التوجه السياسي للمشاهد وقيمه وتأثيرها في تقييم البرامج السياسية

التلفزيونية من خلال دراسة مسحية؛ لفحص اتجاه 2.843 مشاهدًا أسبانيًا نحو البرامج الإخبارية التي تُعرض من خلال 6 قنوات تُصنف بأنها الأكثر مشاهدة، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقةً بين المستوى التعليمي الخاص بالفرد وبين اتجاهه نحو هذه البرامج؛ فكلما ازداد المستوى التعليمي زاد مستوى انتقاده لها، كما أن الذكور يحملون اتجاهًا سلبيًا نحو هذه النوعية من البرامج أكثر من الإناث، وبالإضافة إلى تأثير العوامل الديموغرافية وجد الباحث أن المشاهد يحكم على القناة كلياً من خلال اتجاهه نحو هذه البرامج ( Bayo-Moriones, A., et al, ) (2015).

ومن منظور التعرف علي دوافع التعرض وربطه بتأثيرات وسائل الإعلام، جاءت دراسة التعرض للقنوات الفضائية المصرية والعربية وعلاقته باتجاهات المشاهدين نحو الجماعات الإسلامية ذات التوجه السياسي، لبحث التعرض للقنوات الفضائية المصرية والعربية، وعلاقتها باتجاهات المشاهدين نحو الجماعات الإسلامية، وكذلك تقييم المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية والعربية في تناول القضايا الخاصة بهذه الجماعات ، والتعرف على الاستعداد السلوكي لاتجاهات المشاهدين نحو هذه الجماعات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها تعددت دوافع مشاهدة القنوات الفضائية المصرية والعربية، منها الموافقة على المشاهدة بحكم العادة، بينما جاءت الموافقة على الدافع الخاص بمعرفة كل ما يجري من أحداث، وجاء دافع شغل أوقات الفراغ . (أحمد، دعاء عبد اللطيف، 2017م).

واهتمت دراسة ببحث "التأثيرات السياسية للتحيز الإخباري"، حيث استهدفت الدراسة البحث في النتائج السياسية الناجمة عن تقديم الرؤى الإعلامية المتحيزة سياسياً، لمعرفة كيفية تأثير المضامين الإعلامية على عمليتي الاستقطاب السياسي والمشاركة السياسية داخل الولايات المتحدة الأمريكية. وأثبتت الدراسة أن الأخبار التلفزيونية تعتمد على وسائل الإعلام المطبوعة كمصدر للأخبار السياسية المتحيزة، كما تلجأ إلى نشر المضمون الترفيهي من أجل ملء الوقت وتشتيت انتباه المواطنين عن القضايا الأكثر تعقيداً، كما أكدت النتائج وجود تأثير ثابت وإيجابي للتعرض لقناة فوكس نيوز على عملية المشاركة السياسية، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية بين مشاهدة المواطنين الأقل في المستوى التعليمي لقناة فوكس نيوز كمصدر رئيسي للأخبار خلال الانتخابات الرئاسية لعام 2004م، ومشاركتهم بالتصويت في العملية الانتخابية. (Dimitri Kelly, 2013).

كما أوضحت عدة دراسات ما قد يترتب على تناول الإعلامي من تأثير على اتجاهات الجمهور ومواقفه ومعلوماته، ومن هذه الدراسات الدراسة التي تناولت دور تناول الإعلامي لقضايا السياسة الخارجية في التأثير على آراء الجمهور واتجاهاته، والتي توصلت إلى أن كثافة

التعرض للقنوات الإخبارية أثرت سلباً على اتجاهات الجمهور نحو السياسة الخارجية المصرية بصفة عامة حيث ترى نسبة كبيرة أن القنوات العربية تشوه الدور المصري وتقصد التعقيم عليه، كما توصلت الدراسة إلى أن متغير النوع لم يؤثر في اتجاهات الجمهور نحو كل من كثافة التعرض ومعالجة القنوات الإخبارية لقضايا السياسة الخارجية، والدور السياسي المصري في قضايا السياسة الخارجية محل الدراسة بينما أثر في ذلك كل من متغير السن، المستوى التعليمي، الدخل. (حسين، سارة محمد، 2013م).

**الاتجاه البحثي الثالث: الدراسات التي تناولت التأثيرات المعرفية علي الجمهور في اطار التأطير للمضامين بالقنوات التليفزيونية.**

نظرية تحليل الاطار الاعلامي تدرس ظروف تأثير الرسالة، وتقوم هذه النظرية على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الاعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا اذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر اعلامية هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة.

تأطير الرسالة الاعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات ، يعني عندما يقع حادث معين فالحدث قد لا تكون له دلالة كبرى عند الناس ولكن وسائل الاعلام تصفه في اطار اعلامي من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين حتى يصبح هاماً في قلب الاطار الاجتماعي كله ، ويعرف الاطار الاعلامي بأنه: بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الاعلام لتجعل الناس أكثر ادراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما، فهي اذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة ادراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية.

والاطار الاعلامي يحاول أن يشابه ويمثل بين ما يدركه الناس في حياتهم اليومية وبين بناء الرسالة وتشكيلها كما تفعل الوسيلة الاعلامية بمعنى أن الوسيلة الاعلامية لا تهدف الى التغيير أو بناء قيم جديدة ولكنها تهدف أكثر الى الاستفادة من الفهم العام الموجود.

وفي دراسة سعت للتعرف علي الدور الذي تقوم به الفضائيات الإخبارية (الجزيرة، العربية، العالم) في تشكيل معارف الجمهور اليمني (العامة والمتعمقة) عن الأزمة السياسية اللبنانية، وقدرتها على تشكيل أجندتهم للقضايا والأزمات الدولية، وقدرتها على تشكيل اتجاهاتهم نحو الأزمة السياسية اللبنانية في ضوء نظرية الأطر الإخبارية ونظرية الفجوة المعرفية وقياس تأثير المتغيرات التي تضعف أو تقوي معارف الجمهور واتجاهاته نحو الأزمة، وتم تحليل النشرات الاخبارية بقنوات الجزيرة، والعربية، والعالم، وقد تم اختيار تلك القنوات لتمثل ثلاث اتجاهات متباينة تجاه الأزمة السياسية اللبنانية، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها أن

الجمهور اليمني عينة الدراسة كان أكثر قبولاً للإطار الخيري الذي تم طرحه من خلال قناة العربية والذي يؤكد على أن الأزمة السياسية اللبنانية هي انقلاب عسكري ينفذه حزب الله على الشرعية الدستورية اللبنانية تحت مبرر قرارات الحكومة استناداً إلى قوة سلاحه وبدعم إيراني سوري، سيؤدي بلبنان في النهاية إلى الهاوية، أي أن المبحوثين كانت لديهم اتجاهات سلبية تجاه موقف حزب الله (الكافي، محمد عبدالوهاب الفقيه، ومظهر، بشار عبدالرحمن، 2016م).

واهتمت دراسة أخرى ببحث "مقارنة التغطية الإخبارية الأمريكية والبريطانية والعربية لحرب الطائرات الأمريكية بدون طيار، واستهدفت البحث في الأطر المستخدمة لتغطية برنامج الولايات المتحدة للطائرات بدون طيار في التغطية الإخبارية الأمريكية والبريطانية والعربية، باستخدام نظرية الهوية الاجتماعية وتحليل مضمون أربع وسائل إعلامية إخبارية، هي: السي إن إن، والبي بي سي، والجزيرة، والعربية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: كانت التغطية الأمريكية مؤيدة لسياسة استخدام الطائرات بدون طيار وأظهرتها بشكل قانوني (مشروع)، وأظهرت الجانب الخاص بقيمتها الاستراتيجية وتطورها التكنولوجي، بينما لم تلق الضوء على تسببها في موت المدنيين. كانت التغطية الإخبارية العربية هي أكثر التغطيات حدة في نقد البرنامج الأمريكي، وقللت من أهميته التكنولوجية ومدى قانونيته. كانت التغطية البريطانية تنتقد تلك السياسة ولكن بشكل أقل من التغطية العربية أي كانت في نقطة بين النقطتين الأمريكية والعربية، وناقشت الدراسة أطر التغطية علي المتلقي ومدى تأثره بها. (Penelope Sheets & Others, 2015).

وفي نفس السياق جاءت دراسة المعالجة الإخبارية للأزمات الاقتصادية المصرية في القنوات الموجهة بالعربية واتجاهات الجمهور حيالها"، التي استهدفت الدراسة رصد وتحليل الأطر الخيرية للأزمات الاقتصادية في قنوات (روسيا اليوم- بي بي سي العربية- فرانس 24)، ومعرفة درجة اعتماد الجمهور المصري عليها خلال الأزمات الاقتصادية المصرية؛ وذلك بالاعتماد على نظرية الأطر الخيرية ومدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، وباستخدام منهج المسح لعينة من النشرات الإخبارية بالقنوات الثلاث لمدة 3 أشهر، ولعينة عمدية قوامها 400 مفردة من الجمهور. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: اتفقت القنوات الثلاث في تأييد طريقة معالجتها للأزمات الاقتصادية المصرية مع سياسة بلادها تجاه مصر، جاءت أطر التغيير السياسي وأطر النتائج الاقتصادية في مقدمة الأطر الرئيسية التي عبرت عن الأزمات في القنوات الثلاث محل الدراسة. وارتفعت بشكل عام نسبة الاعتماد غير المنتظم للقنوات الثلاث، وجاءت أعلى نسبة في الاعتماد بشكل دائم لصالح قناة بي بي سي، تلتها قناة روسيا اليوم، وفي المرتبة الأخيرة جاءت قناة فرانس 24. وجاءت قناة بي بي سي العربية على رأس القنوات

الموجهة بالعربية التي يشاهدها الجمهور عينة الدراسة، تلتها قناة روسيا اليوم (عطية، بسنت محمد، 2014م).

في حين ذهبت دراسة عن "دور القنوات العربية الموجهة في تشكيل صورة الواقع العربي لدى الجمهور الأمريكي استهدفت الدراسة رصد صورة الواقع العربي المدرك بالعقل الأمريكي وتحليله، والوقوف على طبيعة الدور المنوطة بالقنوات العربية الموجهة باللغة الأجنبية وأهميته في معالجة وتشكيل ملامح صورة هذا الواقع من خلال دراسة تطبيقية للجمهور الأمريكي الموجود في الوطن العربي، وللجمهور الأمريكي من غير مرتادي السفر والقاطنين في الولايات المتحدة الأمريكية، ومسح لأساتذة الإعلام والقائمين بالاتصال بالقنوات العربية الموجهة (الجزيرة الإنجليزية والنيل الدولية) وتوصلت الدراسة أن صورة الواقع العربي المدرك لدى الجمهور الأمريكي تختلف باختلاف مجال الحصول على المعلومات، من حيث درجة الاعتماد على القنوات الفضائية الغربية، ومواقع التواصل الاجتماعي، والمحطات الإذاعية، والمواقع الإخبارية، والعائلة والأصدقاء (غالي، محمد كمال محرز، 2015م).

وفي إطار الانتخابات التشريعية ودور المضمون الخبيري في تغطيتها جاءت دراسة المعالجة الإخبارية للانتخابات التشريعية في القنوات الفضائية العربية والدولية، للكشف عن كيفية معالجة قناتي العربية والحرّة للانتخابات التشريعية المصرية من حيث الشكل والمضمون، ورصد أوجه الاتفاق والاختلاف بين القناتين فيما يتعلق بأطر التغطية الإخبارية للانتخابات، والتعرف على مدى انعكاس المواقف السياسية العربية والدولية على معالجة القناتين للانتخابات التشريعية المصرية، والتعرف على أثر الأيديولوجيا السياسية للدولتين التابع لهما القناتين في بناء الأطر المتعلقة بالانتخابات التشريعية المصرية، وقد توصلت الدراسة إلى تركيز القناتين على قيمة الصراع في عرض قضية الانتخابات، بالإضافة إلى التأثير الواضح للأيديولوجيا السياسية للدولة التابع لها القناة، كما استخلصت وجود إقبال جماهيري غير مسبوق على المشاركة في الانتخابات التشريعية والإشراف القضائي الكامل على عملية الاقتراع، وانخفاض وتيرة العنف الذي صاحب الانتخابات السابقة، بالإضافة إلى مشاركة القوي السياسية المختلفة في الانتخابات ومشاركة المصريين في الخارج لأول مرة في عملية التصويت (شاهين، هبة أمين، 2013م).

قد تناولت بعض الدراسات وجود تأطير تقوم به بعض وسائل الاعلام وبما يتسق مع طبيعتها وجمهورها المستهدف، حيث أظهرت التحيز الإعلامي وعدم الموضوعية في نقل الأحداث بهدف صنع رأي عام موافق عبر تأطير القضايا السياسية في الأطر التي تتفق مع أيديولوجية الدوائر السياسية التي يعبر عنها القائم بالاتصال (Simons, 2016)، وفي دراسة استهدفت البحث في الأطر المستخدمة لتغطية برنامج الولايات المتحدة للطائرات بدون طيار في



التغطية الإخبارية الأمريكية والبريطانية والعربية، وظهرت النتائج مدي التأطير للتغطية وعلاقته بتحديد الهوية الوطنية من الاخبار حيث كانت التغطية الأمريكية مؤيدة لسياسة استخدام الطائرات وأظهرتها بشكل قانوني (مشروع)، وأظهرت الجانب الخاص بقيمتها الاستراتيجية وتطورها التكنولوجي، بينما لم تلقِ الضوء على تسببها في موت المدنيين، في حين كانت التغطية الإخبارية العربية هي أكثر التغطيات حدة في نقد البرنامج الأمريكي، وقللت من أهميته التكنولوجية ومدى قانونيته ، وجاءت التغطية البريطانية تنتقد تلك السياسة ولكن بشكل أقل من التغطية العربية أي كانت في نقطة بين النقطتين الأمريكية والعربية. ( Sheets, P.,& Jones, T. M,2015)

وفي دراسة أخرى لتحليل مقارن لأطر وتناقضات تغطية الثورة المصرية عام 2011م، بقناتي الجزيرة الناطقة بالعربية و CNN، حيث كشف الدراسة أن قناة الجزيرة قامت بتغطية أخبار الثورة انطلاقاً من وجهة النظر الثورية السلمية الحاملة بالغد المشرق، في حين قامت قناة CNN بتغطية أخبار الثورة المصرية انطلاقاً من وجهة نظر المسؤولين الحكوميين بالولايات المتحدة الأمريكية الذين يخشون من تبعات هذا الحراك على أمن اسرائيل، وهو ما انعكس على جوانب تغطية كل منهما، ففي حين ركزت الجزيرة على الآليات السلمية التي استندت عليها الثورة المصرية كالإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي مع تركيز القناة على إجراء لقاءاتها فقط على هؤلاء الثوار، انصب تركيز CNN على خطورة الإطاحة برئيس ربطته بالأمريكان روابط وثيقة على مدار ثلاثة عقود لطالما حافظ فيها على أمن اسرائيل لصالح آخر مجهول قد يأتي على أساس ديمقراطي يضر بالصالح الأمريكي والإسرائيلي، مع تركيز القناة على إجراء لقاءاتها فقط على كبار المسؤولين الأمريكيين والمصريين (Yehia, 2013).

ومن خلال منظور يهتم ببحث دور البرامج الإخبارية التي تقدمها قناة الجزيرة في تناول القضايا العربية، وذلك من خلال أساليب الملاحظة والمقابلات المتعمقة وتحليل المحتوى، من أجل بحث العلاقة بين كل من التقاليد المهنية، وممارسات الصحفيين، وتشكيل الخطاب الخبري. وأكدت الدراسة في نتائجها أن عنصري الشكل الإخباري والجمهور المتوقع يؤديان دوراً كبيراً في تحديد عملية إنتاج المحتوى وأسلوب هيكله وبناء الأخبار، وذلك من حيث اختيار أساليب تقديم القصص الخبرية، واللغة المستخدمة، والصور المعروضة، كما أكدت النتائج أن البرامج الإخبارية بالقناة تتعامل مع القضايا العربية من خلال أسلوبين، يتحدد الأول منها وفقاً للرؤى الوطنية الخاصة بالدولة صاحبة القضية، بينما يتشكل الثاني وفقاً للرؤية العربية العامة تجاه الحدث (Maiya Al-Habsi,2014).

وتتسق عدد من الدراسات حول التفسيرات المختلفة للمعلومات التي تقدمها المعالجات الإخبارية للأحداث والقضايا، والتأثير للقناة التلفزيونية ومسئوليتها تجاه الجمهور، فمثلا اختلفت تفسيرات المعلومات الخاصة بالثورة التونسية باختلاف طبيعة وسائل الإعلام الباتة لهذه المعلومات ما بين وسائل غربية وأخرى شرق أوسطية (Wolover, 2016)، ويتفق ذلك مع مجمل ما آل إليه الباحثون مثل (يوسف، ريهام، 2015م)، (عبده، سلام، 2014م)، (أحمد، إلهام، 2013م)، من حرص القنوات الفضائية وبرامجها على عرض جانب واحد للموضوعات التي تناقشها، وهو الجانب الذي يتفق مع سياسة كل قناة، وهو ما اختلف معه دراسة (عبد الرحيم، هشام، 2015م) الذي أكد على حرص المعالجة الإعلامية لهذه البرامج على عرض أكثر من وجهة نظر، إلا أن العديد من الباحثين يؤكدون على أنه حتى القائمون بالاتصال أنفسهم يرى الغالبية العظمى منهم أن البرامج الحوارية لا تلتزم بالمسئولية الاجتماعية في التعبير الإعلامي عن مصالح الجماهير، ولاسيما إزاء الضغوط الإعلانية (نكي، طلال، 2015م).

وفي ضوء ما قد تقوم به وسائل الاعلام بخدمة السياسة الاعلامية للمؤسسة من خلال ترسيخ لأيديولوجية فكرية حيث تروج لها في دراسة الأطر المصورة كانت دراسة عن " الأطر المصورة لأزمة اللاجئين الأوروبيين في وسائل الإعلام الأوروبية"، في كل من قناة السي إن إن الدولية وموقع دير شبيجل الألماني الإخباري، وذلك من خلال تحليل 287 صورة. وأظهرت نتائج تحليل المحتوى اتجاه قناة "السي إن إن" نحو عرض صور تتضمن لقطات مقربة للاجئين تعبر بدقة عن تدهور أوضاعهم، على نحو يفوق موقع دير شبيجل، كما عبرت التغطية المصورة للقناة عن تبنيها لإطاري "المصلحة الإنسانية" و"المكسب في مقابل الخسارة"، وتحدد تركيزها على الجانب الإنساني لمعاناة اللاجئين؛ فقدمتهم كأفراد مستضعفين بحاجة ماسة إلى المساعدة، في حين اتجه الموقع الألماني نحو تبني أطر أخرى مختلفة بدت عدائية على نحو كبير، تحددت في إطاري "القانون والسيطرة" و"كره الأجانب"، وقد بررت الدراسة هذا الاتجاه في ضوء ما عانته ألمانيا مع أزمة اللاجئين على مدار سنوات طويلة وتطردت الدراسة للتأثر المتوقع لهذا التأطير حول قضية اللاجئين. (Xu Zhang, Lea Hellmueller, 2017).

ومن منظور رصد وتحليل دور وسائل الإعلام والإصدارات الإلكترونية التي تقدمها شبكة الإنترنت والمتغيرات ذات الصلة بالمحتوى في عملية التأطير الإعلامي للقضايا السياسية، تم بحث "إطار اللعبة الاستراتيجية في التغطية الإخبارية الإعلامية للقضايا السياسية"، وذلك من خلال التطبيق على عدد محدود من الوسائط الإعلامية، حيث شمل التحليل صحيفة واحدة من الصحف الشعبية، وخدمة عامة واحدة، إلى جانب قناة تلفزيونية تجارية واحدة، في كل من النمسا وسويسرا. وقد كشفت النتائج عن دور البيئة التنافسية للإنترنت والقصص الإخبارية التي تتناول

القضايا الديمقراطية (مثل الفساد والجريمة السياسية) في تشكيل إطار اللعبة الاستراتيجية في التغطية الإخبارية للقضايا والشؤون السياسية في غير أوقات الحملات الانتخابية، حيث تتحدد أهمية هذا الإطار في قدرته على تسليط الضوء على المعلومات السياسية المتعلقة بالفوز والخسارة الانتخابية، وكذلك المعارك التي تدور بين السياسيين من أجل كسب الرأي العام، إلى جانب مواقف المرشحين في استطلاعات الرأي، وعلاقتهم بجماعات المصالح، كما يطرح هذا الإطار مجموعة من التساؤلات المتعلقة بدوافع المرشحين أو الأحزاب السياسية لاتخاذ سلوكيات سياسية محددة، معينة، وكيفية تصميم حملاتهم الانتخابية، مع قدرته على تقديم رؤية واضحة حول التغطية الإعلامية للعملية السياسية. وأضافت النتائج أن إطار اللعبة الاستراتيجية كان بارزاً بشكل أعلى في دولة النمسا عن دولة سويسرا، ورغم ذلك، فإن محتوى وسائل الإعلام الإلكترونية والمتغيرات المتعلقة بهذا المحتوى تبنى ببروز وسيطرة إطار اللعبة الاستراتيجية في الدول محل الدراسة Schmuck, D., Heiss, R., Matthes, J., Engesser, S., & (Esser, F. 2017).

وفي إطار الاهتمام بدراسة تأثير القوي السياسية علي التغطيات التليفزيونية، تم دراسة "تأثير مؤسسة الرئاسة على التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام الحزبية"، و استهدفت الدراسة استكشاف العلاقات المؤسسية بين الرئاسة ووسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية، من خلال رصد وتحليل أثر التوجهات الحزبية على التغطية الإعلامية لقضية البطالة وعلاقة ذلك بمضمون الخطاب الرئاسي، وذلك بالتطبيق على الشبكات الإعلامية "CNN, FNC and MSNB"، خلال الفترة من سبتمبر 2005م، حتى أبريل 2015م. وقد أثبتت نتائج الدراسة تأثير القيادة الرئاسية على التغطية الإخبارية الحزبية لقضية البطالة، وذلك من حيث معدل الاهتمام بالقضية، وأسلوب تناولها، وعرض الأرقام الخاصة بها، إلى جانب الآثار الاجتماعية المترتبة عليها، فأكدت النتائج اتجاه وسائل الإعلام ذات الميول السياسية المحافظة نحو التناول السلبي للقضية محل الدراسة في حالة وجود رئيس ينتمي إلى الحزب الديمقراطي، حيث اتجهت إلى نشر ما يرتبط بالقضية من مؤشرات اقتصادية سلبية، في حين تجاهلت المؤشرات والأرقام ذات الدلالات الإيجابية (Eshbaugh-Soha, 2018).

وفي نفس السياق تم دراسة "تأثير التوجه الحزبي لقناة فوكس نيوز على تقديم محتوى إخباري موضوعي ومتوازن"، حيث اهتمت الدراسة برصد وتحليل أساليب التناول الإخباري لوسائل الإعلام الحزبية، بالتركيز على قناة فوكس نيوز الأمريكية؛ من حيث دراسة توجهاتها الحزبية والأيدولوجية، والبحث في مدى التزامها بالقيم التقليدية للصحافة الموضوعية وأهدافها الإقناعية. وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج التي تؤكد أن قناة فوكس نيوز لا تتبع القيم التقليدية

للصحافة الموضوعية، بل يرتبط مضمونها الإخباري بالهدف الدعائي في المقام الأول، وأضافت أنه بحلول انتخابات 2012م، شهدت قناة فوكس نيوز انخفاضًا حادًا في عدد المشاهدين الذين يتقون في محتواها، حيث شمل ذلك معظم الديمقراطيين والمستقلين، وحتى بعض الجمهوريين، فانخفضت معدلات ثقهم في موضوعية وتوازن المضمون الإخباري للقناة محل الدراسة (Mitchell T. Bard, 2015).

وفي إطار تقييم الأطر الخبرية أثناء الثورات والأحداث العربية، تم تقييم الأطر الإخبارية أثناء الثورة المصرية عام 2011م، واستهدفت الدراسة تتبع الأطر المستخدمة في القنوات الإخبارية الأمريكية (السي إن إن وفوكس نيوز) للمشاركين في الثورة المصرية عام 2011م كجزء من الربيع العربي، باستخدام تحليل الخطاب النقدي للقصص الإخبارية بالقناتين. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: وظفت قنوات السي إن إن وفوكس نيوز الأطر المناسبة للمسلمين والشرق الأوسط من خلال الأطر الصديقة/ العدو والعقلانية/ غير العقلانية لتوضيح المتظاهرين ضد الحكومة، والرئيس مبارك وحكومته، وجماعة الإخوان المسلمين للجمهور الأمريكي. اختلفت الأطر الإعلامية المستخدمة أثناء الثورة لجماعات معينة بين قناة السي إن إن وقناة فوكس نيوز، ولكن بشكل عام عكست هذه الأطر في الغالب الأيديولوجية السياسية للولايات المتحدة الأمريكية التي تسعى لبحث الناس عن الديمقراطية خلال الحكم الاستبدادي، ولكنها تبقى قلقة من الإسلام. الأطر المستخدمة في كل من قناتي السي إن إن وفوكس نيوز كانت تتغير عبر الوقت ولم تتضح إلا في نهاية الثورة. في نهاية الثورة بعد تخلي مبارك عن السلطة تم إظهار المحتجين كأصدقاء للولايات المتحدة وفي إطار عقلائي، وإظهار مبارك كصديق سابق للولايات المتحدة ولكن في إطار غير عقلائي، وجماعة الإخوان المسلمين كمنظمة غير عقلانية والتي ربما تكون عدوة للولايات المتحدة الأمريكية (Andrea L.Guzman,2016).

وفي نفس السياق بحثت دراسة "دور قناة الجزيرة الإخبارية في تفكيك الواقع الاجتماعي"، استهدفت الدراسة رصد وتحليل الأطر الخبرية التي قدمتها المعالجة الإعلامية العربية لأحداث التغيير السياسي التي شهدتها كل من مصر وليبيا عام 2011م، وذلك بالتطبيق على قناة الجزيرة الإخبارية. وأشارت نتائج الدراسة إلى اتجاه المعالجة الإعلامية للقناة نحو تبني فكرة أبطال شرعية النظام السياسي في كلا الدولتين رغم اختلاف الخلفيات الفكرية والأيديولوجية للقائمين على برامجها، ما بين الإسلامية والعلمانية، كما حرصت على تقديم تفسيرات وتحليلات عميقة للأحداث الثورية، مع تقديم مقترحات سياسية بديلة ومبررات قوية لرؤاها وتوجهاتها التي ركزت على الإطار التحفيزي الذي استهدف بشكل أساسي تحريض الجماهير على القيام بالتغيير الجذري دون الاكتفاء بمجرد الإصلاح (Rabie Barakat, 2015).

وأيضاً بحثت دراسة "خصائص الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة الإخبارية حول أحداث الثورة اليمنية"، في كيفية استخدام الأيديولوجية كأداة للهيمنة، وذلك من خلال الكشف عن الأهداف الإيديولوجية التي تسعى المناظرات السياسية التلفزيونية إلى تحقيقها، بالتطبيق على البرامج السياسية التي قدمتها قناة الجزيرة الإخبارية حول ثورة اليمن 2011-2012، من خلال أسلوب تحليل الخطاب النقدي وإجراء المقابلات مع القائمين بالاتصال. وأشارت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة قد عرضت برامجها السياسية من وجهة نظر متحيزة على نحو يتعارض مع مهمتها المفترضة ومبادئ الصحافة الموضوعية، فاستبعدت المسؤولين الحكوميين عند إجراء المناظرات السياسية، واهتمت بالاستعانة بالمحتجين والمنتظاهرين، كما أكدت النتائج الدور اللغوي القوي للإعلام في صياغة النوايا الأيديولوجية والتأثير على الجمهور، حيث ركز الخطاب الإعلامي للقناة على مجموعة محددة من المفاهيم هي: الثورة، وشعب اليمن، والمنتظاهرين، وصالح، والنظام، والجيش، والقتال، والمبادرة الخليجية (Raiya Sulaiman Al Kharusi, 2017).

وفي إطار الاهتمام بالجوانب المهنية في الطرح الإعلامي لقضية الانتخابات الأمريكية 2012م، من خلال الخلل وعدم الموضوعية في التغطية التلفزيونية، وبحثت الإعلانات السياسية التي تستهدف إقناع الناخبين بتبني توجه سياسي معين، وعلاقة ذلك بالدور الموضوعي المفترض للقائم بالاتصال، من حيث العمل كمرقب يستهدف توعية المواطنين من أجل اتخاذ القرار السياسي السليم. وقد أثبتت الدراسة تأثير وسائل الإعلام ونشر الإعلانات المضللة بهدف تحقيق الأرباح، وهو ما يؤدي إلى تضارب العمل الإعلامي، والفشل في تقديم تغطية إعلامية للأحداث تتسم بالموضوعية والتوازن (Shea Smock, 2014).

وتم أيضاً رصد وتحليل أطر المعالجة الإخبارية للأزمات السياسية العربية (الأزمة السورية، الأزمة اليمنية، الأزمة العراقية، الأزمة الفلسطينية، الأزمة الليبية، الأزمة المصرية، والأوضاع التونسية) في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية وسمات هذه المعالجة، وذلك بالتطبيق على قنوات بي بي سي العربية وفرنس 24، وروسيا اليوم، عن طريق مسح لعينة من النشرات الإخبارية المذاعة في تلك القنوات. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: هيمنة الموضوعات السياسية بوجه عام على العناوين الرئيسية للنشرات الإخبارية. واهتمت القنوات الثلاث عينة الدراسة بالأخبار التي تحمل وجهاً نظر متعددة بسبب زيادة الأخبار الرسمية، مما يشير إلى الاتجاه نحو التوازن وخاصة بقناة بي بي سي العربية التي عرضت أكثر من وجهة نظر في تغطيتها للأحداث والقضايا. إعلاء قيمة الأخبار السلبية حيث ركزت التغطية الإخبارية على أخبار الصراع والعنف في الدول العربية. وبرز إطار الصراع كأبرز الإطارات التي قدمت من خلالها الأزمات السياسية بالنشرات الإخبارية محل الدراسة، ومن بعدها إطار المسؤولية، ثم

إطار الاهتمامات الإنسانية. وتدخلت أجندة وأهداف القنوات الفضائية الموجهة بالعربية في طبيعة التغطية للأزمات العربية (عتيق، دينا وحيد، 2016م).

وفي نفس السياق تم بحث "دور قناة الجزيرة الإخبارية في التعبير عن التوجهات السياسية والفكرية لجماعة الإخوان المسلمين في مصر"، من خلال تحليل الخطاب الإعلامي الذى تقدمه قناة الجزيرة القطرية باعتبارها القناة المعبرة عن فكر جماعة الإخوان المسلمين فى مصر، بالتطبيق على برنامجي "بلا حدود" و"الاتجاه المعاكس"، ودورها فى طرح وتناول الأيدولوجيات السياسية المختلفة. وقد أوضحت نتائج الدراسة أن قناة الجزيرة تقدم خطاباً إعلامياً مناصراً لجماعة الإخوان المسلمين، فقدمت أعضاء الجماعة باعتبارهم ديمقراطيين وضحايا، بينما قدمت خطاباً مناهضاً لفترتي حكم الرئيس مبارك والمجلس العسكري، وعلى الرغم من المبادئ الإعلامية التى تقتضى أن يكون مقدم البرنامج محايداً يراعى طرح جميع الأفكار والآراء، فقد قام مقدموا برامج قناة الجزيرة بعكس ذلك، وخاصة مقدم برنامج الاتجاه المعاكس؛ حيث عمل على فرض رؤيته السياسية خلال التناول الإعلامي للقضايا السياسية، كما قدم لضيوفه مجموعة غير متوازنة من الأسئلة، ولم يكن توزيعه للوقت عادلاً (Mohammed-Ali M. A. Abunajela, 2015).

وفي نفس الإطار تم التعرف على أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى الفاعلة بشأن قضية الاستفتاء على الدستور، وكذلك التعرف على نوع الأطر الرئيسية والفرعية المستخدمة من قبل كل قناة، كما سعت للتعرف على اتجاه معالجة القنوات للصراع بين القوى السياسية الفاعلة، وذلك من خلال نظرية الأطر الخبرية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثل أهمها في وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين توجه القناة، وأطر المعالجة المستخدمة فى معالجة الصراع بين القوى السياسية، كما ظهر حرص قنوات الدراسة على توظيف أطر محددة لتناول القضية عينة الدراسة- بما يخدم رؤيتها ووجهة نظرها فى الأحداث (مزروع، رشا، 2013م).

وفي نفس إطار استخدام البرامج الساخرة التلفزيونية سعت دراسة للتعرف على العلاقة بين مشاهدة برامج السخرية السياسية وتشكيل الاتجاهات السياسية للجمهور. حيث تم تحليل مضمون البرنامج الساخر (A wonderful country) لمدة ثلاثة أشهر. وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة تتكون من 509 مبحوثاً. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة برامج السخرية السياسية وإدراك الواقع السياسي بشكل مشابه لما يقدمه التلفزيون. كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة مشاهدة التلفزيون والشعور بالاغتراب السياسي لدى الجمهور (Meital Balmas, 2014).

وفي سياق دراسة أجريت لبحث "تناول القضايا العربية في الخطاب التلفزيوني الأوروبي الموجه باللغة العربية وعلاقة الصفوة به"، من خلال تحليل القضايا العربية في الخطاب التلفزيوني الأوروبي الموجه باللغة العربية في قنوات "بي بي سي العربية، وروسيا اليوم، ودويتش فيله"، وعلاقة الصفوة بالخطاب الإخباري المقدم، وتوصلت هذه الدراسة لوجود تأثير لسياسة الدولة الباتّة للقناة على طريقة معالجة بعض القضايا العربية، وظهر هذا التأثير في القضايا التي تعد محور اهتمام الدولة الباتّة، وكان تأثير الدولة الباتّة أكثر مباشرة بالنسبة لروسيا اليوم، أما بي بي سي العربية فتعمل على توصيل سياسة حكومتها بشكل غير مباشر، بينما دويتش فيله كانت أكثر القنوات حيادية وتوازناً، وارتفعت نسبة تقييم مصداقية القنوات الثلاث بدرجة كبيرة. واتضح عدم وجود علاقة ارتباطية دالة بين درجة مشاهدة الصفوة للقنوات الأوروبية الموجهة الثلاث وتبنيهم لأطر المعالجة الإخبارية (فهمي، بسنت مراد، 2014م).

كما اهتمت عدد من الدراسات برصد تأثير البيئة الاتصالية الجديدة في مضمون البرامج التلفزيونية الإخبارية ومنها، دراسة "دور تغريدات المشاهدين في التأثير على مضمون البرامج السياسية التلفزيونية"، واهتمت بالبحث في دور التلفزيون التفاعلي في تعزيز عملية التواصل مع الجمهور، بما يحقق التفاعل الاجتماعي حول المحتوى المقدم، وذلك من خلال البحث في تفاعل الجمهور مع البرامج التلفزيونية المتخصصة في الشؤون السياسية، من خلال دراسة آراء المستقبلين وردود أفعالهم تجاه مضمون هذه البرامج، والتي يمكنهم التعبير عنها عبر وسائل الاتصال المختلفة؛ بما تشتمل عليه من رسائل التلفزيون المحمول، أو تغريدات تويتر، أو رسائل الفيسبوك. وأثبتت نتائج الدراسة أن التلفزيون الاجتماعي يتيح للمستخدمين إمكانية الاشتراك في المناقشات العامة، وأن موقع تويتر قد استطاع أن يقدم فرصة للمستخدمين العاديين للمشاركة في النقاشات السياسية التي تتم عبر البرامج التلفزيونية، حيث يقوم فريق العمل بالبرنامج بالاطلاع على هذه المشاركات، واختيار ما يتعارض منها مع توجهات ضيوف البرنامج، لإثارة الحوار حول مختلف الآراء ووجهات النظر، مع مراعاة أن تكون هذه التغريدات المختارة ممثلة لكافة الآراء التي يبديها المشاهدون عبر الساحة الرقمية، كما يتم بشكل منظم استبعاد بعض هذه التغريدات، إذا كانت تتضمن إهانات أو اقتباسات. وأضافت النتائج ظهور بعض المشاركات السياسية المتحيزة، حيث تختلف فئات المواطنين المغردين؛ فتشمل، إلى جانب المواطنين العاديين، نشطاءً سياسيين وصحفيين ومسؤولين حكوميين، ومثل هذه الهويات لا يمكن الكشف عنها إلا من خلال المعلومات التي يقدمها موقع تويتر عن مستخدميه. كما أشارت الدراسة إلى دور التلفزيون الاجتماعي في تأييد العملية الديمقراطية، من خلال قدرته على إنتاج الخطاب العام للمواطنين الذي أصبح محل اهتمام السياسيين والصحفيين والخبراء. ومن هنا لا يعد

التلفزيون الاجتماعي مجرد وسيلة رقمية لبرامج التوك شو أو مجرد منتدى تليفزيوني، حيث لا يتيح للمواطن التعبير عن رأيه فقط، بل يمكنه من إطلاق المبادرات التشاركية التي من شأنها أن تشجع عملية المشاركة السياسية (Hassan Atifi, Michel Marcoccia, 2017).

وفي نفس السياق بحث دراسة أخرى "العلاقة بين النقاشات السياسية التي يقدمها التلفزيون وردود أفعال المستقبلين عبر موقع تويتر"، من حيث دراسة العلاقة بين تعرض المشاهدين للقضايا التي يتناولها التلفزيون، ومدى تناولهم لهذه القضايا عبر شبكة الإنترنت، وذلك بالتطبيق على ردود أفعال المشاهدين التي قدموها عبر موقع تويتر حول ما قدمته شاشة التلفزيون من نقاشات سياسية خلال حملة الانتخابات الألمانية لعام 2013، حيث اتجهت الدراسة نحو البحث في القضايا السياسية التي تأثر بها كل من المرشحون السياسيون والمغردون على موقع تويتر، خاصة مع زيادة الاهتمام السياسي والإعلامي بالخطاب السياسي الذي يقدمه المغردون عبر هذا الموقع. ومن خلال تحليل مضمون 120.557 تغريدة على تويتر، وأكدت النتائج نجاح المرشحين في إثارة اهتمام مستخدمي تويتر بالقضايا السياسية، حيث قام الموقع بدور في لفت الانتباه لمجموعة من الموضوعات والقضايا التي تم إهمالها على المستوى الإعلامي الرسمي حيث لم تناقشها البرامج التليفزيونية. إلا أن النتائج قد خرجت بمجموعة من السلبيات المتعلقة بالمضمون المقدم عبر موقع تويتر، حيث غلبت على هذا المضمون النزعة الساخرة والتهكمية بين المستخدمين، مما يجعل الموقع مجرد خطوة أولى لإثارة المناقشات والمداولات السياسية، فرغم أنه يؤدي دوراً مؤثراً في هذه المناقشات السياسية، إلا أنه ليس قادراً على بلورتها في صورتها النهائية. وقد أوضحت النتائج مجموعة أخرى من السلبيات المرتبطة بالموقع، تتمثل في ظهور الموضوعات الأكثر شعبية في عدد محدود من التغريدات رغم تنوع المضامين المقدمة، إضافة إلى ظهور الاختصارات الخاصة ببعض التغريدات في جمل طويلة لا يمكن استخدامها بسهولة، مع قيام بعض الأفراد باستخدام نماذج محددة للكتابة لا تتطابق مع النماذج القياسية للغة المنطوقة أو المكتوبة (Damian Trilling, 2015).

وفي إطار الاهتمام بالعملية التحريرية للخبر عبر المواقع الإخبارية للقنوات التليفزيونية، في إطار التغذية الراجعة لردود فعل المستخدمين لتلك المواقع، بحثت دراسة "دور المشاركات النصية للمستخدمين في التأثير على أساليب كتابة المقالات الصحفية بالمواقع الإخبارية"، حيث استهدفت الدراسة البحث في المعلومات التي يذكرها المستخدمون في تعليقاتهم على الموضوعات الإخبارية التي تقدمها المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام، بالتطبيق على الموقع الإلكتروني لكل من السى إن إن والاندبنت والجزيرة والتليجراف، وأساليب توظيف هذه المشاركات من أجل تحسين أساليب كتابة المقالات الإخبارية. وأكدت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام تسمح



للمستخدمين بإضافة التعليقات على المضامين المنشورة من أجل إثارة انتباههم وجذبهم للمضمون المنشور، كما أشارت أنه يمكن لوسائل الإعلام أن تتبنى نموذجًا يحقق لها الاستفادة الفعالة من تعليقات المستخدمين، بحيث يقوم على عدة معايير حددتها في إثراء وصف المقالات الإخبارية التي يتم استخلاصها من التعليقات، مع ترتيب هذه التعليقات، ومراعاة التنوع من أجل توفير تغطية خبرية واسعة الجوانب، وعدم تكرار المضامين المقدمة. (Youssef Meguebli & all, 2017).

**المحور الثاني: استعراض الدراسات المرتبطة بالتأثيرات الوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية.**

نستعرض في هذا المحور الدراسات والبحوث العلمية في مجال التأثيرات الوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية بغية معرفة اتجاه البحوث في هذا الصدد وقد تلاحظ للباحث: هناك القليل من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت التأثيرات الوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية خلال السنوات الأخيرة ، وربما ذلك يعود الي أن غالبية بحوث التأثير تبحث أساسا عن التأثير علي السلوك كنتاج نهائي لعملية الاتصال، وربما يرجع ذلك أيضا إلي صعوبة قياس مستوى التأثير بداية من حدوث للاتجاهات الموجودة بالفعل لدي المبحوثين أو التأثير علي الجوانب العاطفية او الوجدانية لهم ثم التأثير نهائيا علي السلوك، ولذا يجب مراعاة كافة ظروف المتلقي وأخذها في الاعتبار بداية من المعرفة إلي الوجدان إلي الاتجاه، وفي هذا يذكر ميريل ورفاقه ( Merrill et al.1994) أنه من أخطر الصعوبات التي تواجهنا عند دراسة تأثيرات وسائل الإعلام صعوبة فصل رسائل وسائل الإعلام عن شخصية المبحوثين واهتماماتهم وحالتهم النفسية والعاطفية وصعوبة فصل تأثير وسيلة إعلامية عن وسيلة أخرى، كما أنه من الصعوبة فعليا قياس الآثار التراكمية لوسائل الإعلام علي المدى البعيد وخصوصا علي السلوك دون معرفة التأثيرات بداية علي الناحية المعرفية والوجدانية.

كما أنه من الطبيعي عندما يحدث تأثير للقنوات التليفزيونية فإن التأثير يحدث علي هذه المستويات الثلاثة (الوجدانية والمعرفية والسلوكية ) إذ أنه من الصعب جدا فصل التأثيرات الوجدانية عن التأثيرات المعرفية والسلوكية للتعرض للقنوات الفضائية، يمكن النظر كما يذكر الدهشمي 2010 إلي الاتجاه من خلال ثلاثة مكونات: المعرفي والسلوكي والوجداني، وعند التأثير علي الاتجاه، فإن هذا يعني التأثير علي المكونات الثلاثة، ووفق هذا المدخل، فإن معتقدات الشخص أو ما يؤمن به قد تؤثر علي وجدانه أو عاطفته بالحب او الكراهية مثلا، مما يدفع به إلي النزوع إلي القيام بعمل ما مما يؤثر أخيرا علي سلوكه، ونحن إذ نتفق مع ذلك فإنه من الطبيعي ونحن نعرض للاتجاهات الحديثة في بحوث التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض

للقنوات التلفزيونية أن نشير إلي الدراسات الخاصة بالتأثيرات السلوكية أيضاً (الدهشمي، فلاح عامر فواز، 2010)

**الاتجاه البحثي الأول: الدراسات التي تناولت التأثيرات الوجدانية للمضمون السياسي والاجتماعي للتعرض للقنوات التلفزيونية:**

ونعني بهذا الاتجاه تأثير التعرض للقنوات التلفزيونية علي مشاعر وأحاسيس الجمهور من خلال الرسائل المختلفة التي تقدمها القنوات التلفزيونية المختلفة، ولكننا نود أن نشير إلي هناك من يشير إلي هذه التأثيرات بمعني الاكتئاب أو الإحباط أو الإحساس بالقلق أو الخوف أو عدم الثقة بالآخرين عند التعرض لمضمون معين، وكذلك الإحساس بالاستثارة الناتجة عن التعرض لمضمون عنيف أو جنسي.

وهي المستوى الثاني من مستويات التأثير إذ إن هذه التأثيرات العاطفية أو الوجدانية تأتي نتيجة لتراكم ما تقوم به القنوات التلفزيونية من تأثيرات معرفية تصب في اتجاه ما على النحو الذي يشكل اتجاهات نحو ذات الاتجاه الذي يسوقه الإعلام.

وفي الاطار لبحث التأثيرات للتلفزيون في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو موضوعات محددة مثل الجريمة، جاءت دراسة "كيف تؤثر الأخبار الخاصة بالجريمة على اتجاهات الناخبين؟"، حيث قامت الدراسة بالتطبيق على دور أخبار الجريمة التي تعرضها وسائل الإعلام في التأثير على اتجاهات المشاهدين نحو المرشحين السياسيين في الانتخابات العامة الإيطالية لعام 2001م، وأكدت نتائج الدراسة اتجاه السياسيين والقائمين على وسائل الإعلام نحو تخويف الناخبين من انتشار معدلات الجرائم وأحداث العنف كوسيلة لكسب دعمهم لتيار سياسي معين، والحصول على التأييد الجماهيري لسياسات هذا التيار، وذلك على اعتبار أن التخويف يعد أداة سياسية ناجحة للتأثير في الناخبين وكسب ثقتهم، خاصة وأنه يمكن للسياسيين من خلال إثارة التهديدات الأمنية كسب التأييد الشعبي لهم، وبالتالي ارتفاع نسبة التصويت لصالحهم؛ حيث يعتمدون في تصميم حملاتهم الانتخابية على الجانب العاطفي للأفراد، ولاسيما عند مخاطبة الناخبين الأقل في المستوى التعليمي. وبذلك أكدت النتائج أن وسائل الإعلام قد اهتمت بنشر المضامين الإعلامية حول قضايا الجريمة على نحو عزز من أهميتها لدى أفراد الجمهور خلال فترة الانتخابات، مما كان له تأثيره على اتجاهات الجمهور نحو عملية التصويت؛ فقد قام ائتلاف اليمين الوسطي بالتركيز على أحداث العنف والجريمة وفرض الضرائب والتهجير في خطابه الموجه للجمهور، على نحو يفوق ائتلاف اليسار الوسطي الذي اعتمد في تصميم حملته الانتخابية عبر وسائل الإعلام على أساليب تقليدية، كما كانت نسبة اهتمامه محدودة بالقضايا الخاصة بالعنف والجريمة، فكان لذلك أثره الواضح في التأثير على سير عملية التصويت التي

كشفت في النهاية عن فوز تيار اليمين الوسطي في الانتخابات بزعامة سيلفيو برلسكوني (Graziano, P, R, & Percoco, M 2017 )

وفي نفس الإطار للتعرف علي دور التغطية الإخبارية في تقييم شرعية المرشح، جاءت دراسة "دور وسائل الإعلام في تقييم شرعية المرشحين في الانتخابات الرئاسية"، استهدفت الدراسة البحث في دور وسائل الإعلام في تغطية الأحداث الانتخابية خلال فترة الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2008م، بالتركيز على المضمون الإعلامي الخاص بالسمات الشخصية للمرشحين الرئاسيين (باراك أوباما وجون ماكين)، وتأثير أصولهما العرقية على قرارات الناخبين، وذلك في ضوء دخول باراك أوباما السباق الانتخابي كمرشح رئاسي ذي أصول أفريقية، واتجاهات الناخبين البيض نحوه. وقد أوضحت نتائج الدراسة أن العلاقة بين وسائل الإعلام والسباق الانتخابي الرئاسي كانت مشوشة وغامضة، حيث تأثرت التغطية الإعلامية للعملية الانتخابية بالانقسامات الحزبية والعرقية التي يشهدها المجتمع الأمريكي، فتأثرت بالتوجه الحزبي لكل من باراك أوباما وجون ماكين، إضافة إلى الأصول العرقية لكل منهما (Nicholle Zarkower, 2016).

كما أثارت اهتمام علماء السياسة الأمريكيين منذ الستينيات؛ فأشارت نتائج مسح الرأي العام إلى الاتجاه المتنامي نحو انخفاض ثقة الرأي العام في الحكومات والأنظمة السياسية، حيث أرجع الباحثون مسئولية التغيير في معدلات الثقة في الأنظمة السياسية إلى عدد من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، حيث تأثرت ثقة المواطنين في الأنظمة السياسية إلى حد كبير بأداء الاقتصاد القومي، وبرز تقييم المواطنين للاقتصاد بوصفه مؤشر لانخفاض ثقة المواطنين في تلك الأنظمة، وتنامى انخفاض الثقة في ظل ارتفاع معدلات الجريمة وتزايد الفقر وانتشار الفضائح السياسية، وتزايد تركيز وسائل الاعلام على الفساد السياسي، وثار الجدل حول مدى ارتباط انخفاض الثقة السياسية بالسخط نحو النظام السياسي الذي يشمل المؤسسات السياسية والقادة السياسيين ( Virginia A. Chanley, Thomas J. Rudolph and Wendy M. Rahn , 2000, 239 – 256).

وتعد دراسة تأثير الإعلام المرئي في الاتجاهات من المجالات البحثية التي تجذب الكثير من الباحثين حول العالم في أوقات الشدائد السياسية، فضلاً عن أوقات الرخاء السياسي، ففي الأوقات العادية وجدت أن تصورات أكثر من نصف مشاهدي برنامج التوك شو الأمريكي " The Daily Show with Jon Stewart" من الجمهور الصيني عن السياسيين والمشاهير تتشكل من قبل " جون ستيوارت" على النحو الذي لم يختلف معه تأثير هذا البرنامج في إدراك الجمهور الصيني للحكومة كثيراً عن تأثيره في إدراك الجمهور الأمريكي لها، وبحسب ما ذكره 53% من

المبّحوثين، فيرجع لهذا التناول الساخر للشئون العامة الفضل في تشكيل موقف الجمهور الصيني من الأيديولوجية السياسية، وذلك رغم وجود الحواجز الثقافية واللغوية التي رأى 65% من المبحوثين أنه لا يمكن التغلب عليها (Liu, 2014).

وتتفق النتيجة السابقة مع نتيجة أحد استطلاعات الرأي لمركز جالوب الأمريكي الذي رصد التأثير الإيجابي للخطاب التليفزيوني للرئيس دونالد ترامب في ثقة نحو ثلث مشاهدي الخطاب بالرئيس الأمريكي (Newport, 2017)، كما تتفق مع ما أثبتته دراسة أخرى من قدرة فعالة لحملات الدعاية السياسية التي استخدمتها الحكومة المجرية منذ عام 2010 على تعبئة الجمهور الذي عمدت الحكومة إلى استغلال الوازع الديني للتأثير عليه، معتمدة على ما تبثه في وسائل إعلامها - خاصة التليفزيون - من خطاب ثوري يعتمد بالأساس على استخدام تسع آليات هي (الصور النمطية، المعايير المزدوجة، الاستعاضة عن بعض الأسماء بصفات إيجابية، الكذب الصريح، التكرار، التأكيد، التحديد الدقيق للعدو من الجماعات المعارضة، جذب الناس للسلطة، فرض الرقابة). وهي الآليات التي أثبتت فعاليتها في تعبئة الجمهور المجري (Horváth, 2013) (Lázár &)، فالقدرة على جعل المشاهد يشعر بدلاً من أن يفكر، قد تحدث تأثير في الجمهور في بعض الأحيان. وهذا ما اشارت اليه احدي كتب الدعاية السياسية والتي اشارت الي ما يحدث حتى لا يشعر المتلقي بخيوط التضليل الإعلامي، فإن ما يطلق عليهم بعض علماء الاتصال "شياطين الإعلام" يعتمدون على "برمجة اللغة العصبية" في التأثير في الرأي العام من خلال استخدام التلميح دون التصريح حتى لا يؤثر التصادم الفكري سلبيًا في نجاح الرسالة الإعلامية للوصول إلى هدفها (الحمداني ، حازم ، 2012 ، ص.184).

هذا وقد اشارت نتائج عدد من الدراسات الإعلامية إلى وجود علاقة بين التعرض لنوعيات معينة من الرسائل الإعلامية (الإعلانات السياسية السلبية، الأخبار، الدراما، البرامج الوثائقية....) وطبيعة الحالة المزاجية العامة للجمهور، وإن لم يتم تحديد اتجاه العلاقة بين المتغيرين أو درجة السببية المتعلقة بها: فهل التعرض للرسائل الاتصالية يؤدي إلى تغيير المزاج العام سلبيًا وإيجابيًا، أم أن طبيعة المزاج العام هي التي تحدد طبيعة المضامين التي يتم تعرض الأفراد لها؟ وعلى الرغم من تعدد الدراسات التي تم إجراؤها، فإن اعتمادها على المنهج المسحي قد حال دون اختبار هذه العلاقة، أو تغليب وجهة نظر محددة، وتم الترويج على أساس البناء النظري للعلاقة أكثر من قيامها على أساس نتائج الاختبار الإمبريقي لها ، وبحسب ما تُشير إليه استطلاعات الرأي من أنه بالنسبة للغالبية العظمى من الناس تمثل وسائل الإعلام المصدر الرئيس عن اتجاهاتهم ومعلوماتهم عن السياسة (McNair, 2017, p.21)، فإن وسائل الإعلام بذلك تقوم بتشكيل الاتجاهات وصياغة معلومات وبالتالي سلوكيات جماهيرها إلى الحد

الذي ذهبت اليه دراسة تجريبية أنه حتى مع قدرة المشاهدين على تحديد التحيز في برامج الرأي التلفزيونية، إلا أن هذه البرامج لا تزال ذات تأثير من خلال ما تقوم به من تحريك للرأي العام في اتجاه ما تقدمه من خطاب إعلامي (Feldman, 2011). كما ذهبت دراسة مصرية شبة تجريبية لاختبار وتحليل العلاقة بين التعرض للأخبار السلبية والإيجابية والحالة المزاجية العامة لدى الجمهور، والتي تشير إلى أن تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة ذات نغمة معينة تؤدي إلى أن يكون الجمهور متألماً معرفياً ووجدانياً مع هذه النغمة، ومتجاوباً معها وقد خلصت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام قد تكون هي المتغير المستقل (أحياناً) في علاقتها بالمزاج العام، فهي تؤثر على هذا المزاج وتغيره على النحو الذي يتوافق مع طبيعة المضامين التي يتم عرضها. (ندا، منصور، 2010)، وعلى المدى الطويل، فقد رصدت دراسة أخرى وجود علاقة طردية إيجابية ضعيفة بين مشاهدة أخبار تلفزيون الخدمة العامة والثقة السياسية، وحتى رغم كل التغييرات التي شهدتها مختلف البيئات الإعلامية، فضلاً عن أنماط الاستهلاك الإعلامي على مدار الأكثر من خمسة وعشرين عاماً التي شملتهم الدراسة، إلا أن الباحثين لم يجدوا فروقاً جوهرية في طبيعة العلاقة بين الاستخدام الكلي لوسائل الإعلام والثقة السياسية عبر الزمن، حيث ظلت العلاقة الأساسية بين استخدام وسائل الإعلام والثقة السياسية ثابتة مع مرور الوقت من حيث اتجاهها، حتى وإن شابها بعض التقلبات، فإنها وبشكلٍ عام ظلت إيجابية بغض النظر عن كل التغييرات التي حدثت خلال العقود الثلاثة. (Strömbäck, Pierre & Shehata, 2016). كما أجريت الدراسة على عينة من 400 مفردة من الشباب الجامعي المصري، وتبين أن تفضيل الشباب للأخبار الإيجابية والسلبية متقارب 24,3% مقابل 23,5% على التوالي، وأن الأخبار السلبية بمصر جاءت في المرتبة الأولى وكانت أكثر جذبا للشباب عينة الدراسة بنسبة 63,8% تليها الأخبار السلبية الخاصة بالعالم العربي. (النحاس، نهي، 2013)

وذهب الباحثون إلى أن التأثير الوجداني، ولاسيما من قبل الإعلام المرئي، لا يختلف كثيراً في الحالات العادية عنه في حالات الأحداث السياسية البارزة، وقد وجد خلال حملات انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2008، وأن برامج الرأي التلفزيونية تكون ذات تأثير أكثر قوة وفعالية من البرامج الإخبارية في الاتجاهات السياسية لمشاهديها، كما وجد أن برامج الرأي تقوم بتكريس معظم اهتمامها لمهاجمة المعارضة، وبالتالي يصبح مشاهدوها أكثر تأييداً للمرشح الذي تفضله برامج الرأي التي يشاهدونها (Smith & Searles, 2012)، فالهدف الأساسي من الدعاية السياسية - بحسب علماء الاتصال السياسي - هو العمل على بناء اتجاهات تضامن وتماسك داخل الدولة أو الجماعة وتدعيم صورة النظام السياسي والحكام لدى الرأي العام

والجماعات والدول الأخرى المؤيدة، وبناء اتجاهات الكراهية نحو العدو كجماعات خارجية تشكل خطورة أو تهديدًا للمجتمع (صفوت العالم، 2005، ص.29).

وتتفق دراسة أخرى مع الدراسة السابقة، حيث توصلت عبر دراستها لذات الانتخابات الأمريكية السابقة إلى وجود تأثير إيجابي لوضع أجندة وسائل الإعلام في أجندة الرأي العام، حيث احتل التلفزيون - ممثلًا في قناتي CNN و Fox News - المركز الأعلى من حيث ارتباط أجندته بأجندة الرأي العام، مؤكدًا بذلك كون الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيرًا في نقل بروز الموضوعات هي الإعلام المرئي. (Vangshardt, 2009).

وتُضيف دراسة أخرى أن استخدام الإعلام المرئي للاستمالات العاطفية التي تتضمن معلومات سلبية استطاعت التأثير وجدانيًا في الرأي العام الفرنسي والهولندي على حدٍ سواء، وتحويله من التأييد إلى الرفض للدستور الأوروبي خلال الاستفتاء عليه بالبلدين (2010 Atikcan). وفي دراسة أخرى تمت بالنمسا اكدت على تأثير تحيز التغطية الإعلامية على تقييم الناخبين لسمات المرشحين، وذلك خلال قيامهم بدراسة الانتخابات البرلمانية لعام 2013 (Eberl, Wagner & Boomgaarden, 2017).

وبنظرة تحليلية لبعض الدراسات الإعلامية في مجال المشاركة السياسية وتأثير التلفزيون فيها؛ لما للتلفزيون من مميزات يستخدمها الساسة والمتخصصون في الشؤون السياسية في التأثير في الجماهير، جاءت دراسة "تأثير التلفزيون التجاري على المشاركة السياسية والسياسة العامة: دراسة حالة للسياسات المحلية النرويجية"، التي هدفت إلى رصد وتحليل تأثير التلفزيون التجاري على المشاركة السياسية للجمهور ونتائج السياسات المحلية، وذلك في ضوء دور الإعلام الترفيهي في إحداث تأثيرات غير مقصودة في مخرجات العملية السياسية؛ بما تشتمل عليه من استقطاب سياسي وعداء عرقي وديمقراطية، وكذلك مشاركة قوى المعارضة ودعم المنصات الشعبية. وقد قامت الدراسة بالتطبيق على دور التلفزيون في النرويج بعد تحريرها، من خلال دراسة استقصائية شملت عينة ممثلة للجمهور من الناخبين. وتوصلت النتائج إلى أن التلفزيون قد قلل من مشاركة الجمهور في الانتخابات المحلية كأحد التأثيرات الوجدانية التي قام بها، كما كان للتغطية التلفزيونية تأثيرات سلبية على درجة معرفة المتلقين بالمعلومات، حيث ثبت أنه كلما زاد معدل تعرض الفرد للمضمون التلفزيوني، زادت حدة هذه التأثيرات السلبية، ومن هنا أكدت الدراسة أن التلفزيون التجاري له تأثيرات سلبية على عملية التصويت؛ من خلال الحد من المعلومات التي يقدمها إلى الجمهور، وما يرتبط بذلك من انخفاض نسبة المشاركة السياسية (Sebastian Ellingsena, Øystein Hernæs, 2018).

وامتداداً للدراسة السابقة لتحليل الخلفيات السياسية والاقتصادية لاتجاهات التغطية التلفزيونية أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2012م ، وبحث ومدى تأثيرها بالإعلانات السياسية التي تستهدف إقناع الناخبين بتبني توجه سياسي معين ، وقد أثبتت الدراسة تأثير وسائل الإعلام بالحملات السياسية للمرشحين، وارتباط ذلك بالبنية الاقتصادية للوسيلة ونوع ملكيتها، حيث اتجهت وسائل الإعلام نحو تجاهل الرأي العام، ونشر الإعلانات المضللة بهدف تحقيق الأرباح، وهو ما يؤدي إلى تضارب العمل الإعلامي، وعدم ثقة المواطن في المضمون المقدم. (Shea Smock, 2014).

وعلي جانب آخر جاءت دراسة تأثير حملات التسويق السياسي لمرشحي الرئاسة على السلوك الانتخابي للشباب المصري في انتخابات الرئاسة، بهدف التعرف رصد اتجاهات الشباب نحو الحملات الانتخابية ، وقياس مدى تأثير التعرض لحملات التسويق السياسي على السلوك الانتخابي للشباب المصري ، وقد توصلت الدراسة وأكدت على أن الحوار بكافة أشكاله يمثل الشكل الاتصالي الذي يستطيع الجمهور من خلاله تكوين المعارف والآراء والتوجهات كمؤثر أساسي في تكوين القرارات الانتخابية والتأثير علي السلوك الانتخابي. (الشربيني، عبير فتحى، 2013م) .

وفي اطار دراسة أخرى بحثت "العلاقة بين وسائل الإعلام والاستقطاب السياسي ، استهدفت الدراسة البحث في العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وحالات الاستقطاب السياسي، بالتطبيق على دور الراديو والتلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو انتخابات الكونجرس الأمريكي لعام 2012م، وذلك من خلال دراسة قناتين متخصصتين في الشؤون السياسية. وقد أكدت نتائج الدراسة إلى التأثير على عمليات الاستقطاب السياسي خلال العقود الأخيرة داخل الولايات المتحدة. وأضافت أن التغييرات التي شهدتها البيئة الإعلامية قد أثرت على رؤى المواطنين وأفكارهم، وهو ما أدى إلى تغيير مواقف السياسيين ومواقعهم خلال فترة الانتخابات، حيث يؤدي التغيير الذي يشهده المضمون الإعلامي إلى تقليل أو زيادة تعرض الفرد للمحتوى السياسي، ومن ثم التأثير على مستوى معرفته بالقضايا السياسية، وسلوكه السياسي، ومشاركته في العملية الانتخابية. (Filipe R. Campante, Daniel A. Hojman, 2013).

**الاتجاه البحثي الثاني: الدراسات تناولت التأثيرات الوجدانية للتعرض للمضمون العنيف والجنسي بالفنوت التلفزيونية:**

يحاول علماء الاتصال وعلماء الاجتماع أن يصلوا إلى إجماع حول ما إذا كانت ما يتم عرض عبر شاشة التلفزيون أصبح مشبع بالعنف والجنس الصريح ، ويحاولون دراسة ما إذا

كان هناك تأثير لهذه المشاهد على الشباب بشكل خاص وعلي المجتمع بشكل عام ، ولذلك تعد دراسة تأثيرات وسائل الاتصال هامة جدا في المجتمع ، ولقد بدأ هذا الاتجاه منذ العشرينيات من القرن الماضي ، ودراسة التأثيرات الوجدانية التي يتولد عنها سواء الشعور بالإحباط او القلق او الاغتراب وايضاً ما يصاحب ذلك من مشاعر العنف ، فتبين الدراسات في القرن الماضي كما يذكر بياجيه (Biagi.2001) فبعد جمع المعلومات من 2500 دراسة عن العنف في التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية خرج المعهد القومي للصحة العقلية National Institute of Mental Health بالنتائج التالية:

1- توجد علاقة مباشرة بين العنف المتلفز والسلوك العدواني ولكن يصعب التنبؤ بشخصية الذين يتأثرون وكيفية حدوث التأثير .

2- يعد المشاهدون للتلفزيون بكثافة أكثر خوفاً وأقل ثقة في الآخرين من المشاهدين بقلة .

3- الأطفال الذين يشاهدون برامج موالية للمجتمع يكونوا أكثر احتمالاً للتصرف بطريقة مسؤولة.

ويمتلى التراث البحثي بالعديد من الدراسات التي تتضارب نتائجها حول العلاقة بين العنف المتلفز والسلوك العدواني فالبعض يذكر أن هناك ارتباطاً بين السلوك العدواني ومشاهدة العنف المتلفز ، ويذكر البعض أن هذه العلاقة غير موجودة ، وهناك دراسات أخرى تذكر أن العلاقة ضعيفة جداً.

وفي دراسة تحاول أن تفسر العلاقة بين العنف التلفزيوني والسلوك العدواني من خلال تناول بعض النظريات كما يأتي:

1- نظرية التطهير Catharsis Theory وطورها سيمور فيشباك Seymour Feshback ويرى أن مشاهدة العنف في التلفزيون تمد المشاهدين بتجارب عدوانية بديلة مما يخفف مشاعر العدوان لديهم وبهذا يقل احتمال السلوك العنيف لدى المشاهدين .

2- نظرية تأثيرات الاستثارة أو التلميحات العدوانية (الدلائل العدوانية) Stimulating Effects Theory (Aggressive Cues) والتي طورها ليونارد بيركوتز Leonard Berkowitz ويفترض أن التعرض للمثير العدواني يزيد مستوى الإثارة العاطفية والسيولوجية للشخص مما سيزيد بدوره من احتمالية القيام بسلوك عدواني، والعلاقة بين المثير والاستجابة هنا ليست بسيطة فالاستجابة العدوانية لم تستثر بنفس الدرجة في كل المشاهدين فهناك عوامل أخرى كالأحباط في وقت المشاهدة ودرجة تبرير العنف المقدم على الشاشة ومشابهة الظروف الموجودة في مشاهد العنف الموجودة على الشاشة ومطابقتها للجمهور ، وهناك عامل آخر يقلل من احتمالية الاستجابة العدوانية وهو منع الميول العدوانية أو كبتها فبعض



مشاهد العنف يمكن أن تثير إحساس المشاهدين بالأسى والحزن على الضحية في المشهد العنيف (درويش، عبد الرحيم 2012).

3- نظرية التعلم بالملاحظة Observational Learning theory طورها بندورا ووالترز Bandura and walters وتفترض النظرية أن الناس يمكن أن يتعلموا السلوك العدواني بملاحظة العنف ومشاهدته على الشاشة ، وبالتالي هذا العنف على الشاشة يمكن أن يزيد احتمالية قيام الجمهور بسلوك عنيف ويذكر منظرو هذه النظرية أن السلوكيات العنيفة التي يتم تعلمها من العنف التليفزيوني لا تطبق إذا لم ينشأ الموقف الذي يستدعي تطبيق هذه السلوكيات، وهناك أيضا توقع المكافأة من الآخرين على القيام بمثل هذا السلوك أو عدم القيام به (Strauss, A. L. 2017).

4- نظرية التدعيم Reinforcement يعد كلاير Kalpper المؤيد الرئيسي لهذه النظرية التي تفترض أن العنف التليفزيوني يعزز أو يقوى السلوك العنيف الذي يجلبه المشاهدين أثناء المشاهدة من داخلهم. وتقع النظرية بالقول بأن العنف في التليفزيون لا ينتج زيادات هامة أو نقص في احتمالية عدوانية الجمهور ، وهناك عوامل أخرى كالأعراف الثقافية والأدوار الاجتماعية وسمات الشخصية وتأثير الأسرة والرفاق . (Feldman, L., Myers, T. A., Hmielowski, J. D., & Leiserowitz, A. 2014)

وهناك أيضا من يشير إلى نظرية الغرس Cultivation theory على اعتبار أنها إحدى النظريات المفسرة للعنف حيث وظفت النظرية مفهوم دليل العنف violence index. كما اشارت بعض الدراسات الي نظريتين الأولى نظرية المخدر Opiate theory فبعد مشاهدة العنف بكثرة يصبح الناس سلبيين وغير قادرين على الشعور بأي شئ ، فعملية المشاهدة تعد مثيرا مرئيا متكررا مستمرا بسيطا يغلق بالتدرج الجهاز العصبي للإنسان ، أما النظرية الأخرى فتسمى نظرية التأثيرات المتراكمة Cumulative effects theory حيث تبين أن الرسائل المتراكمة لها تأثيرات على المدى البعيد . (Katz, E., Lazarsfeld, P. F., & Roper, E. 2017) ، وقد وجد بعض الباحثين علاقة ارتباطية بين التعرض للعنف الجنسي في التليفزيون واتجاهات طلاب الجامعة نحو العدوانية ، كما ينعكس في اعتقادهم بأن النساء يستمتعن بالجنس العنيف المفروض عليهن، وتذكر هذه النظرية أن التأثيرات التراكمية تكون كما يلي : يصبح الأفراد أقل حساسية لألم ومعاناة الآخرين ويكونون أكثر خوفا من العالم المحيط بهم وأكثر احتمالية أن يتصرفوا بطرق ضارة وعدوانية نحو الآخرين لأنهم يعتقدون أن العنف أمر طبيعي (درويش، عبد الرحيم 2012).

كما أن الدراسات التي أجريت في التسعينيات من القرن الماضي تذكر أن المضمون العنيف في التلفزيون له تأثيرات عاطفية ووجدانية كبيرة وتؤدي بالفعل بأفراد المجتمع إلي اللجوء إلي العنف كسلوك يقبلونه لأنفسهم في حياتهم وذلك بسبب التأثير علي تدعيم العدوانية داخلهم بعد مشاهدة عشرات الآلاف من المشاهد العنيفة في التلفزيون. (Valkenburg, P. M., & Piotrowski, J. T., 2017)

ولكشف ردود أفعال الأطفال وأولياء الأمور، والآثار الجانبية لمشاهدة برنامج (Ben 10) على الأطفال. حيث تكونت العينة من (30) طفلاً تتراوح أعمارهم ما بين (5-8) سنوات، ووالديهم وهم من شاركوا في البحث. ومن العوامل التي شملتها الدراسة أيضاً الآثار النفسية، والآثار الصحية، ومحتويات التلفاز على هؤلاء الأطفال. وتناول الاستبيان كم من الوقت يستهلك الطفل، وما نوع وسائل الإعلام التي يشاهدها الأطفال كما كانت في السنوات الأولى. وأظهرت بيانات الدراسة أن هناك آثاراً نفسية وصحية لبرنامج (Ben 10) على الأطفال الصغار. وأشارت النتائج إلى أن الآباء يعتقدون أن السن الذي يتراوح ما بين (12-15) سنة هو العمر الصحيح للأطفال لمشاهدة (Ben 10) (Sandhu, Devendar, 2014).

وفي سياق دراسة عن أثر مشاهدة العنف في وسائل الإعلام المرئي على تطور الدماغ واستخدام المنهج التجريبي، وتكونت عينة الدراسة من (20) طفلاً كانوا يتعرضون بشكل يومي لمشاهدة العنف في وسائل الإعلام المرئي بواقع خمس ساعات يومياً، وأسفرت نتائج الدراسة عن أن عنف وسائل الإعلام المرئي يؤثر تأثيراً سلبياً وقوي على الذاكرة قصيرة المدى والذاكرة طويلة المدى، كما تبين أن الفص الجبهي المسئول عن المشاعر والسلوك يحدث له خلل بمرور الوقت بعد مشاهدة أوقات كثيرة من العنف في وسائل الإعلام. (Tom & Hummer, 2015).

وفي دراسة ذهبت للتعرف علي العلاقة بين مشاهدة أفلام العنف وبعض المتغيرات النفسية والمعرفية لدي طلاب صعوبات التعلم، واستخدام المنهج الوصفي الارتباطي المقارن، وتكونت عينة الدراسة الأساسية من 200 من الأطفال من سن (14-15 سنة) وتم تطبيق اختبار واقع مشاهدة أفلام العنف، والقلق والعصابية، والذكاء الوجداني، وصعوبات التعلم. النتائج: أن نصف عينة الدراسة تقريباً 51% يتابعون أفلام العنف والحركة، وأن هناك 82% يتابعون فيلمين إلى أربعة أفلام عنف يومياً، ويقضي 62% منهم أكثر من ثلاث ساعات يومياً في مشاهدة هذه أفلام عنف، وأن 29% من هؤلاء الطلاب يشاهدون هذه الأفلام يومياً بينما 31% منهم يشاهدونها يومين في الأسبوع، كما أن 53% يشاهدونها كل أربع أو خمسة أيام، كما أشارت النتائج إلى وجود ارتباط دال موجب بين مشاهدة أفلام العنف والقلق والعصابية لدى الذكور والإناث ذوي صعوبات التعلم، بينما تبين وجود ارتباط سالب بين مشاهدة أفلام العنف والإبداع

الوجداني، كما لوحظ أن الذكور أكثر مشاهدة لأفلام العنف والحركة مقارنة بالإناث. وأن الذكور أكثر شعورا بالقلق والعصابية مقارنة بالإناث، وأن الإناث أكثر أداء على اختبار الإبداع الوجداني مقارنة بالذكور. (عبد الغني ، مها، 2016)

وفي سياق اهتمام القنوات التليفزيونية بإمدار الجمهور بالمعلومات وقت الأزمات، وبث الحالات الوجدانية حول الأحداث، جاءت دراسة دور المضمون التليفزيوني في تناول أزمة اللجوء السياسي التي شهدتها أوروبا عام 2015، وما صاحب ذلك من قيام أعداد كبيرة من المهاجرين بتقديم طلبات للجوء السياسي إلى فنلندا، حيث قامت الدراسة بتحليل مضمون البرنامج التليفزيوني الفنلندي "ليلة لاجئ" باعتبار القضية شأنًا سياسيًا قوميًا، ومن خلال تحليل المشاهد الدرامية التليفزيونية التي احتوى عليها البرنامج محل الدراسة، وما قدمه من مضامين تتعلق بصورة المهاجرين، وأوضحت الدراسة أن البرنامج التليفزيوني قد عبر عن دور الإعلام في تلبية حاجات الجماهير والتعبير عن آرائهم ومشاعرهم القلقة تجاه المهاجرين، حيث تم تقديم المضمون الإعلامي من منظور وطني يعكس حالة قلق المواطنين ومخاوفهم من قبول المهاجرين للجوء في بلادهم ورفضهم الاندماج معهم. وأظهر التحليل أيضًا أن القرارات الصحفية والتحريرية التي تحيط بالدراما الخاصة بالبرنامج التليفزيوني تسهم بشكل فعال في تقديم ودعم مثل هذه الأطر السياسية، مما يوضح ضرورة التقييم الأخلاقي للعمل الصحفي المحيط بأزمة المهاجرين الأوروبيين، من أجل تحقيق التوعية الحقيقية حول مشكلاتهم وحث المواطنين على تقبلهم وحمايتهم (Hellman, M., & Lerkkanen, T. 2017).

ومن منظور اهتمام الدراما بتعرض طلاب الجامعات لصور انحراف ابناء المصريين المغتربين بالدراما التليفزيونية وعلاقته باتجاهاتهم نحو هذه الصور، أثبتت الدراسة أن دوافع مشاهدة الباحثين للأفلام الدرامية التليفزيونية جاء دافعاً للتسلية والمتعة والشعور بالوحدة ، وأن الأفلام الدرامية التليفزيونية مليئة بالمغامرات والإثارة. (محمد ،هايدي إبراهيم ، 2013)

وفي نفس السياق اهتمت دراسة اخري باتجاهات طلاب الجامعات نحو الصورة الإعلامية لتعدد الزوجات المقدمة في الدراما التليفزيونية المصرية، أثبتت الدراسة أن المسلسلات العربية و الأفلام العربية هي أهم المواد التليفزيونية التي يقبل الباحثين على مشاهدتها ، وأن نسبة مستوى تأثيرات الصورة الإعلامية لتعدد الزوجات على اتجاه الباحثين نحو قضية تعدد الزوجات جاءت بمستوى مرتفع. (أحمد ، مروة محمد، 2014)

وفي نفس الاطار كانت دراسة عن صورة الموظف الحكومي بالمؤسسات الخدمية والإنتاجية كما تعكسها الدراما بقنوات الأفلام العربية واتجاهات الجمهور المصري نحوها وقد توصلت الدراسة إلى صحة الفرض الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الباحثين (ذكور/

إناث) من حيث ادراكهم لصورة الموظف. ولم يثبت صحة الفرض الذي ينص على أنه يؤثر عامل متغير الخبرة الشخصية في ادراك المبحوثين لصورة الموظف الحكومي.(حسن ، نجلاء محمد حامد، 2014).

وبالرجوع لمنظور الاهتمام بدرس تأثيرات مشاهدة العنف في الأفلام السينمائية وعلاقتها باتجاهات الأطفال نحو العدوان، تم استخدام صحيفة الاستبيان لقياس العوامل الديموجرافية، وعادات مشاهدة التلفزيون، ومقياس الميل نحو العنف المتلفز، ومقياس الاتجاهات نحو العدوان ، وكشفت الدراسة أن هناك اختلافات جوهرية ما بين كثيفي وقليلي مشاهدة الأفلام العنيفة في حجم اتجاهاتهم نحو العدوان، حيث أن المراهقين الذين يفضلون مشاهدة الأفلام العنيفة فإنهم أكثر تأييداً بأن الاتجاهات نحو العدوان تعد مقبولة مقارنة بالمراهقين الذين يشاهدون تلك الأفلام ولكن بكميات قليلة. (Hassan, M. S., & Azarian, Z. S., 2009)

وفي نفس السياق مع اختلاف المتغيرات ذهبت دراسة أن المبحوثين يتقوا بصدق وموضوعية بالقنوات التلفزيونية فيما تقدمه من أحداث عنف سياسي فقد جاءت نسبة من يتقون بدرجة متوسطة بنسبة 77.42%، ومن يتقون بدرجة كبيرة بنسبة 19.54%، ويتقون بدرجة ضعيفة بنسبة 3.04%. (محمود، هشام رشدي، 2010).

وفي نفس المنظور لفهم اتجاهات الجمهور نحو واقع الجريمة في المجتمع المصري توصلت دراسة إلى ان دوافع التعرض للأفلام هي معرفة اساليب ارتكاب الجريمة في المجتمع، ثم حب مشاهدة افلام الاثارة، كما اظهرت الدراسة ان الشعور بالندم هو اكثر الآثار السلبية الوجدانية تكررًا لدي عينة المشاهدين، كما اثبتت الدراسة صحة الفرض بين قدرة المبحوث علي تذكر مضمون الجريمة وبين تشكيل اتجاهات نحو واقع الجريمة في المجتمع المصري (تادرس، ماريان إيليا زكي، 2011)

كما أثبت دراسة صحة الفرض بوجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تعرض المراهقين لصورة الخلافات الزوجية المعروضة في الأفلام الفضائية العربية فقد يكون ذلك مؤشر سلبي علي اتجاهات المراهقين نحو الارتباط بالآخر. (السيد، ايمان ابراهيم، 2017)

كما اشارت دراسة لارتفاع نسبة الاتجاه المحايد نحو الحلول السينمائية التي تطرحها الافلام والتي يمكن اللجوء اليها لحل مشكلات العنف الجسدي ضد المرأة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطيه بين حجم تعرض أولياء الأمور للأفلام السينمائية المصرية التي تتناول مشاهد العنف الجسدي ضد المرأة، وبين إدراكهم للواقع الاجتماعي للظاهرة كما تعرض من خلال هذه الأفلام. ووجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض أولياء الأمور للأفلام السينمائية المصرية التي تتناول مشاهد العنف الجسدي ضد المرأة، وإدراك الواقع

الاجتماعي للظاهرة كما تعرض من خلال هذه الأفلام في وجود مستوى مرتفع من الدوافع النفعية والطقوسية. (العراقي ، ايمان عبد الفتاح، 2015)

ومن منظور دور الاسرة في التفاعل الوعي للتأثيرات الوجدانية للقنوات التليفزيونية، ومع ظهور التليفزيون كانت هناك المخاوف والعديد من الشكاوي من الوالدين بشأن استخدام الأبناء للتليفزيون وقنواته المختلفة نتيجة للتأثيرات السلبية التي قد تنتج عن مشاهدة المواد التي تعرض كنقص التفاعل الأسري وقلة التحصيل الدراسي إضافة إلي القيم والسلوكيات السلبية التي تعرض علي شاشات التليفزيون بقنواته المختلفة الفضائية المحلية والأجنبية، مما قد يؤثر بالسلب علي أبنائهم من الأطفال والمراهقين، ولذا كانت هناك العديد من الدعوات والبحوث العلمية التي تشجع الوالدين علي التدخل في مشاهدة أبنائهم للتليفزيون أو ما يطلق عليه Parental Mediation ولكن الوضع قد تغير الآن كما تغيرت تماما بيئة وسائل الاتصال الجديدة داخل الأسرة، وتذكر احدي الدراسات إنه لم يعد الوالدين لديهم القدرة علي السيطرة أو التحكم فيما يتعرض له الأبناء ، وذلك بسبب الثورة التكنولوجية الهائلة التي أفقدت الوالدين قدرتهم علي مراقبة ما يتعرض له أبنائهم، وإن كان ذلك ممكنا عن طريق الحاسبات الشخصية الموجودة في المنزل، إلا أنه صعب جدا عندما يتعلق بالهواتف المحمولة والتي يمكنهم من خلالها الدخول علي الإنترنت سواء في المنزل أو خارجه. (Fletcher & Blair, 2014)

و تشير العديد من الدراسات إلي تعرض ما يزيد علي 90% من المراهقين أو أكثر إلي الإنترنت وأن أكثر من نصفهم يتعرضون له بشكل يومي ولقد سهلت الهواتف المحمولة الوصول للإنترنت باستمرار في أي وقت وقللت من إمكانية تدخل الوالدين في استخدام أبنائهم للإنترنت أو مراقبتهم لمعرفة ما يتعرضون له. (Sorbring & Lundin, 2012)

ويظهر التراث البحثي أن الوالدين عندما يتحدثان مع أبنائهم عن مضمون وسائل الاتصال المختلفة، فإن هذا يمكن أن يغير من مدي تعرض الأبناء لهذا المضمون ويقلل من التأثيرات السلبية الناتجة عن تعرضهم له، وخصوصا في سن المراهقة وما قبلها وما يتعلق بتأثير المواد الإباحية والتي تحظى بنصيب كبير من الاهتمام بسبب انتشارها وسهولة الوصول إليها في أي وقت بين المراهقين، فالتعرض للمواقع التي تعرض لهذا المضمون ظاهرة عالمية ويقدر عددها بالملايين وأن السعي للحصول علي هذه المواقع يقدر بنسبة 25% من كل إجمالي مواقع البحث، كما تقدر طلبات البحث عنها يوميا بما يعادل 68 مليون طلب يوميا في المتوسط، وتأتي نسبة المستخدمين الأكبر لهذا المضمون للبالغين من سن 18-25 سنة، وتبين أيضا أن نسبة 50% من طلاب الجامعات يتعرضون للمضمون الإباحي علي الإنترنت وتزداد هذه النسبة بين من لديهم كمبيوتر شخصي في غرفة نومهم، كما يتبين أن الذين لا يتعرضون لهذا المضمون

بشكل عمدي قد يتعرضون له بشكل عرضي أو غير مقصود رغما عنهم، ولقد أجريت العديد من الدراسات عن أثر تدخل الوالدين بشكل إيجابي في تعرض الأبناء لهذا المضمون ولكن قليلة هي الدراسات التي أجريت عن أثر التدخل السلبي والذي يعني عدم رضا الآباء عن هذا المضمون وعدم موافقة الآباء علي تعرض أبنائهم له. (Rasmussen et al., 2015)

### المحور الثالث: مناقشة نتائج التحليل

#### أولاً: فئة الموضوع أو القضية البحثية والمجالات المرتبطة بها:

في ضوء الموضوعات والقضايا البحثية التي تطرقت لها الدراسات والبحوث للتأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية، يمكن مناقشتها في النقاط التالية:  
علي المستوي الغربي:

اهتم جانب من الباحثين الغربيين بدراسات التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للقنوات التليفزيونية، بدراسة الأدوار التي تؤديها القنوات التليفزيونية كمصدر للمعلومات، والتي جاء أغلبها معلومات سياسية ، نظراً لحالات الصراع بين القوي السياسية عالمياً وعربياً، فمثلاً تطرقت دراسة لبحث دور المضمون التليفزيوني في تناول أزمة اللجوء السياسي التي شهدتها أوروبا عام 2015م (Hellman, M., & Lerkkanen, T. 2017) ، وتم بحث "دور قناة فوكس الإخبارية في التأثير على المعرفة السياسية للجمهور" (Elizabeth Schroeder, Daniel F. (2015) Stone، وللتعرف علي وما تقوم به الوسيلة وتقديمها لمعلومات بشأن الحدث في ضوء الممارسات المهنية للقائم بالاتصال، جاءت دراسة عملية إنتاج البرنامج الإخباري على قناة الجزيرة القطرية، بالتركيز على ممارسات الصحفيين من خلال بحث دور البرامج الإخبارية التي تقدمها قناة الجزيرة في تناول القضايا العربية (Maiya Al-Habsi, 2014)، وقد تم رصد الفترات الزمنية التي تخصصها وسائل الإعلام لعرض وتناول القضايا والمعلومات السياسية، وذلك بالتطبيق على التليفزيون الهولندي، من حيث الوقت المخصص للبرامج التي تستهدف تقديم المعلومات السياسية ونشرها بين أفراد الجمهور (Rosa van Santen, Rens (2013) Vliegthart).

وفي سياق آخر اهتم عدد من الباحثين الغربيين باختبار عملية التضليل والتحريف الإعلامي في إمداد القنوات التليفزيونية بالمعلومات المضللة للجمهور، فرغم ما قدمه العلماء والباحثين من وصف للتحيّز بكونه أحد شروط المحتوى الإعلامي (Taylor, 2017, p.17)، فضلاً عما أكّده بعض الباحثين على كون التركيز المشترك بين وسائل الإعلام على الأخبار السلبية يؤثر ليس فقط في الناخبين ولكن أيضاً في الصحفيين والإعلاميين أنفسهم (Helfer, 2016)، إلا أن القنوات والبرامج التليفزيونية كوسائل للتضليل الإعلامي لا تكاد تكف عن استخدام هذه الأساليب

في مخاطبة مختلف مشاهديها. وبحسب ما أكدته دراسة آخري بأن المحتوى الخبري يجرى وضعه في التوقيت الأنسب من حيث الاقتران بالأحداث المتصلة ذات القدرة على التأثير في الكيفية التي يتم عبرها تصور القضية وفهمها من قبل الجمهور، وذلك عبر توظيف عددٍ من الآليات والتكتيكات المعلوماتية التي تهدف إلى كسب الموافقة العامة على السياسات المتبعة (Simons, 2016).

واتجهت بعض المجالات البحثية لدي الباحثين الغربيين لدراسة تقييم للمعلومات المكتسبة من القنوات التليفزيونية لدي المتلقي ، ومن أمثلة تلك الدراسات دراسة عن "مقارنة التغطية الإخبارية الأمريكية والبريطانية والعربية لحرب الطائرات الأمريكية بدون طيار ( Penelope Sheets & Others:2015)، وأحياناً تستخدم القنوات التليفزيونية بعض الأدوات والأساليب التعبيرية وفي إطار المعلومات المقدمة باستخدام أسلوب السخرية جاءت دراسة "دور برامج السخرية السياسية في التأثير على الأداء الصحفي"، التي بحثت مدى ثقة الجمهور في البرامج الإعلامية القائمة على السخرية السياسية، وكيفية مساعدة محتواها الإعلامي في التأثير على تقييم الجمهور للوسيلة الإعلامية ودرجة ثقته بها، وذلك بالتطبيق على برامج The Daily Show, Tonight, The Last Week (Jason T. Peifer, 2015)، وفي نفس إطار استخدام البرامج الساخرة التليفزيونية سعت دراسة للتعرف على العلاقة بين مشاهدة برامج السخرية السياسية وتشكيل الاتجاهات السياسية للجمهور. حيث تم تحليل مضمون البرنامج الساخر (A wonderful country) (Meital Balmas,2014)، وفي إطار الاهتمام بعملية التقييم للبرامج التليفزيونية السياسية كجزء كسب المعرفة، اهتمت دراسة ببحث العلاقة بين التوجه السياسي للمشاهد وقيمه وتأثيرها في تقييم البرامج السياسية التليفزيونية في أسبانيا (Bayo-Moriones, A., et al, 2015).

وتبنت المدارس الغربية في وظيفة التأطير القضايا والمعلومات المقدمة ، حيث تم رصد التحيز الإعلامي وعدم الموضوعية في نقل الأحداث بهدف صنع رأي عام موافق عبر تأطير القضايا السياسيّة في الأطر التي تتفق مع أيديولوجية الدوائر السياسية التي يعبر عنها القائم بالاتصال (Simons, 2016)، ومن أهم الموضوعات والقضايا البحثية في هذا المجال: بحث ودراسة تحليل مقارن لأطر وتناقضات تغطية الثورة المصرية عام 2011م، بقناتي الجزيرة الناطقة بالعربية و CNN (Yehia, 2013). وبحث " الأطر المصورة لأزمة اللاجئين الأوروبيين في وسائل الإعلام الأوروبية"، حيث تم بحث أساليب التغطية الدولية المصورة لأزمة اللاجئين الأوروبيين في كل من قناة السي إن إن الدولية وموقع دير شبيجل الألماني الإخباري ( Xu Zhang, Lea Hellmueller, 2017). ودراسة "تأثير مؤسسة الرئاسة على التغطية الإعلامية

لوسائل الإعلام الحزبية"، من خلال رصد وتحليل أثر التوجهات الحزبية على التغطية الإعلامية لقضية البطالة وعلاقة ذلك بمضمون الخطاب الرئاسي، وذلك بالتطبيق على الشبكات الإعلامية "CNN, FNC and MSNB" (Eshbaugh-Soha, 2018). ودراسة "تأثير التوجه الحزبي لقناة فوكس نيوز على تقديم محتوى إخباري موضوعي ومتوازن"، حيث اهتمت الدراسة برصد وتحليل أساليب تناول الإخباري لوسائل الإعلام الحزبية، بالتركيز على قناة فوكس نيوز الأمريكية (Mitchell T. Bard, 2015). وتم تقييم الأطر الإخبارية أثناء الثورة المصرية عام 2011م، واستهدفت الدراسة تتبع الأطر المستخدمة في القنوات الإخبارية الأمريكية (السي إن إن وفوكس نيوز) للمشاركين في الثورة المصرية عام 2011م كجزء من الربيع العربي (Andrea L. Guzman, 2016). وبحث دراسة "دور قناة الجزيرة الإخبارية في تفكيك الواقع الاجتماعي"، حيث تم رصد وتحليل الأطر الخبرية التي قدمتها المعالجة الإعلامية العربية لأحداث التغيير السياسي التي شهدتها كل من مصر وليبيا عام 2011م (Rabie Barakat, 2015). وبحث "خصائص الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة الإخبارية حول أحداث الثورة اليمنية"، حيث تم رصد كيفية استخدام الأيديولوجية كأداة للهيمنة، وذلك من خلال الكشف عن الأهداف الأيديولوجية التي تسعى المناظرات السياسية التلفزيونية إلى تحقيقها، بالتطبيق على البرامج السياسية التي قدمتها قناة الجزيرة الإخبارية حول ثورة اليمن 2011-2012م (Raiya Sulaiman Al Kharusi, 2017). وبحث "دور قناة الجزيرة الإخبارية في التعبير عن التوجهات السياسية والفكرية لجماعة الإخوان المسلمين في مصر"، من خلال تحليل الخطاب الإعلامي الذي تقدمه قناة الجزيرة القطرية باعتبارها القناة المعبرة عن فكر جماعة الإخوان المسلمين في مصر، بالتطبيق على برنامجي "بلا حدود" و"الاتجاه المعاكس"، ودورهما في طرح وتناول الأيديولوجيات السياسية المختلفة. (Mohammed-Ali M. A. Abunajela, 2015).

اهتمت عدد من الدراسات برصد تأثير البيئة الاتصالية في مضمون البرامج التلفزيونية الإخبارية ومنها، دراسة "دور تغريدات المشاهدين في التأثير على مضمون البرامج السياسية التلفزيونية"، واهتمت بالبحث في دور التلفزيون التفاعلي في تعزيز عملية التواصل مع الجمهور، بما يحقق التفاعل الاجتماعي حول المحتوى المقدم، (Hassan Atifi, Michel Marcoccia, 2017). وفي نفس السياق تم بحث "العلاقة بين النقاشات السياسية التي يقدمها التلفزيون وردود أفعال المستقبليين عبر موقع تويتر"، من حيث دراسة العلاقة بين تعرض المشاهدين للقضايا التي يتناولها التلفزيون، ومدى تناولهم لهذه القضايا عبر شبكة الإنترنت، وذلك بالتطبيق على ردود أفعال المشاهدين التي قدموها عبر موقع تويتر حول ما قدمته شاشة التلفزيون من نقاشات سياسية خلال حملة الانتخابات الألمانية لعام 2013م، (Damian Trilling, 2015).



وفي ضوء الاهتمام بالتأثيرات المعرفية والوجدانية الإقناعية جاءت دراسة "دور وسائل الإعلام الصينية والروسية والعربية السعودية في تناول أحداث الانتخابات الرئاسية الأميركية" (Ethan Christopher Stokes & all, 2017). وفي ضوء بحث التأثيرات الإقناعية لوسائل الإعلام ودور التلفزيون في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو موضوعات محددة مثل الجريمة، جاءت دراسة "كيف تؤثر الأخبار الخاصة بالجريمة على اتجاهات الناخبين؟"، حيث قامت الدراسة بالتطبيق على دور أخبار الجريمة التي تعرضها وسائل الإعلام في التأثير على اتجاهات المشاهدين نحو المرشحين السياسيين في الانتخابات العامة الإيطالية لعام 2001م، وأكدت نتائج الدراسة اتجاه السياسيين والقائمين على وسائل الإعلام نحو تخويف الناخبين من انتشار معدلات الجرائم وأحداث العنف كوسيلة لكسب دعمهم لتيار سياسي معين، والحصول على التأييد الجماهيري لسياسات هذا التيار، وذلك على اعتبار أن التخويف يعد أداة سياسية ناجحة للتأثير في الناخبين (Graziano, P, R, & Percoco, M 2017). وفي نفس إطار العملية الانتخابية ودور التغطية الإخبارية في تقييم شرعية المرشح، جاءت دراسة "دور وسائل الإعلام في تقييم شرعية المرشحين في الانتخابات الرئاسية" (Nicholle Zarkower, 2016). وامتداداً للدراسة السابقة تم دراسة جانب المهنية في الطرح الإعلامي لقضية الانتخابات الأمريكية 2012م، من خلال الخلل وعدم الموضوعية في التغطية التلفزيونية، حيث تم دراسة "تحليل الخلفيات السياسية والاقتصادية لاتجاهات التغطية التلفزيونية أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2012م"، وبحث ومدى تأثيرها بالإعلانات السياسية التي تستهدف إقناع الناخبين بتبني توجه سياسي معين (Shea Smock, 2014). وفي دراسات الاستقطاب السياسي كشكل من أشكال التأثير من خلال القنوات التلفزيونية اهتمت دراسة ببحث "التأثيرات السياسية للتحيز الإخباري" (Dimitri Kelly, 2013). وفي نفس المجال اهتمت دراسة أخرى ببحث "العلاقة بين وسائل الإعلام والاستقطاب السياسي: دراسة حالة للبحث الإذاعي والتلفزيوني في الولايات المتحدة الأمريكية" (Filipe R. Campante, Daniel A. Hojman, 2013).

#### علي المستوي العربي:

اهتم عدد من الباحثين العرب ببحث التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للقنوات التلفزيونية، وتجلى ذلك من خلال عدد من الدراسات والبحوث التي تناولت دور القنوات التلفزيونية في مصر والوطن العربي وأهميتها كمصدر للمعلومات، حيث ظهرت نسبة كبيرة من الدراسات التي عنيت بقياس مدى اعتماد المشاهد المصري بفئاته العمرية المختلفة على المادة الخبرية، وبخاصة الفضائيات في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، ورصد مدى الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية والمعرفة بالقضايا الداخلية والخارجية لدى الجمهور المصري، وبحث

العلاقة بين التقنيات الحديثة بالقنوات العربية ومستوى المعرفة بالأحداث الجارية، كما تناولت بعض الدراسات تأثير التعرض للأخبار بالقنوات الفضائية في المستوى المعرفي للقضايا السياسية لدى الجمهور المصري.

وبنظرة لبعض القضايا والإشكاليات البحثية التي تم بحثها في هذا المجال، تم بحث عملية الوعي السياسي ودور القنوات التلفزيونية في رفع هذا الوعي لدى فئة طلاب الجامعة؛ باعتبارهم الفئة الأكثر إقبالاً على الحياة السياسية، جاءت دراسة للتعرف إلى دور البرامج الإخبارية في قناتي الجزيرة والعربية في تنمية الوعي السياسي (شراذقة، تحسين محمد أنيس، 2018م). ودراسة حول العلاقة بين استهلاك طلاب الجامعات الليبية من الخدمات الإخبارية التلفزيونية الفضائية الليبية والدولية العربية وتصوراتهم عن الإشباع الذي يتلقوه من هذه الخدمات الإخبارية (العوجلي، طارق، 2016م). وفي إطار الاهتمام بالكشف عن دوافع ودرجات اعتماد فئة النخبة من الجمهور علي المواقع الإخبارية للقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية كمصدر للمعلومات، جاءت دراسة "معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية الموجهة للجمهور العربي لقضايا العالم الإسلامي، ودورها في تكوين معارف، واتجاهات النخبة المصرية" (رمضان، آيات أحمد، 2013م). وفي نفس السياق جاءت دراسة اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية: دراسة مسحية على عينة من طلبة كليات الجامعة في مدينة مكة المكرمة (العززي، وديع محمد سعيد، 2016م). وفي نفس الإطار سعت دراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به الفضائيات الإخبارية (الجزيرة، العربية، العالم) في تشكيل معارف الجمهور اليمني (العامة والمتعمقة) عن الأزمة السياسية اللبنانية، وقدرتها على تشكيل أجندتهم للقضايا والأزمات الدولية (الكافي، محمد الفقيه، ومطهر، بشار عبدالرحمن، 2016).

وتتسق عدد من الدراسات حول التفسيرات المختلفة للمعلومات التي تقدمها المعالجات الإخبارية للأحداث والقضايا، وتأثيرات القنوات التلفزيونية ومسئوليتها تجاه الجمهور، فمثلا اختلفت تفسيرات المعلومات الخاصة بالثورة التونسية باختلاف طبيعة وسائل الإعلام البانئة لهذه المعلومات ما بين وسائل غربية وأخرى شرق أوسطية، ويتفق ذلك مع مجمل ما آل إليه الباحثون مثل (يوسف، ريهام، 2015م)، (عبده، سلام، 2014م)، (أحمد، إلهام، 2013م)، من حرص القنوات الفضائية وبرامجها على عرض جانب واحد للموضوعات التي تناقشها، وهو الجانب الذي يتفق مع سياسة كل قناة، وهو ما اختلف معه دراسة (عبد الرحيم، هشام، 2015م) الذي أكد على حرص المعالجة الإعلامية لهذه البرامج على عرض أكثر من وجهة نظر، إلا أن العديد من الباحثين يؤكدون على أنه حتى القائمون بالاتصال أنفسهم يرى الغالبية العظمى منهم أن

البرامج الحوارية لا تلتزم بالمسئولية الاجتماعية في التعبير الإعلامي عن مصالح الجماهير، ولاسيما إزاء الضغوط الإعلانية (ذكي، طلال، 2015م).

وفي ضوء دمج الاتجاه البحثي الأخر بمدخل تأثيرات وسائل الإعلام، جاءت دراسة التعرض للقنوات الفضائية المصرية والعربية وعلاقته باتجاهات المشاهدين نحو الجماعات الإسلامية ذات التوجه السياسي، لبحث كثافة التعرض للقنوات الفضائية المصرية والعربية (أحمد، دعاء عبد اللطيف، 2017م). وفي هذا السياق جاءت دراسة المعالجة الإخبارية للأزمات الاقتصادية المصرية في القنوات الموجهة بالعربية واتجاهات الجمهور حيالها، التي استهدفت الدراسة رصد وتحليل الأطر الخيرية للأزمات الاقتصادية في قنوات (روسيا اليوم- بي بي سي العربية- فرانس 24)، ومعرفة درجة اعتماد الجمهور المصري عليها خلال الأزمات الاقتصادية المصرية (عطية، بسنت محمد، 2014م). وتم أيضاً رصد وتحليل أطر المعالجة الإخبارية للأزمات السياسية العربية (الأزمة السورية، الأزمة اليمنية، الأزمة العراقية، الأزمة الفلسطينية، الأزمة الليبية، الأزمة المصرية، والأوضاع التونسية) في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية وسمات هذه المعالجة، وذلك بالتطبيق على قنوات بي بي سي العربية وفرانس 24، وروسيا اليوم (عتيق، دينا وحيد، 2016م). وفي إطار الاهتمام بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة استهدفت إحدى الدراسات التعرف على طبيعة المعالجة التي تقدمها المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة باللغة العربية لقضايا الصراعات العربية الداخلية واتجاهات النخبة نحو هذه المعالجة، بالتطبيق على أحداث الثورة السورية (سيد، حسني، 2014م).

وهناك عدد من الدراسات التي اهتمت بدور وسائل الإعلام في الشؤون الخارجية والقضايا الدولية، لاسيما القنوات التلفزيونية الإخبارية، حيث حظيت الكيفية التي تتناول بها تلك القنوات لقضايا السياسة الخارجية والعوامل المؤثرة في هذا التناول على اهتمام العديد من العلماء والدارسين، كما أوضحت عدة دراسات ما قد يترتب على ذلك التناول الإعلامي من تأثير على اتجاهات الجمهور ومواقفه، ومن هذه الدراسات التي تناولت دور التناول الإعلامي لقضايا السياسة الخارجية في التأثير على آراء الجمهور واتجاهاته (حسين، سارة محمد، 2013م).

وفي سياق تحليل القضايا العربية في الخطاب التلفزيوني أجريت دراسة لبحث "تناول القضايا العربية في الخطاب التلفزيوني الأوروبي الموجه باللغة العربية وعلاقة الصفوة به"، من خلال تحليل القضايا العربية في الخطاب التلفزيوني الأوروبي الموجه باللغة العربية في قنوات "بي بي سي العربية، وروسيا اليوم، ودويتش فيله"، وعلاقة الصفوة بالخطاب الإخباري المقدم (فهيم، بسنت مراد، 2014م). وفي نفس السياق جاءت دراسة لبحث "المعالجة الإخبارية

لقضايا الدول النامية في الفضائيات الأوروبية الموجهة باللغة العربية" (فودة، ولاء عبد الرحمن، 2014م).

وفي إطار المعالجة الإخبارية لقضية الصراع العربي الإسرائيلي، جاءت دراسة دور القنوات الفضائية في تغطية أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة وتداعياته (المصري، نعيم فيصل، 2015م).

#### ثانياً: فئة الإطار النظري:

استندت بعض الدراسات عينة التحليل لأطر نظرية كما لم يستند بعضها الآخر، وبالنسبة لأنواع تلك الأطر وتأصيلها الفكري Originating Disciplines، فكانت الأطر النظرية المرتبطة بالتأثيرات المعرفية والوجدانية، الأكثر شيوعاً هي نظريات الاعتماد علي وسائل الاعلام ونظرية الاستخدامات الاشباع ، وجاءت نظرية الاطار الاعلامي والتي تدرس ظروف تأثير الرسالة.

#### فعلي المستوي الغربي:

تعد نظرية الاعتماد من أكثر الأطر النظرية التي يستند إليها الباحثون الغربيون عند معالجة موضوعات التأثيرات المعرفية للقنوات التليفزيونية ، حيث حرصت الأبحاث في الولايات المتحدة الأمريكية والدول الغربية على توظيف نظرية الاعتماد للوقوف على تأثير المضمون علي الجمهور وإدراكاته المعرفية والوجدانية ، وأيضاً نظرية الاستخدامات والإشباع ، ونظرية الاطر الخبرية، وتلك النظريات تحمل في طياتها التأثيرات لتلك القنوات التي تؤديها عبر موادها الاعلامية المختلفة. ومن تلك الدراسات (Simons, 2016)، (Yehia, 2013)، ودراسة ( Xu Zhang, Lea Hellmueller, 2017)، ودراسة (Eshbaugh-Soha, 2018) ، ودراسة (Mitchell T. Bard, 2015)، ودراسة (Andrea L.Guzman,2016)، ودراسة (Rabie Barakat, 2015)، ودراسة (Raiya Sulaiman Al Kharusi,2017)، ودراسة (Hellman, M., & Mohammed-Ali M. A. Abunajela, 2015)، ودراسة (Lerkkanen, T. 2017) ، ودراسة (Elizabeth Schroeder, Daniel F. Stone, 2017)، ودراسة (Rosa van Santen, Rens Vliegthart, 2013).

وفي اطار التأثيرات الوجدانية للقنوات التليفزيونية تنوعت الأطر والمداخل النظرية، لكن غلبت عليها نظرية الاعتماد أيضاً، ومن أمثلة الدراسات التي اعتمدت علي نظرية الاعتماد دراسة (Ethan Christopher Stokes & all, 2017) Sebastian Ellingsena, Øystein ، ودراسة (Hernæs, 2018)، ودراسة (Nicholle Zarkower, 2016)، ودراسة (Shea Smock,2014)، ودراسة (Graziano, P, R, & Percoco, M 2017).

### علي المستوي العربي:

وفي رصد الدراسات للتأثيرات المعرفية والوجدانية، تلاحظ أن ثمة محاولات لتبني وابتكار استخدام نماذج ومداخل بحثية تنطلق من البيئة الثقافية العربية، وتستفيد من التراكم العلمي الملحوظ في مجال بحوث الاتصال ، وكذلك واستقادت بعض البحوث من الأطر النظرية التي تم اختيارها للبحث، وغلبت الاطر الاكثر استخدام ايضاً نظرية الاعتماد علي وسائل الاعلام. اي الاتجاه البحثي العربي اتفق مع الاتجاه البحثي الغربي في استخدامه لأطر نظرية مثل الاعتماد علي وسائل الإعلام ، وأيضاً نظرية الأطر الخبرية ، والاستخدامات والإشباعاات وغيرها. وبرزت دراسات (بركات، وليد فتح الله، شاهين، هبة أمين، 2014م)، (المرغني، عادل عاشور، 2013م)، (حسين، سارة محمد، 2013م)، (أحمد، إلهام ، 2013م)، (الشربيني، عبير فتحي، 2013م). وفي مجال استخدام نظرية الأطر الخبرية مثل دراسة (عتيق، دينا وحيد، 2016م)، ودراسة (سيد، حسني، 2014م)، ودراسة (الكافي، محمد عبدالوهاب الفقيه، ومطهر، بشار عبدالرحمن، 2016م)، ودراسة (عطية، بسنت محمد، 2014م)، ودراسة (شاهين، هبة أمين، 2013م)، ودراسة (فهيم، بسنت مراد، 2014م)، ودراسة (فودة، ولاء عبد الرحمن، 2014م)، ودراسة (المصري، نعيم فيصل، 2015م)

### ثالثاً: فئة التصميم المنهجي:

تنوعت الدراسات عينة التحليل من حيث المناهج البحثية حيث ظهرت دراسات تطبيقية وغير تطبيقية وكما تنوعت التصميمات المنهجية حيث وظفت بعض الدراسات المنهج الكمي واعتمدت بعضها على المنهج الكيفي كما مزجت دراسات أخرى بين المنهجين الكمي والكيفي. ويأتي منهج المسح في مقدمة المناهج البحثية التي وظفتها الدراسات عينة التحليل. اعتمدت عديد من الدراسات على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، لبحث المتغيرات المرتبطة بالموضوعات البحثية التي تثيرها تلك الدراسات.

### ومن نماذج الدراسات التي استخدمت منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني:

- دراسة (Elizabeth Schroeder, Daniel F. Stone, 2015)، حيث استخدمت منهج المسح في التعرف علي "دور قناة فوكس الإخبارية في التأثير على المعرفة السياسية للجمهور".
- دراسة (Jason T. Peifer, 2015)، التي بحثت مدى ثقة الجمهور في البرامج الإعلامية القائمة على السخرية السياسية، وكيفية مساعدة محتواها الإعلامي في التأثير على تقييم الجمهور للوسيلة الإعلامية ودرجة ثقته بها، وذلك بالتطبيق على برامج The Daily Show, Tonight, The Last Week.

- دراسة (Bayo–Moriones, A., et al, 2015)، استخدمت منهج المسح في إطار الإهتمام بعملية التقييم للبرامج التلفزيونية السياسية، وبحث العلاقة بين التوجه السياسي للمشاهد وقيمه وتأثيرها في تقييم البرامج السياسية التلفزيونية في أسبانيا
  - دراسة (Rosa van Santen, Rens Vliegenthart, 2013)، التي استخدمت منهج المسح لبحث العلاقة بين الاتصال السياسي ودور برامج التلفزيون في تقديم المعلومات السياسية لأفراد الجمهور".
  - دراسة (أحمد، دعاء عبد اللطيف، 2017م) التي وظفت منهج المسح الإعلامي لبحث التعرض للقنوات الفضائية المصرية والعربية وعلاقته باتجاهات المشاهدين نحو الجماعات الإسلامية ذات التوجه السياسي.
  - دراسة (شراذقة، تحسين محمد أنيس، 2018م) التي وظفت منهج المسح الإعلامي إلى دور البرامج الإخبارية في قناتي الجزيرة والعربية في تنمية الوعي السياسي.
  - دراسة (العوجلي، طارق، 2016م) التي استخدمت منهج المسح الإعلامي حول العلاقة بين استهلاك طلاب الجامعات الليبية من الخدمات الإخبارية التلفزيونية الفضائية الليبية والدولية العربية وتصوراتهم عن الإشباع الذي يتلقوه من هذه الخدمات الإخبارية.
  - دراسة (رمضان، آيات أحمد، 2013م) للكشف عن دوافع ودرجات اعتماد فئة النخبة من الجمهور علي المواقع الإخبارية للقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية كمصدر للمعلومات.
  - دراسة (العززي، وديع محمد سعيد، 2016م) لرصد اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية: دراسة مسحية على عينة من طلبة كليات الجامعة في مدينة مكة المكرمة.
  - دراسة (الكافي، محمد الفقيه، ومطهر، بشار عبدالرحمن، 2016) التي سعت دراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به الفضائيات الإخبارية (الجزيرة، العربية، العالم) في تشكيل معارف الجمهور اليمني (العامة والمتعمقة) عن الأزمة السياسية اللبنانية، وقدرتها على تشكيل أجندتهم للقضايا والأزمات الدولية.
- ومن نماذج تلك الدراسات التي اعتمدت علي منهج المسح الإعلامي بشقه التحليلي والميداني:
- دراسة (Eshbaugh–Soha, 2018).، لتحليل تأثير مؤسسة الرئاسة على التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام الحزبية"، من خلال رصد وتحليل أثر التوجهات الحزبية على التغطية الإعلامية لقضية البطالة وعلاقة ذلك بمضمون الخطاب الرئاسي، وذلك بالتطبيق

- على الشبكات الإعلامية "CNN, FNC and MSN" معدل الاهتمام بالقضية، إلى جانب الآثار الاجتماعية المترتبة عليها
- دراسة (Xu Zhang, Lea Hellmueller, 2017)، لتحليل الأطر المصورة لأزمة اللاجئين الأوروبيين في وسائل الإعلام الأوروبية" كما وتطرت الدراسة للتأثير المتوقع لهذا التأطير حول قضية اللاجئين.
  - دراسة (Hellman, M., & Lerkkanen, T. 2017) ، التي وظفت منهج المسح في بحث دور المضمون التلفزيوني في تناول أزمة اللجوء السياسي التي شهدتها أوروبا عام 2015م ، وعكست حالة قلق المواطنين ومخاوفهم من قبول المهاجرين للجوء في بلادهم ورفضهم الاندماج معهم.
  - دراسة (Simons, 2016) التي تم توظيف منهج المسح الإعلامي في رصد التحيز الإعلامي وعدم الموضوعية في نقل الأحداث بهدف صنع رأي عام مواتٍ عبر تأطير القضايا السياسيّة ، والتأثير في الكيفية التي يتم عبرها تصوّر القضية وفهمها من قبل الجمهور .
  - دراسة (Andrea L.Guzman,2016) وظفت تحليل المضمون في تقييم الأطر الإخبارية أثناء الثورة المصرية عام 2011م، وتتبع الأطر المستخدمة في القنوات الإخبارية الأمريكية (السي إن إن وفوكس نيوز) للمشاركين في الثورة المصرية عام 2011م كجزء من الربيع العربي ، كما اشارت التفسيرات للنتائج كيف يمكن أن تؤثر الاطر المستخدمة علي الافراد .
  - دراسة (Raiya Sulaiman Al Kharusi,2017)، وظفت تحليل المضمون في بحث "خصائص الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة الإخبارية حول أحداث الثورة اليمنية"، حيث تم رصد كيفية استخدام الأيديولوجية كأداة للهيمنة، وذلك من خلال الكشف عن الأهداف الإيديولوجية التي تسعى المناظرات السياسية التلفزيونية إلى تحقيقها، بالتطبيق على البرامج السياسية التي قدمتها قناة الجزيرة الإخبارية حول ثورة اليمن 2011-2012م ،الدور اللغوي القوي للإعلام في صياغة النوايا الأيديولوجية والتأثير على الجمهور .
  - دراسة (Penelope Sheets & Others:2015)، التي اعتمدت علي منهج المسح لتحليل مضمون التغطية الإخبارية الأمريكية والبريطانية والعربية لحرب الطائرات الأمريكية بدون طيار وناقشت الدراسة اطر التغطية علي المتلقي ومدى تأثره بها.
  - دراسة (Mohammed-Ali M. A. Abunajela, 2015)، لمسح وتحليل الخطاب الإعلامي الذي تقدمه قناة الجزيرة القطرية باعتبارها القناة المعبرة عن فكر جماعة الإخوان

المسلمين في مصر، بالتطبيق على برنامجي "بلا حدود" و"الاتجاه المعاكس"، ودورهما في طرح وتناول الأيدولوجيات السياسية المختلفة.

- دراسة (Meital Balmas,2014)، التي وظفت منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، للتعرف على العلاقة بين مشاهدة برامج السخرية السياسية وتشكيل الاتجاهات السياسية للجمهور، حيث تم تحليل مضمون البرنامج الساخر (A wonderful country).
- دراسة (Maiya Al-Habsi,2014)، استخدمت منهج المسح الإعلامي لفهم التأثيرات الإعلامية وما تقوم به الوسيلة في مرحلة إنتاج الخبر وتقديمها لمعلومات بشأن الحدث في ضوء الممارسات المهنية.
- دراسة (عطية، بسنت محمد،2014م) التي استهدفت رصد وتحليل الأطر الخبرية للأزمات الاقتصادية في قنوات (روسيا اليوم- بي بي سي العربية- فرانس24) وبينت كيف يري الجمهور هذه الازمات.
- دراسة (عتيق، دينا وحيد،2016م) حيث تم تحليل أطر المعالجة الإخبارية للأزمات السياسية العربية (الأزمة السورية، الأزمة اليمنية، الأزمة العراقية، الأزمة الفلسطينية، الأزمة الليبية، الأزمة المصرية، والأوضاع التونسية) في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية وسمات هذه المعالجة، وذلك بالتطبيق على قنوات بي بي سي العربية وفرانس 24، وروسيا اليوم وعلاقة ذلك بالجمهور.

#### القسم الثالث: الرؤى المستقبلية والأجندة البحثية التي يقترحها العرض التحليلي:

وفي ضوء العرض التحليلي الحالي وكذلك مناقشته يمكن توضيح الرؤى المستقبلية والأجندة البحثية المقترحة كما يلي:

#### أ. في مجال التأثيرات المعرفية للقنوات التلفزيونية:

يمكن حصر الرؤى المستقبلية والأجندة البحثية في مجال التأثيرات المعرفية للقنوات التلفزيونية في النقاط التالية:

- برز اهتمام ملحوظ لدى الباحثين الغربيين بدراسة التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض للتلفزيون ضمن الجوانب الأخرى للتأثيرات وكان التركيز علي المضامين اغلبها سياسي، ، وجاء الاهتمام العربي بهذا الجانب متمثلاً في دراسة التأثيرات التي تحدثها المادة الخبرية بالقنوات التلفزيونية في الجمهور ايضا علي الجوانب السياسية...لذا يقترح العرض التحليلي بحث التكامل بين الدور الإعلامي لكل التأثيرات للتعرض للقنوات التلفزيونية وانعكاس ذلك علي الجمهور في شتي المضامين .



- ضرورة التوجه نحو الدراسات المتعلقة بالمعالجة الإخبارية في سياقات بيئية وثقافية واجتماعية مختلفة، وعبر فترات زمنية مختلفة، لبحث أوجه الاتفاق والاختلاف في أخلاقيات المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية، وذلك لاستنباط مقاييس واضحة تمكن من تقييم التأثيرات المعرفية للقنوات التليفزيونية.
- فتح المجال أمام الباحثين لإجراء الدراسات التاريخية والتتبعية التطورية التي تهتم بالتعرف علي تأثيرات الظروف المجتمعية في فترات زمنية محددة، والتطور أو التراجع في المعالجات والتغطيات الاعلامية للأحداث التي يتم تناولها في القنوات التليفزيونية المختلفة.
- تفوقت الدراسات الغربية علي الدراسات العربية في تناولها للتأثيرات المعرفية حول الوعي السياسي وعلاقتها بتغير الاتجاهات السياسية لدي الجمهور حيث اقتصر معظم الدراسات العربية علي دراسة الاعتماد لاكتساب المعلومات، وذلك نظراً لطبيعة بعض الاحداث السياسية المتلاحقة في عدد من الدول الغربية وفي المقابل لطبيعة الأيديولوجيات الفكرية لدي بعض الانظمة العربية...لذا يقترح العرض الحالي مزيداً من الدراسات العربية في مجال دراسة التأثيرات المعرفية المختلفة والمتنوعة للقنوات التليفزيونية.
- يعد الاتصال السياسي بمحاورة المختلفة واحداً من الموضوعات البحثية التي حظيت باهتمام مكثف من جانب البحوث والدراسات العربية والغربية والتي حظيت بدراسة التأثيرات المعرفية والوجدانية وحتى السلوكية، وأن غلبت سمة التكرار على عدد من البحوث العربية دون وجود اختلاف جوهري في المتغيرات التي تناولتها بالدراسة والتحليل، وربما يفسر ذلك في ضوء ضعف الاستعانة بقواعد المعلومات المتاحة، وركز معظم بحوث الاتصال السياسي العربية على دور المادة الإخبارية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته السياسية، وكذلك المشاركة السياسية . ويتضح من نتيجة العرض التحليلي الحالي أن من أهم القضايا البحثية التي حظيت باهتمام الباحثين العرب والغرب تلك المرتبطة بالجانب السياسية ؛ نظراً لغلبة المشهد السياسي علي معظم المضامين الإعلامية الأخرى، الأمر الذي يجعل معظم القنوات التليفزيونية يفرّد مساحات زمنية عبر شاشاتها للمضمون السياسي، وعلي غرار ذلك تحول انتباه ونشاط الأكاديميين إلى دراسات الإعلام والاتصال السياسي... لذا يقترح العرض التحليلي بالرغم من ارتفاع أهمية عديد من القضايا والنزاعات السياسية التي تشغل اهتمام العالم في العصر الحالي، والذي يتوجب على الباحثين في الدول الأجنبية والعربية دراسة كيفية إبراز ومعالجة مختلف وسائل الإعلام لهذه القضايا، إلا أنه من الأهمية بمكان إجراء المزيد من البحوث حول معالجة القضايا الاجتماعية والاقتصادية والتنمية المهمة، وذلك لإحداث التوازن في نوعية القضايا البحثية.

- ونظراً لطغيان المضمون السياسي علي الدراسات العربية والغربية في مجال التأثيرات المعرفية تحديداً بالقنوات التلفزيونية ، ونظراً لطبيعة القنوات التلفزيونية وزيادتها والتي تتأخذ من المضمون السياسي مادتها الأساسية في مخاطبة الجماهير... لذا يقترح العرض التحليلي الحالي التوازن في تناول القضايا الاقتصادية والاجتماعية والصحية وغيرها باعتبارها مضامين يفترض أن تهتم بها القنوات التلفزيونية ؛ وكونها أده لرصد قضايا المجتمع بمختلف مجالاته.
- اهتمت الدراسات العربية والغربية بوظيفة تأطير القضايا والأحداث التي تشهدها دول العالم، وتغيراتها البيئية والسياسية، ويقترح العرض الحالي توجه الباحثين إلي رصد كيفية توظيف الأطر لمعالجة القضايا المختلفة في القنوات التلفزيونية ، ومدى التغير الذي يطرأ على العوامل التي تساعد في بناء تلك الأطر وعلاقته بما يطرأ من تغيير في تأطير القضايا الدولية المختلفة مع مرور الوقت.. وأيضاً الاهتمام بالدراسات التي تهتم برصد كيفية توظيف صحافة المواطن للأطر المختلفة في معالجة الأحداث والقضايا المجتمعية.
- وفي الاتجاه البحثي الذي رصد التأثيرات المعرفية للقنوات التلفزيونية لإشباع حاجات معرفية ، فقد تبنت الدراسات الغربية مفاهيم منها بينها الاستقطاب السياسي ؛ مشيرة إلي ما يقوم به التلفزيون من عملية الاستقطاب السياسي للجمهور...لذا يقترح العرض التحليلي دراسة هذه المفاهيم الجديدة مثل الاستقطاب السياسي وكذلك غيرها من المفاهيم والمتغيرات كالاستقطاب الديني والاستقطاب الاجتماعي والاستقطاب الرياضي في ضوء العملية الاتصالية للقنوات والأيديولوجيات التي تحكم بعض هذه القنوات.
- يقترح العرض التحليلي في ضوء مناقشة الدراسات عينة التحليل تقديم رؤية لتطوير وإصلاح الأداء للقنوات التلفزيونية خاصة الحكومية منها، ومواقعها عبر شبكة الإنترنت، هذه الرؤية تركز على عدة محاور يرتبط كل منها بالآخر بحيث تشمل الإعلاميين ونشطاء مواقع التواصل الاجتماعي، والتشريعات الإعلامية المنظمة لعمل تلك القنوات التلفزيونية ومواقعها علي شبكة الانترنت، وكذلك موثيق الشرف.
- ب. في مجال التأثيرات الوجدانية للقنوات التلفزيونية :  
يمكن حصر الرؤي المستقبلية والأجندة البحثية في مجال التأثيرات الوجدانية للقنوات التلفزيونية في النقاط التالية:
- قلة الاهتمام بدراسات التأثيرات الوجدانية للقنوات التلفزيونية ، وما قد يحدثه التأثير الوجداني علي الجمهور المتلقي...الأمر الذي يجعل العرض التحليلي يؤكد علي فتح المجال أمام

- دراسات التأثيرات الوجدانية التلفزيونية في التلفزيونات العربية والغربية علي حد سواء، وكشف العمليات الوجدانية المختلفة التي يحدثها التعرض للمحتوي التلفزيوني.
- تفوقت التأثيرات الوجدانية للمضمون السياسي عند بحث الاتجاهات الحديثة في بحوث التأثيرات الوجدانية للقنوات التلفزيونية ، ووان كانت تتحصر معظم الدراسات العربية والغربية التي تتعلق بالمشاركة السياسية في بحث دور القنوات التلفزيونية في هذا الإطار .**لذا يقترح العرض الحالي** فتح المجال لدراسات التأثيرات الوجدانية لتعرض للنماذج من السياسيين والنخب التي تطل علي المشاهدين عبر شاشات التلفزيون وكذلك التأثيرات الوجدانية للأبطال التلفزيونيين عبر الاشكال البرمجية المختلفة وتأثير ذلك علي المشاهدين بجمع فئاتهم مع التركيز علي فئة الأطفال والمراهقين الذي من شأنه يحدد شخصية الفرد مستقبلاً.
  - في ظل تنوع الأيديولوجيات السياسية للقنوات خاصة الموجهة باللغة المختلفة في تأطيرها للقضايا السياسية وأحداث العنف السياسي والنزاعات السياسية بين الدول، وفي اطار فهم علاقة الخطاب التلفزيوني المتعلق بتلك الأحداث والقضايا بالواقع الذي يتشكل فيه عربياً ودولياً.. **يقترح العرض الحالي** بحث المضمون الكامن وراء عملية تأطير تلك الأحداث عبر دراسات نقدية ومقارنة بين محطات القنوات المختلفة وعبر فترات زمنية، نظراً لأهمية تحليل الخطاب في مجال الأخبار بوصفه أحد الروافد في مجال دراسة الرسائل التلفزيونية، وباعتباره خطاب له توجهات محددة يتم تجسيدها عبر توظيف مصادر وأطر وتصورات للقوى الفاعلة، وك محاولة بحثية تكتسب أهميتها من كونها تتضمن أبعاداً كمية وكيفية.
  - يوجد ضعف في اهتمام الباحثين العرب فيما يتعلق بدراسات الاتصال الذي يحمل مضامين اجتماعية والمقارن بين البلدان العربية المختلفة، الأمر الذي يحتاج إلى تدعيمه والاعتناء به، وبخاصة مع توافر ميزة نسبية في عدم وجود حواجز لغوية.. **لذا يقترح العرض الحالي** ضرورة التركيز على الدراسات المقارنة، الأمر الذي يثرى مجال دراسات الاتصال للمضامين ذات البعد الاجتماعي ولا يقتصر الامر علي دراسات الاتصال السياسي.
  - اهتم عدد من الدراسات العربية والغربية في بحوث الإعلام بدور وسائل الاتصال في بناء المكون العاطفي والاتجاهات السياسية لدي المتلقي، وفي صناعة وعي الرأي العام. كما اهتمت بعض الدراسات بدور القنوات التلفزيونية بتأثيرات وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية، والدور السياسي، مثل تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه قضايا الفساد والجريمة، أو في معرفة أخبار الكوارث، وعلاقته بمستوى السخط السياسي لدي الجمهور... **لذا يقترح العرض الحالي** التركيز علي بحث متغيرات دور الجماعات المرجعية وجماعات الانتماء للأفراد في تشكيل اتجاهات الرأي العام، والتوجهات

الفكرية والانتماءات السياسية للأفراد، وعلاقة تلك المتغيرات بتقييم مضمون القنوات التلفزيونية.

#### الخاتمة

في ضوء الموضوعات والقضايا البحثية التي تطرقت لها الدراسات والبحوث للتأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للقنوات التلفزيونية اهتم جانب من الباحثين الغربيين بدراسات التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للقنوات التلفزيونية، بدراسة الأدوار التي تؤديها القنوات التلفزيونية كمصدر للمعلومات، والتي جاء أغلبها معلومات سياسية ، وقد تم رصد الفترات الزمنية التي تخصصها وسائل الإعلام لعرض وتناول القضايا والمعلومات السياسية، وفي سياق آخر اهتم عدد من الباحثين الغربيين باختبار عملية التضليل والتحريف الإعلامي في إمداد القنوات التلفزيونية بالمعلومات المضللة للجمهور، واتجهت بعض المجالات البحثية لدي الباحثين الغربيين لدراسة تقييم للمعلومات المكتسبة من القنوات التلفزيونية لدي المتلقي ، وتبنت المدارس الغربية في وظيفة التأطير القضايا والمعلومات المقدمة ، حيث تم رصد التحيز الإعلامي وعدم الموضوعية في نقل الأحداث بهدف صنع رأيٍ عامٍ موافقٍ عبر تأطير القضايا السياسية في الأطر التي تتفق مع أيديولوجية الدوائر السياسية التي يعبر عنها القائم بالاتصال . واهتم عدد من الباحثين العرب ببحث التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للقنوات التلفزيونية، وتجلى ذلك من خلال عدد من الدراسات والبحوث التي تناولت دور القنوات التلفزيونية في مصر والوطن العربي وأهميتها كمصدر للمعلومات ، حيث ظهرت نسبة كبيرة من الدراسات التي عنيت بقياس مدي اعتماد المشاهد المصري بفئاته العمرية المختلفة على المادة الخبرية، وبخاصة الفضائيات في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، ورصد مدي الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية والمعرفة بالقضايا الداخلية والخارجية لدي الجمهور المصري، وبحث العلاقة بين التقنيات الحديثة بالقنوات العربية ومستوى المعرفة بالأحداث الجارية، كما تناولت بعض الدراسات تأثير التعرض للأخبار بالقنوات الفضائية في المستوى المعرفي للقضايا السياسية لدي الجمهور المصري.

واستندت بعض الدراسات عينة التحليل لأطر نظرية كما لم يستند بعضها الآخر، وبالنسبة لأنواع تلك الأطر وتأصيلها الفكري، فكانت الأطر النظرية المرتبطة بالتأثيرات المعرفية والوجدانية، الأكثر شيوعاً هي نظريات الاعتماد علي وسائل الاعلام ونظرية الاستخدامات الاشباعية ، وجاءت نظرية الاطار الاعلامي والتي تدرس ظروف تأثير الرسالة . وتعد نظرية الاعتماد من أكثر الأطر النظرية التي يستند إليها الباحثون الغربيون عند معالجة موضوعات التأثيرات المعرفية للقنوات التلفزيونية ،

وفي رصد الدراسات للتأثيرات المعرفية والوجدانية علي المستوى العربي، تلاحظ أن ثمة محاولات لتبني وابتكار استخدام نماذج ومداخل بحثية تنطلق من البيئة الثقافية العربية، وتستفيد من التراكم العلمي الملحوظ في مجال بحوث الاتصال ، وكذلك واستفادت بعض البحوث من الأطر النظرية التي تم اختيارها للبحث، وغلبت الأطر الأكثر استخدام أيضاً نظرية الاعتماد علي وسائل الاعلام.

كما تنوعت الدراسات عينة التحليل من حيث المناهج البحثية حيث ظهرت دراسات تطبيقية وغير تطبيقية وكما تنوعت التصميمات المنهجية حيث وظفت بعض الدراسات المنهج الكمي واعتمدت بعضها على المنهج الكيفي كما مزجت دراسات أخرى بين المنهجين الكمي والكيفي. ويأتي منهج المسح في مقدمة المناهج البحثية التي وظفتها الدراسات عينة التحليل. اعتمدت عديد من الدراسات على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، لبحث المتغيرات المرتبطة بالموضوعات البحثية التي تثيرها تلك الدراسات.

#### اقتراحات عامة

- دراسات مقارنة بين دول مختلفة تشتمل علي ثقافات متعددة يمكن أن توضح لنا الصورة بشكل أوضح لتأثيرات وسائل الإعلام في بيئات ثقافية مختلفة وجنسيات وأعراق وأديان مختلفة.
- إجراء دراسات طويلة أو تتبعيه Longitudinal Studies بحيث يتمكن الباحثون من معرفة التأثيرات المعرفية والوجدانية لوسائل الإعلام المختلفة علي المدى البعيد لا علي المدى القصير، ويعني هذا أن تستمر الدراسة عشرات السنوات علي نفس الأفراد، وبالطبع لن يكون هذا بإمكان باحث فرد، وإنما يجب أن تتضافر جهود هيئات بحثية متعددة مع توفير الدعم المادي الكافي للباحثين وللهيئات البحثية.
- عدم الاكتفاء بالدراسات المسحية علي الجمهور، وإنما ضرورة استخدام أساليب بحثية مختلفة كالملاحظة ودراسة الحالة والدراسات التجريبية وشبه التجريبية، وذلك لأن الباحث قد لاحظ أن معظم الدراسات تستخدم عينات من الجمهور قد لا تزيد علي 400 مفردة في معظم الدراسات العربية، ومن الملاحظ أن حجم العينة يزيد في بعض الدراسات الأجنبية، كما نود أن نشير هنا إلي ضرورة الأخذ في الاعتبار الأساليب والطرق الكيفية لجمع البيانات والمعلومات عند البحث في تأثيرات وسائل الإعلام.
- محاولة التوصل إلي نظريات جديدة في مجال التأثيرات المعرفية والوجدانية لوسائل الإعلام، وقد يستغرق هذا بعض الوقت لابتكار نظريات جديدة ورؤي بحثية أكثر تطوراً لوضع نماذج يمكن تطويرها والارتقاء بها إلي مستوى النظرية، وحبذا لو كان هناك تعاون بين الباحثين في

مجالات بحثية متعددة من علم النفس والاجتماع والسياسة، لأنه من الملاحظ أنه لا توجد سوى نظريات محدودة يتم استخدامها بشكل مستمر، ولا شك أن الرؤي الجديدة والنظريات الأحدث وتعاون الباحثين من تخصصات مختلفة ستفيد كثيرا في استكشاف المزيد عن التأثيرات المعرفية والوجدانية للقنوات التلفزيونية، وحتى وإن كان من الصعب تطوير نظريات جديدة، فيمكن أن تفتح المجالات لتطوير النظريات القائمة ودمج أكثر من نظرية سويا كمحاولات لفتح مزيد من الآفاق لفهم عملية التأثيرات المختلفة.

- القيام بمزيد من الدراسات المقارنة عن التأثيرات المعرفية والوجدانية لوسائل الإعلام المختلفة وعدم التركيز علي وسيلة واحدة فقط أو وسيلتين، وإنما تتضح الصورة أكثر عند عمل دراسات مقارنة بين وسائل إعلام مختلفة علي الجماهير.
- إجراء دراسات علي عينات متعددة ومختلفة من الجماهير واستخدام عينات أكثر تمثيلا لفئات المجتمع المختلفة.
- الحرص علي إيجاد جهات بحثية ذات تمويل متميز ولديها فرق بحثية متكاملة لاستغلال الظروف المواتية في أوقات الأزمات أو المشكلات للكشف عن مزيد من التأثيرات المعرفية والوجدانية للتعرض للتلفزيون، كما تجدر الإشارة هنا إلي المزيد من التعاون بين الجهات البحثية المختلفة ومراكز البحوث والجامعات لعمل بحوث أكثر تميزاً.
- عدم التركيز في الدراسات المستقبلية علي التأثير السلبي للتعرض للقنوات التلفزيونية في النواحي المعرفية والوجدانية، فلاشك أن هناك بعض الجوانب المشرقة لتأثير التعرض للقنوات التلفزيونية.
- إجراء المزيد من الدراسات عن المنافسة القوية بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة التي تحاول السيطرة علي بيئة وسائل الإعلام الحالية، وهل يمكن أن تحسن هذه المنافسة من جودة المضمون الذي يقدم للجماهير التي يمكنها ان تقوم بدور أكبر لتحسين هذه المضامين ومحاربة المضامين السيئة، ويمكن هذا بالطبع عن طريق نشر مبادئ التربية الإعلامية والتعامل الجيد مع وسائل الإعلام المختلفة للحصول علي أكبر فائدة منها وتقليل الآثار السلبية لها إلي الحد الأدنى.
- أن تقوم هيئة ما لجمع نتائج البحوث والدراسات الخاصة بتأثيرات القنوات التلفزيونية ورفع توصيات ونتائج هذه الدراسات والبحوث إلي الهيئة الوطنية للإعلام والمسؤولين ومحاولة تنفيذ الممكن منها، مع محاولة إنشاء جهاز حكومي كبير لمتابعة نتائج وتوصيات هذه الهيئة ووضع السياسات المختلفة ومتابعة تنفيذ هذه السياسات، وتغريم القنوات التلفزيونية المخالفة والتي تهدم المجتمع.

- الاهتمام بالبحوث والدراسات التي تتناول التأثيرات المرغوبة وغير المرغوبة للتعرض للمضمون الدرامي التلفزيوني وما قد يحدثه من تأثير لدى المشاهدين.
- تفعيل بحوث المشاهدين بصفة دورية، وبنظام الفريق البحثي من أقسام الإعلام بجامعة مصر الحكومية والخاصة عبر أجنحة بحثية ترسل لكل قسم علي مستوي جمهورية مصر العربية يضعها أساتذة الإعلام ، والهيئة الوطنية للإعلام، ويموله مجلس الوزراء لدراسة التأثيرات للقنوات التلفزيونية العالمية والعربية والمصرية والإقليمية...علي غرار مراكز البحوث في الدول الغربية التي ترصد ذلك ونوعيات القضايا والمشكلات المجتمعية والاحداث التي يجب أن يسلط الضوء عليها ، ونشر نتائج البحوث عبر المواقع للقنوات وموقع الهيئة الوطنية للإعلام وموقع مجلس الوزراء وأيضا موقع المركز الذي سيقوم بتلك الدراسات.
- الاهتمام بدراسات المنهج السيميولوجي في تحليل الأطر لما تتناوله القنوات التلفزيونية لما لها من تأثيرات قد تكون غير ملحوظة لدي البعض ، والاهتمام بالمسؤولية الأخلاقية لاستخدام الصور في المعالجة الإعلامية، فيمكن تزيفها والتلاعب بها تكنولوجياً؛ حيث يمكن اقتصاصها أو تأطيرها من قبل القائم بالاتصال لتتناسب مع سياق الفكر الأيديولوجي له ، أو لتحقيق بعض الأهداف ، لذا لابد من وضع دليل ممارسة مهنية خاص بالقرارات الأخلاقية المتعلقة بنشر أو عدم نشر بعض الصور التلفزيونية .
- ضرورة وضع ميثاق للشرف الإعلامي يجرم عمليات الشحن والحشد وبث الكراهية وإشاعة الفوضى والتحريض ضد الآخر وكل ما من شأنه الإضرار بسلامة وتماسك المجتمع.
- الاهتمام بفرض مادة التربية الإعلامية كمادة علمية يتلقاها الطلاب خلال فترة دراستهم بالمؤسسة التعليمية، حتى يتسنى معالجة ما رصدته الدراسة الحالية من اثار للتعرض لوسائل الاعلام وخاصة القنوات التلفزيونية كون أن التربية الاعلامية تسلط الضوء علي مهارة التعامل مع وسائل الاعلام.

#### قائمة المصادر والمراجع

#### (أ) المصادر والمراجع الأجنبية:

1. Abunajela, M. A. (2015). Al-Jazeera (Arabic) satellite television: a platform for the Muslim Brotherhood in Egypt. (Doctoral dissertation, University of Bedfordshire).
2. Al Kharusi, R. (2017). Ideologies of Arab media and politics: a critical discourse analysis of Al Jazeera debates on the Yemeni revolution (Doctoral dissertation, University of Hertfordshire). Retrieved from

- <https://search.proquest.com/docview/1916426482?accountid=178282>
3. Al-Habsi, M. (2015). *Offering a new (s) view of the Arab world: A study of the news production of Al Jazeera* (Doctoral dissertation, Department of Media and Communication). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1827513936?accountid=178282>
  4. Atifi, H., & Marcoccia, M. (2017). Exploring the role of viewers' tweets in French TV political programs: Social TV as a new agora?. *Discourse, Context & Media*, 19, 31-38.
  5. Balmas, M. (2014). When fake news becomes real: Combined exposure to multiple news sources and political attitudes of inefficacy, alienation, and cynicism. *Communication Research*, 41(3), 430-454.  
[https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0093650212453600?casa\\_token=1hnGiR-3MDYAAAAA%3AWdtWh4qsQFaVB-Y4bXV72-omnC3TQq9Yh3F7I6a3s1XQvNy7tjiKLIqkFDyPBg2QyY2n6bueyCo](https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0093650212453600?casa_token=1hnGiR-3MDYAAAAA%3AWdtWh4qsQFaVB-Y4bXV72-omnC3TQq9Yh3F7I6a3s1XQvNy7tjiKLIqkFDyPBg2QyY2n6bueyCo)
  6. Bajomi-Lázár, P. & Horváth, D. (2013). The Continued Relevance of the Concept of Propaganda: Propaganda as Ritual in Contemporary Hungary. *Global Media and Communication*. 9(3). 219-237.  
<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1742766513504174>
  7. Barakat, R. (2016). *Al-Jazeera, intellectuals, and the deconstruction of social realities* (Doctoral dissertation, University of Edinburgh).
  8. Bard, M. T. (2015). *A "Fair and Balanced" News Operation? Fox News' Content and Practices in Prime Time* (Doctoral dissertation, University of Wisconsin-Madison). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1753917890?accountid=178282>
  9. Bayo-Moriones, A., Etayo, C., & Sánchez-Taberner, A. (2015). Political orientation and perceived quality of television channels. *Journal of Service Theory and Practice*, 25(6), 813-835. Retrieved from <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/JSTP-09-2014-0217>
  10. Biagi, S.(2001). *Media Impede Introduction to Mass Media* , 5th ed., New York : wadsworth.
  11. Campante, F. R., & Hojman, D. A. (2013). Media and polarization: Evidence from the introduction of broadcast TV in the United States. *Journal of Public Economics*, 100, 79-92.
  12. Chanley, V. A., Rudolph, T. J., & Rahn, W. M. (2000). The origins and consequences of public trust in government: A time



- series analysis. *Public opinion quarterly*, 64(3), 239-256. Retrieved from <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/64/3/239/1858429>
13. Ellingsen, S., & Hernæs, Ø. M. (2018). The impact of commercial television on turnout and public policy: Evidence from Norwegian local politics. *Journal of Public Economics*, 159(C), 1-15.
  14. Eshbaugh-Soha, M., (2018). Presidential Leadership of Partisan News. *Presidential Studies Quarterly*, 48(1), 27-48.  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/psq.12413>
  15. Feldman, L., Myers, T. A., Hmielowski, J. D., & Leiserowitz, A. (2014). The mutual reinforcement of media selectivity and effects: Testing the reinforcing spirals framework in the context of global warming. *Journal of Communication*, 64(4), 590-611.
  16. Feldman, L. (2011). Partisan differences in opinionated news perceptions: A test of the hostile media effect. *Political Behavior*, 33(3), 407-432.  
<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs11109-010-9139-4.pdf>
  17. Fletcher, A. C., & Blair, B. L. (2014). Maternal authority regarding early adolescents' social technology use. *Journal of Family Issues*, 35(1), 54-74.
  18. Graziano, P. R., & Percoco, M. (2017). Agenda setting and the political economy of fear: How crime news influences voters' beliefs. *International Political Science Review*, 38(5), 520-533.
  19. Guzman, A. L. (2016). Evolution of news frames during the 2011 Egyptian revolution: Critical discourse analysis of Fox News's and CNN's framing of protesters, Mubarak, and the Muslim Brotherhood. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(1), 80-98.
  20. Hassan, M. S., Osman, M. N., & Azarian, Z. S. (2009). Effects of watching violence movies on the attitudes concerning aggression among middle schoolboys (13-17 years old) at international schools in Kuala Lumpur. *European Journal of Scientific Research*, 38(1), 141-156.
  21. Helfer, L. (2016). Media Effects on Politicians: An Individual-Level Political Agenda-Setting Experiment. *The International Journal of Press/Politics*. 1-20
  22. Hellman, M., & Lerkkanen, T. (2017). Construing oppositions, demarcating a we-ness: The dramaturgy of a live TV debate on the refugee crisis. *European Journal of Cultural Studies*, 1367549417719060.

23. Hummer, T. A. (2015). Media violence effects on brain development: What neuroimaging has revealed and what lies ahead. *American Behavioral Scientist*, 59(14), 1790-1806.
24. Katz, E., Lazarsfeld, P. F., & Roper, E. (2017). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Routledge.  
<http://iletisimdergisi.gazi.edu.tr/arsiv/24.pdf#page=281>
25. Kelly, D.(2013). *Red News, Blue News: Political Consequences of News Bias* (Doctoral dissertation, University of Wisconsin-Madison). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1428371092?accountid=178282>
26. Liu, C. (2014). *Review and Analysis of the Past, Present and Future of American Talk Shows in China Based on The Daily Show Experience*. Published Master's Thesis, University of Southern California, Faculty of The Usc Graduate School.  
<https://search.proquest.com/openview/ad853e7b56aacbff5ce3ca0b6cd89e25/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
27. McNair, B. (2017). *An introduction to political communication*. Routledge.FIFTH Edition.  
<https://www.taylorfrancis.com/books/9781317611721>
28. Meguebli, Y., Kacimi, M., Doan, B. L., & Popineau, F. (2017). Towards better news article recommendation. *World Wide Web*, 20(6), 1293-1312.  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11280-017-0436-2>
29. Merrill, J.C. , John L, and Friedlander, E.J, (1994). *Modern Mass Media*, 2nd ed., New York: Harper Collins College Publishers.
30. Natale, S., & Balbi, G. (2014). Media and the imaginary in history: The role of the fantastic in different stages of media change. *Media History*, 20(2), 203-218
31. Newport, F. (2 March 2017). One-Third of Speech Watchers More Confident in Trump. (U.S: Gallup), Retrieved on the 20th of March, 2017 at:[http://www.gallup.com/poll/204797/one-third-speech-watchers-confident-trump.aspx?utm\\_source=alert&utm\\_medium=email&utm\\_content=morelink&utm\\_campaign=syndication](http://www.gallup.com/poll/204797/one-third-speech-watchers-confident-trump.aspx?utm_source=alert&utm_medium=email&utm_content=morelink&utm_campaign=syndication)
32. Ning, J. (2013). *CCTV-9's coverage of the Iraq War and the evolution of English language television news in China* (Doctoral dissertation, Rutgers University-Graduate School-New Brunswick). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1442199840?accountid=178282>
33. Peifer, J. T. (2015). *Perceived News Media Importance: News Parody, Valuations of the News Media, and Their Influence on*

- Perceptions of Journalism* (Doctoral dissertation, The Ohio State University) Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1718187380?accountid=178282>
34. Rasmussen, E.E, Otiz, R.R & White, R.S. (2015). Emerging Adult's Responses to Active Pornography During Adolescence, *Journal Of Children and Medi*, 9(2), 160-176
35. Sandhu, D. (2014). Effects of Ben 10 on Kids in the Age-Group 5 to 8 Years. Online Submission.
36. Schmuck, D., Heiss, R., Matthes, J., Engesser, S., & Esser, F. (2017). Antecedents of strategic game framing in political news coverage. *Journalism*, 18(8), 937-955. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1464884916648098>
37. Scheufele, D. A. (1999). Deliberation or dispute? An exploratory study examining dimensions of public opinion expression. *International Journal of Public Opinion Research*, 11(1), 25-58.
38. Schroeder, E., & Stone, D. F. (2015). Fox News and political knowledge. *Journal of Public Economics*, 126, 52-63.
39. Sheets, P., Rowling, C. M., & Jones, T. M. (2015). The view from above (and below): A comparison of American, British, and Arab news coverage of US drones. *Media, War & Conflict*, 8(3), 289-311. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1750635215593973>
40. Simons, G. (2016). News and Syria: Creating Key Media Moments in the Conflict. *Cogent Social Sciences*. 2(1). 1-16. Retrieved at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2016.1170583>.
41. Smock, S. (2014). *Prostituting the public interest in the 2012 presidential election: A political economic analysis of Super PACs in television news* (Doctoral dissertation, The Florida State University) Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1556561162?accountid=178282>
42. Sorbring, E., & Lundin, L. (2012). Mothers' and fathers' insights into teenagers' use of the internet. *New Media & Society*, 14(7), 1181-1197.
43. Strömbäck, J., Djerf-Pierre, M. & Shehata, A. (2016). A Question of Time? A Longitudinal Analysis of the Relationship between News Media Consumption and Political Trust. *The International Journal of Press/Politics*. 21(1). 88-110. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1940161215613059>

44. Susanto, E. H. (2018). Communication Technology And The Dynamics Of Mass Media. *International Journal of Applied Engineering Research*, 13(2), 1363-1372.
45. Stokes, E. C. (2017). *A global election: analyses of Chinese, Russian, and Saudi Arabian news coverage of the 2016 US presidential election* (Doctoral dissertation, University of Alabama Libraries) Retrieve from <https://search.proquest.com/docview/2018881316?accountid=178282>
46. Strauss, A. L. (2017). *Psychological modeling: Conflicting theories*. Routledge.  
<https://www.taylorfrancis.com/books/9781351495974>
47. Taylor, J. (2017). *Extreme Media and American Politics: In Defense of Extremity*, Palgrave Macmillan. Retrieved at: [https://books.google.com.eg/books?hl=en&lr=&id=4VqXDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=14%09Taylor,+J.+\(2017\).+Extreme+Media+and+American+Politics.+\(USA:+Palgrave+Macmillan\).&ots=XrxjtzvVDw&sig=ynt-2QeKDMI52rWUQ5-yvx6T2Ok&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.eg/books?hl=en&lr=&id=4VqXDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=14%09Taylor,+J.+(2017).+Extreme+Media+and+American+Politics.+(USA:+Palgrave+Macmillan).&ots=XrxjtzvVDw&sig=ynt-2QeKDMI52rWUQ5-yvx6T2Ok&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
48. Trilling, D. (2015). Two different debates? Investigating the relationship between a political debate on TV and simultaneous comments on Twitter. *Social Science Computer Review*, 33(3), 259-276.
49. van Santen, R., & Vliegthart, R. (2013). TV programming in times of changing political communication: A longitudinal analysis of the political information environment. *European Journal of Communication*, 28(4), 397-419.
50. Valkenburg, P. M., & Piotrowski, J. T. (2017). *Plugged in: How media attract and affect youth*. Yale University Press
51. Yehia Salah El Din, A. M. (2013). The causes of the Egyptian youth's participation in the Egyptian spring of 2011 and June 2013. *European View*, 12(2), 271-277.  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1007/s12290-013-0274-2>
52. Wolover, D. J. (2016). An issue of attribution: The Tunisian revolution, media interaction, and agency. *new media & society*, 18(2), 185-200.  
[https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444814541216?casa\\_token=obfM9UU06t0AAAAA%3AcODNdaAzb0Yp8pgaQlj6pGVW4OpvadCJadNS2JpdcOpZOCOZf4hSWcc\\_MbtkfdYfGG9vPByOzBU](https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444814541216?casa_token=obfM9UU06t0AAAAA%3AcODNdaAzb0Yp8pgaQlj6pGVW4OpvadCJadNS2JpdcOpZOCOZf4hSWcc_MbtkfdYfGG9vPByOzBU)
53. Zarkower, N. M. (2016). *Media, Race, and Presidential Legitimacy: The Role (and Non-Role) of Mass Media in the*

Assessment of Presidential Legitimacy (Doctoral dissertation, University of Arizona).

54. Zhang, X., & Hellmueller, L. (2017). Visual framing of the European refugee crisis in Der Spiegel and CNN International: Global journalism in news photographs. *International Communication Gazette*, 79(5), 483-510.

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1748048516688134>

(ب) المصادر والمراجع العربية:

55. أحمد، إلهام يونس. (2013م). تقييم أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في تغطية الحملات الانتخابية بالتطبيق على انتخابات الرئاسة 2012 دراسة حالة قناة CBC. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. 12(2). 278-217.
56. أحمد، دعاء عبداللطيف. (2017). التعرض للقنوات الفضائية المصرية والعربية وعلاقته باتجاهات المشاهدين نحو الجماعات الإسلامية ذات التوجه السياسي (رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة المنصورة).
57. أحمد، مروة محمد. (2014). اتجاهات طلاب لجامعات نحو الصورة الإعلامية لتعدد الزوجات المقدمة في الدراما التلفزيونية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة).
58. السيد، ايمان ابراهيم، (2017) تعرض المراهقين لصور الخلافات الزوجية في الأفلام المعروضة بالفضائيات العربية وعلاقته باتجاهاتهم نحو الارتباط بالآخر رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة).
59. إسماعيل، محمود حسن، مبادئ في علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003م.
60. الشربيني، عبير فتحى محمد. (2013). تأثير حملات التسويق السياسي لمرشحي الرئاسة على السلوك الانتخابي للشباب المصري فى انتخابات الرئاسة 2012، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 44، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يولية- سبتمبر.
61. الحمداني، حازم محمد. (2012). الدعاية السياسية بين الماضي والحاضر. ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع.
62. الدهشمي، فلاح عامر فواز (2010). معالجة قضايا المجتمع السعودي في قناتي الإخبارية والعربية واتجاهات الشباب نحوها. (رسالة دكتوراه. غير منشورة جامعة القاهرة كلية الإعلام قسم الإذاعة)

63. العراقي، ايمان عبد الفتاح (2015) معالجة الأفلام السينمائية المصرية لظاهرة العنف الجسدي ضد المرأة وانعكاساتها علي اتجاهات معاملة أولياء الامور للفتيات. (رسالة دكتوراه. غير منشورة جامعة المنصورة، كلية الآداب ، قسم الاعلام)
64. العززي، وديع محمد سعيد .(2016). اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية : دراسة مسحية على عينة من طلبة كليات الجامعه في مدينة مكة المكرمة، مجلة جامعة طيبة للآداب والعلوم الإنسانية، 8(5) ، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة طيبة، السعودية، 915-965.
65. العوجلي، طارق. (2016). استهلاك الأخبار بين طلاب الكلية الليبية: هل خدمات التلفزيون الفضائية العربية اخبارية؟، مجلة العلوم والدراسات الإنسانية، كلية الآداب والعلوم بالمرج، 14، جامعة بنغازي، ليبيا، 1-20.
66. الكافي، محمد عبدالوهاب الفقيه.، و مطهر، بشار عبدالرحمن. (2016). دور الفضائيات الإخبارية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور اليمني نحو القضايا والأزمات العربية: دراسة على الأزمة السياسية اللبنانية في إطار الفجوة المعرفية والأطر الإخبارية، دفاثر السياسة والقانون، 15، الجزائر، 214-246.
67. المصري، نعيم فيصل. (2015). دور القنوات الفضائية في تغطية أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة وتداعياته يوليو 2014م، مجلة دراسات وأبحاث، 19، جامعة الجلفة، الجزائر.
68. الميرغني، عادل عاشور.(2013). العلاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية والمشاركة السياسية لدى المواطن الليبي ( رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة )
69. النحاس، نهي نبيل إبراهيم .(2013) التأثيرات الوجدانية للأخبار السلبية التلفزيونية علي عينة من الشباب الجامعي ( رسالة ماجستير ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس )
70. بركات، وليد فتح الله.، شاهين، هبة أمين.(2014). دور التلفزيون فى دعم المشاركة السياسية لدى الجمهور المصري بالتطبيق على الانتخابات الرئاسية 2012 ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، 48، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، يوليو - سبتمبر .
71. بركة ،انجي محمد. (2013). دور البرامج الحوارية التلفزيونية في دعم المشاركة السياسية للجمهور المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. كُلية الإعلام. جامعة القاهرة.

72. تادرس، ماريان إيليا زكى. (2011) "معالجة الجريمة في الأفلام السينمائية العربية المقدمة في قنوات الدراما المتخصصة وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو واقع الجريمة في المجتمع المصري: دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
73. حمادة، بسيوني (2008). دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. ط1. القاهرة: عالم الكتب.
74. حسن، نجلاء محمد حامد. (2014) صورة الموظف الحكومي بالمؤسسات الخدمية والإنتاجية كما تعكسها الدراما بقنوات الأفلام العربية واتجاهات الجمهور المصري نحوها ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام).
75. حسين، سارة محمد شريف (2013م). "تغطية القنوات الفضائية الإخبارية لقضايا السياسة الخارجية المصرية وتأثيرها على اتجاهات الجمهور تجاه الدور المصري في القضايا العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2013م.
76. رمضان، آيات أحمد. (2013). معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية الموجهة للجمهور العربي لقضايا العالم الإسلامي، ودورها في تكوين معارف، واتجاهات النخبة المصرية ( رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات الإسلامية والعربية جامعة الأزهر – بنات).
77. درويش، عبدالرحيم (2012). الدراما في الراديو والتلفزيون: المدخل الاجتماعي للدراما. القاهرة: عالم الكتب.
78. نكي، طلال صدقي محمود. (2015). تأثير الضغوط الإعلانية على الأداء الإعلامي في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة
79. شاهين، هبة. (2013). المعالجة الإخبارية للانتخابات التشريعية في القنوات الفضائية العربية والدولية: دراسة تحليلية مقارنة بين قناتي العربية والحرّة ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، يوليه - سبتمبر، ع. 44. 1-76.
80. شراذقة، تحسين محمد أنيس. (2018م). دور البرامج الإخبارية في قناتي الجزيرة والعربية في تنمية الوعي السياسي: دراسة مقارنة. مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، 18(1)، جامعة الزرقاء الخاصة، الأردن، 163-173.
81. عبد الرحيم، هشام عبد الملك. (2015). دور برامج الرأي في القنوات الفضائية الخاصة العربية في ترتيب أولويات القضايا المصرية لدى مُشاهديها. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة

82. عبد العاطي ، علاء محمد. (يوليه- سبتمبر 2015). اعتماد الجالية المصرية بمملكة البحرين على وسائل الإعلام الحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 30 يونيو 2013. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون. ع. 3. 183-233.
83. عبده، سلام أحمد. (2014). التأثيرات المترتبة على اعتماد الجمهور على القنوات الفضائية المصرية والعربية في متابعة أحداث ثورة 25 يناير وعلاقته باتجاهاته نحوها. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. ع. 46. 347-406.
84. عتيق، دينا وحيد. (2016). أطر معالجة الأزمات السياسية العربية في القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية واتجاهات نحوها ( رسالة دكتوراه، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة).
85. عطية، بسنت محمد. (2014). المعالجة الإخبارية للأزمات الاقتصادية المصرية في القنوات الموجهة بالعربية واتجاهات الجمهور حيالها ( رسالة دكتوراه، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة).
86. غالي، محمد كمال محرز ، "دور القنوات العربية الموجهة في تشكيل صورة الواقع العربي لدى الجمهور الأمريكي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
87. فهمي، بسنت مراد. (2017). تناول القضايا العربية في الخطاب التلفزيوني الأوروبي الموجه باللغة العربية وعلاقة الصفوة به ( رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).
88. فودة، ولاء عبدالرحمن. (2014). المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات الأوروبية الموجهة باللغة العربية دراسة تطبيقية (رسالة دكتوراه، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة).
89. محمد ، حسني سيد . (2014) . أطر المعالجة الإعلامية للصراعات العربية الداخلية كما تعكسها المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والأجنبية الموجهة للمنطقة العربية واتجاهات النخبة نحوها (رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة المنيا).
90. محمد ، هايدي إبراهيم. (2013). تعرض طلاب الجامعات لصور انحراف أبناء المصريين المغتربين بالدراما التلفزيونية وعلاقته باتجاهاتهم نحو هذه الصور، (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة).
91. محمود ، هشام رشدي. (2010). تعرض الشباب الجامعي لأحداث العنف السياسي في الصحف والتلفزيون وعلاقته بقلق المستقبل لديهم ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام )



92. مزروع، رشا عبدالرحيم. (2013). أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوي السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء علي الدستور بعد ثورة 25 يناير" دراسة تحليلية، دورية إعلام الشرق الأوسط،9، 1 : 27.
93. ندا، أيمن منصور.(2010). تأثير التعرض للأخبار الإيجابية والسلبية على الحالة المزاجية العامة للجمهور المصري: دراسة شبه تجريبية ، المجلة المصرية لبحوث الصحافة 3-4، إبريل - سبتمبر ، 46.
94. يوسف، ريهام سامي. (2015). أطر معالجة قضايا جماعة الإخوان المسلمين بالقنوات التلفزيونية المصرية. المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتلفزيون. ع. 3. 11-271.