المجلة العلمية

لكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر

رئيس مجلسي الإدارة والتحرير: أ. د/ ولاء إبراهيم عقاد - عميد كلية الإعلام بنات جامعة الأزهر

نائب رئيس التحرير: أ.م. د / دعاء عبد الحكم الصعيدي

أستاذ الصحافة والنشر المساعد بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر

أعضاء هيئة التحرير:

- أ. د/ جمال عبد الحي عمر النجار ، أستاذ الصحافة كلية الإعلام بنات جامعة الأزهر
- أ. د/ حسن محمد حسن منصور ، أستاذ الإعلام كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة الملك سعود
- أ. د/ عبد الحليم موسى يعقوب، أستاذ الصحافة جامعة الملك فيصل
- أ. د/ عبد النبي عبدالله الطيب النوبي ، أستاذ الإعلام بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود
- أ. د/ محمد علي القعاري ، أستاذ الصحافة والإعلام ، ورئيس شعبة المناهج جامعة الإمام، كلية الاعلام والاتصال
- أ. د/ محمد معوض إبراهيم ، أستاذ الإعلام المتفرغ كلية الدراسات العليا جامعة عين شمس

الإشراف التنفيذي (مديرا التحرير):

- أ. د/ آيات أحمد رمضان، أستاذ بقسم الصحافة والإعلام بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر
- د/ أم الرزق محمود عبد العال، مدرس بقسم الصحافة والإعلام بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر

المسؤول المالي: أ. أسماء أحمد عشري

المسؤول الإداري: أ. مروة ناصر السيد

العدد الأول يوليو ٢٠٢٥م - المحرم ١٤٤٧هـ

المراسلات :- كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر (فرع البنات) القاهره، ش يوسف عباس، مدينة نصر.

Email:- ilambanatjournal@azhar.edu.eg

هيئة التحكيم

١. أ.د/ **أسامة عبد الرحيم** - أستاذ الصحافة كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة

٢. أ.د/ **اعتماد خلف معبد** - أستاذ الإعلام كلية الدراسات العليا ، جامعة عين شمس

٣. أ.د/ **امال محمد عيسى قاسيمي** - الأستاذ بكلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر

٤. أ.د/ **أماني عبد الرؤوف** - أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر

٥. أ.د/ **آيات أحمد رمضان** - أستاذ الصحافة والنشر بكلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر

٦. أ.د/ **جمال عبد الحي النجار** - أستاذ الصحافة والنشر كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر

٧. أ.د/ **دعاء فكري عبد الله محمود** - أستاذ الصحافة بقسم الإعلام كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية

٨. أ.د/ **رزق سعد عبد المعطي** - أستاذ العلاقات العامة والإعلان، جامعة مصر الدولية

٩. أ.د/ **رضا عبد الواجد أمين** - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام بنين، جامعة الأزهر

١٠. أ.د/ **ريم أحمد عادل** - أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام، جامعة القاهرة

١١. أ.د/ **السيد بهنسي حسن** - أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام، جامعة عين شمس

١٢. أ.د/ **عبد الكريم الزياني** - أستاذ الإعلام والاتصال، جامعة العين الإمارات العربية المتحدة

١٣. أ.د/ **عزة عبد العزيز عثمان**- أستاذ الصحافة كلية الإعلام، جامعة أسيوط

١٤. أ.د/ **عصام نصر سليم**- أستاذ الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام، جامعة القاهرة

١٥. أ.د/ **علي السيد إبراهيم عجوة**- أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام، جامعة القاهرة الأسبق

١٦. أ.د/ **فاتن عبد الرحمن الطنباري**- أستاذ الإعلام كلية الدراسات العليا، جامعة عين شمس

١٧. أ.د/ **مبارك يوسف محمد خير**- أستاذ الصحافة كلية الآداب، جامعة جازان

١٨. أ.د/ **محرز حسين غالي**- أستاذ الصحافة كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

١٩. أ.د/ **منى سعيد الحديدي**- أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، جامعة القاهرة الأسبق

٢٠. أ.د/ **منى محمود عبد الجليل**- أستاذ العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر

٢١. أ.د/ **همت حسن عبد المجيد السقا**- أستاذ الإعلام كلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق

٢٢. أ.د. **ولاء إبراهيم عقاد**- أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد الكلية كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر

دليل المؤلفين

معايير وضوابط النشر في المجلة العلمية لكلية الإعلام (بنات):

١. **أصالة البحث وحداثته:** يُشترط أن يكون البحث أصيلاً وحديثًا، ويُشكل إضافة علمية في مجال التخصص، وألا يكون قد نُشر أو قُدِّم للنشر في أي جهة أخرى.

٢. **إقرار الباحث:** يُلزم الباحث بتقديم ما يُفيد بأن البحث لم يُسبق نشره.

٣. **مجالات النشر:** يجب أن يندرج البحث ضمن الموضوعات التي تغطيها المجلة، وتشمل: الصحافة والنشر، الإذاعة والتلفزيون، العلاقات العامة، الإعلان، والإعلام الإلكتروني.

٤. **لغة البحث ومحتوياته:** تُقبل البحوث باللغة العربية أو الإنجليزية، ويجب أن تحتوي على:

» عنوان البحث

» اسم الباحث والمسمى الوظيفي

» البريد الالكتروني المؤسسي للباحث

» ملخص البحث باللغتين العربية والإنجليزية

» البحث كاملا فيما لا يزيد عن ١٠٠ صفحة طبقا لضوابط التنسيق الآتي ذكرها.

٥. **الملخصات:** يُرفق مع البحث ملخصان: أحدهما بالعربية والآخر بالإنجليزية. يجب أن يتضمن الملخص العربي: مقدمة لا تتجاوز سطرين، والهدف، والمنهج، والنتائج، وكلمات مفتاحية. يُكتب عنوان البحث أعلى الصفحة، يليه اسم الباحث دون ألقاب، يليه القسم، الكلية، الجامعة، يلية البريد الإلكتروني (الجامعي الأزهري لأعضاء جامعة الأزهر فقط، وأي بريد آخر لغيرهم). ويتراوح عدد كلمات الملخص بين ٢٥٠ و٣٠٠ كلمة. مع الحرص على جودة الترجمة الإنجليزية للملخص وسلامتها اللغوية والأسلوبية والإملائية.

٦. **المنهجية والتوثيق:** يُشترط الالتزام بالمنهجية العلمية وتوثيق جميع المصادر والمراجع باستخدام أسلوب **Chicago** المعتمد.

٧. **قائمة المراجع:** تُدرج المراجع في نهاية البحث بنظام **Endnote** ، حسب ورودها في المتن وباللغتين العربية والإنجليزية.

٨. **التنسيق العام للبحث:**

» النص العربي بخط **(Simplified Arabic)** حجم ١٤.

» النص الإنجليزي بخط **(Times New Roman)** حجم ١٤.

» العناوين الرئيسية والفرعية بخط عريض **(Bold)**.

» الهوامش: ٢,٥٤ سم من جميع الجهات.

» المسافة بين السطور: مفردة (١).

» عناوين الجداول بخط **(Times New Roman)** حجم ١١.

٩. **السلامة اللغوية:** يجب أن يكون البحث خاليًا من الأخطاء اللغوية والنحوية، سليم المعنى والأسلوب. سواء كان البحث باللغة العربية أو الإنجليزية.

١٠. **تحكيم البحوث:**

» تخضع البحوث للتحكيم من قبل اثنين من الأساتذة المحكمين في التخصص من جامعات مصر والوطن العربي، وبناء علي رأيهما يتم تحديد صلاحية المادة للنشر.

» يُجرى التحكيم بسرية تامة (مزدوجة التعمية).

» في حالة رفض أحد المحكمين البحث، يحق لإدارة المجلة عرضه على محكم ثالث للترجيح.

» تتم عملية التحكيم تحت إشراف رئيس التحرير أو من ينوب عنه.

١١. **نتائج التحكيم والالتزام بالنشر:** عند قبول البحث يُخطر الباحث بخطاب رسمي، ولا يحق للباحث سحب البحث بعد قبوله للنشر، كما لا تُرد مكافأة التحكيم في حال عدم قبول البحث، وفي حال وجود ملاحظات، يُرسل البحث معدلاً خلال أسبوع،

وفي حال التأخر يُرحل إلى العدد التالي، و إذا كانت التعديلات جوهرية، يُعاد إرسال البحث خلال ١٥ يومًا.

١٢. **رفض النشر:** تُبلغ المجلة الباحثين بعدم قبول أبحاثهم دون التزامها ببيان الأسباب.

١٣. **المسؤولية عن المحتوى:** تعبر الأبحاث المنشورة عن آراء أصحابها فقط، والمجلة غير مسؤولة عن مضمونها.

١٤. **ترتيب النشر:** يتم ترتيب البحوث للنشر وفقًا لاعتبارات فنية وتنظيمية داخلية.

١٥. **حظر النشر المكرر:** يُمنع نشر البحث نفسه في أكثر من مجلة أو منصة .

١٦. **حقوق المجلة:** تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويحق لها إعادة نشر الأبحاث ورقيًا أو إلكترونيًا، ولها الحق في إتاحة الأبحاث ضمن قواعد البيانات المختلفة، بمقابل أو دون مقابل، دون الحاجة إلى إذن الباحث.

١٧. **التكاليف المالية:** تُحدد المصروفات الإدارية وتكاليف الطباعة والنشر بناءً على اللائحة المعتمدة وعروض الناشرين.

١٨. **الالتزام بالأخلاقيات العلمية:**

- » يجب على الباحثين الالتزام بمعايير النشر الأخلاقي وتجنب جميع أشكال السلوك غير المهني، مثل الانتحال والتزوير والتلفيق.
- » يُطلب الإفصاح عن مصادر تمويل الأبحاث إن وُجدت.
- » في حالة البحث المشترك يوضح الباحث المشاركين في البحث قبل ارسال البحث للمجلة.
- » في حال اكتشاف خطأ جوهري بعد النشر، يجب على الباحث إخطار هيئة التحرير لتصحيح الخطأ أو سحب المادة.

١٩. **المراجعة والتصحيح:** يلتزم الباحث بإجراء أي مراجعة أو تصحيح للأخطاء التي تُكتشف بعد النشر، متى تم إبلاغه بها.

الفهـــرس

- الاتجاهات الحديثة في بحوث المحتوى «المسموع والمرئي» على شبكة الإنترنت» ٩
أ.د/ ولاء إبراهيم عقاد علي

- الاتجاهات الحديثة في بحوث التحيز الإخباري ٦١
أ.م.د/ إسماعيل عبد الرازق رمضان الشرنوبي

- الاتجاهات الحديثة في بحوث التسويق الرقمي للعلامات التجارية: دراسة تحليلية من المستوى الثاني ١٢٧
أ.م.د/ زينب صالح عبد الفضيل جاد

- الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث الصحافة الرقمية والأمن المجتمعي ٢٢٩
أ.م.د/ سارة حمزة عبد الله السيسي

- الاتجاهات الحديثة في بحوث الجرائم الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ٣٢٥
أ.م.د/ ميادة محمد عرفة سيد أحمد

- الاتجاهات الحديثة في بحوث التقنيات الإلكترونية المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي المرئي ٤٠٥
أ.م.د/ هبه أحمد رزق سنيد

- انعكاس الهوية الثقافية في الأفلام المصرية المقتبسة عن السينما الأجنبية-دراسة سيميولوجية في رموز وعناصر الصورة السينمائية ٤٦٣
د/ أسماء عبد الصبور إبراهيم
أ.د/ محمود عبد العاطي مسلم - أ.د/ ولاء إبراهيم عقاد

- الحملات الإعلامية الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المصرية ودورها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الجمهور «دراسة تطبيقية» م.م/ إيناس حسيني محمد زيدان ٤٨٩

- دور الصَّحافة البحرينيَّة في تشكيل الصُّورة الذِّهنيّة لدى الجمهور البحرينيّ نحو المشروعات التَّنمويّة في مملكة البحرين «دراسة تطبيقيّة» جنان علي أحمد عِمران ٥٣٩

- اتجاهات القائم بالاتصال في الصحافة المصرية نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار «دراسة ميدانية» ناريمان ناصر عطية رزق ٥٩٥

الافتتاحية

بسم الله الرحمن الرحيم وبه نستعين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين ...وبعد ...

نحو أفق علمي جديد في دراسات الإعلام والاتصال ، يسعدنا ويشرفنا أن نضع بين أيديكم العدد الأول من "المجلة العلمية لكلية الإعلام بنات"، المجلة العلمية المحكمة التي تصدر عن (كلية الإعلام بنات جامعة الأزهر) هذا الإصدار الأول والذي ينطلق تأكيدا للدور الريادي الذي تؤديه المجلات العلمية المحكمة التي تصدرها جامعة الأزهر في مختلف المجالات البحثية و العلمية لا سيما ما يتعلق بالدراسات الإعلامية وبحوث الاتصال ، وهو ما يمثل خطوة علمية طموحة نحو بناء منصة أكاديمية متوازنة ، تُعنى بنشر البحوث ذات الموضوعات والمشكلات البحثية المتنوعة في شتى ميادين الإعلام والاتصال، وتفتح المجال أمام الأكاديميين والباحثين لمشاركة أفكارهم وتحليلاتهم في إطار المتغيرات العلمية والبحثية وفي ضوء التحولات الرقمية والتكنولوجية المتلاحقة .

يأتي هذا العدد الافتتاحي ليضع اللبنة الأولى في مشروع معرفي متميز، ننشده منبرًا علميا يستند إلى التراكم العلمي وينطلق من الأطر والنظريات المستحدثة بمختلف أطروحاتها ونماذجها ، ليكون ملتقى لخبرات متعددة من باحثين متميزين في مجال الإعلام والاتصال . وحرصًا منا على جودة المحتوى المقدم من خلال هذا المنبر العلمي ، فقد خضعت الأبحاث المنشورة فيه إلى مراجعة علمية دقيقة من قبل نخبة من الأساتذة المتخصصين، وفقًا للمعايير الأكاديمية العالمية في النشر العلمي.

ختاما أتوجه بالشكر الجزيل وعميق الامتنان والتقدير إلى فضيلة رئيس جامعة الأزهر ومعالي النواب الكرام وكل ساهم في إنجاح هذا المشروع العلمي من هيئة التحرير وهيئة المحكمين ، إلى المراجعين والباحثين والقراء. وأدعوا جميع المهتمين من أكاديميين وممارسين و إعلاميين للمساهمة بأبحاثهم، والانضمام إلى هذا المسار العلمي الذي نأمل أن يكون إضافة حقيقية للمعرفة الإعلامية تسهم في الارتقاء بالخطاب الإعلامي والبحثي في المجتمع المصري والعربي بإذن الله .

أ.د/ ولاء إبراهيم عقاد

رئيس التحرير

الاتجاهات الحديثة في بحوث المحتوى
«المسموع والمرئي» على شبكة الإنترنت»

Recent Trends in Audio and visual content Research on the Internet

أ.د/ ولاء إبراهيم عقاد علي

الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر، وعميدة الكلية

البريد الالكتروني: Walaaelakad1561.el@azhar.edu.eg

ملخص الدراسة

استهدفت هذه الدراسة رصد الاتجاهات البحثية في بحوث الإذاعة والتليفزيون المحكمة التي تناولت المحتوى «المسموع والمرئي» في تطبيقات شبكة الإنترنت والمنصات الرقمية في الفترة ما بين عامي 2018، 2023م، والتعرف على طبيعة الموضوعات التي تناولتها البحوث والدراسات التي تناولت المحتوى المسموع والمرئي في تطبيقات شبكة الإنترنت والمنصات الرقمية ومناقشتها، واعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي لمراجعة الأدبيات العلمية العربية والأجنبية المنشورة في الدوريات العلمية المحكمة، كما استعانت بأسلوب التحليل البعدي للمجلات العلمية، وبلغ عدد الأبحاث عينة الدراسة (83) دراسة عربية، (66) دراسة أجنبية بإجمالي (149) دراسة، وتمثلت أهم النتائج في تركيز اهتمام الباحثين العرب والأجانب بدراسة البث الإذاعي والتليفزيوني والمحتوى الذي تقدمه المواقع والتطبيقات والمنصات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت والذي أثبتت النتائج تأثيره سلبا على البث التقليدي للإذاعة والتليفزيون من حيث إقبال قطاعات الجمهور المختلفة، كما أنه على الرغم من تنوع الموضوعات البحثية التي تناولتها البحوث العربية عينة الدراسة ، إلا أن بعض الموضوعات مازالت بحاجة إلى مزيد من الدراسة خاصة ما يتعلق بالتطبيقات التكنولوجية وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحتوى الإعلامي المقدم عبر هذه التطبيقات وأثره في جمهور المستخدمين.

الكلمات المفتاحية: المحتوى المسموع والمرئي- المنصات الرقمية-التطبيقات التكنولوجية- المحتوى الإعلامي.

Abstract

This study aimed to monitor research trends in peer-reviewed radio and television research that dealt with audio and visual content in internet applications and digital platforms in the period between 2018 and 2023AD, and to identify the nature of the topics covered by research and studies that dealt with audio and visual content in Internet applications and digital platforms and discuss them. The researcher relied on the media survey method, reviewing Arab and foreign scientific literature published in peer-reviewed scientific journals. She also used the method of dimensional analysis of scientific journals. The number of research in the study sample amounted to (83) Arab studies and (66) foreign studies, with a total of (149) studies. The most important results were represented in focusing the interest of Arab and foreign researchers on studying radio and television broadcasting and the content provided by websites, applications and electronic platforms via the Internet, which the results proved its negative impact on traditional radio and television broadcasting in terms of audience interest from different segments. Despite the diversity of research topic covered by the Arab research sample, some topics still need further study, especially those related to technological applications and the use of artificial intelligence applications in the media content presented through these applications and its impact on the user audience.

Key words: Audio and visual content- Digital platforms- Technological applications-media content.

المقدمة :

في ظل الثورة التكنولوجية والتقنية التي شهدها العالم بأسره في مجال الإعلام والاتصال في الآونة الأخيرة ، والتي أدت إلى الاستخدام المباشر لهذه التقنيات التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال ووسائل الإعلام ، فقد تطور استخدام شبكة في خدمات الاتصال تطوراً هائلاً ، الأمر الذي جعل منها وسيلة جديدة من وسائل الإعلام خاصة بعد التطور التكنولوجي والرقمي الكبير الذي أمكن معه استحداث أشكالاً حديثه من الإذاعات المسموعة والمرئية بديلاً عن الأشكال التقليدية للراديو والتليفزيون التقليديين، فضلا عن ظهور ما يسمى بالإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي ، والذي ظهر من خلاله عدد من التطبيقات والمنصات الرقمية المختلفة عبر شبكة الإنترنت متاحاً من خلالها المئات من القنوات الفضائية والإذاعات المسموعة، بالإضافة إلى توظيف التقنيات التكنولوجية كالهواتف الذكية وتطبيقاتها في مجال الإنتاج الإذاعي والتليفزيوني و الكم الهائل من الإنتاج الإذاعي والتليفزيوني الذي ينتج خصيصا للبث على هذه المنصات المختلفة والذي أوجد بدوره جمهورا عريضا قد يختلف في خصائصه عن جمهور وسائل الإعلام التقليدية المعروفة .

ولذلك فقد حدث تحول كبير في مجال البحث العلمي في مجال الإعلام ، حيث تحول قطاع عريض من الباحثين على مستوى العالم بوجه عام والوطن العربي ومصر بشكل خاص إلى الاهتمام بدراسة محتوى **" المسموع والمرئي" من خلال شبكة الإنترنت** على وجه العموم و من خلال مواقع القنوات الفضائية و التطبيقات والمنصات الرقمية المختلفة على شبكة الإنترنت على وجه الخصوص ، وكذا تأثير هذا المحتوى في أنماط وأشكال تعرض الجمهور له وأشكال التفاعل معه ، الأمر الذي أدى إلى تنوع الاتجاهات البحثية التي تناولت المحتوى **" المسموع والمرئي" في** مواقع قنوات الإذاعة والتليفزيون والمنصات والتطبيقات المختلفة المتاحة على شبكة الإنترنت فيما يعرف **بالإذاعة الرقمية والتليفزيون الرقمي** ، لذا تسعى الدراسة الحالية إلى رصد وتحليل وتقديم رؤية نقدية للاتجاهات الحديثة في البحوث التي تناولت المحتوى الإعلامي (المسموع والمرئي) المقدم على شبكة الإنترنت من خلال التطبيقات والمنصات الرقمية المختلفة ، وذلك على مستوى خصائص الوسيلة ذاتها أو خصائص المحتوى المقدم من خلالها أو خصائص الجمهور المستخدم لها وكذا أنماط استخدامه وأشكال تفاعله مع ما يقدم من محتوى من خلال هذه التطبيقات والمنصات المختلفة ، فضلا عن تقديم رؤية مستقبلية للبحوث والدراسات المستقبلية في مجال المحتوى **" المسموع والمرئي" على المواقع والتطبيقات والمنصات الإلكترونية على شبكة الإنترنت .**

المبحث الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أهداف الدراسة :

1- رصد الاتجاهات البحثية في بحوث الإذاعة والتليفزيون المحكمة التي تناولت المحتوى **" المسموع والمرئي"** في تطبيقات شبكة الإنترنت والمنصات الرقمية في الفترة ما بين عامي **2018** و **2023.**

2- التعرف على طبيعة الموضوعات التي تناولتها البحوث والدراسات التي تناولت المحتوى **" المسموع والمرئي"** في تطبيقات شبكة الإنترنت والمنصات الرقمية ومناقشتها ، في الفترة ما بين عامي **2018** و **2023** ، وكذا الإجراءات المنهجية لها .

3- تقديم رؤية تحليلية نقدية للبحوث عينة الدراسة على مستوى الإجراءات المنهجية لهذه البحوث وكذا أهم النتائج البحثية التي توصلت إليها .

4- صياغة رؤية مستقبلية للبحوث والدراسات التي تناولت المحتوى **" المسموع والمرئي"** في التطبيقات والمنصات الإلكترونية والرقمية على شبكة الإنترنت .

نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات:

تنتمي الدراسة الحالية للدراسات الوصفية والتي تعتمد على جمع الحقائق والمعلومات عن ظاهرة معينة يغلب عليها صفة التحديد[1]، و إن كانت الدراسة الحالية لا تتوقف فقط عند جمع الحقائق والمعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة وتوصيفها .

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي والذي يعد من أبرز المناهج المرتبطة بالدراسات الوصفية الإعلامية[2]، حيث عمدت الباحثة إلى تحديد عناصر الظاهرة ووصفها وتفسيرها والكشف عن أبعادها بآليات منضبطة ، معتمدة في تحليل البيانات والمعلومات الواردة في بحوث المحتوى **" المسموع والمرئي"** المتعلقة بتطبيقات شبكة الإنترنت والمنصات الرقمية في المجلات العلمية عينة الدراسة على أسلوب التحليل من المستوى الثاني **Meta –Analysis** أو الذي يطلق عليه أسلوب التحليل البعدي والذي يتعدى ما يعرف بالتوصيف الببلوجرافي للدراسات والتراث العلمي إلى كونه يمثل رؤية نقدية تقويمية لها ، وكذا تقديم وصياغة رؤية مستقبلية للبحوث والدراسات المستقبلية في هذا الإطار.

مجتمع وعينة الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في البحوث والدراسات العربية والأجنبية المنشورة في الدوريات العلمية المحكمة في مجال البث للمحتوى" المسموع والمرئي" والمتعلقة في بتطبيقات شبكة الإنترنت

والمنصات الرقمية المختلفة ، وتتمثل عينة الدراسة في البحوث المنشورة في الدوريات العربية والأجنبية في الفترة الزمنية من يناير 2018 وحتى يوليو 2023 ، **وهو ما يوضحه بيانات الجدول التالي :**

جدول رقم (1)

توصيف خصائص عينة الدراسة

توزيع عينة الدراسة طبقا للغة البحثية المستخدمة	عدد البحوث
البحوث العربية	**83**
البحوث الأجنبية	**66**
الإجمالي	**149**

وهنا تجدر الإشارة إلى أن اختيار الباحثة لهذه الفترة الزمنية لتحديد عينة الدراسة على وجه التحديد يرجع إلى أن هذه الفترة على وجه الخصوص شهدت بداية الاهتمام الحقيقي من قبل مؤسسات الدولة المختلفة الحكومية والخاصة على حد سواء بما يعرف بالتحول الرقمي في جميع المجالات بوجه عام وفي مجال الإعلام والاتصال على وجه الخصوص وهو ما أكده فيما بعد وحتى وقت كتابة هذه الدراسة هذا الاهتمام المتزايد من قبل وسائل الإعلام التقليدية بإيجاد مكان لها على تطبيقات الإنترنت المختلفة لتحظى باستخدام ومتابعة الجمهور المستخدم لهذه التطبيقات .

مصادر الدراسة :

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على المصادر الآتية :

1- مواقع بعض المجلات العلمية المحكمة العربية في مجال الإعلام والاتصال باستخدام البحث الأكاديمي من خلال موقع بنك المعرفة

https://www.ekb.eg/ar/web/researchers/home

وتمثلت هذه المجلات في :

- مجلة البحوث الإعلامية الصادرة عن كلية الإعلام جامعة الأزهر .
- المجلة المصرية لبحوث الإعلام الصادرة عن كلية الإعلام - جامعة القاهرة .
- المجلة المصرية لبحوث الرأى العام الصادرة عن مركز بحوث الرأى العام – جامعة القاهرة .
- المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون الصادرة عن قسم الإذاعة والتليفزيون – كلية الإعلام – جامعة القاهرة .

2- مواقع البحث وقواعد البيانات التالية :

- -قاعدة بيانات SAGE Journal
- Research Gate
- Google scholar
- ScienceDirect

المبحث الثاني

الاتجاهات البحثية للبحوث عينة الدراسة

الاتجاه الأول : البحوث المرتبطة بتوظيف التطبيقات التكنولوجية المختلفة في مجال البث " المسموع والمرئي " :

هدفت بعض الدراسات العربية والأجنبية لرصد توظيف التطبيقات والتقنيات التكنولوجية الحديثة في مجال البث الإذاعي والتليفزيوني والتحولات الناتجة عن هذا التوظيف في المحتوى المقدم عبر هذا البث في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ، ومن بين هذه الدراسات دراسة (زينب عبد الواحد ، 2023) والتي استهدفت [3] التعرف على اتجاهات مقدمي البرامج نحو توظيف تقنية مذيع الروبوت بالقنوات التليفزيونية ، وطبقت على عينة من مقدمى البرامج بالقنوات التليفزيونية بلغت (120) مفردة موزعة بين القنوات الحكومية والخاصة ، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن متوسط درجات موافقة عينة الدراسة على فكرة توظيف المذيع الروبوت بالقنوات التليفزيونية جاءت متوسطة .

كما هدفت دراسة (Pu Zhao ,2023) [4] إلى قياس تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة تصميم و إنتاج المحتوى في الإعلام الرقمي سواء على مستوى تحسين الصورة المقدمة و إمكانيات توزيعها ، وقد أظهرت النتائج أن النماذج المقترحة للتطوير الفني والتقنى للمحتوى الذي يقدمه الإعلام الرقمي ، حيث توصلت الدراسة إلى النموذج الذي اقترحته لتحسين الصورة في الإضاءة المخفضة كان له تأثير إيجابي على تحسين ومعالجة الصورة بشكل واضح .

وهدفت دراسة (سمر الصادق ، 2023) [5] إلى الكشف عن دور خدمات البث المباشر الاجتماعية في إنماء الثقافة التشاركية وذلك بالتطبيق على خدمة الغرف الصوتية بتطبيق "باز" (أول منصة عربية للتواصل الاجتماعي) ، وأشارت النتائج إلى دعم الغرف الصوتية المقدمة عبر منصة باز لمفهوم الثقافة التشاركية لما تقدمه المنصة من تعزيز للروابط بين القائم بالبث وبين الجمهور المستخدم للمنصة ، كما أشارت النتائج إلى تعديد مزايا الغرف الصوتية بتطبيق باز وأبرزها إمكانية نقاش موضوعات متعددة في مجالات مختلفة مع التأكيد على التحديات التي تواجه مستخدمي التطبيق وأبرزها عدم إمكانية حفظ محتوى الغرف الصوتية .

كما هدفت دراسة (Abul Kabil Khan ,2022)[6]إلى تحليل خصائص التليفزيون الرقمي من خلال شبكة الإنترنت في دولة بنجلاديش وكذا اتجاهات تطورها وذلك من خلال مذيعي قناتي تليفزيون الإنترنت (Popcorn Live , ATN Music) ، وأشارت في نتائجها إلى أن خصوصية تليفزيون الإنترنت تكمن في أن لكل مشاهد فرصة لإنشاء جدول البث الخاص به فضلا عن تقريب المسافة بين القائم بالبث والمتلقي ، كما أشارت النتائج إلى انتشار بيع الهواتف الذكية التي تقدم خدمة البث التليفزيوني في دولة بنجلاديش فضلا عن زيادة عدد المستخدمين لهذه الخدمة على مستوى الدولة .

وعنيت دراسة (Lu Lian & Tong Lei , 2022) [7] ، بمعرفة تأثير تقنية معالجة الصور الرقمية وتكنولوجيا الاستشعار البصري للتليفزيون والأفلام السينمائية وكيفية إنتاج رسوم متحركة ذات جودة فائقة ، وأظهرت النتائج أن استخدام تقنية معالجة الصور الرقمية وتكنولوجيا الاستشعار البصري يمكن أن تحدث تحسنا كبيرا في الصورة المخفية و إخفاء المجال المكاني لها عن طريق المعالجة المسبقة للصور وفي أعلى درجات الأمان والتأثير .

استهدفت دراسة (Tausif Mulla ,2022)[8] إلى رصد التغيير الذي طرأ على المحتوى المرئي لمنصات البث المباشر التي تعتمد على شبكة الإنترنت ، كما هدفت إلى الوقوف على العوامل المؤثرة في استهلاك وتعرض المستخدمين لهذه المنصات ، وقد أشارت النتائج إلى تعدد العوامل المؤثرة في استهلاك وتعرض المستخدمين لهذه المنصات ، وكان أبرزها ؛ قيمة الإشتراك والمرونة وسهولة الاستخدام وجودة الصورة والرغبة في التحرر من القيود .

هدفت دراسة (Abul Kabil Khan ,2021)[9]إلى رصد الخصائص الأساسية لوسائل الإعلام الإخبارية عبر شبكة الإنترنت في بنجلاديش المعاصرة مشيرة إلى توظيف التقنيات الحديثة المستخدمة في اثنتين من أشهر المنصات الإخبارية على الإنترنت (Daily Star , BD News 24)، واعتمدت على إجراء المقابلات المتعمقة مع خمسة من المتخصصين لفهم واستكشاف تأثير القنيات الرقمية في وسائل الإعلام الإخبارية فيما يتعلق بفرص العمل والتحديات وغيرها ، وقد أشارت النتائج إلى اشتراك القناتين عينة الدراسة في الخصائص الأساسية لكل منهما والقائمة على المحتوى التفاعلي فضلا عن نجاحهما في تحقيق شعبية كبيرة لدى الجمهور المستخدم للمحتوى الإخبارى عبر المنصات الإلكترونية .

هدفت دراسة (مروة السيد ، 2021) [10] إلى رصد تقنيات الهواتف الذكية في الإنتاج البرامجي المرئي ، والتحولات التي أحدثتها تلك التقنيات إلى الشكل والمضمون البرامجي وآفاق إنتاج وبث المحتوى الإعلامي في ظل التطور التكنولوجي بالتطبيق على لستوديو MOJO10 الذي يعتبر أول استوديو يقوم على استخدام تقنيات الهواتف الذكية في مصر والعالم العربي في كافة مراحل الإنتاج البرامجي حتى البث من خلال الإنترنت

على منصات التواصل الاجتماعي ، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن استخدام تقنيات الهواتف الذكية في صناعة المحتوى الإعلامي كان له انعكاسات على شكل ومضمون هذا المحتوى ليتناسب مع طبيعة المنصات الرقمية التي يتم من خلالها البث ومع نسب وأبعاد شاشات الهواتف الذكية التي تعتمد على الشكل الطولي بعكس شاشة التليفزيون التقليدي .

كما هدفت دراسة (Victor Garcia-Perdomo, 2021) [11] إلى رصد تأثير استخدام اثنتين من كبرى المؤسسات الإخبارية التليفزيونية في كولومبيا لوسائل التواصل الاجتماعي في توزيع الفيديو و إشراك جمهور المستخدمين في إعداد المحتوى التليفزيوني عبر شبكة الإنترنت ، عن طريق استخدام أداتي الملاحظة والمقابلة ، وقد أشارت النتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام والفيسبوك على وجه الخصوص يؤثر في إنتاج المحتوى الرقمي الإخبارى التليفزيوني وتوزيعه ، فضلا عن دورها في تغيير تصورات القنوات التليفزيونية عن مشاركات الجمهور لها .

استهدفت دراسة (عمرو عبد الحميد ، 2020) [12] رصد توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي ، و إدراك عينة من الجمهور المصري لمصداقية المحتوى عبر الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى المنتج عبر المحرر البشري ، وطبقت الدراسة على عينة من الجمهور من متابعي التغطية الإخبارية لتداول البورصة المصرية بموقع قناة القاهرة 24 باستخدام الروبوت وموقع اليوم السابع باستخدام العنصر البشري ، وخلصت النتائج إلى أن أبرز المجالات التي نجحت في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي كان الدردشة الآلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما تصدر عنصر الدقة مقدمة عناصر مصداقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي .

هدفت دراسة (Zhe Chen ,2019) [13] إلى رصد وتحليل تطوير استخدام تقنيات تكنولوجيا الإعلام الرقمي في الأفلام والتليفزيون الرقمي وتقديم رؤية مستقبلية لآفاق تطور استخدام هذه التقنيات في مجال الأفلام والتليفزيون الرقمي ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام التقنيات التكنولوجية أفاد في عملية تطوير الفيلم الرقمي ، حيث أصبحت تقنية الإرسال هي القوة الأساسية الدافعة لتطوير صناعة السنيما كما أنها توفر متعة بصرية وجمالية أكبر مما كانت عليه قبل توظيف هذه التقنيات في صناعة السنيما والتليفزيون الرقمي.

هدفت دراسة (Arsyad Nurizar, 2020) [14] إلى وصف والوقوف على درجة حاجة المجتمع الإندونيسي إلى خدمات البث التليفزيوني الرقمي ، وأشارت النتائج إلى إمكانية استمتاع الجمهور في المجتمع الأندونيسي بمزيد من القنوات التليفزيونية المتنوعة وبجودة بصرية فائقة وتوصي الدراسة بضرورة التصديق الفورى من قبل الحكومة الأندونيسية على التشريعات المنظمة للبث الرقمي وكذا تشجيع مقدمي البرامج التليفزيونية على البث المتزامن .

هدفت دراسة (lavua Murphy , 2018) [15]إلى التحقيق في تأثير وسائل الإعلام الجديدة على البث التليفزيوني دراسة حالة على التليفزيون الوطني الكونجولي (RTNC) ، وقد سعت الدراسة إلى معرفة النتائج الهيكلية والتنظيمية للإعلام الجديد وتأثيره على البث التليفزيوني الوطني وقد خلصت الدراسة إلى التأكيد على زيادة عدد الصحفيين المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد عبر الإنترنت لتلقي وتحديث الأخبار بدلا من النزول إلى الميادين لجمع الأخبار بأنفسهم ، كما أشارت النتائج إلى أن 56% من العينة أيدوا إيجابية استخدام الإعلام الجديد في نقل المحتوى الإخباري ، كما أشارت النتائج إلى رؤية البعض لسلبيات الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد من حيث التكاسل عن جمع الأخبار من مصادرها الميدانية والاعتماد فقط على الإنترنت وما يبثه من أخبار .

الاتجاه الثاني : البحوث المتعلقة بدراسة المحتوى "المسموع والمرئي " المقدم من خلال المنصات الرقمية عبر شبكة الإنترنت :

عنيت بعض الدراسات العربية والأجنبية بتحليل المحتوى "المسموع والمرئي" المقدم من خلال المنصات الرقمية المختلفة عبر شبكة الإنترنت ، رصدت الباحثة اهتمام عدد من البحوث والدراسات عينة الدراسة بالتركيز على دراسة المحتوى الدرامي المقدم في المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت وذلك على النحو التالي :

اهتم عدد من الدراسات بدراسة المحتوى الدرامي الذي تقدمه المنصات الرقمية المختلفة عبر شبكة الإنترنت ، ومن بين هذه الدراسات دراسة (محمد عمارة ، 2023) [16] والتي هدفت إلى رصد موضوعات العمل الدرامي التي اعتمدت عليها دراما نيتفليكس وتحديد أنماط المؤثرات الصوتية السائدة في الأعمال الدرامية عينة الدراسة وكذا عناصر الجذب والأساليب الفنية في عرض مضمون هذه الأعمال ، توصلت نتائج الدراسة إلى أن المسلسلات عينة الدراسة التي تبث من خلال منصة نيتفليكس استخدمت مرجعيات مختلفة حيث تصدرت (المرجعية الاجتماعية) في المرتبة الأولى كما تنوعت مضامين منصة نيتفليكس في المسلسلات عينة الدراسة وتصدر المضمون البوليسي هذه المضامين .

كما هدفت دراسة)[17](Kristina Pietaryte & Ana Cristina Suzania , 2023 إلى الكشف عن المساواة في تمثيل الإناث في المحتوى الدرامي المقدم على نتفليكس لعام 2019 من خلال تحديد اتجاهات تمثيل الإناث عبر عينة من من 82 سلسلة وتقييم جودة تمثيل الإناث في المسلسلات الدرامية الأكثر مشاهدة لعام 2019 ومقارنته على مستوى أوروبا وأمريكا ، وقد توصلت الدراسة إلى أنه بشكل عام يتوافق التمثيل النسائي في مسلسلات نتفليكس الدرامية لعام 2019 مع الأدبيات الموجودة في الدراسات التليفزيونية والتي خلصت إلى انخفاض تمثيل المرأة بشكل عام على شاشة المنصات الرقمية متمثلة في نتفليكس .

وكذلك دراسة (مروة خلف ، 2023) [18] والتي هدفت إلى دراسة تحليل محتوى بعض الأفلام الكرتون الأجنبية المعروضة على منصات المشاهدة الرقمية Netflix – Prime Video - OSN ودراسة ما تحتويه من قيم وصور ذهنية من حيث أنواعها واتجاهاتها وأسلوب تقديمها بالاعتماد على نظرية الغرس الثقافي لقياس بناء القيم ، وقد توصلت الدراسة في نتائجها إلى الاعتماد على الصراع والتنافس بشكل أساسي في الأفلام عينة الدراسة وهو ما برز من خلال ورود الشخصيات الرئيسية لإثنين، جاءت الشخصية الرئيسية هي الأعلى داخل الفيلم في تقديم القيم الإيجابية وغرسها في عقول المشاهدين من الأطفال .

واتفق عدد من الدراسات والبحوث في الاهتمام بدراسة القيم التي يتضمنها المحتوى الدرامي المقدم من خلال المنصات الرقمية ، حيث هدفت دراسة (رهام محمد صلاح الدين ، 2022) [19] إلى التعرف على المضمون المقدم بالأعمال الدرامية العربية من إنتاج منصة نيتفليكس الأمريكية وما تتبناه من قيم ثقافية وأخلاقية وكذا الوقوف على آراء المشاهدين المصريين في هذه الأعمال ومردود هذه المشاهدة على القيم لديهم في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث ، وطبقت الدراسة بإجراء تحليل مضمون كيفي لخمسة أعمال درامية عربية من إنتاج نيتفليكس ودراسة مسحية على 200 مفردة من الشباب المصري وأهاليهم من الجيل الأكبر سنا ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن القيم والأخلاق الغربية تمرر بشكل غير مباشر ومستتر من خلال أعمال المنصة الدرامية كما تبين وجود علاقة بين الفئة العمرية للمبحوث ورأيه في المسلسلات التي تنتجها المنصة نيتفليكس لصالح الفئة الأصغر سنا .

كما هدفت دراسة (آية كمال ، 2022) [20] إلى رصد وتحليل القيم المقدمة في السلسلة الأجنبية Jane the Virgin ونسختها المصرية (الآنسة فرح) والمقارنة بين القيم في ضوء القيم المجتمعية السائدة في مجتمعات عرض العملين ، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى ورود الكذب في مقدمة السلوكيات السلبية التي قدمتها الشخصيات في السلسلتين تلاه الخداع في المرتبة الثانية ، كما تنوعت أشكال العلاقات بين الرجل والمرأة التي قدمتها الشخصيات الدرامية في السلسلتين محل الدراسة ، حيث جاء الحب والاتباط العاطفي في مقدمة هذه الأشكال تلاه الزواج الرسمي في المرتبة الثانية . وكذا دراسة (هشام البرجي ، 2022) [21] ، حيث هدفت إلى رصد السلوكيات السلبية في المحتوى الدرامي الذي تقدمه منصة نيتفليكس المدفوعة مقدما والذي يتمتع بتفوق كبير في تقنيات التصوير والمونتاج والإخراج تضاهي صناعة السنيما العالمية ، وكانت أبرز نتائج الدراسة أن معظم الفيم ذات الاتجاه الإيجابي في الأفلام عينة الدراسة قد تمت معالجتها بشكل إيجابي محفز بنسبة وصلت 81.3% وتصدرت " حرية العلاقات بين الجنسين " السلوكيات السلبية الواردة في عينة الدراسة ، بينما تصدرت قيمة الحب القيم ذات الاتجاه الإيجابي الواردة في العينة .

وفي إطار دراسة الدراما في المنصات الرقمية هدفت دراسة (حسن علي ، 2021) [22]إلى رصد وتحليل تأثير المنصات الرقمية على صناع الدراما من خلال التعرف على التأثيرات الإيجابية والسلبية لظهور هذه المنصات على المحتوى الدرامي وتقنيات الإنتاج وعلى المشاهدة التليفزيونية ذاتها ، وطبقت الدراسة على عينة من خبراء صناعة الدراما قوامها 18 مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى أن إنتاج ساعات درامية كثيرة لتلبي احتياجات كثافة المشاهدة عبر المنصات الرقمية هي أهم ما يميزها وأن أهم تأثيراتها السلبية كان التأثير على مشاهدة التليفزيون والسنيما التقليديين .

هدفت دراسة (Filippo Gilardi , 2018) [23] إلى التعرف على آلية توزيع وتسويق وتنظيم عرض للمسلسلات الدرامية التليفزيونية على منصات الفيديو الرقمية الصينية وكذا التعرف على أساليب تفاعل جمهور المستخدمين مع المحتوى الدرامي المقدم من خلال هذه المنصات فضلا عن التعرف على أنواع المشاركات التي تسعى المنصات إلى تحقيقها على مستوى الجماهير ، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن المنصات الرقمية الصينية تميل لتسويق المسلسلات الدرامية التليفزيونية التى تعرض من خلال دمج المواد المتعلقة بتفاعلية الجمهور من إعجابات وتعليقات ومشاركات مع ما ينشره المعجبون على صفحاتهم على وسائل التواصل الاجتماعي في إطار تطوير استراتيجيات التسويق لخدمات تلك المنصات .

هذا وقد رصدت الباحثة اهتمام عدد آخر من البحوث والدراسات عينة الدراسة التي تناولت المحتوى " السمعي والمرئي " المقدم من خلال المنصات الرقمية بالتركيز على دراسة المحتوى البرامجي المقدم في المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت وذلك على النحو التالي :

اهتم عدد من البحوث عينة الدراسة بدراسة المحتوى البرامجي المقدم من خلال المنصات الرقمية ومن بين هذه الدراسات؛ دراسة (نشوى اللواتي ، 2023) [24] والتي هدفت إلى برصد وقياس إدراك عينة من الجمهور قوامها 450 مفردة لمدى عدائية تغطية الأحداث الرياضية من خلال المحتوى المقدم عبر المنصات الرقمية وعلاقته باتجاهاتهم نحو التعصب الكروي ، وخلصت في نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض عينة الدراسة للمضامين الرياضية في المنصات الرقمية واتجاهاتهم نحو التغطية ، كما توصلت إلى ثبوت علاقة ارتباطية طردية بين اتجاهات المبحوثين نحو التعصب الكروي وبين اتجاهاتهم نحو عدائية التغطية المقدمة من خلال المنصات الرقمية للأحداث الرياضية .

هدفت دراسة (Catalina Lordache , 2022)[25]إلى دراسة حالة مقارنة للمحتوى البرامجي الذي يتم بثه من خلال منصة نتفليكس في أربع دول من دول الاتحاد الأوروبي (بلجيكا – رومانيا – اسبانيا – السويد) لمعرفة كيف يعكس هذا المحتوى المقدم من خلال المنصات الرقمية استراتيجيات التسويق والاستثمار

للمنصات في الأسواق المختلفة ، وأشارت النتائج إلى سيطرة المحتوى الأمريكي على المنصات في البلدان الأربعة عينة الدراسة .

هدفت دراسة (أماني رضا ، 2020) [26] إلى رصد مدى ثراء محتوى المنصات الرقمية العربية التي تقدم خدمات الفيديو حسب الطلب من حيث طبيعة المحتوى الترفيهي الذي تقدمه والخدمات التي تقدمها للمشترك وكذا ثراء الإمكانات المتاحة بكل خدمة من الخدمات التي تقدمها تلك المنصات ، وتوصلت الدراسة إلى أن المنصات الثلاث تتمتع بمزايا مختلفة في مدى الثراء على مستوى المضمون المقدم أو الإمكانيات الفنية المتاحة .

هدفت دراسة (Keven Sanson,2019)[27] إلى دراسة خدمات البث المباشر عبر الإنترنت التي تقدمها خدمات الفيديو حسب الطلب (Hulu) في المنصات الرقمية من حيث خصائص المحتوى التليفزيوني المقدم من خلالها وكذا دراسة نمط ملكية المنصة وصفقاتها التجارية ، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى تلك الخدمات إنما هي لعبة تدار من قبل الشركات متعددة الجنسيات مما قد لا يجعل من خدمات البث المباشر عبر الإنترنت بديلا للتليفزيون التقليدي .

وهدفت دراسة (عبد الله عمران ، 2021) [28]إلى التعرف على طبيعة الأيديولوجيا الحاكمة لعملية الإنتاج الإخباري التليفزيوني والعوامل المؤثرة فيها وكذا رصد أيديولوجيا وسائل الإعلام الرقمية ودور وتأثير التطور التقني والتكنولوجي في تطوير الإنتاج الإخباري التليفزيوني فضلا عن المقارنة بين العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال في كل من البيئة الرقمية والبيئة التقليدية ، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى تعدد العوامل المؤثرة في أيدولوجيا الإنتاج الإخباري التليفزيوني في ظل التنافسية الرقمية المتسارعة وأبرزها نمط الملكية ومصدر التمويل والممارسة السياسية للسلطة .

ركزت دراسة Micheal) ، (A ,2018 [29]على أن المحتوى المرئي المقدم على المنصات الرقمية تطور بشكل واضح من بداية ظهور نتفليكس في 1997 ، حيث تم وضع 10000 محتوى إعلامي على منصة نتفليكس في 2007 وأتاحت المنصة هذا المحتوى للمشاهدة الفورية كهدية من نتفليكس لمشتركيها ثم بدأت بعدها احتكار إنتاج بعض شركات الإنتاج الإعلامي حتى بدأت الإنتاج لنفسها في 2012 حتى وصل عدد مشتركيها إلى 193 مليون مشترك .

وأخيرا رصدت الباحثة اهتمام عدد من البحوث والدراسات عينة الدراسة التي تناولت المحتوى " المسموع والمرئي " المقدم من خلال المنصات الرقمية بالتركيز على الجمع بين محتوى البث " المسموع والمرئي " في الوسائل التقليدية والمحتوى المقدم في المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت وظهر ذلك إما من

خلال المقارنة بين المضامين المقدمة في كل منهما أو من خلال تأثير المحتوى الرقمي على المحتوى التقليدي وذلك على النحو التالي :

هدفت دراسة [30] (Emma Heyood , 2023) إلى الكشف عن تأثير التقنيات الرقمية على الأنماط التقليدية للاستماع والاستقبال للراديو التقليدي قي بوركينا فاسو خلال فترة تصاعد الهجمات الإرهابية وانعدام الأمن ، وذلك من خلال الاعتماد على 37 مقابلة ، حيث سلط هذا البحث الضوء على التأثير التخريبي الكبير للتكنولوجيا الرقمية على الراديو كجهاز من جهة ومن حيث ممارسات البث والاستماع من جهة أخرى ، وقد خلصت نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت يزيد من الاستماع الفردي للراديو كما أنه يعيد تشكيل التفاعل مع المستمع بحث إنه بدلا من كون الراديو التقليدى مصدرا لتدفق أحادي المعلومات يمكن للمستمعين التواصل مع القائمين بالاتصال في الراديو عبر الهواتف المحمولة وعبر تطبيقات الإنترنت المختلفة كالواتس أب وغيرها ، كما أشارت النتائج أنه نظرا لظروف الانفلات الأمني لا يمكن أن تشكل التكنولوجيا تهديدا صريحا للراديو التقليدي نظرا لصعوبة وصول الإنترنت إلى مختلف مناطق الصراع .

وكذلك دراسة (محمود زكي ، 2022) [31] والتي هدفت إلى قياس مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري واختبار علاقته بانتقائية التعرض للمحتوى الرياضي في القنوات التليفزيونية والمواقع الإلكترونية في إطار نظرية التمثيل ، وطبقت الدراسة على عينة من الشباب المصري قوامها 600 مفردة عن طريق الاستبيان الإلكتروني ، وخلصت الدراسة إلى ارتفاع مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري بأبعادها المختلفة واتسم تعرضهم للمحتوى الرياضي بانتقائية شديدة ، وكان استخدامهم مرتفعا للمواقع الإلكترونية الرياضية سواء من خلال الموقع نفسه أو صفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي ، كما أثبتت النتائج وجود علاقة بين الثقافة الرياضية وبين كثافة التعرض والمتابعة للبرامج الرياضية سواء على الوسائل التقليدية أو المواقع الإلكترونية .

وفي ذات السياق هدفت دراسة (بسنت فهمي ، 2022) [32] و إلى تقصي ظاهرة الموضوعات السائدة (الترند) على مواقع التواصل الاجتماعي وكيف تمارس ضغطا واضحا على أجندة القائمين بالاتصال بالبرامج التليفزيونية المصرية من خلال أسلوب التحليل الكيفي ومن خلال إجراء 25 مقابلة متعمقة مع القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية المختلفة ، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود تأثير واضح من أجندة مواقع التواصل الاجتماعي على أجندة البرامج التليفزيونية خاصة في ظل تزايد ظاهرة الترند كما استطاعت البرامج التليفزيونية أن تفرض محتواها على مواقع التواصل الاجتماعي و إن كان التأثير الأكبر كان لمواقع التواصل في هذا الشأن.

هدفت دراسة (محمود عمارة ، 2021) [33] إلى التعرف على أبعاد المعالجة الإعلامية لرياضات المعاقين في وسائل الإعلام التقليدية متمثلة في (البرامج التليفزيونية الرياضية المتخصصة) ووسائل الإعلام الجديدة متمثلة في (صفحات الفيسبوك الرياضية المتخصصة)، وقد كشفت الدراسة عن اهتمام الإعلام المصري القومي

برياضات الأشخاص ذوي الإعاقة من خلال تخصيص برنامج رياضي يتناول الموضوعات الخاصة باللاعبين الرياضيين من ذوي الإعاقة ، وبرغم تعدد المواقع الإلكترونية على الإنترنت إلا أن القليل منها يعرض القضايا الخاصة بالرياضيين من ذوي الإعاقة والقليل منها يقوم بالتحديث الفوري للأخبار .

وهدفت دراسة (Jorge Herrero , 2021)[34] إلى تحليل الاستراتيجيات التي تتبناها كل من البرامج التليفزيون التقليدية وقنوات تطبيق تيك توك وما يبث من خلالها من محتوى مرئي ، خاصة في ظل التغيير الملحوظ في شكل نموذج التليفزيون التقليدي وقنوات التوزيع وكذا تجربة الجمهور المستخدم كنتيجة مباشرة لتأثير الوسائط الجديدة فيه ، وقد خلصت النتائج إلى عدم وجود استراتيجية واضحة لربط محتوى التليفزيون التقليدي على تيك توك ، كما أن المحتوى الذي تقدمه التطبيقات المختلفة على شبكة الإنترنت ومنها تطبيق تيك توك يتمتع بلهجة ممتعة وبسيطة ، كما أشارت النتائج إلى االتأثير السلبي لتطبيق تيك توك على مشاهدة التليفزيون التقليدي خاصة بين جمهور الشباب حيث يمثل التطبيق خطرا على المشاهدين المستقبليين من الشباب على وجه الخصوص .

هدفت دراسة (سارة طارق ، 2021) [35] إلى قياس العلاقة بين اعتماد طلبة الجامعات المصرية على التليفزيون ومنصات التواصل الاجتماعي كوسائل لاستقاء المعلومات التي تخص الموضوعات الصحية والطبية ومدى ارتباط ذلك بمصداقية هذه الوسائل لديهم ، طبقت الدراسة على عينة من الالطلاب قوامها 400 مفردة طبقت بالمقابلة والكترونيا ، وتوصلت الدراسة إلى انخفاض مصداقية القنوات المصرية مقارنة بالقنوات الفضائية العربية ، كما أشارت النتائج إلى تفوق منصات التواصل الاجتماعي من حيث تفضيل عينة الدراسة لسرعتها وسهولة التواصل مقارنة بالتليفزيون بالرغم من إظهار عينة الدراسة لبعض التحفظ على مصداقيتها وتعدد العوامل المؤثرة في هذه المصداقية .

هدفت دراسة (Neil Thurman , 2021) [36] إلى البحث في تأثيرات تحول القنوات التقليدية من البث الخطي إلى تقنية TOT التي تقدم برامجها عند الطلب عبر الإنترنت ، وذلك من خلال دراسة تجربة إيقاف البث الخطي لقناة BBC Three التليفزيونية وتحولها لتقديم برامجها من خلال الإنترنت ، وقد خلصت الدراسة إلى تقلص جمهور القناة بسبة بلغت 60-70% بعد أن أغلقت البث الخطي لها حيث انخفضت كثافة مشاهدة القناة بشكل ملحوظ شهريا وبشكل اكبر من نتائج الاستبيان الذي أجرته هيئة الإذاعة البريطانية .

وفي إطار المقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الجديدة أو الشاشات البديلة ، هدفت دراسة (ريم الشريف ، 2021) [37] إلى رصد أهم الأسباب التي تدفع الشباب المصري لمشاهدة مسلسلات رمضان من خلال المواقع الإلكترونية والشاشات البديلة عبر الإنترنت والتعرف على مدى تأثير التطبيقات التكنولوجية الحديثة التي تقوم بعرض برامج ومسلسلات رمضان على كثافة متابعة التليفزيون التقليدي ، وقد طبقت الدراسة

على عينة من الشباب المصري قوامها 361 مفردة ، كما خلصت في نتائجها إلى أن تخطي الفواصل الإعلانية والقدرة على انتقاء توقيت التعرض والمشاهدة جاءت في مقدمة دوافع المشاهدة عبر هذه المواقع كما رأت العينة التأثير الكبير للمنصات الإلكترونية على نسب الإقبال على مشاهدة التليفزيون التقليدي .

كما استهدفت دراسة (هناء حفناوي ، 2021) [38] رصد أهم أبعاد مصداقية القنوات الفضائية العربية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية من وجهة نظر عينة الدراسة من طالبات الجامعات السعودية عينة الدراسة والتي تبلغ 400 مفردة من خلال الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي مقابل انخفاض معدل التعرض للقنوات الفضائية في متابعة الأزمات الأسرية ، كما أشارت النتائج إلى تقدم مواقع التواصل الاجتماعي أيضا على القنوات الفضائية العربية في خصائص التناول الإعلامي للأزمات الأسرية .

وفي نفس الإطار هدفت دراسة (أماني رضا ، 2018) [39] إلى التعرف على المقارنة بين طريقة معالجة الأحداث الإرهابية بين كل من وسائل الإعلام التقليدي والممثلة في التليفزيون والبرامج الحوارية التي تبث من خلاله ووسائل الإعلام الجديد والممثلة في مواقع التواصل الاجتماعي " تويتر " بالتطبيق على حادث تفجير مسجد الروضة الإرهابي في إطار تطبيق فروض نظرية الأطر الإعلامية ، وقد خلصت نتائج الدراسة إلى وضوح تأثر التليفزيون بوسائل التواصل الاجتماعي فيما يقدمه من موضوعات وقضايا ، كما أشارت النتائج أن استفاضة البرامج التليفزيونية في الحديث عن حادث التفجير بتفاصيله المتعددة بينما اقتصر ذلك بشكل محدود في مواقع التواصل " تويتر " وهو ما أرجعته الباحثة إلى اختلاف خصائص الوسيلتين إلى حد كبير .

هدفت دراسة (دينا يحي ، 2018) [40] إلى رصد معدلات المشاهدة التليفزيونية التقليدية من خلال شاشة جهاز التليفزيون واستخدام صفحات المواقع الرسمية لثلاث قنوات تليفزيونية إخبارية متميزة BBC , Sky) , News ، العربية) والتعرف على الأنماط السائدة لكل من المشاهدة وكذا دوافع المشاهدة وأساليب المشاركة والتفاعل في الحالتين ، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى صعوبة الفصل التام بين جمهور الإعلام التقليدي ومستخدمي الإعلام الجديد ، حيث إن نسبة كبيرة من الجمهور المشاهد للتليفزيون هم أنفسهم مستخدمو مواقع القنوات التليفزيونية ، كما تصدر دافع الحصول على المعلومات دوافع تعرض المستخدمين لمواقع القنوات عبر شبكة الإنترنت ، كما أشارت النتائج إلى أن التليفزيون التقليدي ما زال يتمتع بنسبة مشاهدة مرتفعة و إن كان الدافع الأكبر لهذه المشاهدة كان الاعتياد.

هدفت دراسة (ماجد الخضري ، 2018) [41]، إلى تحديد العوامل التي تؤثر في مصداقية وسائل الإعلام في المجتمع الأردني لإدراك درجة المصداقية التي تتمتع بها وسائل الإعلام الجديد مقارنة بالتليفزيون كأحد وسائل الإعلام التلقليدي من خلال استطلاع آراء 400 من الموظفين غير الأكاديميين المهنيين لتحديد العوامل

التي تؤثر على تصورهم تجاه هذه المصداقية ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن التليفزيون كان الأكثر مصداقية من الإنترنت في نقل الأخبار ، كما أشارت النتائج إلى ثبوت علاقة إيجابية بين نوع القضية التي يتم طرحها وبين الاعتماد على وسائل الإعلام مع إدراك مصداقية الإنترنت والتليفزيون .

الاتجاه الثالث : البحوث المتعلقة بأنماط تعرض الجمهور للمحتوى " المسموع والمرئي " المقدم في شبكة الإنترنت :

عنيت بعض البحوث عينة الدراسة بدراسة أنماط وعادات تعرض واستخدام الجمهور للمحتوى " المسموع والمرئي " المقدم على شبكة الإنترنت ، من بين هذه الدراسات دراسة (أشرف شلبي ، 2023) [42] والتي هدفت إلى التعرف على مدى استخدام طلاب الجامعات المصرية لمنصة نتفليكس وعلاقته بالأمن الفكري لديهم ، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 450 مفردة من طلاب الجامعات المصرية ، وقد خلصت الدراسة في نتائجها إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعة في اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام المنصة عينة الدراسة على الأمن الفكري لديهم تبعا لاختلاف النوع ، كما أثبتت فروق ذات دلالة بين دوافع استخدامهم للمنصة وتأثير هذه الدوافع على الأمن الفكري لديهم .

وهدفت دراسة (زينب عبد العظيم ، 2022) [43] إلى التعرف على استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباعات المتحققة منه بالتطبيق على عينة عشوائية من نساء الصعيد بلغت 500 مفردة بمحافظات المنيا وسوهاج وأسوان ، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة بين استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام .

كما استهدفت دراسة (طارق الناصر ، صدام مشاقبة ، 2022) [44] التعرف على طبيعة استخدام الجمهور الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى متابعتهم لصفحات القنوات الفضائية الأردنية على هذه المواقع واكتشاف أبرز جوانب تغطية جائحة كورونا على المحتوى المنشور على هذه الصفحات كما يراها الجمهور ، وطبقت الدراسة على عينة من الجمهور قوامها 407 مفردة ، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن صفحات مواقع التواصل لتليفزيون المملكة الأردنية الهاشمية تقدمت في حجم متابعة الجمهور المستخدم لها ، كما أظهرت النتائج تفوق موقع فيسبوك على موقع تويتر من حيث حجم متابعة الجمهور لها .

و هدفت دراسة (آلاء عزمي ، 2022) [45] إلى الكشف عن العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للبرامج التليفزيونية التكنولوجية ومستوى التكنوفوبيا لديهم بالاعتماد على المنهج المختلط Mixed Methods وباستخدام التصميم التفسيري التتابعي ، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من الجمهور المصري قوامها 507 مفردة ، وقد خلصت الدراسة في نتائجها إلى توسط كثافة التعرض للبرامج التليفزيونية التكنولوجية

من قبل مشاهديها من الجمهور المصري ، كما ساد نمط المشاهدة غير المنتظمة لدى مشاهدي تلك البرامج واتضح أن من أهم أسباب عدم التعرض لها عدم المعرفة بوجودها الساحة الإعلامية .

اهتمت دراستا (أميرة عبد الوهاب ، 2022)[46]، (إيمان دوابه ، 2020) [47] بدراسة القنوات الثقافية في اليوتيوب حيث هدفت الأولى إلى التعرف على مدى استخدام الشباب لمضامين القنوات الثقافية على موقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 450 مفردة من الشباب المشاهدين لقنوات اليوتيوب ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى تصدر فئة التعرض دائما للقنوات الثقافية (البوكتيوب) بنسبة بلغت 50.7% من إجمالي عينة الدراسة ، كما تصدر دافع توافر معلومات جديدة وهادفة قائمة دوافع المبحوثين في التعرض لمحتوى القنوات الثقافية على اليوتيوب .

كما هدفت دراسة (إيمان دوابه ، 2020) إلى التعرف على دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب من خلال رصد مدى تعرضهم لتلك القنوات وبالتطبيق على عينة من الطلاب قوامها 400 مفردة بالاعتماد على صحيفة الاستفصاء ومقياسي المعرفة العميقة والدافع المعرفي ، وقد خلصت النتائج إلى وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب وبين مستوى المعرفة العميقة لديهم ، كما ثبت وجود علاقة طردية قوية بين تعرض الطلاب وبين النفع المعرفي لديهم .

هدفت دراسة (رشا الشيخ ، 2022) [48] إلى رصد وكشف العلاقة بين تعرض الجمهور المصري لمحتوى الدرامي في المنصات التليفزيونية الرقمية والحالة المزاجية لديهم في إطار مفهوم سمة ما وراء المزاج ، وقد توصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة بين تعرض الشباب للمحتوى الدرامي في المنصات الرقمية ومستوى سمة ما وراء المزاج .

و هدفت دراسة (محمد الجبير، 2022) [49] إلى التعرف على دوافع تعرض الجمهور السعودي للأفلام السينيمائية عبر المنصات الرقمية وأبرز هذه المنصات بالنسبة لهم والإشباعات المتحققة منها ، باستخدام منهج المسح وبالتطبيق على عينة من الجمهور السعودى بلغت 287 مفردة ، وخلصت النتائج إلى أن منصة نتفليكس هي الأكثر متابعة لدى عينة الدراسة ثم يوتيوب ثم شاهد ، كما أشارت النتائج إلى دوافع المشاهدة كانت حسب الترتيب (التسلية – قضاء وقت الفراغ – اكتساب المعلومات) ، وبينت النتائج وجود فروق وفقا لمتغير العمر في الإشباعات المتحققة من المشاهدة ، كما بينت عدم وجود فروق في دوافع المشاهدة وفقا لمتغير العمر .

استهدفت دراسة (Suci Lukitowati , 2022) [50]إلى تحليل أنماط استهلاك برامج الأطفال على الوسائط الرقمية في دولة إندونسيا في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات وجمعت بيانات الدراسة باستخدام المقابلات المتعمقة مع 10 مفردات للحصول على إجابات بشان نمط مشاهدة البرامج الإعلامية الترفيهية

للأطفال في منازلهم ، وأشارت النتائج إلى أن الآباء يختارون التليفزيون واليوتيوب كوسائط ترفيهية لأطفالهم، كما أشارت النتائج إلى تنوع أنماط استهلاك الوسائط الرقمية لكل عائلة بشكل ملحوظ بدوافع مشاهدة متطابقة.

كما هدفت اهتمت دراسة (أحمد العميري ، 2022) [51] إلى التعرف على مدى تعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المقدمة في المنصات التليفزيونية عبر الإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لديهم وقد طبقت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي المشتركين في المنصات التليفزيونية عبر الإنترنت بلغت 300 مفردة ، وقد خلصت الدراسة إلى ارتفاع نسبة تعرض الشباب الجامعي للمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت ؛ حيث جاء في الترتيب الأول (اتعرض دائما) بنسبة كبيرة بلغت 88.7% ، كما أثبتت النتائج وجود علاقة دالة إحصائيا بين كثافة التعرض للأعمال الدرامية عبر المنصات من قبل الشباب عينة الدراسة وبين التأثير في منظومة القيم لديهم .

هدفت دراسة (أسماء الجيوشي ، 2021) [52] إلى رصد وتحليل وتفسير اعتماد الجمهور على مقاطع فيديو الفضائيات العربية والأجنبية المتخصصة بشئون المرأة عبر التطبيقات الإلكترونية المرئية في معرفة اهتمامات المرأة واتجاهاته نحوها وذلك من خلال النماذج المقدمة في التغطيات الإعلامية ، وذلك من خلال تحليل عينة من مقاطع فيديو الفضائيات العربية والأجنبية المتخصصة بشئون المرأة عبر التطبيقات الإلكترونية المرئية وبالتطبيق على عينة من الجمهور من مشاهدي تلك المقاطع في الفئة العمرية 18 -35 سنة قوامها 400 مفردة ، وقد خلصت النتائج إلى أن المبحوثين يكتسبون خبرات جديدية من مقاطع فيديو القنوات الأجنبية بنسبة فاقت مقاطع فيديو القنوات العربية ، كما اتضح أن أهم أسباب اعتماد الجمهور على مقاطع فيديو الفضائيات العربية والأجنبية المتخصصة كان (الإيمان والدعم والثقة والاحترام للمرأة) وجاء في المرتبة الأولى يليه سبب (السعي نحو تحقيق الإنجاز) في المرتبة الثانية .

هدفت دراسة (هشام البرجي ، 2020) [53] إلى التعرف على أهم استخدامات الشباب المصري لموقع يوتيوب واهم دوافع تعرضهم له ، فضلا عن رصد أهم البرامج المقدمة من خلال القنوات الإلكترونية على يوتيوب للحصول على المعلومات في مختلف المجالات ، وذلك من خلال تطبيق صحيفة استقصاء على عينة من الشباب المصري قوامها 300 مفردة ، وقد خلصت نتائج الدراسة إلى تصدر البرامج الترفيهية من حيث تفضيل الشباب لها، كما تصدر دافعا (سهولة التعرض في أي وقت)، (وسهولة مشاهدة المحتوى) دوافع تعرض المبحوثين لليوتيوب والقنوات التي تعرض من خلاله .

هذا وقد رصدت الباحثة اتفاق عدد من الدراسات في الاهتمام بدراسة عادات وانماط الاستماع الراديو الرقمي أو الإذاعات الرقمية حيث هدفت دراسة (Ozgul Birsen, 2023) [54] إلى تحديد عادات الاستماع المتغيرة إلى الراديو الرقمي في تركيا والذي أعاد تشكيل العلاقة مع مستمعي الراديو الرقمي من حيث إتاحة

الفرصة للاستماع في أوقات تناسب المستمعين المختلفة من خلال إجراء سلسلة من المقابلات الشاملة مع 12 فردا من خلفيات اجتماعية واقتصادية مختلفة ، وأشارت النتائج إلى أن جميع المبحوثين من مختلف الخلفيات الاجتماعية والاقتصادية يجدون نقصا في محتوى البرامج الإذاعية الحالية بالرغم من تأثير دخول الراديو للرقمنة يسمح للجميع بإنتاج وبث المحتوى الخاص بهم وهو الأمر الذي كان من الممكن أن يجعل الجمهور المستخدم أكثر قوة إلا أن الوضع في تركيا وقت إجراء الدراسة لا يعزز بيئة ناضجة لإنتاج محتوى إذاعي ضخم .

وكذلك هدفت دراسة (Tal Laor , 2022)[55] إلى التعرف على التغييرات في عادات وأنماط استماع الجمهور المستخدم لخدمات الراديو عند الطلب ، وقد أشارت النتائج إلى أن ارتفاع معدلات الاستماع اليومية للمحتوى المقدم في الراديو عند الطلب من خلال شبكة الإنترنت ، كما تشير النتائج إلى أن ذلك يعود إلى أن المستمعين لا يعتمدون على الجداول الزمنية و إنما يتم الاستخدام بشكل استباقي لاختيار المحتوى الذي يلبي احتياجات المستخدمين في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات ، وأكدت النتائج على أن دخول الراديو إلى الوسيط الجديد يوفر التفاعل وعدم التزامن ويوسع توزيعه ويساعده في الحفاظ على دوره كوسيلة مؤثرة في جماهير المستخدمين ، وفي ذات السياق هدفت دراسة (ولاء عقاد ، 2021)[56] حيث استهدفت التعرف على معدلات تعرض الشباب الجامعي للإذاعات الرقمية التي تذاع عبر شبكة الإنترنت وكذا درجة الاعتماد عليها ، وكذا الكشف عن علاقة هذا التعرض بإدراك القيم الاجتماعية التي تبث من خلالها وفقا للمتغيرات الديمجرافية للمبحوثين ، وطبقت الدراسة على عينة من شباب جامعات (الأزهر – عين شمس – جامعة مصر الدولية) بغت 207 مفردة ، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن تصدر التعرض غير المنتظم من قبل الشباب عينة الدراسة في الترتيب الأول بنسبة بلغت 39.6% وتصدر دافع (التسلية والترفيه) قائمة دوافع هذا التعرض ، كما جاءت درجة الاعتماد المتوسط (إلى حد ما) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 58.1% ، ولم تثبت علاقة ذات دلالة بين درجة الاعتماد من قبل الشباب عينة الدراسة و إدراكهم للقيم التي تبث من خلالها .

لاحظت الباحثة اشتراك عدد من البحوث عينة الدراسة في دراسة المشاهدة الشرهة من قبل الجمهور المستخدم للمحتوى المسموع والمرئي في التطبيقات المختلفة على شبكة الإنترنت ، ومن بينها دراسة (محمد بكير ، 2023) [57] والتي هدفت إلى رصد وتفسير انعكاسات المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر التعرض الانتقائي للمنصات الرقمية على المزاج العام للأسر العربية والفائدة المدركة في ضوء نظريتي التعرض الانتقائي و إدارة المزاج العام ، وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية بين تعرض الأسر العربية الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية ودرجة الفائدة المدركة منها ، كما خرجت بوجود علاقة بين المشاهدة الشرهة وبين درجة الرضا عن مضامينها وتشكيل المزاج العام للأسر العربية حيث بينت حجم التأثير الكبير في المشاهدة الشرهة لدراما المنصات الرقمية على متابعة الدراما التليفزيونية ، كما هدفت دراسة (داليا عثمان ،

2022)[58] إلى تحليل تأثير ظاهرة المشاهدة الشرهة للمحتوى المقدم من خلال منصة نيتفليكس على التحصيل الأكاديمي للمراهقين المصريين ، فضلا عن تحديد المحتوى الأكثر تحفيزا لظاهرة المشاهدة الشرهة خاصة أيام الامتحانات ، وقد توصلت الدراسة في نتائجها إلى أن المحتوى الذي يتم بثه من خلال منصة نيتفليكس يؤدي إلى إضاعة الوقت ونقص الانتباه للمراهقين بسبب ارتفاع معدلات المشاهدة الشرهة أثناء فترات الامتحانات الخاصة بهم مما قد يؤدي إلى عواقب سلبية على تقدمهم الأكاديمي إلى حد كبير .

وكذلك دراسة (ريهام سامي ، 2020) [59] والتي هدفت إلى التعرف على حجم المشاهدة الشرهة بين الشباب المصري ، خاصة بعد الإقبال على مشاهدة خدمات البث التليفزيوني عبر الإنترنت في ضوء نظرية الإدراك الاجتماعي إحدى نظريات اكتساب السلوك من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع 20 من الشباب الجامعي من المشاهدين للمنصات العربية والأجنبية ، وقد خلصت نتائج الدراسة إلى اتفاق الشباب عينة الدراسة على تصدر منصة نت فليكس من حيث مشاهدتهم لها كما جاء الفراغ كأهم أسباب المشاهدة الشرهة وكذلك الرغبة في الخروج من الواقع ، كما أشارت النتائج إلى أن أهم نتائج المشاهدة الشرهة من وجهة نظر الشباب تتمثل في المتعة وتحسن المزاج إلى جانب تضييع الوقت والانعزال عن الأهل .

كما استهدفت دراسة (عمرو عبد الحميد ، 2019) [60] استكشاف الدوافع المختلفة للمشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي لمستخدمي المنصات الرقمية وتأثيراتها المختلفة على عادات المشاهدة وطبقت الدراسة على عينة من المستخدمين لمنصات البث الرقمي قوامها 300 مفردة ، وأشارت النتائج إلى أن التفاعل الاجتماعي والهروب من الواقع وسهولة الوصول إلى المحتوى الدرامي وانخفاض التعرض للإعلانات تحفز المستخدمين على قضاء المزيد من الوقت في المشاهدة وهو ما يعرف بالمشاهدة المفرطة ، هذا فضلا عن النتائج السلبية لتلك المشاهدة المفرطة مثل الشعور بالندم والإحباط وأعراض الإدمان السلوكي .

كذلك هدفت دراسة (Aditya Dhanuka & Abhilasha Bohra. , 2019) [61] التعرف على العلاقة بين إدمان مشاهدة المسلسلات الدرامية عبر التطبيقات التكنولوجية المختلفة من خلال الإنترنت بين الشباب على مشاهدة التليفزيون التقليدي ، وأشارت في نتائجها إلى أن المراهقين ينسحبون من مشاهدة التليفزيون التقليدي إلى المشاهدة من خلال الموبايل الشخصي أو التابلت مما أدى إلى إدمان متابعة متابعة ومشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية ، كما توصلت إلى أن منصة نيتفليكس هي أهم المنصات المفضلة لدى عينة الدراسة .

وفي سياق دراسة أنماط وعادات تعرض الجمهور للمحتوى المسموع والمرئي عبر الإنترنت ، هدفت دراسة (عمرو عبد الحميد ، 2021) [62] إلى التعرف على أنماط تعرض الشباب بدولة الإمارات للشاشات المتعددة وتأثيرها على حضورهم الاجتماعي وذلك من خلال استكشاف مفهوم التليفزيون الاجتماعي كظاهرة

مستجدة نتجت عن تزايد تفاعل الجمهور مع المحتوى التليفزيوني على شاشتين أو أكثر ، و أجريت الدراسة على مجموعات النقاش المركزة من الشباب المواطنين والمقيمين بدولة الإمارات العربية المتحدة ، وأشارت النتائج إلى أن سلوك مشاهدة التليفزيون الاجتماعي عملية معقدة ترتبط بدوافع وأنماط التعرض وبتقارب المشاهدين مع المحتوى ، وفيما يتعلق بالدراسة التحليلية لحسابات عينة من القنوات التليفزيونية الإماراتية (تليفزيون أبو ظبي ، دبي ، الشارقة) بمواقع التواصل الاجتماعي (انستجرام ، تويتر ، يوتيوب) ، فقد أشارت النتائج إلى استغلال التليفزيونات الإماراتية معظم خصائص المحتوى الرقمي المناسب للبث عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تدعم التعليقات والمشاركات التفاعلية للجمهور .

وهدفت دراسة (Oliver Budzinski & Sophia Gaenssle, 2020)[63] إلى التعرف على السلوك الاستهلاكي للمستخدمين للمنصات الرقمية متمثلة في يوتيوب ونيتفليكس مقارنة بالتليفزيون التقليدي بين الشباب في دولة ألمانيا من خلال الاستبيان الإلكتروني ، وأشارت النتائج إلى وجود منافسة كبيرة بين موقع اليوتيوب ونيتفليكس من حيث مدى استخدام الشباب عينة الدراسة في أوقات الذروة على وجه الخصوص مقارنة بالتليفزيون التقليدي ، فضلا عن تفوق نيتفليكس من حيث تفضيل المبحوثين لها نظرا لانخفاض وقت الانتظار للإعلانات على عكس يوتيوب .

وفي السياق ذاته هدفت دراسة (رهام صلاح الدين ، 2020) [64] إلى التعرف على أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المعروض المنصات الإلكترونية المتخصصة ، من خلال سحب عينة بأسلوب كرة الثلج من بين شباب جامعات القاهرة وحلوان وقناة السويس وكذا جامعتي (أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب ، مصر للعلوم والتكنولوجيا) بلغت 171 مفردة ، وأكدت الدراسة في نتائجها على أن المنصات اللكترونية احتلت المرتبة الأولى من حيث كونها الأكثر تفضيلا لدى الشباب لمتابعة المحتوى الدرامي يليها موقع اليوتيوب في المرتبة الثانية .

هدفت دراسة (ماجدة أبو الفتوح ، 2018)[65] برصد وقياس دوافع استخدام الأطفال من 9 -12 سنة لقنوات الأطفال العربية ومواقعها الإلكترونية والإشباعات المتحققة منها واختيار الوسيلة التي يعتمد عليها الطفل كمصدر للمعلومات والتسلية والترفيه وفقا لخصائصهم الديمجرافية ، وقد خلصت الدراسة إلى أن عدد كبير من الأطفال عينة الدراسة ترى أن استخدامهم للموقع الإلكتروني للقناة أثر على مشاهدتهم للقنوات التليفزيونية الفضائية بنسبة بلغت 74.3% ، كما خلصت النتائج إلى ان أجهزة ؟(المحمول – أى باد – تابلت) قد أسهمت في استخدام الأطفال عينة الدراسة للقنوات الفضائية مما يشير إلى خطورة تواجد تلك الأجهزة باستمرار في متناول الأطفال ، كما أشارت النتائج أيضا على أن السماح بالتفاعل والمشاركة بالرأي كان أهم دوافع استخدام العينة للمواقع الإلكترونية للقنوات التليفزيونية .

هدفت دراسة (أحمد الزهراني ، 2018) [66] إلى دراسة طبيعة اتجاهات الجمهور نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية ودوافع هذا التعرض والإشباعات المتحققة من هذا التعرض وذلك بالتطبيق على عينة من الجمهور السعودي من مستخدمي المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية ، وقد خلصت النتائج إلى تصدر فئة الاستخدام غير المنتظم (أحيانا) في المرتبة الأولى ثم الاستخدام المنتظم (دائما) في المرتبة الثانية ، كما أشارت النتائج إلى تعدد دوافع استخدامهم للمواقع الإخبارية بين النفعية والطقوسية ، كما أظهرت وجود علاقة ارتباطية بين دوافع التعرض والإشباعات المتحققة منها ، كما ثبتت علاقة ارتباطية ذات دلالة بين اتجاه الجمهور السعودي نحو فاعلية المواقع ورؤيته المستقبلية لها .

هدفت دراسة (غادة النشار ، 2018) [67] إلى رصد وتحليل وتفسير أنماط مشاهدة الشباب المصري للدراما التليفزيونية في المنصات الرقمية وتأثيرها على مشاهدتهم للتليفزيون التقليدي والمواد الدرامية التي يقدمها ، وذلك بالتطبيق على عينة من الشباب المصري لدراسة طبيعة استخدامهم للمنصات الرقمية ، وتوصلت النتائج إلى مشاهدة الدراما في المنصات الرقمية أثرت بدرجة كبيرة في انخفاض مشاهدة عينة الدراسة للدراما في التليفزيون التقليدي بنسبة بلغت 32% ، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية بين معدلات التعرض للدراما في المنصات الرقمية وانخفاض مشاهدة الدراما في التليفزيون .

الاتجاه الرابع : الدراسات المرتبطة بالتأثيرات النفسية والسلوكية الناتجة عن التعرض للمحتوى" المسموع والمرئي" على شبكة الإنترنت :

اهتم عدد من البحوث والدراسات عينة الدراسة برصد التأثيرات النفسية والسلوكية الناتجة عن التعرض للمحتوى المقدم في المواقع والتطبيقات المختلفة على شبكة الإنترنت، ومن بينها دراسة (مصطفى زيدان ، 2023) [68] والتي استهدفت إلقاء الضوء على مقاطع الفيديو التي تبث من خلال تطبيق تيك توك وعلاقة مشاهدتها بالتأثيرات المختلفة على الجمهور المصري ، وطبقت الدراسة على عينة من الجمهور المصري بواسطة الاستبيان الالكتروني قوامها 711 مفردة ، وأظهرت النتائج للتأثيرات السلوكية لاعتماد عينة الدراسة على تطبيق تيك توك مصدرا للمعلومات أن الإسهام في التوجيه نحو السلوكيات الإيجابية مثل المحافظة على النظافة ومساعدة المحتاجين بنسبة بلغت 71.2% ، وأدى إلى ترك بعض السلوكيات السلبية مثل التدخين والمخدرات بنسبة بلغت 64.7% .

و هدفت دراسة (Elizabeth Moronry , 2023) [69] إلى التعرف على التأثيرات السلبية المحتملة لوسائل الإعلام الرقمية الجديدة على الصحة النفسية والعقلية لطلاب مدارس الإنجاز العالي في الولايات المتحدة الأمريكية والتي تتسم بقدر من الضغوط على طلابها في سبيل تحقيق مستوى متقدم من الإنجاز في المستوى الأكاديمي بالتطبيق على 2952 طالبا من ثلاث مدارس ثانوية ، وتوصلت النتائج إلى أن انخراط

المراهقون المعرضون لخطر الإصابة بأعراض الصحة النفسية والعقلية السلبية بشكل متكرر لمواقع التواصل والإعلام الرقمي في مقارنة اجتماعية مع أقرانهم على مواقع الوسائط الرقمية قد يؤدي إلى زيادة مخاطر هذه المشكلات .

كما استهدفت دراسة (منى يوسف ، 2022) [70] التعرف على أهم قنوات اليوتيوب العائلية الأكثر جماهيرية لدى المراهقين ، وكذا التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن مشاهدة المراهقين للقنوات العائلية باليوتيوب ، وطبقت الدراسة على عينة قوامه 450 مفردة من المراهقين ، وأظهرت النتائج ارتفاع نسبة المشاهدة بشكل يومي من قبل المراهقين لقنوات اليوتيوب العائلية بنسبة بلغت 56.1% ، وعلى مستوى التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدنية الناتجة عن المشاهدة أظهرت النتائج أن (المساعدة في معرفة الطرق الصحيحة لإنجاز المهام) جاء في المرتبة الأولى لدى المبحوثين يليها (المساعدة في توسيع المدارك بالمضامين المطروحة) في المرتبة الثانية .

و هدفت دراسة (نهلة عبد الكريم ، 2021) [71]إلى التعرف على مدى ارتباط الطفل بالتكنولوجيا الحديثة والتعرف على معدل ساعات تواصل الطفل مع هذه التقنية ومدى مراقبة ولي الأمر لاستخدام الأطفال لتطبيق تيك توك وطبيعة السلوكيات التي اكتسبها الطفل نتيجة لهذا الاستخدام وذلك بالتطبيق على عينة من أولياء امور أطفال ما بين 4 إلى 15 سنة من مستخدمي تيك توك قوامها 200 مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى أن الأطفال يستخدمون تكنولوجيا الاتصال بصفة دائمة بنسبة بلغت 62% وأكدت النتائج أن 86% من المبحوثين وافقوا على أن هذا الاستخدام يؤدي إلى تبني الطفل لقيم جديدة مغايرة للعادات والقيم الاجتماعية .

هدفت دراسة (شيماء ذو الفقار ، 2021) [72] إلى رصد تأثير دوافع استخدام الشباب والمراهقين لمنصة تيك توك خلال وباء كوفيد 19 وأنواع هذا الاستخدام في مستوى حالة القلق لديهم ، فضلا عن تأثير المتغيرات الديمجرافية في مستوى استخدامهم للمنصة ، وقد أظهرت النتائج أن دوافع الهروب من الواقع والبحث عن الشهرة زادت من مستوى استخدام الشباب لمنصة التيك توك كما أظهرت النتائج عدم تأثير مستوى القلق لديهم في استخدام المنصة او أنواع هذا الاستخدام .

هدفت دراسة (Rahd Ahuja ,2020) [73]إلى التعرف على تأثير مشاهدة المواد المقدمة على المنصات الرقمية الإلكترونية على الشباب الهندي من خلال رصد وتحليل إدراك الشباب لطبيعة المحتوى المحتوى المقدم عبر المنصات الرقمية على الإنترنت وكذا التعرف على التأثيرات النفسية والسلوكية الناتجة عن هذا التعرض، وقد أشارت النتائج إلى أن المضامين المقدمة في هذه المنصات تضمنت مشاهد غير مناسبة للثقافة الهندية وعادات المجتمع الهندي وتقاليده كما اتضح التأثير النفسي لمشاهدة مشاهد العنف والعلاقات غير الشرعية تسبب القلق والأرق والاكتئاب للمشاهدين .

الاتجاه الخامس : دراسات مرتبطة بتفاعلية الجمهور المستخدم للمحتوى "المسموع والمرئي" المقدم على شبكة الإنترنت :

رصدت نتائج الدراسة الحالية اتجاه عدد من البحوث عينة الدراسة إلى دراسة أشكال وآليات تفاعلية الجمهور نحو ما يتعرضون له من مضامين على شبكة افنترنت ، حيث هدفت دراسة (Myojung Chung , 2023) [74] إلى دراسة العلاقة بين تفاعلية الجمهور المستخدم للتليفزيون الاجتماعي تجاه المحتوى المقدم من خلاله وبين بناء أجندة في برامج التليفزيون الاجتماعي وذلك من خلال دراسة تعليقات الجمهور المستخدم المتزامنة مع المشاهدة الفعلية لهذا المحتوى ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن التعرض للعديد من تعليقات المستخدمين مقابل عدد قليل من التعليقات يؤدي إلى مزيد من التقييمات السلبية لتجارب التليفزيون الاجتماعي ، كما أنه يوفر فرصة أكبر للقائم بالاتصال في التليفزيون الاجتماعي للوصول إلى مزيد من جماهير المستخدمين لأن التعليقات الكثيرة غير الإيجابية ن تجربة المشاهدة قد تؤثر سلبا مما يجعلها سببا في ان يصبح الجمهور أقل رضا عن مشاهدة التليفزيون الاجتماعي .

و هدفت دراسة (نادية قطب ، 2023) [75] إلى رصد وتحليل المعلومات والمعارف العلمية التي تتناولها قنوات الرسوم المتحركة التعليمية على يوتيوب والكشف عن تفاعلية المستخدمين تجاه هذا المحتوى من خلال تحليل عينة من 60 فيديو من ثلاث قنوات مختلفة ، وكانت من أبرز نتائج الدراسة إلى تصدر الثناء والتشجيع آليات تفاعلية الجمهور مع المحتوى المقدم بنسبة بلغت 55% ، كما جاءت التعليقات باللغة الإنجليزية في الترتيب الأول وفيما يخص عدد الإعجاب جاءت فئة أقل من 400 ألف في الترتيب الأول بنسبة بلغت 56.7% ، كما تقاربت القنوات الثلاث عينة الدراسة في طبيعة تعليقات المتابعين على الفيديوهات .

وفي ذات السياق هدفت دراسة (Jinjue Kim, Jordi Sintas , 2021) [76] إلى دراسة تفاعلات الجمهور الرمزية الطفيلية والعلاقات الاجتماعية في التليفزيون الاجتماعي ، من خلال تحليل نص تعليقات جمهور المتزامنة مع مشاهدة الشخصيات الإعلامية في السلاسل الدرامية التليفزيونية ، وأشارت النتائج إلى أن تفاعلية الجمهور الرمزية تشكل الأساس للعلاقات الاجتماعية مع الشخصيات الإعلامية في المحتوى المقدم مما يدل على وجود نتائج تتعلق بمشاركة الجمهور الفعلية وهو الأمر الذي ينعكس إيجابا على شعبية المسلسل التليفزيوني .

كما هدفت دراسة (ولاء عقاد ، 2023) [77] إلى التعرف على أشكال تفاعلية الجمهور المستخدم للمنشورات على صفحات الشخصيات النسائية العامة على موقع فيسبوك متمثلة في صفحات كل من (الإعلامية رضوى الشربيني ، والمحامية نهاد ابو القمصان ، والداعية نادية عمارة) على موقع فيسبوك وكذا رصد أشكال تفاعلية أصحاب الصفحات تجاه تعليقات الجمهور ، فضلا عن رصد الأشكال والقوالب التي قدمت

من خلالها هذه المنشورات، وخلصت الدراسة في تصدر(المشاهدات) أشكال تفاعلية الجمهور على صفحات الشخصيات النسائية عينة الدراسة نتائجها ، كما تصدر تعبير (الإعجاب) التعبيرات التي يستخدمها الجمهور في تفاعله مع المنشورات ، كما أشارت النتائج إلى ضعف الاهتمام من قبل أصحاب الصفحات عينة الدراسة باستخدام التعليقات كرد فعل لتفاعل الجمهور على ما ينشر من خلال صفحاتهم .

هدفت دراسة (رحاب محروس ، سامح البدري ، 2023) [78]إلى رصد وتحليل تفاعلية مستخدمي قنوات اليوتيوب نحو الحوار العلمي الديني على تلك القنوات ، تتمثل عينة الدراسة في حوار شيخ الأزهر ورئيس جامعة القاهرة الذي أذاعته قناة الغد على يوتيوب بتاريخ 28 يناير 2020 وبلغت مدته 45.58 دقيقة وطبقت الدراسة باستخدام الأسلوب التحليلي الكيفي ، وكشفت النتائج عن التزام طرفي الحوار بعناصر الحجة وفقا لنموذج تولمن كما كشفت عن كثافة التفاعلية من قبل الجمهور المستخدم نحو المحتوى المقدم .

هدفت دراسة (Ibe Ben Onoja ,2022)[79] تحليل الخطاب النقدي لجمهور قناة TV Channels على موقع فيسبوك حول خمس قصص إخبارية يعينها تتعلق بالعنف في نيجريا ، حيث تم دراسة كيفية تحديد الجمهور لإعادة الإنتاج للآخرين او مشاهدة او مقاومة إساءة استخدام السلطة الاجتماعية ، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 84 تعليقا من أصل 500 ، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الجمهور الذي يقوم بالتعليق على المحتوى المقدم يتماشى مع مع المواقف الحالية من تضخيم بعض القضايا مثل الدعوة لتفكيك الوطن والعنف والتآمر السياسي وفشل القيادة ويقوم بتعميم أفعال الأقلية على المجموعة العرقية بأكملها مما يدعو إلى البحث في دوافع تفاعل الجمهور المستخدم للإنترنت مع القضايا كما فعلوا في خطاباتهم .

هدفت دراسة (Mokhtar Elareshi , 2022)[80] دراسة العوامل المؤثرة في قبول الجيل التاني من التليفزيون الاجتماعي في مملكة الأردن ، كشفت النتائج أن سهولة الاستخدام المدركة والمميزات الخاصة بالصورة ظهرت كعوامل وسيطة تؤثر في قبول برامج التليفزيون الاجتماعي ، كما ثبتت العلاقة بين هذه العوامل وبين متغيرات مثل المواقف والمعايير تجاه السلوك فيما يتعلق ببرامج التليفزيون الاجتماعي .

و كذا دراسة (Haroon Malik ,2022)[81] والتي هدفت إلى رصد حجم تفاعل الجمهور المستخدم لخدمات البث لمنصات (Netflix , Amazon Prime Video) وما يقدم بها من خدمات بث إذاعي وتليفزيوني مختلفة ، خاصة في ظل عدم ثبات وتحديد مواعيد البث الأمر الذي يصعب معه تحديد كثافة التعرض والمشاهدة ، وقد اشارت الدراسة في نتائجها إلى إلى اقتراح منهجية لتقريب نسب المشاهدة والتفاعل مع البث التليفزيوني المقدم من خلال المنصات عينة الدراسة تعتمد على تحليل المشاعر على التغريدات المنشورة حول البرامج التليفزيونية التي يتم بثها .

وهدفت دراسة (Jeremy Mathew , 2020)[82] إلى التعرف على كيفية تفاعل الجمهور مع Netflix كوسيط في حياتهم الرقمية من خلال المناقشات مع مستخدمي منصة نتفليكس ، وتوصلت النتائج إلى تأكيد أغلب أفراد العينة على المعلومات المبالغ في عرضها على منصة نيتفليكس والتي تعمل على تشتيت انتباههم على مدار الوقت .

هدفت دراسة(Minjung Park & Jungmin Yoo, 2020)[83] إلى التعرف على العلاقة بين أبعاد التفاعلية المدركة وبين الصور الذهنية لدى المستهلك في سياق التسوق عبر الهاتف المحمول ، من خلال التطبيق على عينة من المستهلكين عبر الإنترنت في كوريا الجنوبية قوامها 302 مفردة وخلصت في نتائجها إلى التأثير الملحوظ الذي أحدثته أبعاد التفاعلية في الصور الذهنية حيث أثرت فيها أبعاد التفاعلية إيجابا في سلوك المستهلك وصورته الذهنية نحو المنتج المعلن عنه .

و هدفت دراسة (أماني عبد الرؤوف ، 2020)[84] إلى معرفة شكل التفاعل لمستخدمي تطبيق البث المباشر الحي مع البرامج المختلفة للقنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية على اليوتيوب لقناة فرانس 24 وذلك باستخدام خاصيتي Watching now، Live chat ، حيث تستخدم الأولى في قياس عدد المشاهدات لمقاطع الفيديو عينة الدراسة بينما تستخدم الثانية لقياس عدد وكم التعليقات وذلك لقياس الاتجاه العام لتفاعلية المشاهدة الفورية لكل برنامج على مدار ساعات الإرسال باستخدام تحليل المضمون، وفي إطار نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية ، وقد خلصت نتائج الدراسة إلى أن الخريطة البرامجية لقناة فرانس 24 الناطقة باللغة العربية ذات تفاعلية فورية للنشرات الإخبارية في المقام الأول ثم للبرامج المختلفة المنوعة في المقام الثاني ، في حين ثبت انخفاض التفاعلية الفورية مع البرامج الثقافية والرياضية .

هدفت دراسة (Kate Keib & Bartosz Wojdynski , 2019)[85] إلى دراسة كيفية تحديد جمهور المستخدمين لمصداقية منشورات الأخبار التليفزيونية على موقع فيسبوك والتي تؤثر بدورها في قرارهم باتخاذ شكل من أشكال التفاعل تجاه هذا المحتوى من خلال النقر على الإعجاب أو المشاركة أو التعليق على المنشورات الإخبارية ، وقد خلصت الدراسة في نتائجها إلى إظهار المستخدمين استعدادا أكبر للتفاعل تجاه المنشورات الإخبارية التليفزيونية ذات مصداقية بصرف النظر عن نوع القصة الخبرية التي تتضمنها المنشورات ، كما أظهرت النتائج أن الرغبة في الإعجاب بقصة أو مشاركتها أو النقر عليها تعد إجراءات حاسمة بالنسبة للقائم بالاتصال .

هدفت دراسة (بسنت مراد ، 2019)[86] إلى الوقوف على الطبيعة الخاصة لمستخدمي موقعي قناة الحرة وروسيا اليوم الناطقين بالعربية على يوتيوب وكذا تقصي طبيعة التعليقات والتفاعل من قبل الجمهور على مقاطع الفيديو المنشورة على الموقعين خلال الهجوم الثلاثي الأمريكي البريطاني على سوريا ، ومدى وجود

اختلافات في هذا التفاعل بين الموقعين ، وذلك من خلال استخدام التحليل الكمي والكيفي ، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود ارتباط شديد بين الأجندة الأيديولوجية للمؤسسة الإعلامية " روسيا اليوم " وعملية اختيارها للأخبار التي تكتب على موقعها الإخباري على شبكة الإنترنت ، كما اتضح الخلاف بين نسبة التفاعل على موقعي القناتين فحظي موقع روسيا اليوم بملايين المشاهدات لكل مقطع فيديو ، وحظي الفيديو الواحد بعشرات أو مئات التعليقات على عكس موقع قناة الحرة .

هدفت دراسة (Lauren Auverest,2018) [87] إلى تحليل المحتوى لاكتشاف العلاقة بين تعليقات الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي ومشاهدة البث الرقمي المعاصر فيما يسمى بالتليفزيون الاجتماعي وذلك من خلال تحليل محتوى محادثات الجمهور المتاحة عبر تويتر خلال الحلقات الثلاث الأولى من (The Walking Dead) وذلك من أجل التعرف على العوامل الرئيسية التي تحفز المشاهدين على التفاعل مع الآخرين حول المحتوى التليفزيوني على مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات ، وأظهرت نتائج الدراسة إلى أهمية تعليقات الجمهور المتعلقة بتوقع الأحداث حيث جاء في النتائج ان ما يقرب من 20% من هذه التعليقات التي تم رصدها كانت استباقية بطبيعتها ، كما أشارت إلى ازدياد عروض التليفزيون الاجتماعي مستقبلا مما يوفر برامج توفر رغبات مستخدمي برامج التواصل الاجتماعي .

هدفت (صفا عثمان ، 2018) [88] إلى التعرف على الدور الذي يؤديه المحتوى المرئي المقدم على مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الشباب من حيث مواقفهم نحو فاعلية الحكومة المصرية، فضلا عن الوقوف على مدى تفاعلية الشباب عينة الدراسة قوامها 400 مفردة من الشباب المصري مع المحتوى المقدم ، وذلك في إطار نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات ، وقد توصلت الدراسة إلى التفاعل الكبير من قبل الشباب عينة الدراسة على المحتويات المرئية التي تقدم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت ، كما أشارت النتائج إلى عدم ثبوت علاقة بين تفاعلية عينة الدراسة مع المحتوى المقدم على مواقع التواصل الاجتماعي وبين تصورهم لفاعلية الحكومة المصرية ، في حين ثبتت علاقة ذات دلالة بين تفاعلية عينة الدراسة معه المحتوى المقدم على هذه المواقع وبين تأثيرات هذا المحتوى على اتجاهاتهم نحو الكفاءة الحكومية .

الاتجاه السادس : الدراسات المرتبطة بدراسة أساليب وأطر معالجة المحتوى "المسموع والمرئي " على شبكة الإنترنت :

اهتمت العديد من الدراسات بالتركيز على التعرف على اتجاهات وأطر المعالجة الإعلامية للمحتوى " المسموع والمرئي " المقدم في المنصات الإلكترونية الرقمية المختلفة على شبكة الإنترنت ، ورصد ابعاد وأساليب هذه المعالجة ، ومن بين هذه الدراسات دراسة (نهلة نشأت ، هنادي زينهم ، 2023) [89] والتي هدفت إلى التعرف على اتجاهات المعالجة الإعلامية في حسابات القنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية على تطبيق

انستجرام (حساب BBC ، CNN ،DW) ، وطبقت الدراسة باستخدام صحيفة تحليل المضمون ، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن أسلوب المعالجة المقدم في الحسابات الإخبارية عينة الدراسة تمثل في (التحليل والتفسير) ثم (نقاش و إثارة قضايا) ، ثم أسلوب (التبرير) تلاه (المساندة) ، كما أوضحت نتائج الدراسة أن عناصر القوى الفاعلة المستخدمة تمثلت في (وزراء / مسئولين) ، (رؤساء دول) تلاه عنصر (الجمهور) .

كما هدفت دراسة (إنجي طه ، 2023) [90] إلى رصد وتحليل المعالجة الإخبارية لقضايا الإتحاد الأوروبي من خلال تحليل المضامين الإخبارية الواردة على تطبيق يورونيوز ، ورصد مدى التزام المعالجة بمفهوم المسئولية الاجتماعية ، وذلك بالاعتماد على صحيفة تحليل المضمون لتحليل عينة من الأخبار الواردة على التطبيق قوامها 537 خبرا ، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى اهتمام المعالجة الإخبارية بعدد من القضايا المتعلقة بالإتحاد الأوروبي وكان أبرزها القضايا ذات الطابع الدولي والدبلوماسي ، كما تجسدت رؤية التطبيق عينة الدراسة لمفهوم المسئولية الاجتماعية في معالجة قضايا الإتحاد الأوروبي في بناء سياسات الإجماع ومراعاة مصالح الإتحاد وأهدافه العامة .

وهدفت دراسة (أسماء الجيوشي ، 2022) [91] إلى تحليل مواقع القنوات الفضائية العربية للتعرف على الأطر التي استخدمتها في تناولها لقضايا الأسرة العربية وذلك من خلال حصر جميع المواد التي تتناول تلك القضايا عينة عينة الدراسة التي تتواجد على الصفحة الرئيسية بمواقع القنوات الفضائية العربية خلال فترة التحليل وفي إطر نظرية الأطر الإعلامية ، وقد أكدت الدراسة في نتائجها على أن اتجاه المعالجة للقضايا الأسرية العربية بموقع (MBC) جاء في المقدمة (الاتجاه السلبي) تلاه في الترتيب الثاني (الجمع بين الاتجاهين السلبي والإيجابي) ، ثم الاتجاه الإيجابي في المرتبة الثالثة ، أما موقع روتانا فتصدر اتجاه المعالجة الذي يجمع بين الاتجاهين السلبي والإيجابي في المرتبة الأولى ، تلاه الاتجاه الإيجابي في المرتبة الثانية ثم الاتجاه السلبي في المرتبة الثالثة .

كما استهدفت دراسة (U. Febriyanti ,2022) [92] التركيز على التعرف على اتجاهات معالجة الأخبار على حسابات قنوات الجزيرة الإخبارية على المواقع الإلكترونية تحديدا تطبيق انستجرام من خلال تحليل محتوى الأخبار التي يتم نشرها من خلال التطبيق باستخدام صحيفة تحليل المضمون ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تنوع اتجاهات معالجة الأخبار على الموقع عينة الدراسة إلى ثلاثة اتجاهات تمثلت في تغطية الأخبار السياسية والاقتصادية وتغطية الأخبار الترفيهية وتغطية الحوادث ، واتضح تصدر عرض الأخبار في أشكال توضيحية عن طريق الصور والفيديوهات .

وهدفت دراسة (تامر صلاح ، 2021) [93] إلى الكشف عن العلاقة بين معالجة الأخبار والموضوعات التي تناولت الأحداث الإرهابية بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة وما يتبعها من قلق سياسي

مستقبلي لدى الشباب الجامعي ، وذلك في ضوء نظريتي (تحليل الأطر الإعلامية ، مدخل التهديدات المجتمعية) ، وجاء في نتائج الدراسة تصدر التركيز على السلبيات في معالجة الأخبار المتعلقة بالحوادث الإرهابية في المرتبة الأولى يليه في المرتبة الثانية التزام الحيادية ثم التركيز على الإيجابيات في المرتبة الثالثة ، كما تصدرت السلطات الأمنية القوى الفاعلة التي تناولتها المواقع عينة الدراسة ، كما أشارت النتائج إلى التوازن في عرض الأخبار للأحداث الإرهابية في مواقع القنوات عينة الدراسة ، وتصدر سبب (التعرف على القائمين بالعملية الإرهابية) دوافع الشباب عينة الدراسة لمتابعى تغطية الأحداث بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية .

كما هدفت دراسة (Khalisah& Anjarningsih,2021) [94] إلى التعرف على اتجاهات المعالجة الإخبارية بالحسابات الترفيهية عبر تطبيق انستجرام والتعرف على أساليب معالجة وعرض الأخبار ودلالة كل منها في تحديد اتجاهها ، وطبقت الدراسة باستخدام صحيفة تحليل المضمون ل 36 منشور من حساب E News الترفيهي عبر الانستجرام ، وخلصت نتائج الدراسة إلى اتجاه أخبار الحساب محل الدراسة إلى أخبار فنية وأخبار رياضية ، كما أشارت النتائج إلى تصدر استخدام الفيديوهات في عرض الأخبار في الترتيب الأول يليه استخدام الصور الثابتة في الترتيب الثاني .

هدفت دراسة (زينب الحسيني ، 2021) [95] إلى التعرف على أطر تقديم المواقع الإخبارية الدولية لأزمة السفينة الجانحة بقناة السويس بالتطبيق على مواقع (France 24 , Sky News , CNN Arabic , RT Arabic) ، باستخدام أسلوب التحليل الكمي ، وتوصلت الدراسة إلى تصدر الإطار المحدد في الترتيب الأول يليه الإطار العام حسب تصنيف الإطار الإعلامي المستخدم ، وتصدر إطار الاستراتيجية و إطار المسئولية والاهتمامات الإنسانية حسب تصنيف الإطار الإعلامي تبعا لسياق المواقع عينة الدراسة ، كما تصدرت الموضوعات الاقتصادية والتجارية والأمنية الموضوعات المستخدمة بالمواقع الإخبارية عينة الدراسة ، كذلك استهدفت دراسة (نهلة حلمي ، 2021) [96] التعرف على الأطر الإخبارية في تناول جائحة كورونا في المواقع الإخبارية الإلكترونية للقنوات الفضائية ورصد أهم القوى الفاعلة كما تناولتها المواقع محل الدراسة ، كما استهدفت الدراسة تحديد الموضوعات المتعلقة بالجائحة التي يتم التركيز عليها في المواقع الإخبارية عينة الدراسة والتعرف على السياسة التحريرية والقيم الإخبارية التي تناولتها ، وقد خلصت الدراسة في نتائجها إلى تنوع الأطر الخبرية المستخدمة في معالجة موضوعات جائحة كورونا وجاء إطار المسئولية في المقدمة تلاه إطار إدارة الأزمة وتنوعت الوظائف التي تؤديها الأطر و إن تصدر في المقدمة تقديم الإطار لأكثر من وظيفة لإبراز الموضوع ، كما تصدرت آلية الإحصاءات آليات التأطير المستخدمة من قبل المواقع الإلكترونية للفضائيات عينة الدراسة .

واستهدفت دراسة (Iigar Seyidov,& Beris Artan,2020) [97]رصد وتحليل التغييرات التي طرأت على التغطية الإخبارية لتطبيقات التواصل الاجتماعي مع التركيز على تطبيق انستجرام من خلال فحص ثلاث حسابات إخبارية تركية لمدة شهر منشورة على التطبيق باستخدام منهجي الوصفي ودراسة الحالة للتعرف على اتجاهات التغطيات المقدمة فضلا عن استطلاع أراء عينة من القائمين بالاتصال في هذه المواقع بلغت 23 مفردة ، وخلصت نتائج الدراسة إلى تركيز توجهات معالجة الأخبار عبر الحسابات عينة الدراسة على الأخبار السياسية في المقام الأول ثم القصص الشخصية ثم أخبار المشاهير ، كما ظهر استخدام اللأخبار في الفيديو في الترتيب الأول ثم استخدام الصور الثابتة في الترتيب الثاني .

كما استهدفت دراسة (Hanna Orsolys ,2020) [98]تحليل الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية لأزمة اللاجئين السوريين إلى أوروبا ، وتوصلت الدراسة إلى تنوع الأطر الإعلامية التي استخدمتها تلك المواقع في معالجة أزمة اللاجئين السوريين إلى اوروبا واعتماد بعض الأخبار على استخدام إطار الصحية من خلال إظهار اللاجئين في صورة تدعو إلى التعاطف مع قضيتهم بعد الحرب على بلادهم .

واستهدفت دراسة (مها مصطفى ، 2020) [99] رصد وتحليل أطر معالجة قضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر والتحديات الاقتصادية المطروحة في المواقع الإلكترونية الدولية والعربية واعتمدت على منهج المسح وتستخدام أداة تحليل المضمون وأجريت الدراسة على عينة عمدية من خلال المسح الشامل في المواقع الإلكترونية الدولية والعربية وهي (روسيا اليوم – فرانس 24 – سكاى نيوز – BBC – الكويت نيوز – العربية نت) ، وتوصلت الدراسة إلى تصدر قضية معالجة أزمة الديون في مصر المرتبة الأولى من اهتمامات المواقع هينة الدراسة ، كما أشارت النتائج إلى تصدر إطار العمل والإنجاز في المرتبة الأولى يليه إطار المكاسب الاقتصادية في الترتيب الثاني ، ثم إطار الهجوم والنقد في الترتيب الثالث .

كما استهدفت دراسة (ميرال عبد الفتاح ، 2020) [100]تحليل ورصد الأطر التي توظفها مواقع القنوات الإخبارية التليفزيونية المصرية في تناولها للعلاقات المصرية الأفريقية وتحديد أهم القضايا التي تبرزها المواقع والمقارنة بين تغطية المواقع القنوات الحكومية والخاصة متمثلة في موقع قناة النيل للأخبار وموقع CBC EXTRA ، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى تصدر قضية التعاون المشترك وتدعيم العلاقات الثنائية بين مصر وأفريقيا قائمة القضايا المطروحة تلاها في الترتيب الثاني قضية التنمية ، كما أشارت النتائج إلى اتفاق موقعي الدراسة في تبني إطار التعاون إطارا رئيسيا في تناول القضايا وكذلك إطاري الأسباب والحلول .

وهدفت دراسة (جميل عادل ، 2020) [101] إلى معرفة استخدام الأشكال الإذاعية والتليفزيونية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى أدائها وحجم تعرض الجمهور ودافعه لمضمون تلك الأشكال على

الشبكات الاجتماعية خاصة موقع فيسبوك ومدى تأثيرها على مستوى أداء تلك المواقع ، وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية لثلاث صفحات على فيسبوك (اليوم السابع – MBC مصر – نجوم إف إم) وكذلك إجراء دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري قوامها 476 مفردة ، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن المدة الزمنية التي تم استخدامها في المنشورات أقل من 5 دقائق ، وجاء في المركز الثاني المدة من 5 – 15 دقيقة ، وتنوعت صفحات الدراسة في منشوراتها في استخدام أساليب المعالجة المختلفة واحتل أسلوب مناقشة الآراء الترتيب الأول يليه أسلوب عرض الحقائق في الترتيب الثاني .

اتضح في نتائج الدراسة الحالية اهتمام عدد من الدراسات بالتركيز على دراسة تحليل الخطاب الإعلامي في المحتوى المقدم في المواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت ، حيث هدفت دراسة (عبد الرحمن شوقي ، 2022) [102]، إلى فهم العلاقة بين الخطاب في مقاطع الفيديو القصيرة المقتطفة من برامج الرأي والمقدمة على موقع اليوتيوب نحو أزمة ارتفاع الأسعار في مصر ، وكذا أثر ذلك في إدراك الشباب الجامعي للواقع الاقتصادي المصري ، وذلك في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونموذج تحليل الخطاب النقدي على عينة من طلاب قسم الإعلام التربوي قوامها 200 مفردة وبتحليل عينة من مقاطع الفيديو المقدمة على موقع يوتيوب ، وقد خلصت النتائج إلى أن الاتجاه الإيجابي من قبل مقدم الحلقات في ممقاطع الفيديو غلب عليه الاتجاه السلبي من قبل المبحوثين ، كما أشارت النتائج إلى أن 96% من الشباب عينة الدراسة تتأثر درجة فهمهم ووعيهم بالواقع الاقتصادي المصري على زيادة وعيهم بأسباب ارتفاع الأسعار مما يجعلهم أقل عرضة للشائعات في هذا الشأن ، كما ركزت دراسة (شفق أحمد ، 2022) [103] على الاهتمام بدراسة الفيديوهات على موقع يوتيوب ، حيث هدفت إلى الكشف عن أبعاد تغطية تقنية ميتافيرس على اليوتيوب شكلا ومضمونا ، ورصد الموضوعات والأفكار المتضمنة من خلال الفيديوهات عينة الدراسة وكذا التعرف على أساليب تقديم وتناول هذه الفيديوهات وذلك من خلال تحليل عينة قوامها 10 فيديوهات باستخدام أداة تحليل المضمون ، وكانت من أهم نتائج الدراسة تفوق الفيديوهات الإنجليزية على العربية في أساليب تقديم و إخراج المحتوى الخاص بتقنية الميتافيرس حيث اعتمدت الفيديوهات العربية على أساليب السرد والوصف والحديث المباشر ، بينما اعتمدت الفيديوهات الإنجليزية على السرعة والفورية و إنجاز العمل .

كذلك هدفت دراسة (محمد عبد العزيز ، 2021)[104]إلى رصد وتحليل الخطاب الإعلامي لمواقع القنوات الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية حول قضية العنف ضد المرأة وكذا رصد تأثير التوجهات الأيديولوجية الثقافية والسياسية للدول المالكة لها على مسارات البرهنة المستخدمة عند تناولها، وذلك باستخدام منهجية تحليل الخطاب على عينة تمثلت في 48 مقالا و 9 حلقات من موفعي (الحرة الأمريكية – فرانس 24) ، ومن أهم نتائج الدراسة ؛ تأثير الأيديولوجيا الثقافية والسياسية للدولة على صياغة الأطر الإعلامية و إنتاجها وكذا

الأطروحات الرئيسية ومسارات البرهنة المقدمة عند معالجة قضية العنف ضد المرأة ، كما تبين تسخير الدول المالكة للقنوات الموجهة لقضايا المرأة .

وهدفت دراسة (محمد عمارة ، 2020) [105] إلى تحليل البنى الخطابية للأخبار السياسية الملونة للكشف عن مكوناتها واتساقها الداخلية والخارجية وتوجهاتها المعلنة والضمنية ورصد دور المنصات الإعلامية عبر يوتيوب في توجيه الأفكار بصورة تخدم أجندات غير حقيقية للموقف المعلن وكشف الفارق بين البني الخطابية الواقعية وغير الواقعية باستخدام أداة تحليل الخطاب ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ؛ اعتماد التلوين في الأخبار على إحداث انسجام وتوافق بين العديد من القضايا الداخلية التي تمس مصر، واتضح تلوين الأخبار في الأخبار المقدمة عن الجيش التركي وتقديمه على أنه قوة لا تقهر في مقابل الجيش الثاني عالميا وهو الجيش الروسي .

المبحث الثالث

الرؤية النقدية والمستقبلية للبحوث عينة الدراسة

الرؤية التحليلة والنقدية للبحوث والدراسات المتعلقة بالمحتوى " المسموع والمرئي " على شبكة الإنترنت :

في إطار تقديم رؤية تحليلية نقدية للبحوث والدراسات عينة الدراسة يتم عرض هذه الرؤية من خلال عدة مستويات :

أولا : على مستوى الأهداف والمشكلات البحثية التي تناولتها البحوث عينة التحليل بالدراسة .

ثانيا : على مستوى الإجراءات المنهجية للبحوث والدراسات عينة الدراسة .

ثالثا : على مستوى النتائج التي توصلت إليها البحوث والدراسات عينة التحليل .

أولا : على مستوى الأهداف والمشكلات البحثية التي تناولتها البحوث عينة التحليل بالدراسة:

تنوعت الأهداف والمشكلات البحثية التي تناولتها البحوث عينة التحليل بالدراسة وتركزت في ستة موضوعات رئيسية ، حيث اهتم عدد من الدراسات العربية والأجنبية لرصد توظيف التطبيقات والتقنيات التكنولوجية الحديثة في مجال البث الإذاعي والتليفزيوني والتحولات الناتجة عن هذا التوظيف في المحتوى المقدم عبر هذا البث سواء في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة أو من خلال تأثيرها على البث التقليدي وكذا الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال نحو لستخدام هذه التقنيات ، ومن بين هذه الدراسات دراسات (Pu Zhao ,2023) ، (سمر صادق ، 2023) ، (زينب عبد الواحد ، 2023) ، (Abul Kabil Khan ,2022)، (lavua Murphy , 2018).

حظيت المنصات الرقمية العربية والأجنبية باهتمام بالغ من قبل الباحثين العرب والأجانب على حد سواء حيث تم تناولها بشكل واسع ومن زوايا بحثية متعددة ومختلفة ، فعنيت بعض الدراسات العربية والأجنبية

بتحليل المحتوى "المسموع والمرئي" المقدم من خلال المنصات الرقمية المختلفة عبر شبكة الإنترنت ، ورصدت الباحثة تعدد المحاور التي حاولت الدراسات التعبير من خلالها عن هذا الاتجاه ؛ تمثلت في اهتمام بعض الدراسات بدراسة المحتوى الدرامي المقدم من خلال المنصات الرقمية مثل دراسة (محمد عمارة ، 2023) ، ودراسة (Kristina Pietaryte & Ana Cristina Suzania , 2023) ، ودراسة (Filippo Gilardi , 2018). كذلك اهتم عدد آخر من الدراسات عينة التحليل بدراسة المحتوى البرامجي الذي تقدمه المنصات الرقمية على وجه الخصوص خاصة منصة (ننفليكس) التي حازت على اهتمام بالغ من قبل الباحثين في الدراسات عينة التحليل وكذا أنماط تعرض جمهور المستخدمين لها وكثافة ومعدلات هذا التعرض مثل دراسة (نشوى اللواتي ، 2023) ، (عبد الله عمران ، 2021) ،(Catalina Lordache , 2022) ، (Keven Sanson,2019) ، كما ركزت بعض الدراسات بالتركيز على عقد المقارنات بين البث الإذاعي والتليفزيوني التقليدي والمحتوى المرئي المقدم عبر المنصات الرقمية مثل دراسة (Emma Heyood , 2023) ، دراسة (محمود زكي ، 2022) ، دراسة (Jorge Herrero , 2021) ، دراسة (أماني رضا ، 2018).

وفي إطار دراسة أنماط تعرض ومشاهدة جمهور المستخدمين لوسائل وتطبيقات الإعلام الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت بوجه عام بالإضافة إلى المنصات الرقمية ، ركز عدد من البحوث على دراسة استخدامات ودوافع استخدام الجمهور للتطبيقات الإلكترونية المختلفة والإشباعات المتحققة من خلال هذا الاستخدام مثل دراسة (زينب عبد العظيم ، 2022) ، (Tal Laor , 2022) ، ودراسة (ولاء عقاد ، 2021)، (محمد الجبير، 2022) ، (Suci Lukitowati , 2022).

رصدت نتائج الدراسة الحالية اهتمام بعض الدراسات عينة التحليل بدراسة التأثيرات النفسية والسلوكية الناتجة عن التعرض للمحتوى الإذاعي والتليفزيوني عبر تطبيقات شبكة الإنترنت ، حيث ألقت بعض الدراسات الضوء على التأثيرات المختلفة لتعرض قطاعات متنوعة من الجمهور خاصة قطاع الشباب لتطبيقات مثل تيك توك وقنوات التليفزيونية على موقع يوتيوب وكذلك المنصات الرقمية وأبرزها منصة نتفليكس مثل دراسات (مصطفى زيدان ، 2023) ، Elizabeth Moronry , 2023)) ،(Elizabeth Moronry , 2023).

أما عن السمة الأساسية التي تتسم بها وسائل الإعلام الرقمية وهي إتاحة التفاعلية بين الجمهور المستخدم والقائم بالاتصال أو صانع المحتوى المقدم ، فقد اهتمت العديد من الدراسات بدراسة تفاعلية الجمهور المستخدم للمحتوى المرئي عبر تطبيقات شبكة الإنترنت والكشف عن آليات تفاعل الجمهور مع المحتوى الذي يشاهده من تعليقات أو مشاركة أو إعجاب ..إلى آخره ، مثل دراسات (نادية قطب ، 2023) ، (Myojung Chung , 2023) ، (Jinjue Kim, Jordi Sintas , 2021)، (بسنت مراد ، 2019)، (Lauren Auverest,2018) .

كما تجدر الإشارة إلى اهتمام عدد من البحوث عينة الدراسة التحليلية بالتعرف والكشف عن أساليب وأطر معالجة المحتوى المقدم في المنصات والمواقع الإلكترونية للتعرف على أبعاد تناول الموضوعات والقضايا المختلفة من خلالها وكذا رصد اتجاهات المعالجة التي تقدمها المنصات والتطبيقات ، و إن رصدت الباحثة في الدراساة الحالية التركيز على التعرف على أبعاد وأساليب معالجة مواقع القنوات الإخبارية إلى حد كبير وكذلك حسابات القنوات والصفحات على موقع إنستجرام وذلك مثل دراسات (نهلة نشأت ، هنادي زينهم ، 2023) ، (إنجي طه ، 2023) ، U. Febriyanti ,2022) ، (Khalisah& Anjarningsih,2021) ، (نهلة حلمي ، 2021) ، وقد رصدت الباحثة الاهتمام بتحليل الخطاب الذي يقدمه المحتوى البرامجي للمواقع عبر التطبيقات المختلفة والوقوف على البنى الخطابية التي يحتويها هذا الخطاب ، مثل دراسات (عبد الرحمن شوقي ، 2022) ، (محمد عمارة ، 2020) ، (محمد عبد العزيز ، 2021) .

هذا وقد لاحظت الباحثة تنوع المشكلات البحثية في البحوث والدراسات الأجنبية بشكل خاص وتركزها على زوايا بحثية دقيقة مقارنة بالبحوث والدراسات العربية ، فعلى سبيل المثال تناولت الدراسات الأجنبية دراسة التفاعلية المتزامنة لتعليقات وتفاعلية الجمهور المستخدم للمحتوى المقدم عبر المنصات والتطبيقات الإلكترونية المختلفة لرصد العوامل المحفزة للجمهور لكي يتشارك بالتعليق أو بغيره من أشكال التفاعلية الرمزية مع الأخرين حول المحتوى الذي يتعرض له أثناء التعرض والمشاهدة ، مثل دراسة (Jinjue Kim, Jordi Sintas , 2021) ، والتي هدفت إلى تحليل نص تعليقات جمهور المتزامنة مع مشاهدة الشخصيات الإعلامية في السلاسل الدرامية التليفزيونية خلال وأثناء المشاهدة .

كذلك عنيت بعض الدراسات الأجنبية بتحليل خطاب تعليقات الجمهور على موقع فيسبوك مثل دراسة (Ibe Ben Onoja ,2022) ، والتي استهدفت تقديم تحليل نقدي لتعليقات الجمهور حول خمس قصص خبرية تتعلق بالعنف في نيجريا على موقع فيسبوك وخلصت إلى احتواء تعليقات الجمهور على قدر كبير من تضخيم القضايا والدعوة لتفكيك الوطن ، بينما رصدت الباحثة اهتمام بعض الدراسات العربية بتحليل خطاب المحتوى المقدم من خلال التطبيقات مثل دراسة (عبد الرحمن شوقي ، 2022) وغيرها على نحو ما سبق عرضه .

ثانيا : على مستوى الإجراءات المنهجية المستخدمة في البحوث والدراسات عينة الدراسة:

اتفقت غالبية الدراسات والبحوث عينة الدراسة في الاعتماد على منهج المسح من حيث توظيفه في الدراسات عينة الدراسة ، حيث اعتمدت غالبية الدراسات عينة التحليل على منهج المسح في جمع ووصف أبعاد الظاهرة موضوع الدراسة وتحليل العوامل المؤثرة فيها مثل دراسة (محمد الجبير، 2022) ، Haroon) , Malik et al ,2022 ،) (Arsyad Nurizar , 2020) ، وغيرهم من الدراسات عينة الدراسة .

رصدت الباحثة اتجاه بعض الدراسات إلى الجمع بين استخدام المنهج المسحي مع بعض المناهج البحثية الأخرى مثل دراسة (Iigar Seyidov,& Beris Artan,2020) والتي جمعت بين منهج المسح ومنهج دراسة الحالة للتعرف على اتجاهات التغطيات المقدمة فضلا عن استطلاع أراء عينة من القائمين بالاتصال في هذه المواقع بلغت 23 مفردة ، وكذا دراسة (ولاء عقاد ، 2023) التي جمعت بين استخدام المنهج المسحي والأسلوب المقارن للمقارنة من معدلات تعرض شباب الجامعات من أنماط تعليمية مختلفة لإذاعات الإنترنت وغيرهما ، كما رصدت الباحثة انفراد بعض الدراسات باستخدام مناهج مختلفة في إجراء الدراسة مثل دراسة (آلاء عزمي ، 2022) والتي استخدمت في تطبيق الدراسة المنهج المختلط Mixed Methods ، وكذا دراسة (Victor Garcia-Perdomo ,2021) والتي استخدمت منهج دراسة الحالة لجمع البيانات الخاصة بها ، ودراسة (lavua Murphy , 2018) التي استخدمت منهج دراسة الحالة أيضا على التليفزيون الوطني الكونجولى .

تنوعت نوعية الدراسات والبحوث عينة الدراسة فيما بين بحوث كمية وبحوث كيفية وبحوث جمعت بين الأسلوبين التحليل الكمي والكيفي معا ، وقد لاحظت الباحثة أن غالبية البحوث عينة الدراسة اتجهت لأسلوب الجمع بين أسلوب التحليل الكمي والتحليل الكيفي للبيانات ، خاصة البحوث العربية و إن رصدت الباحثة دراسات عربية اقتصرت على التحليل الكيفي فقط (بسنت فهمي ، 2022) ، (شفق أحمد ، 2022) وغيرهما ، أما الأجنبية فمنها ما اقتصر على تحليل البيانات في أرقام وبيانات كمية فقط .

تنوعت البحوث عينة الدراسة إلى ما بين بحوث عنيت بدراسة طبيعة المحتوى المقدم عبر التطبيقات التكنولوجية والمنصات الرقمية على شبكة الإنترنت مثل (Micheal , A ,2018) ، (Jorge Herrero , 2021) ، (Kristina Pietaryte & Ana Cristina Suzania , 2023) ، وكذا أطر المعالجة التي قدم المضمون من خلالها (إنجي طه ، 2023) ، (أسماء الجيوشي ، 2022) ، U. Febriyanti ,2022) ، وبين بحوث عنيت بدراسة الجمهور المستخدم لتلك التطبيقات وما يبث من خلالها بأنماطه ودوافعه المختلفة مثل دراسة(ريهام سامي ، 2020) ، (Tal Laor , 2022) ، (Suci Lukitowati , 2022) ، دراسة (ريم الشريف ، 2021) ، (هناء الحفناوي ، 2021) وغيرها، أو رصد اتجاهاته نحو هذه التطبيقات (أحمد الزهراني ، 2018) .

وهنا تجدر الإشارة إلى اهتمام عدد من البحوث بدراسة اتجاهات القائم بالاتصال بوجه عام أو صانع المحتوى الرقمي بشكل خاص مثل دراسة (زينب عبد الواحد ، 2023) والتي هدفت إلى التعرف على اتجاهات مقدمي البرامج نحو توظيف تقنية مذيع الروبوت بالقنوات التليفزيونية ، وطبقت على عينة من مقدمى البرامج بالقنوات التليفزيونية ، ودراسة (Abul Kabil Khan ,2022) والتي هدفت إلى تحليل خصائص التليفزيون

الرقمي من خلال شبكة الإنترنت في دولة بنجلاديش وكذا اتجاهات تطورها وذلك من خلال مذيعي قناتي تليفزيون الإنترنت (Popcorn Live , ATN Music).

وكذلك رصدت الباحثة من خلال الدراسات عينة الدراسة اتجاه عدد كبير من الدراسات العربية والأجنبية إلى الجمع بين دراستي تحليل المحتوى وتأثيره في جمهور المستخدمين معا مثل دراسة (رهام محمد صلاح الدين ، 2022) ، أو قياس دوره أو أثره في القائمين بالاتصال أو صانعي المحتوى كما في دراسة (Aditya Dhanuka & Abhilasha Bohra. , 2019) التى هدفت إلى التعرف على العلاقة بين ادمان مشاهدة الدراما عبر التطبيقات التكنولوجية بين الشباب، ودراسة (حسن علي ، 2021) والتي استهدفت تحليل تأثير المنصات الرقمية على صناع الدراما .

استعانت معظم الدراسات عينة الدراسة العربية والأجنبية على السواء بمداخل وأطر نظرية متعددة في تفسير البيانات والمعلومات وقد غلب استخدام نظريتي (تحليل الأطر الإعلامية ، الاستخدامات والإشباعات) بشكل واضح بين البحوث والدراسات العربية عينة الدراسة ، بينما غلب استخدام نظرية الاستخدامات الإشباعات على البحوث والدراسات الأجنبية أكثر من غيرها من النماذج والمداخل النظرية الأخرى، (Ozgul Birsen, 2023)،(Suci Lukitowati , 2022) ، مما يبرز الاهتمام بتبني نظرية الاستخدامات والإشباعات في دراسة انماط ودوافع تعرض الجمهور للمحتوى الذي تقدمه المواقع والتطبيقات والمنصات الإلكترونية عبر الإنترنت على حساب المداخل النظرية الأخرى .

كما ظهر أيضا استخدام بعض النماذج المفسرة في بعض الدراسات مثل دراسة (آلاء عزمي ، 2022) والتي استخدمت نموذج التصميم التفسيري ، ودراسة (صفا عثمان ، 2018) التي استخدمت نموذج التسلسل الهرمي ، وكذلك دراسة (محمود زكي ، 2022) والتي اعتمدت على نظرية التمثيل كمدخل نظري لها ، ودراسة (ريهام سامي ، 2020) والتي طبقت دراستها في ضوء نظرية الإدراك الاجتماعي، و دراسة Myojung) Chung , 2023) التي اعتمدت على نظرية ترتيب الأجندة ، وكذلك ظهر استخدام نظريات أخرى مثل ثراء الوسيلة (اماني رضا ، 2020) وتمثيل المعلومات وغيرها.

استعانت الدراسات العربية بعدد من الأدوات البحثية لجمع البيانات تصدرها أداتا (تحليل المضمون والاستبيان) حيث ظهر الجمع بين الأداتين في العديد من الدراسات التحليلية الميدانية ، كما ظهر الاعتماد على أداة منهما منفردة كما في بعض الدراسات التحليلية فقط او الميدانية فقط ، فضلا عن ظهور استخدام أدوات أخرى مثل (المقابلات المتعمقة) والتي ظهر استخدامها بشكل واضح في عدد كبير من البحوث عينة الدراسة (Abul Kabil Khan ,2021 والتي اعتمدت على إجراء المقابلات المتعمقة مع خمسة من المتخصصين لفهم تأثير التقنيات الرقمية في وسائل الإعلام الإخبارية ، (Suci Lukitowati , 2022) ، التي استخدمت

المقابلات المتعمقة مع 10 مفردات للحصول على إجابات بشان نمط مشاهدة البرامج الإعلامية الترفيهية للأطفال في منازلهم (ريهام سامي ، 2020) والتي طبقت الدراسة معتمدة على أداة المقابلة المتعمقة مع 20 مفردة من الشباب المصري من مشاهدي المنصات العربية والأجنبية .

كما اتجهت بعض الدراسات إلى الجمع بين أكثر من أداة كما في دراسة (Victor Garcia-Perdomo, 2021) والتي جمعت بين أداتي الملاحظة والمقابلة، وكذلك دراسة (إيمان دوابة ، 2020) والتي جمعت بين صحيفة الاستقصاء ومقياسي المعرفة العميقة والدافع المعرفي كأدوات لجمع البيانات .

لاحظت الباحثة اتجاه عدد من الدراسات العربية عينة الدراسة إلى محاكاة الدراسات والبحوث الأجنبية من حيث انخفاض عدد مفردات عينات الدراسات الميدانية ، حيث تراوح عدد مفردات العينات في تلك الدراسات ما بين 5 إلى 23 مبحوثا فقط واستخدم عدد من الباحثين في جمع البيانات أداة المقابلات المتعمقة كبديل لصحيفة الاستبيان على نحو ما ظهر في العرض السابق ، وهو ما تراه الباحثة يعبر عن توجه جديد في اختيار وسحب العينات من مجتمعات البحوث والدراسات العربية المختلفة والتي اعتادت لفترات زمنية ليست بالقصيرة على سحب عينات تبلغ ما بين 300 إلى 400 مفردة أو يزيد في غالبية الدراسات الميدانية ، كما تعددت أساليب سحب العينات في البحوث عينة الدراسة ما بين العينة العمدية والمتاحة وكرة الثلج وأسلوب الأسبوع الصناعي وغيرها .

ثالثا : على مستوى النتائج التي توصلت إليها البحوث والدراسات عينة الدراسة :

أظهرت نتائج الدراسات والبحوث التي تعلقت بتوظيف التطبيقات التكنولوجية المختلفة في مجال البث الإذاعي و التليفزيوني والتحولات الناتجة عن هذه التوظيف في المحتوى المقدم في تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي ؛ تركيز الدراسات العربية والأجنبية على السواء على تناول تأثير هذا التوظيف على آليات إنتاج المحتوى المقدم سواء عبر الوسائل التقليدية (الإذاعة والتليفزيون التقليديين) كما في دراسة (lavua Murphy , 2018) ، أو المحتوى المقدم عبر التطبيقات المختلفة من خلال شبكة الإنترنت من حيث التغييرات في جودة الصورة وغيرها (Lu Lian & Tong Lei , 2022) ، (سمر صادق ، 2023) ، وكذا تأثير توظيف التكنولوجيا في اتجاهات القائم بالاتصال في الوسائل التقليدية (زينب عبد الواحد ، 2023) ، أو تأثيرها في عادات وأنماط ومعدلات التعرض لها (Abul Kabil Khan ,2022) .

وهنا تجدر الإشارة إلى اهتمام الدراسات الأجنبية بالوصول إلى نتائج تكشف عن حاجة مجتمعاتهم للتحول الرقمي في مجال البث الإذاعي والتليفزيوني (Arsyad Nurizar, 2020) ، أو نتائج تتعلق بتأثير توظيف التكنولوجيا الحديثة في إشراك الجمهور في صناعة المحتوى التليفزيوني المقدم عبر شبكة الإنترنت)

(Victor Garcia-Perdomo, 2021 ، وهو ما لم تتطرق إليه الدراسات العربية التي اهتمت بشكل أكبر في تأثير هذا التوظيف على المحتوى وعادات التعرض على نحو ما سبق عرضه .

أظهرت نتائج الدراسات والبحوث المرتبطة بدراسة المحتوى المقدم عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ؛ الاهتمام الواضح بمنصة نتفليكس حيث اتجهت غالبية هذه الدراسات العربية والأجنبية على السواء إلى دراسة معدلات ودافع تعرض جمهور المستخدمين لمنصة نتفليكس أو دراسة المضامين التي تبث من خلالها سواء المضامين البرامجية أو الدرامية ورصد الموضوعات التي تعرض من خلالها (محمد عمارة ، 2023) ، (Catalina Lordache , 2022)، (Micheal , A ,2018) ، وكذا الكشف عن القيم الأخلاقية والدينية التي يتضمنها هذا المحتوى (رهام صلاح الدين ، 2022) ، (آية كمال ، 2022) ، (هشام البرجي ، 2022) ، كما اهتمت بعض الدراسات بدراسة تأثيرها سلوك ومعارف المستخدمين لها ، وأظهرت النتائج ارتفاع معدلات تعرض الجمهور بوجه عام والشباب والمراهقين بشكل خاص للمحتوى الدرامي والبرامجي الذي يتم بثه من خلال منصة نتفليكس أنها من أهم المنصات المفضلة لدى الشباب(Aditya Dhanuka & Abhilasha Bohra. ,) 2019 ، كما أظهرت النتائج أن الهروب من الواقع وسهولة التعرض الانتقائي للمضامين المقدمة والتفاعل الاجتماعي كانت أهم دوافع تعرض جمهور المستخدمين لمنصة نتفليكس ، (حسن علي ، 2021) ، (عمرو عبد الحميد ، 2019) ، كما أشارت بعض النتائج التي تناولت دراسة شراهة و إدمان التعرض لمنصة نتفليكس إلى أن الفراغ والترفيه والخروج عن الواقع كانت من اهم أسباب المشاهدة الشرهة للمنصات العربية والأجنبية (ريهام سامي ، 2020) ، وكذلك الأثر السلبي على المراهقين من وراء إدمان التعرض لمنصة نتفليكس أكاديميا وأخلاقيا (داليا عثمان ، 2021) ، كما أشارت إحدى الدراسات الأجنبية في نتائجها إلى أن خدمات البث المباشر عبر الإنترنت والمنصات الرقمية لا يمكن أن يصبح بديلا للتليفزيون التقليدي (Keven Sanson,2019)) ، وأكدت دراسة أخرى على المبالغة في تقديم المعلومات على منصة نتفليكس تعمل على تشتيت انتباه المستخدمين طوال الوقت (Jeremy Mathew , 2020) .

اختلفت نتائج بعض الدراسات التي اهتمت بعقد مقارنات بين محتوى البث" المسموع والمرئي" التقليدي وبين المحتوى المقدم عبر المنصات الرقمية ، حيث أشارت نتائج بعض الدراسات إلى صعوبة أن يصبح الإعلام الرقمي بديلا للبث الإذاعي والتليفزيوني التقليدي (Emma Heyood , 2023) ، (محمود عمارة ، 2021) ، مع التأكيد على معدلات التعرض الكبيرة للمحتوى الذي تقدمه المنصات الرقمية خاصة بين الشباب ، دراسة (Neil Thurman , 2021) والتي أكدت في نتائجها على انخفاض كثافة مشاهدة قناة BBCعربية وتقلص جمهورها بعد غلق البث الخطي لها ، كما أكدت (دينا يحي ، 2018) في نتائجها صعوبة الفصل التام بين جمهور الإعلام التقليدي ومستخدمي الإعلام الجديد ، حيث إن نسبة كبيرة من الجمهور المشاهد للتليفزيون هم

أنفسهم من يستخدمون مواقع القنوات التليفزيونية، كما تصدر دافع الحصول على النعلومات دوافع تعرض المستخدمين لمواقع القنوات عبر شبكة الإنترنت، كما أشارت النتائج إلى أن التليفزيون التقليدي ما زال يتمتع بنسبة مشاهدة مرتفعة و إن كان الدافع الأكبر لهذه المشاهدة كان الاعتياد .

هذا بينما أكدت نتائج بعض الدراسات الأخرى على التأثير السلبي للمحتوى الرقمي المقدم في المنصات الرقمية في التعرض للبث التقليدي في الراديو والتليفزيون (Jorge Herrero , 2021) والتي أكدت على أن التطبيقات المختلفة على الإنترنت تشكل خطرا على المشاهدين المستقبليين للتليفزيون التقليدى من الشباب بوجه خاص ، وكذا دراسة (ريم الشريف ، 2021) أكدت على التأثير البالغ للمنصات الإلكترونية على نسب الإقبال على مشاهدة التليفزيون التقليدي ، (هناء الحناوي ، 2021) التي توصلت إلى ارتفاع معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي مقابل انخفاض معدل التعرض للقنوات الفضائية في متابعة الأزمات الأسرية .

كشفت نتائج البحوث عينة الدراسة المتعلقة بأنماط تعرض الجمهور لوسائل الإعلام الرقمي الجديدة عن التأثير الإيجابي للتحول إلى الرقمنة في البث الإذاعي والتليفزيوني في أنماط تعرض واستمتاع الجمهور للمحتوى الذي يبث من خلال التطبيقات والمنصات الإلكترونية المختلفة ، حيث ارتفعت معدلات الاستماع اليومية للراديو عند الطلب من خلال شبكة الإنترنت (Tal Laor , 2022) ، كما كشفت النتائج كذلك عن ارتفاع التعرض للقنوات التليفزيونية على موقع يوتيوب (أميرة عبد الوهاب ، 2022) ، (إيمان دوابة ، 2020) ، وكذا دراسة (Suci Lukitowati , 2022) والتي أشارت نتائجها إلى تنوع أنماط استهلاك الوسائط الرقمية لكل عائلة بشكل ملحوظ بدوافع مشاهدة متطابقة ، كما أكدت دراسة (نهلة عبد الكريم ، 2021) أن 86% المبحوثين وافقوا على أن هذا الاستخدام يؤدي إلى تبني الطفل لقيم جديدة مغايرة للعادات والقيم الاجتماعية .

اختلفت نتائج الدراسات والبحوث عينة الدراسة فيما بينها حول التأثيرات السلوكية والنفسية للتعرض لمحتوى المنصات والمواقع الإلكترونية فمنها من أكدت في نتائجها على التأثير السلبي المحتمل لتعرض الجمهور لمحتوى المنصات والمواقع الإلكترونية عبر الإنترنت ، فقد أكدت دراسة (Elizabeth Moronry , 2023) على انخراط المراهقون المعرضون لخطر الإصابة بأعراض الصحة النفسية والعقلية السلبية بشكل متكرر لمواقع التواصل والإعلام الرقمي في مقارنة اجتماعية مع أقرانهم على مواقع الوسائط الرقمية قد يؤدي إلى زيادة مخاطر هذه المشكلات ، كما أكدت دراسة (نهلة عبد الكريم ، 2021) أن 86% المبحوثين وافقوا على أن هذا الاستخدام يؤدي إلى تبني الطفل لقيم جديدة مغايرة للعادات والقيم الاجتماعية ، وكذلك دراسة (Rahd Ahuja ,2020) والتي أشارت إلى أن المضامين المقدمة في هذه المنصات تضمنت مشاهد غير مناسبة للثقافة

الهندية وعادات المجتمع الهندي وتقاليده كما اتضح التأثير النفسي لمشاهدة مشاهد العنف والعلاقات غير الشرعية تسبب القلق والأرق والاكتئاب للمشاهدين.

هذا بينما تستبعدت دراسة (شيماء ذو الفقار ، 2021) في نتائجها وجود تأثير سلبي في مستوى القلق كنتيجة للتعرض أو استخدام منصة تيك توك ، كذلك دراسة (مصطفى زيدان ، 2023) أشارت في نتائجها للتأثيرات السلوكية لاعتماد عينة الدراسة على تطبيق تيك توك على كونه مصدرا للمعلومات يسهم في التوجيه نحو السلوكيات الإيجابية ، مثل المحافظة على النظافة ومساعدة المحتاجين، ودراسة (منى يوسف ، 2022) وعلى مستوى التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدنية الناتجة عن المشاهدة أظهرت النتائج أن المساعدة في معرفة الطرق الصحيحة لإنجاز المهام جاء في المرتبة الأولى لدى المبحوثين يليها المساعدة في توسيع المدارك بالمضامين المطروحة في المرتبة الثانية .

وفي إطار الدراسات عينة الدراسة التي تناولت تفاعلية الجمهور المستخدم للمحتوى المقدم عبر الإنترنت ؛ أكدت نتائج الدراسات على أهمية التفاعلية ووالوقوف على أبعادها وآلياتها نحو المحتوى المقدم ، حيث كشفت النتائج عن أهمية تفاعلية المستخدمين في إعطاء فرصة أكبر للقائم بالاتصال للوصول إلى عدد أكبر من جمهور المستخدمين وجذبهم إلى ما يقدمه محتوى سمعي أو مرئي (Myojung Chung , 2023) ، كما أكدت نتائج دراسة (Jinjue Kim, Jordi Sintas , 2021) أن تفاعلية الجمهور الرمزية تشكل الأساس للعلاقات الاجتماعية مع الشخصيات الإعلامية في المحتوى المقدم مما يدل على وجود نتائج تتعلق بمشاركة الجمهور الفعلية وهو الأمر الذي ينعكس إيجابا على شعبية المسلسل التليفزيوني ، كما أكدت النتائج على التأثير الملحوظ الذي أحدثته أبعاد التفاعلية في الصور الذهنية حيث أثرت فيها أبعاد التفاعلية إيجابا في سلوك المستهلك وصورته الذهنية نحو المنتج المعلن عنه (Minjung Park & Jungmin Yoo, 2020) .

وهنا تجدر الإشارة إلى تميز الدراسات الأجنبية التي تعلقت بدراسة تفاعلية الجمهور عن الدراسات العربية في اهتمامها بالتركيز على زوايا بحثية دقيقة ومحدودة مقارنة بالمشكلات البحثية العربية التي انحصرت في دراسة أبعاد التفاعلية وأشكالها وانعكاسها على شعبية المحتوى المقدم أو المنصة التي يقدمها من خلالها ، بخلاف بعض الدراسات الأجنبية التي اهتمت بمشكلات بحثية أكثر عمقا ودقة مثل دراسة Lauren) (Auverest,2018 والتي كشفت نتائجها عن أهمية تعليقات الجمهور بتوقع الأحداث المستقبلية خلال تعليقاتهم حول السلاسل الدرامية عينة الدراسة ، وكذلك دراسة (Ibe Ben Onoja ,2022) والتي عنيت بتحليل الخطاب النقدي لتعليقات الجمهور وخلصت إلى أن الجمهور الذي يقوم بالتعليق على المحتوى المقدم يتماشى مع مع المواقف الحالية من تضخيم بعض القضايا مثل الدعوة لتفكيك الوطن والعنف والتآمر السياسي

وفشل القيادة ويقوم بتعميم أفعال الأقلية على المجموعة العرقية بأكملها مما يدعوا إلى البحث في دوافع تفاعل الجمهور المستخدم للإنترنت مع القضايا كما فعلوا في خطاباتهم .

كشفت نتائج الدراسات التي تناولت أطر وأساليب واتجاهات معالجة المحتوى المقدم من خلال المنصات والمواقع الإلكترونية إلى تنوع الأساليب والأطر المستخدمة في معالجة المحتوى المقدم من خلال المنصات والتطبيقات والمواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت ما بين أطر (التحليل والتفسير ، والتبرير ، والحلول ، والأسباب ، والاهتمامات الإنسانية) وغيرها ، و إضافة إلى ذلك أشارت النتائج إلى تنوع اتجاهات معالجة الأخبار على الموقع عينة الدراسة إلى ثلاثة اتجاهات تمثلت في تغطية الأخبار السياسية والاقتصادية وتغطية الأخبار الترفيهية وتغطية الحوادث (U. Febriyanti ,2022) ، كما أشارت دراسة (أسماء الجيوشي ، 2022) إلى تقدم الاتجاه السلبي للمعالجة على الاتجاه الإيجابي في معالجة مواقع القنوات الفضائية لقضايا الأسرة العربية ، كما أشارت نتائج دراسة (Iigar Seyidov,& Beris Artan,2020) إلى تركيز توجهات معالجة الأخبار عبر الحسابات عينة الدراسة على الأخبار السياسية في المقام الأول ثم القصص الشخصية ، كما أوضحت النتائج تبني بعض الدراسات التركيز على دراسة تحليل الخطاب الإعلامي في المحتوى المقدم في المواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت دراسة (عبد الرحمن شوقي ، 2022) ، (محمد عبد العزيز ، 2021) ، (محمد عمارة ، 2020) .

الرؤية المستقبلية للبحوث والدراسات المتعلقة بالإذاعة والتليفزيون على المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت :

في إطار تقديم رؤية مستقبلية للبحوث والدراسات عينة الدراسة يتم عرض هذه الرؤية على النحو التالي :

أوضحت النتائج شيوع استخدام منهج المسح الاجتماعي في الدراسات والبحوث العربية مقابل التنوع النسبي للبحوث الأجنبية التي تناولت دراسة محتوى المنصات والمواقع والتطبيقات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت ، وهو ما يشير إلى ضرورة التوجه نحو إجراء مزيد من الدراسات التي تتناول مناهج بحثية علمية أخرى مثل المنهج التجريبي والاستكشافي ومناهج أخرى تختلف عن المناهج الأخرى التي تعارف الباحثون على استخدامها لإجراء الدراسات الإعلامية المختلفة في مصر والوطن العربي .

اتضح من العرض السابق الاهتمام البالغ من قبل الباحثين في الدراسات عينة الدراسة بدراسة المنصات الرقمية العربية والأجنبية و إن كانت منصة (نتفليكس) هي صاحبة النصيب الأكبر من الدراسات العربية والأجنبية على السواء نظرا لانتشارها وزيادة عدد مشتركيها في الوطن العربي والعالم بأسره ، وهو الأمر الذي يتضح معه أهمية التركيز في البحوث المستقبلية على تناول المنصات العربية خاصة منصتي (شاهد ، Watch it) (واللتان نالتا شهرة واسعة في الاونة الأخيرة) من زوايا بحثية مختلفة تتناول أساليب وأطر معالجة

المضمون الدرامي والبرامجي المقدم من خلالها ، وكذا تحليل البنى الخطابية والقيم الأخلاقية والمجتمعية التي تتضمنها تلك المضامين ، وكذا الكشف عن التأثيرات النفسية والسلوكية الناتجة عن تعرض قطاعات الجماهير المختلفة لها خاصة اللأطفال والمراهقين والشباب باعتبارهم القطاعات الأكثر أهمية وتأثير في بناء المجتمعات والأمم ، فضلا عن دراسة أنماط وعادات التعرض لتلك المنصات العربية والإشباعات المتحققة لديهم كنتيجة لهذا التعرض وكذلك أثر تفاعلية الجمهور على المحتوى البرامجي الذي يعرض من خلال المنصات لدعم القائم بالاتصال وتعزيز قدرته في تبني المحتوى البرامجي الذي يسهم في تطوير المنصات العربية بما ينماسب مع خصائص المجتمعات العربية وحتى لا تكون مجرد محاكاة لمنصة نتفليكس والمنصات الأجنبية .

تقترح الباحثة تبني الدراسات المستقبلية التي تتعلق بالمنصات الرقمية في إطار مداخل نظرية تتعلق بالمسئولية الاجتماعية لهذه المنصات فيما يعرض من خلالها من محتوى برامجي أو درامي وضرورة التأكيد على الاختلاف الثقافي والقيمي بين المجتمعات العربية والمجتمعات الغربية وهو ما يلقي مسئولية كبيرة على عاتق المنصات العربية لتقديم ما يلبي رغبات واحتياجات الجمهور العربي في إطارما يتناسب معه قيميا وثقافيا واجتماعيا مقابل التوسع السريع والمتزايد للمنصات الغربية وفي مقدمتها منصة نتفليكس التي تسللت إلى البيوت والأسر العربية ولاقت قبولا واسعا لديهم بما تقدمه من مضامين مغايرة لعادات وتقاليد المجتمعات العربية إلى حد كبير .

أوضحت النتائج اهتمام البحوث العربية عينة الدراسة والتي تعلقت بأنماط وعادات تعرض الجمهور بتبني نظرية الاستخدامات والإشباعات بشكل واسع ، على حساب الدراسات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حيث اتضح قلة الاهتمام بمداخل نظرية أخرى مثل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (سارة طارق ، 2021) ، (ولاء عقاد ، 2021) ، وكذا نظرية الغرس الثقافي (مروة خلف ، 2023) .

رصت الباحثة دقة و تنوع المشكلات البحثية في البحوث والدراسات الأجنبية وتركزها على زوايا بحثية دقيقة مقارنة بالبحوث والدراسات العربية فيما يتعلق بدراسة آليات وأشكال وتأثير تفاعل الجمهور مع المحتوى المقدم عبر المنصات والمواقع والتطبيقات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت وصل إلى تناول إحدى الدراسات تحليل الخطاب الذي تتضمنه تعليقات الجمهور كأحد أشكال التفاعلية من قبل الجمهور تجاه المحتوى المقدم (Ibe Ben Onoja ,2022) ، وهو الأمر الذي يوضح ضرورة تركيز البحوث العربية على استحداث زوايا بحثية أكثر دقة تتعلق بدراسة أشكال التفاعلية وآلياتها وتأثيرها في صناعة المحتوى المقدم عبر هذه التطبيقات للوقوف على أهمية التفاعلية الرمزية وأشكالها من تعليقات ومشاركات ورموز الإعجاب والغضب والحزن وغيرها ، ودور هذه الأشكال في تطوير هذا المحتوى .

غلب الاتجاه في دراسة مضمون المحتوى في المنصات والمواقع الإلكترونية إلى دراسة أطر وأساليب المعالجة لهذه المضامين ، واتجه القليل من الباحثين إلى تحليل الخطاب الذي يتبناه المضمون المقدم للوقوف على القوى الفاعلة المقدمة من خلال الخطاب عن القضايا والموضوعات المطروحة ، وكذا مسارات البرهنة المستخدمة واتجاهها ، مما يستدعي دعوة البحوث المستقبلية لتقديم مزيد من البحوث والدراسات تتناول تحليل الخطاب الذي يقدمه المحتوى في المنصات والمواقع الإلكترونية المختلفة للوقوف على اتجاهات هذا الخطاب ومفرداته والقوى الفاعلة المؤثرة كما تقدم من خلاله .

اتضح من العرض السابق لنتائج الدراسات والبحوث عينة الدراسة تأكيد عدد من الدراسات في نتائجها على أن وسائل البث الإذاعي والتليفزيوني الرقمي تشكل خطرا يهدد المشاهدين المستقبليين للراديو والتليفزيون التقليدي ، وهنا يتضح أهمية التركيز على العوامل التي تسهم في احتفاظ الراديو والتليفزيون التقليدي بجماهيريته ونسب المشاهدة التي اعتاد عليها قبل ظهور وسائل الإعلام الرقمي الجديدة من خلال إجراء مزيد من الدراسات التي توضح كيفية الاحتفاظ بالمشاهديين الحاليين للتليفزيون التقليدي في مواجهة البث التليفزيونى الرقمي في وسائل الإعلام الجديد .

خلاصة الدراسة :

أولا : النتائج العامة للدراسة :

كشفت نتائج الدراسة الحالية عن الاهتمام البالغ من قبل الباحثين العرب والأجانب بدراسة البث الإذاعي والتليفزيوني والمحتوى الذي تقدمه المواقع والتطبيقات والمنصات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت والذي أثبتت النتائج تأثيره سلبا على البث التقليدي للإذاعة والتليفزيون من حيث إقبال قطاعات الجمهور المختلفة .

أشارت النتائج إلى أنه على الرغم من تنوع الموضوعات البحثية التي تناولتها البحوث العربية عينة الدراسة ، إلا أن بعض الموضوعات مازالت بحاجة إلى مزيد من الدراسة خاصة ما يتعلق بالتطبيقات التكنولوجية وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحتوى الإعلامي المقدم عبر هذه التطبيقات واثره في جمهور المستخدمين .

استخدمت غالبية الدراسات والبحوث عينة الدراسة منهج المسح في إجراء البحوث ، كما غلب استخدام أداتي (صحيفة الاستقصاء ، صحيفة تحليل المضمون) وقد رصدت الباحثة استخدام أداة المقابلة المقننة بشكل واضح في عدة دراسات ، كما رصدت استخدام محدود لمجموعات النقاش المركزة كأدوات لجمع بيانات البحوث والدراسات ، وتنوعت أساليب اختيار عينات الدراسات فاستخدمت أساليب العمدية والعشوائية وكرة الثلج وكذا أسلوب الأسبوع الصناعي ، وغيرها من الأساليب لسحب العينات من المجتمعات الأصلية للدراسة .

أظهرت النتائج ارتفاع معدلات تعرض الجمهور بوجه عام والشباب والمراهقين بشكل خاص للمحتوى الدرامي والبرامجي الذي يتم بثه من خلال منصة نتفليكس أنها من أهم المنصات المفضلة لدى الشباب (Aditya Dhanuka & Abhilasha Bohra. , 2019)، كما أظهرت النتائج أن الهروب من الواقع وسهولة التعرض الانتقائي للمضامين المقدمة والتفاعل الاجتماعي كانت أهم دوافع تعرض جمهور المستخدمين لمنصة نتفليكس ، كما أشارت بعض النتائج التي تناولت دراسة شراهة و إدمان التعرض لمنصة نتفليكس إلى أن الفراغ والترفيه والخروج عن الواقع كانت من اهم أسباب المشاهدة الشرهة للمنصات العربية والأجنبية .

تعددت النتائج التي توصلت إليها الدراسات والبحوث المتعلقة بما يبث من محتوى في المواقع والمنصات والتطبيقات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت فكشفت نتائج الدراسات التي تناولت أطر وأساليب واتجاهات معالجة المحتوى المقدم من خلال المنصات والمواقع الإلكترونية إلى تنوع الأساليب والأطر المستخدمة في معالجة المحتوى المقدم من خلال المنصات والتطبيقات والمواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت ما بين أطر (التحليل والتفسير ، والتبرير ، والحلول ، والأسباب ، والاهتمامات الإنسانية) وغيرها .

ثانيا : التوصيات والمقترحات :

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج تقترح الباحثة بعض التوصيات على النحو الآتي :

1- ضرورة التوجه نحو إجراء مزيد من الدراسات التي تتناول مناهج بحثية علمية أخرى مثل المنهج التجريبي والاستكشافي ومناهج أخرى تختلف عن المناهج التي تعارف الباحثون على استخدامها لإجراء الدراسات الإعلامية المختلفة في مصر والوطن العربي .

2- أهمية التركيز في البحوث المستقبلية على تناول المنصات العربية خاصة منصتي (شاهد ، Watch it) من زوايا بحثية مختلفة تتناول أساليب وأطر معالجة المضمون الدرامي والبرامجي المقدم من خلالها ، وكذا تحليل البنى الخطابية والقيم الأخلاقية والمجتمعية التي تتضمنها تلك المضامين ، وكذا الكشف عن التأثيرات النفسية والسلوكية الناتجة عن تعرض قطاعات الجماهير المختلفة.

3- تقديم مزيد من الدراسات عن أنماط وعادات التعرض للمنصات العربية الرقمية والإشباعات المتحققة لديهم كنتيجة لهذا التعرض وكذلك أثر تفاعلية الجمهور على المحتوى البرامجي الذي يعرض من خلال المنصات لدعم القائم بالاتصال وتعزيز قدرته في تبني المحتوى البرامجي الذي يسهم في تطوير المنصات العربية بما ينماسب مع خصائص المجتمعات العربية وحتى لا تكون مجرد محاكاة لمنصة نتفليكس والمنصات الأجنبية .

4- تقترح الباحثة تبني الدراسات المستقبلية التي تتعلق بالمنصات الرقمية في إطار مداخل نظرية تتعلق بالمسئولية الاجتماعية لهذه المنصات فيما يعرض من خلالها من محتوى برامجي أو درامي وضرورة التأكيد على الاختلاف الثقافي والقيمي بين المجتمعات العربية والمجتمعات الغربية .

5- ضرورة تبني البحوث العربية دراسة زوايا بحثية أكثر دقة تتعلق بدراسة أشكال التفاعلية وآلياتها وتأثيرها في صناعة المحتوى المقدم عبر هذه التطبيقات للوقوف على أهمية التفاعلية الرمزية وأشكالها من تعليقات ومشاركات ورموز الإعجاب والغضب والحزن وغيرها ، ودور هذه الأشكال في تطوير هذا المحتوى .

6- دعوة البحوث المستقبلية لتقديم مزيد من البحوث والدراسات تتناول تحليل الخطاب الذي يقدمه المحتوى في المنصات والمواقع الإلكترونية المختلفة للوقوف على اتجاهات هذا الخطاب ومفرداته والقوى الفاعلة المؤثرة كما تقدم من خلاله .

7- إجراء دراسات تتناول سبل تطوير الأداء المهني للبث التقليدي للإذاعة والتليفزيون خاصة في ظل الخطر الذي أشارت إليه نتائج الدراسات عينة الدراسة والذي يهدد كثافة معدلات التعرض للبث التقليدي في ظل البث الرقمي عبر تطبيقات الإنترنت المختلفة .

المصادر والمراجع :

1 - إبراهيم عبد الله المسلمي ، **مناهج البحث في الدراسات الإعلامية** ، د ط ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، 2008) ص 53 .

2 - عامر قنديلجي ، **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية** ، الطبعة العربية ، (الأردن ، عمان : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2007) ، ص 113 .

3 - زينب عبد العظيم عبد الواحد ، **" اتجاهات مقدمي البرامج نحو توظيف تقنية مذيع الروبوت بالقنوات التليفزيونية – دراسة ميدانية "** ، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 64 ، الجزء الثاني ، يناير 2023) .

4- Pu Zhoa, " **Artificial Intelligence – Based Digital Media Design Effect Enhancement Mechanism** " , Advances in Multimedia , Vol.2023, Article ID. 8600543 , @ http://doi.org/10.1155/2023/8600543 .

5 -سمر سمير الصادق ، **" صناعة المحتوى عبر خدمات البث المباشر الاجتماعية وعلاقته بالثقافة التشاركية : دراسة حالة على الغرف الصوتية بتطبيق باز"**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 66 ، الجزء الثاني ، يوليو 2023) .

6- Abul Kabil Khan, " **Internet Television in Bangladesh : past and present** " , innovative Solution in Social Science and Humanities, May 2022, @ http://doi.org/10.21303/2613-5647.2022.002325 .

7- Lu Lian & Tong Lei , " **Film and Television Animation Sensing and Visual Image by Computer Digital Image Technology**", Hindawi , Journal of Mathematics , Vol. 2022 ,article ID 6331233 @ http://doi.org/10.1155/2022/6331233

8- Tausif Mulla , **Assessing the Factors influencing the adoption of over -the – top streaming platforms : Aliterature review from 2007 to 2021",** Telematics and informatics journal , Vol. 69 , April 2022 .

9- Abul Kabil Khan & Anna Shnaider , " **The Development Trends and Features of Online News Websites in Bangladesh**," Eurika Social and Humanities ,No.3, May 2021 @ httpp://www.researchgate.net/publication/352014701 .

10 - مروة عبد الله السيد ، **تقنيات استخدام الهواتف الذكية في الإنتاج البرامجي المرئي – دراسة استكشافية "** ، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 59 ، الجزء الثاني ، أكتوبر 2021) .

11- Victor Garacia - perdom , " **How Social Media Influence TV Newsrooms Online Engagement and Video Distribution**", Journalism & Mass Communication Quarterly 1-22 , 2021 .

12 -عمرو محمود عبد الحميد ، **" توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري "** ، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 55 ، الجزء الخامس ، أكتوبر 2020) .

13-The Chen et al , " **A brief analysis of application research of digital media technology – taking digital film and television as an example**," Journal of Physics : Conference Series , 1345 , 2019.

14-Arsyad Nurizar , **Digital Television Regulation and its Impact on Indonesia towards Society 5.0,"** Journal Komunicator, Vol. 12 , No. 2 , November 2020 .

15-Lavua Murphy , et al , **The impact of New on Television on Broadcasting : A case study on Congolese National Television Radio (RTNC) ",** New Media and mass communication, Vol. 70 , 2018 .

16-محمد محمد عمارة ، **" معالجة المسلسلات المقدمة على منصة نتفليكس للمضمون الترفيهي : دراسة تحليلية "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 82 ، ، يناير - مارس 2023) .

17-Kristina Pietaryte & Ana Cristina Suzania , " **Female representation in Netflix Global Original Programming : A comparative analysis of 2019 drama series" , Critical Studies in** Television , the international Journal Studies , Vol. 18 , NO.1 , 2023.

18 -مروة محمود عبد الغفار خلف ، **" القيم المقدمة للأطفال في أفلام الكارتون المريكية بمنصات المشاهدة الرقمية "**، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي السادس لمعهد CIC بعنوان " التخديات والقضايا الإعلامية في العصر الرقمي ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 82 ، يناير 2023) .

19 -رهام محمد صلاح الدين ، **" الأعمال الدرامية العربية التي تنتجها منصة نتفليكس ومردودها على القيم الثقافية والأخلاقية للشباب المصري – دراسة ميدانية "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 61 ، الجزء الثالث ، إبريل 2022) .

20 - آية كمال محمود ، **" الأنساق القيمية في السلاسل الدرامية المعروضة على منصات المشاهدة المدفوعة ، دراسة مقارنة بين مسلسل الآنسة فرح و Jane the Virgin "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 63 ، الجزء الأول ، أكتوبر 2022) .

21 - هشام البرجي ، **" القيم والسلوكيات التي تعكسها الأفلام المنتجة حصريا عبر منصة نتفليكس Netflix "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 21 ، العدد 4 ، الجزء الأول ، أكتوبر - ديسمبر 2022) .

22 - حسن علي قاسم ، **" تقييم صناع الدراما لأثر استخدام المنصات الرقمية في مستقبل صناعة الدراما"**، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين بعنوان الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي : مسارات للتكامل والمنافسة ،(جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 77 ، يناير 2021) .

23-Fillipo Gilardi et al , " **International TV series distribution on Chinese digital platforms : Marketing strategies and audience engagement" ,** Global Media and China , Vol. 3 , Issue.3 , 2018.

24-نشوى يوسف اللواتي ، **" أيدولوجيا الإنتاج الإخباري التليفزيوني في ظل التنافسية الرقمية – دراسة مسحية للقائم بالاتصال في القنوات الإخبارية "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 82 ، ، يناير - مارس 2023) .

25-Catalina Lordache , " **Netflix in Europe : Four Markets , Four Platforms? Acomparative Analysis of Audio – Visual Offerings and Investment Strategies in Four EU States" ,** Television & New Media, Vol. 23 , NO.7 , 2022.

26-أماني رضا عبد المقصود ، **" التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية : دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي"**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 55 ، الجزء الأول ، أكتوبر 2020) .

27- Kevin Sanson & Gregory Steirer , " **HULU, Streaming and the contemporary television ecosystem" ,** Media Culture Sosiety , Vol. 41 , No. 8 , 2019 .

28 -عبد الله عمران إبراهيم ، **" أيدولوجيا الإنتاج الإخباري التليفزيوني في ظل التنافسية الرقمية – دراسة مسحية للقائم بالاتصال في القنوات الإخبارية "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 54 ، الجزء الأول ، أكتوبر 2021) .

29-Micheal L Wayane , "**Netflix , Amazon and branded television content in subscription video on-demand portals ," ,** Media culture and society , Vol. 40 , Issue.1 , 2018 .

30-Emma Heywood, et al , " **Radio as usual`? Digital technologies and radio in Conflict – affected Burkina Faso"** Journalism , Vol.0 , ,2023 , @journals.sagepub.com/home/jou.

31-محمود محمد زكي ، **" التعرض الانتقائي للمحتوى الرياضي في القنوات التليفزيونية والمواقع الإلكترونية وعلاقته بمستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 81 ، أكتوبر 2022) .

32 -بسنت مراد فهمي ، **" معايير انتقاء ومعالجة البرامج التليفزيونية المصرية للموضوعات السائدة (التريند) على مواقع التواصل الاجتماعي – دراسة كيفية على القائم بالاتصال "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 81 ، الجزء الثاني ، أكتوبر - ديسمبر 2022) .

33 -محمود حلمي عمارة ، **" التغطية الإعلامية لرياضات الخاصة بالأشخاص ذوي الإعاقة في البرامج التليفزيونية المتخصصة وصفحات الفيسبوك – دراسة مقارنة "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون ، العدد 21 ، يناير - يونية 2021) .

34- Jorge Vazquez-Herreo, et al , " **Intersection between TikTok and TV: Channels and Programmes Thinking Outside the Box ,"** Journalism and Media , Vol. 2 , 2021 @ https://doi/103390/journalmedia2010001.

35 -سارة طارق أحمد أمين ، **" اتجاهات طلاب الجامعات المصرية نحو مصداقية المضامين الصحية على التليفزيون ومنصات التواصل الاجتماعي – دراسة ميدانية "**، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي : مسارات التكامل والمنافسة ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ،المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 77 ، يناير ، 2021) .

36- Neil Thurman , " **When a TV channel reinvents itself online : Post – broadcast consumption and content change at BBC Three ,"** The International Journal of research into New Media Technologies , Vol.27 , Issue , 2 , 2021.

37 -ريم الشريف ، **" مشاهدة المسلسلات عبر الشاشات البديلة وتأثيرها على مشاهدة التليفزيون التقليدي** ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 20، العدد 4 ، يوليو -سبتمبر ، 2021) .

38 -هناء حفناوي يوسف ، **" مصداقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية لدى الفتاة الجامعية السعودية – دراسة ميدانية** ، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، ، العدد 58 ، يوليو ، 2021) .

39-أماني رضا عبد المقصود ، **" أطر التناول الإعلامي للأحداث الإرهابية في وسائل الإعلام التقليدي والجديد – دراسة حالة على حادث (تفجير مسجد الروضة)** ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون ، العدد 13 ، يناير 2018) .

40-دينا يحي ، **" مدى تفضيل الجمهور لمشاهدة القنوات الإخبارية التليفزيونية العربية واستخدام صفحات المواقع الرسمية لها على الإنترنت – دراسة ميدانية** ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 62 ، يناير 2018) .

41 -ماجد الخضري ،**" مصداقية الأخبار الإعلامية مقارنة بين الإنترنت والتليفزيون في الأردن** ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 64 ، مايو 2018) .

42 -أشرف مصطفى أحمد شلبي ، **" استخدام طلاب الجامعات المصرية لمنصة تنفليكس وعلاقته بالأمن الفكري لديهم"**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون ، العدد 25 ، يناير - يوليو 2023) .

43 -زينب عبد العظيم عبد الواحد ، **" استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباعات المتحققة منه – دراسة ميدانية "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون ، العدد 24 ، الجزء الثاني ، يوليو - ديسمبر 2022) .

44 -طارق زياد الناصر ، صدام مشاقبة ، **" متابعة الجمهور المستخدم لصفحات الفضائيات الأردنية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل معارفهم نحو أزمة كورونا "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 81 ، الجزء الثاني ، أكتوبر 2022) .

45-آلاء عزمي محمد فؤاد ، **" تعرض الجمهور المصري للبرامج التليفزيونية التكنولوجية وعلاقته بالتكنوفوبيا لديهم "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 63 ، الجزء الثالث ، أكتوبر 2022) .

46-أميرة عبد الوهاب علي نصر ،**" دور القنوات الثقافية على اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب – دراسة تطبيقية "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 62 ، الجزء الثاني ، يوليو 2022) .

47-إيمان عز الدين دوابه ، **" دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 55 ، الجزء الخامس ، أكتوبر 2020) .

48-رشا محمد عاطف الشيخ ، **" تعرض الجمهور للمحتوى الدرامي في المنصات التليفزيونية الرقمية وعلاقته بالحالة المزاجية : في إطار مفهوم سمة ما وراء المزاج "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون ، العدد 24 ، الجزء الثاني ، يوليو - ديسمبر 2022) .

49-محمد بين فهد الجبير ، **" تعرض الجمهور السعودي للأفلام السينيمائية عبر المنصات الرقمية دراسة مسحية على عينة من سكان مدينة الرياض"**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 63 ، الجزء الثالث ، أكتوبر 2022) .

50- Cusi Lukitowati , et al , " **Patterns of Early Childhood Media Consumption in the Digital Television Era ,"** Komunika ;Jurnal Dakwah dan Komunikasi , Vol. 16 , No .2 , October ,2022.

51 -أحمد محمد صالح العميري ، **" تعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لديهم"**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 60 ، الجزء الأول ، يناير 2022) .

52 -أسماء الجيوشي مختار ، **" اعتماد الجمهور على مقاطع فيديو الفضائيات العربية والأجنبية المتخصصة بشئون المرأة عبر التطبيقات الإلكترونية المرئية في معرفة اهتمامات المرأة واتجاهاته نحوها "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 20 ، العدد 4 ، يوليو - سبتمبر 2021) .

53 -هشام البرجي ، **" دوافع مشاهدة الشباب المصري للبرامج المقدمة من خلال موقع اليوتيوب "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 54 ، الجزء الأول ، يوليو 2020) .

54- Ozgul Birsen , " **Transforming Radio , Changing Listener ,"** European Journal of Formal Science and Engineering, Vol. 6 , Issue .1 , 2023.

55- Tal Laor , " **Radio on demand : New habits of consuming radio content ,"** Global Media and Communication , Vol. 18 , No .1 , 2022.

56 -ولاء إبراهيم عقاد ، **اعتماد الشباب الجامعي على الإذاعات الرقمية وعلاقته بإدراك القيم الاجتماعية "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 58 ، الجزء الثالث ، يوليو 2021) .

57 -محمد عبده بكير ، **" المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية وعلاقتها بتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية دراسة مسحية في إطار نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 22، العدد 2 ، الجزء الأول ، إبريل - يونيو 2023) .

58- داليا عثمان ، **" آثار مشاهدة نتفليكس بنهم على التحصيل الأكاديمي للمراهقين المصريين"** (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، مجلد 21 ، العدد 2، الجزء الثاني ، إبريل - يونيو 2022).

59-ريهام سامي ، **" مشاهدة الشباب المصري الشرهة لخدمات البث التليفزيوني عبر الإنترنت ؛ دراسة كيفية "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 55 ، الجزء الثالث ، أكتوبر 2020) .

60-عمرو محمد عبد الحميد ، **" دوافع المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي وتأثيراتها على المستخدمين"**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، العدد 18 ، يولية – ديسمبر 2019) .

61- Aditya Dhanuka & Abhilasha Bohra , " **Binge – Watching : Web Series Addiction amongst Youth" ,** the management quest, ,Vol . 2 , Issue. 1 , April – September 2019.

62 -عمرو محمد عبد الحميد ، **" أنماط تعرض الشباب بدولة الإمارات للشاشات المتعددة وتأثيرها على حضورهم الاجتماعي – دراسة في إطار ظاهرة التليفزيون الاجتماعي"**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 56 ، الجزء الرابع ، يناير 2021) .

63- Oliver Budzinski & Sophia Gaenssle, **The battle of Youtube , TV, and Netflix : an empirical analysis of compition in audiovisual media market ,**Ilmenau Economics Discussion Papers , Vol. 26 , NO.137 , April 2020

64-رهام صلاح الدين ، **" أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المعروض على المنصات الإلكترونية المتخصصة "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون ، العدد 20 ، ، يولية- ديسمبر 2020) .

65-ماجدة أبو الفتوح محمد الحريري ، **" دوافع استخدام الأطفال من 9 -12 سنة لقنوات الأطفال العربية ومواقعها الإلكترونية والإشباعات المتحققة "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون ، العدد 16 ، ، أكتوبر- ديسمبر 2018) .

66-أحمد علي الزهراني ، **" اتجاهات الجمهور السعودي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية – دراسة ميدانية "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 17 ، العدد 3، يولية 2018) .

67 -غادة أحمد النشار ، **" تأثير التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية على أنماط علاقة الشباب بالدراما التليفزيونية"**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون ، العدد 13 ، 2018) .

68-مصطفى محمود زيدان ، **" مقاطع التيك توك وعلاقة مشاهدتها بالتأثيرات المختلفة على الجمهور المصري "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 65 ، الجزء الأول ، إبريل 2023) .

69-Elizabeth Moroney , et al , "**Digital media use frequency , online behaviors and risk for negative mental health in adolescents in high- achieving schools " ,** Clinical Child Psychology and Psychiatry , Vol. 28 , No.1, Special Issue : Social Media and Mental Health, 2023.

70-منى يوسف حسن ، **" استخدامات قنوات اليوتيوب العائلية وعلاقتها بالهوية الثقافية لدى المراهقين – دراسة تطبيقية "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 62 ، الجزء الثاني ، يوليو 2022) .

71 نهلة حلمي عبد الكريم ، **" أثر كثافة التعرض لبرامج التيك توك على بعض الخصائص النفسية والسلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري"**، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 57 ، الجزء الأول، إبريل 2021) .

72 -شيماء ذوالفقار زغيب ، **" استخدامات التيك توك ومعدلات القلق بين الشباب والمراهقين المصريين أثناء وباء كوفيد 19"**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 59 ، الجزء الثاني ، أكتوبر 2021).

73-Rahd Ahuja, "**Astudy of Effects of Web series Streaming Content on Indian Youth " , " ,** International Journal of Creative Research Thoughts , Vol. 8 , Issue.9 , 2020 .

74- Myojung Chung , et al " **Agenda – setting in social TV: How and When user comments influence perceived issue importance** ", new media & society , Vol. 25 , issue. 6 , 2023.

75 -نادية قطب إبراهيم ، **" المعلومات والمفاهيم العلمية التي تقدمها قنوات الرسوم المتحركة التعليمية العربية والأجنبية على اليوتيوب وتفاعلية مستخدميها دراسة تحليلية في إطار نظرية تمثيل المعلومات "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 65، الجزء الأول ، إبريل 2023) .

76 - Jinjue Kim, Jordi Sintas " **Social TV viewers` symbolic interactions with media characters : A topic modelling analysis of viewers` comment** ", Social Sciences & Humanities Open , No . 3 ,2021 @ www.elsevier.vom/loctate/ssaho.

77- ولاء إبراهيم عقاد ، **" تفاعلية الجمهور مع صفحات الشخصيات النسائية العامة على موقع فيسبوك – دراسة تحليلية "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 64، الجزء الثاني ، يناير 2023) .

78- رحاب محروس ، سامح البدري ، **" عناصر الحجة في الحوار العلمي الديني على قنوات اليوتيوب وتفاعلية المستخدمين (دراسة في تقنيات الحجاج "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 66، الجزء الأول ، يوليو 2023) .

79- Ibe Ben Onoja et al, " **Critical Discource Analysis of Online Audience ` s Comments : Insights from the l imagery perspective** ", SAGE open , July – September 2022 .

80- Mokhtar Elareshi , et al, " **Factors affecting social TV acceptance Generation Z in Jordan** ", Act Psychologic230 ,2022 ,@ Journal homepage: www.elsevier.com / locate/actpsy.

81- Haroon Malik , **Approximating Viewership of Streaming TV programs Using Social Media Sentiment Analysis ",** Procedia Computer Science journal , Vol. 198, 2022 , pp 94-101 .

82-Jeremy Rayan Matthew , "**Netflix and the design of the audience" ,** Journal of media and communication research , Vol. 36 , Issue.69 , 2020 .

83- Minjung Park & Jungmin Yoo " **Effect of Perceived interactivity of augmented reality on consumer responses : Amental imagery perspective** ", Journal of Retailing and Consumer Services ,2020 ,Vol .52.

84 -أماني عبد الرؤوف محمد ، **" خاصية البث المباشر الحي على اليوتيوب ولأهميتها في ثراء الخريطة البرامجية : دراسة حالة لقناة قرانس 24 العربية "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 19 ، العدد 1، يناير 2020) .

85-Kate Keib & Bartosz Wojdynski, "**Staying Alive : TV News Facebook Posts , Perceived Credibility and Engagement Internet " ,** Electronic News , Vol.13 , No.1 , 2019 .

86-بسنت مراد ، **" أطر التغطية الإخبارية للهجوم الثلاثي الأمريكي البريطاني الفرنسي على سوريا بقناتي الحرة وروسيا اليوم وتفاعل الجمهور على موقعيهما على اليوتيوب "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 66 ، يناير 2019) .

87-Lauren A. Auverset & Andrew C.Billings, "**Relationship Between Social TVand Enjoyment : A Content Analysis of the Walking Dead's Story Sync Experience " ,** Social Media + Society , July-September 2018.

88- صفا محمود عثمان ، **"تأثير التعرض للمحتوى المرئي المقدم على مواقع التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب المصري نحو فعالية الأداء الحكومي "** ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 64 ، يوليو - سبتمبر 2018 .

89 -نهلة نشأت ، هنادي غريب ، **" أطر المعالجة الإعلامية في الحسابات الإخبارية الموجهة باللغة العربية بتطبيق انستجرام "**، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي السادس لإعلام CIC بعنوان " التحديات والقضايا الإعلامية في العصر الرقمي" (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 82 ، يونية 2023) .

90-إنجي طه سيف النصر مناصير ، **" المعالجة الإخبارية لقضايا الإتحاد الأوروبي المطروحة في تطبيق يورونيوز"**، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي السادس لإعلام CIC بعنوان " التحديات والقضايا الإعلامية في العصر الرقمي" (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 82 ، يونية 2023) .

91 -أسماء الجيوشي مختار ، **" معالجة مواقع القنوات الفضائية العربية للقضايا الأسرية "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 78 ، يناير - مارس 2022) .

92- M.A . Febriyanti, , "**Analyzing News Trends Through the Lens of Aljazeera` s Instagram Account " ,** The 4th Proceeding International Conference on Arabic Language and Literature (ICALL) , 2022 .

93 -تامر محمد صلاح الدين سكر ، **" معالجة مواقع القنوات الإخبارية للأحداث الإرهابية وعلاقتها بالقلق السياسي المستقبلي لدى الشباب الجامعي "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون ، العدد 21 ، يناير - يونية 2021) .

94- A. Khalisah& H.Y.Anjarningsih , "**Studing News trends in Entertainment News Account on Instagram" ,** Indonesian Jourv=nal of Applied Linguistics , Vol .9 , No.3 , 2021 .

95 -زينب الحسيني رجب ، **" أطر تقديم المواقع الإخبارية الدولية لأزمة السفينة الجانحة بقناة السويس "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 59 ، الجزء الرابع ، أكتوبر 2021)

96 -نهلة حلمي عبد الكريم ، **" أطر معالجة مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية لجائحة كورونا المستجد COVID19 – دراسة تحليلية "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 59 ، الجزء الثاني ، أكتوبر 2021)

97- Iigar Seyidov,& Beris Artan, "**Isnta-worthiness of News in New Media Journalism : How to understand News Values on Intagram " ,** Turkish Review of Communication Studies , issue . 36 , 2020 .

98-Hanna Orsolya, "**Frame variation in the News Coverage of the Refigee Crisis:the Romanian Perspective " , East European Politics and Society and Cultures** , Vol.35 , No.1 January 2020 .

99 -مها مصطفى بخيت محمد ، **" أطر معالجة المواقع العربية والدولية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر -د راسة تحليلية "**، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 19، العدد 2 ، الجزء الثاني، إبريل 2020)

100 - ميرال مصطفي عبد الفتاح ، **" أطر معالجة العلاقات المصرية الأفريقية في مواقع القنوات الإخبارية التليفزيونية المصرية "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 55 ، الجزء الأول ، أكتوبر 2020)

101 -جميل عادل جميل ، **" استخدام الأشكال الإذاعية والتليفزيونية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى أدائها – دراسة تحليلية ميدانية "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 54 ، الجزء السابع ، يوليو 2020)

102 -عبد الرحمن شوقي يونس ، **" العلاقة بين خطاب مقتطفات الفيديو من برامج الرأي المقدمة على يوتيوب وإدراك الشباب الجامعي الجامعي المصري للواقع الاقتصادي بالتطبيق على أزمة ارتفاع الأسعار "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 63 ، الجزء الأول ، أكتوبر 2022) .

103 -شفق أحمد علي ، **" تغطية تقنية ميتافيرس في عينة من الفيديوهات العربية والإنجليزية على اليوتيوب – دراسة تحليلية كيفية "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 63 ، الجزء الأول ، أكتوبر 2022) .

104 -محمد عبد العزيز سيد ، **" تحليل الخطاب الإعلامي لمواقع القنوات الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية حول العنف ضد المرأة بدول الشرق الأوسط "**، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 58 ، الجزء الثالث ، يوليو 2021) .

105 -محمد علي عمارة ، **" تحليل البنى الخطابية للأخبار السياسية الملونة تجاه مصر عبر اليوتيوب "**، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 55 ، الجزء الخامس ، أكتوبر 2020) .

The Scientific Journal

of the Faculty of Mass Communication

(Girl's branch) Al-Azhar university

Editor-in-Chief **Prof. Walaa Ibrahim Aqqad**

Dean of the Faculty of Mass Communication (Girls' branch) Al-Azhar University

Deputy Editor-in-Chief **prof. Doaa Abdel Hakam El-Saeady**

Associate Professor of Journalism and Publishing the Faculty of Mass Communication (Girls' branch) Al-Azhar University

Editorial Board Members:

- **Prof. Gamal Abdel Hai El-Naggar-** Professor of Journalism and Publishing the Faculty of Mass Communication (Girls' branch) Al-Azhar University
- **Prof. Mohamed Moawad Ibrahim** - Professor of Media Faculty of Graduate Studies, Ain Shams University
- **Prof. Hassan Mohamed Mansour**

  Professor of Media King Saud University
- **Prof. Mohamed Ali Al-Qaari**

  Professor of Journalism and Media, Imam University
- **Prof. Abdel Halim Mousa Yaqoub**

  Professor of Journalism at King Faisal University
- **Prof. Abdel Nabi Abdullah El-Noubi-** Professor of Media, Faculty of Media and Communication,Imam Muhammad Ibn Saud University

Executive Supervisor (Managing Editor)

- **Prof. Ayat Ahmed Ramadan -** Professor of Journalism and Publishing the Faculty of Mass Communication (Girls' branch) Al-Azhar University
- **Dr. Om El-Rizk Mahmoud Abdel Aal -** Lecturer of Journalism and Publishing the Faculty of Mass Communication (Girls' branch) Al-Azhar University

Financial manager: **Asmaa Al-Ashry** **Secretary:** **Marwa Nasser**

Volume 1 July 2025 AD, Muharram 1447 AH

For correspondence: Faculty of Mass Communication (Girls), Al-Azhar University (Girls' Branch), Youssef Abbas Street, Nasr City, Cairo

Email: ilambanatjournal@azhar.edu.eg

Authors guideline

Publication Guidelines and Standards of The Scientific Journal of the Faculty of Mass Communication (Girls' branch)

1. Originality and Novelty:

The research must be original, recent, and provide a scientific contribution in its field of specialization. It must not have been previously published or submitted for publication elsewhere.

2. Author Declaration:

The author must submit a declaration confirming that the research has not been previously published.

3. Scope of Publication:

The research must fall within the subjects covered by the journal, including journalism and publishing, radio and television, public relations, advertising, and electronic media.

4. Language and Research Components:

Research papers are accepted in either Arabic or English and must include:

» Research Title
» Author's Name and Job Title
» Institutional Email Address
» Abstract in both Arabic and English
» Full research paper not exceeding 100 pages, following the specified formatting guidelines.

5. Abstracts:

» Each research paper must be accompanied by two abstracts: one in Arabic and one in English. The Arabic abstract must include: an introduction not exceeding two lines, the objective, methodology, results, and keywords. The research title should appear at the top of the page, followed by the author's name without titles, department, faculty, university, and then the email address (Azhari university email for Al-Azhar University members, or any other email for non-members).

» The abstract should be between 250 and 300 words.

Care must be taken to ensure the English abstract is accurately and

properly translated, free from linguistic and stylistic errors.

6. Methodology and Referencing:

The research must strictly adhere to scientific methodology and all sources and references must be documented using the Chicago style.

7. Reference List:

References must be listed at the end of the research using EndNote software, in the order they appear in the text, in both Arabic and English.

8. General Formatting Guidelines:

» Arabic text: Simplified Arabic, font size 14.
» English text: Times New Roman, font size 14.
» Main and subheadings: Bold.
» Margins: 2.54 cm on all sides.
» Line spacing: Single (1).
» Table titles: Times New Roman, font size 11.

9. Language Accuracy:

The research must be free from grammatical, linguistic, and typographical errors, and should be clear and sound in meaning and style in both Arabic and English.

10.Research Review:

» Research papers are subject to peer review by two professors specialized in the field from universities in Egypt and the Arab world. Based on their evaluations, the suitability of the material for publication is determined.
» The review process is conducted with complete confidentiality (double-blind peer review).
» If one reviewer rejects the paper, the journal's management has the right to refer it to a third reviewer for final judgment.
» The review process is supervised by the Editor-in-Chief or their designated representative.

11. Review Results and Publication Commitment:

» Upon acceptance, the author is officially notified.
» The author may not withdraw the research after it has been accepted for publication.

» Reviewer fees are non-refundable if the research is not accepted.
» If revisions are requested, the modified paper must be submitted within one week. If delayed, the paper will be postponed to the next issue.
» If the revisions are substantial, the paper must be resubmitted within 15 days.

12. Rejection of Publication:

» The journal informs authors if their papers are not accepted without being obligated to provide reasons.

13.Content Responsibility:

» The views expressed in published research papers are solely those of the authors. The journal holds no responsibility for the content.

14. Order of Publication:

» Research papers are published based on internal technical and organizational considerations.

15. Prohibition of Duplicate Publication:

» Publishing the same research in more than one journal or platform is strictly prohibited.

16. Journal Rights:

» The journal retains all publication rights.
» It has the right to republish research papers in print or electronically.
» It may make research papers available in various databases, whether for a fee or free of charge, without requiring the author's consent.

17. Financial Costs:

» Administrative, printing, and publication costs are determined based on the approved regulations and publisher quotations.

18. Commitment to Scientific Ethics:

» Authors must adhere to ethical publication standards and avoid all forms of academic misconduct, including plagiarism, falsification, and fabrication.
» Authors must disclose research funding sources, if any.
» For joint research, all contributing authors must be clearly identified before submission to the journal.
» If a significant error is discovered after publication, the author must notify the editorial board to correct or retract the material.

19. Post-Publication Review and Correction:

» Authors are required to make any revisions or corrections requested after publication as soon as they are notified.