

التحليل الإعلامي لتطبيق النظريات الإعلامية  
في تشكيل الخطاب حول  
القضايا الاجتماعية والاقتصادية:  
دراسة تطبيقية على برنامج (تحت المجهر)

**Media Analysis of the Application of Media Theories  
in Shaping Discourse on Social and Economic Issues: An Applied  
Study of the Television Program Under the Microscope.**

أ.م.د. سيروان أنور مجيد

جامعة أربيل التقنية

Assistant Professor

**Dr. Seerwan Anwer Majeed**

009647504775173

Serwan.majeed@epu.edu.iq



**Abstract:**

Amid the rapid transformations sweeping the Arab media landscape, there is an urgent need for in-depth studies that elucidate the role of media theories in shaping discourse on social and economic issues. Against this backdrop, the present paper entitled “Media Analysis of the Application of Media Theories in Shaping Discourse on Social and Economic Issues: An Applied Study on the Program ‘Under the Microscope’” offers a comprehensive analytical reading combining theoretical and applied dimensions across four interconnected chapters. The first chapter outlines the study’s methodological framework, while the second provides a detailed exposition of the application of six principal media theories to the program under investigation. The third chapter presents an in-depth media analysis of these theories’ manifestations in shaping discourse on social, political, and economic issues through the study of seven selected episodes of the program. The final chapter concludes with the presentation of findings, conclusions, recommendations, and future research directions.

The study adopts a theoretical framework comprising six key theories: media framing, cultural cultivation, critical discourse analysis, uses and gratifications, media governance, and cognitive effects. Employing a mixed-methods approach, it combines qualitative and quantitative analyses of texts and content, supported by surveys and audience viewership and engagement data.

Findings reveal that more than three-quarters of the program’s content is characterized by crisis framing focusing on victimization, while less than one-quarter presents solutions and positive initiatives, thus fostering predominantly emotional responses over rational analysis. Cultivation analysis confirms that intensive exposure to the content entrenches negative perceptions among one-third of regular viewers. Discourse analysis identifies 55 expressions laden with political or economic bias, 65% of which reinforce the crisis narrative. Results from the uses and gratifications analysis show that over half the audience follows the program primarily for informational purposes, with significant demographic

variations. Media governance analysis indicates institutional and political pressures that constrain content independence. Cognitive effects analysis confirms heightened audience awareness of the discussed issues, particularly among individuals with university-level education and above.

The study concludes that the dominance of negative framing perpetuates pessimistic cognitive schemas, while weak media governance undermines discourse objectivity. Meanwhile, the diversity of audience motivations presents an opportunity to develop more inclusive and balanced content. Recommendations emphasize the necessity of balancing negative and positive frames, broadening coverage perspectives, enhancing editorial independence through transparent governance frameworks, and tailoring content to diverse demographic groups. The study also advocates for employing advanced data analysis techniques to measure impact and refine media strategies. Future research is encouraged to conduct comparative analyses with other Arab programs and to explore the role of digital media and social platforms in shaping discourse, leveraging artificial intelligence and big data analytics.

**Keywords:** media theories, critical discourse analysis, discourse formation, social and economic issues, Under the Microscope program, Arab media studies.

## الملخص

في ظل التحولات المتسارعة التي تعصف بالمشهد الإعلامي العربي، تتعاظم الحاجة إلى دراسات معمقة تكشف كيف تسهم النظريات الإعلامية في تشكيل الخطاب حول القضايا الاجتماعية والاقتصادية. وانطلاقاً من هذا الواقع، تأتي هذه الورقة المعنونة بـ «التحليل الإعلامي لتطبيق النظريات الإعلامية في تشكيل الخطاب حول القضايا الاجتماعية والاقتصادية: دراسة تطبيقية على برنامج «تحت المجهر»»، لتقدم قراءة تحليلية ذات بعد نظري وتطبيقي، موزعة على أربعة فصول مترابطة. يستعرض الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة، بينما يتناول الفصل الثاني عرضاً دقيقاً لتطبيق ست نظريات إعلامية رئيسية على البرنامج محل البحث. أما الفصل الثالث فينصرف إلى تحليل إعلامي معمق لتجليات هذه النظريات في تشكيل الخطاب حول القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، من خلال دراسة سبع حلقات مختارة من البرنامج. ويختتم الفصل الرابع بعرض النتائج والاستنتاجات، مقرونة بالتوصيات والمقترحات البحثية المستقبلية. اعتمدت الدراسة إطاراً نظرياً يضم نظريات التأطير الإعلامي، الغرس الثقافي، تحليل الخطاب النقدي، الاستخدامات والإشباع، الحوكمة الإعلامية، والتأثير المعرفي. وقد استندت إلى منهجية تحليل مزدوجة، نوعية وكمية، للنصوص والمضامين، مدعومة باستبيانات وبيانات المشاهدة والتفاعل الجماهيري.

كشفت النتائج أن أكثر من ثلاثة أرباع المحتوى اتسم بأطر أزمائية تركز على الضحية، مقابل أقل من الربع لعرض الحلول والمبادرات الإيجابية، مما عزز الاستجابة العاطفية على حساب التحليل العقلاني. وأكد تحليل الغرس الثقافي أن التعرض المكثف للمحتوى رسّخ تصورات سلبية لدى ثلث المشاهدين المنتظمين، بينما أظهر تحليل الخطاب وجود ٥٥ عبارة تحمل دلالات تحيز سياسي أو اقتصادي، ٦٥٪ منها يدعم خطاب الأزمة. كما أبانت نتائج الاستخدامات والإشباع أن أكثر من نصف الجمهور يتابع البرنامج بدوافع معرفية، مع فروق ديموغرافية لافتة، في حين أظهرت دراسة الحوكمة الإعلامية أن الضغوط المؤسسية والسياسية تحد من استقلالية المحتوى. وأثبتت نتائج التأثير المعرفي ارتفاع وعي الجمهور بالقضايا المطروحة، ولا سيما لدى الحاصلين على تعليم جامعي فأعلى.

وتخلص الدراسة إلى أن هيمنة التأطير السلبي تُغذي أنماطاً ذهنية متشائمة، وأن ضعف

الحوكمة الإعلامية يحد من موضوعية الخطاب، بينما يشكل التنوع في دوافع الجمهور فرصة لتطوير محتوى أكثر شمولية وتوازناً. وتوصي بضرورة إيجاد توازن بين الأطر السلبية والإيجابية، وتوسيع زوايا المعالجة الإعلامية، وتعزيز استقلالية التحرير عبر أطر حوكمة شفافة، وتخصيص محتوى ملائم للفئات الديموغرافية المختلفة، مع توظيف تقنيات تحليل البيانات المتقدمة لقياس الأثر وصياغة استراتيجيات إعلامية أكثر فاعلية. كما تدعو إلى إجراء مقارنات مع برامج عربية أخرى، واستكشاف دور الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي في صياغة الخطاب، مستفيدة من تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة.

الكلمات المفتاحية: النظريات الإعلامية، تحليل الخطاب الإعلامي، تشكيل الخطاب، القضايا الاجتماعية والاقتصادية، برنامج تحت المجهر، الدراسات الإعلامية في الوطن العربي.

## الفصل الأول الإطار النظري للبحث

### ١-١: مقدمة البحث

في ظل التغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي يشهدها العالم العربي، تتصاعد أهمية الإعلام كأداة مركزية في تشكيل الوعي العام وتأطير القضايا الوطنية والإقليمية. إن الخطاب الإعلامي لا يقتصر على نقل الأخبار والمعلومات فحسب، بل يتعدى ذلك ليشمل بناء وتوجيه التفسيرات والتصورات لدى الجمهور، ما يجعل دراسة آليات تشكيل هذا الخطاب ضرورة ملحة لفهم التأثير الإعلامي على المجتمعات.

يأتي برنامج «تحت المجهر» على قناة الجزيرة كأحد أبرز البرامج التي تناولت قضايا اجتماعية واقتصادية مهمة في المنطقة، مقدماً تحليلات معمقة من خلال حلقات متخصصة تناولت مواضيع متعددة مثل الريع الاقتصادي، أزمة اللجوء السوري، واقع النظام الصحي، دور القوى الناعمة، الأزمة المعيشية، تراجع الجامعات، وحماية التراث الحضاري. ومن هذا المنطلق، يطرح هذا البحث سؤالاً مركزياً حول كيفية تطبيق النظريات الإعلامية المختلفة في صياغة خطاب هذا البرنامج، ومدى تأثير هذا الخطاب على وعي وتفاعل الجمهور مع القضايا المطروحة.

تتمثل أهمية هذا البحث في كونه يربط بين النظرية الإعلامية والتطبيق العملي في سياق إعلامي عربي واقعي، حيث يستند إلى ست نظريات إعلامية أساسية تشمل التأطير الإعلامي، الغرس الثقافي، تحليل الخطاب النقدي، الاستخدامات والإشباع، الحوكمة الإعلامية، والتأثير المعرفي. ويهدف البحث إلى تحليل آليات تشكيل الخطاب الإعلامي في برنامج «تحت المجهر»، وكشف الأطر التي يعتمد عليها في تقديم القضايا الاجتماعية والاقتصادية، بالإضافة إلى دراسة مدى التزام البرنامج بمعايير الحوكمة الإعلامية ومدى فعالية تأثيره المعرفي على الجمهور.

إن منهجية البحث تعتمد على التحليل النوعي والكمي للنصوص الإعلامية، إضافة إلى دراسة التفاعل الجماهيري باستخدام بيانات المشاهدة والتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي. كما يعتمد البحث على معايير علمية لضمان الصدقية والثبات، ويعتمد عينة شاملة من حلقات البرنامج ذات الصلة، مع التركيز على البيانات الرقمية والتفاعلات المجتمعية ذات الصلة، أملاً في أن يسهم هذا البحث تقديم فهم معمق لكيفية استخدام النظريات الإعلامية في صياغة الخطاب

الإعلامي الذي يعالج قضايا التنمية الاجتماعية والاقتصادية، إلى جانب توصيات تسهم في تحسين جودة المحتوى الإعلامي وزيادة تأثيره الإيجابي في المجتمع العربي.

### ٢-١: إشكالية البحث

في ظل التحديات الاجتماعية والاقتصادية التي تواجه الوطن العربي، تؤدّي وسائل الإعلام دورًا محوريًا في تشكيل وعي الجمهور وتوجيه الرأي العام. إنّ برنامج «تحت المجهر» يعالج قضايا حيوية في هذا السياق، لكن يظلّ التساؤل حول كيفية تطبيق النظريات الإعلامية المختلفة في صياغة الخطاب الإعلامي ومدى تأثير ذلك على الجمهور، وكيف يتم تأطير هذه القضايا في البرنامج؟ وما مدى فعالية هذا التأطير في تحقيق أهداف التوعية والإعلام؟

### ٣-١: فرضيات البحث

يعتمد برنامج «تحت المجهر» على تطبيق متكامل للنظريات الإعلامية الست في تشكيل الخطاب الإعلامي حول القضايا الاجتماعية والاقتصادية، كما وتساهم طريقة التأطير الإعلامي في البرنامج في تكوين صورة ذهنية معينة لدى الجمهور تؤثر على وعيه واتجاهاته تجاه القضايا المطروحة؛ فضلاً عن أن استخدام البرنامج للأطر الإعلامية يُحفّز لدى الجمهور الإشباع المعرفية ويؤثر إيجابياً على مستوى وعيه بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية. وفي الأخير، فإن تطبيق النظريات الستة تعطي صورة أكثر شمولاً ونضجاً لفهم حقيقة البرنامج وموارئياته.

### ٤-١: مشكلة البحث:

على الرغم من الدور المحوري للإعلام في تشكيل وعي الجمهور حيال القضايا الاجتماعية والاقتصادية، إلا أن الدراسات القائمة تعاني من قصور في تقديم تحليل شامل ومتعدد الأبعاد للخطاب الإعلامي، يقوم على تطبيق متكامل لنظريات إعلامية متعددة في آن واحد. كما تُلاحظ فجوة منهجية في الأدبيات الإعلامية، حيث تندر الدراسات التطبيقية التي تركز على البرامج التحليلية المؤثرة مثل برنامج «تحت المجهر»، مما يحدّ من فهمنا لآليات بناء الخطاب الإعلامي وتأثيراته المعرفية والسلوكية ضمن سياقات اجتماعية وسياسية معقدة. وعليه، تنشأ مشكلة البحث في الحاجة إلى استكشاف معمّق وتحليل تكاملي لتشكيل الخطاب الإعلامي عبر توظيف منظومة من النظريات الإعلامية المتداخلة، مع تقييم تأثيراته على وعي الجمهور، من خلال دراسة حالة

تطبيقية لبرنامج «تحت المجهر»؛ قصد سدّ الثغرات المعرفية والمنهجية وتعزيز الإسهام العلمي في فهم دور الإعلام في التأثير على القضايا الاجتماعية والاقتصادية.

### ٥-١: أهمية البحث:

١. يمثل هذا البحث إضافة نوعية و متميزة في حقل الدراسات الإعلامية، من خلال تقديم رؤية متعمقة وشاملة لكيفية توظيف ست نظريات إعلامية متباينة في تحليل البرامج التلفزيونية التحليلية، مما يرفع من مستوى الجودة والفاعلية في المحتوى الإعلامي ويعزز من قوة التحليل الأكاديمي.

٢. يسلط البحث الضوء بدقة على الدور المحوري الذي يؤديه الإعلام في تشكيل الخطاب الاجتماعي والاقتصادي، كما يعزز الوعي بأهمية مبادئ الحوكمة الإعلامية، التي تعد ركيزة أساسية لضمان النزاهة والمصداقية في نقل الرسائل الإعلامية وتأثيرها في وعي الجمهور وتوجهاته.

٣. يوفر البحث أدوات ومنهجيات علمية دقيقة ومتكاملة لصناع القرار في المؤسسات الإعلامية وللباحثين والمعنيين بمجالات الاتصال، تمكنهم من تحليل المحتوى الإعلامي وصياغة برامج ذات أثر إيجابي ملموس على الساحة الإعلامية والمجتمعية، إضافة إلى كونه مرجعاً معرفياً متيناً للدراسات المستقبلية، خصوصاً في مجالات تحليل الخطاب الإعلامي ودوره في دعم التنمية الاجتماعية والسياسية.

٤. يعالج البحث فجوات معرفية بارزة في الأدبيات السابقة، من خلال دمج النظريات الإعلامية المتعددة وتطبيقها عملياً على برنامج إعلامي محدد، مما يسهم في إثراء المناهج البحثية وتوسيع أفق الفهم النظري والتطبيقي في المجال.

٥. يساهم البحث في فهم أعمق للعلاقة المعقدة بين الإعلام والجمهور، وتأثير السياقات الاجتماعية والسياسية والثقافية على بناء الخطاب الإعلامي، وهو ما يعزز من قدرة الباحثين والمهنيين على التعامل مع المتغيرات الديناميكية في بيئات الاتصال الحديثة.

٦. يقدم البحث ابتكاراً منهجياً عبر توظيف مزيج من الأساليب النوعية والكمية في تحليل المحتوى، مما يعزز مصداقيته العلمية وعمق تحليله، ويتيح إمكانية تطوير أدوات تحليلية جديدة تلبّي متطلبات الأبحاث المستقبلية في الإعلام.

٧. يساهم البحث أيضاً في تطوير الكفاءات الإعلامية والتربوية، حيث يمكن الاستفادة من نتائجه في تصميم برامج تدريبية وتعليمية تساهم في إعداد جيل جديد من الإعلاميين القادرين

على التعامل بموضوعية ومهنية مع قضايا الإعلام المعاصر.

### ٦-١: أسئلة البحث

١. كيف يتم تطبيق النظريات الإعلامية المختلفة (التأطير، الغرس، تحليل الخطاب، الاستخدامات والإشباع، الحوكمة، التأثير المعرفي) في صياغة خطاب برنامج «تحت المجهر»؟
٢. ما هي الأطر الإعلامية التي تهيمن على تقديم القضايا الاجتماعية والاقتصادية في الحلقات؟
٣. كيف يؤثر هذا الخطاب في تشكيل وعي الجمهور تجاه القضايا المطروحة؟
٤. ما هو دور الحوكمة الإعلامية في ضمان مهنية وشفافية محتوى البرنامج؟
٥. ما هي الفروقات في التفاعل الجماهيري مع الحلقات وفق نوعية الخطاب المستخدم؟

### ٧-١: أهداف البحث

- ١- تحليل تطبيق النظريات الإعلامية الست في برنامج «تحت المجهر».
- ٢- الكشف عن الأطر الإعلامية المهيمنة في الخطاب الإعلامي للبرنامج.
- ٣- تقييم تأثير الخطاب الإعلامي على وعي الجمهور تجاه القضايا الاجتماعية والاقتصادية.
- ٤- دراسة مدى الالتزام بمعايير الحوكمة الإعلامية في إنتاج البرنامج.
- ٥- تقديم توصيات لتعزيز جودة المحتوى الإعلامي وتأثيره المجتمعي.

### ٨-١: منهجية البحث وأدوات التحليل:

يتبنى هذا البحث منهجاً تحليلياً مدمجاً يجمع بين العمق النوعي والدقة الكمية، حيث يُعنى بتحليل المحتوى الإعلامي النصي عبر أدوات تحليل المحتوى النوعي وتحليل الخطاب النقدي، للكشف عن الأيديولوجيات والدلالات اللغوية التي تشكل الخطاب الإعلامي المرتبط بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية في برنامج «تحت المجهر». بالتوازي مع ذلك، تُستغل البيانات الإحصائية الخاصة بمعدلات المشاهدة ومستويات التفاعل من خلال تحليل كمي دقيق، لتعزيز فهم مدى انتشار وتأثير الخطاب في وعي الجمهور. إذ تبدأ المنهجية بوضع إطار ترميزي مفصّل يستند إلى مفاهيم النظريات الإعلامية المتعددة، يعقب ذلك ترميز منهجي للنصوص الإعلامية، ثم دمج نتائج التحليلين النوعي والكمي ضمن رؤية شمولية متكاملة، تنتهي بصياغة تقرير نهائي يعرض النتائج والاستنتاجات والتوصيات الأكاديمية المرجوة.

## ٩-١: مجتمع البحث وعينته:

· مجتمع البحث: حلقات برنامج «تحت المجهر» المتعلقة أكثر بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية المعروضة خلال الفترة الزمنية المحددة (٢٠٢٤-٢٠٢٥).

· عينة البحث: النصوص الإعلامية الكاملة للحلقات السبعة، إضافة إلى البيانات الرقمية المتعلقة بالمشاهدة والتفاعل الجماهيري عبر المنصات الرقمية.

· العينة الثانوية: آراء الجمهور المستخلصة من استطلاعات الرأي والتعليقات عبر وسائل التواصل الاجتماعي المتعلقة بالحلقات.

## ١٠-١: معايير الصدقية والثبات والقيود المنهجية

يحرص البحث على تحقيق معايير عالية من الصدقية والثبات من خلال تدريب مشفرين متعددين لضمان اتساق الترميز (Inter-coder reliability)، والاستعانة بتعدد مصادر البيانات (Triangulation) لتعزيز موثوقية النتائج، بالإضافة إلى مراجعة مستمرة للنظرية والتطبيق لضمان توافق المنهجية مع موضوع الدراسة. ومع ذلك، لا تخلو الدراسة من قيود منهجية تتمثل في احتمال وجود تحيزات ناجمة عن التفسير الذاتي في تحليل الخطاب، فضلاً عن محدودية الوصول إلى بيانات تفاعلية دقيقة عبر جميع منصات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى اعتماد البحث على محتوى برنامج واحد فقط، مما قد يقيد من إمكانية تعميم النتائج على سياقات إعلامية أوسع.

## ١٠-١: النظريات الإعلامية التطبيقية

تستخدم الدراسة ست نظريات أساسية في تحليل محتوى وتأثير برنامج «تحت المجهر»:

١. نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory): لفهم كيف يتم تقديم القضايا وترتيبها ضمن أطر معينة تؤثر على تفسير الجمهور.
٢. نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory): لفحص كيف تؤثر التغطية الإعلامية المتكررة على تصورات الجمهور بشأن الواقع الاجتماعي.
٣. نظرية تحليل الخطاب النقدي (Critical Discourse Analysis): لتحليل البنى اللغوية والآيديولوجية داخل النصوص الإعلامية.
٤. نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory): لتحديد دوافع الجمهور لاستهلاك المحتوى وكيف يلبي حاجاتهم.

٥. نظرية الحوكمة الإعلامية (Media Governance Theory): لتقييم مدى التزام البرنامج بمعايير الحوكمة الإعلامية والشفافية.
٦. نظرية التأثير المعرفي (Cognitive Effects Theory): لدراسة كيفية تأثير المحتوى الإعلامي على المعرفة والفهم لدى الجمهور.

### ١١-١: تعريف مصطلحات البحث

- ١- التحليل الإعلامي (Media Analysis): يُعد التحليل الإعلامي منهجًا بحثيًا رصينًا ينهض على فحص المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله، قصد الكشف عن الرسائل الضمنية والصريحة، واستجلاء القيم والرؤى التي تنطوي عليها، وتتبع أثرها في تشكيل وعي المتلقي وتوجيه إدراكه (McQuail, 2010). وهو، في جوهره، مقارنة نقدية تسعى إلى تفكيك طرائق تمثيل القضايا والأحداث في الفضاء الإعلامي، مع إيلاء عناية خاصة بالبنى اللغوية والأساليب الفنية التي تصوغ الرسالة الإعلامية وتمنحها دلالاتها (عمرو، 2014). ويمتد هذا التحليل ليشمل دراسة الأطر الإخبارية، والخطابات، والرموز، والصور، وكيفية توظيفها في صناعة المعنى، ضمن سياقاتها الاجتماعية والسياسية والثقافية، بما يتيح فهم الديناميات الخفية التي تحكم إنتاج الرسائل الإعلامية، ويكشف عن دورها في إعادة تشكيل الوعي الجمعي وصياغة الرأي العام.
- ٢- النظريات الإعلامية (Media Theories): تمثل النظريات الإعلامية منظومات تفسيرية تسعى إلى إضاءة الآليات التي يتم من خلالها إنتاج الرسائل الإعلامية، وتوزيعها، واستقبالها، ورصد أثرها في البنى الاجتماعية والثقافية (Donovan & Henley, 2010). وهي تشمل على مفاهيم تسعى لفهم سلوك وسائل الإعلام وأنماط تأثيرها في الأفراد والمجتمعات، من خلال عمليات الاتصال المباشر وغير المباشر، وما ينطوي عليه ذلك من تفاعلات معقدة (حسين، 2012). كما تتجلى في أطر نظرية ترصد العلاقة الجدلية بين الإعلام والجمهور، وتفسر النتائج المترتبة على هذا التفاعل من حيث تشكيل الرأي العام، وصياغة المعاني، وإعادة إنتاج الثقافة (الجمّال، 2016). وانطلاقاً من ذلك، يمكن النظر إلى هذه النظريات بوصفها أدوات علمية لفهم ديناميكيات القوة والسيطرة والتأثير داخل المجال الإعلامي، ورصد أثر السياقات السياسية والاقتصادية والثقافية في توجيه عمليات الاتصال.

- ٣- تشكيل الخطاب الإعلامي (Media Discourse Formation): يشير تشكيل الخطاب الإعلامي إلى عملية بناء المعاني وصياغة التمثيلات الاجتماعية من خلال النصوص الإعلامية،

مع مراعاة الأبعاد والسياقات التي تحيط بها (Fairclough, 1995). ويتضمن ذلك توظيف الأساليب البلاغية والسرديّة التي تمكّن وسائل الإعلام من صياغة روايات وتفسيرات محددة للأحداث والقضايا، بما يوجّه إدراك الجمهور وفهمه لها (عيسى، 2013). كما يشمل تنظيم الرسائل الإعلامية وترتيبها بصورة تعكس رؤية وأجندات معينة، وتؤثر بالتالي في تشكيل المواقف والاتجاهات الفكرية لدى المتلقين (حمدان، 2017). وبناءً على ذلك، فإن تشكيل الخطاب الإعلامي يمثّل عملية مركّبة تتداخل فيها عناصر الاختيار الموضوعي، والتأطير، واللغة، والرموز البصرية واللغوية، بحيث تسهم جميعها في توجيه تفسير الجمهور للواقع، وتشكيل مواقفه وسلوكياته تجاه القضايا المطروحة في المجال العام.

٤- القضايا الاجتماعية والاقتصادية (Social and Economic Issues): تشير القضايا الاجتماعية والاقتصادية إلى المشكلات والتحديات التي يواجهها المجتمع في مجالات توزيع الموارد، وتوفير فرص العمل، والتعليم، والصحة، بما ينعكس على جودة حياة الأفراد ومستوى رفاهيتهم (Ministry of Social Development, 2019). وتشمل هذه القضايا أبعاداً اقتصادية واجتماعية متداخلة، مثل التفاوت في الدخل، والتمييز، وغياب العدالة الاجتماعية (البلوشي، 2015)، إضافة إلى قضايا تمسّ استقرار المجتمع ورفاهيته كالفقر، وضعف الخدمات التعليمية والصحية (رشيد، 2018). ومن ثم، فإن هذه القضايا تمثل محوراً رئيسياً لاهتمام السياسات الحكومية، وبرامج التنمية المستدامة، والمبادرات المجتمعية الرامية إلى تحقيق العدالة وتحسين مستويات المعيشة.

٥- برنامج تحت المجهز: يُعدّ برنامج (تحت المجهز) من أبرز البرامج الوثائقية الاستقصائية التي تُنتجها وتبثها شبكة الجزيرة الفضائية، حيث يكرّس جهوده لطرح قضايا إنسانية واجتماعية وسياسية واقتصادية بعمق تحليلي ورؤية نقدية متبصرة. ووفقاً للموقع الرسمي لقناة الجزيرة (2025)، يتميز البرنامج بأسلوب بصريّ مبتكر يمزج بين التحقيق الصحفي الميداني والسردي الوثائقي المدعوم بالصورة الحية والشهادة الموثوقة، ليكشف أبعاداً خفية وحقائق مغيّبة خلف واجهة الأحداث. كما أوردت موسوعة ويكيبيديا العربية (2025)، فقد انفتح البرنامج عبر حلقاته على طيف واسع من الملفات، من تحديات التنمية وممارسات الحوكمة، إلى التحولات الثقافية والاجتماعية، وصولاً إلى القضايا السياسية المعقدة، مما جعله مرجعاً إعلامياً رفيع القيمة وركيزة أساسية في المشهد الوثائقي العربي.

## ١-١٢: الدراسات السابقة

تُمثل الدراسات السابقة ركيزة أساسية في تأصيل الإطار المعرفي والمنهجي للبحث، إذ تتيح فهماً معمقاً لمحاور التحليل الإعلامي، وتطبيق النظريات الإعلامية في تشكيل الخطاب، واستجلاء تأثير هذا الخطاب على القضايا الاجتماعية والاقتصادية. ويستند هذا القسم إلى عرض منهجي لثمانى دراسات مختارة، عربية وأجنبية، جرى انتقاؤها بعناية لِمَا تحمله من أبعاد متكاملة وثرية لصلب موضوع البحث. ويشمل العرض بيان منهجيات هذه الدراسات، وأهم نتائجها، ومدى صلتها بالبحث الراهن، مع إبراز الإضافة النوعية التي يقدمها هذا العمل في ضوء الثغرات المعرفية والمنهجية التي كشفت عنها تلك الدراسات.

١- دراسة: «تأطير القضايا الاجتماعية في وسائل الإعلام العربية: دراسة حالة البرامج التلفزيونية».

· المؤلف: د. محمد عبد الله (رسالة دكتوراه، ٢٠١٨، جامعة القاهرة)

· المنهجية: اعتمدت الدراسة منهج تحليل المحتوى بشقيه النوعي والكمي، مستندةً إلى إطار نظرية التأطير الإعلامي. جُمعت النصوص من أربع برامج تلفزيونية بارزة في العالم العربي، وتم تحليلها من خلال ترميز منهجي دقيق يراعي الأبعاد اللغوية والبصرية.

· النتائج: أظهرت النتائج أن الخطاب الإعلامي يميل إلى توظيف أطر «الأزمة» و«الضحية» على نحو متكرر، بما يعزز الانطباع التشاؤمي تجاه القضايا الاجتماعية. كما كشفت الدراسة عن محدودية الأطر التي تركز على الحلول والمبادرات الإيجابية.

· صلة الدراسة بالبحث الحالي: تشترك هذه الدراسة مع البحث الراهن في التركيز على تحليل التأطير الإعلامي والخطاب، غير أنها اقتصرت على منظور نظري واحد دون دمج أطر نظرية أخرى.

· الإضافة البحثية: يوسع البحث الحالي نطاق التحليل ليشمل ست نظريات إعلامية متداخلة، ما يتيح فهماً أعمق لتشكيل الخطاب في برنامج «تحت المجهر»، ويكشف عن أثر هذا الخطاب في تشكيل وعي الجمهور وتحفيز التفاعل المجتمعي.

٢- دراسة: «تأثير وسائل الإعلام على وعي الجمهور بالقضايا الاقتصادية في الوطن العربي»

· المؤلفة: أ. فاطمة السالم (ورقة بحثية منشورة، ٢٠٢٠، مجلة الإعلام العربي)

· المنهجية: استخدمت الدراسة منهج المسح الكمي، حيث جُمعت بيانات من ٦٠٠ مشارك عبر استبيانات مُصممة لقياس مدى تأثير متابعة البرامج الاقتصادية المستمرة على وعي الجمهور بالقضايا الاقتصادية المتنوعة.

· النتائج: أوضحت النتائج وجود علاقة إيجابية وقوية بين متابعة البرامج الاقتصادية وارتفاع مستوى وعي الجمهور بالقضايا الاقتصادية، مع تسجيل بعض الملاحظات حول وجود تحيزات ومحدودية في عرض بعض الموضوعات، فضلاً عن نقص في الموضوعية التامة في الخطاب الإعلامي.

· صلة الدراسة بالبحث الحالي: تركز هذه الدراسة على التأثير المعرفي للجمهور دون التطرق إلى تحليل الخطاب الإعلامي أو استخدام أطر نظرية إعلامية متعددة.

· الإضافة البحثية: يقدم البحث الحالي تحليلاً متعمقاً لتشكيل الخطاب الإعلامي وربطه بتأثيراته المعرفية، من خلال توظيف نظريات إعلامية عديدة ضمن دراسة تطبيقية لبرنامج تحقيقات محدد، مما يوسّع نطاق فهم تأثير الإعلام على وعي الجمهور بصورة أكثر شمولية وعمقاً.

٣- دراسة: "استخدامات وإشباع الجمهور في متابعة البرامج التحقيقية: دراسة تطبيقية على القنوات الفضائية العربية"

· المؤلف: م. سامر الخطيب (رسالة ماجستير، ٢٠١٩، جامعة عمان الأهلية)

· المنهجية: تبنت الدراسة منهج البحث المختلط، حيث جمعت بيانات من خلال مقابلات معمقة مع ٤٠ مشاهد منتظم للبرامج التحقيقية، إضافة إلى استبيانات وزعت على ٣٠٠ مشارك؛ قصد استكشاف دوافع المتابعة وأنواع الإشباع التي تليها هذه البرامج.

· النتائج: أظهرت النتائج أن الدوافع الرئيسة لمتابعة البرامج التحقيقية تتمحور حول السعي للمعرفة، البحث عن الترفيه، والرغبة في التواصل الاجتماعي. كما لوحظت فروقات ديموغرافية ذات دلالة إحصائية تتعلق بالفئات العمرية ومستوى التعليم في طبيعة الإشباع المطلوبة.

· صلة الدراسة بالبحث الحالي: ترتبط هذه الدراسة بشكل مباشر بنظرية الاستخدامات والإشباع، لكنها تفتقر إلى التحليل التفصيلي للخطاب الإعلامي أو دمج أطر نظرية إعلامية متعددة.

· الإضافة البحثية: يقدم بحثنا تكاملاً بين تحليل الخطاب الإعلامي وتطبيق نظريات إعلامية متعددة، مع دراسة معمقة لدوافع الجمهور وتأثير الخطاب، مما يثري شمولية وعمق الدراسة الحالية.

٤- دراسة: «تحليل الخطاب الإعلامي في تغطية قضايا التنمية الاقتصادية في برامج الأخبار العربية».

· المؤلفة: د. ليلي حسن (رسالة دكتوراه، ٢٠١٧، جامعة بيروت العربية)

· المنهجية: اعتمدت الدراسة منهج تحليل الخطاب النقدي، حيث تم تحليل نصوص الأخبار الاقتصادية من قناة عربية بارزة على مدى ستة أشهر، مع تركيز خاص على البنية اللغوية والأيدولوجية للخطاب وكيفية تمثيله لقضايا التنمية الاقتصادية.

· النتائج: كشفت الدراسة عن وجود تحيزات لغوية ومفاهيمية تؤثر على تصورات الجمهور، إضافة إلى تهميش الأبعاد الاجتماعية والسياسية المرتبطة بالاقتصاد، مما يحد من فهم متكامل للقضايا الاقتصادية.

· صلة الدراسة بالبحث الحالي: تركز الدراسة على خطاب إخباري محدد، في حين يركز بحثنا على البرامج التحقيقية ويشمل دمج ست نظريات إعلامية لتحليل أعمق.

· الإضافة البحثية: يقدم بحثنا تحليلاً متكاملًا للخطاب الإعلامي باستخدام نظريات متعددة، مما يسمح بفهم أوسع وأعمق لتشكيل الخطاب الإعلامي وتأثيره على وعي الجمهور في سياق البرامج التحقيقية.

٥- دراسة: «الحوكمة الإعلامية ودورها في تعزيز المهنية في القنوات الفضائية العربية».

· المؤلفة: د. هناء الكيلاني (ورقة بحثية، ٢٠٢١، مؤتمر الإعلام والحوكمة).

· المنهجية: نفذت الدراسة بحثاً نوعياً اعتمد على مقابلات مع ١٥ خبير إعلامي، بالإضافة إلى تحليل وثائق السياسات الإعلامية في مؤسسات إعلامية متعددة، بهدف تقييم مدى تطبيق مبادئ الحوكمة الإعلامية وتأثيرها على جودة المحتوى الإعلامي.

· النتائج: أظهرت الدراسة تفاوتاً ملحوظاً في تطبيق مبادئ الحوكمة الإعلامية، وهو ما يؤثر مباشرة على مصداقية البرامج الإعلامية وجودتها، مع وجود تحديات تتعلق بالضغوط السياسية والمالية التي تواجه المؤسسات الإعلامية.

· صلة الدراسة بالبحث الحالي: تركز الدراسة على الحوكمة الإعلامية دون تناول تحليل الخطاب الإعلامي أو دمج نظريات إعلامية متعددة.

· الإضافة البحثية: يدمج بحثنا بين الحوكمة الإعلامية وتحليل تشكيل الخطاب الإعلامي، مع توظيف نظريات إعلامية متعددة ضمن سياق برنامج تحقيقي محدد، مما يجمع بين النظرية والتطبيق في مجال الحوكمة الإعلامية.

٦- دراسة: «نظرية الغرس الثقافي وتأثير البرامج التلفزيونية على تصورات الجمهور حول القضايا

الاجتماعية»

· المؤلف: أ. جاسم سعيد (رسالة ماجستير، ٢٠١٩، جامعة بغداد)

· المنهجية: اعتمدت الدراسة منهجًا مختلطًا شمل تحليلًا كميًا باستخدام استبيانات دورية وُجّهت لعينة متنوعة من الجمهور، إضافة إلى جلسات نقاشية لتقييم مدى تأثير التعرض المستمر للبرامج التلفزيونية على تصورات وسلوكيات الجمهور الاجتماعية.

· النتائج: أظهرت النتائج أن التعرض المتكرر للبرامج التلفزيونية يسهم في ترسيخ صور وأفكار معينة ضمن وعي الجمهور، مؤثرًا بذلك على مواقفهم وسلوكياتهم بطريقة تتوافق مع أطر نظرية الغرس الثقافي.

· صلة الدراسة بالبحث الحالي: تركزت الدراسة على نظرية الغرس الثقافي فقط، دون دمج نظريات إعلامية متعددة أو إجراء تحليل شامل للخطاب الإعلامي.

· الإضافة البحثية: يقدم بحثنا دمجًا بين نظرية الغرس الثقافي ونظريات إعلامية أخرى، مع تطبيق عملي وتحليل معمق لتشكيل الخطاب الإعلامي في برنامج «تحت المجهر»، مما يعمق الفهم ويثري التحليل.

٧- دراسة: "Media Framing and Public Opinion: Analyzing Social Issue Coverage on

"Television News

· المؤلفان: (Smith, J. & Lee, A. (Journal of Communication, 2018)

· المنهجية: اعتمدت الدراسة منهج تحليل محتوى كمي ونوعي شمل ٥٠ حلقة إخبارية من قنوات تلفزيونية متعددة، مع تطبيق نظرية التأطير الإعلامي بهدف فهم كيفية تقديم القضايا الاجتماعية وتأطيرها في الأخبار التلفزيونية.

· النتائج: أظهرت الدراسة أن أطر التأطير الإعلامي تؤدي دورًا محوريًا في تشكيل اتجاهات ومواقف الجمهور تجاه القضايا الاجتماعية، كما تؤثر في تعزيز أو إضعاف فهم الجمهور لتلك القضايا.

· صلة الدراسة بالبحث الحالي: تبرز الدراسة أهمية نظرية التأطير الإعلامي، لكنها تقتصر على المحتوى الإخباري ولا تغطي دمج نظريات إعلامية متعددة أو البرامج التحقيقية.

· الإضافة البحثية: يقدم بحثنا تحليلًا متعدد النظريات الإعلامية وتطبيقًا على برنامج تحقيقي محدد، مما يوسع الفهم ويعمق تفسير كيفية تشكيل الخطاب الإعلامي وتأثيره على الجمهور.

٨- دراسة: "Cultivation Effects of Economic News on Audience Perceptions: A

"Longitudinal Study

· المؤلف: (Johnson, M. (Mass Communication & Society, 2020)

· المنهجية: اعتمدت الدراسة منهجًا طويلاً شمل استبيانات دورية على عينة واسعة من الجمهور، بهدف قياس تأثير التعرض المستمر للأخبار الاقتصادية على تصورات الجمهور الاقتصادية والاجتماعية.

· النتائج: أكدت النتائج أن التعرض الإعلامي المتكرر يغرس في وعي الجمهور تصورات محدّدة تؤثر على تقييمهم للاقتصاد الوطني والسياسات العامة.

· صلة الدراسة بالبحث الحالي: تركز الدراسة على نظرية الغرس الثقافي والتأثير المعرفي، لكنها لا تتضمن تحليلاً نصياً مفصلاً للخطاب الإعلامي.

· الإضافة البحثية: يدمج بحثنا التحليل النوعي للخطاب الإعلامي مع تطبيق نظريات إعلامية متعددة ودراسة التأثيرات المعرفية في سياق برنامج تحقيقيّ محدّد، ممّا يعزّز شموليّة وعمق الدراسة. الخلاصة: تُبرز الدراسات السابقة التنوع المنهجي والثراء النظري في مجال تحليل الخطاب الإعلامي، وتقييم آثاره المعرفية والسلوكية على وعي الجمهور بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية، من خلال تبني أطُر نظرية متعددة الأبعاد ومتكاملة. وتشدد هذه الأبحاث على ضرورة توظيف منظومات نظرية إعلامية تراعي التعقيدات التداولية، البنائية، والتفاعلية للخطاب، مما يُمكن من تفكيك العمليات الديناميكية لتشكيل وتوجيه المعاني داخل الممارسة الإعلامية. ورغم ما أحرزته هذه الدراسات من مكاسب معرفية ومناهج تحليلية متقدمة، يظل هناك نقص منهجي في الدراسات التي تجمع بين التحليل النوعي والكمّي بشكل متوازن، مع تكامل نظري يشمل منظومات نظرية متداخلة، إضافة إلى غياب دراسات تطبيقية معمقة تركز على برامج إعلامية ذات سياق اجتماعي وسياسي محدّد. ومن هذا المنطلق، يتأسس بحثنا كاستجابة علمية لتلك الثغرات، عبر تبني إطار تحليلي منهجي متعدد المستويات، يدمج تطبيق النظريات الإعلامية المتنوعة المذكورة على برنامج «تحت المجهر»، مع التركيز على استجلاء آليات التأطير، الغرس الثقافي، التحليل التداولي، وغيرها من الأطُر، في تشكيل الخطاب الإعلامي، إلى جانب دراسة أثره المعرفي والسلوكي ضمن سياق اجتماعي وسياسي محدّد، ممّا يحقق استقصاءً متكاملًا ومتعدد الأبعاد يعزز من القيمة النظرية والتطبيقية للبحث، ويرسخ أسس التحليل الإعلامي المعاصر في بيئة إعلامية متجددة ومتغيرة.

## الفصل الثاني

### إطار نظري تكاملي: ست نظريات لفهم إنتاج الرسائل الإعلامية وتلقيها

يُعدّ تحليل الخطاب الإعلامي مسعى معرفيًا مركبًا، يستوجب الاستناد إلى منظومة نظرية متعددة الأبعاد لفهم ديناميكيات إنتاج الرسائل الإعلامية وتلقيها. وانطلاقًا من هذا الفهم المعمق، يستند هذا البحث إلى ستّ نظريات إعلامية محورية، هي: نظرية التأطير الإعلامي، نظرية الغرس الثقافي، نظرية تحليل الخطاب، نظرية الاستخدامات والإشباع، نظرية الحوكمة الإعلامية، ونظرية التأثير المعرفي.

وقد تم اختيار هذه الأطر النظرية لما توفره من رؤية تكاملية تسمح بتناول الخطاب الإعلامي في تفاعله مع البنى الاجتماعية والثقافية والتقنية، كما تُغطي هذه النظريات مستويات التحليل الثلاثة: الرسالة، والمحتوى، والمتلقي، وتُتيح الجمع بين التحليل الكمي والكيفي على السواء. فمن خلال هذا التكامل النظري، يمكن تفكيك البنى الخطائية الكامنة، واستيعاب أنماط التأثير التي تمارسها البرامج الإعلامية، بما فيها برنامج "حقيقة تحت المجهر"، في تشكيل التصورات العامة، وصناعة الوعي الجمعي.

#### ١-٢: تطبيق نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory) على برنامج «حقيقة تحت

#### المجهر»

تُعدّ نظرية التأطير الإعلامي واحدة من أبرز النظريات التفسيرية في حقل الاتصال والإعلام، إذ تسعى إلى تحليل الكيفية التي تُصاغ بها الرسائل الإعلامية بحيث تُوجّه إدراك المتلقين، وتؤثر في تفسيرهم للأحداث والوقائع. وقد وضع إرفنغ جوفمان الأساس المفاهيمي لهذه النظرية، موضحًا أنّ التجربة الاجتماعية تُبنى من خلال «إطارات» إدراكية تُنظّم طريقة تقديم المعلومات، وتؤطر تلقيها (Goffman, 1974). أما روبرت إينتمان فقد طوّر هذا المفهوم لاحقًا، مضيفًا أنّ التأطير الإعلامي لا يقتصر على مجرد تنظيم الرسائل، بل يتضمن أيضًا عملية انتقائية دقيقة تشمل التضمين والإقصاء والترتيب وفق بنى سردية معينة تُحدّد زاوية الفهم الممكنة (Entman, 1993).

وترتكز هذه النظرية على فرضية محورية مفادها أن وسائل الإعلام لا تنقل الواقع كما هو، بل تُعيد تشكيله داخل بنى خطائية مخصصة، تسلط الضوء على جوانب معينة وتُهْمِش أخرى،

وبذلك تساهم في إنتاج واقع رمزي يؤثر في المتلقين وتوجهاتهم الفكرية والسلوكية (Entman, ١٩٩٣). فالإطار الإعلامي، في جوهره، لا يحدد فقط ما الذي يُقال، بل أيضًا كيف يُقال، من خلال مفردات مشحونة دلاليًا، وصور بلاغية، وتوظيف استراتيجي للعواطف والانفعالات. انطلاقًا من هذا المنظور، تبرز نظرية التأطير كأداة تحليلية فعّالة لفهم آليات التأثير الخطابي، لا سيما حين يتعلق الأمر ببرامج إعلامية تحليلية معمّقة تتناول قضايا شائكة، مثل برنامج "حقيقة تحت المجهر". إذ يُقدّم هذا البرنامج نموذجًا تطبيقيًا يُجسّد كيفية استخدام الإطار الإعلامي لإعادة تشكيل الإدراك العام، من خلال انتقاء الزوايا السردية التي تُبرز أو تُخفي معاني معيّنّة، بما يخدم خطابًا ناقدًا أو داعمًا (Scheufele, ١٩٩٩).

وتُظهر طبيعة البرنامج، التي تنطلق من معالجة ملفات اجتماعية وسياسية معقّدة، مدى فاعلية التأطير في توجيه الرأي العام؛ فبينما يُستخدم الإطار الأمني لتصوير القضايا بوصفها تهديدًا للاستقرار، يُوظف الإطار الاقتصادي لتفسير الظواهر باعتبارها انعكاسًا لفشل السياسات أو انعدام الشفافية، ما يدفع المتلقي إلى تبني مواقف نقدية أو داعمة للتغيير (Scheufele, ١٩٩٩). ومن ثمّ، فإن تحليل هذا البرنامج من منظور التأطير الإعلامي لا يكتفي بفهم محتوى الرسالة، بل يكشف أيضًا عن البنى العميقة التي تُعيد تشكيل الواقع في ذهن الجمهور.

وبتطبيق هذه النظرية على حقيقة تحت المجهر، يتم تحليل مضمون الحلقات بما يشمل اختيار العناوين، ترتيب اللقطات، لغة الصورة، وتموضع الضيوف، فضلًا عن تحليل خطاباتهم الرسمية وغير الرسمية. فغالبًا ما يُبرز البرنامج الأبعاد الإنسانية أو الحقوقية أو السياسية للقضية، وفق ما تقتضيه زاوية التأطير المختارة (Entman, ١٩٩٣).

ويكتسب تحليل التأطير أهميته هنا، من كون البرنامج يعتمد على سرديات معقدة ذات طابع تفسيري وتحقيقي، تسعى لتشكيل وعي الجمهور تجاه قضايا حيوية. فكما أشار عبد الله (٢٠١٧)، فإن طبيعة الإعلام الاستقصائي تفرض حضور التأطير كأداة مركزية في إنتاج الرسالة. كما توضح الشمايلة (٢٠١٥) أنّ التأطير لا يغيّر فقط في ماذا يعرف الجمهور، بل في كيف يفهم ما يعرفه. ومن ثمّ، فإن تطبيق التأطير الإعلامي على البرنامج يُتيح الكشف عن الآليات الخفية التي تُوجّه الانتباه وتُشكّل الإدراك العام.

Bottom of Form:

## ٢-٢: تطبيق نظرية الغرس الثقافي (Cultural Cultivation Theory)

تُعدّ نظرية الغرس الثقافي من أبرز النظريات التي تناولت التأثير التراكمي للمحتوى الإعلامي على وعي الجمهور وتصوراتِه بشأن العالم. وقد طُوّرت هذه النظرية على يد جورج جربنر وزملائه في إطار مشروع «مؤشرات الثقافة»، حيث افترضت أن التعرض المتكرر والمطول لرسائل إعلامية متشابهة، لا سيما عبر التلفزيون، يؤدي إلى غرس تدريجي لرؤية معينة للواقع في أذهان المتلقين (Gerbner et al., ١٩٨٠). وبهذا، يصبح الإعلام ليس فقط ناقلاً للمعرفة، بل قوة بنائية تُعيد تشكيل تصوّر الأفراد للعالم المحيط بهم.

وبحسب مورغان (Morgan, ٢٠١٥)، فإن أهمية هذه النظرية تزداد في تحليل البرامج ذات الطابع الجاد والمتكرر، والتي تتناول قضايا اجتماعية وسياسية على امتداد زمني طويل، حيث تُحدث هذه الرسائل تأثيراً تراكمياً في وعي الجمهور، وتُعيد بناء مفاهيم مثل العدالة، المواطنة، الشرعية، والانتماء.

وعند تطبيق هذه النظرية على برنامج حقيقة تحت المجهر، تظهر بوضوح طبيعة التأثير الغرسي للمحتوى الإعلامي الذي يُقدّمه البرنامج على مدى حلقاته المتعددة. إذ يعرض البرنامج بانتظام قضايا حساسة ومركزية في المنطقة، كمخالفات الفساد، الحقوق المدنية، التمييز الاجتماعي، وغياب العدالة، في إطار سردي واستقصائي يحافظ على نسق سردي متماسك ومتكرر. ومن خلال هذا التكرار البنيوي، يُعاد رسم العالم أمام المشاهدين، وفق منظورات محددة ومتسقة، تتماشى مع فرضية الغرس التي تؤكد أن الإدراك الجمعي لا يتشكل دفعة واحدة، بل عبر تكرار الرسائل وتعزيز أنماط الفهم بشكل تراكمي (Gerbner et al., ١٩٨٠).

ويلاحظ أن البرنامج يعزّز لدى الجمهور مفاهيم محورية تتعلق بالمواطنة، الحقوق السياسية، والمسؤولية الاجتماعية، ولا سيما في بيئة متأزمة سياسياً وأمنياً في منطقة الشرق الأوسط. وهذا التعزيز لا يتم عبر خطاب صريح مباشر فحسب، بل من خلال الاستمرارية والاتساق في الطرح، ما ينسجم مع جوهر الغرس الثقافي بوصفه عملية تراكمية بطيئة ولكن عميقة الأثر.

إن اختيار نظرية الغرس لتفسير تأثير البرنامج ليس اختياراً عارضاً، بل ينبع من طبيعة البرنامج ذاته، الذي يُعيد مقارنة القضايا الحيوية بشكل متكرر، ما يتيح فحص كيفية مساهمة الرسائل المتكررة في بناء وعي مشترك لدى الجمهور. وقد أشار الغامدي (٢٠١٦) إلى أن الإعلام الجاد يُعد من أبرز أدوات تشكيل المواقف الاجتماعية في البيئات السياسية غير المستقرة، فيما يرى

الرفاعي (٢٠١٨) أن استمرارية الطرح تؤدي إلى ترسيخ قيم جديدة أو إعادة تفعيل قيم مهمشة في الوعي الجماهيري.

وعليه، فإن مقارنة برنامج «حقيقة تحت المجهر» من خلال منظور نظرية الغرس الثقافي تكشف كيف يمكن للإعلام التحليلي المعمق أن يساهم في إعادة تشكيل التصورات الاجتماعية والمنظومات القيمة لدى الجمهور، ليس من خلال التأثير الآني أو الإثارة اللحظية فحسب، بل عبر عملية تراكمية ممنهجة لإنتاج المعنى وترسيخ أنماط فهم معينة للواقع.

### ٢-٣: تطبيق نظرية تحليل الخطاب (Discourse Analysis Theory)

تتجلى قوة نظرية تحليل الخطاب في قدرتها على الغوص داخل نصوص الإعلام، حيث تفكك اللغة لتكشف عن بناء المعاني، وتمارس السلطة، وتنسج الهويات الاجتماعية عبر رموزها وإشاراتها وصيغها اللغوية (Fairclough, ١٩٩٥). إنها أكثر من مجرد دراسة كلمات؛ إنها رحلة في عمق البنى الخفية التي تشكل الخطاب الإعلامي، تلك البنى التي تؤثر بلا وعي على تصور الجمهور وتوجهاته (إبراهيم، ٢٠١٧). وفي هذا السياق، يُمكن لهذه النظرية أن تضيء الطريق نحو فهم استراتيجيات برنامج حقيقة تحت المجهر الخطابية، وكيفية تشييده للوعي المجتمعي بشكل متقن ومدروس.

فنظرية تحليل الخطاب ليست مجرد إطار تحليلي عادي، بل هي مرآة تعكس علاقات القوة الاجتماعية والسياسية المتجسدة في النص الإعلامي، وتكشف كيف يُنتج الخطاب ويُعيد إنتاج الهويات والتوجهات في نسيج المجتمع (Fairclough, ١٩٩٥). وبالاعتماد عليها، نستطيع أن نفهم كيف يُستغل الخطاب الإعلامي كأداة ذكية لتشكيل وعي الجمهور، توجيهه، وأحياناً التلاعب بمواقفه، وهذا ما يجعلها الأنسب لدراسة برنامج يُعالج قضايا سياسية واجتماعية بالغة الحساسية، حيث يتحول الخطاب إلى سلاح نقد وتحليل يوجه الرأي العام (Van Dijk, ٢٠٠١).

وعليه، فإن اختيار هذه النظرية في هذا البحث ليس اعتباطياً، بل هو ضرورة تمكّن من تفكيك النص الإعلامي لبرنامج حقيقة تحت المجهر من زاوية لغوية ونقدية، لفهم كيف تُبنى وتمثل القضايا الحساسة، وكيف تُشيد الخطابات السياسية والثقافية التي يقدمها (الحسيني، ٢٠١٩). هذه النظرية تمنحنا أدوات لتحليل عميق للمضمون، وللغة التي تحملها الحلقات، وهو أمر جوهري لبرنامج يعالج ملفات معقدة ومتشابكة على المستوى السياسي والاجتماعي.

يُطبق هذا الإطار النظري من خلال تحليل مفصل لمضمون الحلقات، حيث تُدرس اللغة المستخدمة، وأطر السرد التي تُنسج بعناية، مع التركيز على كيفية إنتاج وتكرار الرسائل الإعلامية عبر الحوارات والمداخلات. يشمل تحليل الكلمات المفتاحية، والرموز البصرية، والأنماط الخطائية التي يعتمدها المقدمون والضيوف، للكشف عن البنى المعرفية والثقافية التي تُحدد معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية. كما يتناول التحليل الخطابات الرسمية وغير الرسمية داخل البرنامج، لكشف التأثيرات الأيديولوجية، وممارسات السلطة، وطرق تمثيل الفئات الاجتماعية المختلفة (Fairclough, 1995). بهذا، يتيح التحليل فهم كيفية إنتاج البرنامج لمعاني متشابكة تساهم في تشكيل وعي الجمهور وإعادة إنتاج الهويات الاجتماعية.

## ٢-٤: تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

تُعَدُّ نظرية الاستخدامات والإشباع من أبرز النظريات الاتصالية التي تُعيد تموضع المتلقي في قلب العملية الإعلامية، لا بوصفه عنصراً سلبياً يتلقى الرسائل، بل باعتباره فاعلاً يختار الوسيلة الإعلامية وفقاً لدوافعه النفسية والاجتماعية والمعرفية، وما ينشده من إشباع فكري أو وجداني (Blumler & Katz, 1974). وضمن هذا الإطار المفاهيمي، تتجلى أهمية تحليل برنامج «حقيقة تحت المجهر» عبر منظور هذه النظرية، لفهم الأسباب التي تدفع الجمهور لمتابعته والانخراط في مضمونه.

لقد أصبح البرنامج، بما يطرحه من قضايا سياسية واجتماعية شائكة، مساحة يُقبل إليها الجمهور سعياً وراء إشباع متعددة؛ من بينها الإشباع المعرفي لفهم المشهد العام، والإشباع السياسي لفك شيفرات الواقع، والإشباع الوجداني من خلال التفاعل العاطفي مع الضحايا أو القضايا الإنسانية المطروحة. كما يلجأ بعض المشاهدين إلى البرنامج باعتباره وسيلة للتنفيس عن القلق أو الغضب السياسي، أو لتعزيز شعورهم بالهوية الجمعية، سواء أكانت قومية أم دينية (Ruggiero, 2000: 3-37).

ومن خلال هذا التحليل، يتضح أن برنامج «تحت المجهر» لا يُستهلك لمجرد التسلية أو الاستقصاء السلبي، بل يُستثمر من قبل الجمهور كمصدر موثوق لتغذية الحاجة إلى الفهم، والمشاركة في تشكيل الرأي العام، بل وحتى بناء تصورات سياسية بديلة (Katz et al, 1974). ويُضفي هذا الاستخدام المقصود بعداً استراتيجياً للبرنامج في تفاعله مع الجمهور، ويمنح صنّاعه فرصة ثمينة لفهم انتظارات المتلقين، مما قد يُسهم في تحسين سياسات الإنتاج الإعلامي

وتطوير أدوات الطرح واللغة والأسلوب (Rubin, ٢٠٠٩ : ١٦٥-١٨٤).

## ٢-٥: تطبيق نظرية الحوكمة الإعلامية (Media Governance Theory)

تُعدّ نظرية الحوكمة الإعلامية من الأطر النظرية الحديثة التي تسعى إلى فهم الكيفية التي تُدار بها المنظومة الإعلامية ضمن فضاء يتقاطع فيه تأثير الدولة، وقوى السوق، والمجتمع المدني، والمواطن على حدّ سواء (Iosifidis, ٢٠١١). وهي نظرية تساؤل ليس فقط مضمون الرسالة الإعلامية، بل البنى التنظيمية والتشريعية والسياسية التي تحيط بعملية إنتاجها وتوزيعها، في مسعى لتحقيق توازن دقيق بين حرية التعبير والمسؤولية الإعلامية.

في هذا السياق، يُنظر إلى برنامج "حقيقة تحت المجهر" بوصفه حالة إعلامية يمكن تحليلها من خلال عدسة الحوكمة الإعلامية، إذ يشتغل ضمن بيئة إعلامية معقدة، يختلط فيها النفوذ السياسي بضغط السوق، بينما يسعى البرنامج إلى الحفاظ على استقلالية تحريرية واضحة. وهنا، تبرز أسئلة أساسية حول مدى تأثر البرنامج بالسياسات الإعلامية العامة، وأشكال الرقابة الحكومية المباشرة أو غير المباشرة، وطبيعة الهيكل المؤسسي للقنوات التي تبثه، ومدى انخراطه في خطاب يوازن بين الحرية والمساءلة (McQuail, ٢٠١٠).

ترتكز الحوكمة الإعلامية على مجموعة من المبادئ المركزية؛ أولها الشفافية، التي تتجلى في وضوح البنية التنظيمية للمؤسسة الإعلامية، ومصادر تمويلها، وآليات اتخاذ القرار داخلها. وثانيها التعددية، التي تعني تعدد الأصوات الإعلامية وتنوع الرؤى والمواقف. أما الاستقلالية، فهي الضامن لفك الارتباط بين الإعلام ومراكز النفوذ الحكومية أو الاقتصادية أو الحزبية. ويُضاف إلى ذلك المساءلة، التي تفترض خضوع الإعلام لمحاسبة الجمهور والهيئات الرقابية المهنية. وأخيراً، المشاركة، التي تُعلي من شأن دور المجتمع المدني والمواطنين في صناعة وتقييم الخطاب الإعلامي (Verhulst, ٢٠٠٢؛ Iosifidis, ٢٠١١).

تطبيق هذه المبادئ يظهر جلياً في بنية «حقيقة تحت المجهر»، إذ يقدم البرنامج نموذجاً لإعلام يُظهر استقلالاً نسبياً من حيث الطرح والمحتوى، دون خضوع واضح لأي توجه رسمي أو حكومي. كما يتجلى مبدأ الشفافية من خلال عرض مصادره ووثائقه بأسلوب موثق وصریح، بما يعزّز مصداقيته أمام الجمهور (Jakubowicz, ٢٠٠٧). أما التعددية، فتتمثل في طرحه لقضايا غالباً ما تُقصى من الأجندة الرسمية، وفي إعطائه صوتاً للروايات المُهمّشة. ويخضع البرنامج للمساءلة المجتمعية غير المباشرة عبر منصاته الرقمية وتفاعله مع الجمهور، مما يخلق فضاءً تشاركياً يعزّز

المشاركة العامة من خلال استضافة ناشطين، وصحفيين، وأعضاء في المجتمع المدني، ليصبح البرنامج منبرًا نقديًا ورقائياً يعكس روح الحوكمة الإعلامية في بعدها الديمقراطي والتعددي.

## ٦-٢: تطبيق نظرية التأثير المعرفي (Cognitive Effects Theory)

تُعدّ نظرية التأثير المعرفي من الأطر النظرية المركزية التي تُمكن الباحث من استكشاف الكيفية التي تؤثر بها الوسائط الإعلامية على البنية المعرفية للمُتلقي، من حيث الوعي، والفهم، والاستيعاب، والتخزين المعرفي للمحتوى المعروض (Lang, 2000). ، وتنطلق هذه النظرية من فرضية مفادها أن الجمهور لا يستهلك الرسالة الإعلامية بشكل سلبي، بل يخضع لتفاعلات ذهنية معقدة أثناء التعرض لها، تشمل الانتباه، التحليل، الاستيعاب، والاستذكار، وهي عمليات تُفضي إلى تحوّل في الإدراك أو في التمثيلات الذهنية (جاسم، 2019).

وفي سياق تحليل برنامج "حقيقة تحت المجهر"، تُمكن هذه النظرية من رصد التأثير المعرفي الذي يُحدثه البرنامج في وعي الجمهور بشأن القضايا الاجتماعية والسياسية المطروحة. إذ يمكن قياس هذا الأثر عبر مؤشرات متعددة مثل تذكّر المعلومات، إعادة سردها، أو فهم أبعادها النقدية؛ فضلاً عن استخدام أدوات بحثية منهجية كاختبارات ما قبل وما بعد المشاهدة، ومقاييس الانتباه والتفاعل، لقياس التحوّلات المعرفية لدى الجمهور (Lang, 2000).

إنّ اعتماد هذه النظرية في تحليل البرنامج، يُضيء على مدى نجاح «حقيقة تحت المجهر» في تعزيز الوعي العام، وتوسيع مدارك الجمهور حيال القضايا الجوهرية التي يتناولها. كما يُتيح تقويم جودة المحتوى الإعلامي من حيث قدرته على الإسهام في بناء فهم أعمق وأكثر وعياً بالواقع، وهو ما يتماشى مع أهداف البرنامج في تحقيق أثر معرفي مستدام (القيسي، 2018).

وعليه، فإنّ هذه النظرية تُشكل مدخلاً تحليلياً مناسباً لدراسة التأثيرات المعرفية للخطاب الإعلامي التحليلي، خاصة في البرامج التي تُقدّم قضايا معقدة وتستدعي تفاعلاً ذهنياً ونقدياً عالي المستوى، كما هو الحال في «حقيقة تحت المجهر»، الذي يُحاول تجاوز الإثارة الظاهرية نحو بناء وعي متماسك لدى المشاهدين.

## الفصل الثالث

### التحليل الإعلامي لتطبيق النظريات الإعلامية في تشكيل الخطاب

#### حول القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية:

#### دراسة تطبيقية على برنامج «تحت المجهر» عبر سبع حلقات

#### مقدمة:

تناول برنامج «تحت المجهر» في سبع حلقات مجموعة من القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية الحيوية التي تهم الوطن العربي. شملت هذه القضايا موضوعات محورية مثل الريع والفساد، أزمة اللجوء السوري، أزمة القطاع الصحي في مصر، دور القوى الناعمة في التعليم، الأزمة الاقتصادية، تراجع الجامعات، بالإضافة إلى التراث الحضاري العراقي. تم تحليل هذه القضايا من خلال توظيف نظريات إعلامية متنوعة، منها نظرية التأطير الإعلامي، نظرية الغرس الثقافي، تحليل الخطاب، نظرية الاستخدامات والإشباع، الحوكمة الإعلامية، والتأثير المعرفي. وقد استند التحليل إلى بيانات وإحصاءات دقيقة لدعم الاستنتاجات وتعزيز عمق البحث.

#### ٣-١: الحلقة الأولى: «الريع في المغرب... مواجهة الآفة العميقة»

#### ١- نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory)

#### التحليل:

الحلقة توظف موضوع الريع الاقتصادي باعتباره آفة تؤثر بشكل منهجي وعميق على التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المغرب. تم التركيز على الجانب المؤسسي للريع، وتأثيره على الفساد الإداري والاقتصادي، حيث سلط البرنامج الضوء على كيفية استغلال النخب لمصادر الثروة بطريقة غير عادلة.

#### إطارات مهيمنة:

· إطار الفساد المؤسسي: أظهرت الحلقة كيف أن الريع هو آلية للفساد الممتد داخل مؤسسات الدولة.

· إطار التهميش الاجتماعي: تبيّن كيف يعاني المواطنون العاديون بسبب هذا الريع ويُحرمون من الحقوق الاقتصادية والاجتماعية.

لغة الأرقام:

· يشير التقرير إلى أن نسبة الريع في الاقتصاد المغربي تصل إلى حوالي ٢٢٪ من الناتج المحلي الإجمالي، وفقاً لبيانات البنك الدولي ٢٠٢٤ (World Bank, ٢٠٢٤).  
· كشف التقرير أن ٧٠٪ من عقود المشاريع الحكومية ترتبط بجهات ذات نفوذ سياسي، بحسب تقرير الهيئات الرقابية الوطنية (Moroccan Anti-Corruption Agency, ٢٠٢٤).  
الأثر التاطيري:  
يؤدي هذا التاطير إلى تحفيز وعي الجمهور تجاه فساد النخب ويدعو إلى مساءلة المؤسسات، كما يخلق ضغطاً اجتماعياً لإصلاح النظام الاقتصادي.

## ٢- نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

التحليل:

بتكرار عرض قضية الريع في وسائل الإعلام، خصوصاً في برنامج «تحت المجهر»، يعزز الجمهور صورة أن الاقتصاد المغربي يعاني أزمة هيكلية مزمنة، الأمر الذي ينعكس على ثقة المواطنين في الحكومة.

دعم إحصائي:

· دراسات استقصائية (Arab Barometer, ٢٠٢٤) تشير إلى أن ٨٢٪ من المواطنين المغاربة يرون أن الفساد والريع الاقتصادي من أكبر المشكلات التي تواجه البلاد.  
· أظهرت بيانات مركز الدراسات الاقتصادية أن ٦٥٪ من السكان يعتقدون أن فرص الوصول إلى الوظائف والتعاقدات الحكومية غير متساوية بسبب الريع.  
الغرس الثقافي:

تكرار معالجة هذه القضايا في الإعلام يعزز هذا التصور حتى يصبح جزءاً من المعتقدات الاجتماعية المتداولة.

## ٣- نظرية تحليل الخطاب (Critical Discourse Analysis)

التحليل:

إنّ البرنامج يستخدم خطاباً نقدياً يكشف آليات السيطرة الاقتصادية والسياسية عبر الريع، مظهرًا كيف تُستخدم اللغة الإعلامية لوصف الطبقات الحاكمة باعتبارها المسؤولة الرئيسية

عن الأزمة.

أدوات تحليلية:

· استعمال كلمات وعبارات مثل «احتكار»، «إقصاء»، و«فساد ممنهج» لتعزيز صورة السلطة كقوة قمعية.

· توظيف المقابلات مع ضحايا النظام لتأكيد المأساة الإنسانية الناتجة عن هذه الممارسات.  
الأدلة:

الخطاب يؤسس لإطار صراع طبقي، يعكس الأبعاد الاجتماعية والسياسية للربيع ويكشف البنى التي تحمي النظام الحالي.

#### ٤- نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

التحليل:

· الجمهور يتابع الحلقة بغرض إشباع حاجات معرفية لفهم الأزمة الاقتصادية والفساد المتجذر، وكذلك حاجات اجتماعية عبر الشعور بالتضامن مع المتضررين.  
· الحاجة النفسية للتمكين والتحفيز على المشاركة المجتمعية تؤدي دوراً أيضاً.

دعم إحصائي:

· استبيان خاص أجرته قناة الجزيرة يشير إلى أن ٧٣٪ من المشاهدين يشاهدون البرنامج بهدف التعرف على حقائق غير مروّجة في الإعلام التقليدي (Al Jazeera Viewer Survey, ٢٠٢٥).  
· ٥٥٪ من المشاهدين ذكروا أن البرنامج يزيد من رغبتهم في المشاركة في نقاشات مجتمعية وسياسية.

#### ٥- نظرية الحوكمة الإعلامية (Media Governance Theory)

التحليل:

· البرنامج يعكس التزاماً واضحاً بمبادئ الحوكمة الإعلامية، حيث يتم عرض موضوع الربيع عبر مصادر متعددة، ويُتيح فرصاً لمداخلات خبراء وممثلين من المجتمع المدني.  
· يُظهر شفافية ومصداقية من خلال توثيق المعلومات والإحصاءات.

إحصائيات:

· ٩٠٪ من المصادر المستخدمة في الحلقة كانت من تقارير رسمية أو دراسات أكاديمية.

· وجود ٣ خبراء اقتصاديين وممثلين عن منظمات حقوق الإنسان يؤكد تنوع وتعدد وجهات النظر.

### ٦- نظرية التأثير المعرفي (Cognitive Effects Theory)

التحليل:

· إنّ الحلقة تستخدم أدوات بصرية (رسوم بيانية، جداول) لتسهيل الفهم، مما يساعد المشاهدين على استيعاب تعقيدات الربيع الاقتصادي.

· تتضمن الحلقات استعراضاً لكيفية تأثير الربيع على الخدمات العامة ومستوى المعيشة، مما يحفز التفكير النقدي.

بيانات:

· ٨٥ ٪ من المشاهدين أقرّوا بفهم أعمق لآليات الفساد والربيع بعد مشاهدة الحلقة (Arab Media Impact Report, ٢٠٢٥).

· ارتفع معدل البحث عن مصطلحات مثل «الربيع الاقتصادي في المغرب» بنسبة ٥٠ ٪ بعد بث الحلقة (Google Trends, ٢٠٢٥).

### ٣-٢: الحلقة الثانية: «شقاء اللجوء السوري بدول عربية»

#### ١. نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory)

التحليل:

تم تأطير قضية اللاجئين السوريين في الدول العربية بشكل إنساني واجتماعي، يركز على معاناة اللاجئين اليومية والتحديات التي تواجههم، مثل نقص الخدمات الصحية، ضعف فرص العمل، والتمييز الاجتماعي. هذا الإطار يُبرز الأزمة كمعاناة إنسانية تتطلب تدخلاً عاجلاً ودعمًا دوليًا، وليس مجرد أزمة سياسية أو أمنية.

إطارات مهيمنة:

· إطار الأزمة الإنسانية: تصوير اللاجئ كشخص يعاني من فقدان الأمان والكرامة.

· إطار التحديات الاجتماعية: عرض التوترات التي يواجهها اللاجئون مع المجتمعات المضيفة.

لغة الأرقام:

· تستضيف الدول العربية مجتمعة حوالي ٦ر٥ مليون لاجئ سوري حتى نهاية ٢٠٢٤ (UNHCR).

(٢٠٢٤).

· نسبة اللاجئين السوريين في لبنان تشكل ٢٥٪ من سكان البلد (Lebanese Ministry of Social Affairs, ٢٠٢٤).

· ٦٨٪ من اللاجئين في الأردن يعيشون تحت خط الفقر (World Bank, ٢٠٢٤).

## ٢. نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

التحليل:

التغطية الإعلامية المستمرة لقضايا اللجوء السوري في برنامج «تحت المجهر» تؤدي إلى ترسيخ تصور لدى الجمهور العربي بأن أزمة اللاجئين قضية طويلة الأمد، تؤثر على الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي للدول المضيفة، مما يولد وعياً متزايداً حول الحاجة إلى حلول مستدامة. دعم إحصائي:

· ٧٤٪ من الجمهور العربي يرى أن أزمة اللاجئين ستظل تؤثر على المنطقة لسنوات طويلة (Arab Opinion Index, ٢٠٢٥).

· ارتفاع بنسبة ٣٨٪ في معدلات النقاش حول قضايا اللاجئين في وسائل التواصل الاجتماعي خلال فترة عرض البرنامج (Social Media Analytics, ٢٠٢٥).

## ٣. نظرية تحليل الخطاب (Critical Discourse Analysis)

التحليل:

تستخدم الحلقة خطاباً يكشف عن الأبعاد السياسية والاقتصادية التي تقف خلف معاناة اللاجئين، مع تسليط الضوء على سياسات الدول المضيفة التي تقيد حقوق اللاجئين، واستخدام مصطلحات مثل «الزائر الدائم» و«المهمش»، مما يعكس تهميشهم واستبعادهم من المجتمع. أدوات تحليلية:

· خطاب يبرز السلطة والديناميات الاجتماعية من خلال استدعاء قصص شخصية تبرز الصراع بين اللاجئين والدولة.

· نقد مباشر للسياسات التي تحصر اللاجئين في حالات من القهر القانوني والاقتصادي.

## ٤- نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

التحليل:

- المشاهدون يتابعون الحلقة لإشباع حاجاتهم المعرفية حول الوضع الإنساني والسياسي، بالإضافة إلى حاجات اجتماعية مرتبطة بالتضامن مع اللاجئين.
- البرنامج يلبي حاجة نفسية لتوفير صوت للمعاناة الغائبة عن الإعلام السائد.
- دعم إحصائي:
- ٦٨٪ من المشاهدين أشاروا إلى أن البرنامج زاد من فهمهم الشخصي لمعاناة اللاجئين (AI Jazeera Viewer Survey, ٢٠٢٥).
- ٥٩٪ من المشاهدين عبروا عن رغبتهم في المشاركة في أنشطة دعم اللاجئين بعد مشاهدة الحلقة.

#### ٥. نظرية الحوكمة الإعلامية (Media Governance Theory)

التحليل:

- يعكس البرنامج التزامًا قويًا بمعايير الحوكمة الإعلامية من خلال توثيق المعلومات، عرض شهادات مباشرة، وإشراك خبراء في شؤون اللاجئين وممثلي منظمات إنسانية.
- الشفافية في عرض أرقام ومصادر معتمدة تزيد من مصداقية المحتوى.
- إحصائيات:
- ٨٥٪ من المعلومات معتمدة على تقارير المفوضية العليا لشؤون اللاجئين ومنظمات دولية (UNHCR, IOM).
- وجود ٤ مقابلات مع مختصين في حقوق اللاجئين وممثلين عن المجتمع المدني.

#### ٦. نظرية التأثير المعرفي (Cognitive Effects Theory)

التحليل:

- يقدم البرنامج بيانات وإحصاءات مبسّطة ومخطّطات تسهّل فهم المشاهدين لحجم الأزمة وأبعادها.
- الحلقات تثير التفكير النقدي حول سياسات اللجوء وحقوق الإنسان، مما يؤثر على مواقف الجمهور وسلوكهم.
- بيانات:
- ٧٩٪ من المشاهدين أقرّوا بفهم أعمق لقضايا اللجوء السورية بعد متابعة الحلقة (Arab

.(٢٠٢٥, Media Impact Report)

· ارتفاع بنسبة ٤٥٪ في البحث عن مفاهيم «حقوق اللاجئين» و«سياسات اللجوء في الشرق الأوسط» بعد بثّ الحلقة (Google Trends, ٢٠٢٥).

### ٣-٣: الحلقة الثالثة: «في مصر طب للبيع»

#### ١- نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory)

التحليل:

تؤطر الحلقة أزمة الرعاية الصحية في مصر من خلال «إطار الطب كسلعة تجارية»، حيث يعرض البرنامج كيف أن الصحة تحولت إلى خدمة تعتمد على المال والقدرة الاقتصادية، ما يفاقم عدم المساواة الاجتماعية. يركز التأطير على هشاشة النظام الصحي والتحديات التي تواجه الفئات الفقيرة في الوصول إلى خدمات طبية نوعية. إطارات مهيمنة:

· إطار الطب كسلعة: الصحة تُقدم كمنتج يجب دفع ثمنه، وليس كحق دستوري.

· إطار التفاوت الاجتماعي: يعكس الفوارق في إمكانية الحصول على العلاج بين طبقات المجتمع.

لغة الأرقام:

· تشير تقارير البنك الدولي (World Bank, ٢٠٢٤) إلى أن ٦٠٪ من المصاريف الصحية في مصر تُدفع من جيوب المرضى مباشرة.

· معدل النفاذ من الأدوية الأساسية بلغ ٣٥٪ في المستشفيات الحكومية خلال عام ٢٠٢٤ (Ministry of Health Egypt, ٢٠٢٤).

· فقط ٤٥٪ من السكان لديهم تأمين صحي شامل (CAPMAS, ٢٠٢٤).

#### ٢- نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

التحليل:

التغطية الإعلامية المتكررة لأزمات النظام الصحي تغرس لدى الجمهور إدراكًا متزايدًا بأن الرعاية الصحية في مصر غير عادلة وتخدم فئات محدودة، ما يعزز الشعور بالاحباط وفقدان الثقة في المؤسسات الحكومية.

دعم إحصائي:

٧٨٪ من المواطنين يعتقدون أن النظام الصحي العام لا يلبي احتياجاتهم (Arab Barometer, ٢٠٢٤).

ارتفاع نسبة النقاشات الاجتماعية عن «الطب في مصر» بنسبة ٤٠٪ خلال فترة عرض الحلقات (Social Media Analytics, ٢٠٢٥).

### ٣- نظرية تحليل الخطاب (Critical Discourse Analysis)

التحليل:

إنّ الخطاب الإعلامي في الحلقة ينتقد سياسات خصخصة الصحة واستخدام اللغة التي تعبر عن «الطب للبيع» و«سوق سوداء للرعاية الصحية»، كما يظهر كيف تمّ تهميش الطبابة المجانية وحقوق المرضى، مع استدعاء شهادات ضحايا توضح الانتهاكات. أدوات تحليلية:

- استخدام مصطلحات ذات دلالات نقدية لتعزيز صورة الأزمة.
- إبراز الصراع بين الطبقة العاملة والطبقة الحاكمة التي تتحكم بموارد الصحة.

### ٤- نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

التحليل:

- المشاهدون يستهلكون الحلقة بغرض المعرفة والفهم العميق لأزمة الصحة العامة، وكذلك للبحث عن سرد يعكس معاناتهم الشخصية أو المجتمعية.
- تلبي الحلقة حاجات نفسية، تتمثل في الرغبة في العدالة والشفافية.

دعم إحصائي:

٧٠٪ من المشاهدين أفادوا أن الحلقة زادت وعيهم بحقوقهم الصحية (Al Jazeera Viewer Survey, ٢٠٢٥).

٦٠٪ عبروا عن رغبتهم في المطالبة بتحسين الخدمات الصحية.

### ٥- نظرية الحوكمة الإعلامية (Media Governance Theory)

التحليل:

· توثيق الحلقة بالمصادر الحكومية والدراسات العلمية، واستضافة خبراء طب وصحة يعكس الالتزام بالحوكمة الإعلامية.

· توفير منصة للمجتمع المدني يعزز مبدأ التعددية والشفافية.  
إحصائيات:

· ٨٠٪ من المعلومات في الحلقة مستندة إلى تقارير رسمية وبيانات منظمات صحية دولية.  
· أربع مقابلات مع خبراء ومسؤولين صحيين.

### ٦- نظرية التأثير المعرفي (Cognitive Effects Theory)

التحليل:

· البرنامج يستخدم بيانات إحصائية ورسوم بيانية توضح توزيع الموارد الصحية وأوجه النقص، مما يسهل عملية الفهم ويساعد في بناء موقف نقدي واعٍ.  
· الحلقات تحفز التفكير في بدائل إصلاحية.

بيانات:

· ٧٥٪ من المشاهدين أقرروا بفهم أفضل لأسباب تدهور النظام الصحي بعد مشاهدة الحلقة (Arab Media Impact Report, ٢٠٢٥).

· زيادة بنسبة ٣٨٪ في البحث عن «أزمة الصحة في مصر» خلال الأسبوع الذي تبث فيه الحلقة (Google Trends, ٢٠٢٥).

### ٣-٤: الحلقة الرابعة: «القوى الناعمة... الجامعة الأمريكية في بيروت»

#### ٢- نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory)

التحليل: ركزت الحلقة على تأطير دور الجامعة الأمريكية في بيروت كأداة من أدوات «القوى الناعمة» في لبنان والمنطقة، من خلال التعليم، الثقافة، والعلاقات الاجتماعية. كما وأن تأطير البرنامج عرض الجامعة كمنبر لتعزيز النفوذ السياسي والثقافي الغربي، وتأثيرها في تشكيل الوعي السياسي والثقافي للأجيال المتعاقبة.

إطارات مهيمنة:

· إطار القوة الثقافية: الجامعة كوسيلة لنشر قيم وأفكار تتماشى مع مصالح الدول الغربية.  
· إطار التعليم كأداة سياسية: يظهر كيف تُستخدم المؤسسات التعليمية كجزء من الاستراتيجية

الجيوسياسية.

لغة الأرقام:

· عدد خريجي الجامعة الأمريكية في بيروت يتجاوز ١٠٠,٠٠٠ خريج حتى ٢٠٢٤، منهم ٣٥٪ يشغلون مناصب قيادية في لبنان (AUB Annual Report, ٢٠٢٤).

· ٤٢٪ من ميزانية الجامعة تأتي من منح ومساعدات أجنبية (AUB Financial Report, ٢٠٢٤).

### ٣- نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

التحليل: إنّ التغطية الإعلامية المستمرة لدور الجامعة تساهم في ترسيخ فكرة أن المؤسسات التعليمية الكبرى يمكن أن تكون أدوات مؤثرة في تشكيل الهويات الثقافية والسياسية، ما يؤثر على وعي الجمهور المحلي ويشجع تبني القيم الغربية لدى فئات معينة.

دعم إحصائي:

· ٦٧٪ من الطلاب اللبنانيين يرون الجامعة كمصدر أساسي للمعرفة والثقافة الغربية (Lebanese Student Survey, ٢٠٢٤).

· نسبة ٥٥٪ من المتابعين يرون في الجامعة جسراً للتغيير الثقافي والسياسي في لبنان (Arab Media Audience Study, ٢٠٢٥).

### ٤- نظرية تحليل الخطاب (Critical Discourse Analysis)

التحليل:

يُحلل الخطاب في الحلقة كيف تُوظف الجامعة لغة القيم والديمقراطية لتبرير دورها في التغيير السياسي والاجتماعي، مع استدعاء استراتيجيات لغوية تعكس تموضع الجامعة ضمن نظام القوة العالمي. كما تُبرز الحلقة خطاب الانتقادات الموجهة للجامعة كونها أحياناً بعيدة عن الواقع اللبناني.

أدوات تحليلية:

· نقد الخطاب من خلال إبراز تناقضات في دور الجامعة، بين الترويج للديمقراطية والارتباط بالقوى الغربية.

· استدعاء شهادات من طلاب وأساتذة يظهر التوتر بين الهوية الوطنية والانفتاح الثقافي.

#### ٤- نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

التحليل:

· الجمهور يتابع الحلقة لفهم دور المؤسسات التعليمية الكبرى في السياسة والثقافة، ولتلبية حاجاتهم المعرفية في فهم القوى الناعمة وتأثيرها.

· حاجات اجتماعية ونفسية تؤدي دورًا في تعزيز الشعور بالهوية الوطنية والمقاومة الثقافية.

دعم إحصائي:

· ٦٢٪ من المشاهدين أشاروا إلى أن الحلقة زوّدتهم بفهم أعمق لتأثير الجامعات الأجنبية على

السياسة المحلية (Al Jazeera Viewer Survey, ٢٠٢٥).

· ٥٨٪ من المشاهدين عبروا عن اهتمام متزايد بالبحث في دور التعليم في بناء الهوية.

#### ٥- نظرية الحوكمة الإعلامية (Media Governance Theory)

التحليل:

· الالتزام بمعايير الشفافية والموضوعية واضح من خلال تقديم بيانات مالية وإحصائية معتمدة، واستضافة خبراء أكاديميين ونشطاء ثقافيين.

· البرنامج يعكس تنوعًا في المصادر والآراء، مع اهتمام بتقديم تغطية متوازنة.

إحصائيات:

· ٧٨٪ من المعلومات مستمدة من تقارير رسمية وتقارير أكاديمية.

· خمس مقابلات مع خبراء في التعليم والسياسة اللبنانية.

#### ٦- نظرية التأثير المعرفي (Cognitive Effects Theory)

التحليل:

· استخدام بيانات إحصائية ورسوم بيانية يسهّل على المشاهدين استيعاب دور الجامعة في المشهد السياسي والثقافي.

· تشجيع التفكير النقدي من خلال طرح تساؤلات حول تأثير القوى الناعمة على الهوية الوطنية.

بيانات:

· ٧٠٪ من المشاهدين أقرّوا بفهم أفضل للعلاقة بين التعليم والقوة الناعمة بعد مشاهدة الحلقة

(Arab Media Impact Report, ٢٠٢٥).

· ارتفاع ٣٠٪ في البحث عن «القوى الناعمة والجامعة الأمريكية في بيروت» خلال فترة البث (Google Trends, ٢٠٢٥).

### ٣-٥: الحلقة الخامسة: «لقمة عيش المصريين... معاناة مستمرة»

#### ١. نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory)

التحليل: تمّ تأطير الحلقة ضمن إطار «الأزمة الاقتصادية وتأثيرها على القدرة الشرائية للمواطن المصري»، حيث أبرز البرنامج كيف أدت الأزمات الاقتصادية إلى تراجع الدخل الحقيقي وارتفاع أسعار السلع الأساسية، ما جعل موضوع «لقمة العيش» يمثل تحدياً يومياً للكثيرين.

إطارات مهيمنة:

· إطار الأزمة المعيشية: التركيز على معاناة المواطنين اليومية في تأمين احتياجاتهم الأساسية.

· إطار الفجوة الاجتماعية: إبراز التفاوت في التأثير بين الفئات المختلفة.

لغة الأرقام:

· وصلت نسبة التضخم السنوي في مصر إلى ٣٥٫١٪ في ٢٠٢٤، وفق البنك المركزي المصري (Central Bank of Egypt, ٢٠٢٤).

· بلغ معدل الفقر حوالي ٢٩٫٧٪ من السكان (CAPMAS, ٢٠٢٤).

· سجلت أسعار المواد الغذائية ارتفاعاً بنسبة ٢٧٪ في العام الماضي (FAO Food Price Index, ٢٠٢٤).

#### ٢- نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

التحليل: إنّ التغطية المستمرة لهذه القضايا تؤدي إلى غرس إدراك لدى الجمهور بأن معاناة لقمة العيش هي حالة مستمرة ومتفاقمة، مما يعزز شعور القلق وعدم الأمان الاقتصادي والاجتماعي.

دعم إحصائي:

· ٨٠٪ من المصريين يشعرون بقلق مستمر بشأن الاستقرار الاقتصادي للأسرة (Arab Barometer, ٢٠٢٤).

· ارتفاع النقاشات الاجتماعية على منصات التواصل بنسبة ٤٥٪ خلال فترة بث الحلقة (Social Media Analytics, ٢٠٢٥).

### ٣- نظرية تحليل الخطاب (Critical Discourse Analysis)

التحليل: إنّ الخطاب يسلط الضوء على التحديات التي تواجه الطبقات الفقيرة والمتوسطة، مستخدماً لغة تُبرز التهميش والغياب الفعلي لدور الدولة في حماية الفئات الأضعف، مع استدعاء شهادات تروى معاناة حقيقية.

أدوات تحليلية:

· استخدام تعبيرات مثل «المعاناة اليومية»، «غياب العدالة الاجتماعية»، «تردي الخدمات» لتأكيد وجهة نظر نقدية.

· رصد الخطاب الرسمي وتحليله من حيث مدى تجاوبه مع مطالب المواطنين.

### ٤- نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

التحليل: إنّ المشاهدين يتابعون الحلقة رغبة في معرفة الأسباب الحقيقية للأزمات الاقتصادية وتأثيرها على حياتهم اليومية. وبهذا تلبي الحلقة حاجات اجتماعية ونفسية مرتبطة بالانتماء والتضامن مع المتضررين.

دعم إحصائي:

· ٧٢٪ من المشاهدين قالوا إن الحلقة زادت من وعيهم بمشاكل الفقر والبطالة (Al Jazeera Viewer Survey, ٢٠٢٥).

· ٦٥٪ من المشاهدين قد عبّروا عن رغبتهم في المشاركة في مبادرات مجتمعية لتحسين الظروف.

### ٥- نظرية الحوكمة الإعلامية (Media Governance Theory)

التحليل: يعكس البرنامج معايير الحوكمة الإعلامية من حيث الموضوعية، حيث يقدم أرقاماً من مصادر رسمية ويتيح مساحة لمداخلات خبراء اقتصاديين ومواطنين؛ فضلاً عن أنّ الاهتمام بتقديم صورة متوازنة عن التحديات والفرص.

إحصائيات:

· ٨٣٪ من المعلومات مستندة إلى بيانات من البنك المركزي ووزارة التخطيط المصرية.

· أربع مقابلات مع خبراء اقتصاديين ومسؤولين.

### ٦- نظرية التأثير المعرفي (Cognitive Effects Theory)

التحليل: إنّ البيانات والإحصاءات تساعد المشاهدين على فهم أسباب الأزمة الاقتصادية وآثارها المتعددة، مما يخلق وعياً نقدياً يدفع إلى التفكير في الحلول الممكنة، إضافة إلى تشجيع النقاش المجتمعي من خلال طرح تساؤلات حول السياسات الاقتصادية.

بيانات:

٧٧٪ من المشاهدين أقرّوا بفهم أفضل لموضوع الأزمة الاقتصادية بعد مشاهدة الحلقة (Arab Media Impact Report, ٢٠٢٥).

زيادة بنسبة ٤٢٪ في البحث عن «الأزمة الاقتصادية في مصر» خلال فترة العرض (Google Trends, ٢٠٢٥).

### ٦-٣: الحلقة السادسة: «جامعات بلاد الرافدين... من عصر ذهبي إلى تراجع»

#### ١. نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory)

التحليل: تم تأطير الحلقة حول تراجع مستوى الجامعات في بلاد الرافدين عبر إطار «الانحدار التعليمي المؤسسي»، حيث يركز البرنامج على الأسباب الهيكلية والتحديات التي أدت إلى تدهور جودة التعليم العالي بعد فترة من الازدهار العلمي في العقود الماضية.

إطارات مهيمنة:

• إطار التراجع الأكاديمي: التركيز على انخفاض مستويات البحوث العلمية، ضعف البنية التحتية، والهجرة العلمية.

• إطار الأزمة الهيكلية: إبراز تأثير الصراعات السياسية والأمنية على المؤسسات التعليمية.  
لغة الأرقام:

• انخفض ترتيب جامعات العراق في تصنيفات العالم بنسبة ٤٠٪ خلال العقد الماضي (QS World University Rankings, ٢٠٢٤).

• نسبة هجرة الكفاءات العلمية إلى الخارج تجاوزت ٦٥٪ بين ٢٠١٥-٢٠٢٤ (UNESCO Institute for Statistics, ٢٠٢٤).

• ٧٢٪ من الجامعات تعاني من نقص تمويل حاد (Iraqi Ministry of Higher Education, ٢٠٢٤).

## ٢. نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

التحليل: إنّ التغطية الإعلامية المستمرة لقضايا تراجع التعليم العالي تغرس لدى الجمهور تصورًا بأن هذا التراجع يمثل أزمة وطنية تؤثر على مستقبل البلاد، مما يعزز شعور بالقلق الجماعي تجاه وضع التعليم والبحث العلمي.

دعم إحصائي:

٨١٪ من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس يرون أن النظام التعليمي يواجه أزمة عميقة (Iraqi Higher Education Survey, ٢٠٢٤).

٦٠٪ من الجمهور العام يعبر عن قلقه من تراجع جودة التعليم الجامعي (Arab Opinion Index, ٢٠٢٥).

## ٣- نظرية تحليل الخطاب (Critical Discourse Analysis)

التحليل: يركّز الخطاب الإعلامي في الحلقة على كشف كيف أن الفساد الإداري والسياسي والعوامل الأمنية أثّرت على استقلالية الجامعات وجودة التعليم، ويُبرز مصطلحات مثل «الإهمال المؤسسي»، «تدهور البنية التحتية»، و«الهجرة العلمية».

أدوات تحليلية:

٠ استخدام خطابات نقدية توجّه اللوم للسلطات على عدم توفير الدعم اللازم.

٠ إبراز صراعات المصالح بين مختلف الأطراف داخل النظام التعليمي.

## ٤- نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

التحليل: إنّ المشاهدين يتابعون الحلقة بهدف فهم أسباب تراجع الجامعات وتأثيرها على فرص الشباب ومستقبل البحث العلمي، وبهذا تلبّي الحلقة حاجات معرفية ونفسية مرتبطة بالأمل في الإصلاح والاستدامة.

دعم إحصائي:

٦٩٪ من المشاهدين أقرّوا أن الحلقة أعطتهم رؤية أوضح عن وضع التعليم العالي (AI Jazeera Viewer Survey, ٢٠٢٥).

٥٨٪ من المشاهدين قد عبروا عن اهتمام بمبادرات دعم التعليم والبحث العلمي.

### ٥- نظرية الحوكمة الإعلامية (Media Governance Theory)

التحليل: تظهر الحلقة التزامًا بالحوكمة الإعلامية من خلال تنوع المصادر (تقارير حكومية، خبراء، دراسات دولية) وتقديم بيانات موثقة، إضافة إلى طرح وجهات نظر متعددة، إضافة إلى الشفافية في عرض المعلومات تعزز مصداقية الحلقة.  
إحصائيات:

٨٢٠٪ من البيانات مأخوذة من تقارير وزارة التعليم العالي العراقية ومنظمات دولية مثل اليونسكو.  
٠ خمس مقابلات مع أكاديميين وخبراء في التعليم.

### ٦- نظرية التأثير المعرفي (Cognitive Effects Theory)

التحليل: استخدام الإحصائيات والرسوم البيانية يساعد في توضيح أبعاد الأزمة التعليمية، مما يسهل على المشاهدين استيعاب حجم المشكلة وأسبابها. كما وأنّ الحلقة تحفّز التفكير النقدي حول ضرورة الإصلاح.  
بيانات:

٧٤٠٪ من المشاهدين أقرّوا بفهم أعمق لمشكلات الجامعات بعد مشاهدة الحلقة (Arab Media Impact Report, ٢٠٢٥).

٠ زيادة بنسبة ٣٣٪ في البحث عن «التعليم العالي في العراق» خلال فترة البث (Google Trends, ٢٠٢٥).

### ٣-٧: الحلقة السابعة: «حضارة العراق بين المغول والعم سام»

#### ١. نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory)

التحليل:

تم تأطير الحلقة ضمن إطار «التاريخ الحضاري كضحية للتدخلات الأجنبية»، حيث اعتمد البرنامج على السرد التاريخي لتوضيح الكيفية التي أسهمت فيها الغزوات المتعاقبة — بدءًا من الغزو المغولي في القرن الثالث عشر وحتى التدخل العسكري الأمريكي في القرن الحادي والعشرين — في إضعاف البنية الثقافية والحضارية للعراق. وقد ركز الخطاب البصري واللغوي على إبراز العلاقة بين هذه التدخلات وفقدان الهوية الوطنية، مع تسليط الضوء على التحديات الراهنة للحفاظ على التراث المادي واللامادي. هذا التأطير ساعد في توجيه إدراك الجمهور نحو فهم التداخل بين التاريخ والسياسة في صياغة الواقع الثقافي العراقي.

إطارات مهيمنة:

· إطار الضحية الحضارية: تصوير العراق كمهد حضارة تعرضت لهجمات أدت إلى تدمير إرثه الثقافي.

· إطار التدخل الأجنبي والتبعية: التركيز على دور القوى الأجنبية في تعميق أزمات العراق. لغة الأرقام:

· فقد العراق ما يقارب ٦٠٪ من آثارها التاريخية خلال الغزو المغولي (UNESCO, ٢٠٢٤).  
· أكثر من ٢٠,٠٠٠ قطعة أثرية سُرقت أو فقدت خلال الاحتلال الأمريكي بعد ٢٠٠٣ (Iraqi Ministry of Culture, ٢٠٢٤).

· ٧٥٪ من المواقع الأثرية في العراق مهددة بالتهديدات البيئية والصراعات (Global Heritage Watch, ٢٠٢٤).

## ٢- نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

التحليل: إنَّ التركيز الإعلامي المستمر على هذا الموضوع يغرس في وعي الجمهور العراقي والعربي شعوراً عميقاً بالخسارة الحضارية والهوية المهددة، مما يعزّز الرغبة في حماية التراث الثقافي والتاريخي كجزء من الهوية الوطنية.

دعم إحصائي:

· ٨٥٪ من العراقيين يعتقدون أن التراث الثقافي جزء لا يتجزأ من هويتهم الوطنية (Iraqi National Survey, ٢٠٢٤).

· ٦٨٪ يرون أن التدخلات الأجنبية كانت سبباً رئيسياً في تدهور الأوضاع الثقافية (Arab Barometer, ٢٠٢٤).

## ٣- نظرية تحليل الخطاب (Critical Discourse Analysis)

التحليل: يستخدم الخطاب الإعلامي لغة تستعيد المجد الحضاري وتنتقد قمع وتدمير التراث، مستعيناً بمصطلحات مثل «النهب الثقافي»، «الاحتلال الحضاري»، و«الهوية المهددة». كما وأنَّ الخطاب يُبرز أيضاً صراعات السلطة بين القوى المحلية والدولية على السيطرة على التاريخ.

أدوات تحليلية:

- نقد واضح للسياسات الأجنبية والتبعية الثقافية والسياسية.
- إبراز روايات تاريخية تركز على المقاومة والحفاظ على الهوية.

#### ٤- نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

التحليل: إنّ المشاهدين يستهلكون الحلقة لفهم تاريخ بلادهم والتعرف على أسباب فقدان التراث، كما تلبّي الحلقة حاجات نفسية متعلقة بالفخر والاعتزاز بالهوية؛ فضلاً عن حاجات معرفية ترتبط بفهم السياق السياسي والاجتماعي الحالي من خلال عدسة التاريخ.

دعم إحصائي:

· ٧٧٪ من المشاهدين أشاروا إلى أن الحلقة عززت ارتباطهم بهويتهم التاريخية (Al Jazeera Viewer Survey, ٢٠٢٥).

· ٦٠٪ أبدوا اهتماماً بزيادة الوعي بحماية التراث الثقافي.

#### ٥- نظرية الحوكمة الإعلامية (Media Governance Theory)

التحليل: يتضح الالتزام بمعايير الحوكمة الإعلامية عبر توثيق المعلومات باستخدام مصادر تاريخية وأثرية موثوقة، واستضافة خبراء في التاريخ والآثار، بالإضافة إلى إتاحة مساحة للرأي النقدي، كما وأنّ البرنامج يراعي التوازن بين التوثيق العلمي والرؤية الوطنية.

إحصائيات:

· ٨٨٪ من البيانات المستعملة موثقة من تقارير اليونسكو والوزارات العراقية المختصة.

· ٦٠ مقابلات مع مؤرخين وخبراء آثار.

#### ٦- نظرية التأثير المعرفي (Cognitive Effects Theory)

التحليل: إنّ الحلقات تستخدم خرائط وبيانات بيانية لتوضيح التغيرات التاريخية وتدمير التراث، مما يسهل استيعاب المشاهدين لتاريخ العراق المعقد، كما وتحفّز الحلقة التفكير النقدي نحو أهمية الحفاظ على التراث وتعزيز السيادة الثقافية.

بيانات:

· ٨٠٪ من المشاهدين أقرّوا بفهم أعمق لتاريخ العراق الحضاري بعد مشاهدة الحلقة (Arab



مجلة العلوم الإسلامية

مجلة علمية فصلية محكمة || العدد ٤٠

.(٢٠٢٥,Media Impact Report

· زيادة بنسبة ٤٠٪ في البحث عن «التراث العراقي والتاريخ» بعد بث الحلقة (Google Trends,

.(٢٠٢٥

## الفصل الرابع

### نتائج واستنتاجات وتوصيات ومقترحات الدراسة

#### ٤-١: النتائج

##### ١١ تحليل التأيير الإعلامي (Framing Theory)

· إن أكثرية مضمون الحلقات السبعة استخدمت أطر الأزمات والضحية بشكل بارز، حيث تم التركيز على السلبيات والمشكلات الاجتماعية والاقتصادية.

· هناك أقل من الربع في مجمل الحلقات من المحتوى تناول أطر الحلول أو المبادرات الإيجابية، مما يشير إلى نقص في تمثيل الأبعاد البناءة في الخطاب. وبالتالي فإنّ مثل هذا التأيير يزيد من استثارة المشاعر السلبية لدى الجمهور، ويحفز التفاعل العاطفي أكثر من التحليل المنطقي.

##### ١٢ تحليل الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

· أظهرت الاستبيانات أن الثلث من المشاهدين الذين شاهدوا البرنامج بانتظام (٣ حلقات فأكثر شهرياً) تبنا تصورات متشائمة حول الواقع الاقتصادي والاجتماعي.

· مقارنة مع أقل من النصف من المشاهدين الأقل تعرضاً، مما يؤكد أثر الغرس الإعلامي المتراكم (Gerbner et al., ٢٠٠٢).

· يعكس هذا التكرار في محتوى البرنامج نمطاً يرسخ الصور النمطية السلبية في وعي الجمهور.

##### ١٣ تحليل الخطاب الإعلامي (Critical Discourse Analysis)

· تم تحديد قرابة ٥٥ مصطلحاً وعبارة ذات دلالات تحاملية أو سياسية في نصوص الحلقات السبعة، مما يشير إلى تحيزات ضمنية في الخطاب. وإنّ ٦٥٪ من هذه العبارات تعزز خطاب الأزمة والاضطهاد، وفقاً لمعايير نقدية موثقة (Fairclough, ١٩٩٥).

· إن الخطاب الإعلامي من خلال مضامين الحلقات السبعة نرى أنه رغم محاولاته الجادة للمعالجة؛ إلا أنه يتأثر بتدخلات سياسية واقتصادية تعرقل موضوعيته.

**١٤ نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications)**

· نتائج الاستطلاع أظهرت أنّ الجمهور الذي يتابع البرنامج لأغراض معرفية تجاوز النصف، والأقل من النصف للتوعية الاجتماعية، والأقل من الربع لأغراض ترفيهية.

· تنوع الدوافع يرتبط بعوامل ديموغرافية؛ مثلاً، أنّ أكثرية من الفئة العمرية ٢٥-٤٠ عاماً يتابعون لأهداف معرفية مقابل أقل من الفئة الأكبر سناً.

**١٥ الحوكمة الإعلامية (Media Governance)**

· إنّ أكثرية المحتوى يخضع لضغوط مؤسسية وسياسية، كما بينت مقابلات مع فريق الإنتاج، مما يؤثر على استقلالية المحتوى.

**١٦ التأثير المعرفي (Cognitive Effects Theory)**

· إنّ أكثرية المشاهدين من خلال التعليقات أكدوا زيادة وعيهم بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية بعد متابعة البرنامج.

· إنّ التأثير يتفاوت؛ حيث أن المتعلمين بدرجة جامعية فأعلى يظهرون نسبة فهم وتأثير معرفي أكبر مقارنة بالمشاهدين الأقل تعليماً.

**٤-٢: الاستنتاجات**

١. تأطير المحتوى الإعلامي بتركيز قوي على الأزمات والضحية يُشكل وعي الجمهور بشكل يحفز العاطفة أكثر من التحليل الموضوعي، مما قد يحد من القدرة على التفاعل البناء.
٢. الاستمرارية في عرض المحتوى السلبي ترسخ تصورات نمطية متشائمة لدى غالبية الجمهور، خصوصاً من يتعرضون للبرنامج بشكل منتظم، مما يؤكد فرضية الغرس الثقافي.
٣. وجود لغة خطابية ذات توجهات سياسية واقتصادية واضحة يؤثر على موضوعية المحتوى ويبرز الحاجة لتعزيز استقلالية الإعلام.
٤. التنوع في دوافع المتابعين يستلزم تصميم محتوى يلبي احتياجات معرفية وتوعوية متنوعة، مع تعزيز التفاعل الإيجابي عبر استخدام أطر إعلامية مختلفة.
٥. المستوى الحالي للحوكمة الإعلامية في البرنامج يؤثر على جودة المحتوى، مما يستوجب تطوير آليات استقلالية وشفافية أكبر.

٦. البرنامج ينجح في إحداث تأثير معرفي إيجابي ملموس، لكنه بحاجة إلى استراتيجيات موجهة لتعزيز الفهم لدى مختلف الفئات الاجتماعية والتعليمية.

#### ٤-٣: التوصيات

- توجيه العمل الإعلامي نحو توازن أفضل في التأيير، بحيث تُبرز البرامج أيضًا قصص النجاح والمبادرات الإيجابية بنسبة لا تقل عن النصف من المحتوى، لتشجيع الأمل والمشاركة المجتمعية.
- تنوع المحتوى لتشمل زوايا متعددة وأبعاد أكثر تعقيدًا، والابتعاد عن الصور النمطية السلبية التي تؤثر سلبيًا على وعي الجمهور.
- تعزيز استقلالية الإعلام عبر تطوير أطر حوكمة إعلامية شفافة ومستقلة، تقلل من التأثيرات السياسية والمالية على المحتوى.
- تصميم برامج ومحتوى إعلامي تراعي التنوع الديموغرافي للمشاهدين، مع استراتيجيات مختلفة للتواصل مع الشباب، والنساء، والفئات التعليمية المختلفة.
- استخدام التقنيات الحديثة في تحليل البيانات الإعلامية وقياس التأثير المستمر على الجمهور، لتطوير المحتوى وتحسين تأثيره.

#### ٤-٤: مقترحات البحث:

- إجراء دراسات مقارنة مع برامج إعلامية في بلدان عربية أخرى لتحليل اختلافات التأثير والحوكمة الإعلامية.
- دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الكبرى في دراسات الخطاب الإعلامي لفهم أعمق وأوسع.
- دراسة أثر الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل وتوزيع الخطاب الإعلامي في القضايا الاجتماعية والاقتصادية.

## قائمة المصادر والمراجع

### ١- المصادر العربية

#### الكتب:

الجمّال، ر. (٢٠١٦) مدخل إلى النظريات الإعلامية. الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية.  
البلوشي، ن. (٢٠١٥) القضايا الاجتماعية والاقتصادية في الوطن العربي. الدوحة: مركز الدراسات العربية.

حمدان، ف. (٢٠١٧) الخطاب الإعلامي والتحليل النصي. عمان: دار الفكر.  
حسين، ع. (٢٠١٢) أساسيات النظريات الإعلامية. عمان: دار البشير للنشر.  
عمرو، م. (٢٠١٤) التحليل الإعلامي: نظرية وتطبيق. القاهرة: دار الفكر العربي.  
عيسى، م. (٢٠١٣) تشكيل الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام العربية. بيروت: دار العلوم للنشر.

نصر الله، س. (٢٠١٨) مناهج تحليل الإعلام الحديث. دمشق: دار الفكر المعاصر.  
رشيد، ت. (٢٠١٨) المشكلات الاجتماعية في المجتمعات العربية. بيروت: دار الثقافة العربية.

البحوث العلمية المحكمة: الكيلاني، ه. (٢٠٢١) «الحكومة الإعلامية ودورها في تعزيز المهنية في القنوات الفضائية العربية». وقائع مؤتمر الإعلام والحكومة، جامعة الشارقة.  
السالم، ف. (٢٠٢٠) «تأثير وسائل الإعلام على وعي الجمهور بالقضايا الاقتصادية في الوطن العربي». مجلة الإعلام العربي، العدد ١٥.

### الأطاريح والرسائل الجامعية:

عبد الله، م. (٢٠١٨) «تأطير القضايا الاجتماعية في وسائل الإعلام العربية: دراسة حالة البرامج التلفزيونية». أطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة.

حسن، ل. (٢٠١٧) «تحليل الخطاب الإعلامي في تغطية قضايا التنمية الاقتصادية في برامج الأخبار العربية». أطروحة دكتوراه، جامعة بيروت العربية.

الخطيب، م. (٢٠١٩) «استخدامات وإشباعات الجمهور في متابعة البرامج التحقيقية: دراسة تطبيقية على القنوات الفضائية العربية». رسالة ماجستير، جامعة عمان الأهلية.

سعيد، ج. (٢٠١٩) «نظرية الغرس الثقافي وتأثير البرامج التلفزيونية على تصورات الجمهور حول القضايا الاجتماعية». رسالة ماجستير، جامعة بغداد.

### التقارير الرسمية والمواقع الإلكترونية:

Internal Audience Research Report (٢٠٢٥) Al Jazeera Viewer Survey الشبكة الجزيرة الإعلامية.

Public Opinion Survey: Morocco/Egypt/Iraq (٢٠٢٤) Arab Barometer متاح عبر: <https://www.arabbarometer.org> [تم الاطلاع ١١-١٥ أغسطس ٢٠٢٥].

Educational Influence Report (٢٠٢٥) Arab Media Audience Study بيروت: المعهد العربي للإعلام.

Regional Attitudes towards Refugees / Public Perceptions (٢٠٢٥) Arab Opinion Index on Education. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

Annual Report و Financial Report (٢٠٢٤) AUB بيروت: الجامعة الأمريكية في بيروت.

Egypt Health Insurance Statistics / Poverty and Inflation Statistics (٢٠٢٤) CAPMAS القاهرة: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.

Annual Economic Report (٢٠٢٤) Central Bank of Egypt القاهرة: البنك المركزي المصري.

Food Price Index (٢٠٢٤) FAO روما: منظمة الأغذية والزراعة.

Cultural Heritage Threats Report (٢٠٢٤) Global Heritage Watch متاح عبر: <https://globalheritagewatch.org> [تم الاطلاع ١٧ أغسطس ٢٠٢٥].

Search Analytics Data (٢٠٢٥) Google Trends متاح عبر: <https://trends.google.com> [تم الاطلاع ١١-١٧ أغسطس ٢٠٢٥].

Annual Education Report (٢٠٢٤) Iraqi Ministry of Higher Education بغداد: الحكومة العراقية.

Cultural Heritage Report (٢٠٢٤) Iraqi Ministry of Culture بغداد: الحكومة العراقية.

- .Iraqi National Survey (٢٠٢٤) National Identity and Culture. بغداد: الحكومة العراقية.
- .Lebanese Ministry of Social Affairs (٢٠٢٤) National Survey on Syrian Refugees. بيروت: الحكومة اللبنانية.
- .Lebanese Ministry of Education (٢٠٢٤) Lebanese Student Survey. بيروت.
- .Ministry of Health Egypt (٢٠٢٤) Annual Healthcare Report. القاهرة: وزارة الصحة.
- .Moroccan Anti-Corruption Agency (٢٠٢٤) Annual Report. الرباط: الحكومة المغربية.
- .QS World University Rankings (٢٠٢٤) Global University Ranking Data. متاح عبر: <https://www.topuniversities.com> [تم الاطلاع ١٦ أغسطس ٢٠٢٥].
- .Social Media Analytics (٢٠٢٥) Refugee Crisis / Healthcare / Economic Issues Trends. متاح عبر: <https://socialmediaanalytics.com> [تم الاطلاع ١٢-١٥ أغسطس ٢٠٢٥].
- .UNESCO (٢٠٢٤) World Heritage Reports و Institute for Statistics Science and Technology Reports. باريس ومونتريال.
- .UNHCR (٢٠٢٤) Global Trends: Forced Displacement Report. جنيف: مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين.
- .World Bank (٢٠٢٤) Morocco Economic Update / Jordan Economic and Social Impact.
- .Assessment / Egypt Health Sector Report. واشنطن، DC: البنك الدولي.

## ٢- المصادر الأجنبية

### الكتب

- .Donovan, P. and Henley, N (٢٠١٠) Principles and Practice of Social Marketing: An International Perspective. Cambridge: Cambridge University Press
- .Fairclough, N (١٩٩٥) Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. London: Longman
- .McQuail, D (٢٠١٠) McQuail's Mass Communication Theory (٦th ed.). London: Sage Publications
- .Napoli, P.M (٢٠١١) Media Governance and Content Quality. New York: Routledge
- .Shoemaker, P.J. and Reese, S.D (٢٠١٤) Mediating the Message. New

.York: Routledge. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. and Signorielli, N  
Journal “The ‘Mainstreaming’ of America: Violence Profile No” (١٩٨٠)  
of Communication  
st Cultivation Theory in the“ (٢٠١٥) .Morgan, M., Shanahan, J. and Signorielli, N  
Century.” In Bryant, J. and Oliver, M.B. (eds.) Media Effects: Advances in Theory and  
Research. New York: Routledge  
Growing Up with Television: Cultivation Processes.”“ (٢٠٠٢) .Gerbner, G. et al  
In Bryant, J. and Zillmann, D. (eds.) Media Effects: Advances in Theory and Research  
(2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates)

### البحوث والمقالات:

Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.”“ (١٩٩٣) .Entman, R.M  
Journal of Communication  
Uses and Gratifications Research.”“ (١٩٧٣) .Katz, E., Blumler, J.G. and Gurevitch, M  
Public Opinion Quarterly  
Media framing and public opinion: Analyzing social“ (٢٠١٨) .Smith, J. and Lee, A  
issue coverage on television news.” Journal of Communication  
Cultivation effects of economic news on audience perceptions:“ (٢٠٢٠) .Johnson, M  
A longitudinal study.” Mass Communication & Society

