

## تغطية مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية للانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م: دراسة في إطار نظرية الأطر الخبرية ومدخل التسويق السياسي.

د. ممدوح عبدالله مكاوي (\*)

### مقدمة:

يؤكد الكثير من الخبراء السياسيين أهمية التسويق الانتخابي كامتداد للتسويق السياسي والاجتماعي عند الترويج للعملية الانتخابية ولبرنامج المرشح، وأجمعوا أن التسويق السياسي يحدث تغيرات إيجابية في سير العملية الانتخابية، إذ يمكن استقطاب أصوات خاصة إذا كانت تحمل برامج وأفكار تلبي توقعات واحتياجات ورغبات الناخب.

ولا يمكن اعتبار تطبيق التسويق في السياسة مسألة جديدة وإنما الذي تغير خلال الـ ٢٥ سنة الماضية؛ إن إدارة التسويق السياسي تعاضمت استخداماتها وازداد اهتمام الأحزاب السياسية والسياسيين والحكومات ومنظمات اللوبي وجماعات المصالح بتطبيق مبادئ التسويق ودمج استعمال أدوات التسويق في إستراتيجية تسويقية متكاملة.

ولقد تغيرت تطبيقات التسويق السياسي من إدارة اتصال إلي أسلوب لإدارة السياسات سواء صنع السياسة، وتطبيق القرارات، وإجراء انتخابات إلا إن معظم السياسيين بعيدين كل البعد عن اكتساب فهم متكامل لتطبيقات التسويق في مواقف التبادل السياسي، وقد أدت إدارة التسويق السياسي في مجال السياسة إلي تبني قادة الأحزاب للتفكير البسيط الشعبي لجذب الناخبين<sup>(١)</sup>.

وبالنظر إلي حالة الانتخابات الرئاسية الأمريكية فإنها تمثل حدثاً مهماً ومؤثراً في التحولات السياسية التي يشهدها العالم، وباعتبار الولايات المتحدة الأمريكية دولة لها النصيب الأكبر في صنع السياسة الخارجية لمعظم دول العالم ومنها الدول العربية؛ لذا فإن تغطية انتخابات الولايات المتحدة الأمريكية بقنوات الأخبار الفضائية ونشراتها ومواقعها الإلكترونية ونقلها للمشاهد العربي تعد بمثابة مادة إعلامية لا غني عنها عند الحديث عن المستقبل السياسي للعديد من الدول.

(\*) مدرس الإذاعة والتلفزيون، بكلية الإعلام – جامعة بني سويف .

والجدير بالذكر أن مرشحي الرئاسة الأمريكية علي امتداد الإنتخابات الرئاسية السابقة من أكثر المرشحين استخداماً لأدوات وأساليب وأدوات التسويق السياسي في العملية الإنتخابية، ومنهم من استخدم التلفزيون كوسيلة لمخاطبة الناخبين كجون هندي، في حين ركز بوش الابن علي الصحافة وحملات العلاقات العامة والاتصال الجمعي، بينما برز نجم أوباما مع وسائل الإعلام الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي، وركزت هيلاري كلينتون علي الصحافة الأمريكية، بينما اهتم ترامب بوسائل وشبكات التواصل الاجتماعية.

وفي ضوء التغطية الإخبارية للإنتخابات الرئاسية في القنوات العالمية يري الباحث أنه من الجدري بالدراسة رصد أطر التناول الإخباري لتلك الإنتخابات في مواقع القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية في ثلاثة مواقع قنوات هم الأكثر استخداماً في الفترة الأخيرة هي (BBC العربية، وروسيا اليوم، والحررة الأمريكية) والتي يمثلون رؤي مختلفة هي انجلترا، وروسيا، والولايات المتحدة الأمريكية.

#### أولاً- تحديد المشكلة البحثية:

في ضوء معطيات مدخل التسويق السياسي الذي يبدأ بالمؤسسة السياسية في توصيل فكرة أو ممارسة أو قضية معينة إلى المنتج السياسي ثم تذهب إلى وسائل الاتصال المختلفة، بعد ذلك تكون جاهزة إلى السوق السياسي المتمثل بالجمهور لتعود في رجع الصدى أو التفاعلية إلى المؤسسة السياسية مرة أخرى.

وفي ضوء معطيات نظرية الأطر الخبرية التي تركز علي الدور الذي يقوم به الإعلام في عملية تأطير الإنتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية. حيث تعتبر وسائل الإعلام تعتبر أداة حيوية لتحقيق الأهداف والمصالح المختلفة، حيث يتم استخدامها وفق الظروف والمتغيرات السياسية التي يمر بها العالم. وتعتبر وسائل الإعلام الموجهة - خصوصاً - تجسيدا لتوظيف الإعلام لخدمة أهداف ومصالح معينة، حيث أنها تستهدف في وقت السلم الدعاية للدولة الباتة وترويج أفكارها، وعرض قضاياها من وجهة نظرها، إلى جانب تشويه القضايا والأفكار والمبادئ التي لا تتماشى مع سياستها وأيديولوجيتها، كما تستهدف وقت الحرب تحطيم معنويات العدو، والعمل على إحداث الفرقة في الجبهة الداخلية والقوات العسكرية، وشرح قضاياها للدول المحايدة وإقناعها بها.<sup>(١)</sup>

وفي ضوء اتساع انتشار القنوات الإخبارية التلفزيونية الفضائية خاصة القنوات الفضائية الدولية (الأجنبية) الناطقة بالعربية علي مستوى العالم العربي والتي أدت إلي

نشوء جدل سياسي، وثقافي حول طبيعة الدور الذي تقوم به تلك القنوات، ومن أبرز معالم هذا الجدل حول هذه الظاهرة القول بأن التغطية الإخبارية للأحداث والقضايا من قبل هذه القنوات في إطار ما يسمى بمفهوم الإعلام الدولي أو الإعلام الموجه، تعكس صورة لأنظمة اجتماعية وأيديولوجيات معينة تتأثر بها تلك القنوات في أساليب عملها، وطرق تقديمها للأخبار واختيار موضوعاتها وأشكالها، وقيمها التي تحكم بثها بما يؤثر في اتجاهات الجمهور العربي وتحديد مواقفه وترتيب أولوياته إزاء مختلف القضايا التي تدور حوله، في ضوء ما تقدمه من أخبار وأراء وتحليلات وتغطيات مباشرة. والقنوات الفضائية الموجهة عن قصد بلغات معينة لشعوب بذاتها سلاحاً من أسلحة الحرب النفسية، ووسيلة مهمة للدعاية التي أصبحت توجه إلى دوائر أوسع من سكان العالم، وأصبحت تصل حالياً لكل فرد تقريباً وفي جميع أوقات اليوم.<sup>(٣)</sup>

وفي ضوء الاهتمام الواسع بحدث الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م، وعملية انتخاب رئيس جديد غير باراك أوباما الذي انتهت فترة رئاسته الثانية وضرورة وجود وجه رئاسي جديد وفي ضوء الأحداث السياسية الدائرة في المجتمع العربي وعدم استقراره من الناحية السياسية والأمنية والإقتصادية، الأمر الذي يجعل من انتخاب رئيس جديد للولايات المتحدة الأمريكية حدث مهماً باعتباره مؤثر مباشر أو غير مباشر علي المنطقة العربية؛ لذا فالتغطية الإخبارية لتلك الانتخابات هو ما تحاول الدراسة الحالية رصده في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية.

**ثانياً- أهمية الدراسة:**

**تتبع أهمية الدراسة في ضوء بعض الإعتبارات منها:**

- أهمية دعم قضايا الديمقراطية التي تنادي بها المجتمعات الغربية عبر إنتخابات متعددة تجريها بصورة تعتقد أكثر شفافية من الدول العربية، الأمر الذي يجعل من الإنتخابات الرئاسية الأمريكية أمر يكرث له الجهد والتغطية والتناول والمعالجة من قبل القنوات الفضائية الإخبارية وغيرها، والصحف العربية والعالمية، والمواقع الإلكترونية الإخبارية.
- تنوع الأيديولوجيات السياسية لمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية عينة الدراسة في تأطيرهما للإنتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م، وفي إطار فهم علاقة الخطاب التليفزيوني المتعلق بتلك الإنتخابات بالواقع الذي يتشكل فيه وبالقوى السياسية المختلفة عربياً ودولياً؛ والتي يصدر عنها ويقدم أطروحاته بشأنها.

- أهمية التسويق السياسي والانتخابي كموضوع بحثي حديث نسبياً فهو يحتاج المزيد من الدراسات العلمية الإعلامية؛ فيعتبر مدخل التسويق السياسي من المداخل البنينة الذي نشأ في ركب علم الإدارة؛ فالمدخل يربط بين أكثر من مجال السياسي والاتصالي والإداري وغيرهم.
- أهمية دراسة عملية تأطير مواقع القنوات الفضائية الإخبارية لسباق الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م، وفهم الآليات التي تستند إليها في تأطير الأحداث والقوى الفاعلة المختلفة، لما لهذه المعالجات من أدوار مهمة في التأثير على توجهات الرأي العام تجاه تلك الانتخابات.
- مواكبة الدراسات والاتجاهات البحثية العالمية، حيث شهدت الألفية الثالثة تنامياً ملحوظاً في إجراء الدراسات التي تتصل بالتعرف على السمات الإيجابية والسلبية لتغطية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة للعملية الانتخابية، للوقوف على مدى فاعليتها ونجاحها في تقديم معالجة متوازنة وموضوعية للأحداث والقضايا والموضوعات المتعلقة بالانتخابات.
- أهمية تحليل الخطاب في مجال الأخبار بوصفه أحد الروافد الحديثة في مجال دراسة الرسائل الإخبارية التلفزيونية، وباعتباره خطاب له توجهات محددة يتم تجسيدها عبر توظيف مصادر وأطر وتصورات للقوى الفاعلة، ومحاولة بحثية تكتسب أهميتها من كونها تتضمن أبعاداً كمية وكيفية<sup>(٤)</sup>.

#### ثالثاً- أهداف الدراسة:

##### تسعي الدراسة في أهدافها إلى:

- رصد أوجه الإتفاق والإختلاف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية عينة الدراسة فيما يتعلق بأطر التغطية الإخبارية للانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م.
- دراسة تحيزات التغطية في المادة الخبرية بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية عينة الدراسة فيما يتعلق بالانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م.
- التعرف علي استراتيجيات التسويق السياسي التي استخدمتها المادة الخبرية بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية عينة الدراسة فيما يتعلق بالانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م.

#### رابعاً- الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري علي نظرية الأطر الخبرية، وكذلك مدخل التسويق السياسي:

#### (أ) نظرية الأطر الإخبارية:

تعد نظرية الأطر الإخبارية من أبرز المفاهيم الحديثة التي تفسر تأثير المعالجة الإعلامية للقضايا المختلفة على أحكام الجمهور تجاه تلك القضايا ومن ثم على اتجاهاتهم نحوها<sup>(٥)</sup>. وتعد تلك النظرية أيضاً محور إهتمام كثير من العلوم الأخرى، وخاصة العلوم السياسية والاجتماعية حيث يتم استخدامها للوصول إلى النتائج المرجوة بأكبر قدر من التأثير ومن ثم الإستجابة<sup>(٦)</sup>.

وقد ظهرت تلك النظرية كمدخل حديث بالإعتماد على دراسات وأبحاث الجمهور فى الولايات المتحدة الأمريكية فى الربع الأخير من القرن الماضى، حيث تستمد جذورها من نظريتي (التفاعل الرمزي Symbolic interaction والبناء الإجتماعى للواقع Social Construction of reality) وتفترض كلتا النظريتان أن الصور الذهنية والأفكار التي نكونها عن أنفسنا والعالم المحيط بنا هي إحدى العناصر الأساسية التي توجهنا فى تعاملنا مع الأحداث من حولنا<sup>(٧)</sup>.

وتتمثل أهم خصائص الأطر الخبرية فى أن:

- ١- الإطار يضيف المعنى على الخبر أى أنه يعطى له دلالة أو أهمية لدى الجمهور<sup>(٨)</sup>.
- ٢- تخلق الأطر رؤى خاصة ومحددة فى إدراكنا عما يعرض، تتوافق مع المدخل أو البعد الذى تُعرض من خلاله تلك الأحداث<sup>(٩)</sup>، فالإطار هو بناء ينطوى على قدر من التحيز<sup>(١٠)</sup>.
- ٣- تعد الأطر هي أحد أهم المكونات فى القصة الإخبارية، فهي بمثابة النموذج الذى يوجه الإعلامى فى تجميع ورصد العناصر والاستشهاد (التدليل بالأمثلة) فى القصة الإخبارية<sup>(١١)</sup>.
- ٤- يهتم الإطار بدراسة المحتوى الضمنى للرسالة ومن ثم يهتم بدلالات الألفاظ المستخدمة<sup>(١٢)</sup>.
- ٥- تتسم الأطر بالثبات النسبى حيث أنها تطرح ميولاً واتجاهات لها خاصية مقاومة التغيير<sup>(١٣)</sup>.

٦- الأطر يجب أن يكون لها مفهوم ذهني محدد ومعنى لغوي واضح، وأن يكون مألوف استخدامها في الممارسة الصحفية<sup>(١٤)</sup>.

٧- الأطر تعد جزء من الفلسفة والأيدولوجية السائدة في المجتمع، حيث تعمل القيم المجتمعية كمدخلات هامة تؤثر على القائم بالاتصال حيث يستخدمها كأطر مرجعية لتغطية الأحداث<sup>(١٥)</sup>.

### وتتمثل فروض النظرية في التالي:

١- تركيز وسائل الإعلام في رسائلها على جوانب بعينها في القضية دون غيرها أي (تحديد الأطر بعينها) يخلق معايير معينة يستخدمها أفراد الجمهور المشاهد في تقييمهم للقضية<sup>(١٦)</sup>، أي أن معلومات الجمهور واتجاهاته نحو الأحداث والقضايا المختلفة تتشكل في ضوء تأثيرهم بالأطر التي تُعالج من خلالها وسائل الإعلام تلك الأحداث<sup>(١٧)</sup>.

٢- إن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهما من خلال وضعها في إطار Frame يحددها وينظمها من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى ويضفي عليها قدراً من الإتساق<sup>(١٨)</sup>.

٣- الاستعانة بالأطر المرجعية Reference points المختلفة في الرسالة الإعلامية يؤدي بدوره إلى إختلاف الأحكام التي يصدرها الرأي العام تجاه الأحداث والقضايا المختلفة<sup>(١٩)</sup>.

### وتعد نظرية الأطر الإخبارية إطاراً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة للأسباب الآتية:

تأتي أهمية الاعتماد على نظرية الأطر الإخبارية كإطار نظري للدراسة الحالية من خلال افتراض هذه النظرية أن تركيز مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية في مادتها الخبرية على جوانب بعينها في تغطيتها لسباق الرئاسة الأمريكية، وإهمال غيرها من الجوانب - أي وضع القضية داخل إطار خبري- يؤدي إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها الناخبين عندما يفكرون ويشكلون آراءهم نحو تلك الأحداث، ومن ثم جاءت ضرورة توظيف هذه النظرية في موضوع الدراسة؛ حيث إن تحليل الأخبار وما تتضمنه من كلمات ومفردات - من خلال انتقاء كلمات معينة واستبعاد كلمات أخرى في صياغة النص الإخباري- يمثل بدوره أداة رئيسية لخلق وتوليد المعاني المتضمنة في النص بشكل يعكس دلالات مختلفة للنص الخبري تعكس اتجاهات معينة إزاء أحد مرشحي الرئاسة الأمريكية وبالتالي التأثير ليس فقط على المعارف المكونة لدى الناخبين بقدر التركيز على التصويت لأحدهما الأكثر قناعة لديهم.

## (ب) مدخل التسويق السياسي:

يُعد التسويق السياسي ابتكاراً أمريكياً في الأساس، ويستشهد بكيلي ١٩٥٦ كأول من استخدم مصطلح التسويق السياسي، حيث تشير أدبيات الإنتاج الفكري بالولايات المتحدة إن جون بيكلي (John Beckley) عضو فريق الحملة المحيطة بتوماس جيفرسون كأول الاستشاريين السياسيين، وتعود نشأة التسويق السياسي إلي تطور التحقيقات الصحفية والتغيرات في النظم السياسية والانتخابية، وعلي وجه الخصوص أدرك الباحثون توسع وسائل الإعلام وخاصة المرئي لما له من تأثير واضح.

ويعكس التسويق السياسي كثيراً من خصائص النظام السياسي الأمريكي؛ حيث يتسم هذا النظام بضعف الأحزاب السياسية واعتماد المرشحين على حملاتهم الانتخابية، وبالتالي لا تمارس الأحزاب السياسية الأمريكية سوى سيطرة ضعيفة على اختيار المرشحين وإدارة الحملات الانتخابية التي يتولاها المرشح بنفسه، على عكس ما يحدث في أوروبا والدول العربية من تدخل وسيطرة للأحزاب<sup>(٢٠)</sup>. وبذلك فإن الحملات الانتخابية في أمريكا تركز فيها بحوث التسويق السياسي على استخدام التكنولوجيا الحديثة.<sup>(٢١)</sup>

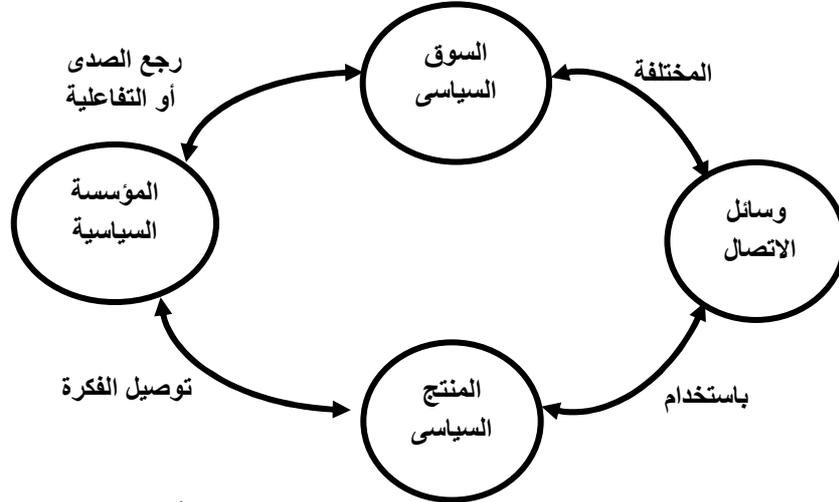
وفي عام ١٩٥٢ استُخدم التسويق السياسي في حملة " ايزنها" الرئاسية وكانت وكالة تادبيتز الأمريكية "Tedbates" هي المُتولية تصميم الحملة ويُعد ميشال بنجران "Michel Bangradn" هو أول من طبق أسلوب التسويق السياسي الحديث في فرنسا وذلك لخدمة المرشح جون لوكانوييه "Jean Leconvet"، أما عن حملة الرئاسة الأولى في فرنسا التي شهدت تطبيق أساليب التسويق الانتخابي فكانت عام ١٩٧٤، وقد استخدم بشكل دقيق وواسع، على يد فريق متكامل لكل من المرشحين (فاليري جيسكار ديستان - فرنسوا ميتران - جاك شايبان - دلماس) ومنها دخل التسويق السياسي في الممارسة العادية والضرورية في كل بلدان أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية<sup>(٢٢)</sup>.

ويري أرون أوكاس Aron O'cass أن التسويق السياسي ما هو إلا تحليل وتخطيط وتنفيذ والتحكم في البرامج السياسية والانتخابية التي تضمن بناء العلاقات ذات المنفعة المتبادلة بين كيان سياسي ما أو مرشح ما والناخبين من أجل تحقيق اهداف السوق السياسي<sup>(٢٣)</sup>.

ويمكن تحديد مكونات عملية التسويق السياسي والتي تمثل الخصائص البنائية له في ضوء أهداف السوق والإستراتيجيات التي يتبعها على النحو التالي: (المؤسسات

السياسية: وهي أحد أهم المكونات الأساسية لعملية التسويق السياسي سواء كانت في السلطة أو خارجها. والمنتج السياسي: وعادة ما يتمثل في حزب أو سياسة أو فكرة أو أيديولوجية معينة. والسوق السياسي: وهو يشير إلى المواطنين أو الناخبين الذين تسعى المؤسسة أو القيادة للحصول على تأييدهم. وسائل الاتصال: التي تقوم لم يعد دور وسائل الإعلام يتوقف على طرح القضايا التي يفكر فيها الأفراد وإنما تقدم لهم الطرق والأساليب التي تعلمهم كيفية التفكير حول هذه القضايا ولذلك تُعد وسائل الإعلام هي القنوات الأساسية التي تتم من خلالها حملات التسويق السياسي<sup>(٢٤)</sup>.

وهذه المكونات تشكل ما يمكن أن تطلق عليه مزيج التسويق السياسي ويشير الشكل التالي إلى طبيعة العلاقة بين العناصر السابقة أي بين مكونات مزيج التسويق السياسي:



ويتضمن مدخل التسويق السياسي عدة مداخل تعكس الطرق والأساليب التي تحقق الأهداف:-<sup>(٢٥)</sup>

- طرق أو وسائل الاغراء للمتلقين: وذلك لإدراك موضوعات الحملة وشخصيتها، والخطوة الأولى هنا هي ترويج الافكار أو الشخصيات ليذكر الافراد وجودها.
- طرق تصويب الرسائل: وتستهدف الرسائل فئة معينة أو قطاع ما من الجمهور يُعتبر أكثر استقبالية لها.
- طرق أو وسائل تدعيم الرسائل: وذلك للرسائل الموجهة للجمهور المستهدف، و تشجيع هؤلاء الناس على التأثير في الآخرين من خلال الاتصال الموجهي.

- طرق غرس الصورة الذهنية: وذلك لغرس الصورة الذهنية والإنطباعات للناس عن المنتجات أو الخدمات، وتستخدم هذه الطريقة عندما يصعب زيادة اهتمام المتلقين.
- طرق إثارة اهتمام المتلقين وإغرائهم بالبحث عن المعلومات: حيث تزداد الرغبة في البحث عن المعلومات عندما يتم بناء الاهتمام بالأفكار والشخصيات.
- طرق إثارة الرغبة في اتخاذ القرار أو الموقف: عندما يكون الناس صورة ذهنية قوية عن موضوع أو فكرة، فانه في هذه الحالة سيكونوا مستعدون للتحرك نحو القرار العقلاني أو الترتيب الواعي للأولويات واتخاذ المواقف .
- طرق تنشيط فئات أخرى من الجمهور: خاصة المستهدفة منهم بالحملة، وتضم هذه الفئات الأفراد المحتملين .

ويعد مدخل التسويق السياسي إطاراً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة، حيث تحاول الدراسة دراسة أهم إستراتيجيات التسويق السياسي التي تستخدمها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية في تغطيتها لأخبار مرشحا الرئاسة الأمريكية (هيلاري كلينتون، وترامب). والإهتمام بطرق وأساليب التسويق السياسي والانتخابي التي تستخدم في مواقع القنوات عينة الدراسة .

#### رابعاً- مراجعة الدراسات السابقة:

تركز الدراسات السابقة علي الدراسات التي تناولت واهتمت بالانتخابات الرئاسية في وسائل الإعلام المختلفة:

- سعت دراسة كيم، وسبيرو وكويسيس وآخرون **Kiousis, Spiro; Kim, & et al**، ٢٠١٦<sup>(٢٦)</sup> إلى اختبار العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام، وحملات العلاقات العامة في انتخابات مجلس الشيوخ ٢٠١٠م في الولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت إلى تركيز حملات العلاقات العامة على سمات الشخصيات المرشحة؛ بينما ركزت وسائل الإعلام على القضايا التي يركز عليها المرشحون. كما توجد اختلافات طفيفة بين الصحيفتين (الواشنطن بوست، نيويورك تايمز) في التركيز على القضايا الاقتصادية التي يركز عليها المرشحون لصالح صحيفة واشنطن بوست، بينما ركزت صحيفة نيويورك تايمز على القضايا الاجتماعية.

- انتهت دراسة ديفيد لين **Painter, David Lynn**، ٢٠١٥<sup>(٢٧)</sup> حول استخدام حملات العلاقات العامة في الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٢م عبر شبكة

الإنترنت، أن الفيس بوك جاء من أكثر الوسائل المستخدمة في الحملات الانتخابية التي تستخدمها حملات العلاقات العامة ويقبل عليها الكثير من المرشحين. وأن الناخبين الأمريكيين مازالوا يفضلون الاتصالات المباشرة في التواصل مع المرشحين على الرغم من كثافة استخدام شبكة الإنترنت في الحملات الانتخابية. وأن استخدام شبكة الإنترنت يكون أكثر فاعلية في حملات العلاقات العامة التي تركز على النواحي العاطفية بالمقارنة بالحملات الاتصالية المباشرة.

- خلصت دراسة **كانتوجيك مارتا وآخرون & Marta Cantijoch** (٢٨) ٢٠١٤، حول تأثير حملات العلاقات العامة على أبعاد مختلفة من المشاركة السياسية، والكشف عن التأثيرات على المشاركة السياسية من استخدامها، بالتطبيق على الانتخابات الأمريكية ٢٠١٢م، إلي وجود علاقة بين الاعتماد على حملات العلاقات العامة والمعرفة السياسية، وعدم وجود علاقة دالة بين استخدام حملات العلاقات العامة، وبين الاحساس بالكفاءة السياسية الخارجية، لكن استخدام حملات العلاقات العامة للأغراض غير السياسية يؤثر على الكفاءة السياسية الداخلية على نحو إيجابي.

- تشير نتائج دراسة **هبة شاهين** ٢٠١٣م (٢٩)، حول تحليل قضية الانتخابات التشريعية المصرية في قناتي العربية والحررة إلى التركيز على قيمة الصراع في عرض قضية الانتخابات التشريعية المصرية، بالإضافة إلى التأثير الواضح للأيديولوجيا السياسية للدولة التابع لها كل قناة، حيث برز تأثير الأيديولوجيا في تأطير القضية وفي أطر الأسباب والحلول وفي تحديد القوى الفاعلة الداخلية والخارجية وأدوارها في المعالجة الإخبارية لكل قناة، وتتفق النتائج مع ما تشير إليه نظرية الأطر الخبرية من تأثير اختلاف السياق الثقافي على اختلاف الرؤى لقضية الانتخابات التشريعية المصرية.

- كشفت دراسة **إيفانكا مافورديفا Mavrodieva, Ivanka** (٣٠) ٢٠١٢، حول دور حملات العلاقات العامة في الخطاب السياسي للمرشحين في الانتخابات البلغارية في الفترة من ١٩٩١-٢٠٠٦م، عن أن لحملات العلاقات العامة دور كبير في إقناع المرشحين بأهمية وجود جمهورية ذات نظام حكم برلماني. وأن خطاب حملات العلاقات العامة ركز علي ثلاثة مجالات: إنشاء مؤسسة الرئاسة في بلغاريا، والتركيز على النظام التنظيمي للانتخابات الرئاسية، ودور الأحزاب في ترشيح

المرشحين، فضلا عن دورهم في الحملات الانتخابية الرئاسية. وأن حملات العلاقات العامة للمعارضين ركزت على تحليل أنواع من المناقشات والسيناريوهات والمواضيع المطروحة للنقاش، والأساليب البلاغية والحجج المستخدمة من قبل المعارضين.

- خلصت دراسة **جوزيف وجابريل Seethaler, Josef; Melischek, Gabriele**، ٢٠١٢<sup>(٣١)</sup>، حول دور حملات العلاقات العامة في الانتخابات الاستراتيجية خلال الفترة من ١٩٧٠ حتى ٢٠٠٨م، إلى أن اهتمامات الرأي العام من الممكن أن تتشكل قبل فترة وجيزة من الانتخابات بالتركيز على خصائص المرشح ودعمها بالأدلة القوية بإنجازاته. وأن استخدام الرسائل الإخبارية كان له تأثير قوي في التأثير على الناخبين في انتخابات ٢٠٠٨م وترتيب أولوياتهم نحو القضايا الاستراتيجية المختلفة. وأن حملات العلاقات العامة يتم تقييمها خلال فترة الانتخابات بما يتواءم مع الدعاية المضادة من المنافسين.

- انتهت دراسة **سلوى سليمان عبد الحميد (٢٠١١)** <sup>(٣٢)</sup>، حول معرفة أساليب ووسائل ومرتكزات الدعاية التي قام بها مرشحو مجلس الشعب في هذه الانتخابات، إلى اعتماد عينة الدراسة من الناخبين وغير الناخبين في استفتاء المعلومات الخاصة بالانتخابات بشكل أساسي على القنوات الفضائية المصرية الخاصة. وجاء سبب "شعور المبحوثين بأن أصواتهم سوف تؤثر في نتائج الانتخابات" في الترتيب الأول كأهم سبب للذهاب إلى صناديق الاقتراع. وتوصلت الدراسة إلى أن الصورة الذهنية للأحزاب السياسية في مصر لم تختلف لدى المبحوثين عينة الدراسة سواء المصوتين والممتنعين.

- هدفت دراسة **ديمتروفا وسترومباك Dimitrova and Strömbäck** ٢٠١١م<sup>(٣٣)</sup> إلى مقارنة تغطية أخبار الانتخابات في السويد والولايات المتحدة من خلال تحليل مضمون نشرات الأخبار التلفزيونية المسائية، وتظهر النتائج استخدام إطار اللعبة الاستراتيجية على نحو أكثر كثافة في التغطية التلفزيونية الأمريكية وارتبط ذلك باستخدام محلي وسائل الإعلام ونشطاء الحملة الانتخابية في كلا البلدين، بينما برز المواطنون العاديون كمصادر لتأطير قضية الانتخابات ارتباطاً باتجاه الفاعلين السياسيين لاستخدام إطار الصراع.

- رصدت دراسة **انيريك واكسافير Ordeix, Enric; Ginesta, Xavier** (٣٤)٢٠١١، دور حملات العلاقات العامة في تدعيم سلطة الرئيس الأمريكي " باراك أوباما" أمام الرأي العام في دول أوروبا الغربية والحصول على الشعبية اللازمة داخل هذه البلاد بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة قوامها (١٠٢٣) مفردة من دول الاتحاد الأوروبي، وانتهت إلي أن المبحوثين يتابعون حملات العلاقات العامة الخاصة بالرئيس أوباما بنسبة ١٤,٥ % في مقابل ٨٣,٥ % لا يتابعونها. وترى نسبة ٥٥,٢ % أن استخدام المنظمات غير الحكومية، والشركات له تأثير كبير في تدعيم سلطة الرئيس الأمريكي. وأن حملات العلاقات العامة تدعم الرأي العام خارج الولايات المتحدة، ويمكن أن يؤدي إلى مزيد من تدعيم السلطة وقبول أكبر لسياسات الحكومة.
- تختبر دراسة **جاريينتس وميرفي Garyantes and Murphy** (٣٥)٢٠١٠، أطر التغطية الإخبارية للانتخابات الوطنية العراقية عبر موقعي CNN والجزيرة، وكشفت نتائج الدراسة عن وضع شبكة CNN لأطر الانتخابات من خلال أيديولوجية الغزو الثقافي والعاطفة الوطنية المرتبطة بالنموذج الديمقراطي الغربي، بينما أظهرت تقارير الجزيرة الريبة والشك نحو الولايات المتحدة ووضعت أطر الانتخابات في ظل الشكوك والفوضى وعدم وجود الشرعية.
- استهدفت دراسة **انتمان Entman** (٣٦)٢٠١٠ بحث تحيز وسائل الإعلام في إطار تغطية الحملة الانتخابية الرئاسية ٢٠٠٨، وكشفت نتائج الدراسة أن الأطر تقدم في كثير من الأحيان جانب على آخر في الصراعات السياسية، وينتج التأطير المتحيز من خلال التفاعل بين تطورات العالم الحقيقي والمعايير الثقافية وقواعد القرار الصحفي.
- تقارن دراسة **سترومباك وألست** (٣٧)٢٠١٠ بين أطر أخبار الانتخابات في بلجيكا والسويد، حيث ينتمي كلا البلدين لنموذج ديمقراطي إعلامي وسياسي متماثل، وتبرز النتائج أهمية متغير نوع الوسيلة الإعلامية (تجارية مقابل خدمة عامة وأخبار التلفزيون والصحف الصفراء مقابل صحف النخبة) بوصفه مؤشراً فاعلاً في تأطير وسائل الإعلام للسياسة.
- كشفت دراسة **حنان ياسين لاشين** (٣٨) (٢٠٠٩)، حول وصف دور الاتصال المباشر في تشكيل اتجاهات وسلوك الناخبين المصريين، انخفاض نسبة المشاركة في

الانتخابات من العدد الإجمالي لمن يحق لهم المشاركة، حيث بلغت نسبة المشاركة بين من يملكون بطاقة انتخابية (٨٦,٣%) . وضرورة إيجاد آلية لتفعيل الإحساس بأهمية المشاركة السياسية للمواطن. وحصول قنوات الاتصال المباشر على المركز الأعلى في ترتيب الناخبين كقنوات اتصالية يحصلون من خلالها على معلومات وآراء عن المرشحين. وتفضيل الناخبين لبرنامج الحزب الوطني الديمقراطي من حيث الوضوح وآليات التنفيذ.

- اهتمت دراسة **كون اندرين Adrien Cohen**، ٢٠٠٩م، بتحليل مضمون برنامج جون ستيوارت (Daily show with jon Stewart) أثناء انتخابات الرئاسة الأمريكية ٢٠٠٨ بمراحلتيها التمهيدية (داخل الحزبين الكبيرين) والنهائية بين أوباما وماكين، وذلك لمعرفة عمق التناول الذي حظي به كل مرشح ومساحة التغطية الكلية لكل مرشح، و توصلت الدراسة إلى أن البرنامج قد أعطى مساحات متساوية لكلا الحزبين الجمهوري والديمقراطي على المستوى الكلي، وإن كانت هناك مساحة أكبر لأوباما يليه ماكين ثم سارة بالين وبعدها هيلاري كلينتون، كما أنّ الديمقراطيين حازوا على تغطية أكبر أثناء الانتخابات التمهيدية بينما حاز الجمهوريون على تغطية أكبر في الجولة النهائية<sup>(٣٩)</sup>.

- انتهت دراسة **فاليري تاتشير Thatcher, Valerie**، ٢٠٠٩<sup>(٤٠)</sup>، حول دور حملات العلاقات العامة في الانتخابات الرئاسية ٢٠٠٨م في التركيز على إحدى القضايا المحلية التي تشغل اهتمام الرأي العام الأمريكي؛ وهي قضية استخدام الطاقة النظيفة وعدم الاعتماد الكلي على الفحم، إلى اكتساب الناخبين لمزيد من الوعي بتغير المناخ، والاهتمام بالقضايا البيئية اهتماماً أوسع خلال عام ٢٠٠٧م وفي أوائل عام ٢٠٠٨م من خلال حملات العلاقات العامة الخاصة بمرشحي الرئاسة، وأن مشاكل تغير المناخ الاقتصادي والركود وارتفاع معدلات البطالة، والزيادة السريعة في أسعار الوقود، وأزمة الرهن العقاري، وانخفاض أسعار سوق الأسهم من أهم الموضوعات التي ركزت عليها حملات العلاقات العامة الخاصة بمرشحي الرئاسة. وأن حملات العلاقات العامة ركزت على سبل مواجهة هذه المشاكل ورؤية المرشحين لحل هذه القضايا.

- أكدت دراسة **ستيفانو ديلا (Stefano Della)** <sup>(٤١)</sup> أن انحياز وسائل الإعلام يؤثر على نتائج الانتخابات حيث انطلقت هذه الدراسة من فرضية مفادها أن

انحياز وسائل الإعلام يؤثر على التصويت فى الانتخابات وذلك بالتطبيق على شبكة أخبار Fox News لاسيما مع اتساع نطاق تغطيتها وأثرها على نتائج التصويت فى انتخابات ١٩٩٦، وبالفعل ثبت صحة هذه الفرضية، حيث توصلت الدراسة إلى أن الولايات التى غطتها شبكة فوكس - المنحازة للجمهوريين- زادت فيها نسبة التصويت لصالح الجمهوريين بنسب تتراوح ما بين ٣:٨% كما توصلت (Uche Onyebadi)<sup>(٤٢)</sup> إلى أن أجندة وسائل الإعلام تؤثر وبشكل واضح على الناخبين، كما أن وسائل الإعلام نفسها تتأثر أجندتها أكثر بما يطرحه المرشح من قضايا وموضوعات أكثر من شخصيته وسماته الشخصية، كما وجدت أن انحياز وسائل الإعلام يؤثر على قرارات الناخب الكينى.

- تهدف دراسة سترومباك وألبرج Strömbäck and Aalberg ٢٠٠٨<sup>(٤٣)</sup> إلى المقارنة بين تغطية أخبار الانتخابات فى السويد والنرويج، ينتمى البلدان إلى النموذج الديمقراطى على المستويين الإعلامى والسياسى، تظهر نتائج الدراسة عدم وجوب اختلافات بين البلدين فيما يتعلق باستخدام الأطر العامة مقابل الأطر المحددة، وكان إطار السياسيين كأفراد الأكثر شيوعاً فى الأخبار النرويجية بينما كان إطار الصراع وإدارة الأخبار الأكثر شيوعاً فى الأخبار السويدية، بالإضافة إلى عدم وجود فروق بارزة بين الدولتين فى استخدام إطار سباق الخيل والإستراتيجية.

- رصدت دراسة خيرت معوض عياد (٢٠٠٨)<sup>(٤٤)</sup>، حول توصيف وتحليل الكيفية التى استخدم كل من المرشح الديمقراطى والمرشح الجمهورى الإنترنت كوسيلة اتصال فى الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٠٨، أن إستراتيجية الإقناع أكثر استخداماً من خلال موقع أوباما من خلال رؤى أوباما للتغيير. ولجأ جون ماكين المرشح الجمهورى إلى التكتيكات الهجومية على المرشح الديمقراطى أوباما منذ بداية الحملة الانتخابية وحتى نهايتها. وقدرة الناخبين على التواصل مع كلا المرشحين عبر البريد الإلكتروني، وطرح التساؤلات والاستفسارات، وتقديم المقترحات؛ مما خلق تواصلاً شخصياً مع المرشحين. وكان للإنترنت دور مميز فى تجنيد أكبر عدد من المتطوعين فى الحملة الانتخابية لكل من المرشحين وخصوصاً أوباما، الذى وصل عدد المتطوعين لديه حوالى نصف مليون متطوع، كما أسهم الإنترنت فى عملية جمع التبرعات التى وصلت إلى ١٥٠ مليون دولار فى شهر سبتمبر فقط، ووصول إجمالي قيمة التبرعات له من بداية الحملة لمليار دولار.

**ويمكن رصد أوجه الاستفادة** من مراجعة الدراسات السابقة في موضع الدراسة في تحديد المجال البحثي الحديث الذي يمكن أن تقوم عليه الدراسة متمثلاً في الربط بين تأطير العملية الانتخابية للرئاسة الأمريكية بمواقع القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية، وآليات واستراتيجيات التسويق المتبعة في تلك المواقع لكل مرشح من مرشحي تلك الانتخابات، أيضاً تحديد المشكلة وصياغتها بشكل أدق وتوضيح أهميتها وأهدافها وتساؤلاتها ومنهجيتها وكيفية تحديد عينة الدراسة في ضوء ما أنتجته الدراسات في هذا الصدد، وكذلك بلورة نتائج الدراسة في ضوء الإتفاق والإختلاف مع الدراسات السابقة ومناقشتها في ضوء ما تطرحه من نتائج ورؤي.

#### **سادساً تساؤلات الدراسة:**

تتضمن الدراسة عدداً من الأسئلة البحثية التي تتناول الجانب الكمي والكيفي منها:

- ما أهم الملفات المجتمعية التي تناولتها أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة؟
- ما الدول المحورية التي تناولتها أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة؟
- ما أهم أساليب تغطية مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة لمرشحي الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م؟
- ما أهم الرؤي العالمية حول مرشحي الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م كما تناولتها الأخبار في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة؟
- ما الأدوات المستخدمة في عملية تأطير الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة؟
- ما أهم الأطر الخبرية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة؟
- ما أهم الأطر الفرعية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة؟

■ ما أهم الأطر المرجعية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة؟

#### سابعاً- الإجراءات المنهجية للدراسة:

(أ) **نوع الدراسة ومنهجها:** تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الواقع الحالي للظاهرة موضع الدراسة بهدف الحصول على المعلومات وجمع الحقائق الدقيقة عنها، ويهدف تحديد الظاهرة وتصنيفها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات معبرة عنها واكتشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة. وتهدف الدراسة الوصفية التحليلية إلى وصف وتحليل المادة الخبرية التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م في مواقع القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية، ورصد أطر تناولها، وأهم استراتيجيات التسويق السياسي التي تستخدمها. وتعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يُعد أحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية بشقه التحليلي بهدف جمع البيانات وتفسيرها للوصول إلى دلالات ذات أهمية علمية. تعتمد الدراسة على مسح المضمون باستخدام تحليل المضمون الكمي والكيفي للمادة الخبرية التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م في مواقع القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية.

(ب) **تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة:** يشمل مجتمع الدراسة التحليلية المادة الخبرية التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م في مواقع القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية، وتم استخدام أسلوب العينة على ثلاث مستويات:

١. **المستوى الأول (عينة المواقع):** تم اختيار ثلاثة مواقع قنوات فضائية إخبارية موجهة باللغة العربية هي (موقع البي بي سي عربي ممثلاً للجانب الأوربي، وموقع روسيا اليوم ممثلاً للجانب الروسي، وموقع الحرة الأمريكية ممثلاً للجانب الأمريكي)، تأسيساً على متغيرات وثيقة الصلة بأهداف الدراسة وطبيعة الظاهرة المدروسة وذلك وفقاً لاختلاف أيديولوجية كل موقع من المواقع الثلاث في طرح وتناول موضوع الانتخابات الرئاسية الأمريكية والأطر التي يطرح الموضوع من خلالها، وفي ضوء اهتمام الدراسة برصد دور العلاقات السياسية بين الدول في وضع أطر الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م.

٢. **المستوى الثاني (العينة الزمنية):** تمثلت العينة الزمنية في سياق الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م، في الفترة من (٢٠١٦/٨/١م حتي ٢٠١٦/١٢/٣٠م)، ويرجع اختيار تلك الفترة بعد إعلان دونالد ترامب المرشح الرئاسي للحزب الجمهوري بتاريخ ١٩ يوليو ٢٠١٦ وهزيمته لعضو مجلس الشيوخ عن ولاية تكساس تيد كروز وحاكم ولاية أوهايو جون كيسيك وعضو مجلس الشيوخ عن ولاية فلوريدا ماركو روبيو والمرشحون الآخرون في الانتخابات التمهيدية للحزب الجمهوري. وأيضاً أصبحت وزيرة الخارجية الأمريكية السابقة وعضوة مجلس الشيوخ عن ولاية نيويورك سابقاً هيلاري كلينتون المرشحة الرئاسية للحزب الديمقراطي بتاريخ ٢٦ يوليو ٢٠١٦ بعد هزيمتها لعضو مجلس الشيوخ عن ولاية فيرمونت بيرني ساندرز.

٣. **المستوى الثالث (موضوع الدراسة):** تم تحليل الأخبار المتعلقة بسباق الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م في مواقع القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية عينة الدراسة أثناء الفترة الزمنية المحددة للدراسة من خلال الحصر الشامل لكافة الأخبار المتعلقة بتلك الانتخابات.

ج) **وحدات التحليل:** تضمنت وحدات تحليل المضمون في إطار الدراسة الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية وتمثل وحدة الخبر وتستخدم هذه الوحدة كوحدة للعد والقياس خلال تحليل المواد الإخبارية التي تتناول موضوع الدراسة في ثلاثة مواقع إخبارية موجهة باللغة العربية هي (موقع البي بي سي عربي ممثلاً للجانب الأوربي، وموقع روسيا اليوم ممثلاً للجانب الروسي، وموقع الحرة الأمريكية ممثلاً للجانب الأمريكي).

د) **أدوات جمع البيانات:** تستخدم الدراسة تحليل المضمون الكمي والكيفي للمادة الخبرية بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية عينة الدراسة في إطار منهج المسح، بالإضافة إلى تحليل بعض الإستراتيجيات التسويقية التي استخدمتها تلك المواقع في تناولها لتلك الانتخابات.

هـ) **اختبارات الصدق والثبات:** تم قياس صدق التحليل من خلال التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته وتعريف كل فئة وكل وحدة بشكل واضح شامل بالإضافة إلى عرض صحيفة تحليل المضمون علي مجموعة من المحكمين<sup>(٤٥)</sup>، المتخصصين في

مجالات الإعلام للتأكد من صدق الأداة في قياس ما أعدت لقياسه بالفعل، وتم إجراء التعديلات طبقاً لآراء السادة المحكمين وإعداد صحيفة تحليل المضمون في شكلها النهائي. كما تم إجراء ثبات التحليل مع إثنين من المحللين<sup>(٤٦)</sup>، بعد شرح الفئات لهما وتزويدهما بقائمة للتعريفات الخاصة بفئات التحليل، أجري الثبات علي عينة تمثل ١٥٠ خبراً بنسبة ١٠% من إجمالي مجتمع الدراسة البالغ ١٥٥٧ خبراً، وبلغت قيمة معامل الثبات ٠,٨٤، وهي نسبة تدل علي صلاحية المقياس.

ثامناً- نتائج الدراسة التحليلية:

١- طول الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (١) طول الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الموقع		BBC العربية		روسيا اليوم		الحرية الأمريكية		الإجمالي	
طول الخبر		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
متوسط		٣٨,٠	١٥٥	٥١,٥	٣٨٣	٥٣,٩	٧٤٥	٤٧,٨	٧٤٥
طويل		٣٠,٣	٧١	٢٣,٦	١٨١	٢٥,٥	٤١٧	٢٦,٨	٤١٧
قصير		٣١,٧	٧٥	٢٤,٩	١٤٧	٢٠,٧	٣٩٥	٢٥,٤	٣٩٥
الإجمالي		١٠٠,٠	٣٠١	١٠٠,٠	٧١١	١٠٠,٠	١٥٥٧	١٠٠,٠	١٥٥٧

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق: إلى طول الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول الأخبار المتوسطة بنسبة ٤٧,٨% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني الأخبار الطويلة بنسبة ٢٦,٨% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث الأخبار القصيرة، بنسبة ٢٥,٤% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة.

ويلاحظ في مواقع القنوات الثلاثة اعتمادهم بشكل كبير على التقارير الإخبارية في عرض أخبارها مما يعطي لها الفرصة لعرض التفاصيل والخلفيات المتعمقة عن الانتخابات الرئاسية محل الدراسة، وهي في ذلك تتشابه مع وسائل الإعلام في الدول النامية التي أثبتت الدراسات الإعلامية أنها تقدم - وفقا للقيم الإخبارية في الدول النامية وطبيعة جماهيرها- أخبارا مطولة حيث يعنى طول الخبر إمداد المشاهد بمعلومات أكبر عن الخبر<sup>(٤٧)</sup>، ومنها دراسة نشوة عقل (٢٠٠٢)<sup>(٤٨)</sup>، ودراسة مروة محمد سعيد (٢٠٠٥)<sup>(٤٩)</sup>. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة هويدا مصطفى التي توصلت إلى أن الأخبار التي استغرق تقديمها دقيقتين فأكثر كان لها الأغلبية في نشرات قناة الحرة<sup>(٥٠)</sup>، وأكدت دراسة هبه يحيى عطية ٢٠٠٥<sup>(٥١)</sup> ودراسة إيمان جمعة (٢٠٠٧)<sup>(٥٢)</sup> أن الأخبار الطويلة تأخذ المرتبة الأولى، تليها الأخبار المتوسطة ثم القصيرة ودراسة نشوة عقل<sup>(٥٣)</sup> التي أوضحت أيضا أن الأخبار الطويلة تأخذ المرتبة الأولى بنسبة ٤٣,٥% والأخبار القصيرة المرتبة الثانية بنسبة ٣٩,٩% ثم تأتي الأخبار المتوسطة في الترتيب الثالث بنسبة ١٦,٦% وذلك بالنسبة للقنوات الفضائية العربية الإخبارية. وتختلف تلك النتيجة مع دراسة نهى عاطف العبد ٢٠٠٦<sup>(٥٤)</sup> التي بينت أن الأخبار القصيرة تأتي في المقدمة بنسبة ٤٩,٧%، الأخبار الطويلة بنسبة ٣٩%، الأخبار المتوسطة بنسبة ١١,٣%، ودراسة زكريا شاهين ٢٠٠٩<sup>(٥٥)</sup> الذي أوضحت أن الأخبار القصيرة كانت في الصدارة بنسبة ٤٢% وجاءت الأخبار القصيرة والمتوسطة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٥,٩% بينما جاءت الأخبار الطويلة بنسبة ٢٤,٣%.

وتعكس هذه النتيجة تأثير طبيعة كل وسيلة علي المضمون الخبري بها فالمواقع الإخبارية تتمتع بسرر تفاصيل الحدث داخل الخبر فجاءت تركيزها علي الخبر الطويل المركب الذي يتناول أكثر من حدث في نفس الخبر؛ ذلك أن الخبر السياسي عبارة عن خبر مفرد غير مركب. ويرجع الباحث غلبة الأخبار الطويلة بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية الثلاثة إلي حجم الوصف والتحليل والتفسير لمجريات الأمور الخاصة بالانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م من تقارير خارجية وداخلية وهو ما يسمى بالأخبار الطويلة. ومن أمثلة الأخبار الطويلة في موقع BBC العربية: " لو بان: انتخاب ترامب يعزز فرص انتخابي رئيسة لفرنسا: قالت زعيمة حزب الجبهة الوطنية الفرنسية المتطرف مارين لو بان لبي بي سي إن اختيار دونالد ترامب رئيسا للولايات المتحدة الامريكية يعزز من فرص انتخابها رئيسة لفرنسا في الانتخابات الرئاسية المقرر العام المقبل. وقالت لو بان "لقد جعل السيد ترامب ما كان يظنه البعض غير ممكن أمرا ممكنا." وتشير استطلاعات الرأي في فرنسا إلى أن لو بان صاحبة

الآراء المتطرفة والمعادية للعرب والمسلمين والمهاجرين بشكل عام قد تصل إلى المرحلة الثانية من الانتخابات الرئاسية المقررة في مايو/ أيار المقبل إذا ترشحت في الانتخابات كما تعلن دوما. وأعربت لو بان عن تقديرها لسياسة الرئيس الروسي فلاديمير بوتين واعتبرتها سياسة "حمائية عقلانية". وحصل حزب لو بان المناهض للاتحاد الأوروبي على ٢٧ في المئة من أصوات الناخبين في الانتخابات المحلية الأخيرة في ديسمبر/كانون أول الماضي. لكن الحزب لم يفز في أي منطقة بشكل عام بسبب تحالف الأحزاب الأخرى في فرنسا لمنع حدوث ذلك. ويتوقع المحللون في فرنسا ان تقوم الأحزاب الفرنسية بالتحالف مرة أخرى ضد لو بان في حال وصولها لجولة الإعادة في الانتخابات الفرنسية ودفع أنصارهم للتصويت للمرشح المنافس لمنعها من الوصول إلى منصب رئيس البلاد. وشهدت الساحة السياسية الأمريكية صدمة بسبب انتخاب ترامب صاحب السياسات المتشددة في مواجهة المهاجرين والعرب والمسلمين وذلك بعد أشهر من صدمة تصويت البريطانيين لصالح خروج بلادهم من الاتحاد الأوروبي. وفي مقابلة مسجلة مع بي بي سي قالت لو بان إن "الناخب الفرنسي سيحظى بالفرصة للاختيار بين مجتمع متعدد الثقافات ومجتمع يضم مواطنين راغبين في السيطرة على مقدراتهم بالكامل" وذلك بعدما قال البريطانيون كلمتهم وفي الوقت الذي يتنامي فيه "الإسلام المتشدد". وأضافت "أؤمن بأن لكل مجتمع الحرية الكاملة في الدفاع عن مصالحه". وأكدت لو بان أن الاتحاد الأوروبي هو مجرد "نموذج قمعي" معربة عن أمله في استبداله باتحاد أوروبي بين "أمم حرة" وهو ما "يصبو إليه الأوروبيون".<sup>(٥٦)</sup>

٢- موقع الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (٢) موقع الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الموقع		BBC العربية		روسيا اليوم		الحرية الأمريكية		الإجمالي	
موقع الخبر		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
في واجهة الموقع		٣٠١	٥٥,٢	١٦٥	٥٤,٨	٤٢٨	٦٠,٢	٨٩٤	٥٧,٤
في الصفحات الداخلية للموقع		١٥٧	٢٨,٨	١٠١	٣٣,٦	٢٠٢	٢٨,٤	٤٦٠	٢٩,٥
يظهر مع البحث في الموقع		٨٧	١٦,٠	٣٥	١١,٦	٨١	١١,٤	٢٠٣	١٣,٠
الإجمالي		٥٤٥	١٠٠,٠	٣٠١	١٠٠,٠	٧١١	١٠٠,٠	١٥٥٧	١٠٠,٠

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى موقع الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول موقعها في واجهة الموقع بنسبة ٥٧,٤% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني موقعها بالصفحات الداخلية للموقع ، بنسبة ١٩,٥%، وجاء في الترتيب الثالث ان الأخبار تظهر مع البحث في الموقع بنسبة ٩,٤% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء طبيعة الخبر السياسي الذي يعتبر مادة الجمهور الأولي في ظل ما يشهده العالم والوطن العربي من تحولات سياسية كبيرة، ولذا تهتم المواقع الإخبارية بمادة الخبر وتضعها في صفحاتها الرئيسية، وتفرّد مساحات ومادة مصورة فيلمية للأخبار ولهذا فهي تتناول الأخبار السياسية عبر واجهة الموقع.

تتفق هذه النتائج مع دراسة هبه يحيى عطية ٢٠٠٥<sup>(٥٧)</sup> بالنسبة لقناة TV5 والجزيرة، ودراسة حنان محمد إسماعيل يوسف ٢٠٠١<sup>(٥٨)</sup> التي وضحت أن ترتيب الأخبار في النشرة بالنسبة لقناة CNN يكون كالتالي: مقدمة النشرة بنسبة ٥٤% ووسط النشرة بنسبة ١٩,٦% ونهاية النشرة بنسبة ٢٦,٤% ، وتختلف مع دراسة نهى عاطف العبد ٢٠٠٦<sup>(٥٩)</sup> التي أكدت أن وسط النشرة يأخذ المرتبة الأولى بنسبة ٧٣,٦% ، ومقدمة وخاتمة النشرة في الترتيب الثاني بنسبة ١٣,٢% لكل منهما ودراسة زكريا أحمد فتحى شاهين ٢٠٠٩<sup>(٦٠)</sup> الذى كان الترتيب عنده كالتالي: وسط النشرة بنسبة ٤٥,٣% ، مقدمة النشرة بنسبة ٣٩,٩% ، وخاتمة النشرة بنسبة ١٤,٧% .

وتشير النتيجة السابقة إلى توازن مواقع القنوات الثلاثة محل الدراسة في ترتيب أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م وإلى اهتمامها بإبرازها، فمعظمها جاءت في واجهة الموقع أو وسطها، حيث اتبعت الموقع أسلوب (تكرار الذروة) والذي تتخلل فيه الأخبار المهمة معظم الموقع فيصبح تدفق الأخبار كالأموج المتتابعة ترتفع ثم تنخفض<sup>(٦١)</sup>.

٣- أشكال مشاركة المستخدمين علي أخبار الإنتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م التي تناولتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (٣) أشكال مشاركة المستخدمين علي أخبار الإنتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م التي تناولتها النشرات الإخبارية محل الدراسة في المجرز أو المقدمة

الموقع	BBC العربية		روسيا اليوم		الحررة الأمريكية		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
لا توجد مشاركة علي	٣٠١	٥٥,٢	١٤١	٤٦,٨	٤١١	٥٧,٨	٨٥٣
التعليق السلبي علي الخبر	١٢٧	٢٣,٣	٩٤	٣١,٢	١٥١	٢١,٢	٣٧٢
مشاركة الخبر عبر مواقع	٨٣	١٥,٢	٤٥	١٥,٠	٩٨	١٣,٨	٢٢٦
التعليق الإيجابي علي	٣٤	٦,٢	٢١	٧,٠	٥١	٧,٢	١٠٦
الإجمالي	٥٤٥	١٠٠,٠	٣٠١	١٠٠,٠	٧١١	١٠٠,٠	١٥٥٧

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أشكال مشاركة المستخدمين علي أخبار الإنتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م التي تناولتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول عدم وجود مشاركة من قبل المستخدمين عل أخبار الإنتخابات الرئاسية الأمريكية بنسبة ٥٤,٨% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الإنتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني التعليق السلبي علي الخبر بنسبة ٢٣,٩%، وجاء في الترتيب الثالث مشاركة الخبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٤,٥%، وجاء في الترتيب الرابع التعليق السلبي علي الخبر بنسبة ٦,٨%.

ويمكن تفسير النتيجة في ضوء التفاعلية التي تتيحها وسائل الإعلام الجديدة ومنها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية، حيث تهتم تلك المواقع بنشر أخبارها علي مواقع التواصل الاجتماعي وترصد معدلات مشاركة وتفاعل المستخدمين تجاه المادة الإخبارية التي تقدمها، وبالتطبيق علي حالة الإنتخابات الرئاسية فقد ارتفعت نسب التعليق السلبي علي أخبارها، ذلك يرجع إلي أن تلك المواقع الإخبارية مقدمة خصيصاً إلي المشاهد العربي وبتجاه سلبي يجد المستخدم العربي نفسه أمام أخبار

الحدث الذي يسيطر علي مادة تلك المواقع ونتيجة اتجاه الجمهور العربي السلبي نحو الولايات المتحدة الأمريكية وأخبارها ورئيسها نتيجة تداخلاتها في المنطقة العربية ومستقبل شعوبها فأمر بديهي أن يأتي التعليق السلبي في مقدمة أشكال المشاركة علي أخبار وأحداث وسباق الرئاسة الأمريكية.

والأمر المهم في هذا الصدد أيضاً أن أخبار بعض المواقع الثلاثة عينة الدراسة إهتمت برصد ردود فعل بعض وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعية نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية ومن تلك الأخبار " صحف عربية: قلق بشأن سياسات ترامب "(١٢). حيث جاء في نص الأخبار تتساءل جريدة عكاظ السعودية "هل ينجح الرئيس المنتخب دونالد ترامب في تقليص 'أظافر' إيران بعد أن تعهد بتمزيق الاتفاق النووي معها والذي وقعه الرئيس أوباما المنتهية صلاحيته؟".

٤- الأشكال الإخبارية المصاحبة للأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (٤) الأشكال الإخبارية المصاحبة للأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الإجمالي		الحرّة الأمريكية		روسيا اليوم		BBC العربية		الموقع الأشكال
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٠,٣	٩٣٩	٥٧,٨	٤١	٥٠,٢	١٥	٦٩,٢	٣٧	تقرير إخباري
٣٠,٨	٤٧٩	٣٥,٤	٢٥	٣٣,٦	١٠	٢٣,١	١٢	تصريحات
١٣,١	٢٠٤	١٣,٨	٩٨	١٥,٠	٤٥	١١,٢	٦١	مقابلة
٣,١	٤٨	٢,٣	١٦	٧,٠	٢١	٢,٠	١١	قصة إخبارية
٢,٣	٣٦	٢,٠	١٤	٣,٠	٩	٢,٤	١٣	أرشفيف
١٥٥٧		٧١١		٣٠١		٥٤٥		الإجمالي

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى الأشكال الإخبارية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول تقرير إخباري بنسبة ٦٠,٣% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع

القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني تصريحات مسئولين بنسبة ٣٠,٨%، وجاء في الترتيب الثالث المقابلات بنسبة ١٣,١%، وجاء في الترتيب الرابع القصة الإخبارية بنسبة ٣,١% وفي الترتيب الرابع جاء الأرشيف بنسبة ٢,٣%.

ويرجع اعتماد مواقع القنوات الثلاثة محل الدراسة علي التقارير الإخبارية مستفيدين من شبكة المراسلين الواسعة لتغطية كافة الأحداث ومنها تغطية الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م، وكذلك تحرص المواقع علي أن تكون التغطية مدعومة بصور حية وشهادات فورية ومباشرة من الاطراف المتعددة والمتداخلة في حدث الانتخابات الأمريكية من خلال التقارير الميدانية التي تعد من أنجح أشكال تقديم الأخبار وتغطيتها لما تتميز به من حيوية وقدرة علي الوصف ونقل الأحداث بالصورة مما يجعل المشاهد يعايش الحدث وكأنه يشارك في تطوراتته ويواكبها. ولقد جاء اعتماد قنوات الدراسة بدرجة كبيرة علي التقارير الإخبارية خاصة التقارير الميدانية نظرا لكون هذا النوع من التقارير هو الأكثر شهرة في التناول الإخباري بالإعلام المرئي، كونه يعطي تفصيلات ومعلومات أكبر للجمهور المستهدف، ويجدر الإشارة إلي أن الصور التي يتم اختيارها مصاحبة للخبر والفيديوهات تتفق مع وجهة نظر الموقع بما يخدم توجهات السياسة الخارجية للقنوات البائدة للقنوات الإخبارية محل الدراسة، دون الاعتماد علي التوازن في عرض المادة الإعلامية للخبر من كافة جوانبه.

كما حرصت الأخبار بمواقع القنوات الثلاثة محل الدراسة أثناء تغطيتها الانتخابات الأمريكية علي إعطاء تفسيرات أكثر للخبر من خلال المقابلات المباشرة أو المسجلة مع المحللين والخبراء أو بالاتصال المباشر بالخبراء والمحللين و بالمراسلين. كما اعتمدت مواقع القنوات الثلاثة محل الدراسة على تصريحات المسئولين شكل اخباري كأن يذكر خطاب لرئيس أو خطاب لوزير أو مسئول قضائي وغيرها وتعكس هذه النتيجة أيضاً تنوع القوالب والأشكال الإخبارية لمواقع القنوات الثلاثة واحترافيتها والجهد الذي تبذله في خدمة الخبر بما تمتلكه من مقدرات تكنولوجية واقتصادية وإمكانات بشرية وفنية بهدف إقناع المشاهد العربي وجذب انتباهه. وهو ما تتفق مع نتائج دراسة ريم عبود (٢٠٠٨) (٦٣) التي توصلت إلى تنوع أشكال تقديم الخبر التي استخدمتها قناتي الجزيرة والعربية في نشراتها الإخبارية وجاء في مقدمتها تقديم الخبر عن طريق مذيع مع تقارير مراسلين وهو من أنجح أشكال تقديم الأخبار لما له من تأثير كبير على المشاهدين من

حيث نقلهم إلى أرض الواقع والمكان الذي يجري فيه الحدث يليه تقديم الخبر عن طريق مذيع مع مادة فيلمية حية مما يؤكد على مدى أهمية واهتمام هذه القنوات بالمادة المرئية التي تؤكد بدورها على المصادقية، وتراجع كلاً من شكل وتقديم الخبر عن طريق مذيع مع مادة أرشيفية والحوار مع شخصيات بالأستوديو إلى المرتبة الأخيرة. وتختلف مع ما توصلت إليه دراسة نشوى عقل (٢٠٠٢)<sup>(١٤)</sup> حيث أن الأخبار يقرؤها المذيع بمصاحبة مادة فيلمية جاءت في هي الترتيب الأول ثم رسائل المرسلين ثم الاتصالات الهاتفية مع المرسلين ثم حوارات مع الضيوف في الأستوديو.

ومن أهم التقارير التي تمت في سباق الانتخابات الرئاسية الأمريكية تقرير أعدته موقع **BBC العربية**، وجاء حول " كيف صنع الإعلام الأمريكي الرئيس المنتخب دونالد ترامب<sup>(١٥)</sup>، وركز التقرير علي فشل الصحافة في التنبؤ بنجاح ترامب ونجاح التلفزيون ووسائل التواصل الإجتماعي، وفشل أيضاً استطلاعات الرأي في هذا الشأن.

٥- عناصر الإبراز المصاحبة لأخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (٥) عناصر الإبراز المصاحبة لأخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الموقع العناصر	BBC العربية		روسيا اليوم		الحرّة الأمريكية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صور شخصية	٢٥٠	٤٥,٩	١٥١	٥٠,٢	٤١١	٥٧,٨	٨١٢	٥٢,٢
صور موضوعية	١١٣	٢٠,٧	٦٥	٢١,٦	١٨٢	٢٥,٦	٣٦٠	٢٣,١
مقطع فيديو	١١٠	٢٠,٢	٦١	٢٠,٣	١٢١	١٧,٠	٢٩٢	١٨,٨
صورة أرشيفية	١٥٢	٢٧,٩	٥١	١٦,٩	٧٨	١١,٠	٢٨١	١٨,٠
انفوجرافيك	٤١	٧,٥	٣١	١٠,٣	٩٨	١٣,٨	١٧٠	١٠,٩
خرائط	٥١	٩,٤	٢٢	٧,٣	٨٣	١١,٧	١٥٦	١٠,٠
رسوم بيانية	١٣	٢,٤	٩	٣,٠	١٥	٢,١	٣٧	٢,٤
الإجمالي	٥٤٥		٣٠١		٧١١		١٥٥٧	

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى عناصر الإبراز المصاحبة لأخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول الصور الشخصية بنسبة ٥٢,٢% من

إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، وجاء فى الترتيب الثانى الصور الموضوعية بنسبة ٢٣,١%. وجاء فى الترتيب الثالث مقاطع الفيديو بنسبة ١٨,٨%، و جاء فى الترتيب الرابع الصور الأرشيفية بنسبة ١٨%، و جاء فى الترتيب الخامس انفوجرافيك بنسبة ١٠,٩%.

وخلال التحليل لاحظ الباحث تركيز مواقع القنوات الثلاثة علي الصورة الموضوعية الحية ومقاطع الفيديو التي تصاحب الخبر حيث أن بث الصور الحية تجذب أنظار المشاهد وتضعه في سياق تطورات الأحداث لكون الصورة الحية والمباشرة من أبرز أولويات العمل الإخباري الحالي، ومن السمات المميزة لأسلوب تقديم الأخبار لتحقيق هدف الرسالة ووصولها إلي أكبر عدد من المشاهدين. وتعتبر الصورة الحية من أهم وسائل تقديم الأخبار التليفزيونية حيث يحتل التعليق المصاحب للصورة المرتبة الثانية فهو ليس سوي مجرد عامل مساعد في توضيح تفاصيل الحدث الذي يجري في الصورة علي عكس الخبر الصحفي<sup>(٦٦)</sup>. كما تفوقت مواقع القنوات الثلاثة في استخدام صور متنوعة وجمعت بين أكثر فنة بالنسبة للمادة المرئية المصاحبة لتقديم الأخبار، خاصة الصورة المتحركة التي لها القدرة علي التأثير علي عواطف الناس خصوصا وأن إكتساب المعلومات من خلال البصر أو الرؤية تفوق الحواس الأخرى حسب ما تؤكدته البحوث والدراسات<sup>(٦٧)</sup>.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن المعينات البصرية تساعد على تبسيط المواد الإخبارية وجعلها أسهل وأكثر استيعابا وفهما كما أن لها دورها وأهميتها في زيادة وفهم واستيعاب مضمون المادة الإخبارية<sup>(٦٨)</sup>. والصورة المرئية من موقع الحدث هي أشد وأفضل أنواع الصور التي يمكن أن تستخدمها النشرات الإخبارية في توصيل المعلومة وشرح الخبر بكل تفاصيله. حيث اتفقت هذه النتيجة مع دراسة زكريا أحمد فتحى شاهين ٢٠٠٩<sup>(٦٩)</sup>.

وتدور نتائج الجدول السابق حول ارتفاع نسب الأساليب الفنية المستخدمة فى تقديم الأخبار المتعلقة بالانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م، فنجد أن ( الخبر المصحوب بالصورة الشخصية والموضوعية والفيديو وكذلك الصورة الأرشيفية ثم الخرائط والرسوم البيانية وغيرها)، وهذا ما يتفق مع سياسة القنوات الإخبارية ويتفق ذلك مع نتائج الدراسات السابقة خاصة دراستى هبه شاهين<sup>(٧٠)</sup> ٢٠٠١، هبه يحيى عطية

٢٠٠٥<sup>(١١)</sup> في كونها قنوات إخبارية متطورة تكنولوجياً تعتمد على الأساليب الفنية الحديثة في تغطية الأحداث.

٦- مصادر الأخبار المتعلقة بالانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (٦) مصادر الأخبار المتعلقة بالانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الموقع		BBC العربية		روسيا اليوم		الحرّة الأمريكية		الإجمالي	
المصادر		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مراسل الموقع	٣٧٧	٦٩,٢	٢٧٠	٨٩,٧	٤٨١	٦٧,٧	١١٢٨	٧٢,٤	
محللون وخبراء	٢٩٩	٥٤,٩	٢١٠	٦٩,٨	٤١٠	٥٧,٧	٩١٩	٥٩,٠	
قنوات تليفزيونية	١١٣	٢٠,٧	٨٥	٢٨,٢	١١١	١٥,٦	٣٠٩	١٩,٨	
وكالات الأنباء العالمية	١٠١	١٨,٥	٧٧	٢٥,٦	٨٢	١١,٥	٢٦٠	١٦,٧	
صحف	٩٧	١٧,٨	٦١	٢٠,٣	٧٤	١٠,٤	٢٣٢	١٤,٩	
إذاعات	٢١	٣,٩	١٩	٦,٣	٢٣	٣,٢	٦٣	٤,٠	
مواقع الإنترنت	١١	٢,٠	١١	٣,٧	١٧	٢,٤	٣٩	٢,٥	
أخري	١٠	١,٨	٤	١,٣	٩	١,٣	٢٣	١,٥	
الإجمالي	٥٤٥	٣٠,١	٧١١	١٥٥٧					

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى مصادر الأخبار المتعلقة بالانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول مراسل الموقع بنسبة ٧٢,٤% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، وتدعم هذه النتيجة ما جاء به جدول الأشكال الإخبارية المستخدمة في عرض أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م في مواقع القنوات الثلاثة محل الدراسة حيث احتل التقرير الإخباري المرتبة الأولى في الأشكال الإخبارية ونتيجة لذلك تصدر المراسل أهم المصادر الإعلامية في تغطية أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م؛ وذلك لطبيعة قنوات الدراسة الحالية فتلك القنوات أجنبية موجهة باللغة العربية لخدمة الإخبارية، وفي سبيل ذلك تعتمد

علي المراسلين ووكالات الأنباء العالمية في تغطية أخبارها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة مجد هلال (٢٠٠٧) <sup>(٧٢)</sup> الذي توصلت إلى تفوق المصادر الذاتية للقنوات الفضائية في الحصول على الأخبار بنسبة ٧٤,٧% في حين تعتمد القنوات الفضائية على مصادر غير ذاتية بنسبة ٢٠,٥% وغير محددة المصدر بنسبة ٤,٨%. وتتفق أيضاً مع نتائج دراسة نهى عاطف العبد (٢٠٠٦) <sup>(٧٣)</sup> التي توصلت إلى وجود مراسلين محترفين في القنوات الفضائية العربية. وتعكس هذه النتيجة مدي اعتماد المواقع الإخبارية محل الدراسة علي مصادر لها الخاصة وفريق عملها، مما يعطي قدر من الدقة في إعداد الموقع ويلجأون إلي مصادر غير ذاتية في حدود ضيقة، واتساع شبكة المراسلين الخاصة بكل قناة في كل أنحاء العالم، وتمتعها بقدرات تكنولوجية عالية تمكنها من بث الحدث فور وقوعه.

وجاء في الترتيب الثاني محللون وخبراء بنسبة ٥٩% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ولاحظ الباحث اعتماد المادة الخبرية بالمواقع الثلاثة عينة الدراسة علي استضافة المحللون والخبراء ليدلون بوجهات النظر التحليلية لسباق الرئاسة الأمريكية وتوضيح الرؤية أمام الجمهور بشكل أكثر تفصيلاً فعلي سبيل المثال يذكر رئيس الـ " CIA سابقاً: ترامب عميل لروسيا: هاجم الرئيس السابق لوكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية مايكل موريل، دونالد ترامب المرشح الجمهورية للانتخابات الرئاسية الأمريكية ووصفه بعميل روسيا عن غير قصد. وذكر رئيس الاستخبارات السابق أن ترامب يشكل خطراً على الأمن القومي الأمريكي وقال في حديث لصحيفة نيويورك تايمز: " نحن في الاستخبارات يمكن أن نقول إن السيد بوتن جعل من ترامب عميلاً لروسيا عن غير قصد". وقال موريل في المقال: " سأؤيد خلال الانتخابات الرئاسية، مرشحة الحزب الديمقراطي وزيرة الخارجية السابقة هيلاري كلينتون <sup>(٧٤)</sup>.

وجاء في الترتيب الثالث قنوات تليفزيونية بنسبة ١٩,٨% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، وأمثلة النقل عن التليفزيونات كثيرة منها الأسد: أمل بالتعاون مع ترامب لمكافحة الإرهاب: قال الأسد لمحطة تليفزيونية برتغالية "لا يمكننا معرفة ما الذي سيقوم به ترامب، إلا أنه إذا كان سيحارب الإرهابيين، فنحن

سنكون حلفاء بطبيعة الحال له كما نحن حلفاء للروس والإيرانيين وللعديد من الدول الأخرى." وكان ترامب صرح في وقت سابق بأنه "من الجنون محاربة القوات السورية وعناصر تنظيم الدولة الإسلامية." وأردف أن "القتال في سوريا قد يفضي إلى قتال روسيا"<sup>(٧٥)</sup>.

وجاء في الترتيب الخامس وكالات الأنباء العالمية بنسبة ١٦,٧% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلتها "ترامب يدعو إلى استخدام الفيتو ضد مشروع قرار بوقف الاستيطان الإسرائيلي: دعا الرئيس الأمريكي المنتخب، دونالد ترامب، الخميس ٢٢ ديسمبر/كانون الأول، إلى نقض قرار تم تقديمه إلى مجلس الأمن الدولي يطالب بوقف الأنشطة الاستيطانية الإسرائيلية في الضفة الغربية. ونقلت وكالة الأنباء الألمانية "د ب أ" عن ترامب قوله: "يجب نقض قرار، قيد البحث في مجلس الأمن الدولي فيما يتعلق بإسرائيل"، مضيفاً أن بلاده ترى أن المفاوضات المباشرة بين الإسرائيليين والفلسطينيين هي الطريق الوحيد لتحقيق السلام<sup>(٧٦)</sup>.

٧- أهم الملفات المجتمعية التي تناولتها أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (٧) أهم الملفات المجتمعية التي تناولتها أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الموقع		BBC العربية		روسيا اليوم		الحرة الأمريكية		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٣٩١	٧١,٧	٢٤٥	٨١,٤	٣٩٥	٥٥,٦	١٠٣١	٦٦,٢		
١٤١	٢٥,٩	١٠٧	٣٥,٥	١٧٧	٢٤,٩	٤٢٥	٢٧,٣		
٩٧	١٧,٨	٦٧	٢٢,٣	١٤٥	٢٠,٤	٣٠٩	١٩,٨		
٦١	١١,٢	٨١	٢٦,٩	١٥١	٢١,٢	٢٩٣	١٨,٨		
٧٧	١٤,١	٦٣	٢٠,٩	٨٢	١١,٥	٢٢٢	١٤,٣		
٦٣	١١,٦	٥٩	١٩,٦	٩٢	١٢,٩	٢١٤	١٣,٧		
١١	٢,٠	١٣	٤,٣	٢٣	٣,٢	٤٧	٣,٠		
٧	١,٣	١٥	٥,٠	٢٤	٣,٤	٤٦	٣,٠		
٦	١,١	٥	١,٧	٧	١,٠	١٨	١,٢		
٥٤٥		٣٠١		٧١١		١٥٥٧			

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أهم الملفات المجتمعية التي تناولتها أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول الملف السياسي بنسبة ٦٦,٢% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلة تلك الأخبار " كلينتون محذرة من ترامب: يهدد الديموقراطية الأميركية: اتهمت المرشحة الديموقراطية إلى البيت الأبيض هيلاري كلينتون الجمعة منافسها الجمهوري دونالد ترامب بـ"تهديد" الديموقراطية الأميركية من خلال إثارته شكوكا حول مصداقية الانتخابات الرئاسية. وقالت وزيرة الخارجية السابقة خلال تجمع في كليفلاند بولاية أوهايو التي تشكل إحدى الولايات الرئيسية في انتخابات الثامن من تشرين الثاني/نوفمبر، إن "دونالد ترامب رفض الإعلان عن أنه سيحترم نتائج هذه الانتخابات. وبذلك، فإنه يهدد ديموقراطيتنا". وأضافت "يجب أن ندعم معا الديموقراطية الأميركية".<sup>(٧٧)</sup>.

وجاء في الترتيب الثاني الملف الاقتصادي بنسبة ٢٧,٣% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلتها " أسهم بورصة وول ستريت ترتفع بعد انتخاب ترامب: خالفت بورصة وول ستريت غالبية التوقعات الأربعاء عبر تسجيل الأسهم الأميركية ارتفاعا واضحا إثر انتخاب دونالد ترامب رئيسا جديدا للولايات المتحدة، حتى أنها كادت تحطم رقما قياسيا. وسجل مؤشر داو جونز ارتفاعا بنسبة ١,٣٩ في المئة، فيما سجل مؤشر ناسداك ارتفاعا بنسبة ١,١١ في المئة. وبحسب النتائج غير النهائية للإغلاق، ارتفع مؤشر داو جونز الصناعي ٢٥٤,٦٥ نقطة، وبلغ ١٨ ألفا و ٥٨٧,٣٩ نقطة، فيما ارتفع مؤشر ناسداك ٥٧,٥٨ نقطة، وبلغ خمسة آلاف و ٢٥١,٠٧ نقطة. وأعلنت نتائج التصويت في وقت مبكر من صباح الأربعاء فوز الجمهوري ترامب بمنصب رئاسة الولايات المتحدة متغلبا على منافسته الديموقراطية هيلاري كلينتون"<sup>(٧٨)</sup>.

وجاء في الترتيب الثالث الملف الأمني، بنسبة ١٩,٨% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية

الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلتها " ترامب يتعهد بإنشاء مناطق آمنة في سوريا بتمويل خليجي " (٧٩).

وجاء في الترتيب الرابع **الملف الديني**، بنسبة ١٨,٨% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلة تلك الأخبار " ترامب يعتزم تصنيف الإخوان المسلمين كـ "جماعة إرهابية": قال وليد فارس، مستشار الرئيس الأمريكي دونالد ترامب، في أول تصريح له عقب فوز الأخير برئاسة الولايات المتحدة، إن ترامب سيمرر مشروع اعتبار "الإخوان المسلمين" "جماعة إرهابية". وأضاف فارس، الأربعاء ٩ نوفمبر/تشرين الثاني، أن "المشروع ظل معلقا داخل الكونغرس لعدة أعوام بسبب عدم تصديق البيت الأبيض عليه، نظرا لأن الرئيس الأمريكي باراك أوباما كان يدعمهم". وأوضح فارس أن "ترامب يرى أن الإخوان المسلمين من أخطر الجماعات التي تغذي الفكر المتطرف. لذا، فهو يريد توجيه ضربة عسكرية للتنظيم الإخواني وليس احتواءه سياسيا، مثلما فعل أوباما وهيلاري كلينتون" (٨٠).

وجاء في الترتيب الخامس **الملف العسكري والنووي**، بنسبة ١٤,٣% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلة تلك الأخبار "نتنياهو يعتزم مناقشة الاتفاق النووي الإيراني مع ترامب بعد توليه الرئاسة" (٨١).

ولقد أظهرت النتائج غلبة الموضوعات والملفات السياسية علي خطاب مرشحي الانتخابات الرئاسية سواء كانت السياسة الداخلية الأمريكية أم موضوعات السياسة الخارجية حول علاقة الولايات المتحدة بدول العالم، تلاها الموضوعات الاقتصادية والتخوفات المستقبلية من الإقتصاد الأمريكي واحتمالية تدنيه في حالة فوز أحد مرشحي الرئاسة.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة حنان محمد إسماعيل يوسف ٢٠٠١ (٨٢) حول نشرات قناة CNN التي تبوأ الأخبار السياسية فيها المركز الأول بنسبة ٢٤,٥%، وتلتها الحوادث والكوارث بنسبة ١٧,٧% في المركز الثاني، والمركز الثالث كان للأخبار الاقتصادية بنسبة ١٣,٥%، ثم الأخبار الدينية التي احتلت المركز الرابع بنسبة ١٤,٤%، أما المركز الأخير فجاء بالأخبار العسكرية بنسبة ٨,٨%، واتفقت أيضا مع الدراسات التالية بالنسبة للقنوات العربية: صفا محمود عثمان ٢٠٠٢ (٨٣)، هبه يحيى عطية ٢٠٠٥ (٨٤)، نهى عاطف العبد ٢٠٠٦ (٨٥) التي بينت جميعها أن الأخبار السياسية

تأخذ الترتيب الأول ، وتأتي الأخبار الاقتصادية في المرتبة الثانية ، ودراسة محمد السيد عليه طاحون ٢٠٠٨<sup>(٨٦)</sup> التي بينت ارتفاع نسبة الأخبار السياسية في نشرات الأخبار وكانت نسبتها ٥٤,٨% ، ودراسة دينا عرابي ٢٠٠٢<sup>(٨٧)</sup> التي ظهر فيها الأخبار السياسية والاقتصادية بنسبة واحدة ٤٢,٧% لكل منهما، والأخبار الإعلامية ٦,٧% ، ودراسة نشوة عقل ٢٠٠٢<sup>(٨٨)</sup> التي كانت الأخبار السياسية في الترتيب الأول عندها بنسبة ٣٤,٢% ثم يليها الأخبار الرياضية بنسبة ١٦% ، والأخبار الاقتصادية بنسبة ١٤,٧% ، كذلك اختلف نتائج دراسة هويدا مصطفى ٢٠٠٤<sup>(٨٩)</sup> ، ودراسة أمال الغزاوي ٢٠٠٤<sup>(٩٠)</sup> عن الترتيب السابق بالنسبة للدراسة الحالية.

٨- الدول المحورية التي تناولتها أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (٨) الدول المحورية التي تناولتها أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الموقع		BBC العربية		روسيا اليوم		الحرية الأمريكية		الإجمالي	
الدول المحورية		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الولايات المتحدة الأمريكية		٤١٩	٧٦,٩	٢٤٥	٨١,٤	٥٠١	٧٠,٥	١١٦٥	٧٤,٨
روسيا		١٤١	٢٥,٩	١٠٦	٣٥,٢	٢٤١	٣٣,٩	٤٨٨	٣١,٣
الصين		٩٧	١٧,٨	٧١	٢٣,٦	٢٠٠	٢٨,١	٣٦٨	٢٣,٦
داعش		٦٣	١١,٦	٦١	٢٠,٣	١٩١	٢٦,٩	٣١٥	٢٠,٢
العراق		٥١	٩,٤	٥٥	١٨,٣	١١٠	١٥,٥	٢١٦	١٣,٩
سوريا		٥٨	١٠,٦	٤١	١٣,٦	٩٩	١٣,٩	١٩٨	١٢,٧
السعودية		٦٠	١١,٠	٣٢	١٠,٦	٩٢	١٢,٩	١٨٤	١١,٨
مصر		٣٤	٦,٢	٢٧	٩,٠	٨٨	١٢,٤	١٤٩	٩,٦
اليمن		٣٣	٦,١	٢٩	٩,٦	٧٢	١٠,١	١٣٤	٨,٦
لبنان		٢٣	٤,٢	٣٠	١٠,٠	٥٥	٧,٧	١٠٨	٦,٩
قطر		٢٧	٥,٠	٢٠	٦,٦	٤١	٥,٨	٨٨	٥,٧
دول أوروبا		١٩	٣,٥	١٥	٥,٠	٣٤	٤,٨	٦٨	٤,٤
إيران		٢١	٣,٩	١٥	٥,٠	٢٩	٤,١	٦٥	٤,٢
إسرائيل		١٦	٢,٩	١٣	٤,٣	٣١	٤,٤	٦٠	٣,٩
تركيا		٢٠	٣,٧	١٣	٤,٣	٢٤	٣,٤	٥٧	٣,٧
أخري		٧	١,٣	٥	١,٧	٧	١,٠	١٩	١,٢
الإجمالي		٥٤٥		٣٠١		٧١١		١٥٥٧	

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى الدول المحورية التي تناولتها أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة ٧٤,٨% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلتها "كلينتون: يجب منح ترامب فرصة لقيادة البلاد: قالت هيلاري كلينتون، مرشحة الحزب الديمقراطي التي خسرت في سباق الرئاسة الأمريكية، أنه يجب منح الرئيس المنتخب دونالد ترامب فرصة لأن يقود البلاد. وفي أول ظهور جماهيري لها منذ هزيمتها في الانتخابات الرئاسية، قالت كلينتون إنها تأمل أن يكون ترامب رئيسا ناجحا لكل الأمريكيين. وأضافت "لقد راينا امتنا في انقسام أعمق مما كنا نعتقد." وسيصبح ترامب الرئيس الأمريكي الخامس والأربعين بعد فوزه الكبير بالانتخابات الرئاسية"<sup>(٩١)</sup>.

وجاء في الترتيب الثاني روسيا، بنسبة ٣١,٣% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلتها ". الأزمة الأمريكية الروسية: ترامب يمتدح رد فعل بوتين على طرد الولايات المتحدة لدبلوماسيين"<sup>(٩٢)</sup>.

وجاء في الترتيب الثالث الدول العربية، موزعة بين داعش بنسبة ٢٠,٢% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلتها " ترامب يعد بعدم إسقاط الأنظمة والتركيز على محاربة "داعش": وعد دونالد ترامب المرشح في انتخابات الرئاسة الأمريكية عن الحزب الجمهوري بأنه في حال انتخابه فإن الولايات المتحدة لن تتدخل في شؤون الدول الأخرى، ولن تفرض النظام الديمقراطي فيها"<sup>(٩٣)</sup>. ثم سوريا بنسبة ١٣,٩% ومن أمثلتها "الأسد يهاجم السعودية وقطر وتركيا ويعرب عن تفاؤله بترامب: شن الرئيس بشار الأسد الخميس ٢٩ ديسمبر/كانون الأول هجوما على السعودية وقطر وتركيا والدول الغربية بزعم "دعمهم للإرهابيين في سوريا". وقال الأسد في تصريح لقناة "تي جي ٥" الإيطالية إن "الحكومات الأوروبية تستخدم" ورقة محاربة الارهاب لتغيير الحكومات والتخلص من الرؤساء" في المنطقة"<sup>(٩٤)</sup>. ثم العراق بنسبة ١٢,٧%، ثم السعودية بنسبة ١١,٨%، ثم مصر بنسبة ٩,٦%، ثم اليمن بنسبة ٨,٦%، ثم ليبيا بنسبة ٦,٩%، ثم قطر بنسبة ٥,٧% .

وجاء في الترتيب الرابع دول أوروبا بنسبة ٤,٤% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلة تلك الأخبار "تيريزا ماي تهنيئ ترامب بالفوز بالرئاسة الأميركية: بدأت ردود الفعل تتواتر من مختلف دول العالم على فوز دونالد ترامب برئاسة الولايات المتحدة. وهنأت رئيسة الحكومة البريطانية تيريزا ماي بدورها ترامب، وقالت إن "بريطانيا والولايات ستبقين شريكتين قريبتين في الميادين التجارية والأمنية والدفاعية" (٩٥).

وجاء في الترتيب الخامس إيران بنسبة ٤,٢% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلة تلك الأخبار " ترامب: إيران ستستولي علي الموصل بعد أن نحررها" (٩٦).

٩- أساليب تغطية مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة لمرشحي الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م:

جدول (٩) أساليب تغطية مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة لمرشحي الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م

الإجمالي		الحرّة الأمريكية		روسيا اليوم		BBC العربية		الموقع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٣٩,٤	٦١٤	٤١,٨	٢٩٧	٥٦,٥	١٧٠	٢٧,٠	١٤٧	التركيز علي الإيجابيات	الإجمالي
٥٠,٢	٧٨٢	٥٠,٥	٣٥٩	٣٣,٢	١٠٠	٥٩,٣	٣٢٣	التزام الحيادية	
١٠,٣	١٦١	٧,٧	٥٥	١٠,٣	٣١	١٣,٨	٧٥	التركيز علي السلبيات	
١٠٠	٩٤٩	١٠٠	٧١١	١٠٠	٣٠١	١٠٠	٥٤٥	الإجمالي	
٣٩,٢	٦١١	٤٨,٥	٣٤٥	٢٦,٩	٨١	٣٣,٩	١٨٥	التركيز علي الإيجابيات	مؤثري
٤٨,٦	٧٥٧	٤٧,٤	٣٣٧	٣٩,٥	١١٩	٥٥,٢	٣٠١	التزام الحيادية	
١٢,١	١٨٩	٤,١	٢٩	٣٣,٦	١٠١	١٠,٨	٥٩	التركيز علي السلبيات	
١٠٠,٠	٩٤٩	١٠٠,٠	٧١١	١٠٠,٠	٣٠١	١٠٠,٠	٥٤٥	الإجمالي	

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق: إلى أساليب تغطية مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة لمرشحي الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م :

- بالنسبة لترامب: جاء فى الترتيب الأول التزام الحيادية بنسبة ٥٠,٢% من إجمالى عدد الأخبار التى تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ٥٩,٣% بموقع قناة BBC العربية، فى مقابل ٣٣,٢% بموقع قناة روسيا اليوم، ثم ٥٠,٥% بموقع قناة الحرة الأمريكية. وجاء فى الترتيب الثانى التركيز على الإيجابيات بنسبة ٣٩,٤% من إجمالى عدد الأخبار التى تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ٢٧% بموقع قناة BBC العربية، فى مقابل ٥٦,٥% بموقع قناة روسيا اليوم، ثم ٤١,٨% بموقع قناة الحرة الأمريكية. ومن أمثله تلك الأخبار " الرئيس الروسي فلاديمير بوتين: دونالد ترامب رجل نكبي سيدرك سريعا مسؤولياته الجديدة " (٩٧).

وجاء فى الترتيب الثانى التركيز على السلبيات بنسبة ١٠,٣% من إجمالى عدد الأخبار التى تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ١٣,٨% بموقع قناة BBC العربية، فى مقابل ١٠,٣% بموقع قناة روسيا اليوم، ثم ٧,٧% بموقع قناة الحرة الأمريكية. ومن أمثله تلك الأخبار " بريطانيون يستعدون لحرق مجسم ضخم لدونالد ترامب: يقوم سكان قرية فى مقاطعة كينت البريطانية كل عام بحرق مجسم يشبه شخصية مثيرة للجدل. اختاروا هذا العام المرشح للرئاسة الأمريكية، دونالد ترامب، وصنعوا له مجسما يبلغ ارتفاعه ١١ متر، سيتم إشعال المجسم يوم السبت المقبل ضمن احتفال سنوي وتقليد بريطاني يسمى ليلة الألعاب النارية. وقد أحرق سكان هذه القرية العام الماضى مجسما لسبب بلاتر رئيس فيفا السابق (٩٨).

- بالنسبة لهيلاري كلينتون: جاء فى الترتيب الأول التزام الحيادية بنسبة ٤٨,٦% من إجمالى عدد الأخبار التى تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ٥٥,٢% بموقع قناة BBC العربية، فى مقابل ٣٩,٥% بموقع قناة روسيا اليوم، ثم ٤٧,٤% بموقع قناة الحرة الأمريكية. ومن أمثله تلك الأخبار " بانتظار النتائج..

هكذا يقضي ترامب وكلينتون ثلاثاء التصويت: مسافة قصيرة فصلت مكتبي التصويت اللذين اختارهما مرشحا الرئاسة الأمريكية الجمهوري دونالد ترامب والديموقراطية هيلاري كلينتون الثلاثاء للإدلاء بصوتيهما. فقد استهلّت كلينتون يومها بالتوجه إلى مدرسة ابتدائية قرب منزلها في شاباكوا ضواحي نيويورك، لتدلي بصوتها مرفوقة بزوجها بيل كلينتون<sup>(٩٩)</sup>. وجاء في الترتيب الثاني التركيز علي الإيجابيات بنسبة ٣٩,٢% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الإنتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ٣٣,٩% بموقع قناة BBC العربية، في مقابل ٢٦,٩% بموقع قناة روسيا اليوم، ثم ٤٨,٥% بموقع قناة الحرة الأمريكية. وجاء في الترتيب الثاني التركيز علي السلبيات بنسبة ١٢١% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الإنتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ١٠,٨% بموقع قناة BBC العربية، في مقابل ٣٣,٦% بموقع قناة روسيا اليوم، ثم ٤,١% بموقع قناة الحرة الأمريكية. ومن أمثله تلك الأخبار "كلينتون: ترامب فاشل وخطر على الديمقراطية: وصفت هيلاري كلينتون المرشحة الديمقراطية لرئاسة الولايات المتحدة منافسها الجمهوري دونالد ترامب بالفاشل، منتقدة ما صرح به بشأن عدم اعترافه بنتائج الانتخابات إذا لم يفز. وقالت كلينتون خلال لقائها بمناصريها في ولاية كارولينا الشمالية: "انظروا، البعض (في إشارة لترامب) فاشل، أما نحن فنواصل طريقنا إلى الأمام". واعتبرت تصريح ترامب الذي قال فيه إنه لن يعترف بنتائج الانتخابات في حال خسارته، اعتبرته تهديدا مباشرا للديمقراطية، قائلة إن "الانتقال السلمي للسلطة جعل أمريكا أمريكا". من جانبه انتقد ترامب وسائل الإعلام. وقد أثرت تصريحات ترامب حول علاقته بالنساء على الرأي العام، وأثرت سلبا على شعبيته<sup>(١٠٠)</sup>.

وتتنسق هذه النتائج مع طبيعة المدرسة الغربية في صناعة الأخبار التي تسعى إلي إعلاء قيمة السلبية حيث تركز التغطية الإخبارية علي تصاعد الأحداث وإبراز أخبار الصراع والعنف في الدول العربية بشكل خاص وكذلك في بعض دول العالم (مثل أفغانستان وباكستان ومالي ونيجيريا وغيرها). ولكن يري الباحث أن الأخبار ما هي إلا قوالب تنقل صورة الواقع الحقيقي وما يوجد به من أحداث وصراعات، ولا تنقل إلا ما هو موجود بالفعل، ذلك أن طبيعة الموقف تحتم على الخدمة الإخبارية أن تنقل الأحداث

دون أن يوضع في الاعتبار أن هذا الخبر سلبي أو إيجابي ولكن الخبر يعبر عن نفسه بسلبيته أو إيجابيته.

وأشارت هويدا مصطفى إلى بعض أساليب التحيز في إدارة الإعلام للصراعات الدولية وهي: (١٠)

- التطفيف الإعلامي والذي يشير إلى انتقائية القضايا والموضوعات والمواقف والنتائج تبعاً لمصلحة القوى الفاعلة في الأزمة.
- المبالغة والتهويل في وصف الأحداث أو في السياق الذي ترد فيه.
- التشخيص الإعلامي والذي يزكى نمطاً معيناً في تعامله مع الأحداث والتركيز على الشخوص والزعامات.
- التبعية الإعلامية سواء للسلطة السياسية في الداخل أو للنظام الدولي، وفق علاقات القوى المسيطرة على الأحداث والمعلومات.

١٠- الشخصيات المحورية في أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (١٠) الشخصيات المحورية في أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الموقع		BBC العربية		روسيا اليوم		الحرّة الأمريكية		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٧١	٣١,٤	١٠٣	٣٤,٢	٢٧٧	٣٩,٠	٥٥١	٣٥,٤	١٧١	٣١,٤
١٨٣	٣٣,٦	٩٩	٣٢,٩	١٤٧	٢٠,٧	٤٢٩	٢٧,٦	١٨٣	٣٣,٦
١٤٥	٢٦,٦	٧١	٢٣,٦	١٦١	٢٢,٦	٣٧٧	٢٤,٢	١٤٥	٢٦,٦
٧٧	١٤,١	٥١	١٦,٩	١٣٤	١٨,٨	٢٦٢	١٦,٨	٧٧	١٤,١
٥٥	١٠,١	٤٤	١٤,٦	٩٩	١٣,٩	١٩٨	١٢,٧	٥٥	١٠,١
٧	١,٣	٥	١,٧	٩	١,٣	٢١	١,٣	٧	١,٣
٥٤٥		٣٠١		٧١١		١٥٥٧		٥٤٥	

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق: إلى الشخصيات المحورية في أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة ، حيث جاء في الترتيب الأول رؤساء الدول بنسبة ٣٥,٤%

من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلتها " **بوتين** يبرر أسلوب ترامب 'المفرط': وصف الرئيس الروسي فلاديمير بوتين الخميس اتهام بلاده بالتدخل في انتخابات الرئاسة الأمريكية بأنه "هستيريا"، نافيا المزاعم برغبة الكرملين في فوز المرشح الجمهوري دونالد ترامب. وجاءت تصريحات بوتين خلال خطاب حول العلاقات الدولية في سوتشي جنوب البلاد، قال فيه إن "هذه مجرد طريقة من أساليب النزاع السياسي، وطريقة للتلاعب بالرأي العام قبل الانتخابات الأمريكية" الوشيكة" (١٠٢).

وجاء في الترتيب الثاني رؤساء الحكومات بنسبة ٢٧,٦% ومن أمثلتها "يلدريم **ينتقد المتظاهرين المناهضين لترامب**: انتقد رئيس الوزراء التركي، بن علي يلدريم، الاحتجاجات المناهضة للرئيس الأمريكي المنتخب، دونالد ترامب التي تشهدها مدن أمريكية رغم سلميتها حتى الآن. وقال يلدريم في اجتماع لكوادر حزب "العدالة والتنمية" الحاكم الثلاثاء ١٥ نوفمبر/تشرين الثاني: "محاولة القفز على النتائج التي أفرزتها صناديق الاقتراع عبر عنف الشارع، غير ديمقراطية ومرفوضة". وذكرت وكالة "الأناضول" التركية للأنباء، أن يلدريم حذر من مغبة أن تتسبب هذه الممارسات في تفويض الديمقراطية في الولايات المتحدة. وكان يلدريم والرئيس، رجب طيب أردوغان قد اتصلا بترامب في أعقاب ظهور نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية الأسبوع الماضي، ونقلت وسائل إعلام تركية عن أردوغان قوله إنه دعا ترامب لزيارة تركيا" (١٠٣). وجاء في الترتيب الثالث رؤساء وأعضاء الأحزاب بنسبة ٢٤,٢%، وجاء في الترتيب الرابع الوزراء بنسبة ١٦,٨%، وجاء في الترتيب الخامس شخصيات عامة بنسبة ١٢,٧%.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عبدالله عبدالله الوزان ٢٠٠٦ (١٠٤) الذي أشار في نتائجه أن الشخصيات الأجنبية حصلت على الترتيب الأول بنسبة ٣٩,١% ثم تلتها الشخصيات العربية بنسبة ٢٥,٦%، ودراسة حنان محمد اسماعيل يوسف ٢٠٠١ (١٠٥) التي أوضحت أن الجنسيات الموجودة في قناة CNN هي الشخصيات الأمريكية بنسبة ٩٩,٥%، ونسبة ٠,٥% الباقية للشخصيات الأوروبية. وقد يرجع الاهتمام بإبراز رئيس الدولة كشخصية محورية في معالجة الأخبار السياسية؛ ذلك لأن الإعلام الغربي غالبا ما يحرر الأخبار من خلال ما يقوله الأشخاص البارزون عن الأحداث، والحالة الرئيسية

لاستخدام الشخص كحدث في الإعلام الغربي هي حالة الرئيس، كرمز للسلطة، تدعمه بعض من الشعبية<sup>(١٠٦)</sup>، وفي هذا الصدد يشير رودريك هارت أن العصر الإعلامي قد غير شكل وظيفة الرئيس في الولايات المتحدة، فأصبح الدور الحديث الذي يمثله الرئيس هو أنه المتحدث الأول<sup>(١٠٧)</sup>، كما يشير دوريس جرابر وآخرون إلى أن سياسة الظهور العلني للرئيس أصبحت وسيلة متزايدة لاتصال الحكومة في زمن ما بعد الحرب في أمريكا المعاصرة.<sup>(١٠٨)</sup>

١١- بعض الرؤي العالمية لنجاح أحد مرشحي الإنتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م  
كما تناولتها الأخبار في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة  
العربية محل الدراسة:

جدول (١١) بعض الرؤي العالمية لنجاح أحد مرشحي الإنتخابات الرئاسية الأمريكية  
٢٠١٦ م كما تناولتها الأخبار في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة  
العربية محل الدراسة

الإجمالي		الحررة الأمريكية		روسيا اليوم		BBC العربية		الموقع			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الرؤي			
٢٣,٨	٣٧١	٢٧,١	١٩٣	٢٢,٣	٦٧	٢٠,٤	١١١	التخوف من نجاحه	ترامب	الرؤي الأمريكية	
٢٤,٠	٣٧٣	١٩,٨	١٤١	٣٨,٢	١١٥	٢١,٥	١١٧	التفاؤل بنجاحه			
٢٧,٠	٤٢١	٢٣,٥	١٦٧	٢٠,٩	٦٣	٣٥,٠	١٩١	غير واضح			
٢٧,٩	٤٣٤	٢٩,٠	٢٠٦	٢٦,٦	٨٠	٢٧,٢	١٤٨	التخوف من نجاحها	هيلاري		
٢٠,٨	٣٢٤	٢٠,٥	١٤٦	٢٠,٣	٦١	٢١,٥	١١٧	التفاؤل بنجاحها			
٢٦,١	٤٠٧	٢١,٠	١٤٩	٣٤,٦	١٠٤	٢٨,٣	١٥٤	غير واضح			
٣٣,٦	٥٢٣	٤٣,٢	٣٠٧	٣٠,٩	٩٣	٢٢,٦	١٢٣	التخوف من نجاحه	ترامب		الرؤي العربية
٢٢,٣	٣٤٧	٢٢,٥	١٦٠	٢٥,٢	٧٦	٢٠,٤	١١١	التفاؤل بنجاحه			
٢٧,١	٤٢٢	٢٥,٥	١٨١	٤١,٩	١٢٦	٢١,١	١١٥	غير واضح			
٢١,٦	٣٣٧	٢١,١	١٥٠	٣١,٩	٩٦	١٦,٧	٩١	التخوف من نجاحها	هيلاري		
٤٢,٥	٦٦١	٥٢,٦	٣٧٤	٢٥,٢	٧٦	٣٨,٧	٢١١	التفاؤل بنجاحها			
٢٥,٣	٣٩٤	٣١,٥	٢٢٤	٤٠,٩	١٢٣	٨,٦	٤٧	غير واضح			
٥,٨	٩١	٥,٥	٣٩	٥,٦	١٧	٦,٤	٣٥	التخوف من نجاحه	ترامب	الرؤي الروسية	
١٧,١	٢٦٧	١٩,٨	١٤١	١٩,٦	٥٩	١٢,٣	٦٧	التفاؤل بنجاحه			
٨,٣	١٣٠	٨,٦	٦١	١٠,٠	٣٠	٧,٢	٣٩	غير واضح			
١٤,٩	٢٣٢	١٥,٦	١١١	٢٠,٦	٦٢	١٠,٨	٥٩	التخوف من نجاحها	هيلاري		
٦,٥	١٠١	٦,٩	٤٩	٧,٠	٢١	٥,٧	٣١	التفاؤل بنجاحها			
١٠,٠	١٥٥	١١,٤	٨١	٧,٦	٢٣	٩,٤	٥١	غير واضح			
٥,٨	٩٠	٨,٤	٦٠	٣,٧	١١	٣,٥	١٩	التخوف من نجاحه	ترامب		الرؤي الصينية
٧,٥	١١٧	٩,٤	٦٧	٩,٠	٢٧	٤,٢	٢٣	التفاؤل بنجاحه			
١٠,٣	١٦١	١٠,٣	٧٣	١١,٠	٣٣	١٠,١	٥٥	غير واضح			
٦,٢	٩٦	٨,٠	٥٧	٤,٠	١٢	٥,٠	٢٧	التخوف من نجاحها	هيلاري		
٦,٦	١٠٢	٨,٦	٦١	٨,٣	٢٥	٢,٩	١٦	التفاؤل بنجاحها			
١٠,٩	١٧٠	١١,٥	٨٢	١١,٣	٣٤	٩,٩	٥٤	غير واضح			

١,٣	٢١	١,١	٨	٢,٠	٦	١,٣	٧	التخوف من نجاحه	ترامب	الروية التركية	
١,٠	١٥	١,٠	٧	٠,٧	٢	١,١	٦	التفاؤل بنجاحه			
١,٣	٢١	١,٣	٩	١,٧	٥	١,٣	٧	غير واضح			
١,١	١٧	٠,٨	٦	١,٧	٥	١,١	٦	التخوف من نجاحها	هيلاري		
١,٠	١٦	١,١	٨	١,٠	٣	٠,٩	٥	التفاؤل بنجاحها			
١,٥	٢٤	١,٤	١٠	١,٧	٥	١,٧	٩	غير واضح			
١,٥	٢٣	١,١	٨	٢,٠	٦	١,٧	٩	التخوف من نجاحه	ترامب		الروية الإيرانية
١,٢	١٩	١,٤	١٠	١,٣	٤	٠,٩	٥	التفاؤل بنجاحه			
١,٥	٢٣	١,٥	١١	١,٧	٥	١,٣	٧	غير واضح			
١,٢	١٨	١,٣	٩	١,٣	٤	٠,٩	٥	التخوف من نجاحها	هيلاري		
١,٢	١٩	١,٣	٩	١,٣	٤	١,١	٦	التفاؤل بنجاحها			
١,٨	٢٨	١,٥	١١	٢,٣	٧	١,٨	١٠	غير واضح			
١٥٥٧		٧١١		٣٠١		٥٤٥		الإجمالي			

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى بعض الرؤى العالمية لنجاح أحد مرشحي الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م كما تناولتها الأخبار في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ويمكن اجمال تلك الرؤى من خلال عرض تقرير يلخص تلك الرؤى حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية، وجاء عنوانه كالتالي "فوز ترامب.. ترحيب في القاهرة وصمت في دمشق وحذر في الرياض وقلق في أوروبا"<sup>(١٠٩)</sup>، حيث صدر عدد من ردود الفعل على فوز دونالد ترامب برئاسة الولايات المتحدة بعد انتخابات ماراتونية، حيث تراوحت المواقف بين الترحيب والحذر.

- **صمت في دمشق الرسمية:** ولم تصدر عن دمشق أية ردود فعل رسمية حتى اللحظة على فوز ترامب، إلا أن محللين سوريين من المحسوبين على الحكومة رحبوا بفوز ترامب نظراً لمواقفه حيال الأزمة في سوريا، وإمكانية تعاونه مع روسيا في حلها ودعوته لمحاربة الإرهاب.
- **السياسي يتمنى ضخ روح جديدة:** في أول رد فعل دولي على فوز دونالد ترامب في الانتخابات الرئاسية الأمريكية، بادر الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي إلى تهنئة ترامب، متمنيا تعزيز علاقات التعاون بين البلدين. وقال بيان صادر من الرئاسة المصرية فور إعلان نتائج فرز الأصوات صباح الأربعاء ٩ نوفمبر/تشرين الثاني: "إن جمهورية مصر العربية تتطلع لأن تشهد فترة رئاسة الرئيس دونالد

ترامب ضخ روح جديدة في مسار العلاقات المصرية الأمريكية، ومزيداً من التعاون والتنسيق لما فيه مصلحة الشعبين المصري والأمريكي، وتعزيز السلام والاستقرار والتنمية في منطقة الشرق الأوسط، لاسيما في ظل التحديات الكبيرة التي تواجهها".

- **الملك سلمان يريد تعزيز العلاقات التاريخية الوثيقة:** هنا ملك السعودية سلمان بن عبد العزيز ترامب بفوزه في الانتخابات الرئاسية. وأشاد العاهل السعودي في برقية تهنئة "بالعلاقات التاريخية الوثيقة بين البلدين الصديقين، التي يتطلع الجميع إلى تطويرها وتعزيزها في المجالات كافة، لما فيه خير ومصحة البلدين".

- **فلسطين: تحقيق حل الدولتين:** من جانبها عبرت السلطة الفلسطينية عن أملها في أن تمر من الحديث عن مبدأ حل الدولتين إلى تحقيقه على أرض الواقع. وقال أمين سر اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية، صائب عريقات: "نأمل من الإدارة الأمريكية القادمة أن تحول الحديث عن مبدأ حل الدولتين إلى تحقيق هذا المبدأ على الأرض، لأن الأمن والسلام والاستقرار في هذه المنطقة لن يأتي إلا بهزيمة الاحتلال الإسرائيلي الذي بدأ عام ١٩٦٧".

- **شتاينماير: لا يمكن التنبؤ بسياسة ترامب الخارجية:** أما وزير الخارجية الألماني فرانك فالتر شتاينماير قال إن فوز ترامب غير منتظر، مضيف أنه يجب الاستعداد لسياسة أمريكية خارجية سياسته لا يمكن التنبؤ بها، وإلى أن واشنطن ستتجه إلى اتخاذ القرارات بمفردها. إلى ذلك وصفت وزيرة الدفاع الألمانية الجديدة أورسولا فون دير لاين، يوم الأربعاء، فوز دونالد ترامب بالانتخابات الرئاسية الأمريكية بأنه "صدمة كبيرة"، مطالبة إياه التأكيد على التزامه بمنظمة حلف شمال الأطلسي (الناتو).

- **موغيريني: العلاقة أعمق من التغيير:** وفي السياق ذاته، قالت مفوضة الاتحاد الأوروبي السامية للشؤون الخارجية والسياسة الأمنية، فيديريكا موغيريني، إن العلاقات بين الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة أعمق من أي تغييرات، مؤكدة على مواصلة العمل مع الولايات المتحدة بعد فوز ترامب.

- **أردوغان يأمل تنعكس رئاسة ترامب إيجاباً على المنطقة:** وهنا الرئيس التركي رجب طيب أردوغان ترامب بفوزه، آملاً في أن تنعكس رئاسة ترامب للولايات

المتحدة إيجاباً على منطقة الشرق الوسط. ومن جانبه قال وزير الخارجية التركي مولود جاويش أوغلو إن بلاده ستعمل على تعزيز العلاقات وتقويتها مع الولايات المتحدة.

- **آبي يتعهد بمواصلة العمل المشترك:** وهنأ رئيس الوزراء الياباني شينزو آبي ترامب بفوزه في الانتخابات، متعهداً بمواصلة العمل المشترك مع الإدارة الأمريكية الجديدة لضمان الأمن في آسيا ومنطقة المحيط والهادي.

- **طهران: احترام الاتفاق النووي:** هذا وقد دعا رئيس لجنة القوم والسياسة الخارجية في مجلس الشورى الإيراني علاء الدين بروجردي، دعا ترامب إلى احترام الاتفاقيات الدولية، بما في ذلك الاتفاق النووي. وقال بروجردي: "يوجد فرق بين ترامب في الحملة الانتخابية وترامب الرئيس الأمريكي، نحن في انتظار كيف ستكون سياسته في علاقة المنطقة والعالم الإسلامي".

- **النااتو: مستعدون للعمل المشترك:** كما هنأ الأمين العام لحلف شمال الأطلسي (النااتو) ينس ستولتنبرغ ترامب بفوزه في الانتخابات الرئاسية الأمريكية، معبراً له عن "استعداده للعمل المشترك حتى تبقى العلاقات بين أعضاء الحلف قوية".

- **قلق فرنسي:** حذر الرئيس الفرنسي فرنسوا هولاند الأربعاء من "مرحلة من الغموض"، مع انتخاب الجمهوري دونالد ترامب رئيساً للولايات المتحدة، داعياً إلى وحدة صف أوروبية. وكان وزير الخارجية الفرنسي جان مارك إيرولت قد أعرب قبيل إعلان فوز ترامب، عن قلق بلاده بخصوص مستقبل اتفاق باريس للمناخ، والعلاقات بين أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية في حال تسلم المرشح الجمهوري ترامب قيادة البيت الأبيض.

١٢- التوازن في عرض أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (١٢) التوازن في عرض الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م الواردة بالأخبار في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الإجمالي		الحرّة الأمريكية		روسيا اليوم		BBC العربية		الموقع	التوازن
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٧٦,٦	١١٩٢	٧٠,٥	٥٠١	٨٤,٧	٢٥٥	٨٠,٠	٤٣٦	تعرض وجهات نظر متعددة	
١٦,١	٢٥١	٢١,٠	١٤٩	٨,٣	٢٥	١٤,١	٧٧	تعرض وجهة نظر واحدة	
٧,٣	١١٤	٨,٦	٦١	٧,٠	٢١	٥,٩	٣٢	لا تعرض وجهات نظر	
١٠٠	١٥٥٧	١٠٠	٧١١	١٠٠	٣٠١	١٠٠	٥٤٥	الإجمالي	

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى التوازن في عرض الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م الواردة بالأخبار في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول عرض الأخبار لوجهات نظر متعددة بنسبة ٧٦,٦% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ٨٠% بموقع قناة BBC العربية، في مقابل ٨٤,٧% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، و ٧٠,٥% بموقع قناة الحرية الأمريكية. وجاء في الترتيب الثاني عرض الأخبار لوجهة نظر واحدة بنسبة ١٦,١% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ١٤,١% في مقابل ٨,٣% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، ثم ٢١% بموقع قناة الحرية الأمريكية. وجاء في الترتيب الثالث لا تعرض وجهات نظر بنسبة ٧,٣% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ٥,٩% بموقع قناة BBC العربية، في مقابل ٧% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، ثم ٨,٦% بموقع قناة الحرية الأمريكية. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة **بشار مطهر** (٢٠٠٧)<sup>(١١٠)</sup> الذي توصل إلى ارتفاع نسبة عرض أكثر من وجهة نظر حيث بلغت ٤٢,٤% بوسائل الإعلام تليها الأخبار التي تعرض وجهة

نظر واحدة. وتختلف مع نتائج دراسة **صفا عثمان** (٢٠٠٧)<sup>(١١١)</sup> التي توصلت إلى ارتفاع نسبة الأخبار التي تقدم وجهة نظر واحدة أو جانب واحد حيث بلغت نسبتها ٣٧,٨% من إجمالي الأخبار الواردة في النشرات الإخبارية عينة الدراسة ويليها في المرتبة الثانية الأخبار الغير واضحة بنسبة ٣٢,٨%، ثم يليها في المرتبة الأخيرة فئة الأخبار التي تعرض عدة جوانب.

#### ومن قراءة النتائج يتضح ما يلي :

- إهتمت مواقع القنوات الثلاث بالأخبار التي تحمل وجهات نظر متعددة؛ وربما يرجع السبب في ذلك إلى زيادة الأخبار الرسمية وأخبار المسؤولين الرسمية في إطار العلاقات الدولية والسياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية في ظل نجاح أحد مرشحي الرئاسة وفقاً لرؤية كل منهما.
- إذا اعتبرنا أن الأخبار التي تعكس أكثر من وجهة نظر تفيد الاتجاه نحو التوازن في عرض الأخبار فقد تفوق موقعي البي بي سي وروسيا اليوم في عرض أكثر من وجهة نظر في تغطيتها للانتخابات الرئاسية، وهذا ما تحاول قناة بي بي سي عمله في نقل الأخبار واختيار الضيوف من كل الجهات ولا يهتما أي بعد سياسي بقدر اهتمامها بتقديم ماده تلفزيونية اعلامية متوازنة فقط . ويعلن طارق كفالة مدير قناة بي بي سي قائلاً : " أن مهمة بي بي سي العربية هي تغطية الأخبار ، ثم شرحها من دون تحيز لأي جهة، وعجزنا عن القيام بذلك يعني خسارة الجمهور " <sup>(١١٢)</sup>.
- يرجع ميل المواقع الثلاث عينة الدراسة إلي عرض جميع جوانب الخبر الذي يتناول الأحداث السياسية والانتخابات الرئاسية؛ لتبسيط المعلومات والمعارف التي تقدمها وبتنظرها الجمهور لأنه في لهفة دائمة لمعرفة تفاصيل ووقائع الموضوعات خاصة في ظل سباق رئاسة الولايات المتحدة الامريكية الحدث الذي يفرض نفسه علي ساحة الموضوعات في العالم وفي ضوء انتشار بعض الشائعات وتبادل الصراع بين المرشحين في التوجهات الفكرية والدينية والسياسية.

١٣- الإستمارات المستخدمة في عرض أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (١٣) الإستمارات المستخدمة في عرض أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الموقع الإستمارات	BBC العربية		روسيا اليوم		الحررة الأمريكية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
استمارات عاطفية	١٨٥	٣٣,٩	٩١	٣٠,٢	١٩٤	٢٧,٣	٤٧٠	٣٠,٢
استمارات عقلانية	١١٥	٢١,١	٨٧	٢٨,٩	١٩١	٢٦,٩	٣٩٣	٢٥,٢
مزيج من الإثنين	٢٤٥	٤٥,٠	١٢٣	٤٠,٩	٣٢٦	٤٥,٩	٦٩٤	٤٤,٦
الإجمالي	٥٤٥	١٠٠	٣٠١	١٠٠	٧١١	١٠٠	١٥٥٧	١٠٠

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى الإستمارات المستخدمة في عرض الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م الواردة بالأخبار في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول **مزيج من الاستمارات العاطفية والاستمارات المنطقية** بنسبة ٤٤,٦% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ٤٥% بموقع قناة BBC العربية، في مقابل ٤٠,٩% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، ثم ٤٥,٩% بموقع قناة الحررة الأمريكية ومن أمثلتها " ترامب: سياسية كلينتون في سوريا ستؤدي إلى حرب عالمية ثالثة: أعلن المرشح الجمهوري لانتخابات الرئاسة الأمريكية دونالد ترامب أن خطة منافسته الديمقراطية هيلاري كلينتون حول سوريا "ستؤدي إلى حرب عالمية ثالثة" بسبب احتمال نشوب صراع عسكري مع روسيا"<sup>(١٣)</sup>. وجاء في الترتيب الثاني **استمارات عاطفية**، بنسبة ٣٠,٢% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ٣٣,٩% بموقع قناة BBC العربية، في مقابل ٣٠,٢% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، ثم ٢٧,٣% بموقع قناة الحررة الأمريكية. وجاء في الترتيب الثالث **استمارات عقلانية**، بنسبة ٢٥,٢% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول

الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بموقع قناة BBC العربية، في مقابل ٢٨,٩% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية ٢٦,٩% بموقع قناة الحرة الأمريكية.

١٤- الأدوات المستخدمة في عملية تأطير الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (١٤) الأدوات المستخدمة في عملية تأطير الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الأدوات	الموقع		BBC العربية		روسيا اليوم		الحرة الأمريكية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التأكيد علي عبارات	١٦٢	٢٩,٧	١٠١	٣٣,٦	٢٧١	٣٨,١	٥٣٤	٣٤,٣		
الشعارات	١٢٣	٢٢,٦	١٠٣	٣٤,٢	١٥١	٢١,٢	٣٧٧	٢٤,٢		
شخصنة المواقف	١٢٩	٢٣,٧	٨١	٢٦,٩	١١٤	١٦,٠	٣٢٤	٢٠,٨		
إخفاء معلومات	٩٦	١٧,٦	٤٥	١٥,٠	١٠١	١٤,٢	٢٤٢	١٥,٥		
الرموز	٦٥	١١,٩	٤١	١٣,٦	٨٢	١١,٥	١٨٨	١٢,١		
الصور المرئية	٣٢	٥,٩	٢١	٧,٠	٦١	٨,٦	١١٤	٧,٣		
التناقض	٢٣	٤,٢	٣٠	١٠,٠	٥٥	٧,٧	١٠٨	٦,٩		
أخري	٤	٠,٧	٣	١,٠	٥	٠,٧	١٢	٠,٨		
الإجمالي	٥٤٥		٣٠١		٧١١		١٥٥٧			

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى الأدوات المستخدمة في عملية تأطير الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول التأكيد علي عبارات معينة بنسبة ٣٤,٣% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني الشعارات بنسبة ٢٤,٢% ومن أمثلتها " أوباما للأميركيين: أمامكم الفرصة لانتخاب رئيسنا الأولى<sup>(١٤)</sup> ". وأيضاً " أوباما: ترامب سيسيء استخدام سلطاته لو انتخب رئيساً"<sup>(١٥)</sup>.

وجاء في الترتيب الثالث شخصنة المواقف بنسبة ٢٠,٨% ومن أمثلتها " الغاية تبرر الوسيلة - فيديو مبتذل لكلينتون ضد ترامب: نشرت هيلاري كلينتون في صفحتها

على تويتر شريطاً دعائياً موجهاً ضد دونالد ترامب يشير إلى علاقته بروسيا. وصمم الشريط على الشكل التالي: على الشاشة عدة عبارات مثل "نحن لا نعرف لماذا يشيد ترامب ببيتين" و"نحن لا نعرف لماذا يشيد بيتين بترامب" وبعد ذلك تظهر على الشاشة مقاطع من تعليقات بعض المحللين والمعلقين من المعادين لروسيا ومن بينهم كاتب عمود في صحيفة واشنطن بوست تشارلز كارتو هامر الذي أعلن أن الهدف الرئيس لسياسة الرئيس الروسي، تدمير الناتو. وبعد سلسلة من هذه المزاعم تأتي عبارة: "نحن لا نعرف ما الذي يجري وطبعاً لن يخبرنا ترامب بذلك. ولكن نحن سنعطيك فرصة التكهن" (We'll let you guess)<sup>(١١٦)</sup>.

وجاء في الترتيب الرابع إخفاء معلومات جوهرية بنسبة ١٥,٥%، وجاء في الترتيب الخامس الرموز بنسبة ١٢,١%.

١٥- الأطر الخبرية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (١٥) الأطر الخبرية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الموقع	BBC العربية		روسيا اليوم		الحرّة الأمريكية		الإجمالي		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
طبيعة الإطار	عام	٢٢٣	٤٠,٩	١٧٥	٥٨,١	٣٥١	٤٩,٤	٧٤٩	٤٨,١
	محدد	٣٢٢	٥٩,١	١٢٦	٤١,٩	٣٦٠	٥٠,٦	٨٠٨	٥١,٩
	الإجمالي	٥٤٥	١٠٠	٣٠١	١٠٠	٧١١	١٠٠	١٥٥٧	١٠٠
سمات الإطار	عاطفية	١٨٥	٣٣,٩	٩١	٣٠,٢	١٩٤	٢٧,٣	٤٧٠	٣٠,٢
	موضوعية	١١٥	٢١,١	٨٧	٢٨,٩	١٩١	٢٦,٩	٣٩٣	٢٥,٢
	الإثنان معاً	٢٤٥	٤٥,٠	١٢٣	٤٠,٩	٣٢٦	٤٥,٩	٦٩٤	٤٤,٦
	الإجمالي	٥٤٥	١٠٠	٣٠١	١٠٠	٧١١	١٠٠	١٥٥٧	١٠٠
مكان الإطار	داخلي	١٦٧	٣٠,٦	١٢٣	٤٠,٩	٣٢١	٤٥,١	٦١١	٣٩,٢
	خارجي	٣٧٨	٦٩,٤	١٧٨	٥٩,١	٣٩٠	٥٤,٩	٩٤٦	٦٠,٨
	الإجمالي	٥٤٥	١٠٠	٣٠١	١٠٠	٧١١	١٠٠	١٥٥٧	١٠٠

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى الأطر الخيرية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

- **فيما يتعلق بطبيعة الإطار:** حيث جاء في الترتيب الأول الإطار المحدد بنسبة ٥١,٩% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ٥٩,١% بموقع قناة BBC العربية، في مقابل ٤١,٩% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، ثم ٥٠,٦% بموقع قناة الحرة الأمريكية، ومن أمثلة تلك الأطر " حرب الأرقام في الانتخابات.. ترامب: لا أو من بها : " رغم أننا متفوقون في الاستطلاعات، إلا أنني لا أو من بها بعد الآن"، هذا ما قاله مرشح الحزب الجمهوري لانتخابات الرئاسة دونالد ترامب الثلاثاء في تجمع بولاية كولورادو. واتهم ترامب وسائل الإعلام الأميركية بأنها "تخفي الأرقام الجيدة للاستطلاعات التي تكون في صالحه، وتلعب فقط على الأخبار السيئة"، حسب تعبيره. وقال ترامب في تجمع مع أنصاره في كولورادو: "إذا كان استطلاع واحد سيء وتسعة استطلاعات جيدة، فستركز وسائل الإعلام على السيء"<sup>(١١٧)</sup>. وجاء في الترتيب الثاني الإطار العام بنسبة ٤٨,١%، موزعة بين ٤٠,٩% بموقع قناة BBC العربية، في مقابل ٥٨,١% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، ثم ٤٩,٤% بموقع قناة الحرة الأمريكية "ترامب: هيلاري كلينتون "مذنبه"<sup>(١١٨)</sup>.

- **فيما يتعلق بسمات الإطار:** حيث جاء في الترتيب الأول السمات العاطفية والموضوعية معاً بنسبة ٣٠,٢% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ٤٥% بموقع قناة BBC العربية، في مقابل ٤٠,٩% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، ثم ٤٥,٩% بموقع قناة الحرة الأمريكية، ومنها " كلينتون تدعو ترامب إلى 'احترام' عائلات الجنود : دعت المرشحة الديمقراطية لانتخابات الرئاسة الأميركية هيلاري كلينتون الخميس منافسها الجمهوري دونالد ترامب إلى أن "يتعلم" من السيدة الأولى ميشيل أوباما "احترام" عائلات الجنود الأميركيين "وليس التقليل من شأنهم"<sup>(١١٩)</sup>. وجاء في الترتيب الثاني السمات العاطفية بنسبة ٣٠,٢%، موزعة بين ٣٣,٩% بموقع قناة

BBC العربية، فى مقابل ٣٠,٢% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، ثم ٢٧,٣% بموقع قناة الحرية الأمريكية، وجاء فى الترتيب الثانى السمات الموضوعية بنسبة ٢٥,٢%، موزعة بين ٢١,١% بموقع قناة BBC العربية، فى مقابل ٢٨,٩% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، ثم ٢٦,٩% بموقع قناة الحرية الأمريكية.

- فيما يتعلق بمكان الإطار: حيث جاء فى الترتيب الأول الإطار الخارجي بنسبة ٦٠,٨% من إجمالى عدد الأخبار التى تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، موزعة بين ٦٩,٤% بموقع قناة BBC العربية، فى مقابل ٥٩,١% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، ثم ٥٤,٩% بموقع قناة الحرية الأمريكية، وجاء فى الترتيب الثانى الإطار الداخلى بنسبة ٣٩,٢%، موزعة بين ٣٠,٦% بموقع قناة BBC العربية، فى مقابل ٤٠,٩% بموقع قناة روسيا اليوم الإخبارية، ثم ٤٥,١% بموقع قناة الحرية الأمريكية ومن أمثلتها " كلينتون تحافظ على تقدمها.. وترامب يشكك في نزاهة الانتخابات" (١٢٠).

١٦- الأطر الفرعية المستخدمة فى تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (١٦) الأطر الفرعية المستخدمة فى تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الموقع الأطر الفرعية	BBC العربية		روسيا اليوم		الحرية الأمريكية		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إطار الصراع واختلاف	١٤١	٢٥,٩	٩١	٣٠,٢	٢١١	٢٩,٧	٤٤٣	٢٨,٥
الدعم والتأييد	١٥١	٢٧,٧	٧٠	٢٣,٣	١٧٥	٢٤,٦	٣٩٦	٢٥,٤
إطار النتائج الإقتصادية	٨١	١٤,٩	٦٣	٢٠,٩	٩٧	١٣,٦	٢٤١	١٥,٥
إطار المؤامرة	٧٢	١٣,٢	٤٥	١٥,٠	٩١	١٢,٨	٢٠٨	١٣,٤
إطار المسئولية	٦٤	١١,٧	٢١	٧,٠	٧١	١٠,٠	١٥٦	١٠,٠
أخرى	٣٦	٦,٦	١١	٣,٧	٦٦	٩,٣	١١٣	٧,٣
الإجمالى	٥٤٥	١٠٠	٣٠١	١٠٠	٧١١	١٠٠	١٥٥٧	١٠٠

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى الأطر الفرعية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول إطار الصراع واختلاف بنسبة ٢٨,٥% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلة تلك الأخبار " ترامب: سياسة كلينتون في سوريا قد تقود إلى مواجهة مع روسيا وحرب عالمية ثالثة: اعتبر دونالد ترامب، المرشح الجمهوري للرئاسة الأمريكية، أن سياسة منافسته الديمقراطية، هيلاري كلينتون، في سوريا يمكن أن تقود إلى نزاع مع روسيا واندلاع حرب عالمية ثالثة. وفي كلمة ألقاها أمام مناصريه في ولاية نيوهامشير، وبثها قناة S-SPAN التلفزيوني، الجمعة ٤ نوفمبر/تشرين الثاني، انتقد ترامب بشدة السياسة التي مارستها كلينتون في المنطقة أثناء توليها وزارة الخارجية الأمريكية: "لقد جاءت كلينتون بالقدارة والكارثة إلى العراق وسوريا، ما أدى إلى قدوم "الدولة الإسلامية" إلى هناك. أما الآن فهي تريد بدء حرب حقيقية في سوريا ونزاع مع روسيا التي تملك الأسلحة النووية"<sup>(١٢١)</sup>.

وجاء في الترتيب الثاني إطار الدعم والتأييد بنسبة ٢٥,٤%، ومن أمثلته "الجمهوريون كولن باول يعلن دعمه للديموقراطية كلينتون: أعلن وزير الخارجية الأميركي الأسبق الجمهوري كولن باول أنه سيصوت للمرشحة الديمقراطية لانتخابات الرئاسة هيلاري كلينتون في الثامن من تشرين الثاني/نوفمبر القادم. وقال باول خلال حفل في نيويورك إن كلينتون "ذكية وقادرة (على تقلد المهمة)، لقد كانت وزيرة خارجية جيدة"، حسبما نقلت عنه وسائل إعلام أميركية الثلاثاء"<sup>(١٢٢)</sup>.

وجاء في الترتيب الثالث إطار النتائج الإقتصادية بنسبة ١٥,٥%، ومن أمثلتها "أسواق المال 'قلقة' بسبب تقدم ترامب في استطلاعات الرأي : تأثرت أسواق النفط والبورصات العالمية الأربعاء بتعزيز المرشح الجمهوري لانتخابات الرئاسة الأميركية دونالد ترامب مكانته على حساب منافسته الديمقراطية هيلاري كلينتون في استطلاعات الرأي. وبعد أسابيع من تقدم كلينتون المريح على منافسها، أصبحت أنباء تعادل كفتي المرشحين أو تقدم كلينتون بفارق بسيط مصدر إزعاج لأسواق المال التي لا تستبعد الآن وصول رجل الأعمال إلى البيت الأبيض، حسبما قالت وكالة رويترز. وأفادت الوكالة بانخفاض أسواق المال وأسعار صرف الدولار والنفط الأربعاء بسبب

"تزعرع ثقة المستثمرين". ويخشى مستثمرون من فوز ترامب بسبب "عدم وضوح مواقفه من قضايا اقتصادية مثل التبادل التجاري والهجرة" وغيرها. وكان ترامب قد تعهد بمراجعة اتفاقية التجارة الحرة لدول أميركا الشمالية (نافتا) وبفرض عقوبات تجارية على الدول التي تتلاعب بأسعار عملتها. وأظهرت استطلاعات للرأي جديدة تقدم المرشح الجمهوري، وجاء ذلك في أعقاب إعلان مدير مكتب التحقيقات الفدرالي FBI جيمس كومي التحقيق في رسائل إلكترونية جديدة تخص وزيرة الخارجية السابقة<sup>(١٢٣)</sup>.

وجاء في الترتيب الرابع إطار المؤامرة بنسبة ١٣,٤%، ومن أمثلتها ترامب يتهم وسائل الإعلام بـ'التآمر' ضده: اتهم المرشح الجمهوري للانتخابات الرئاسية الأمريكية دونالد ترامب وسائل الإعلام بالعمل "ضده" لضمان هزيمته في اقتراع الثامن من تشرين الثاني/نوفمبر المقبل أمام منافسته الديموقراطية هيلاري كلينتون. وقال أمام مؤيديه في ولاية نيو هامبشير السبت إن الإعلام "الفاقد" يسعى إلى "تزوير" الانتخابات لصالح كلينتون. وأضاف "إما أن نفوز في هذه الانتخابات وإما أن نخسر هذا البلد"<sup>(١٢٤)</sup>.

وجاء في الترتيب الخامس إطار المسؤولية بنسبة ١٠%، ومن أمثلتها ترامب: أوباما مؤسس "داعش": أعلن المرشح الرسمي للحزب الجمهوري للانتخابات الرئاسية الأمريكية دونالد ترامب، الأربعاء ١٠ أغسطس/آب، أن الرئيس الأمريكي باراك أوباما هو مؤسس "داعش"، مضيفاً أن التنظيم يكن له الاحترام. وانتقد ترامب، في خطاب ألقاه أمام الناخبين بولاية فلوريدا، قرار أوباما القاضي بسحب القوات الأمريكية من الشرق الأوسط، موضحاً أن هذه الخطوة خلفت فراغاً، ملأه تنظيم "داعش"<sup>(١٢٥)</sup>.

١٧- الأطر المرجعية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م  
بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

جدول (١٧) الأطر المرجعية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية  
٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

الموقع		BBC العربية		روسيا اليوم		الحرية الأمريكية		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٥١	٢٧,٧	١١٧	٣٨,٩	٢٢٧	٣١,٩	٤٩٥	٣١,٨		
١١٣	٢٠,٧	٦٥	٢١,٦	١٨٢	٢٥,٦	٣٦٠	٢٣,١		
١٥٢	٢٧,٩	٥١	١٦,٩	٧٨	١١,٠	٢٨١	١٨,٠		
٥١	٩,٤	٢٢	٧,٣	٨٣	١١,٧	١٥٦	١٠,٠		
٥٣	٩,٧	٢٤	٨,٠	٧٦	١٠,٧	١٥٣	٩,٨		
٢٥	٤,٦	٢٢	٧,٣	٦٥	٩,١	١١٢	٧,٢		
٥٤٥	١٠٠	٣٠١	١٠٠	٧١١	١٠٠	١٥٥٧	١٠٠		

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق: إلى الأطر المرجعية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة ، حيث جاء في الترتيب الأول أطر رسمية سياسية بنسبة ٣١,٨% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلة الأطر الرسمية السياسية " مستشار ترامب: مصر ستكون المحطة الأولى في زيارات ترامب إلى المنطقة: أفاد وليد فارس، مستشار الرئيس الأمريكي المنتخب دونالد ترامب، الأربعاء ٩ نوفمبر/تشرين الثاني، أن القاهرة ستكون المحطة الأولى في زيارات ترامب الى دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. وقال فارس، في تصريحات لصحيفة "اليوم السابع" المصرية، إن الإدارة الأمريكية الجديدة "لن تنسى مصر وستدعمها في كل المجالات"، مضيفاً أن مصر "عانت ما عانته بسبب حكم الإخوان المسلمين والغطاء الذي وفرته لهم إدارة الرئيس باراك أوباما"، على حد تعبيره<sup>(١٢٦)</sup>.

وجاء في الترتيب الثاني أطر أيديولوجية بنسبة ٢٣,١% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦ م بمواقع القنوات الفضائية

الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلة تلك الأطر الأيديولوجية "ترامب يطلب من إسرائيل" الصمود" حتى يدخل البيت الأبيض: حث الرئيس الأمريكي المنتخب دونالد ترامب إسرائيل على التماسك أمام الموقف الدولي تجاه المستوطنات حتى يتولى مهام منصبه رسمياً الشهر المقبل. وكتب ترامب على صفحته على تويتر "ظلموا أفياء." وأضاف "لا يمكننا السماح لمعاملة إسرائيل بهذا الإزدراء وعدم الاحترام." وقال "البداية كانت مع الاتفاق النووي مع إيران ثم الآن الأمم المتحدة. ظلوا أفياء (إسرائيل) ٢٠ يناير قادم." ورد رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو على تغريدته قائلاً "شكراً على صداقتك الدافئة ودعمك الحاسم لإسرائيل" (١٢٧).

وجاء في الترتيب الثالث أطر قانونية بنسبة ١٦,٤% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلة تلك الأطر "كيري: لم أتلق شيئاً بشأن التحقيق في رسائل جديدة لكلينتون: قال وزير الخارجية الأميركي جون كيري الأحد إن مكتب التحقيقات الفيدرالي (FBI) لم يتصل به أو بوزارته بشأن التحقيقات الجديدة التي باشرها في قضية استخدام مرشحة الرئاسة عن الحزب الديمقراطي هيلاري كلينتون حساباً إلكترونياً خاصاً عندما كانت تشغل منصب وزيرة الخارجية" (١٢٨).

وجاء في الترتيب الرابع أطر دينية بنسبة ١٠,٠% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة ومن أمثلة تلك الأطر "ديلي تلغراف: ترامب يسعى لمنع دخول المسلمين دون استشارة الكونغرس: نشرت صحيفة ديلي تلغراف تقريراً تقول فيه إن الرئيس الأمريكي المنتخب، دونالد ترامب، يسعى لمنع المسلمين من دخول البلاد، ولكن دون تمرير قانون على الكونغرس للموافقة عليه" (١٢٩).

وجاء في الترتيب الخامس أطر تاريخية بنسبة ٦,٠% من إجمالي عدد الأخبار التي تتناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، ومن أمثلة تلك الأطر "ترامب: الشرق الأوسط كان سيصبح أكثر استقراراً لو ظل صدام والقذافي في السلطة: قال دونالد ترامب المرشح الجمهوري المحتمل لانتخابات الرئاسة الأمريكية القادمة إن الشرق الأوسط كان سيصبح أكثر استقراراً لو ظل معمر القذافي وصدام حسين في السلطة في ليبيا والعراق.

وأشار ترامب إلى هاتين الدولتين مقارنة بالجهود الراهنة للإطاحة بالرئيس السوري بشار الأسد من الحكم<sup>(١٣٠)</sup>.

**وفي ختام نتائج الدراسة نعرض لأهم استراتيجيات التسويق السياسي والانتخابي المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة<sup>(١٣١)</sup>.**

**١. استراتيجية الإعلام:**

تبنت المواقع الثلاثة للقنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة استراتيجية الإعلام في عملية تأطير سباق الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م، ووفقاً لهذه الإستراتيجية يكون الاتصال في اتجاه واحد من المؤسسة السياسية أو من الحزب أو المرشح السياسي إلى الجمهور المستهدف، ويحمل أفكاراً ودلالات ذات معنى واحد، تدور غالباً في إطار أيولوجية الحزب، حيث يتم تقديم المعلومات إلى الجماهير الأساسية وهم أعضاء الحزب والمتعاطفون معه، بهدف دعم اتجاهاتهم ومساعدتهم في اتخاذ قراراتهم، أي إنها تستخدم في التوجه للجمهور الواعي والمدرک، وتتطلب وضوح سياسة وأهداف الحزب أو المرشح السياسي، واستخدام مزيد من الرسائل الاتصالية التي تعبر عن الأهداف.

فوجد موقع روسيا اليوم اعتمد علي تقديم المعلومات التي ترسخ لأيديولوجية الحزب الجمهوري التابع له المرشح الرئاسي ترامب طوال فترة التحليل وعرض المادة الخبرية التي تستهدف في دلالتها وأفكارها توصيل المعلومات التي تحفز وتدعم اتجاهات الجمهور الواعي واختيار مستشارين في كل المجالات وهو ما تبنته المادة الخبرية في الموقع من عرض أخبار عن الدور الفاعل للحزب والمستشارين والمرشح الناسي نفسه ومساعدته بهدف التأثير في الجماهير واتخاذ قرار التصويت.

وفي هذا الشأن رأي بعض المحللين العرب وفسر نجاح ترامب بفكرة ومنظور نظرية الرصاصة حيث يقول في مقالته عن الانتخابات الرئاسية الأمريكية "كباحث إعلامي لم أتوقع أن يحيي ترامب "نظرية الرصاصة" في أربعينات القرن الماضي، حيث قوة التأثير المباشر من المرسل إلى المستقبل، وحملة ترامب أعطتنا درساً أن أي مرشح لعملية انتخابية عليه أن يتجه إلى الشعب مباشرة بلا وسيط نخبوي، وأن يستغل

وسائل الشعب الاتصالية المعاصرة في تقديم رسالته كما هي في الواقع بلا تزييف أو تلوين»<sup>(١٣٢)</sup>.

## ٢. استراتيجية بناء الإجماع:

حيث تجمع هذه الإستراتيجية بين الاتصال في اتجاهين: من المؤسسة أو الحزب أو المرشح السياسى إلى الجماهير المستهدفة، وبالعكس، والمضمون الاتصالي الذى يعبر عن رؤى المؤسسة السياسية أو الحزب أو المرشح السياسى. وتستخدم هذه الإستراتيجية غالباً لبناء علاقات إستراتيجية مع البيئة الخارجية، كما تسعى هذه الإستراتيجية لإيجاد أرضية مشتركة تحقق الحد الأدنى من التفاهم بين الجهات المسوقة وجماهيرها (ويتم ذلك عند ظهور تعارض بين أهداف الجهات المسوقة ومصالح واتجاهات الجماهير) وهى توجه إلى الجماهير النشطة؛ خاصة عندما تكون الجهات المسوقة بصدد إدخال تعديلات فى أهدافها واستراتيجياتها السياسية

فوجد موقع الحرة الأمريكية اعتمد علي تقديم المعلومات التي ترسخ لبناء علاقات إستراتيجية مع البيئة الخارجية وجاءت الأخبار الأكثر في هذا الصدد أخبار المرشحة الرئاسية هيلاري كلينتون طوال فترة التحليل واعتمدت المرشحة علي الصفوة الأمريكية كجمهور واعى له التأثير علي العدد الأكبر من الجماهير في اتخاذ الرأي المؤيد للقرار الإنتخابي.. وهنا اعتمدت المادة الخبرية علي نتائج استطلاعات الرأي وتقوم هيلاري كلينتون علي ترامب فيها من منظور بث روح التفوق والنجاح والصورة الإيجابية عن هيلاري في مقابل الخطاب المثير للجدل عند ترامب. وبذلك جاءت استراتيجية بناء الإجماع في موقع البي بي سي عربي في أخبارها أكثر من موقعي روسيا اليوم والبي بي سي.

## ٣. استراتيجية الإقناع:

تجمع هذه الإستراتيجية بين الاتصال فى اتجاه واحد، والمضمون الاتصالي الذى يعبر عن توجهات المؤسسة السياسية أو الحزب أو المرشح السياسى، وتوجهات الجماهير المستهدفة أيضاً، حيث يحمل المضمون أفكاراً تعبر عن وجهة نظر الطرفين. وتستخدم هذه الإستراتيجية عند السعى لبناء ودعم العلاقات الإستراتيجية مع الجماهير الأساسية المنتمية إلى المؤسسة السياسية أو الحزب أو المرشح السياسى، كذلك عندما تسعى لإحداث تغيير مقصود فى معارف واتجاهات وسلوكيات جمهور معين. وتتطلب

هذه الإستراتيجية أهدافاً واضحة ومحددة، ومزيجاً من الرسائل الإقناعية، وتستخدم في التوجه للجمهور غير النشط أو الجمهور الكامن الذي لا يعبر عن نفسه.

فوجد موقع روسيا اليوم قد حرص علي الاتصال في اتجاه واحد حيث ركز علي المرشح الرئاسي ترامب الذي يلقي دعم في المادة الخبرية بالموقع، وحمل مضموناً ضمنياً ودلائياً يعمل علي اقناع الجماهير غير النشطة أو الكامنة للتركيز علي استراتيجيات المرشح السياسي في التعامل مع القضايا الخلافية في الشرق الأوسط والسياسية الداخلية التي تعني الجمهور الكامن قبل السياسة الخارجية التي لا تعني الجمهور الكامن. ومن أمثلة ذلك ترامب يكشف عما سيفعله حال استلامه السلطة: وعد الرئيس الأمريكي المنتخب دونالد ترامب أنه سيبدأ إجراءات الانسحاب من "الشراكة الاقتصادية الاستراتيجية عبر المحيط الهادئ" في أول يوم يتسلم فيه السلطة واصفا إياها بالكارثة. وكشف ترامب في تسجيل مصور، يوم الاثنين ٢١ نوفمبر/تشرين الثاني، عن الأولويات والقرارات التي سيتخذها بعد تسلمه السلطة مباشرة، مؤكداً أن المبدأ الذي يحتكم إليه هو "أمريكا قبل كل شيء"<sup>(١٣٣)</sup>.

#### ٤. استراتيجية الحوار:

تجمع هذه الإستراتيجية بين الاتصال في اتجاهين، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن اتجاهات وأراء تعكس وجهات نظر الطرفين؛ أي أن المسوق السياسي يفتح وسائله الاتصالية على مصرعها لتعبر جماهيره من خلالها عن آرائها وتوجهاتها ومقترحاتها، والهدف من ذلك إشراك الجماهير -ولو بصورة غير مباشرة- في صياغة أهداف وإستراتيجيات وسياسات المسوق السياسي. ويكثر استخدام هذه الإستراتيجية في المناقشات، التي يجريها المسوقون السياسيون حول المشكلات والأزمات التي يمرون بها، أو يتوقع حدوثها، وعادةً ما تتوجه إلى الجمهور المدرك والنشط.

فوجد موقع البي بي سي اهتم بالاتصال في اتجاهين واهتم بالرسائل التي تعبر للجماهير حيث ركز علي المناقشات التي يجريها المرشحوون والمسوقون السياسيون والتي استخدمتها هيلاري كلينتون التي اهتمت بانتقال المعلومات عبر الصفوة السياسية ومجموعات الضغط والثقة في المجتمع الأمريكي لمخاطبة الجماهير المختلفة.

## خاتمة الدراسة:

### خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج يمكن تلخيصها في التالي:

- اعتمدت مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية الثلاثة عينة الدراسة (البي بي سي عربي، روسيا اليوم، الحرة الأمريكية) بشكل كبير على التقارير الإخبارية في عرض أخبارها مما يعطي لها الفرصة لعرض التفاصيل والخلفيات المتعمقة عن الإنتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م، وهي في ذلك تتشابه مع وسائل الإعلام في الدول النامية التي أثبتت الدراسات الإعلامية أنها تقدم - وفقاً للقيم الإخبارية في الدول النامية وطبيعة جماهيرها- أخباراً مطولة حيث يعنى طول الخبر إمداد المشاهد بمعلومات أكبر عن الخبر.
- استفادت مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية الثلاثة عينة الدراسة من التفاعلية التي تتيحها وسائل الإعلام الجديدة، حيث تهتم تلك المواقع بنشر أخبارها على مواقع التواصل الاجتماعي وترصد معدلات مشاركة وتفاعل المستخدمين تجاه المادة الإخبارية التي تقدمها، وبالتطبيق على حالة الإنتخابات الرئاسية فقد ارتفعت نسب التعليق السلبي على أخبارها، ذلك يرجع إلي أن تلك المواقع الإخبارية مقدمة خصيصاً إلي المشاهد العربي وباتجاه سلبى يجد المستخدم العربي نفسه أمام أخبار الحدث الذي يسيطر على مادة تلك المواقع ونتيجة اتجاه الجمهور العربي السلبي نحو الولايات المتحدة الأمريكية وأخبارها ورئيسها نتيجة تداخلاتها في المنطقة العربية ومستقبل شعوبها فأمر بديهي أن يأتي التعليق السلبي في مقدمة أشكال المشاركة على أخبار وأحداث وسباق الرئاسة الأمريكية.
- حرصت المادة الخبرية بمواقع القنوات الثلاثة محل الدراسة أثناء تغطيتها الإنتخابات الأمريكية على إعطاء تفسيرات أكثر للخبر من خلال المقابلات المباشرة أو المسجلة مع المحللين والخبراء أو بالاتصال المباشر بالخبراء والمحللين و بالمراسلين. كما اعتمدت مواقع القنوات الثلاثة محل الدراسة على تصريحات المسؤولين كمثل اخباري كأن يذكر خطاب لرئيس أو خطاب لوزير أو مسئول قضائي وغيرها وتعكس هذه النتيجة أيضاً تنوع القوالب والأشكال الإخبارية لمواقع القنوات الثلاثة واحترافيتها والجهد الذي تبذله في خدمة الخبر بما تمتلكه من مقدرات تكنولوجية واقتصادية وإمكانات بشرية وفنية بهدف إقناع المشاهد العربي وجذب انتباهه.

- تمثلت أهم الملفات المجتمعية التي تناولتها أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، فى الترتيب الأول الملف السياسي بنسبة ٦٦,٢%، وجاء فى الترتيب الثانى الملف الاقتصادي بنسبة ٢٧,٣%، وجاء فى الترتيب الثالث الملف الأمنى بنسبة ١٩,٨%، وجاء فى الترتيب الرابع الملف الدينى بنسبة ١٨,٨%، ولقد أظهرت النتائج غلبة الموضوعات والملفات السياسية على خطاب مرشحي الانتخابات الرئاسية سواء كانت السياسة الداخلية الأمريكية أم موضوعات السياسة الخارجية حول علاقة الولايات المتحدة بدول العالم، تلاها الموضوعات الاقتصادية والتخوفات المستقبلية من الإقتصاد الأمريكي واحتمالية تدنيه فى حالة فوز أحد مرشحي الرئاسة.
- تمثلت أهم الدول المحورية التي تناولتها أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة، فى الترتيب الأول الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة ٧٤,٨%، وجاء فى الترتيب الثانى روسيا بنسبة ٣١,٣%، وجاء فى الترتيب الثالث الدول العربية، وجاء فى الترتيب الرابع دول أوروبا بنسبة ٤,٤%، وجاء فى الترتيب الخامس إيران بنسبة ٤,٢%.
- احتل رؤساء الدول مقدمة الشخصيات المحورية فى أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة بنسبة ٣٥,٤%، وجاء فى الترتيب الثانى رؤساء الحكومات بنسبة ٢٧,٦%، وجاء فى الترتيب الثالث رؤساء وأعضاء الأحزاب بنسبة ٢٤,٢%، وجاء فى الترتيب الرابع الوزراء بنسبة ١٦,٨%، وجاء فى الترتيب الخامس شخصيات عامة بنسبة ١٢,٧%.
- جاء موقع قناة BBC العربية الأكثر حيادية بين مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية الثلاثة فى تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م، فى حين ركز موقع روسيا اليوم إيجاباً على المرشح ترامب فى مقابل هيلاري كلينتون، بينما ركز موقع الحرة الأمريكية إيجاباً على المرشحة هيلاري كلينتون فى مقابل ترامب.

- تباينت الرؤى الدولية كما تناولتها أخبار الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية الثلاثة ما بين التخوف من نجاح ترامب مثل الرؤية العربية وتركيا وإيران وأبدت تفاؤلها عند نجاح هيلاري كلينتون، في حين كانت بعض الرؤى متخوفة من نجاح هيلاري كلينتون علي حساب ترامب مثل الرؤية الروسية، بينما جاءت الرؤية الأمريكية غير واضحة وكذلك الرؤية الصينية تجاه كلا المرشحين.

- تمثلت أهم الأطر الخيرية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة: فيما يتعلق بطبيعة الإطار: جاء في الترتيب الأول الإطار المحدد بنسبة ٥١,٩% وجاء في الترتيب الثاني الإطار العام بنسبة ٤٨,١%. وفيما يتعلق بسمات الإطار: جاء في الترتيب الأول السمات العاطفية والموضوعية معاً بنسبة ٣٠,٢%، وجاء في الترتيب الثاني السمات العاطفية بنسبة ٣٠,٢%، وجاء في الترتيب الثالث السمات الموضوعية بنسبة ٢٥,٢%. وفيما يتعلق بمكان الإطار: جاء في الترتيب الأول الإطار الخارجي بنسبة ٦٠,٨%، وجاء في الترتيب الثاني الإطار الداخلي.

- تمثلت الأطر المرجعية المستخدمة في تناول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة في الترتيب الأول أطر رسمية سياسية بنسبة ٣١,٨%، وجاء في الترتيب الثاني أطر أيديولوجية بنسبة ٢٣,١%، وجاء في الترتيب الثالث أطر قانونية بنسبة ١٦,٤%، وجاء في الترتيب الرابع أطر دينية بنسبة ١٠,٠%، وجاء في الترتيب الخامس أطر تاريخية بنسبة ٦,٠% .

- تباينت استراتيجيات التسويق السياسي التي استخدمتها القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة في تناولها الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦م، فنجد موقع روسيا اليوم اعتمد علي استراتيجية الإعلام في تقديم المعلومات التي ترسخ لأيديولوجية الحزب الجمهوري التابع له المرشح الرئاسي ترامب طوال فترة التحليل وعرض المادة الخيرية التي تستهدف في دلالتها وأفكارها توصيل المعلومات التي تحفز وتدعم اتجاهات الجمهور الواعي واختيار مستشارين في كل المجالات وهو ما تبنته المادة الخيرية في الموقع من عرض أخبار عن الدور الفاعل للحزب والمستشارين والمرشح الناسي نفسه ومساعديه بهدف التأثير في الجماهير

واتخاذ قرار التصويت. ونجح موقع الحرة الأمريكية في الإعتماد علي استراتيجية بناء الإجماع في تقديم المعلومات التي ترسخ لبناء علاقات إستراتيجية مع البيئة الخارجية وجاءت الأخبار الأكثر في هذا الصدد أخبار المرشحة الرئاسية هيلاري كلينتون طوال فترة التحليل واعتمدت المرشحة علي الصفوة الأمريكية كجمهور واعي له التأثير علي العدد الأكبر من الجماهير في اتخاذ الرأي المؤيد للقرار الإنتخابي.. وهنا اعتمدت المادة الخبرية علي نتائج استطلاعات الرأي وتفوق هيلاري كلينتون علي ترامب فيها من منظور بث روح التفوق والنجاح والصورة الإيجابية عن هيلاري في مقابل الخطاب المثير للجدل عند ترامب. وبذلك جاءت استراتيجية بناء الإجماع في موقع البي بي سي عربي في أخبارها أكثر من موقعي روسيا اليوم والبي بي سي. بينما ركز موقع البي بي سي علي استراتيجية الحوار في عملية الاتصال في اتجاهين واهتم بالرسائل التي تعبر للجماهير حيث ركز علي المناقشات التي يجريها المرشحون والمسوقون السياسيون والتي استخدمتها هيلاري كلينتون التي اهتمت بانتقال المعلومات عبر الصفوة السياسية ومجموعات الضغط والثقة في المجتمع الأمريكي لمخاطبة الجماهير المختلفة.

- (١) عادل عامر ، التسويق السياسي، مقالة بصحيفة دنيا الوطن الفلسطينية بتاريخ ١٦/٣/٢٠١٢م.
- (٢) مجد هاشم الهاشمي، الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية ، الطبعة الثانية (عمان: دار المناهج، ٢٠٠٣)، ص ص ٥٠ - ٥١.
- (٣) جيهان يسرى ، "القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها في الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، مجد ٤ ، العدد المزدوج ، يناير-ديسمبر ٢٠٠٣ ، ص ٩٣.
- (٤) هبة شاهين ، " المعالجة الإخبارية للانتخابات التشريعية فى القنوات الفضائية العربية والدولية: دراسة تحليلية مقارنة بين قناتى العربية والحررة " ، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٤٤ ، يوليه - سبتمبر ٢٠١٣ ، ص ٣.
- (٥) صابر حمد جابر حماد، "أثر المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربى السياسية فى إذاعتى صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية على إتجاهات الجمهور العربى"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٥٤.
- (6) Christine Janssen, "Creating Higher Education in Southern Nevada: A framing Study of Local Newspaper Coverage", **Unpublished MA Thesis**, University of Nevada, Las Vegas, 2006, p. 27.
- (7) Stanley J. Baran & Dennis K. Davis, "**Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future**" 3rd Ed, Canada: Wads Worth, 2003, p. 274.
- (8) William A. Gamson & Andre Madigliani, News as Framing: Comments on Graber", **American Behavioral Scientist**, Vol. 33, 1989, p. 95.
- (٩) أشرف جلال حسن، "القضايا العربية والإسلامية فى وسائل الإعلام العربية: دراسة تحليلية" *المؤتمر العلمى السنوى الثامن: الإعلام وصورة العرب والمسلمين*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٢، ص ٨٢١.
- (10) Stephen D. Reese, "Framing Public life. A Birding Model forming study" (paper presented to Inaugural conference for the center of **Mass Communication Research**) university of South Carolina, Colombia, October, 1997, p. 30.
- (11) Douglas M. McLeod & Benjamin H. Detenber "Framing Effects Television News Coverage of Social Protest", **Journal of Communication**, vol. 49, No. 3, 1999, p. 3.
- (12) Stephen D. Reese, 1997, **Op.cit.**, p. 8.

---

(١٣) خالد صلاح الدين، دور التلفزيون والصحف فى تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية" رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١، ص ٨٠.

(14) Claes H. De Vreese, Jochen Peter & Holli A. Semetko, "Framing Politics at the Launch of the Euro: Across – National Comparative Study of Frames in News", **Political Communication**, Vol. 18, No. 2, 2001, p. 107.

(15) Samy Tayie, "Journalist and Broadcasters at work: An Egyptian Study", **Communication Research**, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Vol. 6, 1993, p. 235.

(16) Vincent Price, David Tewksbury & E. Power, Switching Trains of thoughts: The Impact of news frames on reader's cognitive responses", **Communication research**, Vol. 24, 1997, p. 481.

(١٧) عادل عبد الغفار، علاقة مشاهدة نشرات الأخبار التى يقدمها التلفزيون المصرى بتشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الأزمة العراقية"، المؤتمر العلمى السنوى العاشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثانى، مايو ٢٠٠٤، ص ٤٦٧.

(18) William A. Gamson & Andre Madigliani, News as Framing: Comments on Graber", **American Behavioral Scientist**, Vol. 33, 1989, p. 157.

(19) Shanto Lyengar, "Television News and Citizen's Explanations of National Affairs", **American Political Science Review**, Vol. 81, No. 3, 1981, p. 816.

(20) Less. Marshment, J. & D. lilleker, "Political Marketing and traditional vanes' old lab our - for New lab our" ? contemporary political, 7 (3), 2001, P.P 205 – 216.

(21) Ingram, P & J. less Marchment, "The Anglicization of political marketing: the Bali onto- marketed & canton", Journal of public Affairs, 2 (2),2002. P.P 44- 65.

(٢٢) المصطلحات والتعابير السياسية ٢٠١٠/٢/٢١، [www.alhuseini.net/ looks/ index, ٢٠١٠/٢/٢١](http://www.alhuseini.net/looks/index.php?)

(23) O'cass A. "political marketing : An Investigation a political Market concept and political market orientation" Australian politics Europe Journal of marketing, vol. 35 No 9/ 10, 2001, P.p 1003 – 1025 <http://www.emerddin sight.com>

- 
- (24) Zaller, J. " The statistical power & Election studies to Detect media Exposure in Political campaigns" , Electoral studies, 21,2002, P.p 297-329
- (٢٥) محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤)، ص ٣٠٤:٣٠٧
- (26) Kiouisis, Spiro; Kim, Ji Young; Kochhar, Sarabdeep K.; Lim, Hyun-Ji; Park, Jung Min; Im, Jin Sook, Agenda-building linkages between public relations and state news media during the 2010 Florida Senate Election, **Public Relations Review**. Mar, Vol. 42 Issue 1,2016, p240-242
- (27) Painter, David Lynn, Online political public relations and trust: Source and interactivity effects in the 2012 U.S. presidential campaign, **Public**. Dec2015, Vol. 41 Issue 5, p801-808
- (28) Marta Cantijoch & others, Exposure to Political Information in Public Relations Campaigns: Which impact on political participation? **Paper presented to the Annual Meeting of the American Political Science Association** , Hynes Convention center, Boston, Massachusetts.2014.
- (٢٩) هبة شاهين ، مرجع سابق، ص ٧١.
- (30) Mavrodieva, Ivanka, Rhetorical, Political, and Public Relations Aspects of Candidate Debates during Presidential Election Campaigns in Bulgaria (1991-2006), *Controversia*. Fall, Vol. 8 Issue 1,2012, p36-57.
- (31) Seethaler, Josef; Melischek, Gabriele, Determining the Optimal Effect Span of Political Public Relations on Media Agenda Formation: The Use of Time-Series Cross-Section-Analysis in Agenda Building Research, Conference Papers -- **International Communication Association**. 2012 Annual Meeting, preceding p1-33
- (٣٢) سلوى سليمان عبد الحميد، التسويق السياسي للأحزاب والجماعات السياسية المصرية: دراسة تطبيقية على الانتخابات التشريعية نوفمبر ٢٠١٠، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، القاهرة: جامعة القاهرة كلية الإعلام المجلد العاشر، العدد الثالث – يناير/يونيو ٢٠١١ ص ٢٦٧-٣٢٥.
- (33) Dimitrova, D.V, Strömbäck, J, Election news in Sweden and the United States: A comparative study of sources and media frames, **Journalism**, 13(5), 2011, PP. 604–619.

- 
- (34) Ordeix, Enric; Ginesta, Xavier, Beyond the Votes: A European Perspective on the Use of Public Relations to Legitimize Authority in Obama's Campaign, *American Behavioral Scientist*. Jun2011, Vol. 55 Issue 6, p683-695.
- (35) Garyantes, D.M, Murphy, P.J, Success or Chaos? : Framing and Ideology in News Coverage of the Iraqi National Elections, **Gazette**, Vol. 72(2), 2010, PP. 151–170.
- (36) Entman, R. M, Media framing biases and political power: Explaining slant in news of Campaign 2008, **Journalism**, 11(4), 2010, PP. 389–408.
- (37) Strömbäck, J, van Aelst, P, Exploring Some Antecedents of the Media's Framing of Election News: A Comparison of Swedish and Belgian Election News, **International Journal of Press/Politics**, 15(1), 2010, PP. 41–59.
- (٣٨) حنان ياسين أحمد لاشين، دور قنوات الاتصال المباشر في تشكيل اتجاهات وسلوك الناخبين المصريين نحو الأحزاب والمرشحين السياسيين، دراسة حالة، رسالة ماجستير، قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩.
- (39) Cohen A ., Louise, Equal opportunity Mockery: A Content Analysis of the Daily Show with Jon Stewart , **M.A** , (USA: University Of Colorado, School Of Journalism and Mass Communication, 2009)
- (40) Thatcher, Valerie, Washing Coal Green: Issue Attention Cycles and Agenda-building in the 'Clean Coal' Public Relations Campaign, **Conference Papers -- National Communication Association**.2009, p1.
- (41) Dellavigna S., **The fox news effect : media bias and voting** , national bureau of economic research Cambridge april 2006.
- (42) Onyebadi U., Towards an examination and expansion of the agenda setting theory :did the media matter in kenya's presidential election, 2007, **Ph.D** , university of Missouri, august 2008.
- (43) Strömbäck, J, Luengo, Ó.G, Polarized Pluralist and Democratic Corporatist Models: A Comparison of Election News Coverage in Spain and Sweden, **Gazette**, Vol. 70(6), 2008, PP. 547–562.
- (٤٤) خيرت معوض عياد، استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال في حملات التسويق السياسي، دراسة على حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية ٢٠٠٨، الإمارات العربية المتحدة، جامعة الشارقة.

(٤٥) تم عرض بيانات الاستمارة على السادة : (الترتيب هجائياً)

- أ.د/ محمد المرسي: أستاذ الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أ.د/ محمد زين عبدالرحمن: أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
- أ.د/ محمود حسن إسماعيل: أستاذ الإذاعة والتلفزيون، جامعة عين شمس.
- أ.د/ أحمد سمير: أستاذ الإذاعة والتلفزيون المشارك بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض.
- أ.د/ حاتم العلوانة: أستاذ الصحافة المشارك بكلية الإعلام جامعة اليرموك.
- أ.د/ زكريا الدسوقي: أستاذ الإذاعة والتلفزيون، جامعة عين شمس.
- أ.د/ محرز غالي: أستاذ الصحافة المشارك بكلية الآداب جامعة الملك سعود بالرياض.

(٤٦) تم إجراء الثبات مع السادة:

- د/ محمود رمضان: أستاذ الصحافة المشارك، بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض
- د/ هيثم جودة: أستاذ الصحافة المساعد، بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض.

(٤٧) هبة يحيى عطية ، المعالجة الإخبارية للقضية الفلسطينية في قناة TV5 الدولية وقناة الجزيرة القطرية: دراسة تحليلية وميدانية (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، ٢٠٠٥)، ص ٢٢٠.

(٤٨) نشوة سليمان محمد عقل ، المعالجة السياسية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٦).

(٤٩) مروة محمد سعيد ، مرجع سابق.

(٥٠) هويدا مصطفى ، " المعالجة الإخبارية للأحداث والقضايا العربية في قناة الحرة : دراسة تحليلية لعينة من نشرات الأخبار في : المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد السابع ، العدد الثاني ، يونيو - ديسمبر ٢٠٠٤ ، ص ٧٥.

(٥١) هبة يحيى عطية ٢٠٠٥ ، مرجع سابق.

(٥٢) إيمان السيد جمعة رمضان . دور القنوات الفضائية الإخبارية في إمداد المراهقين بالمعلومات عن الأحداث الجارية، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( القاهرة : جامعة عين شمس - معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠٠٧ ).

(٥٣) نشوة سليمان محمد عقل ، مرجع سابق.

(٥٤) نهى عاطف العبد ٢٠٠٦ ، دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦م).

(٥٥) زكريا أحمد فتحى شاهين ، علاقة تعرض المراهقين لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية الإخبارية العربية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٩م).

- 
- (٥٦) موقع BBC عربي بتاريخ ٢٠١٦/١١/١٣ م.
- (٥٧) هبة يحيى عطية ٢٠٠٥ ، مرجع سابق.
- (٥٨) حنان محمد إسماعيل يوسف ، المعالجة الإخبارية للقضايا العربية فى شبكتى CNN الأمريكية و Euro news الأوروبية: دراسة مسحية مقارنة، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام).
- (٥٩) نهى عاطف العبد ٢٠٠٦ ، مرجع سابق.
- (٦٠) زكريا أحمد فتحى شاهين ، مرجع سابق .
- (٦١) عرفة أحمد عامر ، الأخبار والبرامج الإخبارية، الراديو والتلفزيون: رؤية إسلامية (القاهرة: مكتبة الآداب، ٢٠٠٣، ص ٥٦).
- (٦٢) موقع BBC عربي بتاريخ ٢٠١٦/١١/١٨ م.
- (٦٣) ريم إسماعيل عيود، العلاقة بين التقنيات الحديثة المستخدمة فى القنوات الإخبارية العربية ومستوى المعرفة لدى الجمهور العربي حول الأحداث الجارية، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ( جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٠٨ م).
- (٦٤) نشوى عقل. "مرجع سابق".
- (٦٥) موقع BBC عربي بتاريخ ٢٠١٦/١١/١٣ م.
- (٦٦) محمد الفاتح، عبدالقادر عراضة، إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، دروس نظرية وتطبيقات وحوارات إعلامية حول العمل الإخباري التلفزيوني ( الجزائر : مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢) ص ص ١٠ - ١١ .
- (٦٧) المرجع السابق ، ص ١٢ .
- (٦٨) محمد عوض ، الخبر في وسائل الإعلام، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٤)، ص ١٢٤ - ١٢٥.
- (٦٩) زكريا أحمد فتحى شاهين ، مرجع سابق .
- (٧٠) هبة شاهين ٢٠٠١ ، مرجع سابق.
- (٧١) هبة يحيى عطية ٢٠٠٥ ، مرجع سابق.
- (٧٢) محمد هلال، دور القنوات الفضائية فى إمداد الجاليات العربية فى مصر بالمعلومات السياسية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ( جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٠٧ م).
- (٧٣) نهى عاطف العبد، مرجع سابق.
- (٧٤) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٢٠١٦/٨/٥ م.
- (٧٥) موقع BBC عربي بتاريخ ٢٠١٦/١١/١٦ م.
- (٧٦) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٢٠١٦/١٢/٢٢ م.

- (٧٧) موقع الحرة بتاريخ ٢٠١٦/١٠/٢١ م.
- (٧٨) موقع الحرة بتاريخ ٢٠١٦/١٠/٢١ م.
- (٧٩) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٢٠١٦/١١/٩ م.
- (٨٠) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٢٠١٦/١٢/١٦ م.
- (٨١) موقع BBC عربي بتاريخ ٢٠١٦/١٢/٥ م.
- (٨٢) حنان محمد إسماعيل يوسف ، مرجع سابق.
- (٨٣) صفا محمود عثمان ، دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعة" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢).
- (٨٤) هبة يحيى عطية ٢٠٠٥ ، مرجع سابق
- (٨٥) نهى عاطف العبد ٢٠٠٦ ، مرجع سابق.
- (٨٦) محمد السيد عليوه طاحون ، اعتماد المراهقين الصم على أخبار التلفزيون في معرفة القضايا السياسية " دراسة تطبيقية- " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( القاهرة: جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠٠٨ ).
- (٨٧) دينا عرابي. دور وسائل الإعلام المحلية والدولية في تشكيل المعرفة لدى الجمهور في ظل العولمة ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، ( القاهرة ، كلية الإعلام- جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ )
- (٨٨) نشوة سليمان محمد عقل ، مرجع سابق.
- (٨٩) هويدا مصطفى . "مرجع سابق" .
- (٩٠) آمال الغزاوي . الأطر الخبرية لقضايا الصراع الفلسطيني الإسرائيلي على افضائية الفلسطينية والإسرائيلية : دراسة تحليلية مقارنة في : المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الخامس ، العدد الأول ، يناير - يونيو ٢٠٠٤
- (٩١) موقع BBC عربي بتاريخ ٢٠١٦/١١/٩ م.
- (٩٢) موقع BBC عربي بتاريخ ٢٠١٦/١٢/٣١ م.
- (٩٣) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٢٠١٦/١١/٤ م.
- (٩٤) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٢٠١٦/١٢/٢٩ م.
- (٩٥) موقع BBC عربي بتاريخ ٢٠١٦/١١/٩ م.
- (٩٦) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٢٠١٦/١٠/٢٠ م.
- (٩٧) موقع BBC عربي بتاريخ ٢٠١٦/١٢/٥ م.
- (٩٨) موقع BBC عربي بتاريخ ٢٠١٦/١١/٣ م.
- (٩٩) موقع الحرة بتاريخ ٢٠١٦/١١/٨ م.

- (١٠٠) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٢٤/١٠/٢٠١٦م.
- (١٠١) هويدا مصطفى، "المعالجة الإخبارية لأحداث الحرب على العراق في الفضائيات العربية، دراسة تقويمية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع. ٢١، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٣، ص ٢٨٦.
- (١٠٢) موقع الحرة بتاريخ ٢٧/١٠/٢٠١٦م.
- (١٠٣) موقع روسيا اليوم بتاريخ ١٥/١١/٢٠١٦م.
- (١٠٤) عبد الله عبد الله محمد عبد الله الوزان ، موقف المراهقين من قناة النيل للأخبار في متابعة الصراع العربي الإسرائيلي - دراسة تطبيقية - ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( القاهرة جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠٠٦ ).
- (١٠٥) حنان محمد إسماعيل يوسف ، مرجع سابق.
- (106) Denis McQuails , Sven Windahl , "Communication Models: for the Study of Mass Communication", Second Edition (Long man, Lodon, 1997)., p. 312.
- (١٠٧) محمد داوود ، اللغة والسياسة في عالم ما بعد ١١ سبتمبر (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣) ص ٩٣.
- (١٠٨) دوريس جرابر وآخرون ، سياسة الأخبار وأخبار السياسة، ترجمة: زين نجاتي، الطبعة الأولى (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٤)، ص ١١٢.
- (١٠٩) موقع روسيا اليوم بتاريخ ١٠/١١/٢٠١٦م.
- (١١٠) بشار مطهر، دور الراديو والتلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمنية نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧).
- (١١١) صفا عثمان، مرجع سابق.
- (١١٢) مدير "بي بي سي" العربية : إيجاد طرق جديدة لنقل الأخبار هو التحدي الجديد ، جريدة الشرق الأوسط، الإثنين ٤ ذو الحجة ١٤٣٥ هـ - ٢٩ سبتمبر ٢٠١٤ م .  
متاح: <http://www.aawsat.com/home/article>
- (١١٣) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٢٥/١٠/٢٠١٦م.
- (١١٤) موقع الحرة بتاريخ ٧/١١/٢٠١٦م.
- (١١٥) موقع الحرة بتاريخ ٣/١١/٢٠١٦م.
- (١١٦) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٦/٨/٢٠١٦م.
- (١١٧) موقع الحرة بتاريخ ١٩/١٠/٢٠١٦م.
- (١١٨) موقع BBC عربي بتاريخ ٧/١١/٢٠١٦م..
- (١١٩) موقع الحرة بتاريخ ٢٧/١٠/٢٠١٦م.

- 
- (١٢٠) موقع الحرة بتاريخ ٢٥/١٠/٢٠١٦م.
- (١٢١) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٤/١١/٢٠١٦م.
- (١٢٢) موقع الحرة بتاريخ ٢٥/١٠/٢٠١٦م.
- (١٢٣) موقع الحرة بتاريخ ٢/١١/٢٠١٦م.
- (١٢٤) موقع الحرة بتاريخ ١٥/١٠/٢٠١٦م.
- (١٢٥) موقع روسيا اليوم بتاريخ ١٠/٨/٢٠١٦م.
- (١٢٦) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٩/١١/٢٠١٦م.
- (١٢٧) موقع BBC عربي بتاريخ ٢٩/١٢/٢٠١٦م.
- (١٢٨) موقع الحرة بتاريخ ٣٠/١٠/٢٠١٦م.
- (١٢٩) موقع BBC عربي بتاريخ ١٧/١١/٢٠١٦م.
- (١٣٠) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٥/٨/٢٠١٦م.
- (١٣١) تم الإعتماد في تحديد إستراتيجيات التسويق السياسي علي بحث:

Hallahan, K (2000) "**Inactive publics: the forgotten publics, in public relation**", public relations review 26 (4) p.p 499-515

(١٣٢) أحمد الجميلة، "رصاصة ترامب"، مقالة بموقع صحيفة الرياض، بتاريخ ١٢/١١/٢٠١٦م.

(١٣٣) موقع روسيا اليوم بتاريخ ٢٢/١١/٢٠١٦م.