

تقييم النخبة المصرية لخطاب الرأي المقدم في الصحف الإلكترونية المصرية حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ - دراسة تحليلية سمر خلف الله الزناتي حسن (*)

مقدمة

تستجيب البيئة الصحفية بشكل كبير للتحويلات الاجتماعية التي تحدث في المجتمعات والتحويلات التكنولوجية بشكل لافت وسريع ، فنتكيف الإمكانيات البشرية والمادية والتقنية مع هذه التحويلات ، وتهضمها لتخرجها بصورة مؤثرة وواضحة علي المنتج الصحفي والإعلامي ، ولعل ظهور الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية والصفحات الإخبارية علي مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية جميعها انعكاساً للتطور اللافت والسريع في تكنولوجيا الاتصال والاعلام في العالم ؛ هذا فيما يتعلق بالوسيلة ، كما تهتم بصناعة خطاب عبر تلك الإمكانيات محاولة إقناع متلقيها بوجهة نظر صنّاع الخطاب وبرغبة ملحة للاستحواذ علي أذهانهم ، كما انها تسعى لتمثيل آراء الناس وقضاياهم الاجتماعية في انتاج النصوص وتفسيرها .

وبالنظر للواقع فإنه من الصعب أن تتخذ صحيفة ما موقفاً محايداً عند تبنيها أحداثاً وشخصيات معينة ، ولهذا يسعى تحليل الخطاب إلي فهم سليم لكيفية عمل اللغة في تكوين المعرفة ونقلها ، وتنظيم الممارسات الاجتماعية أو ممارسة السلطة ، وبذلك فإن النظريات النقدية الخاصة بالتحليل النقدي للخطاب تروم إلي زيادة وتوسيع المعرفة النقدية حتي يتمكن البشر من تحرير أنفسهم من نماذج الهيمنة ، ولهذا تعمل علي نمو التنوير والتحرير ، ومثل هذه النظريات لا تسعى فقط إلي الوصف والشرح ، ولكن ايضاً إلي القضاء علي كل ما يتعلق بالوهم وحتى مع اختلاف المفاهيم الإيديولوجية ، فإن النظرية النقدية تسعى إلي خلق الوعي لدينا باحتياجاتنا ومصالحنا الخاصة .

(*) هذا البحث مستل من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحثة، وهي بعنوان: [دور الخطاب الصحفي الإلكتروني في تشكيل اتجاهات النخبة المصرية إزاء الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠]، تحت إشراف أ.د. حلمي محمود محاسب - كلية الإعلام بقنا - جامعة جنوب الوادي & د. سحر محمد وهبي - كلية الآداب - جامعة سوهاج.

الدراسات السابقة :

الدراسات تناولت علاقة وتأثير وسائل الإعلام المختلفة علي عملية الانتخابات الرئاسية بصفة عامة والانتخابات الرئاسية الأمريكية بصفة خاصة و أبرز العوامل المؤثرة عليها :

أبرز هذه الدراسات دراسة (Pruitt Santos, 2022) التي ركزت علي تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على أجندات الأخبار السياسية باستخدام أساليب نوعية مختلطة بين ثلاث ورقات، تستخدم الورقة الأولى تحليل محتوى المقالات الإخبارية ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي حول احتجاجات خط أنابيب داکوتا Access خلال الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠١٦ في الولايات المتحدة ، حيث تسلط الورقة الضوء على ظهور تأثير ارتداد إعلامي على الأجندة الإخبارية من وسائل التواصل الاجتماعي من قبل صحفيين صغار ومستقلين وتؤكد استمرار الهيمنة السائدة في الأخبار السياسية تستخدم الورقتان الثانية والثالثة مقابلات شبه منظمة مع صحفيين سياسيين في كوستاريكا والسلفادور وغواتيمالا ونيكاراغوا. تبحث الورقة الثانية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في أنظمة الإعلام بأمريكا الوسطى. يؤكد التحليل استمرار هيمنة وسائل الإعلام السائدة في البلدان المحيطة ، بينما يشير في الوقت نفسه إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر فرصاً أكبر مع قيود اقتصادية أقل لصغار الصحفيين المراقبين المستقلين.

تعتمد الورقة الثالثة على الآثار المترتبة على الورقة الثانية ، حيث تحلل وجهات نظر الصحفيين حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقة بين الزعيم والصحفي ، تكشف الصحيفة أن الصحفيين يرون أن استخدام القادة السياسيين لوسائل التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تفاقم العنف ضد الصحافة ويقوض ميول الرقابة. تُظهر هذه النتائج من التحليل متعدد المناطق أنه على الرغم من أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في ظهور تأثير ارتداد إعلامي في جدول الأعمال الإخباري ، فإن الاستخدام المتجاوب لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل القادة السياسيين يزعزع استقرار رابطة قادة الصحفيين .

كما اهتمت دراسات أخرى برصد تأثير العوامل الطارئة علي سير الانتخابات الرئاسية الأمريكية من هذه الدراسات دراسة (sullivan, 2020) التي هدفت لرصد تأثير وباء كوفيد -١٩ علي مختلف عناصر العملية الانتخابية والتي رصدت

الزيادة الكبيرة في نسب التصويت عبر البريد التي وصلت إلى نسبة ٤١% من الأصوات وهي نسبة غير مسبوقة في تاريخ الانتخابات الرئاسية الأمريكية ، كما ان هناك نوع آخر من الدراسات الخاصة بالانتخابات الرئاسية الأمريكية يعتبر فاعل جداً ومحط اهتمام وهي الدراسات التي تحمل طابع تنبؤي بهوية الفائز المنتظر بالانتخابات الرئاسية الأمريكية ، وهي من أكثر الدراسات التي يهتم بها رجال السياسة في المجتمع الأمريكي ، من هذه الدراسات دراسة (Bilall, october 2020) والتي تنبأت بفوز بايدن بإجمالي ٢٨٤ مقعد بنسبة ٥٣% ، بينما يحصل ترامب علي ٢٥٤ مقعد بنسبة ٤٧% ، واللافت في هذه الدراسة رغم انها سبقت عملية التصويت إلي أن نتائجها جاءت مطابقة للواقع .

اما عن الدراسات التي اهتمت برصد وتحليل العلاقة بين التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية والقرار التصويتي للناخبين ، دراسة (سامي صبري ، ٢٠١٤) التي هدفت لرصد الدور الذي تقوم به الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤ ، والتي كشفت نتائجها عن وجود علاقة ارتباطية بين معدل تصفح الشباب للصحف الإلكترونية وتشكيل اتجاهاتهم نحو الانتخابات الرئاسية ، كذلك دراسة (عيسي عبد الباقي، ٢٠١٣) والتي كشفت توافق القضايا التي شغلت أولويات الجمهور مع القضايا الأكثر بروزاً في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢ ، كذلك حاول (محمود هيبه، ٢٠٠٧) رصد اتجاهات الخطاب الصحفي الانتخابي في الصحف المصرية والتعرف علي أساليب الاقناع التي اعتمد عليها الخطاب الصحفي الانتخابي في صحف (الازهرام ، والوفد ، و الغد) .

كذلك حاول بعض الباحثين في مجال الاعلام الدولي التعرض لدور وسائل الاعلام في إدارة الحملات الانتخابية للمرشحين للرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية : فقد هدفت دراسة (محمد زميل، ٢٠١٩) إلي التعرف علي دور شبكة تويتر في إدارة الحملة الانتخابية للرئيس دونالد ترامب في انتخابات عام ٢٠١٦ من خلال تحليل مضمون تغريدات دونالد ترامب عبر حسابه الشخصي علي تويتر والأساليب المتبعة فيها والفئات المستهدفة ، من هذه الدراسات ايضاً دراسة (Hassan, 2019) التي قُدمت باللغة الإنجليزية والتي حاولت الباحثة من خلالها الإجابة عن تساؤل محوري مفاده ؛ كيف نجح أوباما في تحقيق أهدافه السياسية من خلال

توظيف الافتراضات المسبقة؟ من خلال الاستعانة بنموذج ليفنسون للافتراضات المسبقة كأداة لتحليل خطاب أوباما الافتتاحي عام ٢٠٠٩ ، والتي رصدت اعتماد باراك أوباما علي الافتراضات الثلاث المعجمية والوجودية والهيكليّة لإقناع الجمهور بتوجهاته وايصال نواياه السياسية إليهم ، والتي نجحت في تحقيق أهدافها كأدوات إقناعية في الخطاب السياسي كما كشفت الدراسة.

اما عن الدراسات التي تعرضت لخطاب دونالد ترامب عام ٢٠١٦ ؛ نرصد دراسة (يوسف، ٢٠١٨) التي سعت إلي التعرف على الموضوعات التي ركز عليها ترامب في خطابه الاعلامي، اضافة إلي معرفة نوع هذا الخطاب والفعل الكلامي الذي ركز عليه ، وقد اعتمد الباحث علي منهج تحليل المضمون لخطابات ترامب اثناء انتخابات الرئاسة الامريكية علي الموقع الإخباري CNN في الفترة من ١ ديسمبر ٢٠١٦ وحتى ١ فبراير ٢٠١٧ .

وكانت أبرز النتائج التي توصل إليها :اهتمام دونالد ترامب الواضح بالشأن الداخلي الأمريكي وتركيزه الدائم عليه في أغلب خطابه ، كما جاء شكل خطاب ترامب الإعلامي في أغلب فقراته خطاباً مباشراً ولاسيما الخطاب الموجه للشعب الأمريكي ، أما خطابه الموجه للعالم الخارجي كان في الغالب خطاب غير مباشر ، كما اظهرت النتائج اعتماد ترامب علي الإثارة في الفعل الكلامي المستخدم في خطابه في المرتبة الأولى مثال تكراره بملاحقة الإرهاب الإسلامي كما سماه في خطابه ، تلاه التركيز علي الفعل النفسي من خلال ربطه للإرهاب وما سببه من موت لمواطنين امريكيين .

كذلك سعت دراسة (مني المراغي، ٢٠١٦) إلي رصد الأفكار المختلفة التي قدمها الكُتاب في المواقع الإلكترونية حول الانتخابات الرئاسية الامريكية وعبرت عن أجندة تلك المواقع ، إضافة إلي رصد الاستمالات وأدلة البرهنة التي استخدمها الكُتاب لإقناع الناخبين بأفكارهم ، وقد استعانت الباحثة بمنهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن ، وقامت بعمل تحليل مضمون لعينة قوامها ٤٨ مادة رأي منشورة بموقعي الواشنطن بوست والنيويورك تايمز حول الانتخابات الرئاسية الامريكية في الفترة من ٢٥ سبتمبر ٢٠١٦ وحتى ٢١ اكتوبر ٢٠١٦ وهي فترة المناظرات الثلاثة بين المرشحين هيلاري كلينتون ودونالد ترامب.

وتوصلت الدراسة التحليلية إلي عدة نتائج أبرزها كان تناول المقالات في كلا الموقعين عينة الدراسة بشكل غير موضوعي ومتحيز لهيلاري كلينتون ضد دونالد ترامب ، من خلال حرصهم علي إبراز ترامب في صورة سلبية دائما حيث عمدت النيويورك تايمز علي إبراز اخطاء ترامب نحو النساء والأقليات وتصريحه بذلك علانية ، وجاءت الامثلة الواقعية والاقتراسات كأكثر الأدلة استخداما من قبل الكتاب للتدليل علي آرائهم ، كما طغي اسلوب الترهيب والتخويف علي الاستمالات المستخدمة في خطاب الكتاب بالموقعين .

وفي نفس السياق جاءت أهداف دراسة (Macclly, 2017) متمثلة في الكشف عن القيم الكامنة وراء خطاب حملة دونالد ترامب والطرق التي استخدمها والتعرف علي استراتيجيه هم ضد نحن التي اتبعها ترامب، في بناء خطابه، وما هي الطرق التي استخدمها ترامب لتأطير ايدولوجيات كالعنصرية والخوف والسعي لإعادة بناء الولايات المتحدة التي أظهرها كضحية للقيادة غير الكفو والقوي الاجنبية وإظهاره كمنقذ لها ؟ ، استعان الباحث بنموذج شبكة الفاعلين الاجتماعيين واسلوب تحليل الخطاب الإعلامي لخطابات ترامب طوال حملته الرئاسية .

اظهرت نتائج تحليل هذه الخطابات عدت نتائج اوردها الباحث كالتالي : ان ترامب وظف استراتيجيه " نحن ضد هم " كوسيلة للتباعد ونزع الشرعية عن العديد من المؤسسات داخل الولايات المتحدة الأمريكية كذلك نزع شرعية العديد من الفئات المختلفة من الفاعلين الاجتماعيين ، في المقابل اضفي من خلال خطابه الشرعية علي مؤسسة الرئاسة والرئيس واهمية الثقة في الرئيس وقد تم ذلك من خلال عرضه لمجموعة من الادوار بشكل متكرر في خطابه طوال الحملة الانتخابية حيث حافظ علي رؤية ثابتة للعالم وايدولوجية اساسية تؤكد ان امريكا اصبحت أضعف بسبب عدم كفاءة رؤسائها السابقين وفي بعض الاحيان بسبب الفساد وجشع بعض المؤسسات بها في المقابل زيادة قوة بعض الدول الاجنبية علي حسابها كالمكسيك والصين ، والغرض من هذه الاستراتيجيه هو نشر الخوف والغضب بين الجمهور الامريكي وحشد الدعم للسياسات التي يتزعمها ترامب التي تركز علي امريكا اولاً .

النظرية المستخدمة في الدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory

تعتمد هذه الدراسة على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري للجزء الكمي منها (الميداني)، وهو الذي يتعلق بالتأثيرات الناجمة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وتعد وسائل الإعلام أحد المصادر الهامة للمعلومات التي يعتمد عليها الأفراد في العصر الحديث، ومع تعقد الحياة في المجتمعات الحديثة، والتقدم المستمر في تكنولوجيا وسائل الإعلام، تتراد أهمية هذه الوسائل في نقل المعلومات، و الجدير بالذكر أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تعتبر امتدادًا لنظرية الاستخدامات والإشباع، والفارق بينهما أن الأولى تركز على الأهداف، بينما الثانية تركز على الجمهور (Glen، 2011، Apr-Jun، صفحة ١٦٠).

تتصنف نظرية الاعتماد العلاقة الثلاثية بين (الجمهور - وسائل الإعلام - المجتمع الأصلي) إلى ماكرو (أي علاقات التبعية الهيكلية بين الجماهير، ووسائل الإعلام، والأنظمة السياسية، والمؤسسات الاجتماعية الأخرى)، والجزئي (أي التأثير غير المتكافئ من احتياجات الأفراد والأهداف التي تتحكم بها وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام والمؤسسات) (Jiankun، p.88، Gong، 2021)، وهذه العلاقة الثلاثية بين الجمهور والإعلام والمجتمع هي العلاقة الأساسية هنا، حيث يُنظر إلى المجتمع على أنه هيكل عضوي يترابط فيه الأفراد والجماعات والمنظمات والأنظمة الاجتماعية الأخرى، ويتأثر الجمهور ليس فقط بالمحتوى الإعلامي ولكن أيضًا بالمجتمع أو البيئة التي يستهلكون فيها المحتوى (lee، 2011، p. 459).

مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في السؤال التالي: ما تقييم النخبة لخطاب الرأي المقدم في الصحف الإلكترونية المصرية حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠؟

أهمية الدراسة:

- تحاول هذه الدراسة تقديم رؤى واضحة للجمهور المستهلك لخطاب الرأي في الصحف الإلكترونية المصرية وافكاره واتجاهاته وتقييمه، مما يتيح للكتاب في

المجال الاتصال السياسي الدولي ، تطوير هذا الخطاب ومراعاة تقييم النخبة المستهلكة له.

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة إلي:

- رصد عادات وانماط تعرض النخبة للصحف الإلكترونية .
- رصد مدى تعرض النخبة المصرية (الإعلامية والأكاديمية والسياسية) لخطاب الرأي المُقدم حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ م.
- التعرف علي درجة اهتمام النخبة المصرية بملف الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ والقضايا الدولية المرتبطة به .
- رصد تقييم النخبة المصرية (الأكاديمية والإعلامية والسياسية) لخطاب الرأي الذي قدمته الصحف الإلكترونية المصرية حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠.

فروض الدراسة :

- توجد فروق بين النخب محل الدراسة (السياسية ، الإعلامية ، الأكاديمية) ، من حيث درجة اعتمادهم علي الصحف الالكترونية المصرية لمتابعة الانتخابات الرئاسية الامريكية ٢٠٢٠ .
- تختلف درجات تقييم النخبة لخطاب الرأي المقدم من الصحف الالكترونية المصرية حول الانتخابات الرئاسية الامريكية ٢٠٢٠ باختلاف نوع النخبة (الأكاديمية – السياسية – الاعلامية) .

نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة من حيث المنهج والقياس الي الدراسات والبحوث الوصفية التي تسعى الي دراسة ظاهرة معينة او ازمة معينة وتوصيفها ومعرفة كافة جوانبها وتصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة او موقف معين يغلب عليه صفة التحديد او دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة او موقف او مجموعة من الناس او الاحداث وذلك بهدف الحصول علي معلومات كافية ودقيقة عنها (حسين، ١٩٩٥، صفحة ١٣١).

منهج الدراسة :

منهج المسح الإعلامي Survey method : استعانت الباحثة بمنهج المسح الإعلامي وتحديدأ مسح الجمهور ، حيث أنه من انسب المناهج الملائمة للدراسات

الوصفية والذي يسعى إلي مسح عينة من النخبة المصرية بهدف تحليل تقييم النخبة المصرية لخطاب الرأي المقدم من الصحف الإلكترونية المصرية حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ .

مجتمع الدراسة :

يتكون من النخب الإعلامية والسياسية والأكاديمية التي تتابع الصحف الإلكترونية ، والتي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي حيث استطاعت الباحثة الوصول إليها من خلال صفحاتها علي فيس بوك وواتس آب للإجابة علي الاستبيان الإلكتروني .

عينة الدراسة :

قامت الباحثة بتحديد حجم العينة ب (١٥٠) مفردة حيث أنه الحجم الشائع للعينة في دراسات النخبة التي تعرضت لها الباحثة .

وبهذا تكون عينة الدراسة الكمية هي عينة عمدية غير احتمالية تتكون من عينة النخبة المتاحة والتي تم وصفها سابقاً ، التي استطاعت الباحثة التواصل معها إلكترونياً للإجابة علي الاستبيان ، وبهذا تكون نتائج هذه الدراسة الميدانية غير قابلة للتعميم.

أدوات الدراسة :

اعتمدت الدراسة علي صحيفة الاستبيان باعتبارها وسيلة علمية تستخدم لسبر أغوار المبحوثين ومعرفة معلوماتهم واتجاهاتهم وآرائهم في موضوع ما ، بالإضافة إلي دراسة شخصياتهم ، وقد تم تصميم استمارة الاستبيان الميداني في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها وبما يسهم في اختبار فروضها وتساؤلاتها ، ونظراً لاتساع المجال الجغرافي للعينة وتنوعها قامت الباحثة بتطبيق الاستبيان إلكترونياً وأرسلته عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني للأشخاص الذين تنطبق عليهم سمات العينة ، وقد اشتملت الاستمارة علي ٢١ سؤال لجمع البيانات التي تقيس أبعاد ومتغيرات الدراسة المختلفة ، وقد تم تقسيم الاستمارة إلي خمس محاور كالتالي :

المحور الأول : السمات الديموغرافية للجمهور (النوع ، السن ، مستوى التعليم ، مجال العمل) .

المحور الثاني : التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية بشكل عام و معدل اهتمام النخبة بالانتخابات الرئاسية الأمريكية ومدى ثقتهم فيما تقدمه من معلومات .

المحور الثالث : قياس درجة الاعتماد علي الصحف الإلكترونية كمصدر للحصول علي المعلومات حول الانتخابات الرئاسية الامريكية ٢٠٢٠ ، وأسبابه .

المحور الرابع : تقييم النخبة المصرية لخطاب الرأي المُقدم من الصحف الإلكترونية المصرية حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ .

إجراءات الثبات والصدق :

لغرض تحقيق صدق وثبات الاستمارة ، تم عرضها علي مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام ، والذين لهم خبرة في المجال البحثي لإعطاء رأيهم حول مدي نجاح الباحثة في تصميم وإعداد الاستبيان ، ومدي صلاحيته للتطبيق ولتوفير المعلومات التي تعين الباحثة في تحقيق أهداف الدراسة.

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

يعرض هذا الفصل بشكل تفصيلي نتائج الدراسة الميدانية ؛ حيث انه يرصد تقييم النخبة المصرية لخطاب الرأي المقدم حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ . بعد الانتهاء من توزيع الاستمارات وجمع العينة المطلوبة ، قامت الباحثة بتفريغ البيانات ، والمراجعة المكتبية لها ، لتصبح جاهزة لإدخالها علي برنامج SPSS ، واستخراج الجداول التكرارية والنسب المئوية واستنتاج العلاقات والفروق .

أولاً: البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة:

العينة الكلية			
النسبة المئوية	العدد		
٦٣.٣٣%	٩٥	الذكور	النوع
٣٦.٦٧%	٥٥	الإناث	
١٠٠%	١٥٠	المجموع	
٥٠%	٧٥	من ٣٠ إلي أقل من ٤٠ سنة	الفئة العمرية
٢٤%	٣٦	من ٤٠ إلي أقل من ٥٠ سنة	
٢٦%	٣٩	من ٥٠ فأكثر	
١٠٠%	١٥٠	المجموع	
٣٠.٦٧%	٤٦	جامعي	المستوي التعليمي
٦٩.٣٣%	١٠٤	فوق جامعي	

تقييم النخبة المصرية لخطاب الرأي المُقدم في الصحف الإلكترونية

المجموع	١٥٠	%١٠٠	
مجال العمل	مشتغل بالمجال الإعلامي	٥٠	%٣٣.٣٣
	مشتغل بالمجال الأكاديمي	٥٠	%٣٣.٣٣
	صاحب خبرة سياسية	٥٠	%٣٣.٣٣
	المجموع	١٥٠	%١٠٠

ثانياً: الإحصاء الوصفي لاستمارة دور الخطاب الصحفي الإلكتروني في تشكيل اتجاهات النخبة المصرية إزاء الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠

المحور الأولي أنماط تعرض النخبة للصحف الإلكترونية المصرية:

جدول رقم (٢) معدل التكرار والنسبة المئوية لمدى متابعة

عينة الدراسة للصحف الإلكترونية المصرية

ما مدى متابعتك الصحف الإلكترونية المصرية		المتغير الاستجابة
النسبة	التكرار	
%٦٠	٩٠	دائماً
%٣٤.٦٧	٥٢	أحياناً
%٥.٣٣	٨	نادراً
%١٠٠	١٠٠	المجموع

نلاحظ من الجدول السابق أن غالبية أفراد العينة يحرصون علي متابعة الصحف الإلكترونية المصرية بشكل دائم حيث بلغت نسبة الذين اختاروا البديل دائماً من أفراد العينة (٦٠%) ، في حين أن نسبة (٣٤.٦٧%) يتابعونها أحياناً | علي فترات متفاوتة ، **وتلاحظ الباحثة ان هذه النتيجة تتعارض مع نتيجة دراسة (عبد الفتاح النجار، ٢٠١٧ ، ص ١٣٣)** التي رصدت نسبة (٢٦.٥%) من افراد العينة التي أجريت عليها الدراسة تتعرض للصحف الإلكترونية المصرية أحياناً ، وان نسبة (٧٣.٥%) من افرادها يتعرضون للصحف الإلكترونية المصرية دائماً ، وتعزي الباحثة هذا الاختلاف الواضح في النتائج بين دراستها ودراسة النجار إلي عدة عوامل أبرزها طبيعة العينة حيث أجريت دراسة النجار علي عينة من الجمهور بينما أجريت الدراسة الحالية علي عينة من النخبة التي تملك مجموعة من

الخصائص والصفات تميزها عن الآخرين سواء بمستوي تعليمي وثقافي أو ديني رفيع يؤهلهم للقيام بأدوار المسؤولية في المجتمع ويمكنها من التأثير في قطاعات كبيرة من الجمهور (نها عبد المعطي، ٢٠١٦، ص ٦٧)، كما تتميز برغبتها الدائمة في المعرفة ومواكبة الأحداث وميلها للقراءة والاطلاع علي الوسائل الإعلامية المختلفة، بالإضافة إلي العامل الموضوعي وجانب الإثارة الذي أرتبط بالمنافسة المحتدمة بين كلاً من جو بايدن ودونالد ترامب، وتأثير الإجراءات المرتبطة بجائحة كورونا التي ألزمت الناس علي البقاء في منازلهم لفترة زمنية طويلة حيث يتواصلون مع البيئة المحيطة بهم إلكترونياً.

(٢) الفترة الزمنية لمتابعة أفراد النخبة للصحف الإلكترونية المصرية :

جدول رقم (٢) معدل التكرار والنسبة المئوية لبداية متابعة

الصحف الإلكترونية المصرية

المدّة		منذ متى بدأت تتعرض للصحف الإلكترونية المصرية .
النسبة	التكرار	
٣.٣٣%	٥	أقل من سنة
٦.٦٧%	١٠	من سنة إلى أقل من ٣ سنوات
٢١.٣٣%	٣٢	من ٣ سنوات إلى أقل من ٦ سنوات
٦٨.٦٧%	١٠٣	منذ ٦ سنوات فأكثر
١٠٠%	١٥٠	المجموع

يوضح الجدول السابق أن نسبة (٣.٣٣%) بدأت متابعة الصحف الإلكترونية المصرية منذ أقل من سنة، ومن بدأوا متابعتها من سنة إلى أقل من ٣ سنوات (٦.٦٧%)، ونسبة (٢١.٣٣%) بدأت المتابعة منذ ٣ سنوات إلى أقل من ٦ سنوات، ومن يتابعونها منذ أكثر من ٦ سنوات بلغت (٦٨.٦٧%).

وتجدر الإشارة هنا إلي ان غالبية أفراد العينة يتابعون الصحف الإلكترونية المصرية منذ فترة زمنية طويلة حيث ان ١٣٥ مفردة تتابع الصحف الإلكترونية منذ أكثر من ثلاث سنوات إلي ما يزيد عن ست سنوات، وهو ما يتناسب مع خصائص وطبيعة النخبة في المجتمع حيث ارتبط الدور السياسي لوسائل الإعلام

تقليدياً بتأثير المحتوى الإعلامي على الرأي العام والتوجهات السلوكية للناخبين، فيمكن القول بأن مثل هذه التأثيرات تمنح وسائل الإعلام سلطة تحديد الأجندة، التي تعني قدرة وسائل الإعلام على خلق وعي عام بالقضايا السياسية والاجتماعية، وتشكيل النقاش العام والسياسي، وبالتالي مقدره اتخاذ القرار السياسي، على وجه الخصوص، تحضير وسائل الإعلام للمعلومات السياسية وتأطيرها، و مثلما تتبع قوة النخب السياسية من انتمائها إلى مؤسسة أو منظمة سياسية قوية، فإن مكانة النخبة الاعلامية مرتبطة بمكانة المؤسسة الإعلامية التي تنتمي إليها (Best & Higley, 2018, p.419).

(٣) عدد ساعات تصفح النخبة للصحف الإلكترونية المصرية يومياً:

جدول رقم (٣) معدل التكرار والنسبة المئوية لعدد ساعات

تصفح الصحف الإلكترونية المصرية في اليوم

المدة	كم ساعة تتعرض للصحف الإلكترونية المصرية يومياً؟	
	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	٦٩	٤٦%
من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات	٥٤	٣٦%
من ٣ ساعات فأكثر	٢٧	١٨%
المجموع	١٥٠	١٠٠%

يوضح الجدول عدد ساعات تصفح الصحف الإلكترونية المصرية في اليوم حيث بلغت نسبة من يتصفحها أقل من ساعة في اليوم (٤٦%)، ومن يتصفحها من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات في اليوم بلغت (٣٦%)، ومن يتصفحها من ٣ ساعات فأكثر كانت نسبتهم (١٨%).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (إبراهيم التوام، ٢٠١٦، ص ٤٣٠) التي أوضحت نتائجها تصفح النخبة الأكاديمية للمواقع الإخبارية لمدة لا تتجاوز الساعة يومياً- أقل من ساعة - بنسبة ٤١.٥%، وتري الباحثة ان هذه النتيجة منطقية حيث لا يحتاج القارئ لأكثر من ساعة لتصفح الأخبار وقراءة مقالات الرأي حول

الموضوعات ذات الأهمية النسبية بالنسبة له ، وهو ما يتلاءم مع واقع الحياة السريع حيث يبحث القارئ إلي أسهل وأسرع الطرق للحصول علي المعلومات ، وهي السمة التي تتميز بها الصحف الإلكترونية حيث أن ابرز سماتها الفورية والآنية وسرعة تداول الاخبار والمعلومات ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (صفاء عبد الحميد ، ٢٠١٥ ، ص ١٧٩) حيث ان ٥٢.١% من افراد العينة يتصفحون الصحف الإلكترونية لأقل من ساعة يومياً .

المحور الثاني : اهتمام النخبة المصرية بمتابعة انتخابات الرئاسة الأمريكية ٢٠٢٠ .

جدول (٤) معدل التكرار والنسبة المئوية لدرجة الاهتمام بمتابعة

أحداث وتطورات الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠م

النسبة	التكرار	التكرار الاستجابة
٣٦%	٥٤	أهتم بدرجة كبيرة
٤٨.٦٧%	٧٣	أهتم بدرجة متوسطة
١٥.٣٣%	٢٣	أهتم بدرجة ضعيفة
١٠٠%	١٥٠	المجموع

يشير الجدول إلى أن نسبة (٣٦%) من المشاركين بالدراسة أشاروا إلى اهتمامهم بدرجة كبيرة لمتابعة الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ ، أما نسبة من "اهتموا بمتابعتها بدرجة متوسطة" فبلغت نسبتهم (٤٨.٦٧%) ، ونسبة الاهتمام بدرجة ضعيفة كانت نسبتهم (١٥.٣٣%).

وتعزي الباحثة هذه النتيجة وتفسرها في ضوء طبيعة الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ كحدث دولي ، يثير اهتمام النخبة في المجتمع المصري بدرجات متفاوتة ، تزيد وتنقص حسب مجال العمل والبيئة المحيطة والقدرة علي متابعة الاحداث الدولية لدي الفرد " قائد الرأي " ، و ما اذا كان هؤلاء لهم دور في صناعة القرار السياسي ، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (سامي صبري ، ٢٠١٤ ، ص ٩١) التي أظهرت نتائجها اهتمام متوسط بمتابعة القضايا السياسية بنسبة ٦٧% بين الشباب المصري عند رصد اهتمامهم بانتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٤ ،

تقييم النخبة المصرية لخطاب الرأي المُقدم في الصحف الإلكترونية

وتفسر الباحثة هذه النتيجة أن الناس عادة ما تنجذب إلي القضايا التي تمس مصالحهم الشخصية ومتطلباتهم اليومية بشكل كبير ، ويتم إدراج ما يتبقى من أمور ضمن المعقول أو المتوسط في دائرة اهتمامهم .

نوعية الصحف الإلكترونية المصرية التي تفضلها في متابعة أحداث الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٠ .

جدول رقم (٥) معدل التكرار والنسبة المئوية لنوعية الصحف الإلكترونية

التي تفضلها النخبة لمتابعة الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠

النسبة	التكرار	المواقع
٧٤.٦٧%	١١٢	مواقع الصحف القومية
٦٦.٦٧%	١٠٠	مواقع الصحف الخاصة
١٩.٣٣%	٢٩	مواقع الصحف الحزبية
١٠٠%	١٥٠	المجموع

يوضح الجدول نوعية مواقع الصحف الإلكترونية المصرية التي تفضلها النخبة لمتابعة الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ حيث بلغت نسبته متابعة المواقع القومية (٧٤.٦٧%)، أما مواقع الصحف الخاصة جاءت بنسبتها (٦٦.٦٧%)، ونسبة (١٩.٣٣%) كانت متابعتها لمواقع الصحف الحزبية.

وتعارض هذه النتيجة مع دراسة (مني هاشم & أمنية احمد ، ٢٠١٧ ، صفحة ٥٨) التي أظهرت نتائجها تصدر مواقع الصحف الخاصة قائمة الصحف الإلكترونية المصرية التي يستقي منها الجمهور المعلومات عن المشروعات القومية بنسبة ٣٨.٥% ، بينما جاءت مواقع الصحف القومية في الترتيب الثاني بنسبة ٣٢.٨% .

وتفسر الباحثة هذا الاختلاف في ترتيب قائمة الصحف الإلكترونية الأكثر تفضيلاً لدي القراء نظراً لاختلاف الجمهور محل الدراسة بين الدراستين ، ففي الدراسة التي نحن بصدد تناولها بالدراسة والتحليل عينة النخبة المصرية ، بينما اهتمت دراسة أمنية احمد ومني هاشم بجمهور الرأي العام ، ويفسر الاختلاف في نتائج اختلاف الخصائص والسمات بين العيّنتين حيث أن النخبة هم قادة الرأي الذين

يوجهون في الغالب الرأي العام ، إضافة إلى تميز النخبة بسمات القراءة المتعمقة ومستويات الثقافة العالية والمتابعة المستمرة للأحداث الجارية في المستوى المحلي والدولي واتساع دائرة اهتمامهم ، بالنسبة للجمهور العام الذي يركز اهتمامه بقضاياها اليومية ومشكلاته والاحداث الأكثر قرباً له .

(٣) الصحف الإلكترونية التي يعتمد عليها المبحوثين كمصدر للإخبار حول أحداث وتطورات الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ (سؤال متعدد البدائل).

جدول رقم (٦)

معدل التكرار والنسبة المئوية لمدى الاعتماد على الصحف الإلكترونية

كمصدر للأخبار حول أحداث وتطورات الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠

النسبة المئوية من إجمالي العينة	التكرار	التكرار المواقع
٥٦%	٨٤	بوابة الأهرام
٣١.٣٣%	٤٧	موقع أخبار اليوم
٧٨.٦٧%	١١٨	موقع اليوم السابع
٥٦%	٨٤	موقع المصري اليوم
٣٥.٣٣%	٥٣	موقع الوطن
١٨.٦٧%	٢٨	موقع فيتو
٨%	١٢	بوابة الوفد
٣٤.٦٧%	٥٢	موقع مصراوي
١٤%	٢١	موقع الجمهورية
٠.٦٧%	١	موقع مصريين

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (زينهم حسب النبي ، ٢٠٢٢ ، ص ١٦٩٥) التي احتل فيها موقع اليوم السابع المرتبة الأولى في معدل الاعتماد عليه كمصدر للأخبار والمعلومات لدي الجمهور بنسبة ٥٦.٣% ، يليه في المرتبة الثانية المصري اليوم بنسبة ٤٢.٨% ، وجاءت بوابة الأهرام في المرتبة الرابعة بنسبة ٢٤% ، وتعزى الباحثة هذا التقارب الشديد والتوافق في النتائج بين الدراستين إلى إجراءهم في فترة زمنية متقاربة جدا ، فرغم اهتمام الدراسة الحالية بالنخبة ودراسة بالجمهور العام إلي أن هذا التوافق في النتائج يوضح خريطة الصحف الإلكترونية

الأكثر تفضيلاً عند جموع القراء باختلافهم ، حيث تعطي أفضلية ظاهرة لموقع اليوم السابع ووجود محترم لبوابة الأهرام .

كما وتتفق نتيجة الجدول السابق مع نتائج دراسة (هاني عبد المقصود ، ٢٠١٧ ، ص ٢١٣) التي جاء فيها موقع اليوم السابع بالمرتبة الأولى بالنسبة للصحف التي يتابعها أفراد العينة بنسبة ٧٧.٧٥% .

كما وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (سناء صبري ، ٢٠٢١ ، ص ٥٣٧) التي أظهرت نتائجها تقدم صحيفة الاخبار كمصدر للأخبار والمعلومات عن الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ بنسبة ٨٥%، تلتها الأهرام بنسبة ٨٤% ، ثم المصري اليوم بنسبة ٨٣%.

(١) درجة اعتماد المبحوثين على الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠.

جدول رقم (٧) معدل التكرار والنسبة المئوية لدرجة الاعتماد على الصحف الإلكترونية

كمصدر للأخبار حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠م

النسبة	التكرار	التكرار / درجة الاعتماد
٣٢%	٤٨	اعتمد بدرجة كبيرة
٥٣.٣٣%	٨٠	اعتمد بدرجة متوسطة
١٤.٦٧%	٢٢	اعتمد بدرجة ضعيفة
١٠٠%	١٥٠	المجموع

يوضح الجدول درجة الاعتماد على الصحف الإلكترونية المصرية كمصدر للأخبار حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ حيث بلغت نسبته الاعتماد "بدرجة كبيرة" (٣٢%)، أما الاعتماد بدرجة متوسطة جاءت بنسبته (٥٣.٣٣%)، ونسبة (١٤.٦٧%) كان اعتمادها بدرجة ضعيفة على الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (زينهم حسب النبي ، ٢٠٢٢ ، ص ١٧٠٣) التي أوضحت نتائجها ان ٥٦% من عينة الدراسة تعتمد بشكل متوسط على الصحف الإلكترونية كمصدر للأخبار ، وهذه النتائج طبيعية وتتلاءم مع نتائج الجدول رقم () الذي يوضح اعتماد العينة على وسائل الاعلام المختلفة كمصدر للأخبار حيث احتلت مواقع التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى في الوسائل التي يتابعها النخبة بشكل كبير جدا بنسبة ٥٢.٦٧% .

(٢): أسباب اعتماد المبحوثين على الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠.

جدول رقم (٨) معدل التكرار والنسبة المئوية لأسباب الاعتماد على الصحف الإلكترونية

كـمـصـدـر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ م

معارض		محايد		موافق		الاستجابة الأسباب
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%٤.٦٧	٧	%٣٢	٤٨	%٦٣.٣٣	٩٥	إمكانية الحصول على المعلومات والأخبار بشكل فوري وآني
%٥.٣٣	٨	%٥١.٣٣	٧٧	%٤٣.٣٣	٦٥	الجديفة في تغطية الأحداث والقضايا المتعلقة بالنظام الرئاسي الأمريكي
%١٤.٦٧	٢٢	%٤٨.٦٧	٧٣	%٣٦.٦٧	٥٥	لأنها تتمتع بقدر كبير من المصداقية في نقل الأحداث والتطورات في الساحة الأمريكية
%١٥.٣٣	٢٣	%٥٢	٧٨	%٣٢.٦٧	٤٩	تساهم في تشكيل اتجاهاتي نحو الأحداث والقضايا السياسية والدولية
%٣.٣٣	٥	%٢٤.٦٧	٣٧	%٧٢	١٠٨	سهولة تداولها عبر الوسائل التكنولوجية المختلفة
%١٨.٦٧	٢٨	%٤٢	٦٣	%٣٩.٣٣	٥٩	تتيح مجالاً أوسع لحرية الرأي والتعبير
%١٠.٦٧	١٦	%٤٦.٦٧	٧٠	%٤٢.٦٧	٦٤	لأنها تطرح وجهات نظر وتحليلات مختلفة حول تعقيدات الانتخابات الرئاسية
%١٦.٦٧	٢٥	%٤٢.٦٧	٦٤	%٤١.٦٧	٦١	تتيح خاصية التفاعلية مع المعلومات
%٤٤	٦٦	%٣٣.٣٣	٥٠	%٢٢.٦٧	٣٤	لان الأصـدقـاء يتابعون هذه الصحف

تقييم النخبة المصرية لخطاب الرأي المُقدم في الصحف الإلكترونية

معارض		محايد		موافق		الاستجابة الأسباب
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
١٥.٣٣%	٢٣	٣٨.٦٧%	٥٨	٤٦%	٦٩	لتوفير الوقت والجهد والمال

❖ حصلت عبارة (سهولة تداولها عبر الوسائل التكنولوجية المختلفة) علي نسبة موافقة بلغت ٧٢% من عينة النخبة وقد جاءت بالمرتبة الأولى في نسب الموافقة ، ونسبة محايدة بلغت ٢٤.٦٧% ، ونسبة معارضة ٣.٣٣% ، وتعليقاً على النتيجة السابقة ترى الباحثة بروز إمكانية مشاركة وتداول الأخبار كسمة أساسية يهتم بها النخبة عند تعرضهم لوسائل الإعلام المختلفة ؛ فالنتيجة السابقة توضح وضع النخبة لسمة سهولة تداول المواد الصحفية عبر الوسائل التكنولوجية المختلفة كسبب رئيسي في اعتمادهم علي الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ ، وتفسر الباحثة هذه النتيجة في ضوء الدور الذي تقوم به النخب " قادة الرأي في المجتمعات الإنسانية " حيث أنها تمارس دور التوجيه والتوعية والإرشاد لجمهور الرأي العام ومن هذا الدور اكتسبت مصطلح قادة الرأي العام ، فمن الطبيعي ان يأتي في أولويات قادة الرأي عند التعرض للأخبار أو مواد الرأي حول الموضوعات والأحداث الهامة إمكانية مشاركتها مع الآخرين من التابعين أو المتلقين الذي يحرصون علي معرفة آراء النخبة نحو الموضوعات المختلفة .

❖ حصلت عبارة (إمكانية الحصول علي المعلومات والأخبار بشكل فوري وآني) علي نسبة موافقة ٦٣.٣٣% وقد احتلت المرتبة الثانية من حيث ترتيب الأسباب التي حصلت علي موافقة من أفراد العينة ، ومحايد بنسبة ٣٢% ، ومعارض بنسبة ٤.٦٧% ، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (آمال الغزاوي & خلود ملياني ، ٢٠١٧ ، ص ٢١) التي أوضحت نتائجها ان ٦٥.٣% من النخبة يعتمدون علي وسائل الاعلام الجديدة كمصدر للمعلومات بسبب سرعتها وأنيتها في الحصول علي المعلومات وجاء هذا السبب في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية النسبية للعينة، كما وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (صفاء عبد الحميد ، ٢٠١٥ ، ص ١٨١) حيث جاءت الفورية في تعطية الحدث في الترتيب الأول كسبب لمتابعة الباحثين للصحف الإلكترونية بنسبة ٦٠.٩% من إجمالي العينة .

➤ **تقييم المبحوثين لخطاب الرأي المقدم من الصحف الإلكترونية المصرية حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠.**

جدول (٩) معدل التكرار والنسبة المئوية لتقييم العينة للخطاب الصحفي المقدم

بالصحف الإلكترونية حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ م

الأهمية النسبية (الترتيب)	الوزن النسبي	أرفض		إلى حد ما		موافق		الاستجابة العبارات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٩	٢.١٢	%١٦.٦٧	٢٥	%٥٤.٦٧	٨٢	%٢٨.٦٧	٤٣	التزم بالموضوعية، الحياد تجاه كلا المرشحين للرئاسة جو بايدن ودونالد ترامب
٢	٢.٣٩	%٨	١٢	%٤٥.٣٣	٦٨	%٤٦.٦٧	٧٠	يعرض اهم القضايا العربية ذات الصلة بالنظام الأمريكي الحاكم.
٤	٢.٣٦	%٧.٣٣	١١	%٤٩.٣٣	٧٤	%٤٣.٣٣	٦٥	قدم رؤية تاريخية واضحة لتحليل وتفسير الصراع التاريخي بين الديمقراطيين والجمهوريين علي مفاتيح البيت الأبيض
١	٢.٤١	%٦.٦٧	١٠	%٤٥.٣٣	٦٨	%٤٨	٧٢	عرض اهم المصاعب والقضايا الملحة التي تنتظر الرئيس القادم للبيت الأبيض
٥	٢.٣٣	%٦.٦٧	١٠	%٥٣.٣٣	٨٠	%٤٠	٦٠	قدم صورة شاملة للوضع الأمريكي الحالي من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية

تقييم النخبة المصرية لخطاب الرأي المُقدم في الصحف الإلكترونية

الأهمية النسبية (الترتيب)	الوزن النسبي	أرفض		إلى حد ما		موافق		الاستجابة العبارات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٢ مكرر	٢.٣٩	%٥.٣٣	٨	%٥٠.٦٧	٧٦	%٤٤	٦٦	ملكية الوسيلة وطبيعة توجهها السياسي أثرت علي اتجاه الخطاب السياسي المقدم عن الانتخابات الرئاسية الأمريكية
٦	٢.٢٥	%١١.٣٣	١٧	%٥٢.٦٧	٧٩	%٣٦	٥٤	يحمل خلط بين آراء أصحاب الأقاليم والحقائق
٧	٢.١٩	%١٤	٢١	%٥٢.٦٧	٧٩	%٣٣.٣٣	٥٠	حمل اتجاه سلبي نحو ممارسات دونالد ترامب خلال المنافسة الانتخابية
٨	٢.١٧	%١٤.٦٧	٢٢	%٥٤	٨١	%٣١.٣٣	٤٧	لا يراعي التوازن في طرح مختلف وجهات النظر حول القضايا والأحداث المرتبطة باختيار الرئيس الأمريكي المنتظر.
٣	٢.٣٨	%٦	٩	%٥٠	٧٥	%٤٤	٦٦	تغلب الأيدولوجيات الفكرية علي تحليلات وآراء كتابها

يوضح الجدول السابق ما يلي:

- ❖ وجود أهمية نسبية كبيرة للعبارات (يعرض اهم القضايا العربية ذات الصلة بالنظام الأمريكي الحاكم، وقدم رؤية تاريخية واضحة لتحليل وتفسير الصراع التاريخي بين الديمقراطيين والجمهوريين علي مفاتيح البيت الأبيض، وعرض اهم المصاعب والقضايا الملحة التي تنتظر الرئيس القادم للبيت الأبيض، وقدم صورة شاملة للوضع الأمريكي الحالي من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وملكية الوسيلة وطبيعتها توجهها السياسي أثرت علي اتجاه الخطاب السياسي المقدم عن الانتخابات الرئاسية الأمريكية، وتغلب الأيدولوجيات الفكرية علي تحليلات وآراء كتابها) وقد احتلت هذه العبارات المراكز الخمس الأولى لتقييم الخطاب الصحفي المقدم بالصحف الإلكترونية حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ م.
- ❖ اللافت في العبارات ذات الأهمية النسبية الكبيرة أنها تمثل ثلاث تقييمات إيجابية ثم عبارتان تحملان تقييم سلبي (وهي تأثير ملكية الوسيلة وطبيعتها توجهها السياسي علي خطاب الرأي ، وغلبة الأيدولوجيات الفكرية للكتاب علي الطرح المقدم منهم) ، وهو ما يدل علي وعي كامل للنخبة بالعوامل والمؤثرات والظروف المحيطة والممارسات الاجتماعية التي تلعب دور محوري في اتجاه خطاب الرأي في الصحف المصرية .
- ❖ وجود أهمية نسبية متوسطة للمعايير المهنية الآتية (التزم بالموضوعية الحياد تجاه كلا المرشحين للرئاسة جو بايدن ودونالد ترامب، ويحمل خط بين آراء أصحاب الأقسام والحقائق، وحمل اتجاه سلبي نحو ممارسات دونالد ترامب خلال المنافسة الانتخابية، ولا يراعي التوازن في طرح مختلف وجهات النظر حول القضايا والأحداث المرتبطة باختيار الرئيس الأمريكي المنتظر) كمصادر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ م.
- ❖ **واللافت في هذه النتيجة انعكاس اهتمام خطاب الرأي المقدم في الصحف الإلكترونية المصرية بعرض وإبراز الصعوبات والأزمات والقضايا الشائكة التي تنتظر رئيس الولايات المتحدة الأمريكية ٢٠٢٠ علي تقييم عينة النخبة لهذا الخطاب حيث رأت النسبة ٤٨% ان خطاب الرأي المقدم بالصحف الإلكترونية المصرية عرض اهم المصاعب والقضايا الملحة التي تنتظر الرئيس القادم للبيت الأبيض.**

من خلال قراءتك للخطاب الصحفي المقدم من الصحف الإلكترونية المصرية حول

الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ / هذا الخطاب اخذ تجاه؟

تقييم النخبة المصرية لخطاب الرأي المُقدم في الصحف الإلكترونية

جدول (١٠) معدل التكرار والنسبة المئوية لاتجاه الخطاب الصحفي المقدم بالصحف الإلكترونية المصرية حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠م

النسبة	التكرار	التكرار / اتجاه الخطاب
١٥.٣٣%	٢٣	يميل إلي تأييد وجهة نظر واحدة
٢٢%	٣٣	خطاب متوازن
٢٧.٣٣%	٤١	خطاب يحمل أيديولوجيا كاتبه
٢٢.٦٧%	٣٤	خطاب يعكس ملكية وتوجه الوسيلة المنشور فيها
١٢.٦٧%	١٩	خطاب محايد
١٠٠%	١٥٠	المجموع

وتعليقاً على نتيجة الجدول السابق :

❖ الذي رأت فيه نسبة ضئيلة جدا من أفراد العينة ١٢.٦٧% ان خطاب الرأي المقدم حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية أخذ تجاه محايد وقد انعكس افتقاد النخبة للحياد في رؤيتهم لتحسين هذا الخطاب حيث طالبت نسبة كبيرة منهم ب

- أن يكون خطاب يعتمد على المعلومة الموضوعية ويحلل بشكل منطقي دون تدخل أيديولوجي متطرف
- الالتزام بالموضوعية .
- لا بد من إتاحة مزيد من الحريات في الإعلام وأن تكون المعالجات جادة وموضوعية دون توجيه للرأي العام لتبني وجهة نظر بعينها، ضرورة وجود تحليلات سياسية متعمقة من قبل المتخصصين لتلك الخطابات.
- الخطاب يحتاج لتفعيل قيم الموضوعية في الطرح والتناول والتحليل .
- الاتجاه نحو الالتزام بمزيد من الموضوعية والحياد في العرض.

❖ كشفت النتائج ان ٢٧.٣٣% وهي النسبة الأكبر وجدت هذا الخطاب الرأي المقدم عن الانتخابات الرئاسية الأمريكية خطاب يحمل أيديولوجية كاتبه وهو الامر الذي انعكس أيضاً علي رؤية أفراد العينة حول الحلول المقترحة لتحسين هذا الخطاب وهو ما نراه في اقتراحاتهم التالية :

- ان لا يعتمد هذا الخطاب علي التوجه الأيديولوجي للكاتب وان يكون واقعي قائم علي عرض الكلام بشكل موضوعي دون توجه فكري أو انتماء حزبي أو رغبات كاتبه.

- عدم عرض الرؤى الأحادية و التحليلات و التنظيرات من محللين للمشهد قد يحملوا اتجاهات لشخصهم أو لدول .."

قائمة المراجع :

Bilall, M. (october 2020). *United states presidential election 2020: Who will win Biden or TRUMP?*,. Malaysia: school of computer science engineering. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/344675210>

Glen, F. (Apr-Jun 2011). *Conversation and Credibility: Broadening Journalism Criticism Through Public Engagement*. pp. 158-175.

Hassan, N. (2019, April). *the Persuasive Use of Presupposition: A Pragmatic Study of Obamas Inaugural speech. research paper in journal faculty of arts , department of English ,faculty of Arts,Banha university, 51*, pp. 216-235.

doi:file:///C:/Users/AL%20BOSTAN%20TECH/Downloads/1134-051-001-004.pdf

lee, C. s. (2011, september 25). *Exploring emotional expressions on YouTube through the lens of media system dependency theory. New media & society, 14(3)*, pp. 457-475. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444811419829>

Macclly, R. (2017, March). *Us and Them: A DESCRIPTIVE ANALYSIS OF DONALD TRUMP'S CAMPAIGN SPEECHES. Master of Arts in applied linguistics , college of Arts and Laws ,the university of Birmingham*. Retrieved from <https://www.birmingham.ac.uk/Documents/college->

artslaw/cels/essays/appliedlinguistics/McClay2017.Trump-Speech-Discourse-Analysis.pdf

Pruitt Santos, G. M. (2022). *When the Moon Is Bright, Darkness Lingers: An Analysis of Social Media Influence on Political Power, Censorship, & Watchdog Journalism in Democratic Systems in Central America and the United States*. Massachusetts, United States: Global Studies , University of Massachusetts Lowell. Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/when-moon-is-bright-darkness-lingers-analysis/docview/2675532300/se-2?accountid=178282>

sullivan, k. (2020). *Impact of covid 2019on the US presedeintial election - case study*. International institute for Democracy and Eiectoral Assistance.

حسين ، سمير محمد (١٩٩٥) : دراسات في مناهج البحث العلمي . القاهرة : عالم الكتاب.

يوسف، ليث بدر (٢٠١٨ أكتوبر) : الخطاب الإعلامي للرئيس ترامب في الإنتخابات الأمريكية دراسة في المواقع الإخبارية الإلكترونية CNN Arabic نموذجاً. مجلة الباحث الإعلامي ، العدد ٤٢ ، pp. 96-106.