

معالجة المواقع الإعلامية لتغريدات  
الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على تويتر  
«دراسة تحليلية مقارنة»

الباحث/ عمر ممدوح محمد نور الدين محمود

باحث قسم علوم الاتصال والإعلام

كلية الآداب - جامعة عين شمس



[www.mercj.journals.ekb.eg](http://www.mercj.journals.ekb.eg)



## الملخص:

استهدف البحث تحليل مضمون المعالجة الصحفية لتغريدات دونالد ترامب على تويتر، في إطار المقارنة بين مواقع إلكترونية عربية ودولية (بوابة الأهرام الإلكترونية، موقع قناة الحرة الأمريكية). وتمحور البحث حول ثلاث قضايا رئيسة هي: قضايا الشرق الأوسط، والعلاقات الخارجية، والشئون الداخلية.

خُصت النتيجة إلى عدم وجود علاقة بين كل من بوابة الأهرام الإلكترونية، وموقع قناة الحرة الأمريكية ووجود اتجاه لهم في معالجة تغريدات ترامب حول القضايا المذكورة في تغريداته.

استُخدم إطار المسؤولية في المرتبة الأولى تلاه إطار الصراع، ثم إطار النتائج الاقتصادية، ثم إطار التعاون، ثم الأطر الأخلاقية، وأخيراً إطار الاهتمامات الإنسانية.

كان إطار الاهتمامات الإنسانية هو الإطار الوحيد الذي وُجدت بينه وبين أطراف المعالجة الإخبارية علاقة ارتباطية، مما يدل على تركيز تلك المعالجة الإخبارية على الجانب الإنساني في تغريدات الرئيس الأمريكي.

**الكلمات المفتاحية:** تغريدات دونالد ترامب - تويتر - اتجاهات المواقع الإلكترونية نحو تغريدات ترامب - الأطر الإخبارية.

**Abstract:**

This research aimed to analyze the content of the press of Donald Trump's tweets on twitter. The content analysis conducted a comparison between the news coverage of two websites: Al Ahram online gate and Al Hurrah American channel website. The research focused on 3 main topics within Trump's tweets: Middle East issues, US international relations, and the American internal affairs during the analysis period. The results showed that there was no correlation between the both sites and a presence of specific direction through their news coverage to Donald Trump's tweets.

The responsibility frame was used in the first place, followed by the conflict frame in the second place, then the economic consequences frame in the third place, after that the cooperation frame in the fourth place ,the morality frame in the fifth place, and finally the Human Interest ,Personalization frame in the last place.

However, the Human Interest, Personalization frame was the only frame that had a correlation with the News coverage parties, which refers to the focus of the news coverage on the human interest within the American president's tweets.

## المقدمة :

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي إحدى تطبيقات الإنترنت للتواصل والاتصال بالغير، وتتيح للمستخدمين بإنشاء صفحات شخصية تكون معروضة للعامة. ومن أبرز تلك الصفحات، صفحة الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على تويتر. وإن استخدام الرئيس الأمريكي لتويتر بكثافة جعلت منه مؤسساً حقيقياً لمرحلة جديدة من الاستخدام السياسي لوسائل التواصل الاجتماعي، بعد أن حول حسابه الرسمي على تويتر إلى منصة لرئاسته يطلق من خلالها قراراتٍ له، ويحتفل بإنجازاته، ويهاجم خصومه داخلياً وخارجياً.

توضح الإحصاءات عن موقع تويتر أنه منذ تأسيس ترامب حسابه في مارس ٢٠٠٩، وحتى يوم ١٩ يناير، أي قبل توليه المنصب الرئاسي رسمياً، شارك بأكثر من ٣٤ ألف تغريدة Tweet ورد Reply، وتابعه أكثر من ٢٠ مليون متابع، وحظي متوسط إعجابات بلغت أكثر من ٧٢ ألف إعجاب لتغريداته، في حين وصل معدل إعادة التغريد له من قبل جمهوره إلى ١٧ ألف إعادة تغريدة. (١)

وفي هذا الشأن ، صارت الصفحة الرسمية للرئيس الأمريكي دونالد ترامب على تلك تويتر نافذةً للإعلاميين لمتابعة تغريداته حول مختلف القضايا السياسية. وقد باتت تغريداته تثير جدلاً واسع النطاق حتى صارت الصحف تتناولها أولاً بأول بما فيها المواقع الإلكترونية لها.

## أولاً- مشكلة البحث:

ومما سبق، فإن مشكلة البحث تركز حول تقييم المعالجة الصحفية لتغريدات دونالد ترامب على تويتر، في إطار دراسة تحليلية مقارنة بين المواقع الإلكترونية



العربية والدولية، ومعرفة اتجاهات تلك المواقع نحو القضايا البارزة من خلال تغريداته، بالإضافة إلى التعرف على اتجاهات المواقع نحو مضمون تغريدات.

### ثانياً - أهمية البحث:

تنقسم أهمية البحث إلى أهمية علمية، وأهمية عملية وتطبيقية.

### الأهمية العلمية:

يعتبر إضافة في مجال تخصص علم الاتصال السياسي؛ إذ يعني بتغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على موقع التواصل الاجتماعي (تويتر).

### الأهمية العملية والتطبيقية:

يعتبر البحث إضافة عملية يمكن للمواقع الإلكترونية أن تستفيد من نتائجها.

### ثالثاً - أهداف البحث:

١- تحليل تناول المواقع الإلكترونية لتغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على تويتر.

٢- التعرف على اتجاهات المواقع الإلكترونية محل الدراسة في معالجتها لتغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على تويتر.

### رابعاً - الدراسات السابقة:

سوف يتم تناول عرض الدراسات السابقة من خلال المحور الآتي:

الدراسات الإعلامية التي اهتمت باستخدامات السياسيين لتويتر.

**1- Eun-JuLee, Hye-YonLee, Sukyoung Choi (2020): "Is the message the medium? How politicians' Twitter blunders affect perceived authenticity of Twitter communication"<sup>(2)</sup>**

استهدفت هذه الدراسة رصد أخطاء السياسيين التي يرتكبونها عبر تغريداتهم على تويتر، وكيف يمكن أن تؤثر على معتقدات الأفراد حول طبيعة التواصل من خلال تويتر عن طريق رصد ردود أفعالهم أيضًا تجاه تغريدات السياسيين. طبقت الدراسة على مرحلتين: المرحلة الأولى كانت على ٤٥٠ مبحوثًا، قاموا بتقييم أساليب التواصل التي يتبعها السياسيون عبر تويتر. أما المرحلة الثانية، فكانت على ٦٤٦ مبحوثًا، وكانت عبارة عن امتداد للمرحلة الأولى.

### أهم نتائج الدراسة:

أشارت النتائج إلى أن طبيعة الأخطاء التي يرتكبها السياسيون على تويتر والتي تلتفت انتباه المتابعين من الجمهور تؤدي إلى استخدام تويتر كمنصة للتواصل الحقيقي بين المتابعين سواء كانوا مؤيدين أو معارضين، فتغريدات السياسيون تزيد من فعالية حملات وسائل التواصل الاجتماعي من خلال خلق شكر ومظهر للتواصل الحقيقي.

### 2- Ikka Koironen, Aki Koivula, Teo Keipi, Arttu Saarinen (2019): "Shared contexts, shared background, shared values – Homophily in Finnish parliament members' social networks on Twitter"<sup>(3)</sup>

استهدفت الدراسة التركيز على الدوائر الاجتماعية للسياسيين في فنلندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتحديد العوامل التي تؤثر على شبكات العلاقات للبرلمانيين على تويتر، حيث إن ٨٠% منهم يستخدمون موقع تويتر، وذلك من خلال تحليل تغريداتهم وتعليقات الجمهور عليها.

### أهم نتائج الدراسة:

توجد علاقة ارتباطية بين البرلمانيين والمتابعين لهم على تويتر من حيث التأييد القائم على التوجهات السياسية المشتركة، وتقارب الخلفيات الثقافية بينهم،



وكذلك القيم والرؤى، وذلك بشكلٍ عام. كما لم يحظ البرلمانيون على نفس التأييد من قبل المتابعين لهم على تويتر، على الرغم من أنه لوحظ أن الشبكات الاجتماعية لهم مشتركة، أي أن المتابعين لأي برلماني هم نفس المتابعين لغيره من البرلمانيين.

### 3- Puva Grover, Arpan Kumar Kar, Yogesh K.Dwiredi, Marin Janssen (2019): "Polarization and acculturation in US Election 2016 outcomes – Can twitter analytics predict changes in voting preferences"(4)

استهدفت هذه الدراسة تحليل خطاب مستخدمي موقع تويتر إبان الانتخابات الرئاسية عام ٢٠١٦ لقياس مدى تعرضهم للاستقطاب السياسي عن طريق تويتر من أجل التأثير على قراراتهم الانتخابية والتأثير على سلوكهم وتوجيههم نحو موقف انتخابي معين. وتفترض الدراسة حدوث الاستقطاب السياسي وفقا للاختلافات في الحملات الانتخابية الإلكترونية. أهم نتائج الدراسة:

تُبنت صحة فرضية حدوث استقطاب سياسي عبر تويتر بشكل كبير، من قبل الحملات الإلكترونية الانتخابية. كما ثبت أن الناخبين يتأثرون بالحملات الانتخابية عبر تويتر، وفقا للاختلاف بين الحملات، مما يؤكد قوة التأثير الذي يحدثه موقع تويتر لدى الجمهور.

### 4- S.Weaver, Hywel Williams, Lulia Cioroianu, Mattew Williams, Travis Coan, Susan Banducci (2018): "Dynamic Social Media Affiliations among UK politicians".(5)

استهدف البحث عمل دراسة لسلوك السياسيين عبر تفاعلهم على موقع تويتر لمعرفة مدى اعتمادهم على الموقع كوسيلة إعلامية على اعتبار أن حدوث عملية



الاتصال السياسي من خلال الموقع في ازدياد. وركز البحث على دراسة دوائر العلاقات الاجتماعية الإلكترونية لأعضاء البرلمان، ولأعضاء البرلمان الأوروبي من المملكة المتحدة. واستغرقت الدراسة حوالي ١٧ شهرًا خلال عامي ٢٠١٥ و ٢٠١٦. **أهم نتائج الدراسة:**

وجود تطور مستمر في بناء دوائر العلاقات الاجتماعية للبرلمانيين عبر تويتر مع مرور الوقت. بنية الشبكة الاجتماعية المتطورة تظهر حالات انتماء متكررة بين السياسيين لموقع تويتر، وذلك بناء على تحليل مضمون نصوص التغريدات. كما أظهرت النتائج أن مضمون التغريدات يكون بناء على الأحداث السياسية الكبرى، والنواحي الأيديولوجية للبرلمانيين والتوتر داخل الأحزاب إبان الانتخابات البرلمانية. وبناء على تحليل مضمون التغريدات، فإن ذلك التوتري يحدث للبرلمانيين وتعبير عنه تغريداتهم يعبر عن أيديولوجيتهم بغض النظر عن انتماءاتهم الحزبية.

#### **5- Peter L.Francia (2018): " Free Media and Twitter in the 2016 Presidential Election: The Unconventional Campaign of Donald Trump"(6)**

تتناول تلك الأطروحة نتيجة الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ٢٠١٦، والتي شهدت فوز دونالد ترامب ليصبح الرئيس الخامس والأربعين للولايات المتحدة الأمريكية، متجاوزًا بذلك كل التوقعات. وقد أشار المراقبون السياسيون أن أحد أسباب نجاح ترامب في الانتخابات يرجع لتركيزه على استخدام تويتر كوسيلة مجانية واستفادته منها.

#### **أهم نتائج الدراسة:**

كشفت نتائج استطلاعات الرأي أن ترامب سيطر بالفعل على سوق وسائل الإعلام غير المدفوعة. ولم يُمكن للدراسة تقديم ادعاءات سببية حول ما إذا كان استخدام ترامب لوسائل الإعلام المجانية الحرة مثل تويتر كانت الأساس وراء فوزه أم



لا، حتى وإن كانت استطلاعات الرأي أظهرت أنه سيطر على سوق وسائل الإعلام المجانية. وقد أشارت النتائج إلى أن بعض الشروط الأساسية اللازمة في استخدام موقع تويتر كانت متوفرة إبان انتخابات عام ٢٠١٦، بل وكانت مفيدة في تقديم المزيد من التحليل والتنبؤ بالنتائج المستقبلية.

#### 6- Jayeon Lee, Weiai Xu (2018): "The more attacks, the more retweets: Trump's and Clinton's agenda setting on Twitter"<sup>(7)</sup>

استهدفت هذه الدراسة المساهمة في تطبيق نظرية وضع الأجندة وتنفيذ أدبيات الحملات السياسية عن طريق فحص تغريدات المرشحين، وتأثيرها على ردود أفعال الناخبين في خضم الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ٢٠١٦. استغرقت الفترة الزمنية للدراسة ٣ شهور، تم خلالهم عمل تحليل لمضمون تغريدات كل من دونالد ترامب وهيلاري كلينتون، ووصل عدد التغريدات إلى ١٥٧٥ تغريدة. أهم نتائج الدراسة:

٥٠% من إجمالي التغريدات كانت عبارة عن شن هجوماً ضد المرشح الآخر. وقد كان لهذا الهجوم فعالية كبيرة، إذ تم الضغط على علامة Favorite، أي اختيار التغريدات كأفضل تغريدات بالإضافة إلى إعادة نشرهم Retweeting. كما عكست تغريداتهم أولويات الموضوعات التي تناولوها على المواقع الإلكترونية لحملاتهم الانتخابية.

أظهرت النتائج أن ترامب قد ركز في تغريداته على موضوع "الانحياز الإعلامي" بالإضافة إلى اتهامه لحملة كلينتون الانتخابية بالكذب والخداع والتضليل. عدد تغريدات كلينتون كانت ضعيف عدد تغريدات ترامب. بينما تغريدات ترامب صنفت الأفضل من قبل المتابعين وأعيد نشرها أكثر مما حدث مع تغريدات كلينتون، وذلك ثلاث مرات تغريدات كلينتون.

## التعليق على الدراسات السابقة:

توصل الباحث إلى مجموعة من الدراسات الأجنبية السابقة التي تناولت استخدامات السياسيين لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد وجد الباحث في الدراسات السابقة التي استعان بها عدة جوانب ترتبط بتلك الدراسة الحالية، وفي ضوء تلك الدراسات لاحظ الباحث الآتي:

- ١- استخدمت معظم الدراسات السابقة أداة تحليل المضمون أيًا كان هدف الدراسة.
- ٢- وفيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي، فقد اهتمت الدراسات السابقة بدراسة استخدام السياسيين لتلك المواقع بخصوص موضوعات عدة مثل الانتخابات، وقد استعان الباحث على وجه الخصوص بالدراسات التي بينت استخدام الأحزاب السياسية والسياسيين لمواقع التواصل الاجتماعي، خصوصًا تويتر.
- ٣- عمدت وسائل الإعلام إلى وضع الموضوعات السياسية في أطر إعلامية معينة في معالجتها لها.
- ٤- إن الأحداث والتغيرات السياسية تفرض نفسها على تناول وسائل الإعلام لها ومعالجتها وتناول أخبارها.

## خامسًا- تطبيق نظرية الأطر الإخبارية في البحث:

### تعريف الأطر الإخبارية:

نظرية الأطر الإخبارية هي إحدى نظريات التأثير في مجال الاتصال السياسي . وهي أسلوب عام في معالجة المواضيع عن طريق وسائل الإعلام؛ فوسائل الإعلام تقوم باختيار موضوع ما وإبراز جوانب معينة فيه؛ وإغفال جوانب أخرى، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقييم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها، وذلك من خلال اختيار أطر إعلامية تؤثر على بروز الموضوع أو القضية<sup>(٨)</sup>.



## الفرض الأساسي لنظرية تحليل الأطر الإخبارية:

تفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهها من خلال وضعها في إطار Frame يحددها وينظمها ويُضفي عليها قدرًا من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى. فالإطار الخبري هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة<sup>(٩)</sup>.

## توظيف نظرية تحليل الأطر الإخبارية في البحث:

يوظف البحث نظرية تحليل الأطر الإخبارية على مستوى الدراسة التحليلية، حيث يقوم الباحث برصد أبرز أنواع الأطر وتحليلها وتصنيفاتها التي قدمتها معالجة المواقع لتغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على تويتر واستخراج تلك الأطر وإخضاعها للتحليل الكمي.

## سادسًا - تساؤلات البحث:

١- ما الأطر التي ركزت عليها المواقع الإلكترونية في معالجتها لتغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب؟

٢- ما اتجاه معالجة كل موقع من المواقع الإلكترونية محل البحث لمضمون تغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب؟

## سابعًا - فروض البحث:

توجد اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية بين أطراف المعالجة الإخبارية للمواقع العربية والدولية لتغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب بناء على المتغيرات التالية:

١- انتماء المواقع وفقا للاتجاهات.

٢- طبيعة القضايا التي تعالجها.

٣- الأطر الإخبارية المستخدمة في المعالجة.

ثامناً - الإجراءات المنهجية للبحث:

١- نوع البحث:

ينتمي البحث إلى نوع الدراسات الوصفية، حيث ترتبط بمشكلة جديدة لم يُسبق دراستها ولا تتوفر بيانات ومعلومات كافية عنها.

٢- منهج البحث:

يعتمد البحث على المنهج المقارن في المقارنة بين المواقع الإلكترونية.

٣- مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في تغريدات الرئيس الأمريكي ترامب على تويتر بالمواقع الإلكترونية العربية والدولية.

٤- عينة البحث:

وبناء على ملاحظة الباحث الشخصية لمدة شهر لمضمون مجموعة من المواقع الإلكترونية، فإن الباحث قد اختار مواقع إلكترونية معينة، بناء على سهولة التعامل معها والإبحار فيها أكثر من غيرها، وذلك لتحليل مضمون معالجتها لقضايا كان ترامب قد تناولها في تغريداته على تويتر. وقد لاقت تلك القضايا جدلاً دولياً، وكانت الولايات المتحدة طرفاً فيها، وفيما يلي نوضح عينة المواقع:



## عينة المواقع حسب ملاحظة الباحث:

١- بوابة الأهرام الإلكترونية.

٢- موقع قناة الحرة الأمريكية.

واستبعد الباحث عينة المواقع الأعلى تصنيفاً حسب تصنيف موقع أليكسا<sup>(١٠)</sup> لأنه بالرجوع للأرشيف وجد الباحث صعوبة في الوصول لتناولهم لتغريدات ترامب، وبالتالي استبعدها الباحث من عينة الدراسة، وكانت تلك المواقع كالاتي:

١- موقع النيويورك تايمز

٢- موقع الواشنطن بوست

٣- موقع USatoday

وذكر الباحث هذا الإجراء - أي الخاص بموقع أليكسا - للتأكيد على أسباب اعتماد الباحث على العينة المذكورة سابقاً.

٥- أداة جمع بيانات البحث:

يعتمد الباحث في أطروحته التحليلية المقارنة على أداة تحليل المضمون الكمي.

٦- قياس صدق وثبات التحليل:

بالنسبة لقياس صدق التحليل وصحته، قام الباحث بعرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في مجالي الإعلام والإحصاء وعلم النفس وعلم الإعلام الاجتماع<sup>(\*)</sup> في الجامعات المصرية والعربية، وذلك بهدف التعرف على مدى صلاحية استمارة التحليل للتطبيق بإجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم التعديل بناءً على الملاحظات والمقترحات التي أبدوها.

أما بالنسبة لقياس ثبات التحليل، فقد قام الباحث باتباع أسلوب إعادة الاختبار Re-test، حيث تم إعادة تحليل عينة من المضمون بواسطة باحث آخر (\*\*\*)، وذلك للتعرف على اتساق المواد الصحفية بواقع ١٠% من حجم العينة الأصلي تقريباً، ثم تم حساب معامل الثبات هولستي؛ لقياس درجة الاتساق في التحليل حيث معامل الثبات هولستي (ت ٢)/(ن ١-٢).

حيث ت ٢ = عدد الحالات التي يتفق عليها الباحثان، ن ١ = عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الأول، ن ٢ = عدد الحالات التي توصل إليها الباحث الثاني. وقد أشارت معاملات الارتباط إلى الاتفاق في تحليل فئات المضمون، حيث بلغ معامل الثبات ٠,٨٥%، وتدل هذه النسبة على ثبات التحليل بدرجة عالية.

#### ٧- المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الأطروحة التحليلية، سيقوم الباحث بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science.

#### ٨- الإطار الزمني للتطبيق على عينة البحث:

تم عمل تحليل شامل يومي للمعالجة الصحفية التي قام بها كل موقع من المواقع عينة الدراسة (بوابة الأهرام الإلكترونية، موقع قناة الحرة الأمريكية) لمدة ستة شهور تالية على تحكيم الاستمارة من السادة المحكمين، والتي بدأت من ١٠ يونيو ٢٠١٩ حتى ١٠ ديسمبر ٢٠١٩.



## الاستخدامات السياسية لتويتر:

### ١. استخدام تويتر في الدعاية السياسية:

تطور موقع تويتر كثيراً خلال السنوات القليلة الماضية، ولم يعد مجرد أداة تواصل شخصي بين الأصدقاء، بل أصبح نافذة يطل منها مشاهير السياسيين والكتاب والرياضيين وغيرهم مع جمهورهم، كما أصبح منصة إعلامية يتسابق من خلالها الصحفيون مع المدونين في تسجيل السبق، وأصبح منصة تسويقية تحقق الكثير من الفائدة لمن يعرف كيف يستخدمها بشكل سليم. ومن الأمور اللافتة للنظر أن تويتر دأب دائماً على إضافة إمكانيات جديدة لمستخدميه؛ ولذلك صار موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" يتيح الفرصة للجميع للقيام بمسؤولياتهم المنوطة بهم داخل المجتمع<sup>(١١)</sup>.

وخلال الأعوام الأخيرة كان استخدام كل من النخب السياسية، والصحفيون، والأفراد لموقع تويتر كمؤشر للاتجاهات السياسية، ومعرفة حجم تأثير الحملات الدائرة على حالة الحوار بين رواد الموقع، واكتشاف إذا كان لهذا الحوار تأثيراً على النتائج الانتخابية. ويزعم الباحثون أن تويتر يُمكن أن يُستخدم كأداة للاتصال السياسي، خاصةً إبان الانتخابات<sup>(١٢)</sup>. وهذا ما أكدته دراسة سابقة وهي Puva Grover وآخرين<sup>(١٣)</sup> من وجود استقطاب سياسي للناخبين عن طريق تويتر إبان الانتخابات الرئاسية عام ٢٠١٦.

فإن تأثير المنافسة على تويتر كان أقوى من تأثير المجموعات الأخرى مثل الفاعلين السياسيين والعوام. وحسب دراسة سابقة<sup>(١٤)</sup>، فإنه يتم استخدام تويتر كوسيلة مُثلى في الاتصال السياسي؛ فإن أكبر استخدام لتويتر في الانتخابات السياسية كان



لنشر المقترحات السياسية من قبل الأحزاب السياسية من خلال التغريدات المستخدمة في الدعاية السياسية، والتي اتسمت بالصعوبة في فهمها وحل شفرتها. إلا إن إحدى الدراسات<sup>(١٥)</sup> بينت أنه لم يكن لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وتويتر بشكل خاص تأثير قوي في الدعاية الانتخابية، ومن ثم في نتائج الانتخابات. وبينت نفس الدراسة أن رجال السياسة يستخدمون تويتر بشكل نشط، إلا إن استخدامهم لتويتر يتفاوت من شخص لآخر في الاتصال السياسي<sup>(١٦)</sup>.

وما يدعم أسباب إجراء البحث الحالي، ما أظهرته إحدى الدراسات<sup>(١٧)</sup> من الاهتمام الدولي التي تحظى به الانتخابات الأمريكية، وهذا ما حدث مع الرئيس السابق باراك أوباما، وقد سعت نفس الدراسة السابقة إلى التعرف على تأثير استخدام حملة أوباما الانتخابية لوسائل التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا الاتصال على المواطنين وعملية المشاركة السياسية في الديمقراطية والتحول من عملية ضم المواطنين إلى الحملة إلى عملية التعريف بالحملة للكثير من المواطنين. وأوضحت الدراسة أن أوباما كرئيس أمريكي حظى بالكثير من الدعم والتأييد من الملايين كنتيجة استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة تويتر، كما إن حادث تنصيب أوباما كرئيس للجمهورية قد تم تصويره بشكل إنساني كبير على مواقع التواصل الاجتماعي لكسب مزيد من التأييد للرئيس الجديد وذلك على موقع البيت الأبيض على الإنترنت، كما تؤكد نتائج الدراسة أن حلول المشكلات التي كان يطرحها الرئيس تتم عبر طرحها على الساحة الإلكترونية، حيث يبدأ المشاركون من الأفراد العاديين وضع رؤيتهم لحلول لتلك القضايا وغالبًا ما يؤخذ بالصحيح منها.

ومما يبين حجم تأثير موقع تويتر عند الجمهور، فإن إحدى الدراسات<sup>(١٨)</sup> بينت أن الحزب الفائز في الانتخابات هو أكثر حزب أثر في الرأي العام من خلال



استخدامه لتويتر. فبالنظير، فإن تلك الدراسة تتفق مع الدراسة التي بينت حجم تأثير أوباما لتويتر، وتأكيدًا لدوافع الدراسة الحالية حول تحليل استخدام ترامب لموقع تويتر في اتصاله السياسي. كما يوفر موقع تويتر الإمكانية للحملات السياسية والمرشحين لجعل المستخدمين يتابعونهم باستمرار من خلال رسائل قصيرة في تغريداتهم تضع المرشح في إطار إنساني لكونه - أي تويتر- يوفر للمواطن مناحًا للمشاركة الديمقراطية<sup>(١٩)</sup>.

## ٢. استخدام تويتر في العلاقات الدولية:

كما إن الاتصال السياسي غير مقتصر على الدعاية السياسية للانتخابات فحسب، بل إنها تصل إلى مستوى العلاقات الدولية كذلك، وهذا ما تقوم عليه الدراسة الحالية أيضًا؛ إذ أظهرت دراسة سابقة<sup>(٢٠)</sup> مدى قوة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الدولية؛ إذ تعتبر وسيلة تُسهم في الحراك السياسي، نحو الموضوعات المحلية، والإقليمية، والعالمية. كما تمثل قوة سياسية ناعمة تستخدم كأحدى أذرع السلطة السياسية الحاكمة. فقد ركزت دراسة علمية على التأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الدولية، وذلك من خلال نشر مبادئ الليبرالية، والتشجيع على حرية الرأي والتعبير والحوار على مستوى العالم. وأوضحت الدراسة أن تلك المواقع تعتبر بمثابة دبلوماسية رقمية. وقد أوصت إلى ضرورة إجراء دراسات علمية حولها لصالح الحكومات؛ كون تلك المواقع تعتبر من أدوات صنع القرار السياسي<sup>(٢١)</sup>.

## توظيف تويتر في السياسة الأمريكية:

بدأ ترامب سيل تغريداته الرئاسية بعد أقل من ساعة من تنصيبه رئيسًا في ٢٠ يناير من عام ٢٠١٧، ومنذ ذلك الحين تركزت تغريداته على الهجوم اللاذع لخصومه

من الحزب الديمقراطي ولمعارضيه من الحزب الجمهوري وغير ذلك مما يتعلق بالسياسة الدولية وبعض ملفات الشئون الداخلية. فخلال عام ٢٠١٧، نشر ترامب أكثر من ٢٤٨٩ تغريدة على تويتر غيرت من طريقة تغطية الصحفيين لأخبار البيت الأبيض، كما غيرت من طريقة تعامل الأمريكيان مع رئيسهم الجديد بعد أن أصبحوا قادرين على التعرف بشكل فوري ومباشر على أفكاره وتوجهاته السياسية من خلال تغريداته الذي سجل فيها تقريباً كل كبيرة وصغيرة خلال عامه الأول من اعتلاء كرسي البيت الأبيض<sup>(٢٢)</sup>.

### نتائج الدراسة التحليلية:

إطار تغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على تويتر، كما عالجت المواقع العربية والدولية الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة تغريدات ترامب على مستوى المواقع إجمالاً.

### جدول رقم (١)

#### الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة تغريدات ترامب إجمالاً

الإجمالي	المواقع الدولية		المواقع العربية		الفنون الصحفية
	ك	%	ك	%	
٤٥.٢	٦١	٣١,٨	١٤	٥١,٦	٤٧
٤٢.٩	٥٨	٤٧,٧	٢١	٤٠,٧	٣٧
٦.٦٦	٩	٩,١	٤	٥,٥	٥
٥.١	٧	١١,٤	٥	٢,٢	٢
١٠٠	١٣٥	١٠٠,٠	٤٤	١٠٠,٠	٩١

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج ، من أهمها:

١- بلغ عدد المواد الصحفية بالمواقع عينة الدراسة والتي عالجت تغريدات ترامب على تويتر ١٣٥ مادة خبرية.



٢- الخبر الصحفي هو أكثر الفنون الصحفية المستخدمة في معالجتها لكل القضايا، على مستوى مواقع عينة الدراسة بنسبة ٤٥,٢%، يليه التقرير الصحفي بنسبة ٤٢,٩%، ثم القصة الخبرية بنسبة ٦,٦٦%، وأخيراً التحليل الخبري بنسبة ٥,١%.

٣- اعتمدت بوابة الأهرام على الخبر الصحفي في المقام الأول في معالجتها لتغريدات ترامب بنسبة ٥١,٦%.

٤- اعتمد موقع قناة الحرة الأمريكية على التقرير الصحفي أيضاً في المرتبة الأولى بنسبة ٤٧,٧%.

المصادر التي اعتمدت عليها المواقع في معالجتها لتغريدات دونالد ترامب

#### جدول رقم (٢)

مدى الاستعانة بكل نوع من المصادر الصحفية كمصدر للمعلومات في معالجة تغريدات ترامب

المحرر	المواقع العربية		المواقع الدولية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%		
نعم	٣	٣,٣	-	-	٣	٢
لا	٨٨	٩٦,٧	٤٤	١٠٠	١٣٢	٩٨
إجمالي	٩١	١٠٠	٤٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠
وكالات الأنباء	بوابة الأهرام الإلكترونية		قناة الحرة الأمريكية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%		
نعم	٨٤	٩٢,٣	٢٢	٥٠	١٠٦	٧٨,٥
لا	٧	٧,٧	٢٢	٥٠	٢٩	٢١,٥
إجمالي	٩١	١٠٠	٤٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠
وسائل الإعلام	بوابة الأهرام الإلكترونية		قناة الحرة الأمريكية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%		
نعم	٢	٢,٣	٥	١١,٤	٧	٥,٢
لا	٨٩	٩٧,٨	٣٩	٨٨,٦	١٢٨	٩٤,٢
إجمالي	٩١	١٠٠	٤٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها:

بالنسبة لبوابة الأهرام الإلكترونية:

اعتمدت بوابة الأهرام الإلكترونية على ثلاث وكالات للأنباء بشكل أساسي هم (أ.ف.ب - رويترز - الألمانية) في كل المواد الصحفية باستثناء موضوع مقتل الرجل الثاني في تنظيم داعش والذي عالجه بوابة الأهرام مرتين، اعتمدت في مرة على وكالة الأنباء رويترز<sup>(٢٣)</sup>، وفي المرة الثانية على المحرر الصحفي أحمد عادل<sup>(٢٤)</sup>. بينما اعتمدت على المحرر الصحفي أحمد نصار في معالجة التغريدة الخاصة بالعلاقة مع مصر<sup>(٢٥)</sup>. مما يبين أن اعتماد البوابة على العنصر البشري أقل من اعتمادها على الوكالات التي تستعين بها في تغطية أخبار تغريدات ترامب.

بالنسبة لموقع قناة الحرة الأمريكية:

معظم المواد المنشورة على الموقع لم تعتمد على مصادر صحفية ولم تذكر أي مصدر، وكانت الاستعانة بوكالات الأنباء فقط فيما يتعلق بالصور المصحوبة للمواد الصحفية مثل (أ.ف.ب - رويترز - AP).

نوع الصور المستخدمة بالنسبة لكل موقع:

جدول رقم (٣) نوع الصور المستخدمة كعناصر إبراز بالنسبة لكل موقع

الإجمالي		المواقع الدولية		المواقع العربية		نوع الصور
		قناة الحرة الأمريكية		بوابة الأهرام الإلكترونية		
%	ك	%	ك	%	ك	
٧٩.٣	١٠٧	٥٢,٥	٢١	٩٥,٦	٨٦	شخصية
١٧	٢٣	٤٧,٥	١٩	٤,٤	٤	موضوعية
٣.٧	٥	٩.١	٤	١.١	١	تجمع بين الشخصية والموضوعية
١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي



### تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها:

- ١- استخدمت بوابة الأهرام الإلكترونية الصور الشخصية بنسبة ٩٥,٦% والصور الموضوعية بنسبة ٤,٤%، في حين لم تستخدم النوعين معاً.
- ٢- أما بالنسبة لموقع قناة الحرة الأمريكية، فقد استخدم الصور الشخصية ٥٢,٥%، والموضوعية بنسبة ٤٧,٥%.

يتضح من النتائج السابقة أن استخدام الصور الشخصية كانت الأكثر استخداماً من حيث النوع، في مقابل الصور الموضوعية أو الجمع بين الصور الشخصية والموضوعية؛ لأن المواقع تركز على الأشخاص التي تتناولهم المادة الصحفية، وغالبية الصور الشخصية كانت من نصيب الرئيس الأمريكي نفسه.

مدى وجود وصلات لتحقيق سلاسة الإبحار بين كل موقع وبين تويتر

جدول رقم (٤)

مدى وجود وصلات بين كل موقع وبين تويتر لتحقيق سلاسة الإبحار

الإجمالي		قناة الحرة الأمريكية		بوابة الأهرام الإلكترونية		
ك	%	ك	%	ك	%	
٣٣	٢٤.٤	٣٣	٧٥	-	-	نعم
١٠٢	٧٥.٦	١١	٢٥	١٠٠	٩١	لا
١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	١٠٠	٩١	إجمالي

### تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها:

- ١- استخدم موقع قناة الحرة الأمريكية الوصلات بنسبة ٧٥%.
- أ- وتؤكد تلك النتيجة على إبداء أكبر اهتمام بتغريدات ترامب مما يجعل الموقع يهتم بتوصيل القارئ بالتغريدة الاصلية على موقع تويتر، ويتفوق

الموقع في ذلك على باقي المواقع في الاهتمام بوجود الوصلات كعنصر إضافي في المعالجة الصحفية كعامل جذب للقاريء.

٢- في حين لم تستخدمها بوابة الأهرام الإلكترونية على الإطلاق، فالموقع لم يهتم بتوصيل القاريء للتغريدة الأصلية واكتفى في المعالجة الصحفية بنشر المعلومة فقط دون الاهتمام بتفاصيل شكلية أخرى خاصة بالتقنيات الحديثة.

استخدام كل موقع للأطر الإخبارية في المعالجة الصحفية لتغريدات ترامب

جدول رقم (٥)

توظيف كل موقع للأطر الإخبارية في المعالجة الصحفية

الإجمالي	المواقع الدولية		المواقع العربية		مدى وجود الأطر	نوع الأطر
	قناة الحرة الأمريكية		بوابة الأهرام الإلكترونية			
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٧.٨	٥١	٣٤,١	١٥	٣٩,٦	٣٦	نعم
٦٢.٢	٨٤	٦٥,٩	٢٩	٦٠,٤	٥٥	لا
١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي
١٨.٥	٢٥	٢٠,٥	٩	١٧,٦	١٦	نعم
٨١.٥	١١٠	٧٩,٥	٣٥	٨٢,٤	٧٥	لا
١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي
٨.٩	١٢	٢٠,٥	٩	٣,٣	٣	نعم
٩١.١	١٢٣	٧٩,٥	٣٥	٩٦,٧	٨٨	لا
١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي
٣٦.٣	٤٩	٢٩,٥	١٣	٣٩,٦	٣٦	نعم
٦٣.٧	٨٦	٧٠,٥	٣١	٦٠,٤	٥٥	لا
١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي



## تابع جدول رقم (٥)

## توظيف كل موقع للأطر الإخبارية في المعالجة الصحفية

٤٦.٧	٦٣	٥٠	٢٢	٤٥,١	٤١	نعم	إطار المسئولية
٥٣.٣	٧٢	٥٠	٢٢	٥٤,٩	٥٠	لا	
١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي	إطار التعاون
٢٠.٨	٢٨	١١,٤	٥	٢٥,٣	٢٣	نعم	
٧٩.٢	١٠٧	٨٨,٦	٣٩	٧٤,٧	٦٨	لا	
١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي	

## تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج، من أهمها:

يعود استخدام الأطر الإخبارية إلى مضمون المعالجة الصحفية التي تمت لتغريدات ترامب بناء على الأحداث السياسية التي تمت على مستوى القضايا الرئيسية الثلاثة (الشرق الأوسط، والعلاقت الخارجية، والشئون الداخلية)، ويعرض الباحث، فيما يلي، بيانات الجدول السابق، ثم يناقش تفاصيلها:

## بالنسبة لبوابة الأهرام الإلكترونية:

استخدمت بوابة الأهرام الإلكترونية إطار المسؤولية في المرتبة الأولى بنسبة ٤٥,١%، من بين بقية الأطر التي استخدمتها البوابة. يليها في المرتبة الثانية استخدام إطار الصراع وإطار النتائج الاقتصادية كلاهما بنسبة ٣٩,٦%، واستخدمت إطار التعاون بنسبة ٢٥,٣%، بينما استخدمت الأطر الأخلاقية بنسبة ١٧,٦%، وأخيرا إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة ٣,٣%.

وتدل تلك النتيجة على تركيز بوابة الأهرام الإلكترونية على قضية أوكرانيا التي جاء الاهتمام بها في المرتبة الأولى والتي استخدمت إطار المسؤولية في المرتبة الأولى في الأغلب، ويليه إطار الصراع، حيث احتوت أغلب أنواع القضايا على صراعات بين ترامب وبين الديمقراطيين أو وسائل الإعلام أو بعض النظراء من



رؤساء الدول الأخرى مثل الرئيس الصيني والمرشد الأعلى الإيراني على سبيل المثال. وكان الصراع حول سياسة ترامب، وكان ترمب يبرر سياساته بناء على دوافع اقتصادية تحقيقاً لمصالح أمريكا الاقتصادية (إطار النتائج الاقتصادية). وإطار التعاون ارتبط بالعلاقات الخارجية في الأغلب؛ نظراً لطبيعتها، وتدل تلك النتيجة على اهتمام بوابة الأهرام بالعلاقات الخارجية للولايات المتحدة، وخاصة وأن بوابة الأهرام هي الموقع الوحيد الذي تناول العلاقة بين مصر والولايات المتحدة الأمريكية رغم أن تغريدة ترامب احتوت على صورة لترامب مع الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي، وكان اتجاه ترامب نحوها إيجابياً، ومع ذلك لم يتناولها أي موقع آخر.

#### بالنسبة لموقع قناة الحرة الأمريكية:

جاء استخدام إطار المسؤولية في المرتبة الأولى بنسبة ٥٠% من بين بقية الأطر المستخدمة داخل الموقع في معالجة تغريدات ترامب. تلاه إطار الصراع بنسبة ٣٤,١%، ثم إطار النتائج الاقتصادية بنسبة ٢٩,٥%، وتساوى كل من إطار الاهتمامات الإنسانية مع الأطر الأخلاقية بنسبة ٢٠,٥% لكل منهم، في حين جاء إطار التعاون في المرتبة الأخيرة بنسبة ١١,٤%. أما عن إطار المسؤولية، فكان في الأغلب حول تولي أشخاص لمناصب أو إقالتهم، وبالنسبة لإطار الصراع فكان يتعلق بهجوم ترامب على وسائل الإعلام.

#### اختبار فروض البحث:

وجود اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية بين أطراف المعالجة الإخبارية للمواقع العربية والدولية لتغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب بناء على المتغيرات التالية:

١- انتماء المواقع بناء على الاتجاهات.

٢- طبيعة القضايا التي تعالجها.



## ٣- الأطر الإخبارية في المعالجة.

أولاً- توجد اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية بين أطراف المعالجة الإخبارية وانتماء كل طرف بناء على الاتجاهات

## الجدول رقم (٦)

الاختلاف بين أطراف المعالجة الإخبارية  
وانتماء كل طرف بناء على الاتجاهات

الموقع	اتجاه الموقع	قضايا الشرق الأوسط		العلاقات الخارجية		الشئون الداخلية		الإجمالي		كا	درجة الحرية	مستوى المعنوية
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
بوابة الأهرام الإلكترونية	إيجابي	-	-	١	٣,٢	١	١,٩	٢	٢,٢	٣,٢٣٨	٤	٠,٥١٩
	سلبي	١	١٢,٥	٨	١٥,٤	١٠	١١	١١				
	محايد	٧	٨٧,٥	٢٩	٩٣,٥	٤٣	٨٢,٧	٧٩	٨٦,٨			
	إجمالي	٨	١٠٠	٣١	١٠٠	٥٢	١٠٠	٩١	١٠٠			
موقع قناة الحرة الأمريكية	إيجابي	-	-	-	-	١	٣	١	٢,٣	٣,٨١٨	٤	٠,٤٣١
	سلبي	-	-	٢	٢,٠	١	٣	٣	٦,٨			
	محايد	١	١٠٠	٨	٨٠	٣١	٩٣,٩	٤٠	٩٠,٩			
	إجمالي	١	١٠٠	١٠	١٠٠	٣٣	١٠٠	٤٤	١٠٠			

بالنسبة لبوابة الأهرام الإلكترونية:

١- لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين بوابة الأهرام الإلكترونية وبين وجود اتجاه لها في معالجة تغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على تويتر؛ وذلك لأن قيمة كا=٣,٢٣٨، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية=٠,٥١٩.

## وتدل تلك النتيجة على ما يلي:

أ- التزام البوابة بالمهنية في المعالجة الإخبارية مما أفرز عدم وجود علاقة بين الموقع وبين المعالجة وأن الموقع لم يوجه المعالجة نحو أي توجه.

ب- التزام الموقع بسياسة الدولة المصرية التي ينتمي إليها، وسياسة الدولة سياسة معتدلة نحو إدارة الرئيس الأمريكي ترامب، فهي ليست سلبية وليست إيجابية.

٢- بالنسبة لاتجاه معالجة البوابة نحو التغريدات الخاصة بقضايا الشرق الأوسط، جاء الاتجاه المحايد في المرتبة الأولى بنسبة ٨٧,٥%، والاتجاه السلبي بنسبة ١٢,٥%، ولم يكن هناك أي اتجاه إيجابي على الإطلاق.

٣- أما بالنسبة لاتجاه معالجتها نحو التغريدات الخاصة بالعلاقات الخارجية، جاء الاتجاه المحايد كذلك في المرتبة الأولى بنسبة ٩٣,٥%، وتساوى الاتجاه الإيجابي والسلبي للبوابة في معالجتها لموضوعات العلاقات الخارجية بنسبة ٣,٢%.

٤- أما بالنسبة لاتجاه معالجتها نحو التغريدات الخاصة بالشئون الداخلية، جاء الاتجاه المحايد كذلك في المرتبة الأولى بنسبة ٨٢,٧%، والاتجاه السلبي في المرتبة الثانية بنسبة ١٥,٤%، والاتجاه الإيجابي في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ١,٩%.

وفي هذا الصدد، توضح النتائج أنه إن كان اتجاه البوابة الأول هو الاتجاه المحايد نحو كل القضايا، بما في ذلك قضايا الشرق الأوسط، فالباحث يرى أن ذلك يرجع لسياسة البوابة التحريرية وشخصيتها، أو ربما لسياسة الدولة المصرية المتوازنة نحو كل القضايا على الساحة السياسية، ولكن على الرغم من ذلك، فإن النتائج تشير إلى وجود اتجاه سلبي



في المرتبة الثانية نحو التغريدات الخاصة بالشرق الأوسط، ولم يكن هناك اتجاه إيجابي، وهذا يُعد مؤشراً إيجابياً في حد ذاته على وجود رفض لسياسات ترامب نحو قضايا الشرق الأوسط، وهذا هو المعبر عن انتماء البوابة للمنطقة التي تتواجد بها، حتى وإن كان الاتجاه المحايد جاء في المركز الأول، والسلبى في المركز الثاني، فهذا يدل على التزام البوابة بقواعد المهنية في تناول الصحفي؛ نظراً لأن المواد الخبرية كانت الأساس في المعالجة وليست مواد الرأي وفقاً لنظرية الأطر الإخبارية.

### بالنسبة لموقع قناة الحرة الأمريكية:

١- لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين موقع قناة الحرة الأمريكية وبين تكوين اتجاه له في معالجة تغريدات ترامب؛ وذلك لأن قيمة  $\chi^2 = 3,8185$ ، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $= 0,0431$ .

٢- بالنسبة لقضايا الشرق الأوسط، كان الاتجاه محايد بنسبة ١٠٠%، وغاب الاتجاه السلبى والإيجابى. أما بالنسبة للعلاقات الخارجية، فكان اتجاه المعالجة المحايد بنسبة ٨٠%، أما الاتجاه السلبى، فكان بنسبة ٢٠%، ولم يكن هناك أي اتجاه إيجابى. بالنسبة للشئون الداخلية، فكان الاتجاه المحايد بنسبة ٩٣,٩%، وتساوى الاتجاه السلبى مع الاتجاه الإيجابى بنسبة ٣% لكل منهما.

٣- الجدير بالذكر، تعرض موقع قناة الحرة الأمريكية لفترة توقف بدأت في الثلث الأخير من شهر سبتمبر ٢٠١٩، مما كان له انعكاس على نتيجة المعالجة، ومن ثم الخروج بنتيجة واضحة حول انتماء الموقع.

## خلاصة النتائج السابقة ما يلي:

لا توجد علاقة بين انتماء كل من بوابة الأهرام الإلكترونية، وموقع قناة الحرة الأمريكية ووجود اتجاهٍ لهما في معالجة تغريدات ترامب حول مجمل طبيعة القضايا التي تناولها في تغريداته، ومن ثم لا توجد اختلافات بين كلا الموقعين فيما يتعلق بوجود اتجاه لهما في معالجة تغريدات الرئيس الأمريكي.

تؤكد النتائج الخاصة بالجدول رقم (٦) ثبوت صحة المتغير الأول جزئياً القائل بوجود اختلافات بين أطراف المعالجة الإخبارية وانتماء كل طرف بناء على الاتجاهات.

ثانياً- توجد اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية بين أطراف المعالجة الإخبارية وبين طبيعة القضايا

### جدول رقم (٧)

الاختلافات بين أطراف المعالجة الإخبارية بناء على طبيعة القضايا

طبيعة القضايا	المواقع العربية		المواقع الدولية		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
قضايا الشرق الأوسط	٨	٨,٨	١	٢,٣	٩	٦,٦
العلاقات الخارجية	٣١	٣٤,١	١٠	٢٢,٧	٤١	٣٠,٤
شئون داخلية	٥٢	٥٧,١	٣٣	٧٥	٨٥	٦٣
إجمالي	٩١	١٠٠	٤٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

٢٤٤ = ٧,٧٩٩ درجة الحرية = ٦ مستوى معنوية = ٠,٢٥٣



تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أطراف المعالجة الإخبارية وبين طبيعة القضايا التي تركز عليها لأن قيمة  $\chi^2 = 7,799$ ، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $\alpha = 0,05$ . وتدل تلك النتيجة على الآتي:

- أ- عدم وجود اختلافات بين أطراف المعالجة الإخبارية وبين طبيعة القضايا.
- ب- تلك النتيجة تتماشى مع نتيجة الجدول رقم (٦) من حيث أن طبيعة القضايا لم تؤثر على اتجاه المواقع الإلكترونية (بوابة الأهرام الإلكترونية، قناة الحرة الأمريكية).
- تؤكد نتائج الجدول رقم (٧) عدم ثبوت صحة المتغير الثاني القائل بوجود اختلافات بين أطراف المعالجة الإخبارية وبين طبيعة القضايا.

ثالثاً: توجد اختلافات معنوية ذات دلالة إحصائية بين أطراف المعالجة الإخبارية بناء على الأطر الإخبارية المستخدمة في معالجة تغريدات دونالد ترامب.

جدول رقم (٨)

الاختلافات بين أطراف المعالجة الإخبارية بناء على الأطر الإخبارية المستخدمة في معالجة تغريدات ترامب

مستوى المعنوية	درجة الحرية	٢٤	الإجمالي		المواقع الدولية		المواقع العربية		مدى وجود الأطر	نوع الأطر
			%	ك	قناة الحرة الأمريكية		بوابة الأهرام الإلكترونية			
					%	ك	%	ك		
٠,٢٧٩	٣	٣,٨٤٠	٣٧,٨	٥١	٣٤,١	١٥	٣٩,٦	٣٦	نعم	إطار الصراع
			٦٢,٢	٨٤	٦٥,٩	٢٩	٦٠,٤	٥٥	لا	
			١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي	
٠,٤٨٣	٣	٢,٤٥٨	١٨,٥	٢٥	٢٠,٥	٩	١٧,٦	١٦	نعم	الأطر الأخلاقية
			٨١,٥	١١٠	٧٩,٥	٣٥	٨٢,٤	٧٥	لا	
			١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي	
٠,٠٠٨	٣	١١,٧٦٦	٨,٩	١٢	٢٠,٥	٩	٣,٣	٣	نعم	إطار الاهتمامات الإنسانية
			٩١,١	١٢٣	٧٩,٥	٣٥	٩٦,٧	٨٨	لا	
			١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي	
٠,٢٤٧	٣	٤,١٣٦	٣٦,٣	٤٩	٢٩,٥	١٣	٣٩,٦	٣٦	نعم	إطار النتائج الاقتصادية
			٦٣,٧	٨٦	٧٠,٥	٣١	٦٠,٤	٥٥	لا	
			١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي	
٠,١٨٨	٣	٤,٧٩٣	٤٦,٧	٦٣	٥٠	٢٢	٤٥,١	٤١	نعم	إطار المسؤولية
			٥٣,٣	٧٢	٥٠	٢٢	٥٤,٩	٥٠	لا	
			١٠٠	١٣٥	١٠٠	٤٤	١٠٠	٩١	إجمالي	
٠,٠٨٠	٣	٦,٧٥٣	٢٠,٧	٢٨	١١,٤	٥	٢٥,٣	٢٣	نعم	إطار التعاون

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها:



## بالنسبة لإطار الصراع:

لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أطراف المعالجة الإخبارية بناء على استخدام إطار الصراع؛ وذلك لأن قيمة  $\chi^2 = 3,840$ ، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $= 0,279$ .

وتدل تلك النتيجة على عدم وجود اختلافات معنوية بين أطراف المعالجة الإخبارية بناء على الأطر المستخدمة بشكل مجمل؛ وذلك لأن مضمون تغريدات ترامب وحيثياتها فرضت ذلك على المواقع، حيث إن إطار الصراع جاء في المرتبة الثانية، كما أوضحت نتائج الدراسة؛ وذلك لأن أغلب الموضوعات التي تضمنتها المعالجة احتوت على الهجوم المتبادل بين ترامب من جهة وبين خصومه الديمقراطيين ووسائل الإعلام وبعض النظراء من رؤساء الدول الأخرى مثل الرئيس الصيني والمرشد الأعلى الإيراني، على سبيل المثال، من جهة أخرى. فضلا عن الصراع بين الأتراك والأكراد في سوريا.

## بالنسبة للأطر الأخلاقية:

لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المواقع عينة الدراسة بناء على استخدام الأطر الأخلاقية؛ وذلك لأن قيمة  $\chi^2 = 2,458$ ، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $= 0,483$ .

وتدل تلك النتيجة على عدم وجود اختلافات معنوية بين أطراف المعالجة الإخبارية بناء على الأطر الأخلاقية، فكانت الأطر الأخلاقية من أبرز جوانب قضية أوكرانيا بعد إطار المسؤولية، ولهذا لم توجد اختلافات بين أطراف المعالجة الإخبارية بناء على الأطر الأخلاقية.



### بالنسبة لإطار الاهتمامات الإنسانية:

على عكس بقية الأطر، توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المواقع عينة الدراسة بناء على استخدام إطار الاهتمامات الإنسانية؛ وذلك لأن قيمة كا=21,766، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية=0.008. --+++

### بالنسبة لإطار النتائج الاقتصادية:

لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المواقع عينة الدراسة بناء على إطار النتائج الاقتصادية؛ وذلك لأن قيمة كا=21,137، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية=0.247.

وتدل تلك النتيجة على عدم وجود اختلافات بين أطراف المعالجة الإخبارية بناء على إطار النتائج الاقتصادية، فكان من بين أبرز الأطر التي تم استخدامها في المعالجة وفقاً لما فرضه مضمون المواقع بناء على تركيز ترامب على النواحي الاقتصادية في تغريداته.

### بالنسبة لإطار المسؤولية:

لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المواقع عينة الدراسة وبين استخدام إطار المسؤولية؛ وذلك لأن قيمة كا=21,793، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية=0.188.

وتدل تلك النتيجة على عدم وجود اختلافات بين أطراف المعالجة الإخبارية بناء على استخدام إطار المسؤولية وذلك بسبب مجيئه في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام على مستوى كل المواقع.



## بالنسبة لإطار التعاون:

لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المواقع عينة الدراسة وبين استخدام إطار التعاون، وذلك لأن قيمة  $t = 6,753$ ، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $= 0,080$ .

## وتشير نتائج العلاقات السابقة إلى ما يلي:

أظهرت نتائج البحث عدم وجود علاقة بين جميع المواقع وبين استخدام الأطر الإخبارية في الدراسة، وبالتالي لم تُسجل أي اختلافات معنوية بين المواقع بناء على الأطر الإخبارية باستثناء إطار الاهتمامات الإنسانية، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة بين المواقع وبين استخدام إطار الاهتمامات الإنسانية، وهذا هو وجه الاتفاق بين المواقع. وإن عدم وجود علاقة بين باقي الأطر وبين المواقع عينة الدراسة، يرجع لما فرضته تغريدات ترامب على أجندة المعالجة الصحفية للتغريدات وما يتعلق بها من تفاصيل. ومما سبق يتضح ثبوت صحة المتغير الثالث جزئياً حول وجود اختلافات بين أطراف المعالجة الإخبارية فيما يتعلق بالأطر الإخبارية المستخدمة.

## مناقشة أهم النتائج البحث في ضوء التساؤلات والفروض:

١- الخبر الصحفي هو أكثر الفنون الصحفية المستخدمة في معالجتها لكل القضايا، على مستوى مواقع عينة الدراسة، يليه التقرير الصحفي، ثم القصة الخبرية، وأخيراً التحليل الخبري.

٢- بوابة الأهرام الإلكترونية) أكثر اهتماماً من موقع قناة الحرة الأمريكية في معالجة تغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على تويتر.

٣- لا توجد علاقة بين كل من بوابة الأهرام الإلكترونية، وموقع قناة الحرة الأمريكية ووجود اتجاهٍ لهما في معالجة تغريدات دونالد ترامب.

٤- أظهرت النتائج وجود علاقة بين المواقع وبين استخدام إطار الاهتمامات الإنسانية فقط دون باقي الأطر.



## الهوامش

- ١- إيهاب خليفة، حسام إبراهيم، " تغريدات الرئيس: كيف يوظف ترامب "تويتر" في التواصل المباشر مع الرأي العام"، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة (الإمارات: أبو ظبي يناير ٢٠١٧).
- 2- Eun-Julee, Hye-YonLee, Sukyoung Choi, "Is the message the medium? How politicians' Twitter blunders affect perceived authenticity of twitter communication", **Computers in Human Behavior Studies**. (Volume 104, March 2020).
- 3-Ikka Koiranen, Aki Koivula, Teo Keipi, Arttu Saarinen, "Shared contexts, shared background, shared values – Homophily in Finnish parliament members' social networks on Twitter", **Economic Sociology, Department of Social Research, University of Turku** (Finland, 2019), pp 117-131
- 4-Puva Grover, Arpan Kumar Kar, Yogesh K.Dwiredi, Marin Janssen Puva Grover, Arpan Kumar Kar, Yogesh K.Dwiredi, Marin Janssen. " Polarization and acculturation in US Election 2016 outcomes – Can twitter analytics predict changes in voting preferences" **Technological Forecasting & Social Change** (Volume 145, August 2019) pp 438-460.
- 5- S.Weaver, Hywel Williams, Lulia Cioroianu, Mattew Williams, Travis Coan, Susan Banducci "Dynamic Social Media Afilliations among UK politicians" **Social Networks** (Volume 54, July 2018) pp 132-144.
- 6- Peter L.Francia : " Free Media and Twitter in the 2016 Presidential Election: The Unconventional Campaign of Donald Trump" **Social Science Computer Review. Journals.sagepub.com/home/ssc**. (Vol 36, 2018) pp 440-455.

7-Jayeon Lee, Weiai Xu : "The more attacks, the more retweets: Trump's and Clinton's agenda setting on Twitter", **Public Relations Review Studies** (Vol 44, 2018) pp2011 – 213.

8-Joseph. R .Dominick, " **The Dynamics of Mass Communication** " (5th Edition, 1996) PP 543 – 544.

9- Gamson A.William ,”News as Framing”,**ABS:American Behavioral Scientist**,Vol.(33), no.(2),1998,P.P.157-161.

10- تم تصفح الموقع بتاريخ ٢٧/٥/٢٠١٩

\* أسماء السادة المحكمين:

١. أ.د. ماجي الحلواني.. أستاذة الإعلام ورئيس مجلس إدارة المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث.

٢. أ.د. علام موسى حمدان..أستاذ الإحصاء وعميد كلية العلوم المالية والإدارية بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين.

٣. أ.د. عبد المنعم المشاط..عميد كلية الاقتصاد والعلوم السياسيو جامعة المستقبل

٤. أ.د. وائل إسماعيل عبد الباري..أستاذ الإعلام ورئيس قسم علم الاجتماع بكلية البنات للآداب والعلوم والتربية

٥. أ.د. فتحي الشراوي..أستاذ علم النفس السياسي ونائب رئيس جامعة عين شمس

٦. أ.د. محمد سعد إبراهيم..أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة المنيا وعميد المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق

٧. أ.د. سهير صالح إبراهيم.. وكيل المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق

٨. أ.د. كاظم عزيز مؤنس.. أستاذ الصحافة بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين

٩. أ.د. رضا أمين.. أستاذ الصحافة بكلية الإعلام بجامعة الأزهر

\*\*د. راللا عبد الوهاب.. مدرس الصحافة بقسم الاتصال وعلوم الإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

11-سلسلة مركز المحتسب للاستشارات."دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب: تويتر نموذجًا"،(المملكة العربية السعودية: سلسلة مركز المحتسب للاستشارات، عدد ٣٢، ٢٠١٧)،ص٤٢



- 12-Shannon C. McGregor, Rachel R. Mourão & Logan Molyneux. " **Twitter as a Tool for and Object of Political and Electoral Activity: Considering Electoral Context and Variance Among Actors**",Op. **Cit. P1.**
- 13- Puva Grover, Op. cit.
- 14- Shannon C. McGregor, Rachel R. Mourão & Logan Molyneux. " Twitter as a Tool for and Object of Political and Electoral Activity: Considering Electoral Context and Variance Among Actors" **Journal of Information Technology & Politics** (2017).
- 15-Axel Bruns and Tim Highfield. "Political Networks on Twitter: Tweeting the Queensland State Election" **Journal Information, Communication & Society** (Volume 16, Issue 5, 2013).
- 16- Julia Caplan, "Social Media and Politics:Twitter Use in the Second Congressional District of Virginia" **The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications** (Vol. 4, No. 1, Spring 2013) pp 5-14.
- 17- James E. Katz, Micheal Barris, Anshul Jain, "**Social Media President Barack Obama and the Politics of Digital Engagement**", Palgrave, Macmilan, 2013.
- 18- Pablo Arago'n, Karolin Eva Kappler, Andreas Kaltenbrunner, David Laniado, and Yana Volkovich. "Communication Dynamics in Twitter During Political Campaigns: The Case of the 2011 Spanish National Election"**MA (Policy Studies Organization. Published by Wiley Periodicals, 2013).**
- 19- Kaitlin L. Vonderschmitt " The Growing Use of Social Media in Political Campaigns: How To Use Facebook, Twitter and Youtube to Create an Effective Socail Media Campaign". **Thesis Project Presented**

**in Partial Fulfillment of the Requirements for the Political Science Bachelor of Arts (USA: Honors College Graduate Distinction at Western Kentucky University, 2012).**

20- Julianne Quinn Funk, "**The Power of 'Friending': How Social Media is Impacting International Relations in the Twenty-first Century**" M.A. (Scotland : University of St Andrews, 2013).

21- Axel Bruns and Tim Highfield. "Political Networks on Twitter: Tweeting the Queensland State Election" **Journal Information, Communication & Society** (Volume 16, Issue 5, 2013).

٢٢- أحمد محمد عبدالباسط، "ترامب يستخدم سلاحه المفضل في الهجوم على أوبرا وينفري مجدداً" (موقع الوطن نيوز، ١٩ فبراير ٢٠١٨)، تم زيارة الموقع بتاريخ : ٢٩ مارس ٢٠٢٠ :  
<https://alwan.elwatannews.com>

٢٣- تم زيارة الموقع بتاريخ <http://gate.ahram.org.eg/News/2318974.aspx> .٢٠١٩/١٠/٢٩

٢٤- تم زيارة الموقع بتاريخ <http://gate.ahram.org.eg/News/2319026.aspx> .٢٠١٩/١٠/٢٩

٢٥- تم زيارة الموقع بتاريخ <http://gate.ahram.org.eg/News/2256337.aspx> .٢٠١٩/٨/٢٦



## المصادر والمراجع

### مصادر الدراسة العربية:

#### أولاً- الدراسات المنشورة في الدوريات العلمية:

١- إيهاب خليفة، حسام إبراهيم، " تغريدات الرئيس: كيف يوظف ترامب "تويتر" في التواصل المباشر مع الرأي العام"، مركزالمستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة (الإمارات: أبو ظبي يناير ٢٠١٧).

٢- سلسلة مركز المحتسب للاستشارات."دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب: تويتر نموذجاً"،(المملكة العربية السعودية: سلسلة مركز المحتسب للاستشارات، عدد ٣٢، ٢٠١٧).

#### أولاً - المواقع الإلكترونية:

١- أحمد محمد عبدالباسط، "ترامب يستخدم سلاحه المفضل في الهجوم على أوبرا وينفري مجدداً" (موقع الوطن نيوز، ١٩ فبراير ٢٠١٨)، تم زيارة الموقع بتاريخ : ٢٩ مارس ٢٠٢٠: <https://alwan.elwatannews.com>

### مصادر الدراسة الأجنبية:

#### أولاً- الكتب الأجنبية:

- 1- Gamson A.William , "News as Framing", ABS: American Behavioral Scientist, Vol.(33), no.(2).
- 2- Joseph. R .Dominick, " The Dynamics of Mass Communication " (5th Edition, 1996) PP 543 – 544.

#### ثانياً- الدراسات المنشورة في الدوريات العلمية:

- 1- Axel Bruns and Tim Highfield. "Political Networks on Twitter: Tweeting the Queensland State Election" Journal Information, Communication & Society (Volume 16, Issue 5, 2013).
- 2- Eun-Julee, Hye-YonLee, Sukyoung Choi, "Is the message the medium? How politicians' Twitter blunders affect perceived authenticity of twitter



- communication", Communist and Post-Communist Studies. (Volume 104, March 2020).
- 3- Ikka Koironen, Aki Koivula, Teo Keipi, Arttu Saarinen, "Shared contexts, shared background, shared values – Homophily in Finnish parliament members' social networks on Twitter", Economic Sociology, Department of Social Research, University of Turku (Finland, 2019).
  - 4- Jayeon Lee, Weiai Xu : "The more attacks, the more retweets: Trump's and Clinton's agenda setting on Twitter", Public Relations Review Studies (Vol 44, 2018).
  - 5- James E. Katz, Micheal Barris, Anshul Jain, "Social Media President Barack Obama and the Politics of Digital Engagement", Palgrave, Macmilan, 2013.
  - 6- Julia Caplan, "Social Media and Politics: Twitter Use in the Second Congressional District of Virginia" The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications (Vol. 4, No. 1, Spring 2013).
  - 7- Pablo Arago n, Karolin Eva Kappler, Andreas Kaltenbrunner, David Laniado, and Yana Volkovich. " Communication Dynamics in Twitter During Political Campaigns: The Case of the 2011 Spanish National Election" MA (Policy Studies Organization. Published by Wiley Periodicals, 2013).
  - 8- Peter L.Francia : " Free Media and Twitter in the 2016 Presidential Election: The Unconventional Campaign of Donald Trump" Social Science Computer Review. Journals.sagepub.com/home/ssc. (Vol 36, 2018).
  - 9- Puva Grover, Arpan Kumar Kar, Yogesh K.Dwiredi, Marin Janssen. " Polarization and acculturation in US Election 2016 outcomes – Can



twitter analytics predict changes in voting preferences" Technological Forecasting & Social Change (Volume 145, August 2019).

10-S.Weaver, Hywel Williams, Lulia Cioroianu, Mattew Williams, Travis Coan, Susan Banducci "Dynamic Social Media Afilliations among UK politicians" Social Networks (Volume 54, July 2018).

#### ثالثاً- الدراسات غير المنشورة:

- 1- Julianne Quinn Funk, "The Power of 'Friending': How Social Media is Impacting International Relations in the Twenty-first Century" M.A. (Scotland : University of St Andrews, 2013).
- 2- Kaitlin L. Vonderschmitt " The Growing Use of Social Media in Political Campaigns: How To Use Facebook, Twitter and Youtube to Create an Effective Socail Media Campaign". Thesis Project Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Political Science Bachelor of Arts (USA: Honors College Graduate Distinction at Western Kentucky University, 2012).

#### رابعاً- المواقع الإلكترونية:

<https://www.alex.com/topsites/category/Top/News/Newspapers>