# اتجاهات النخب المصرية نحو أطروحات السياسات الدولية في الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية

**محمد كمال محرز غالي**
مدرس مساعد بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة حلوان

**أ.د. خالد صلاح الدين حسن**
أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

**مقدمة:**

**أفرزت الصدامات بين القوى الدولية بروز فاعلين دوليين وإقليميين، وشهدت السياسة العالمية ديناميات متسارعة تغيرت معها قيم العلاقات بين الأطراف وظهرت تحالفات إقليمية بين روسيا والصين التي بدأت في إدخال لاعبين آخرين مثل إيران، مقابل تحالف غربي منقسم بين أوروبا والولايات المتحدة. وهذا من شأنه رسم ملامح مرحلة جديدة من السياسات الدولية تقوم على متغيرات ومحركات لمختلفة لنظام دولي متعدد الأقطاب تتداخل فيه حسابات السياسة والاقتصاد، بعد أن مر العالم بمرحلة القطبية الأحادية، ثم الثنائية وصولا إلى التعددية القطبية.**

**وحيث أنَّ الفضائيات الإخبارية باتت نافذة للممارسات السياسية؛ يزخر الخطاب الإعلامي بأنماطٍ عدِّة من الصراعات تتمثل في: مستوى أول من التناحر العلني المباشر والمحموم بين الأقطاب الدولية في ظل مساعي الهيمنة والاستقواء؛ وهو ما ينقل حالة الاحتقان في العلاقات وتشابك المصالح واحتدامها لتحقيق أطماع باطنة. وتقوم هذه النوعية من الصراعات على إدارة الأحداث بمنظور أحادي. والمستوى الثاني هو صراعات معلوماتية قائمة على بناء سياقات موجّهة لخلق تكتلات معرفية وصناعة الأسانيد العقلانية واللاعقلانية للأطراف الموالية.**

**تأسيسًا عليه؛ تعمل الفضائيات الإخبارية وفق سياسة إعلامية ترضخ لهوية المتحكم عندما يتعلق الأمر بدول عظمى ترمي إلى تعبئة الرأي العام والتركيز عليه بما يلبي تطلعاتها الإعلامية الدعائية. وفي ظل هذه الصراعات المعلوماتية يتجلى في الإطار اعتماد وسائل الإعلام على صناعة مجموعة من الأذرع –التي تُسيِّر عملية تشكيل الوعي والمعارف–تبلورت في النخب التي تمارس أدوار مختلفة في صناعة رأي عام مؤدلج وموجه، لكن تظل هذه العلاقة قيد الرهن في ضوء توافر لغة الحوار المجتمعي والمناخ المناسب لذلك.**

**المشكلة البحثية:**

تتحدد مشكلة الدراسة في قياس اتجاهات النخب المصرية نحو السياسات الدولية التي يبرزها التناول الإخباري الأجنبي الناطق بالعربية للأحداث والقضايا المختلفة، في ظل تمايز الطرح وتحول الخطاب إلى حمولة أيديولوجية وصناعة براغماتية للأحداث.

ومتابعة شؤون المجتمع الدولي تظهر اتجاه الأنظمة النخب إلى تغيير تكتيكات إدارة القضايا الدولية والصراعات وأدخلت القوة الذكية في استراتيجيتها القائمة على دمج الصلبة مع الناعمة، للتأثير وتمرير سياساتها وبناء نسق مواتية لها، وأدمغت الحرب الشاملة هذه الفرضيات لا سيما عندما يتعلق الأمر بتعبئة الموارد البشرية التي أصبحت جزء من اللعبة السياسية، مما يعظم من اعتماد الفضائيات على قادة الرأي والنخب كونهم أهم القنوات في مجتمعاتهم ويحملون خطط فكرية أيديولوجية يمكن أن تتماهى مع الأجندات الأجنبية.

**أهداف الدراسة:**

**تتحدد أهداف الدراسة في:**

1. تقييم اتجاهات النخبة المصرية نحو سمات السياسات الدولية.
2. التعرف على قنوات الإطار المعرفي للنخبة المصرية، وعلاقتهم بالفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية.
3. رصد العوامل المؤثرة في أداء النخب المصرية.

**الإطار النظري: نموذج القيمة المتوقعة (توقع القيمة).( Expectancy –Value Theory)**

في واقع نظريات التوقع؛ لم يكن هناك نموج أو مدخل واحد؛ لكن ظهرت عائلة واسعة من الصيغ الفردية (Steel & König, 2006)، وجميعها يعد مقاربات منهجية لتنظيم التصورات، مثل نموذج العمل المنطقي، والسلوك المخطط (Savolainen, 2012). ويمكن القول إنّ الأفكار الأساسية لنظريات التوقع ترجع إلى 1930، في ذلك الوقت اقترح إدوارد تولمان وكورت ليوين أن السلوك المتحفز القائم على الاتجاه ينتج عن الجمع بين الاحتياجات الفردية وقيمة الأهداف المتاحة في البيئة (Petri & Govern, 2004).

وبدأ مارتن فشباين تأصيل نموذج القيمة المتوقعة ووضع قوام نظري علمي، وقال إن اتجاهات الفرد نحو شيء يتم تطويرها؛ عندما يربط الفرد بين صفات الشيء (النتائج) ورغباته الشخصية (Borders et al., 2004). وبعد مرور أربعة أعوام وضع «فيشباين» إطارًا نظريًا يختص برصد وقياس إدراك الأفراد للأشياء، وما ينتج عنه من عملية تكوين للاتجاهات، وما يتبعه من سلوك محتمل بالرفض أو القبول؛ استنادًا لمدى ملاءمة فهم الفرد للموضوعات وتفسيره، وبالتالي تكون الحصيلة المعرفية لدى الفرد ذات تأثيرا فعالا في تكوين الاتجاه النهائي نحو هذا الموضوع (خالد صلاح الدين، 2001).

وكان هدف العالم فيشباين– الذي وضع الأساس للقيمة المتوقعة– هو وضع تعريف ثابت ومحدد للاتجاهات لا يقبل تكهنات أو تفسيرات متباينة. وتبنى نموذج توقع القيمة فكرة أن الأشخاص موجهين

نحو هدف محدد؛ لذلك السلوك الظاهر سيكون رد فعل للمعتقدات والقيم، وأن هذا السلوك سيصل بالفرد إلى تحقيق غاية محددة (Johnson, 2002).

تقوم الفكرة الرئيسة لهذا النموذج على مفهوم الأوزان النسبيّة «Weights» التي يعطيها الفرد للأفكار والمعتقدات الرئيسة الكائنة لديه عن الموضوع أو الشخص، بجانب افتراض أن الأفراد يختارون بإرادتهم التعرض لوسائل ورسائل معينة تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها، فالفرد يختار من بدائل وسائل الإعلام: الوسيلة والمضمون طبقاً لقيمتها في إشباع حاجته حسب توقعه لهذه القيمة، ومن ثم فإن إشباع الوسيلة والمضمون لحاجات الأفراد يعزز من تعرض الفرد للوسيلة مرة أخرى والعكس صحيح. وتختلف توقعات الأفراد لوسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية، وكذلك وفقاً لاختلاف الثقافات (مرزوق عبد الحكم، 2004).

ومن ثمّ فإن الفرد خلال تشكيله لاتجاهه نحو الموضوع المعين يقوم بتقسيم الموضوع الرئيسي إلى موضوعات فرعية وسمات مرتبطة بالموضوع الرئيسي؛ ثم يحدد وزنًا نسبيًا (أي أهمية نسبية) لكل من الموضوعات الفرعية والسمات المختلفة. وفي هذا الإطار يتحدد الاتجاه النهائي الذي يُمثل إجمالي القيمة النهائية لتلك الأوزان (خالد صلاح الدين، 2011).

هذه الاتجاهات يقابلها هيكل إدراكي معرفي يشكل الاعتقادات حول إمكانيات الشيء المحتملة لإحراز أو إعاقة الحصول على القيمة، وكلما ساعد الشيء في الحصول على أهداف إيجابية كلما كانت اتجاهات الفرد إيجابية نحوه.

فالأفراد يقيمون الموضوع في ضوء عدد كبير من المعتقدات المرتبطة بهذا الموضوع، إضافة لمفهوم المحصلة المعرفية لأوزان هذه المعتقدات التي تشكل في مجموعها الحكم النهائي للفرد على الموضوعات البارزة. وهذه التكافؤات يتم ربطها لا شعورياً بتوقعات الفرد، وهذا الربط بين عملية التقييم وإعطاء الأوزان والتوقعات هو الذي يحدد ما إذا كان الفرد سيقوم بالفعل أم لا (سامي عبد العزيز، 2012).

وعلى هذا تقوم النظرية على فرضين أساسيين هما: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين فاعلية التوقعات الذاتية للفرد بالسلوك وبين قوة الدافع للقيام بالسلوك وتختلف قوم الدافع لدى الفرد للقيام بالسلوك باختلاف نتائج التوقعات المرتبطة بالسلوك.

وتستفيد بعض النظريات في جوهرها وفروضها مثل نظرية الاستخدامات والاشباعات بنموذج توقع القيمة لتكون أكثر قدرة على التنبؤ بمستويات التعرض لوسائل الإعلام في إطار عملية إرضاء الجمهور (Rayburn et al., 1984).

**مراجعة التراث الأدبي:**

من خلال عملية البحث والمراجعة للدراسات السابقة في هذا الاتجاه؛ يمكن رصد العلاقة بين وسائل الإعلام والنخب.

- هدفت دراسة (Ziani et al., 2022) إلى تحديد درجة اعتماد النخبة الخليجية– الجهات الفاعلة

غير الحكومية– على الصحافة الدولية لمتابعة التغطية الإخبارية للأزمة الأمريكية الإيرانية في 2019–2020. وتم إجراء دراسة استقصائية على 200 من النخبة في خمس دول خليجية. وأشار البحث إلى أن النخبة تخلت عن متابعة الصحف الدولية لصالح القنوات الإخبارية العالمية، إضافة إلى أن لديهم أجندات واهتمامات مختلفة.

• وتوصلت دراسة (Tsang & Rojas, 2020) إلى أن النخبة نشطة في علاقتها مع المحتوى الإعلامي وفق مواقفهم الشخصية ويملكون اتجاها سلبيا نحو المحتوى، مما يدفعهم للانخراط في نقاشات سياسية وتبادل المعلومات، بالتالي قدرتهم على التأثير في أقرانهم وفق تصوراتهم. واتفقت في النتيجة دراسة (Van Duyn & Collier, 2019) بشأن تأثر خطاب النخبة على تقييم الجمهور لوسائل الإعلام وإدراك الأخبار.

• كما أن الأهداف والمواقف الشخصية للسياسيين تحدد مستوى استجابتهم لوسائل الإعلام، حيث أجرى (Zoizner et al., 2017) دراسة على عينة من 197 من النخب السياسية في ثلاثة بلدان (بلجيكا وكندا وإسرائيل)؛ ووجدوا أنّ السياسيين الذين يرون أنفسهم "وسيط" للجمهور هم أكثر استجابة وتفاعلًا مع الإعلام.

• أثار (فلجين ثارت وآخرون،2016) تساؤلًا مُهمًا بشأن هذه العلاقة الجدلية: هل تضع النخب السياسية أجندة وقضايا وسائل الإعلام، أمْ أنّ النخب تستقي وتبني اهتماماتها بناءً على أطروحات الإعلام؟، وسعت الدراسة إلى تقديم تفسيرات معقولة عن الاختلافات في الآراء بشأن هذه العلاقة؛ ووجدت أن وسائل الإعلام تشكل موردًا مهمًا للنخب السياسية حسب أهدافهم وباختلاف المواقف.

• فيما أوضحت دراسة (Sevenans et al., 2016) أنه كلما حظيت قضية أو قصة خبرية ما باهتمام إعلامي، كلما أدت إلى مزيد من التفاعل بين النخب، لا سيَّما لو كان القضية تخص وتهم هذه النخب، وهو ما يفسر عملية التعرض والاختيار الانتقائي للمعلومات والاستفادة من الزخم الذي تتيحه المعلومات الإعلامية أثناء التعرض لهذه الوسائل.

• في الوقت نفسه لاحظ (Van Aelst, & Walgrave, 2016) أن النخب تنظر إلى وسائل الإعلام على أنها ساحة ومنصة لتعزيز أنفسهم وقضاياهم عن طريق جذب الجمهور.

• وأكدت دراسة (Van Aelst, & Walgrave, 2016) أنه لا يمكن النظر إلى النخب السياسية على أنهم مستهلكين سلبيين لوسائل الإعلام؛ بل فاعلين عقلانيين واستراتيجيين يعرفون كيف تعمل هذه الوسائل، فسلوكيات وممارسات السياسيين في الواقع تتشكل حسب احتياجاتهم الفردية وليس فقط تبعًا لأهداف الكيانات السياسية الجماعية. إلا أنهم في بعض القضايا يرضخون لتوجهات المؤسسات الحكومية وخاصة في حالات التعبئة السياسية (Carmichael & Brulle. 2017).

• وأبرزت دراسة (إيمان سيد،2013) نتيجة مهمة خاصة باتفاق أجندة وترتيب أولوية النخبة المصرية تجاه القضايا العربية مع أجندة قناة BBC Arabic مع قناة الحرة الأمريكية الناطقتين باللغة العربية في ترتيبهما للقضايا السياسية، بالإضافة إلى أن هناك علاقة ارتباطية مشتركة بين

وسائل الإعلام والممارسات الخاصة بالسياسيين من النخبة، إضافة إلى العقائد الأيديولوجية لهم.
• حيث وجد (Driessens Et al., 2010) و(Klocke, 2004) أنّ هذه الممارسات تنظمها وسائل الإعلام وتحافظ عليها؛ مما رسخ مفهوم أثر الإعلام على الحياة السياسية، وهو ما ظهر جليًا في دراسة الأخير عن كيفية وضع النخب الإعلامية أطر فكرية حول الحرب الأمريكية للعراق عقب أحداث 11 سبتمبر، وكيف تم حشد وتعبئة الرأي العام تجاه الضربات الأمريكية للنظام العراقي.

**الدراسات السابقة وفقًا لاعتماد النخبة على الفضائيات الإخبارية الغربية:**

أظهرت نتائج دراسة (علي عبد الله، 2016) أن قناة BBC Arabic جاءت في قائمة أولويات النخبة كمصدر للمعلومات حول القضايا العربية، يليها الحرة الأمريكية وروسيا اليوم ثم فرنسا 24، وإن اختلفت بين المركز الأول أو الثاني، في حين جاءت القنوات ذاتها في المرتبة الخامسة في أولويات النخبة اليمنية كما في دراسة (يحيى محمد، 2018).

وفسرت دراسة كل من (دعاء أحمد، 2015)، و(راصد عبد السلام، 2012)، و(هبة حسين، 2010)، و(جيهان يسري، 2002)، اعتماد النخب على القنوات الإخبارية الفضائية لاستقاء الأخبار والمعلومات ومتابعة الأحداث الجارية، والتعرف على أحدث الأخبار الدولية والمحلية، ويليها اكتساب معرفة لإثراء النقاشات.

الحال نفسه في النخبة الأجنبية؛ حيث أظهرت دراسة (Walgrave Et al., 2017) أنّ السياسيين البلجيكيين والكنديين والإسرائيليين يحصلون على قدرٍ كبيرٍ من المعلومات حول الشؤون الجارية من وسائل الإعلام، ويطلق عليهم النخب المعلوماتية، بينما كان السياسيون المستقلون عن وسائل الإعلام هم الذين يتمتعون بخبرات متخصصة ونخبة من الساسة ذوي مناصب تنفيذية.

وكانت (هويدا مصطفى؛ 2002،2009) قد أكدت هذه الأسباب من خلال ما حققته وسائل الإعلام الأجنبية من درجة مرتفعة من المصداقية لدى عينة دراستها في متابعة أحداث الحرب على العراق، حيث أرجعت العينة ذلك لتوافر عنصر الشمول والدقة في التغطية بالرغم من كونها لو تكن المصدر الأول بالنسبة للعينة للحصول على أخبار الحرب على العراق.

ورصدت (حنان أحمد، 2008)، و(Schnell, 2001) الدور الحيوي الذي تمارسه وسائل الإعلام في إدارة الأزمات وتطور الصراعات، من خلال تركيزها على هذه الصراعات خلال فترة زمنية معينة، بجانب قدرة وسائل الإعلام على تشكيل ووضع الموضوعات والقضايا المختلفة محل نقاش والعمل على إثرائها.

وأبرزت دراسة (نهى أنور، 2009) طبيعة التأثير المعرفي للنخبة؛ وتوصلت إلى سيادة مستوى متوسط من المعرفة لدى النخبة عينة الدراسة بالسياسة الأمريكية في المنطقة العربية، بجانب تحديد هذه المعرفة برصد اتجاهات وتقييمات سلبية للدور وللصورة الأمريكية عامة.

**تساؤلات الدراسة:**

1. ما المصادر المعرفية الحاكمة لتقييمات النخب المصرية للخطاب الإخباري الأجنبي الناطق بالعربية؟

2. كيف تعمل النخب المصرية مع تفاعل الفضاء الإعلامي والمجتمعي والسياسي؟
3. لماذا تعتمد الدول الأجنبية على فضائياتها في إدارة سياستها الخارجية وعلاقتها الدولية؟
4. ما سمات السياسات الدولية المدركة لدى النخب المصرية؟

**فروض الدراسة:**

تقوم الدراسة على اختبار صحة فرض رئيس:

توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تقييم النخب لكل من الأدوار الإيجابية والسلبية للفضائيات المُوجَّهة إلى العالم العربي وفقا لمتوسطات القيمة المتوقعة لتلك التقييمات.

**الإجراءات المنهجية:**

تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف الظواهر، والوقوف على المتغيرات المرتبطة بها. وتعتمد على منهج المسح الميداني، باستخدام صحيفة الاستقصاء على عينة قوامها (300) مبحوث من النخب المصرية الممثلة في رؤساء الأحزاب، ومدراء المراكز السياسية والبحثية، والخبراء من محللي الفضائيات الإخبارية، إضافة إلى نخب أكاديمية من أساتذة الجامعات.

**نتائج الدراسة:**

1) **خصائص عينة الدراسة:**

**جدول رقم (1)**

**خصائص عينة الدراسة (ن=300)**

| المتغيرات الديمغرافية | | ك | % |
|---|---|---|---|
| النوع | ذكر | 236 | 78.7% |
| | أنثى | 64 | 21.3% |
| السن | 30-35 سنة | 65 | 21.6% |
| | 36-40 سنة | 51 | 17% |
| | 41-45 سنة | 48 | 16% |
| | 46-50 سنة | 41 | 13.7% |
| | 51-55 سنة | 32 | 10.7% |
| | 56-60سنة | 24 | 8% |
| | أكثر من 60 سنة | 39 | 13% |

| المتغيرات الديمغرافية | | ك | % |
|---|---|---|---|
| المستوى التعليمي | شهادة جامعية | 114 | 38% |
| | ماجستير | 67 | 22.3% |
| | شهادة الدكتوراه | 66 | 22% |
| | مرحلة ما بعد الدكتوراه | 53 | 17.7% |
| المهنة | مؤسسة أكاديمية | 63 | 21% |
| | مؤسسة إعلامية | 108 | 36% |
| | مؤسسة بحثية/سياسية | 129 | 43% |
| عضوية حزب سياسي | نعم | 33 | 11% |
| | لا | 267 | 89% |
| تلقي تعليم خارج مصر | نعم | 59 | 19.7% |
| | لا | 241 | 80.3% |
| العمل خارج مصر | نعم | 77 | 25.7% |
| | لا | 223 | 74.3% |

**تُبرز نتائج تحليل المتغيرات السابقة:**

– تقارب نسب الفئات العمرية في عينة الدراسة التي ظهر فيها النخب الرجال بشكل ملحوظة مقارنة بالنخب النسوية. وتفوقت الفئة الشبابية (30–45 عامًا) في المجموع بنسبة (54.5%)، وهو ما يوفر استقراء للتوجهات المستقبلية للنخب، فضلًا على التقديرات الخبيرة من أفراد النخب.

– اهتمام النخب المصرية بالارتقاء العلمي وتوسيع المدارك النظرية، حيث نال (62%) –في المجموع– من أفراد العينة درجات الماجستير والدكتوراة وما بعدها، مقابل اكتفاء نسبة (38%) بالشهادة الجامعية.

– غلبة أعضاء مراكز الدراسات السياسية والاستراتيجية النخب المصرية عينة الدراسة بنسبة (43%)، تلاها النخب الإعلامية من الإعلاميين وقيادات المؤسسات الصحفية (36%).

– حظيت النسبة الأكبر من النخبة المصرية على قدر من التعليم إضافة إلى فرص العمل خارج مصر؛ ما يؤشر إلى علاقة اندماج بين أفراد العينة والدول الأجنبية.

2) **تفضيلات النخب للفضائيات الأجنبية الناطقة بـ(العربية والأجنبية)**

**جدول رقم (2)**

**ترتيب الفضائيات المُوجَّهة (العربية والأجنبية) (ن=300)**

| الفضائيات | الترتيب | الأول | الثاني | الثالث فأكثر | مجموع النقاط | الوزن المرجح |
|---|---|---|---|---|---|---|
| BBC Arabic | ك | 164 | 60 | 60 | 672 | 21.3% |
| | % | 54.7% | 20% | 20% | | |
| France 24 | ك | 29 | 70 | 174 | 401 | 12.7% |
| | % | 9.7% | 23.3% | 58% | | |
| روسيا اليوم | ك | 38 | 48 | 181 | 391 | 12.4% |
| | % | 12.7% | 16% | 60.3% | | |
| دويتش فيله | ك | 15 | 36 | 194 | 311 | 9.9% |
| | % | 5% | 12% | 64.7% | | |
| Nile Tv International | ك | 30 | 24 | 166 | 304 | 9.6% |
| | % | 10% | 8% | 55.3% | | |
| الحرة | ك | 13 | 29 | 182 | 279 | 8.8% |
| | % | 4.3% | 9.7% | 60.7% | | |
| الجزيرة الإنجليزية | ك | 10 | 13 | 172 | 228 | 7.2% |
| | % | 3.3% | 4.3% | 57.3% | | |
| العالم | ك | 1 | 4 | 181 | 192 | 6.1% |
| | % | 0.3% | 1.3% | 60.3% | | |
| CGTN Arabic | ك | 1 | 7 | 174 | 191 | 6.1% |
| | % | 0.3% | 2.3% | 58% | | |
| TRT | ك | 1 | 3 | 176 | 185 | 5.9% |
| | % | 0.3% | 1% | 58.7% | | |

**تُبرز نتائج تحليل المتغير السابق:**

استحواذ فضائية BBC Arabic على اهتمامات النخب في مُطالعة الأخبار الدولية (21.3%) **بفارق ملحوظ عن مثيلاتها. بينما تقاربت نسب متابعة الفضائيات الإخبارية المناظرة وإن تقدمت القناة الفرنسية المُوجَّهة إلى العالم العربي** France 24 بنسبة (12.7%)، **وروسيا اليوم** RT (12.4%). **وأظهر النخب اهتماما خافتا تجاه الفضائية الصينية** CGTN، والعالم الإيرانية، والفضائية التركية TRT.

### 3) الأدوار الإيجابية للفضائيات الأجنبية المُوجَّهة إلى العالم العربي

**جدول رقم (3)**

**الأدوار الإيجابية للفضائيات الأجنبية المُوجَّهة (ن=300)**

| الأدوار | ك | % |
|---|---|---|
| 1) تقدم خدمات إعلامية متميزة لا تقدمها الفضائيات المحلية | 207 | 69% |
| 2) تقدم وجهات نظر متعددة ومتعمقة حيال الأحداث والقضايا | 175 | 58.3% |
| 3) تقدم ألوانًا من الثقافات والمعارف وتفتح للجمهور نافذة للاطلاع على الدول الأخرى | 142 | 47.3% |
| 4) الدفاع عن مصالح حلفائها ونشر الحجج والبراهين الداعمة | 101 | 33.7% |
| 5) منح قضايا الرأي العام الاهتمام الكافي والاعتناء بالفئات المهمشة | 87 | 29% |
| 6) تمارس بعض عناصر الوظيفة الدبلوماسية في التقريب بين مصالح الدول والشعوب | 35 | 11.7% |
| 7) احترام الهوية الثقافية والحضارية للدول والمجتمعات المُوجَّهة إليها | 35 | 11.7% |
| 8) نشر مبادئ الديمقراطية | 32 | 10.7% |
| 9) تقريب المفاهيم ووجهات النظر بما يُحجّم العنصرية والطائفية | 27 | 9% |
| 10) تمثل أداة للوساطة الدولية، وحلًا للصراعات من خلال دورها في المجال الدبلوماسي | 17 | 5.7% |
| 11) تهيئة الرأي العام للقرارات المهمة، تكرس مفاهيم واتجاهات جديدة | 4 | 1.3% |
| 12) تكشف حقيقة النوايا والتوجهات النيوستعمارية لحكومتها تجاه العالم العربي | 2 | 0.7% |

**تُبرِز نتائج تحليل المُتغيّر السابق:**

تفوّق الفضائيات الأجنبية المُوجَّهة على نظيراتها العربية في تقديم خدمات إعلامية مُتميزة تلبي احتياجات المشاهد العربي **(69%)**، **ويعزي** ذلك إلى تقدم وجهات نظر متعددة ومتعمقة حيال الأحداث والقضايا (58.3%)، بجانب تقديم ألوانًا من الثقافات والمعارف وفتح نافذة للجمهور للاطلاع على الدول الأخرى (47.3%)، يُضاف إلى ذلك منح قضايا الرأي العام الاهتمام الكافي والاعتناء بالفئات المهمشة (29%). وسياسيًا؛ تتولى الفضائيات الأجنبية الدفاع عن مصالح حلفائها ونشر الحجج والبراهين الداعمة (33.7%).

### 4) الأدوار السلبية للفضائيات الأجنبية المُوجَّهة إلى العالم العربي

**جدول رقم (4)**

**الأدوار السلبية للفضائيات الأجنبية المُوجَّهة (ن=300)**

| الأدوار | ك | % |
|---|---|---|
| 1) تشويه صورة الدول التي تتعارض مع مواقفها واتجاهاتها العالمية | 205 | 68.3% |
| 2) تحمل أهداف دعائية للدول المالكة | 181 | 60.3% |
| 3) خلق حالة من عدم الرضا والإحباط حول أوضاع الدول الأخرى | 129 | 43% |
| 4) منصات لممارسة السلطة والقوة وجعل الخطاب الإعلامي مهيمنًا | 106 | 35.3% |
| 5) فرض ثقافة أجنبية بديلة للثقافات وطمس الهوية الوطنية الموجودة | 97 | 32.3% |
| 6) محاولة لتطبيع أيديولوجياتها وتسييل منظومة قيمية مع الآخر الأجنبي | 95 | 31.7% |
| 7) تُسخر الدول الغربية وسائل إعلامها في إطار "الحرب الشاملة" لضمان مشاركة وتعبئة الشعوب | 86 | 28.7% |
| 8) تغير ديناميات الصراعات والقضايا الدولية نتيجة تفاعل وسائل الإعلام وصانعي السياسة | 66 | 22% |
| 9) تمثل اعتداء على سيادة الدول الأخرى المستهدفة | 49 | 16.3% |
| 10) إحدى قنوات الاستخبارات المشروعة لزرع وتجنيد العملاء والمتعاونين المحليين والأجانب لجمع المعلومات | 2 | 0.7% |
| 11) التسويق للهيمنة الإمبريالية | 2 | 0.7% |
| 12) التناول الخاطئ لبعض القضايا بسبب عدم فهم واستيعاب ثقافة الجمهور المستهدف | 2 | 0.7% |
| 13) احتضان القوى الإرهابية والتحول لمنصة إعلامية لها في بعض الأحيان | 1 | 0.3% |
| 14) تلعب أدوارا بالوكالة لصالح جهات يمكن أن تدفع، حتى لو على حساب المهنية | 1 | 0.3% |

**تبرز نتائج تحليل المتغير السابق:**

تسخير الدول الغربية فضائياتها في تشويه صورة الدول التي تتعارض مع مواقفها (68.3%)، ويظهر ذلك في إثارة حالة من عدم الرضا والإحباط حول الأوضاع السائدة بتلك الدول (43%)، ومحاولة طمس الهوية الوطنية عبر فرض ثقافة أجنبية بديلة (32.3%). كما تعتبر الفضائيات

الأجنبية أهم الأدوات الدعائية للدول المالكة (60.3%)، لا سيَّما في أوقات الصراعات في إطار الحرب الشاملة لضمان مشاركة وتعبئة الشعوب (28.7%)، ما يجعلها منصات لممارسة السلطة والقوة وجعل الخطاب الإعلامي مهيمنًا (35.3%).

5) **العوامل المؤثرة في أداء النخب**

**جدول رقم (5)**

**العوامل المؤثرة في أداء النخب (ن=300)**

| العوامل | ك | % |
|---|---|---|
| 1) حجم الدور السياسي الفكري والثقافي المسموح للنخبة، وتهميش آراء النخب وتشويهها لصالح السلطة | 171 | 57% |
| 2) مستوى الثقة والمصداقية مع المجتمع | 164 | 54.7% |
| 3) تغير البنية الفكرية والثقافية للمجتمعات وتقلبات النظم السياسية | 157 | 52.3% |
| 4) الفوضى الفكرية غير المسؤولية لدى النخب | 153 | 51% |
| 5) ارتباك المشهد النخبوي بظهور تيارات علمانية واشتراكية ثم عسكرية وإسلامية، بجانب الحركات الشبابية | 143 | 47.7% |
| 6) ظهور وسائل الإعلام الغربي وسيادة القيم والسياسة الغربية | 77 | 25.7% |
| 7) ظهور تيار عربي في الدول الأجنبية يؤمن بالفكر النخبوي الغربي | 58 | 19.3% |
| 8) ضعف البناء الفكري والمعرفي للنخب، وعدم استناد معايير التجنيد النخبوي لمعايير الإنجاز | 4 | 1.3% |
| 9) المجتمعات العربية لا تمتلك نخب حقيقية تدافع عن مصالحها سواء تجاه السلطة الحاكمة أو في إطار النظام العولمي وفرض الثقافات فهي نخب بلا مبدأ | 3 | 1% |
| 10) مستوى وعي ونهضة المجتمعات العربية واستعداده للتفاعل مع دور وأطروحات النخب | 1 | 0.3% |

**تبرز نتائج تحليل المتغير السابق:**

أهم العوامل التي تؤثر في النخب حجم الدور السياسي المسموح للنخبة، وتهميش آراء النخب وتشويهها لصالح السلطة (57%)، يليها مستوى الثقة والمصداقية مع المجتمع **(54.7%)، إلى جانب** تغير البنية الفكرية والثقافية للمجتمعات وتقلبات النظم السياسية **(52.3%)**، والفوضى الفكرية غير المسؤولية لدى النخب **(51%)، ثم ارتباك المشهد النخبوي بظهور تيارات علمانية واشتراكية ثم عسكرية وإسلامية، بجانب الحركات الشبابية (47.7%).**

### 6) تقييم النخب لسمات النظام الدولي في الخطاب الأجنبي الناطق بالعربية

**جدول رقم (6)**

**تقييم صورة النظام الدولي في الخطاب الأجنبي الناطق بالعربية (ن=300)**

| المحددات | المتوسط الحسابي | الاتجاه العام | مؤشر الأهمية النسبية | مستوى الأهمية |
|---|---|---|---|---|
| 1) سريان نظرية القيمة والمصالح على حساب الضوابط الأخلاقية والإنسانية | 2.68 | مؤيد | 0.88 | مرتفع |
| 2) تراجع تأثير الأيديولوجيات الفكرية والسياسية التقليدية لصالح العولمة وحركة الاقتصاد والتجارة | 2.56 | مؤيد | 0.84 | مرتفع |
| 3) التحكم في بناء أجندة وكالات الأنباء ووسائل الإعلام | 2.54 | مؤيد | 0.84 | مرتفع |
| 4) قائم على إحداث القلاقل والصراعات والانقسامات | 2.52 | مؤيد | 0.83 | مرتفع |
| 5) ظهور فاعلين دوليين من غير الدول النخب | 2.47 | مؤيد | 0.82 | مرتفع |
| 6) الفوضى السياسية في الأنظمة الدولية | 2.44 | مؤيد | 0.81 | مرتفع |
| 7) تزايد دور الجماهير والرأي العام | 2.37 | مؤيد | 0.78 | مرتفع |
| 8) ضعف التمييز بين الحروب الدولية والحروب المحلية | 2.29 | مؤيد | 0.76 | مرتفع |
| 9) لا صوت للأقليات، ولا اعتبار للدول الفقيرة | 2.30 | مؤيد | 0.76 | مرتفع |
| 10) تزايد عدد ووزن دول العالم الثالث | 1.70 | محايد | 0.56 | متوسط |
| **الإجمالي** | 2.39 | مؤيد | 0.79 | مرتفع |

**تبرز بيانات تحليل المتغير السابق:**

انحياز تقييمات النخب لصورة النظام الدولي الذي تروج له الفضائيات الأجنبية بمتوسط (2.39)، ومؤشر أهمية مرتفع بلغت قيمته (0.79)؛ إذ غلبت نظرية القيمة والمصالح على حساب الضوابط الأخلاقية والإنسانية وتصدرت الصورة الإعلامية للنظام العالمي بمتوسط عام (2.68)، **ومن ثمّ** تراجع تأثير الأيديولوجيات الفكرية والسياسية التقليدية لصالح العولمة وحركة الاقتصاد والتجارة (2.56). عطفًا على ذلك يخضع النظام الدولي للتبعية الإعلامية والسيطرة على صناعة الأخبار في الدول (2.54). يضاف؛ سيادة الصراعات والانقسامات، والفوضى، إلى جانب اقصاء الدول الفقيرة والأقليات من معادلة القوة.

## 7) تقييم النخب لمحددات بروز القضايا الدُولية

**جدول رقم (7)**

**تقييم محددات بروز القضايا الدُولية (ن=300)**

| المحددات | المتوسط الحسابي | الاتجاه العام | مؤشر الأهمية النسبية | مستوى الأهمية |
|---|---|---|---|---|
| 1) تغير موازين العلاقات والقوى الدولية مثل ظهور الصين كقوة اقتصادية وإيران وكوريا الشمالية كقوى عسكرية | 2.82 | مؤيد | 0.93 | مرتفع |
| 2) سيطرة الدول الكبرى على المنظمات الدولية للتدخل في قضايا الدول وحل النزاعات وحماية حقوق الإنسان | 2.70 | مؤيد | 0.89 | مرتفع |
| 3) الدول الغربية تفرض مرحلة جديدة من الحروب | 2.68 | مؤيد | 0.88 | مرتفع |
| 4) التحكم في صعود أو إزاحة بعض الأنظمة الحاكمة في العالم، والتدخل في المخططات الداخلية للدول | 2.68 | مؤيد | 0.88 | مرتفع |
| 5) أثرت التحولات القطرية والإقليمية والدولية في تطويع بعض الدول للدخول في النظام العالمي الجديد للسيطرة عليها | 2.65 | مؤيد | 0.87 | مرتفع |
| 6) التمهيد للمشروع الصهيو أمريكي في المنطقة العربية ودعم القضايا المركزية الخادمة لطموحاته | 2.65 | مؤيد | 0.87 | مرتفع |
| 7) إعادة توزيع مناطق النفوذ في العالم بين القوى الكبرى لضمان استقرار النظام الدولي | 2.56 | مؤيد | 0.84 | مرتفع |
| 8) فرض استراتيجية للتعايش قائمةً على القوة والخضوع في القضايا والصراعات | 2.53 | مؤيد | 0.83 | مرتفع |
| 9) تتبنى القوى الإقليمية استراتيجية الانفتاح التكتيكي على القوى الدولية للتكيف ومواجهة ضغوط النظام الدولي الجديد | 2.49 | مؤيد | 0.82 | مرتفع |
| 10) تخلي الدول الإقليمية عن دورها لصالح القوى الأخرى وانحسرت في الدفاع فقط دون التأثير الدولي | 2.46 | مؤيد | 0.81 | مرتفع |

| المحددات | المتوسط الحسابي | الاتجاه العام | مؤشر الأهمية النسبية | مستوى الأهمية |
|---|---|---|---|---|
| الإجمالي | 2.62 | مؤيد | 0.87 | مرتفع |

**تبرز نتائج تحليل المتغير السابق:**

انحياز تقييمات النخب لصورة النظام الدولي الذي تروج له الفضائيات الأجنبية بمتوسط (2.39)، ومؤشر أهمية مرتفع بلغت قيمته (0.79)؛ إذ غلبت نظرية القيمة والمصالح على حساب الضوابط الأخلاقية والإنسانية وتصدرت الصورة الإعلامية للنظام العالمي بمتوسط عام (2.68)، ومن ثمَّ تراجع تأثير الأيديولوجيات الفكرية والسياسية التقليدية لصالح العولمة وحركة الاقتصاد والتجارة (2.56). عطفًا على ذلك يخضع النظام الدولي للتبعية الإعلامية والسيطرة على صناعة الأخبار في الدول (2.54). يضاف؛ سيادة الصراعات والانقسامات، والفوضى، إلى جانب اقصاء الدول الفقيرة والأقليات من معادلة القوة.

**اختبار فرض الدراسة:**

توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تقييم النخب لكل من الأدوار الإيجابية والسلبية للفضائيات المُوجَّهة إلى العالم العربي وفقا لمتوسطات القيمة المتوقعة لتلك التقييمات.

**جدول رقم (8)**

**معنوية الفروق في تقييم النخب لكل من الأدوار الإيجابية والسلبية للفضائيات المُوجَّهة إلى العالم العربي وفقا لمتوسطات القيمة المتوقعة لتلك التقييمات**

| المتغيرات | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ت | درجة الحرية | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| تقييم الأدوار الإيجابية | 300 | 2.88 | 1.481 | 33.685 | 299 | 0.001 |
| تقييم الأدوار السلبية | 300 | 3.41 | 1.908 | 30.927 | 299 | 0.001 |

يظهر الجدول السابق نتائج التحليل الإحصائي المبني على اختبار (T) من أجل اختبار فرض الدراسة؛ حيث يلاحظ وجود اختلافات دالة إحصائيًا بين متوسطات عينة الدراسة من النخب في تقييم الأدوار الإيجابية والسلبية للفضائيات الغربية المُوجَّهة إلى العالم العربي وفق متوسطات القيمة المتوقعة، لأن قيمة (ت) تساوي (33.685) و(30.927)، وهذه القيمة دالة إحصائيًا عند مستوى المعنوية (0.001).

وترجع الدلالة الإحصائية إلى أن المتوسط الحسابي لتقييمات عينة الدراسة من النخب للأدوار السلبية أعلى من المتوسط الحسابي لتقييمات الأدوار الإيجابية عند متوسط حسابي (3.41) مقابل (2.88).

وبناءً على ما سبق؛ يتم قبول الفرض بوجود اختلافات في تقييمات النخب للأدوار الإيجابية والسلبية للفضائيات

المُوجَّهة إلى العالم العربي وفقا لمتوسطات القيمة المتوقعة لتلك التقييمات ورفض الفرض الصفري.

**مناقشة النتائج:**

– هدفت الدراسة إلى قياس تقدير النخب المصرية لأدوار الفضائيات الموجهة إلى الآخر، بجانب التعرف على اهتمامات النخب تجاه الفضائيات الناطقة باللغة العربية. كما ركزت الدراسة على تقيم النخب لسمات السياسات الدولية وصورة النظام الدولي الذي يقدمه الخطاب الأجنبي.

– واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقه الميداني بالتطبيق على عينة تكونت من (300) مبحوث من النخب المصرية مختلفة التخصصات باستخدام صحيفة الاستقصاء.

– ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

– استحوذت فضائية BBC Arabic على اهتمامات النخب في مُطالعة الأخبار الدولية بفارق ملحوظ عن مثيلاتها. بينما تقاربت نسب متابعة الفضائيات الإخبارية المناظرة.

– من أهم الأدوار الإيجابية التي تضطلع بها الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية تقدم خدمات إعلامية متميزة لا تقدمها الفضائيات المحلية، ثم إبراز وجهات نظر متعددة ومتعمقة حيال الأحداث والقضايا.

– تحاول الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية تشويه صورة الدول التي تتعارض مع مواقفها واتجاهاتها العالمية، وخلق حالة من عدم الرضا والإحباط حول أوضاع الدول الأخرى، ومن ثم فرض ثقافة أجنبية بديلة للثقافات وطمس الهوية الوطنية الموجودة.

– تتأثر النخب بمستوى الثقة والمصداقية مع المجتمع، وتغير البنية الفكرية والثقافية للمجتمعات وتقلبات النظم السياسية.

– يتسم المجتمع الدولي بإحداث القلاقل والصراعات والانقسامات، وظهور فاعلين دوليين من غير الدول النخب، وغياب صوت الأقليات.

– تسيطر الدول الكبرى على المنظمات الدولية للتدخل في قضايا الدول وحل النزاعات وحماية حقوق الإنسان.

– الدول الغربية تفرض مرحلة جديدة من الحروب، وتحاول فرض استراتيجية للتعايش قائمةً على القوة والخضوع في القضايا والصراعات.

**هوامش الدراسة:**

**أولا: العربية**

أحمد محمد، دعاء. (2015). معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية واتجاهات النخبة نحوها، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

أنور سليمان رضوان، نهى. (2009). دور وسائل الإعلام العربية في تكوين معارف الصفوة المصرية واتجاهاتها نحو السياسة الأمريكية بشأن قضايا الإصلاح في المنطقة العربية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

حسين عبد الوهاب، هبة. (2010). مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

سليم، حنان أحمد. (2008). اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية للأزمات العربية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الثلاثون، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

سيد على، إيمان. (2013). دور القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في ترتيب أجندة النخبة نحو القضايا العربية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (القاهرة: جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية).

صلاح الدين حسن علي، خالد. (2011). الإقناع: المحددات الاتصالية والرؤى النظرية والتطبيقية. **مذكرات غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، دبلوم الدراسات العليا).

صلاح الدين حسن علي، خالد. (2011). دور التليفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية. **رسالة دكتوراه غير منشورة** (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

عبد الحكم العادلي، مرزوق. (2004). **الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات**.ط1 (دار الفجر للنشر والتوزيع).

عبد السلام الطه، راصد. (2012). معالجة القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالإنكليزية للأحداث السياسية الجارية في العراق واتجاهات النخب العراقية نحوها، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية).

عبد العزيز، سامي. (2016). التسويق الاجتماعي والسياسي منطلقات نظرية وتطبيقات محلية وعالمية. (القاهرة: دار نهضة مصر للنشر).

عبد الله محمد، علي. (2016). الأحداث والقضايا اليمنية كما تعكسها الفضائيات الإخبارية وعلاقة الصفوة بها، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

مصطفى، هويدا. (2002). اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث 11 سبتمبر وتداعياتها، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الرابع، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

مصطفى، هويدا. (2009). مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر، دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الحادي والعشرون، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

محمد علي العزب، يحيى. (2018). قضايا الإرهاب كما تعكسها البرامج السياسية في الفضائيات اليمنية واتجاهات النخبة نحوها، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

يسري، جيهان. (2002)، اتجاهات الإعلاميين نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث الإرهاب، **المؤتمر العلمي الثامن**: الإعلام وصورة العرب والمسلمين، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام).

## ثانيا: الأجنبية

Borders, A., Earleywine, M., & Huey, S. (2004). Predicting problem behaviors with multiple expectancies: Expanding expectancy-value theory. **Adolescence**, 39(155), 539-550.

Carmichael, J. T., & Brulle, R. J. (2017). Elite cues, media coverage, and public concern: an integrated path analysis of public opinion on climate change, 2001–2013. **Environmental Politics**, 26(2), 232-252.

Driessens, O., Raeymaeckers, K., Verstraeten, H., & Vandenbussche, S. (2010), Personalization According to Politicians: A Practice Theoretical Analysis of Mediatization, **European Journal of Communication Research**. 35(3), 309-326.

Johnson,R. (2002), **Fishbein Attitude** ,(Online), Available at : http://zimmer.csufresno.edu/~johnca/spch100/6-7-fishbein.htm, Date of search:12/12/2018.

Klocke, B. V.(2004), Framing the World: Elite Ideologies in United States Media Discourse of the War on Terrorism Campaign, **Ph.D.**, USA: University of Colorado, Faculty of the Graduate.

Petri, H. L., & Govern, J. M. (2012). **Motivation: Theory, research, and application**. Cengage Learning.

Rayburn, J. D., & Palmgreen, P. (1984). Merging uses and gratifications and expectancy-value theory. **Communication research,** 11(4), 537562-.

Savolainen, R. (2012), Expectancy-Value Beliefs and Information Needs as Motivators for Task-Based Information Seeking, **Journal of Documentation**. 68 (4), 492-511.

Schnell, K. C. F. (2001). Assessing the democratic debate: How the news media frame elite policy discourse. **Political communication**, 18(2), 183-213.

Sevenans, J., Walgrave, S., & Joanna Epping, G. (2016). How political elites process information from the news: The cognitive mechanisms behind behavioral political agenda-setting effects. **Political Communication**, 33(4), 605-627.

Steel, P., & König, C. J. (2006). Integrating theories of motivation. **Academy of management review**, 31(4), 889-913.

Tsang, S. J., & Rojas, H. (2020). Opinion leaders, perceived media hostility and political participation. **Communication Studies**, 71(5), 753-767.

Van Aelst, P., & Walgrave, S. (2016). Information and arena: The dual function of the news media for political elites. **Journal of Communication**, 66(3), 496-518.

Van Duyn, E., & Collier, J. (2019). Priming and fake news: The effects of elite discourse on evaluations of news media. **Mass Communication and Society**, 22(1), 29-48.

Walgrave, S., Sevenans, J., Zoizner, A., & Ayling, M. (2017). The media independency of political elites. **How Political Actors Use the Media: A Functional Analysis of the Media's Role in Politics**, 127-145.

Ziani, A., Elareshi, M., Chaudhary, S., & Alsridi, H. (2022). Gulf Elites' Dependence on International Press in Times of Crisis: The US-Iran crisis 2019-2020. **Malaysian Journal of Communication**. 38(1), 1-19.

**(*) البحث مستل من رسالة الباحث للحصول على درجة الدكتوراه من كلية الإعلام جامعة القاهرة، تحت إشراف الأستاذ الدكتور خالد صلاح الدين الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون في كلية الإعلام جامعة القاهرة.**