خطاب المواقع الإلكترونية للصحافة العربية الدولية حول قضايا الخليج العربي دراسة تحليلية لموقع جريدة الشرق الأوسط خلال عام ٢٠٢١

إعداد الباحثة / سماح محمد عبده محمد

أ.د/ فراج سيد محمد فراج
أستاذ علم الاجتماع السياسي بكلية الآداب – جامعة قناة السويس

أ.م.د/ إنتصار محمد السيد سالم
أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق

مقدمة

انعكس التطور التكنولوجي الذي شهده العالم في القرن العشرين والحادي والشعرين على سبل الحياة كافة لا سيما الاتصالات، وأحدث فيها ثورة أدت إلى انفتاح العالم على بعضه ليصبح قرية صغيرة يمكن التجول فيها من خلال شاشات وكابلات الإنترنت، وغدت المواقع الإلكترونية مطبخاً جديداً لصناعة وتوليد رأي عام جديد في الكثير من القضايا والمواضيع، وأصبحت تشهد مزيداً من إقبال الجماهير بمختلف فئاتهم وأعمارهم ومستوياتهم.

وقد أفرزت الثورة التكنولوجية ظهور ما يسمى بالمواقع الإلكترونية التي تجمع بين الصوت والصورة، والتي تنشر مضامين إعلامية ساهمت إلى حد بعيد في تشكيل فضاءات افتراضية من خلالها يتم تبادل الآراء (محمد شبري، ٢٠٢٢: ٧٢٨).

وقد لفت نظر الباحثة الدور المحوري الذي تلعبه الصحف العربية الدولية في مواجهة الاضطرابات والأزمات التي تشهدها منطقة الخليج العربي، وقد حددت الدراسة الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط نظراً لطبيعة الإنترنت السهلة والسريعة التي جعلته المصدر الأكثر انتشاراً للأخبار على مستوى العالم، ولهذا تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل خطاب الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط العربية الموجهة دولياً حول قضايا الخليج العربي خلال عام ٢٠٢١م.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في تسليط الضوء على الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط الذي يعد من أهم المواقع الإلكترونية العربية الموجهة دولياً، وذلك من خلال تحليل مضمون الخطاب الإعلامي نحو قضايا الخليج العربي خلال عام ٢٠٢١م، وذلك من أجل الوقوف على أهم القضايا الرئيسية والفرعية التي يتناولها الخطاب الإعلامي للصحيفة، وتحديد الاستمالات التي اعتمد عليها الخطاب الإعلامي للصحيفة، ودراسة أطر تقديم القضايا والاتجاهات المرتبطة بها.

وتتحدد مشكلة الدراسة في رصد وتوصيف وتحليل ملامح وسمات خطاب الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط العربية الموجهة دولياً خلال عام ٢٠٢١م، نحو قضايا الخليج العربي، والتعرف على القوالب التحريرية لمعالجة قضايا الخليج العربي، وتحديد مصادر الخطاب الإعلامي، وتحليل اتجاهات تناول الخطاب الإعلامي، والتعرف على أساليب الإقناع، وتحديد عناصر الإبراز المستخدمة، والأطروحات التي تناول الخطاب الإعلامي ومسار البرهنة عليها، والكشف عن القوى الفاعلة في تناول الخطاب الإعلامي للموقع نحو قضايا الخليج العربي.

أهداف الدراسة:

تمثل الهدف العام للدراسة الحالية في تحليل خطاب الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط العربية الموجهة دولياً حول قضايا الخليج العربي خلال عام ٢٠٢١م.

أهمية الدراسة:

أ. الأهمية النظرية:

١. معرفة دور المواقع الإلكترونية للصحف في تحديد اتجاهات الرأي العام العربي والعالمي نحو قضايا الخليج العربي.
٢. تسهم هذه الدراسة في سد الفجوة البحثية في الدراسات الأكاديمية، نظراً لعدم وجود دراسات سابقة– في حدود علم الباحثة – عنيت بتحليل خطاب المواقع الإلكترونية للصحف العربية الموجهة دولياً بقضايا الخليج العربي.

ب. الأهمية التطبيقية:

١. تساهم الدراسة في تحليل الخطاب الإعلامي الإلكتروني لقضايا الخليج العربي الصادرة من جريدة الشرق الأوسط، حيث تسمح هذه الدراسة بقياس المحتوى الضمني للخطاب الإعلامي، وتقدم تفسيراً منتظماً لدور موقع جريدة الشرق الأوسط الإلكتروني في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال قضايا الخليج العربي.

٢. تتوافق الدراسة مع تزايد اهتمام أجهزة الدول العربية بتدعيم مواقع ووسائل الإعلام إلكتروني كأسلوب إعلامي جديد وعصري، مما يزيد من تنافسية وسائل الإعلام المحلية في مواجهة وسائل الإعلام الأجنبية.

حدود الدراسة:

١. **الحدود الموضوعية**: اقتصرت الدراسة على قضايا الخليج العربي التي تناولها الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط المتمثلة في: "العلاقات الخليجية الخليجية، العلاقات الخليجية الأمريكية، العلاقات الخليجية الأوروبية، العلاقات الخليجية الأفريقية، العلاقات الخليجية الآسيوية، العلاقات العربية بدول الخليج العربي، المصالحة القطرية، سياسات إيران في المنطقة، جماعة الحوثيون، قضية اليمن، قضية العراق، قضية لبنان، التطبيع العربي/ الإسرائيلي، الإصلاحات الداخلية وحقوق الإنسان، البترول الاقتصاد، جائحة الكورونا، الطاقة والبيئة".

٢. **الحدود المكانية**: اقتصرت على تحليل خطاب الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط الموجهة دولياً حول قضايا منطقة الخليج العربي فقط.

٣. **الحدود الزمانية**: اقتصرت على تحليل خطاب الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط الموجهة دولياً حول قضايا منطقة الخليج العربي خلال العام ٢٠٢١م.

الإطار النظري ودراسات سابقة:

أولاً: تحليل الخطاب الإعلامي:

يعد منهج تحليل الخطاب من أهم المناهج التي وجدت لها صدى كبيرًا في الدراسات الإعلامية، وعلى وجه الخصوص في مجال تحليل النصوص الإعلامية، ويستمد الخطاب الإعلامي أهميته من كونه منتجاً إعلامياً يأتي في إطار بنية اجتماعية محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، وله قدرة على التأثير في المتلقي، وإعادة تشكيل وعيه (صفاء جبارة، ٢٠١٢: ٢٩٣).

ويقصد بالخطاب الإعلامي: "مجموعة المبادئ العامة التي تتحكم بالعملية الإعلامية، وتؤلف بمجموعها منهج التعامل والتواصل مع سلوك الفرد والجماعة في المحيط المحلي والإقليمي والدولي طبقاً لقواعد المهنة وأخلاقيات الإعلام بصدق وموضوعية وشفافية"(Tomas Samec, ٢٠٢٠: ١٨٠).

ويُعرف الخطاب الإعلامي بأنه: "عملية إقناع الواقع وتصوره، وفن إدراك مسبق لما يجب أن يكون، ويتمثل في نظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي، ويهدف الخطاب الإعلامي إلى الإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله، ويتسم بطقوس معينة، وله خصائصه وأبعاده"(سعدية نعيمة، ٢٠٠٩: ٥٦).

ويُعرف الخطاب الإعلامي بأنه: "عملية صناعة الرموز والشعارات والعمل على تقنين الواقع وتقديمه بصورة وأنماط مختلفة لتحويل آراء الناس وقناعاتهم إلى ممارسة سلوكية تتواءم مع أهداف الفاعل الخطابي فرداً كان أوفريق عمل"(Pedrero-Esteban & Luis-Miguel, ٢٠٢١: ٢).

كما يُعرف بأنه: "إنتاج الرموز والإشارات والعمل على تقنيع الواقع وتقديمه بصور وأنماط مختلفة لتحويل الآراء والقناعات إلى ممارسات سلوكية تتواءم مع أهداف الفاعل الخطابي"(Robin Bjorkas & Mariah Larsson, ٢٠٢١: ١٢٢٧).

ويُعرف أيضاً بأنه: "الخطاب الذي يهدف إلى الإخبار بالحوادث للتأثير في السامعين وتوجيههم وجهة معينة طبقاً لكيفية الحصول وصياغة وتقديم المعلومة"(Serrin Rutledge-Prior, ٢٠٢١: ١٠٦).

يتضح مما سبق أن الخطاب الإعلامي يلعب دوراً فاعلاً في عملية التغيير السياسي والاجتماعي والاقتصادي باعتباره وعاء ورسولاً للعقول، ويتشكل من مجموعة من الرسائل الاتصالية الصادرة عن وسائل إعلامية متنوعة مكتوبة ومسموعة ومرئية تنتج من قبل القائم بالاتصال، وتنشر وفق سياقات خاصة، وتحمل وجهات نظر مختلفة

تسعى إلى إحداث تاثير في الجمهور المتلقي، مستخدمة مختلف أساليب الإقناع والترويج.

ثانيًا: الإعلام العربي الدولي:

أصبحت سلطة الإعلام وقدرته على التأثير من أهم عوامل القوة في عالم اليوم، على غرار حقب زمنية مضت شكل فيها السلاح أهم عوامل القوة، فنحن في وقت أضحى فيه المتفوقون إعلامياً هم المتفوقون اقتصادياً وسياسياً، حيث مكن التطور التطور التكنولوجي الذي رافق إطلاق الأقمار الصناعية من تكريس عصر السماوات المفتوحة الذي جعل من البث التليفزيوني الفضائي المباشر والصحافة الإلكترونية حقبة ممكنة.

كما يُعرف الإعلام الدولي بأنه: "الإعلام الذي يسهم به مجتمع أو جماعة أو هيئة أو مؤسسة في الساحة الإعلامية بحيث يستجيب الإعلام لتلقية رجل الشارع العالمي أي المستمع أو المشاهد"(محمد زيد، ٢٠١٦: ٥).

خصائص الإعلام الدولي:

تتضح خصائص الإعلام الدولي من خلال ما يلي:

١. **القصدية:** ويقصد بالقصدية أن يكون الاتصال الدولي إما مقصوداً أو غير مقصود، ويعني قد يكون الاتصال موجهاً بشكل مقصود بحيث يساهم في تحقيق أهداف معينة عبر الحدود الدولية، أو أن يكون الاتصال الدولي بالأساس عبارة عن نشاط داخلي يتم من خلاله عبور الحدود الدولية عن قصد.
٢. **القنوات:** يقوم الاتصال الدولي بممارسة الاتصال من خلال استعمال قنوات اتصال، سواء كانت عامة أو حتى خاصة، ويكون الاتصال العام متاح لكافة فئات المجتمع، وقد يكون أيضاً من خلال استعمال قنوات خاصة غير مخصصة للاستعمال العام.

٣. **تقنيات التوزيع**: ويقصد بذلك توزيع المعلومات في الأنظمة الدولية من خلال موجات الراديو أو من خلال الأسلاك أو الكوابل (عبدالرازق الديلمي، ٢٠١٦: ٢٦٢).

٤. **شكل المحتوى**: ويقصد بذلك أن يحمل الاتصال الدولي مضامين ومحتويات متنوعة، وقد تحتوي على الترفيه، الشؤون العامة، البرامج الإخبارية والنسخ الإخبارية التي تقوم بتوزيعها على وكالات الأنباء الدولية.

٥. **النتائج الثقافية**: ويقصد بذلك أن لكل شكل من أشكال الاتصال الدولي نتائج ثقافية، تحتوي على أنشطة رمزية، بحيث يقوم الاتصال الدولي بالسماح للدول الكبرى أن تفرض قيَمها الثقافية والأخلاقية السياسية على الدول الأضعف.

٦. **الطبيعة السياسية**: ويقصد بذلك أن كافة أشكال الاتصال الدولي يكون ذا طبيعة سياسية، فقد تتأثر بالتوجهات السياسية أو حتى الاقتصادية للدول، وبالتالي فإن الاعتبارات السياسية تكون مهمة وجوهرية في أثناء ممارسة الاتصال الدولي، حتى وإن كانت المنظمات القائمة به لا تستهدف ولا تمارس نفوذ أو سُلطة سياسية معينة(Rachel Irwin, ٢٠٢٠: ٢).

الدراسة التحليلية:

اعتمدت الدراسة على تكامل المنهج الكيفي والمنهج الكمي لتحليل خطاب الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط العربية الموجهة دولياً حول قضايا الخليج العربي خلال عام ٢٠٢١م، ولوصف خصائص المحتوى من حيث الشكل والمضمون دون أن تعطي بيانات مباشرة عن طبيعة القائم بالاتصال والجمهور والأثر، ولذا استخدمت الدراسة أداة تحليل الخطاب الإعلامي في إطار التحديد المنهجي لطبيعة الدراسة، وذلك لقياس أولويات جريدة الشرق الأوسط العربية الموجهة دولياً خلال فترة التحليل من ١ يناير عام ٢٠٢١م حتى ٣١ ديسمبر عام ٢٠٢١م.

مجتمع الدراسة التحليلية:

يتمثل مجتمع الدراسة في جريدة الشرق الأوسط العربية الموجهة دولياً حول قضايا الخليج العربي، وتمثل جريدة الشرق الأوسط محل الدراسة المجتمع الأصلي

للصحف العربية الموجهة دولياً حول قضايا الخليج العربي، وبناءً على ذلك تم تحديدها لتمثل هذه الصحف.

عينة الدراسة التحليلية:

أكد مجموعة من الباحثين على أنه من المنطقي أن يستغرق تأثير وسائل الإعلام وقتاً حتى يتحقق، وهو الاتجاه الذي تزعمه "ستون"، وأكد عليه كل من "ماكومبس وشو"، والذي يسعى لاقتراح فترة زمنية طويلة نسبياً، وبناءً على ذلك فقد حددت الدراسة حصر شاملاً لـ (٥٢) عدد بنظام الأسبوع الصناعي خلال الفترة من ١ يناير عام ٢٠٢١م إلى ٣١ ديسمبر عام ٢٠٢١م، أي عام كامل كفترة زمنية تمثل المدى الزمني لتحليل خطاب جريدة الشرق الأوسط العربية الموجهة دولياً حول قضايا الخليج العربي التي تتكون من (١٧) قضية.

تصميم استمارة تحليل الخطاب الإعلامي:

١. تحديد وحدات التحليل:

قامت الباحثة بتحديد الموضوع كوحدة أساسية للتحليل، ووحدة التحليل هنا هي نفسها وحدة العدد والتسجيل، حيث تم استخدام التكرار لقياس قضايا الخليج العربي، والأطر الفرعية لهذه القضايا بموقع جريدة الشرق الأوسط، ويقصد بذلك عدد المرات التي تظهر أو لا تظهر فيها وحدة التحليل.

٢. فئات الشكل (الفئات الخاصة بكيف قيل؟): عناصر وأساليب الإبراز:

وتضم ما يلي:

- **الصور**: (حية، أرشيفية، خرائط).
- **وسائل إيضاح**: (رسومات، جداول، إحصاء، خطوط ذات أحجام كبيرة).
- **استخدام الألوان**: (الخطوط، الصور، الرسومات، الإطارات).

- **مكـــان المـــادة الصـــحفية:** (الرئيســـية، عنـــوان رئيســـي، عنـــوان فرعـــي، صـــفحات داخلية).
- **الوسائط المتعددة:** (الفيديو، الصوت، الأثنين معاً).

٣. فئات المضمون "الخطاب الإعلامي للقضايا محل الدراسة":

أ. **اتجـاه تنـاول الخطـاب الإعلامـي:** "عـرض إيجـابي، عـرض سـلبي، عـرض متـوازن، عرض غير محدد".

ب. **اتجاه القوى الفاعلة:** "إيجابي، سلبي، محايد".

ج. **مسارات البرهنة المستخدمة في الخطاب الإعلامي: وتضم ما يلي:**

- **مسـارات منطقيـة:** وتشـمل: (الاستشـهاد بالأدلـة والحجـج والبراهـين، عـرض وجهـتي نظر، أهمية الحدث والحلول المقترحة، تقديم حقائق وأرقام وإحصائيات).
- **مسـارات غـير منطقيـة:** وتشـمل: (برهنـة هجوميـة، برهنـة دفاعيـة، اسـتخدام صـياغة إنشائية عامة، تجهيل مصادر المعلومات، عرض وجهة نظر واحدة).

د. **أساليب الإقناع المستخدمة في الخطاب الإعلامي: وتضم ما يلي:**

- أساليب عاطفية.
- أسـاليب عقلانيـة: وتشـمل (إحصـاءات وبيـانات، دراسـات علميـة، وجهـات نظـر، تجارب دول).
- الاثنان معاً.
- لم يستدل.

هـ. فئات المضمون الخاصة بماذا قيل؟ وتشمل القضايا التي اشتملت عليها الدراسة.

اختبارات الصدق والثبات للدراسة التحليلية:

أ. **الصـــدق:** اســتخدمت الدراســة أســلوب الصــدق الظــاهري (صــدق المحكمــين)(*)، فبعـد وضـع محـدد لفئـات التحليـل بحيـث تلـبي متطلبـات الدراسـة عرضـت الباحثـة اسـتمارة تحليـل الخطـاب الإعلامـي علـى السـادة المحكمـين، لإبـداء الملاحظـات العلمية حتى تكون الاستمارة جاهزة للتطبيق المبدئي والتأكد من صدق الأداة.

ب. **الثبـات:** يشـير الثبـات إلى قيـاس مـدى اسـتقلالية المعلومـات عـن أدوات القيـاس ذاتهـا، ويحـدث الثبـات عنـدما يـتم إعـادة تحليـل الخطـاب الإعلامـي نفسـه باسـتخدام أداة الترميز نفسها والتوصل إلى النتائج والاستخلاصات نفسها.

كمـا قامـت الباحثـة بإجـراء التحليـل مـرة أخـرى مـع نفسـها، حيـث بلـغ متوسـط معامـل الثبـات (٩٨٪)، وهـي نسـبة مرتفعـة يمكـن الاعتمـاد عليهـا عنـد تقيـيم نتائج الدراسة.

نتائج الدراسة التحليلية لتناول الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط لقضايا الخليج العربي أثناء فترة الدراسة

قامت الباحثة بعرض القضايا الرئيسية التي تناولتها جريدة الشرق الأوسط لقضايا الخليج العربي أثناء فترة الدراسة كما يوضحها الجدول التالي:

جدول (١): القضايا التي تناولتها جريدة الشرق الأوسط خلال فترة الدراسة

القضية	التكرار (ك)	النسبة (%)
العلاقات الخليجية الخليجية	٣٨	٧,١
المصالحة القطرية	١٥	٢,٨
العلاقات الخليجية الأمريكية	٤٠	٧,٥
العلاقات الخليجية الأوروبية	٢٧	٥
العلاقات الخليجية الأفريقية	٦	١,١
العلاقات الخليجية الآسيوية	١٣	٢,٤
العلاقات العربية بدول الخليج العربي	١٩	٣,٥
السياسات الإيرانية في المنطقة	٤٩	٩,١
جماعة الحوثيون	٥٨	١٠,٨

القضية	التكرار (ك)	النسبة (%)
قضية اليمن	٢٩	٥,٤
قضية العراق	١٧	٣,٢
قضية لبنان	٣٥	٦,٥
التطبيع العربي/ الإسرائيلي	١٢	٢,٢
الإصلاحات الداخلية وحقوق الإنسان	٣٩	٧,٣
البترول والاقتصاد	٢٣	٤,٣
جائحة كورونا	١٠٤	١٩,٤
الطاقة والبيئة	١٢	٢,٢
الإجمالي	٥٣٦	١٠٠٪

يتضح من الجدول السابق أن جائحة كورونا أحتلت المرتبة بموقع جريدة الشرق الأوسط خلال عام (٢٠٢١) بنسبة (١٩,٤٪) بسبب ما أحدثته الجائحة من ذعر وتخوف عالمي، بالإضافة إلى محاولة جميع الدول إتباع الإجراءات الاحترازية الكافية للحد من جائحة كورونا، ويليها في المرتبة الثانية الحوثيون بنسبة (١٠,٨٪)، وفي المرتبة الثالثة إيران بنسبة (٩,١٪)، وجاءت لعلاقات الخليجية الأمريكية في المرتبة الأخيرة بنسبة (١,١٪).

نتائج الدراسة:

١. نتائج القضايا في القوالب التحريرية (الشكل) بموقع جريدة الشرق الأوسط خلال عام (٢٠٢١):

احتل الخبر الترتيب الأول في القالب التحريري في جميع قضايا الخليج العربي: "العلاقات الخليجية الخليجية، العلاقات الخليجية الأمريكية، العلاقات الخليجية الأوروبية، العلاقات الخليجية الأفريقية، العلاقات الخليجية الآسيوية، العلاقات العربية بدول الخليج العربي، المصالحة القطرية، سياسات إيران في المنطقة، جماعة الحوثيون، قضية اليمن، قضية العراق، قضية لبنان، التطبيع العربي/ الإسرائيلي، الإصلاحات الداخلية وحقوق الإنسان، البترول الاقتصاد، جائحة الكورونا، الطاقة والبيئة"، ويليه في الترتيب الثاني التقرير ثم المقال الداخلي التحليلي.

يتضح من العرض السابق أهمية الخبر في تناول موضوعات القضايا بموقع جريدة الشرق الأوسط خلال عام (٢٠٢١)، حيث يقوم الخبر الصحفي بنشر معلومات ذات أهمية، وفائدة كبيرة حول الأحداث سواء كان حدث قد وقع أو حدث قادم، فالأخبار الصحفية تعمل على تنبيه وتحذير الجمهور حول أي حدث جديد.

٢. نتائج مصادر الخطاب الإعلامي للقضايا بموقع جريدة الشرق الأوسط خلال عام (٢٠٢١):

جاءت المصادر الرسمية الحكومية في الترتيب الأول في جميع قضايا الخليج العربي: "العلاقات الخليجية الخليجية، العلاقات الخليجية الأمريكية، العلاقات الخليجية الأوروبية، العلاقات الخليجية الأفريقية، العلاقات الخليجية الآسيوية، العلاقات العربية بدول الخليج العربي، المصالحة القطرية، سياسات إيران في المنطقة، جماعة الحوثيون، قضية اليمن، قضية العراق، قضية لبنان، التطبيع العربي/ الإسرائيلي، الإصلاحات الداخلية وحقوق الإنسان، البترول الاقتصاد، جائحة الكورونا، الطاقة والبيئة"، ويليها المصادر غير الرسمية (الخبراء والمتخصصون)، ثم وسائل إعلام أخرى (عربية وأجنبية).

يتضح من العرض السابق أهمية المصادر الرسمية الحكومية في نشر الأخبار الصادقة الحقيقية الممثلة للواقع تمثيلاً دقيقاً، بالإضافة إلى الكشف عن الأخبار الزائفة المضللة التي من شأنها تهديد الأوضاع الداخلية، وبالتالي الاعتماد الأكبر في نقل الأخبار يكون من خلال المصادر الرسمية الحكومية.

٣. نتائج اتجاهات تناول الخطاب الإعلامي للقضايا بموقع جريدة الشرق الأوسط خلال عام (٢٠٢١):

جاء عرض الإيجابيات في المركز الأول في جميع قضايا الخليج العربي: "العلاقات الخليجية الخليجية، العلاقات الخليجية الأمريكية، العلاقات الخليجية الأوروبية، العلاقات الخليجية الأفريقية، العلاقات الخليجية الآسيوية، العلاقات العربية

بدول الخليج العربي، المصالحة القطرية، قضية اليمن، قضية العراق، قضية لبنان، الإصلاحات الداخلية وحقوق الإنسان، البترول الاقتصاد، جائحة الكورونا، الطاقة والبيئة"، ويليه عرض السلبيات، كما جاء عرض السلبيات في المركز الأول في قضايا الخليج العربي: "سياسات إيران في المنطقة، جماعة الحوثيون" ويليه عرض الإيجابيات، بينما جاء العرض المتوازن في المركز الأول في قضية التطبيع العربي/ الإسرائيلي ويليه عرض السلبيات.

يتضح مما سبق أن عرض الإيجابيات استحوذ على أغلب قضايا الخليج العربي، وذلك لأنه عرض الإيجابيات يؤدي إلى الإقبال على الشيء والتقرب منه، بينما يؤدي عرض السلبيات إلى البُعد والنفور، وبالتالي اهتم موقع جريدة الشرق الوسط بعرض الإيجابيات في جميع القضايا التي يتضمنها فيما عدا قضايا: "سياسات إيران في المنطقة، جماعة الحوثيون، التطبيع العربي/ الإسرائيلي" وهي قضايا تحاول أن تضعف من قوة دول الخليج العربي، وبالتالي قام الموقع بعرض الجانب السلبي لها، وذلك لعدم وجود جوانب إيجابية لهذه القضايا نحو دول الخليج العربي.

٤. نتائج أساليب الإقناع المستخدمة في الخطاب الإعلامي للقضايا بموقع جريدة الشرق الأوسط خلال عام (٢٠٢١):

احتلت أساليب الإقناع العقلانية الترتيب الأول في جميع قضايا الخليج العربي: "العلاقات الخليجية الخليجية، العلاقات الخليجية الأمريكية، العلاقات الخليجية الأوروبية، العلاقات الخليجية الأفريقية، العلاقات الخليجية الآسيوية، العلاقات العربية بدول الخليج العربي، المصالحة القطرية، سياسات إيران في المنطقة، جماعة الحوثيون، قضية اليمن، قضية العراق، قضية لبنان، التطبيع العربي/ الإسرائيلي، الإصلاحات الداخلية وحقوق الإنسان، البترول الاقتصاد، جائحة الكورونا، الطاقة والبيئة"، ويليها الأساليب غير العقلانية.

وتفسر الباحثة أن أساليب الإقناع العقلانية أصدق وأدق من أساليب الإقناع العاطفية أو الوجدانية، حيث إن أساليب الإقناع العقلانية تحتوي على الإحصاءات والبيانات والدراسات العلمية ووجهات النظر وتجارب الدول، وهذا يتم إثباته بالحجة والدليل والبرهان، بينما أساليب الإقناع غير العقلانية تعتمد على الأهواء الشخصية والميول الذاتية، وبالتالي اعتمد موقع جريدة الشرق الأوسط في تناول قضايا الخليج العربي على الإساليب الإقناع العقلانية في عرض قضايا الخليج العربي.

٥. نتائج عناصر الإبراز المستخدمة في الخطاب الإعلامي للقضايا بموقع جريدة الشرق الأوسط خلال عام (٢٠٢١):

جاءت الصور الحية في الترتيب الأول للصور في جميع قضايا الخليج العربي: "العلاقات الخليجية الخليجية، العلاقات الخليجية الأمريكية، العلاقات الخليجية الأوروبية، العلاقات الخليجية الأفريقية، العلاقات الخليجية الآسيوية، العلاقات العربية بدول الخليج العربي، المصالحة القطرية، سياسات إيران في المنطقة، جماعة الحوثيون، قضية اليمن، قضية العراق، قضية لبنان، التطبيع العربي/ الإسرائيلي، الإصلاحات الداخلية وحقوق الإنسان، البترول الاقتصاد، جائحة الكورونا، الطاقة والبيئة"، وجاءت الخطوط ذات الأحجام الكبيرة في الترتيب الأول لوسائل الإيضاح، كما جاءت الخطوط والرسومات في الترتيب الأول لاستخدام الألوان في جميع قضايا الخليج العربي، بينما جاءت الصفحات الداخلية في الترتيب الأول لمكان المادة الصحفية في جميع قضايا الخليج العربي، وجاء الفيديو في الترتيب الأول للوسائط المتعددة في جميع قضايا الخليج العربي.

وتفسر الباحثة ذلك بأن الصور الحية تعمل على تأكيد الخبر والبرهنة عليه، كما أن الخطوط ذات الأحجام الكبيرة والرسومات تبرز أهمية الخبر بالنسبة للأخبار الأخرى، في حين أن الصفحات الداخلية تحتوي على معلومات تفصيلية للخبر، بينما مقاطع الفيديو أكثر تأثيراً من الصوت فقط، لأنها تحتوي على الصوت والصورة معاً.

٦. نتائج مسارات البرهنة المستخدمة في الخطاب الإعلامي للقضايا بموقع جريدة الشرق الأوسط خلال عام (٢٠٢١)

احتلت مسارات البرهنة المنطقية الترتيب الأول في جميع قضايا الخليج العربي: "العلاقات الخليجية الخليجية، العلاقات الخليجية الأمريكية، العلاقات الخليجية الأوروبية، العلاقات الخليجية الأفريقية، العلاقات الخليجية الآسيوية، العلاقات العربية بدول الخليج العربي، المصالحة القطرية، سياسات إيران في المنطقة، جماعة الحوثيون، قضية اليمن، قضية العراق، قضية لبنان، التطبيع العربي/ الإسرائيلي، الإصلاحات الداخلية وحقوق الإنسان، البترول الاقتصاد، جائحة الكورونا، الطاقة والبيئة"، ويليها مسارات البرهنة غير المنطقية.

وترى الباحثة أن مسارات البرهنة المنطقية أكثر حجة وبرهان في تأكيد الخبر لأنها تحتوي على عرض وجهتي نظر، كما أنها تستشهد بالأدلة والحجج والبراهين، كما تؤكد على أهمية الحدث والحلول المقترحة، بالإضافة إلى تقديم حقائق وأرقام وإحصائيات، وهذا من شأنه أن يؤكد الخبر ويدعمه، ويجعل القارئ مقبل عليه بشغف، مما يزيد من عدد المتابعين لجريدة الشرق الأوسط لمصداقيتها في تناول قضايا الخليج العربي.

٧. نتائج اتجاه القوى الفاعلة في الخطاب الإعلامي للقضايا بموقع جريدة الشرق الأوسط خلال عام (٢٠٢١):

جاء الاتجاه الإيجابي للقوى الفاعلة في الترتيب الأول في قضايا الخليج العربي: "العلاقات الخليجية الخليجية، العلاقات الخليجية الأمريكية، العلاقات الخليجية الأوروبية، العلاقات الخليجية الأفريقية، العلاقات الخليجية الآسيوية، العلاقات العربية بدول الخليج العربي، المصالحة القطرية، جماعة الحوثيون، قضية اليمن، قضية العراق، قضية لبنان، التطبيع العربي/ الإسرائيلي، الإصلاحات الداخلية وحقوق الإنسان،

البترول الاقتصاد، جائحة الكورونا، الطاقة والبيئة"، بينما جاء الاتجاه السلبي للقوى الفاعلة في الترتيب الأول في قضية سياسات إيران في المنطقة.

ويتضح مما سبق ان الاتجاه الإيجابي للقوى الفاعلة في الخطاب الإعلامي استحوذ على جميع قضايا الخليج العربي فيما عدا قضية سياسات إيران في المنطقة نظراً لطبيعة هذه السياسات المعادية لدول الخليج العربي، كما أن الاتجاه الإيجابي للقوى الفاعلة يسهم بشكل كبير في تقارب الرؤى ووجهات النظر وتحقيق التعاون المثمر البناء.

المصادر والمراجع

محمد شبري: تأثير الخطاب الإعلامي على مفهوم الفضاء العمومي في ظل الميديا الجديدة. *مجلة دراسات وأبحاث جامعة الجلفة*، المجلد (١٤)، العدد (١)، ٢٠٢٢، ص ص٧٢٨-٧٣٩.

صفاء جبارة: *الخطاب الإعلامي بين النظرية والتطبيق*. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.

سعدية نعيمة: تحليل الخطاب والدرس العربي قراءة لبعض الجهود العربية. *مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة محمد خيضر*، العدد (٤)، ٢٠٠٩.

محمد فؤاد زيد: *الإعلام الدولي*. القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١٦.

عبد الرازق الديلمي: الإعلام *الدولي في القرن٢١* . عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر، ٢٠١٦.

Rachel Irwin: Misinformation and de-contextualization: international media reporting on Sweden and COVID-١٩. *Journal of Globalization and Health*, VOL. ١٦, NO. ٦٢, ٢٠٢٠, P.٢.

Pedrero-Esteban, Luis-Miguel; Pérez-Escoda, Ana & Estables, María-Jose: Brexit's impact on Spanish media discourse: news coverage and audience reaction on Twitter. *Journal of Profesional de la informacion*, VOL. ٣٠, NO. ٦, ٢٠٢١, P ٢.

Robin Bjorkas & Mariah Larsson: Sex Dolls in the Swedish Media Discourse: Intimacy Sexuality and Technology. *Journal of Sexuality & Culture*, VOL. ٢٥, NO. ١, ٢٠٢١, P.١٢٢٧.

Serrin Rutledge-Prior: Of droughts and fleeting rains: Drought, agriculture and media discourse in Australia. *Australian Journal of Politics and History*: VOL. ٦٧, NO. ١, ٢٠٢١, P.١٠٦.

Tomas Samec: Normalization of Mortgages in Media Discourse through Affects and Instructions. *Housing Theory and Society*, VOL. ٣٧, NO. ٢, ٢٠٢٠, P.