



SIATS Journals

The journal of media and social studies for specialized researches (JMSSR)

Journal home page: <http://www.siats.co.uk>



مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية

المجلد 2، العدد 1، نيسان 2017م.

e ISSN 0127-7448

معالجة الإعلام الإلكتروني العراقي للانتخابات الأمريكية 2016

دراسة تحليلية لمواقع "شبكة الإعلام العراقي والشرقية وشبكة روداو"

Handling the US Elections 2016 by The Iraqi E-Press

Analytical Study for the "Iraqi Media Network, Al Sharqiya, RUDAW" websites

أ. د حميدة مهدي سميسم

كلية الإعلام/ جامعة الشرق الأوسط/ عمان- الأردن

hsmaesim@yahoo.com

علاء مراد عجاج الجنابي

ماجستير إعلام/ العراق- بغداد

alaamjanabi@gmail.com

2017 م



ملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى طريقة معالجة الإعلام الإلكتروني العراقي لموضوع الانتخابات الأمريكية 2016، وذلك من خلال معرفة درجة اهتمام المواقع الإلكترونية العراقية بهذا الموضوع، وأبرز القوالب الصحفية والأطر الإعلامية وآليات التأطير التي اعتمدها المواقع الإلكترونية "عينة البحث"، والكشف عن اتجاهات هذه المواقع في معالجتها للانتخابات.

واعتمدت الدراسة أسلوب تحليل المضمون ضمن المنهج الوصفي، إذ تكونت عينة الدراسة من ثلاثة مواقع إلكترونية عراقية وهي (موقع شبكة الإعلام العراقي وموقع الشرقية وموقع شبكة روداو)، وتوصلت الدراسة إلى إن موقع شبكة روداو أكثر اهتماماً بتغطية الانتخابات الأمريكية، فيما كان موقع الشرقية أقل اهتماماً، وبينت النتائج أن المواقع الثلاثة اعتمدت قالب الخبر بنسبة أعلى من القوالب الأخرى، وكشفت النتائج أن إطار قضية الانتخابات الأمريكية حل بالمرتبة الأولى في معالجة المواقع الإلكترونية العراقية للانتخابات الأمريكية، وإن الاتجاه المحايد هو السائد في معالجة المواقع الثلاثة، وأظهرت النتائج ضعف في آليات التأطير المعتمدة من قبل المواقع "عينة الدراسة"، وبينت النتائج فيما يخص مصدر المادة الإعلامية أن موقع شبكة روداو أقل المواقع اعتماداً للمصادر المجهلة مما جعله أكثر التزاماً بالمعايير المهنية من موقعي شبكة الإعلام العراقي والشرقية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الإلكتروني العراقي، الانتخابات الأمريكية، الإعلام السياسي، تحليل المضمون.



Abstract

The study aimed to identify the way the Iraqi electronic media dealt with the issue of the US elections in 2016, through acknowledging the degree of interest by the Iraqi websites to this subject, and the media frameworks and the mechanisms that was adopted by the websites in the research sample, and uncovering the trends of these sites in handling the elections.

The study is content analysis within the descriptive style, the study sample included three Web sites Iraqi They (Iraqi Media Network, Al Sharqiya, and Rudaw), The study concluded that Rudaw web site was more interested in covering the US elections, while Al Sharqiya had less interest, and the results showed that all three websites had used news template more than other template, and the results revealed that the US elections topic was the most dealt with by all Iraqi websites, and the neutral trend was the dominant way in handling with the issue by the three sites, the results also showed the weakness in the framework mechanisms by the websites in the study sample, and in regards to sourcing the information material, Rudaw network was the least dependent on anonymous sources which made it the most committed to professional standards compared to Iraqi Media Network and Al Sharqiya News.

Key words: Iraqi Electronic media, US elections, political media, content analysis.



مقدمة

شكلت الثورة الاتصالية الحديثة التي أحدثتها شبكة الأنترنت منعطفاً مهماً في عالم الاتصال والإعلام، بسبب ما تملكه هذه الشبكة من خصائص وميزات، وقد كان انعكاس هذا التأثير على الإعلام الإلكتروني متناسباً مع أهمية شبكة الأنترنت التي تمثل الوسيلة أو الجسر بين المرسل والمستقبل، فأحدث هذه الجسر طياً للمسافات الجغرافية، فتتحقق ما أشار له "ماكلوهان" قبل ما يقارب القرن من الزمان "تحول العالم لقرية صغيرة"، فبدأت تختفي الحدود الفاصلة بين الأحداث المحلية والدولية من حيث سرعة التغطية ودرجة الاهتمام، مما ساهم في جعل الإعلام الإلكتروني منافساً ومزاحماً للإعلام التقليدي، وقد تفوق عليه في جوانب عدة، مثل حجم الانتشار والتأثير وسرعة التفاعل مع الأحداث.

ولا تعفي هذه الميزات والخصائص الإعلام الإلكتروني من المسؤولية المهنية والأخلاقية لوسائل الإعلام، فكما يمثل حق الجمهور في معرفة ما يدور في العالم من أحداث أو وقائع مهمة جزء من هذه المسؤولية، فإن الجزء الآخر منها يتمثل في أن تكون هذه المعرفة دقيقة وموضوعية ومتوازنة، وهو ما يتطلب المزيد من المراجعة لآليات العمل الصحفي من قبل القائمين على المواقع الإلكترونية بما يتوافق مع خصائص شبكة الأنترنت والإعلام الإلكتروني.

وتعد الانتخابات الأمريكية 2016 من الأحداث العالمية التي نالت اهتماماً إعلامياً كبيراً محلياً وعالمياً في مختلف وسائل الإعلام ومنها الإعلام الإلكتروني العراقي، وذلك نظراً للدور العالمي المؤثر للولايات الأمريكية المتحدة، ولأن هذه الانتخابات حدثت في وقت يشهد فيه العراق والمنطقة العربية اضطرابات تلقي بظلالها على البرامج الانتخابية للمرشحين في هذه الانتخابات، كونهم مرشحين لقيادة الولايات المتحدة التي تعد الطرف الفاعل في التحالف الدولي الذي يقدم الدعم والإسناد للحكومة العراقية في قتالها ضد "تنظيم الدولة"، بالإضافة للاتفاقيات السياسية والأمنية المبرمة بين الولايات المتحدة والحكومة العراقية بعد عام 2003، مما جعل موضوع الانتخابات الأمريكية يتجاوز كونه موضوع دولي عابر بالنسبة للإعلام الإلكتروني العراقي.

وبناء على ما سبق يتضح أن معالجة الانتخابات الأمريكية في الإعلام الإلكتروني العراقي مادة جديدة بالبحث، ولهذا فقد تم تحليل مضمون موقع شبكة الإعلام العراقي وموقع الشارقة وموقع شبكة روداو على شبكة الأنترنت، من أجل الوقوف على الطريقة التي عاجلت بها المواقع الإلكترونية العراقية



للانتخابات الأمريكية، وتأثير مرجعية المواقع التي شملها البحث على اتجاه وطبيعة هذه المعالجة، وكذلك الأطر وآليات التأطير التي اعتمدها المواقع في معالجتها لموضوع الانتخابات.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث

تعد معالجة وسائل الإعلام المحلية للأحداث والقضايا العالمية المختلفة مؤثرة في تصورات واتجاهات الجمهور المتلقي لرسالتها الإعلامية، لما كانت الانتخابات الأمريكية 2016 من القضايا السياسية التي أخذت حيزاً كبيراً في تغطية وسائل الإعلام العراقية عموماً والإعلام الإلكتروني بصورة خاصة، فقد حاولت هذه الدراسة التعرف إلى طريقة معالجة الإعلام الإلكتروني العراقي للانتخابات الأمريكية، وتتمثل مشكلة الدراسة بالسؤال الآتي: كيف عالج الإعلام الإلكتروني العراقي "ممثل بالمواقع الإلكترونية لشبكة الإعلام العراقي وقناة الشرقية وقناة روداو" الانتخابات الأمريكية 2016، وما أبرز الأطر الإعلامية التي اعتمدها المواقع الإلكترونية "عينة الدراسة" في معالجتها لهذه الانتخابات؟

ثانياً: أهداف البحث

يتوخى الباحثان من الدراسة تحقيق الآتي:

- أ- درجة اهتمام الموقع الإلكتروني لشبكة الإعلام العراقي وموقع الشرقية وموقع شبكة روداو بالانتخابات الأمريكية.
- ب- القوالب الصحفية التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي في معالجته للانتخابات الأمريكية.
- ت- أبرز الأطر الإعلامية التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي في معالجته للانتخابات الأمريكية.
- ث- آليات التأطير التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي في معالجته للانتخابات الأمريكية.
- ج- اتجاهات الإعلام الإلكتروني العراقي نحو الأطراف المتنافسة في الانتخابات الأمريكية.
- ح- المصادر الصحفية التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي في معالجته للانتخابات الأمريكية.
- خ- الفروق في معالجة المواقع الإلكترونية العراقية "التي شملتها الدراسة" للانتخابات الأمريكية.



ثالثاً: أهمية البحث

تنطلق أهمية الدراسة من الأهمية المتنامية للإعلام الإلكتروني خلال العقد الحالي من الزمن، بسبب المميزات الفنية والتقنية التي وفرت له السرعة والانتشار والتفاعلية، وغيرها من الميزات التي جعلت من الإعلام الإلكتروني أحد عناصر التأثير المهمة في المجتمعات، وأما الأهمية الأخرى لهذه الدراسة فتتمثل بدراسة معالجة وسائل إعلام محلية في العراق للانتخابات الأمريكية لما تشكله هذه الانتخابات من أهمية على الشأن العراقي فضلاً عن الشأن الإقليمي منذ أحداث حربي الخليج الأولى والثانية مروراً باحتلال العراق، وكذلك أهمية دراسة التغطية الإعلامية من قبل وسائل إعلام محلية للبرامج الانتخابية للمرشحين والسياسات العامة في الانتخابات الأمريكية.

رابعاً: أسئلة البحث

تحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- أ- ما درجة اهتمام الموقع الإلكتروني لشبكة الإعلام العراقي وموقع الشرقية وموقع شبكة روداو بالانتخابات الأمريكية؟
- ب- ما القوالب الصحفية التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي في معالجته للانتخابات الأمريكية؟
- ت- ما الأطر الإعلامية التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي في معالجته للانتخابات الأمريكية؟
- ث- ما آليات التأطير التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي في معالجته للانتخابات الأمريكية؟
- ج- ما اتجاهات الإعلام الإلكتروني العراقي نحو الأطراف المتنافسة في الانتخابات الأمريكية؟
- ح- ما المصادر الصحفية التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي في معالجته للانتخابات الأمريكية؟
- خ- ما الفروق في معالجة المواقع الإلكترونية العراقية "التي شملتها الدراسة" للانتخابات الأمريكية؟

خامساً: منهج البحث

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تعرف بأنها دراسات تهدف إلى دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقاتها والعوامل المؤثرة فيها⁽¹⁾.

وتم اعتماد أسلوب تحليل المضمون الذي يعرفه سمير محمد حسين بأنه "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر، أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية"⁽²⁾، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، وطبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة ووفق أسس منهجية وموضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمعه للبيانات وتبويبها وتحليلها إلى الأسلوب الكمي بصفة أساسية⁽³⁾.

سادساً: مجتمع البحث وعينته

يتكون مجتمع الدراسة من المواقع العراقية الإخبارية على شبكة الأنترنت، سواء المواقع الحكومية أو الخاصة، وتم تحديد عينة قصدية لأغراض هذه الدراسة مكونة من ثلاث مواقع إلكترونية هي (موقع شبكة الإعلام العراقي وهو موقع أخباري تابع لأحدى الوسائل الإعلامية ذات التمويل الحكومي في العراق، وموقع الشرقية وهو موقع أخباري مرتبط بمجموعة الإعلام العراقي المستقل بإدارة سعد البزاز ويعرض أخباراً سياسية واقتصادية وثقافية ورياضية بالإضافة لبعض المنوعات الترفيهية، وموقع شبكة روداو وهو موقع أخباري يتبع شبكة روداو الإعلامية التي تأسست في أربيل وتبث بأربع لغات هي الكردية والعربية والتركية والإنجليزية ويعرض الموقع أخباراً سياسية واقتصادية ورياضية والترفيهية).

وتم اختيار المواقع الثلاثة كونها تمثل مجتمع البحث لأنها تمثل توجه الإعلام الحكومي وتوجه الإعلام مستقل وتوجه الإعلام الكردي، وتم تحديد المادة الإعلامية المنشورة على المواقع الثلاثة التي تناولت موضوع الانتخابات الأمريكية ضمن الفترة الزمنية من 25-9-2016 لغاية 20-1-2017 لأنها الفترة التي شهدت انطلاق أول مناظرة بين المرشحين للانتخابات والتي تعد البداية الفعلية للحملات الانتخابية التي سبقت عملية التصويت و ثم عملية التصويت وظهور نتائج التصويت حتى حفل تنصيب

(1) سمير محمد حسين، (1976). بحوث الإعلام- الأسس والمبادئ. القاهرة: عالم الكتب، ص137.

(2) سمير محمد حسين، (1996). تحليل المضمون- تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته واستخداماته. ط2، القاهرة: عالم الكتب، ص18.

(3) محمود حسن إسماعيل، (2011). مناهج البحث الإعلامي. القاهرة: دار الفكر العربي، ص170.



الرئيس الأمريكي الجديد، وتحليل المعالجة الإعلامية من قبل المواقع الإلكترونية العراقية لهذه العملية وتداعياتها.

وحصرت العينة من أجل إخضاعها لعملية التحليل، فشمّل التحليل 254 مفردة تناولت الانتخابات الأمريكية 2016 في المواقع الإلكترونية (لشبكة الإعلام العراقي والشرقية وشبكة روداو).

سابعاً: أداة البحث

تم إنشاء استمارة خاصة بتحليل المضمون، إذ صممت لتحليل عينة الدراسة (المواقع الإلكترونية لشبكة الإعلام العراقي والشرقية وشبكة روداو)، تحليلاً كميّاً بما يخدم أهداف الدراسة، ويساهم في الإجابة عن تساؤلاتها.

1. وحدات التحليل

اعتمدت الدراسة وحدات التحليل الآتية:

- أ- وحدة الموضوع: وهي رصد الموضوع أو الفكرة الرئيسية لموضوع البحث وهي "الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016، الواردة في الإعلام الإلكتروني العراقي (المواقع الإلكترونية لشبكة الإعلام العراقي وقناة الشرقية وقناة روداو) وما يتفرع عنها من أفكار ومواضيع ثانوية.
- ب- الوحدة الطبيعية للمادة: وتمثل جميع القوالب الصحفية التي اعتمدها المواقع الإلكترونية العراقية محل البحث" في معالجتها للانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016.

2. فئات التحليل

أما فئات التحليل فقد تم اعتماد ست فئات رئيسة وتتفرع منها عدد من الفئات الثانوية، وفيما يلي الفئات الرئيسة وتعريفاتها:

أ- فئات ماذا قيل؟

- الإطار المحدد بقضية الانتخابات الأمريكية: وهي جميع المواضيع والأفكار الدالة على أهمية وتأثير الانتخابات الأمريكية، التي أوردتها المواقع الإلكترونية العراقية "محل البحث" سواء على الشأن العراقي أو الإقليمي أو الدولي، بالإضافة إلى الداخل الأمريكي.



- إطار صراع في الانتخابات الأمريكية: وهي تأطير الإعلام الإلكتروني العراقي "محل البحث" للمواضيع والأفكار الخاصة بالانتخابات الأمريكية، ووضعها في قالب تنافسي بين أطراف الانتخابات الأمريكية.

ب- فئات كيف قيل؟.

- قالب المادة الصحفية: ويقصد بها شكل المادة الصحفية التي تناولت موضوع الانتخابات الرئاسية الأمريكية في الإعلام الإلكتروني العراقي، مثل: الخبر والتقرير والمقال والتحقيق.
- فئة آلية التأطير: هي العناصر الشكلية المستخدمة في الإعلام الإلكتروني العراقي "محل البحث" في معالجته للانتخابات الأمريكية مثل الصور والمواد الفلمية والأشكال والرسوم.
- فئة اتجاه المعالجة: ويقصد بها إظهار اتجاه مؤيد أو معارض لأحد أطراف السباق في الانتخابات الأمريكية من قبل الإعلام الإلكتروني العراقي "محل الدراسة"، أو قد يكون هذا الاتجاه محايد.
- فئات مصدر الرسالة الإعلامية: ويقصد به المصادر التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي "محل البحث" في معالجته للانتخابات الأمريكية 2016 وتتكون من سبع فئات فرعية هي: المندوب والمراسل ووسيلة إعلام محلية ووسيلة إعلام دولية ووكالة أنباء محلية ووكالة أنباء دولية ومصدر مجهول.

ثامناً: صدق وثبات الأداة

إن مفهوم الصدق في تحليل المضمون لا يختلف عنه في البحث العلمي بشكل عام، فالصدق "Validity" يعني أن يتمكن كشاف تحليل المضمون من قياس ما وضع من أجله بدقة (4).

ولغرض تحقيق الصدق تم وضع تعريفات وحدات التحليل وفئاته، ومن ثمَّ عرض استمارة التحليل على مجموعة من الخبراء (*) من ذوي التخصص من أجل تحكيم الأداة.

وللتحقق من الثبات تم إعادة الاختبار "Test retest method" باعتماد طريقة "ثبات

الباحث مع نفسه " Intracoder Reliability"، حيث يتم تحليل جزء من العينة من قبل

(4) شيماء ذو الفقار زغيب، (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص163.

(*) الخبراء هم: 1. أ. د تيسير أبو عرجة، جامعة البترا / 2. أ. د عبد الجبار البياتي، مناهج البحث العلمي، جامعة الشرق الأوسط /

3. د عبد الكريم الديبسي - صحافة وإعلام، جامعة البترا / 4. د. إبراهيم الخصاونة، إذاعة وتلفزيون، جامعة البترا / 5. د زهير

الطاهات، صحافة وإعلام، جامعة اليرموك - 6. د. راند البياتي - إذاعة وتلفزيون - جامعة الشرق الأوسط



الباحث مرتين في فترتين زمنيتين مختلفتين، ثم حساب معامل الثبات اعتماداً على النتائج كما لو كان كل مرة قام بتحليلها مُرمزاً مختلفاً⁽⁵⁾.

ومن أجل التحقق من ثبات الأداة في هذه الدراسة، قام الباحثان بتطبيق كشاف التحليل على 20% من عينة الدراسة مرتين، بفارق زمني مدته 15 يوماً واستخراج معامل الثبات باستخدام معادلة هولستي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات المتفق عليها}}{2 + 2} = \frac{2 \times 38}{42 + 42}$$

مجموع فئات الترميز

معامل الثبات = 90% وتعد نسبة ثبات مرتفعة وهذا يعني أن كشاف التحليل يحقق الغرض الذي وضع لأجله.

تاسعاً: المعالجة الإحصائية

بعد جمع بيانات الدراسة، وتصنيفها وترميزها وإدخالها إلى الحاسوب، تم استخراج التكرارات البسيطة، والنسب المئوية لفئات التحليل باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

عاشراً: مصطلحات البحث

1- المعالجة الصحفية: هي التدخل في طريقة عرض وتقديم القضية أو المشكلة أو الحدث، وذلك باستخدام الأساليب والتقنيات التي تؤدي لتحقيق هدف الوسيلة الإعلامية⁽⁶⁾.

2- الإعلام الإلكتروني: هو عملية إنتاج البيانات إلكترونياً، عن طريق مجموعة من أجهزة الحاسب الإلكتروني المتصلة معاً بطريقتين إما مباشرة أو عن بُعد، ومن ميزات هذا الأسلوب إنتاج وتوزيع المادة الإعلامية يرجع لكونه نظاماً أوتوماتيكياً فيه تسهيلات كثيرة منها اختيار الشكل النهائي للنص وللوثائق بعد مراجعتها وضبطها وتعديلها بدقة وسرعة⁽⁷⁾.

(5) شيماء ذو الفقار زغيب، مصدر سابق، ص 163.

(6) أسامة غازي المدني، (2009). اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الصحفية السعودية على شبكة الأترنت. الرياض: دار السعودية للنشر، ص 30.

(7) شريف درويش اللبان، (2001). تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 144.



- 3- الانتخابات الأمريكية 2016: وهي الانتخابات التي جرت في 11/8 / 2016 لاختيار الرئيس الخامس والأربعون للولايات المتحدة وأعضاء مجلس النواب وثلاث أعضاء مجلس الشيوخ، وكانت نتيجتها فوز المرشح الجمهوري دونالد ترمب وفوز الحزب الجمهوري بالأغلبية في مجلسي النواب والشيوخ.
- 4- موقع شبكة الإعلام العراقي: هو الموقع الإلكتروني لشبكة الإعلام العراقي وهي ممولة من الحكومة العراقية وبمناخ الناطقة باسمها (8).
- 5- موقع الشرقية: وهو الموقع الإلكتروني لقناة الشرقية والتي تضم عدد من القنوات الإعلامية ويرأس مجلس إدارتها سعد البزاز، ويحوي الموقع بالإضافة للمواد الإخبارية عدد من المواد الترفيهية والاجتماعية (9).
- 6- موقع شبكة روداو: هو الموقع الإلكتروني لشبكة روداو الإعلامية على الأنترنت، ويوفر تغطية لقضايا المنطقة والعالم باللغات الكردية والعربية والإنجليزية والتركية (10).
- 7- تحليل المضمون: هو أسلوب وأداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وبالأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون (11).

المبحث الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: نظرية الأطر الإعلامية (Frame Analysis)

1. مفهوم نظرية الأطر

تعد نظرية الأطر الإعلامية من الروافد المهمة في دراسات الاتصال إذ تسمح للباحثين بقياس محتوى الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام، بالإضافة إلى تقديم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية

(8) هبة شاهين، (2008). التلفزيون الفضائي العربي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص333.

(9) علي جبار الشمري، (2010). الهوية الوطنية في قناة الشرقية الفضائية العراقية. (بحث مقدم إلى مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية)، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، ص386.

(10) موقع شبكة روداو على الأنترنت (2016): www.rudaw.net/arabic/about.

(11) عواطف عبد الرحمن، ونادية سالم، وويلي عبد المجيد، (1982). تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ص19.



والوجدانية لتلك القضايا، فالإطار الإعلامي هو الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية محددة، وهو بناء محدد للتوقعات التي تستخدم لجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف المختلفة في وقت ما (12).

وتقوم النظرية على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام توضع في سياق من أجل القيام بتنظيم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، فلا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا إذا كانت ضمن هذا التنظيم والسياق، ويتيح تحليل إطار الرسالة الإعلامية القدرة على قياس محتوى هذه الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات، مما يعني أنّ الحدث عندما يقع قد لا تكون له دلالة كبيرة عند الناس؛ ولكن وسائل الإعلام تصفه في إطار إعلامي من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين ليصبح مهماً في قلب الإطار الاجتماعي كله (13).

ويرى (Kevin) (14) أن نظرية الأطر الإعلامية تمثل الطريقة التي يقدم الصحفيون والمحررون خلالها النص الإعلامي انطلاقاً من مدركاتهم الفكرية والمفاهيم التي لديهم حول الموضوع.

2. العوامل المؤثرة في التأطير الإعلامي

هناك عدة عوامل تؤثر في التأطير الذي تطرحه وسائل الإعلام، وترتبط هذه العوامل بالمؤسسة الإعلامية من جهة وبالصحفيين من جهة أخرى، ومن هذه العوامل: (15)

- أ- التوجه الفكري للوسيلة الإعلامية، والسياسة التحريرية لها.
- ب- العادات والتقاليد الاجتماعية.
- ت- القيود الصحفية الروتينية.
- ث- الضغوط المؤسساتية والتنظيمية.
- ج- جماعات الضغط والمصالح.

3. وظائف الأطر الإعلامية

إن الوظائف التي تؤديها الأطر الإعلامية تتمثل في الآتي: (16)

(12) محمد عبد الحميد، (2015). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط4، القاهرة: عالم الكتب، ص507.

(13) عماد حسن مكاوي، وليمي حسن السيد، (2009). الاتصال نظرياته المعاصرة. ط8، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص348.

(14) Kevin. M (1991). Carriage News and Ideology: An analysis of Coverage of the West German Green Party by the New York Times. Journalism Monographs. 128, 1- 31.

(15) Dietam, A. (1999). Framing as a theory of Media effects. Journal of communication ·Vol. 49, No,1, P109.



- أ- توضح الأطر الأسباب الكامنة خلف مشكلة أو قضية معينة.
- ب- تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة في القضية أو الحدث.
- ت- تشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية للقضية أو الحدث.
- ث- تقترح الأطر الإعلامية حلولاً للقضية ومحاولة علاجها.

4. أنواع الأطر الإعلامية

بين بعض الباحثين في مجال الإعلام والاتصال أن هناك عدد من أنواع الأطر المرتبطة غالباً بطريقة تغطية وسائل الإعلام لأحداث معينة، ومن هذه الأنواع هي: (17)

- أ- الإطار المحدد بقضية: إذ يتم التركيز على قضية أو حدث له جوانب واضحة عند الجمهور لأنه حدث مرتبط بوقائع ملموسة فيتم التركيز على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته.
- ب- الإطار العام: يرى الأحداث في سياق عام مجرد ويقدم تفسيرات عامة للوقائع يربطها بالمعايير السياسية والثقافية وقد تكون ثقيلة على نفسية المتلقي من الناحية المهنية إلا أنها مهمة لفهم المشكلات وتقديم الحلول والإقناع على المدى البعيد.
- ت- إطار الاستراتيجية: يرى الأحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر، ويتلاءم هذا الإطار مع الأحداث السياسية والعسكرية ويركز على قيم مثل: - مبدأ الفوز والخسارة والتقدم والتأخر والنهضة أو الانهيار- وكذلك تقديم الإنجازات الضخمة أو الإخفاقات (18).
- ث- إطار الاهتمامات الإنسانية: يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية العامة، وتُصاغ الرسائل في قوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة.
- ج- إطار النتائج الاقتصادية: يضع هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث، ويشير للتأثير المتوقع أو القائم على الأفراد والدول والمؤسسات، فالقائمون بالاتصال يستخدمون الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الجمهور وأكثر ارتباطاً بمصالحهم.
- ح- إطار الصراع: تقديم الأحداث في إطار تنافسي حاد، وقد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر مهمة في سبيل إبراز سياق الصراع، ويقاس الرسالة غالباً بمقياس الخاسر والرابح والمتصر والمهزوم ويبالغ الصحفيون كثيراً في جعله إطاراً للأحداث (19).

(16) Entman, R. (1993). Framing Toward Clarification of A Fractured Paradigm. Journal of Communication, Vol. 11, P 145- 156

(17) عبد الرزاق محمد الدليمي، (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص204- 206.

(18) علاء خالد السرور، وسؤدد فؤاد الألوسي، (2012). وسائل الإعلام والصراعات السياسية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ص61.



ثانياً: النظام الانتخابي الأمريكي

يمثل نظام الحكم في الولايات الأمريكية المتحدة أحد صور النظام الفدرالي، وتتكون السلطة الاتحادية العليا فيه من السلطة التنفيذية ويمثلها رئيس الولايات المتحدة، والسلطة التشريعية وتمثلها الكونجرس والذي يتكون من مجلسي النواب والشيوخ، والسلطة القضائية المتمثلة بالمحكمة العليا، وهناك سلطة أخرى تمثلها الحكومات المحلية في الولايات، وقد نظم الدستور الأمريكي العلاقة بين الإدارة الفدرالية وإدارات الولايات، فقد ذكر الدستور صلاحيات يعينها للإدارة الفدرالية وأخرى لإدارات الولايات، وصلاحيات أخرى يتقاسمها الطرفان، ثم نص الدستور على أن مالم يرد ذكره من صلاحيات يظل من اختصاص الولايات، ولكن يكون الدستور والقانون الفدرالي هما الأعلى في حال حدوث تعارض بينهما وبين قوانين الولايات كما نص الدستور الأمريكي على ذلك⁽²⁰⁾.

وتتألف المحكمة العليا من تسعة قضاة يعينهم رئيس الجمهورية بموافقة مجلس الشيوخ، ويكون تعيين القضاة التسعة مدى الحياة إذ لا يستبدل أي منهم إلا في حالات خاصة منها الوفاة، وتتولى المحكمة العليا النظر في قضايا القانون العام ومراجعة قرارات السلطتين التنفيذية والتشريعية، وجواز هذه القرارات من الناحية الدستورية وعدم تعارضها مع القوانين، ورئيس المحكمة العليا من الناحية البروتوكولية يعد ثاني شخصية رسمية بعد رئيس الدولة⁽²¹⁾.

1. انتخابات الكونجرس

يعد النظام الانتخابي الأمريكي من الأنظمة المعقدة، إذ يتم اختيار أعضاء مجلس النواب البالغ عددهم 435 عضواً بالانتخاب المباشر وتبلغ مدة عضوية مجلس النواب عامين، يكون عدد ممثلي الولاية في مجلس النواب يتناسب مع عدد سكان الولاية على أن يكون الحد الأدنى لتمثيل الولايات الصغيرة نائب واحد، وبناء على ذلك يصبح كل نائب يمثل 700 ألف شخص تقريباً، وينتخب أعضاء مجلس الشيوخ البالغ عددهم 100 عضواً بالانتخاب المباشر كذلك، وبواقع عضوين إثنين عن كل ولاية

(19) المصدر السابق، ص 61.

(20) منال الشوربجي، (2008). كيف ينتخب الرئيس الأمريكي قيود وتعقيدات وأشياء أخرى. ط 1، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ص 19.

(21) منصف أسليمي، (1997). صناعة القرار الأمريكي. ط 1، واشنطن: مركز الدراسات العربي- الأوربي، ص 183.



بصرف النظر حجم الولاية من أجل خلق توازن نسبي في تأثير الولايات الصغيرة والولايات الكبيرة داخل السلطة التشريعية، وتكون عضوية مجلس الشيوخ لمدة ستة سنوات، ويمثل الكونغرس Congress السلطة التشريعية العليا في الولايات المتحدة الأمريكية بالإضافة إلى مراقبة السلطة التنفيذية⁽²²⁾.

2. الانتخابات الرئاسية الأمريكية

أما الانتخابات الرئاسية فتتم على مرحلتين: المرحلة الأولى يطلق عليها الانتخابات التمهيديّة؛ وتتم هذه المرحلة داخل الحزبين الكبيرين "الديمقراطي والجمهوري" من أجل اتفاق كل حزب على مرشحه لمنصب الرئيس ونائبه في الانتخابات الرئاسية، إذ يحاول المرشح الفوز بأكثر عدد من المندوبين داخل كل حزب كي يصبح مرشح الحزب لمنصب الرئيس، ويختلف الحزبان في طريقة اختيار وتوزيع المندوبين من ولاية إلى أخرى طبقاً لعدد الناخبين في الولاية ونتائج تصويت الولاية في الانتخابات السابقة، أما الأشخاص الذين يحق لهم التصويت في الانتخابات التمهيديّة فمتخلفة بين الولايات أيضاً، إذ يعمد الحزب في بعض الولايات إلى جعل الانتخابات مفتوحة فيحق لكل ناخب مسجل التصويت في الانتخابات التمهيديّة بصرف النظر عن انتماءه، فيما يقوم الحزب في ولايات أخرى بالسماح للناخبين المستقلين الذين لا ينتمون للحزب المنافس بالتصويت، أما في القسم الثالث فيقتصر حق التصويت في الانتخابات التمهيديّة على المنتمين للحزب فقط⁽²³⁾.

ويتم في المرحلة الثانية التصويت الرسمي لاختيار الرئيس الأمريكي، وفي هذه المرحلة يتم اختيار قائمة ناخبي الرئيس في كل ولاية من ولايات الاتحاد وهو ما يطلق عليه "المجمع الانتخابي أو الهيئة الانتخابية"^(*)، وبحصول المرشح على أعلى أصوات الولاية يحظى بجميع أصواتها في الهيئة الانتخابية، ويحتاج المرشح لمنصب الرئيس أن يفوز بأصوات الأغلبية المطلقة للهيئة الانتخابية أي 270 صوتاً من

(22) نصر محمد علي الحسيني، (2012). النظام الحزبي وأثره في أداء النظام السياسي للولايات المتحدة الأمريكية (دراسة حالة الحرب على العراق 2003). (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة النهدين، بغداد، العراق، ص 193-194.
(23) ماسيل، إل ساندي (2014). الانتخابات والأحزاب السياسية الأمريكية - مقدمة قصيرة جداً. ط 1، (ترجمة: خالد غريب علي)، القاهرة: مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، ص 97-99.

(*) الهيئة الانتخابية: هو نظام وضعه المؤسسون للولايات المتحدة لغرض تقاسم السلطة بين الولايات والحكومة القومية، إذ يمثل كل ولاية في الهيئة الانتخابية عدد مساوٍ لمجموع أعضائها في الكونغرس (مجلسي الشيوخ والنواب) يُضاف ثلاث أعضاء من واشنطن بموجب التعديل الثالث والعشرين وبهذا يكون عدد أعضاء الهيئة الانتخابية الكلي 538 شخصاً، والمرشح الذي يحصل على أكثر الأصوات في الولاية يفوز بجميع ممثليها في الهيئة الانتخابية.



مجموع 538 صوتاً، وتجري الانتخابات الرئاسية العامة كل أربع سنوات، ويكون موعدها في يوم الثلاثاء الذي يلي الإثنين الأول من شهر تشرين الثاني⁽²⁴⁾.

وتوسع حق الاقتراع في انتخابات الولايات والانتخابات القومية عام 1971 ليشمل كل مواطن أمريكي يبلغ سن الثامنة عشر، بعد أن في كان عام 1789 يقتصر على الرجال المنتمين لكنيسة الأغلبية، ولهم ملكية خاصة ويعرفون القراءة والكتابة، إلى أن تم إلغاء المعايير الدينية للتصويت في جميع الولايات مطلع القرن التاسع عشر، فيما أُلغي شرط الملكية منتصف القرن التاسع عشر، وتم إلغاء اعتبار العنصر كشرط في التصويت عام 1870، ورغم ذلك فقد منع المواطنين السود من حق التصويت في كثير من الولايات إلى بداية القرن العشرين، وسمح للمرأة بالتصويت عام 1920، وسمح بالتصويت من لا يعرف القراءة والكتابة عام 1965⁽²⁵⁾.

ثالثاً: الإعلام الإلكتروني

1. مفهوم الإعلام الإلكتروني

يشير مصطلح الإعلام الإلكتروني إلى عملية الاتصال باعتماد شبكة الأنترنت، من خلال الوسائط الإلكترونية المتعددة، بالاستفادة مما تقدمه شبكة الأنترنت من مزايا تكنولوجية، وتتم صياغة المحتويات الإعلامية وتقديمها إلى الجمهور عبر الحاسب الآلي من خلال الإفادة من التكنولوجيا المتوفرة فيه، وتقوم شبكة الأنترنت بخلق جو من التفاعل مع المتلقي وتوفر له القدرة على التصفح والاستدعاء والبحث في المحتويات الإعلامية على الشبكة بأيسر الطرق وأسرعها⁽²⁶⁾.

ولعل أبرز ما حفز الإعلام والصحافة الإلكترونية ووسع انتشارها هي الميزات الكثيرة للنشر الإلكتروني، ومن هذه الميزات: ⁽²⁷⁾

أ- التكلفة المنخفضة: إذ يوسع القارئ الاطلاع على مجموعة كبيرة من المواد الإعلامية متنوعة مصادر بتكلفة منخفضة.

⁽²⁴⁾ لارى إويتز، (1996). نظام الحكم في الولايات المتحدة الأمريكية. ط1، (ترجمة جابر عوض)، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، ص139.

⁽²⁵⁾ المصدر السابق، ص108-109.

⁽²⁶⁾ ماجد سالم ترابان، (2008). الأنترنت والصحافة المستقبلية، رؤية مستقبلية. ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص98.

⁽²⁷⁾ المصدر السابق، ص176-177.



ب- السرعة وإثراء البحث: فالتقنية الإلكترونية توظف قدرات الحاسب مثل سرعته في الأداء وجودة مخرجاته والبحث.

ت- دمج الصوت والصورة: إذ انه لا يكتفي بمجرد بنشر المادة المكتوبة "النص" والصور بل يضيف إمكانية إضافة مقاطع فيديو وأصوات وهو ما يعرف بالوسائط المتعددة "Multimedia".

ث- إضافة التعليقات والتضمين أو التنصيص: وهو إمكانية تضمين اشتقاق أو تنصيص لمادة معينة من منشور إلكتروني.

ج- إمكانية التعديل: على عكس وسائل الإعلام التقليدية يمكن تعديل ما تم نشره أو إضافته والحذف والتبديل فيه.

2. ظهور وتطور الإعلام الإلكتروني

ارتبط ظهور وإنشار الإعلام الإلكتروني بانتشار شبكة الأنترنت بعد عام 1993 على الرغم من وجودها قبل أكثر من عقدين بعد أن كانت مقتصرة على مراكز البحوث في الجامعات والاستخدامات العسكرية في الدول المتقدمة، إذ بدأت وسائل الإعلام تتحدث عن ضرورة الاستفادة من شبكة الأنترنت، باعتبارها وسيلة جديدة ومتطورة ويمكنها أن تغير الكثير في مجالات الاتصال (28).

وفي منتصف تسعينيات القرن الماضي انتشرت شبكة الأنترنت في الوطن العربي، وعمَّ استخدامها وأنشئت المواقع العربية، وسجلت منطقة الشرق الأوسط ومن ضمنها الوطن العربي أعلى معدل من حيث النمو في عدد الأفراد الذين يتعرضون للأنترنت، إذ بلغت نسبة النمو من عام 2000 لغاية 2007 في منطقة الشرق الأوسط 2،920% (29).

أما في العراق فقد ظهرت خدمة الأنترنت عام 1998 وأطلق اسم الشبكة الدولية للمعلومات على أول شركة في مجالات المعلومات والاتصالات، وفي عام 1999 تم ربط أول جهة رسمية عراقية بالشبكة العالمية عن طريق المركز الوطني لخدمة الإنترنت، وبتاريخ 1999/10/15 تم فتح موقع إعلام العراق التابع لوزارة الإعلام آنذاك (30).

(28) عبد الأمير الفيصل (2014). مدخل في صحافة الأنترنت. العين: دار الكتاب الجامعي، ص26.

(29) رفعت محمد البدري، (2008). استخدام أدوات الويب 2 في مواقع الصحف العربية على الأنترنت وعلاقتها بحرية التعبير - دراسة تحليلية. مجلة المؤتمر العلمي الدولي الرابع "الإعلام بين الحرية والمسئولية"، القاهرة، ج2، ص970.

(30) عبد الأمير الفيصل، (2010). الصحافة الإلكترونية، التجربة العراقية. بغداد: مطبعة الدار العربية، ص23.



وقد تنامي عدد المشتركين في خدمة الأنترنت في العراق بعد عام 2003، فأصبح عددهم 261,000 مشترك حتى شهر نيسان عام 2007م، بعد أن كان لا يتجاوز عددهم 45000 مشترك قبل عام 2003، وبلغ عدد المواقع الإلكترونية العراقية 1100 موقع حتى شهر أيلول عام 2007، ويبلغ عدد المواقع التي تتبع للمؤسسات 264 موقع أي بنسبة 24%، أما المواقع ذات الطابع الإخباري فتبلغ 133 أي بنسبة 12%، و396 موقع تابع للصحف العراقية على الأنترنت أي بنسبة 36% من العدد الكلي (31).

وعلى الرغم من ظهور الإعلام الإلكتروني المتأخر في العراق إلا إن أغلب وسائل الإعلام العراقية ارتبطت بمواقع إلكترونية على الشبكة الأنترنت، وأُسْتُحْدِث عدد كبير من المواقع بنسخ الكترونية بحثة، تحرر وتصمم على الأنترنت، وقد احتلت الصحافة الإلكترونية في العراق موقعاً متقدماً من حيث المتابعة وعدد المواقع.

رابعاً: مناقشة الدراسات السابقة

تم استعراض الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع الدراسة وذلك بالتعرض لأهم الدراسات التي تناولت موضوع التغطية الإعلامية للانتخابات بصورة عامة، أو التي تناولت التأطير الإعلامي للانتخابات وعلى النحو الآتي:

1. الدراسات التي تناولت موضوع الانتخابات.

هدفت دراسة (إيمان جمعة، 2005) (32) التعرف إلى دور الصحافة المصرية في تعريف الجمهور بالشخصيات المرشحة في الانتخابات المصرية عام 2005، وتأثير الصحف في تكون الاتجاهات نحو تلك الشخصيات، وأشارت نتائج استجابة عينة الدراسة الطبقية المكونة من 400 فرد إلى وجود اختلاف باتجاهات الصحف الرئيسية تبعاً لملكية الصحيفة وتوجهها الفكري، ومن النتائج الأخرى التي خرجت بها الدراسة أن الحملات الصحفية لم تكن العامل الوحيد المؤثر في سلوك الناخبين.

(31) علي إسماعيل حمة الجاف (2017). تطور الأعلام العراقي بين الماضي والحاضر.

www.tellskuf.com/index.php/authors/436-al/23824-aa-sp-1673376160.html

(32) إيمان جمعة، (2005). اتجاهات المعالجة الصحفية لحملة الانتخابات الرئاسية وأثرها على معارف واتجاهات الناخبين. المجلة المصرية

لبحوث الإعلام، العدد 25، ص 147-206.



وسعت دراسة (نائلة عمارة، 2006)⁽³³⁾ إلى معرفة تأثير التغطية الإعلامية للانتخابات المصرية 2005 في اتجاهات ومعارف الجمهور نحو المرشحين في العملية الانتخابية، من خلال اعتماد المنهج الوصفي بأداة الاستبانة التي شملت عينة طبقية مكونة من 400 فرد من محافظات القاهرة الكبرى، وخلصت الدراسة إلى أن الجمهور المعتمد على القنوات الفضائية العربية أكثر عمقاً في المعرفة تجاه الانتخابات المصرية من الوسائل الإعلامية الأخرى، وأن الجمهور المتابع للإعلام الحكومي أكثر إيجابية نحو العملية الانتخابية.

فيما حاولت دراسة (نبيل جاسم محمد، 2010)⁽³⁴⁾ الوقوف على الطريقة التي غطت بها صحيفتي الصباح والمشرق العراقيتين الانتخابات البرلمانية في العراق 2010، باعتماد أسلوب تحليل المضمون ضمن المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن طريقة تغطية صحيفة الصباح للانتخابات كان انعكاس لخطاب للجهات السياسية التي تدير الحكومة، إذ ترى أن الإنجاز الأمني هو العامل الذي يستحق التصويت من قبل الناخب، فيما ركزت صحيفة المشرق في تغطيتها على أهمية الملف الخدمي، وأن الذي فشل في توفير الخدمات غير مؤهل للحصول على أصوات الناخبين، ويعود هذا الاختلاف في طريقة التغطية بين الصحيفتين إلى تمويل وتوجه الصحيفتين.

وقد هدفت دراسة (Budak, 2010)⁽³⁵⁾ التعرف إلى دور الإعلام الجديد مقارنة بدور وسائل الإعلام التقليدية في الحملات الانتخابية للرئاسة الأمريكية 2008، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي بأداة الاستبانة، وأظهرت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام التقليدية (مثل التلفزيون والإذاعة والصحف) لاتزال مسيطرة على الحملات الانتخابية الأمريكية، وقد أوضحت النتائج أن موقع "تويتر" جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتمدها أصحاب الحملات الانتخابية.

(33) نائلة عمارة، (2006). دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات المواطن المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر. المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام- جامعة القاهرة، الجزء 1، ص 257-304.

(34) نبيل جاسم محمد، (2010). تغطية الصحف العراقية للحملة الانتخابية أثناء الانتخابات التشريعية- تحليل أخبار الصفحة الأولى في جريدتي الصباح والمشرق للمدة من 12/2/2010 ولغاية 3/6/2010. مجلة الباحث الإعلامي، العدد 9-10، ص 73-94.

(35) Budak, A. (2010). Facebook, Twitter, and Barak Obama: New Media and the 2008 Presidential Elections. (Unpublished master thesis) Georgetown University, Washington, USA.



ورصدت دراسة⁽³⁶⁾ (Baumgartner, and Morris 2010) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في آراء الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 سنة و24 سنة تجاه الانتخابات التمهيدية التي تسبق الانتخابات الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد مصدراً للأخبار والمعرفة السياسية لدى فئة الشباب، وبينت نتائج الدراسة تقارب نسبة الاهتمام بالانتخابات بين الشباب الذين يعتمدون مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات مع الذين يعتمدون وسائل الإعلام الأخرى.

وقد سعت دراسة⁽³⁷⁾ (Boroughs, 2010) إلى معرفة تأثير المحتوى السياسي للشبكات الاجتماعية على اتجاه التصويت لدى الفرد في الانتخابات الأمريكية 2008، من خلال بحث عينة عشوائية بسيطة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين التعرض للمضمون السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاه التصويت، وتم ملاحظة زيادة نسبة الإقبال على التصويت بين الأشخاص الذين يتعرضون للمضمون السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي.

أما دراسة (رؤى عبد الهادي الشихلي، 2010)⁽³⁸⁾ فقد حاولت التعرف إلى الكيفية التي تعاملت بها صحيفتي الزمان والدستور الإلكترونيتين العراقيتين في تغطيتها لانتخابات مجالس المحافظات العراقية عام 2009، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المضمون، وقد بينت نتائج الدراسة أن نسبة تغطية الانتخابات كانت مرتفعة في الصحيفتين، وكان للصحفتين الإلكترونيتين اتجاهًا إيجابياً حول موضوع الانتخابات.

وتناولت دراسة (أحمد بكر الحداد، 2011)⁽³⁹⁾ أسلوب تغطية صحيفتي الصباح والدستور العراقيتين للانتخابات البرلمانية العراقية 2010، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب تحليل

⁽³⁶⁾ Baumgartner, J. and Morris, J. (2010). My Face Tube politics: Social networking web Sites and political engagement of young adults. Social Science Computer Review, 28 , 1, P 24- 44.

⁽³⁷⁾ Boroughs, B. (2010). Social Networking Websites and Voter Turnout. (Unpublished master thesis) Georgetown University, Washington, USA.

⁽³⁸⁾ رؤى عبد الهادي محمد الشихلي، (2010). تغطية الصحافة الإلكترونية العراقية لانتخابات مجالس المحافظات: دراسة تحليلية

لصحيفتي الدستور والزمان. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

⁽³⁹⁾ أحمد بكر محمد الحداد، (2011). التغطية الإخبارية للانتخابات البرلمانية في الصحافة العراقية اليومية لعام 2010. (رسالة

ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.



المضمون، وأشارت نتائج الدراسة إلى اهتمام الصحيفتين بفئة العملية التنظيمية وفئة المفوضية العليا للانتخابات وكذلك فئة الرقابة الأمنية في تغطيتهما العملية الانتخابية.

أما دراسة (ممدوح السيد عبد الهادي شتلة، وحنان كامل مرعي، 2015)⁽⁴⁰⁾ فقد تناولت علاقة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بالمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، وتنتمي الدراسة للمنهج الوصفي، واعتمدت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل الشباب الجامعي كان الغرض منه متابعة أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية، بالإضافة إلى إن أهم الاشباع المتحققة لدى الشباب من المواقع الاجتماعية كانت الاشباع السياسية.

2. الدراسات التي تناولت التأطير الإعلامي للانتخابات.

تناولت دراسة (Busher, 2006)⁽⁴¹⁾ الأطر التي اعتمدها صحيفة "نيويورك تايمز" في تغطيتها للحملة الانتخابية لهيلاري كلينتون خلال ترشحها في انتخابات مجلس الشيوخ الأمريكي عام 2000 من خلال تحليل مضمون بعض أعداد الصحيفة، إذ اعتمدت الدراسة نظرية الأطر الإعلامية في إطارها النظري، وقد توصلت إلى أن إطار السباق "التنافس" قد جاء بالمرتبة الأولى ضمن الأطر المعتمدة، فيما جاء بعده إطار النوع الاجتماعي "الجنس" والإطار السياسي، واتفقت نتيجة دراسة (Busher, 2006) فيما يخص التأطير الإعلامي للانتخابات مع دراسة (Fox, 2010)⁽⁴²⁾ التي هدفت إلى معرفة طريقة تأطير الصحف الأمريكية المطبوعة للمرشحتين "هيلاري كلنتون وسارة بالين(*)" في انتخابات عام 2008، من خلال تحليل عينة من ثلاث صحف أمريكية هي (واشنطن بوست، نيويورك تايمز، وصحيفة الولايات المتحدة الأمريكية اليوم)، وكذلك اتفقت مع نتائج دراسة

(40) ممدوح السيد عبد الهادي شتلة، وحنان كامل مرعي، (2015). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات المصرية 2014- دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري. دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد 11، ص1-26.

(41) Busher, A. , B. (2006) . Framing Hillary Clinton: A Content Analysis of the New York Times News Coverage of the 2000 New York Senate Election. (Unpublished master thesis), Georgia State University, Georgia, USA.

(42) Fox, C. (2010). Print Journalism`s Framing of Female Candidates in the 2008 Presidential Race According to the "Double Bind" Theory. The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, Vol. 1, No. 2, P17- 43.

(*) سارة بالين: سياسية أمريكية رشحت لمنصب نائب الرئيس الأمريكي عن الحزب الجمهوري في الانتخابات الأمريكية عام 2008، وشغلت منصب حاكم ولاية ألاسكا من 2006 لغاية 2009.



(O'Gara, 2009)⁽⁴³⁾ إذ جاء التأطير السياسي للانتخابات وتأطير النوع الاجتماعي "الجنس" في مقدمة الأطر المعتمدة من قبل الصحف المطبوعة في تغطيتها للانتخابات الرئاسية الأمريكية 2008، وقد تناولت الدراسة عينة من المقالات المنشورة في صحف (نيويورك تايمز، شيكاغو تريبيون، وصحيفة الولايات المتحدة الأمريكية اليوم) وقدمت بحث الدراسة تأطير الحملة الانتخابية التمهيدية للحزبين الجمهوري والديمقراطي، ثم الانتخابات الرئاسية العامة.

3. التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

- اتفقت أغلب نتائج الدراسات السابقة التي اعتمدت نظرية الأطر الإعلامية على اعتماد إطار الصراع "التنافس" وأطار النوع الاجتماعي من قبل وسائل الإعلام التي تم بحثها في معالجتها الانتخابات الأمريكية.
- بيّنت نتائج الدراسات السابقة زيادة تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية على الجمهور في السنوات التي أعقبت عام 2010 مقارنة بما قبلها.
- بينت الدراسات السابقة وجود تقارب في نتائج أغلب الدراسات الأجنبية التي تناولت تغطية وسائل الإعلام للانتخابات الأمريكية مع وجود بعض الاختلاف في عينة الدراسة.
- أوضحت الدراسات السابقة وجود ارتباط بين طريقة معالجة المؤسسات الإعلامية لموضوع الانتخابات واتجاهات هذه المؤسسات.
- ساعدت مراجعة الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة وأسئلتها، وتعزيز الأدب النظري لها.

المبحث الثالث: الجانب التطبيقي للبحث

أولاً: نتائج التحليل

1. درجة اهتمام موقع شبكة الإعلام العراقي وموقع الشرقية وموقع شبكة روداو

بالانتخابات الأمريكية 2016، والقوالب الصحفية التي تم اعتمادها في المعالجة الإعلامية.

كشفت نتائج التحليل كما في الجدول رقم (1) أن الموقع الإلكتروني لشبكة روداو احتل المرتبة الأولى في عدد المواضيع المتعلقة بالانتخابات الأمريكية 2016 وبنسبة قدرها 44.9% من مجمل

⁽⁴³⁾ O'Gara, E., (2009). Framing of the 2008 presidential election in print news. (Unpublished master thesis), Iowa State University, Iowa, USA.



المواضيع المنشورة على المواقع الإلكترونية العراقية الثلاث التي تناولتها الدراسة بالبحث، فيما جاء موقع شبكة الإعلام العراقي بالمرتبة الثانية بنسبة قدرها 37.8%، أما موقع الشرقية فقد جاء بالمرتبة الأخيرة بنسبة 17.3%.

ويتضح من الجدول رقم (1) أن القوالب الصحفية التي اعتمدها المواقع الإلكترونية العراقية في معالجتها للانتخابات الأمريكية جاءت بالترتيب التالي: الخبر بنسبة 69.3%، والتقرير بنسبة 28.3%، ثم التحقيق والمقال بنسب متساوية قدرها 1.2%، ويلاحظ أن موقع الشرقية اعتمد قالب الخبر فقط في معالجته للانتخابات الأمريكية، بينما اعتمد موقعي شبكة الإعلام العراقي وشبكة روداو قالب الخبر بالمرتبة الأولى ثم التقرير بالمرتبة الثانية ثم التحقيق والمقال بالمرتبة الأخيرة لكل منهما.

جدول رقم (1) فئات القالب الصحفي

المجموع		موقع شبكة روداو		موقع الشرقية		موقع شبكة الإعلام العراقي		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	القالب الصحفي
69.3%	176	43.2%	76	25%	44	31.8%	56	الخبر
28.3%	72	50%	36	-	-	50%	36	التقرير
1.2%	3	33.3%	1	-	-	66.7%	2	التحقيق
1.2%	3	33.3%	1	-	-	66.7%	2	المقال
100%	254	44.9%	114	17.3%	44	37.8%	96	المجموع

2. الأطر الإعلامية التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي في معالجته للانتخابات

الأمريكية 2016.

يتضح من الجدول رقم (2) أن المواقع الإلكترونية العراقية اعتمدت تأطيرين رئيسيين في معالجتها للانتخابات الأمريكية، وقد جاء إطار قضية الانتخابات في المرتبة الأولى بنسبة 59.2%، أما إطار الصراع في الانتخابات الأمريكية فكان بالمرتبة الثانية بنسبة 40.8%.

جدول رقم (2) الأطر المعتمدة في معالجة الإعلام العراقي الإلكتروني للانتخابات الأمريكية

المجموع		موقع شبكة روداو		موقع الشرقية		موقع شبكة الإعلام العراقي		الموقع الإلكتروني الأطر المعتمدة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
59.2%	448	47.1%	211	11.4%	51	41.5%	186	إطار قضية الانتخابات الأمريكية
40.8%	309	54%	167	11.7%	36	34.3%	106	إطار الصراع بين المتنافسين في الانتخابات
100%	757	49.9	378	11.5%	87	38.6%	292	المجموع

أما الفئات الفرعية لإطار قضية الانتخابات الأمريكية فتُبيّن نتائج الجدول رقم (3) أن فئة التأثير الدولي للانتخابات جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة 25.7%، فيما حلت فئة التأثير الإقليمي للانتخابات الأمريكية بالمرتبة الثانية بنسبة 24.8%، وجاءت فئة تأثير الانتخابات على الداخل الأمريكي في المرتبة الثالثة بنسبة 21.4%، فيما جاءت فئة أخرى بالمرتبة الرابعة بنسبة 9.4%، وتأثير الانتخابات في الشأن العراقي بالمرتبة الخامسة بنسبة 8.9%، والبرنامج الانتخابي لترمب بالمرتبة السادسة بنسبة 6%، والبرنامج الانتخابي لكلنتون بالمرتبة السابعة بنسبة 3.8% في النتائج العامة لمعالجة المواقع الإلكترونية التي شملتها الدراسة.



وبالنظر إلى نتائج الدراسة نجد اختلافاً في نسب وترتيب الفئات الفرعية لإطار قضية الانتخابات التي اعتمدها كل موقع، فيتضح من الجدول رقم (3) أن موقع شبكة الإعلام اعتمد فئة التأثير الدولي للانتخابات بالمرتبة الأولى وتأثير الانتخابات على الداخل الأمريكي بالمرتبة الثانية وفئة التأثير الإقليمي للانتخابات بالمرتبة الثالثة، فيما اعتمد موقع الشرقية فئة تأثير الانتخابات في الشأن العراقي بالمرتبة الأولى وفئة التأثير الدولي للانتخابات بالمرتبة الثانية وفئة التأثير الإقليمي للانتخابات الأمريكية بالمرتبة الثالثة، أما موقع شبكة روداو فجاءت فئة التأثير الإقليمي للانتخابات بالمرتبة الأولى ثم فئة تأثير الانتخابات على الداخل الأمريكي بالمرتبة الثانية والتأثير الدولي للانتخابات بالمرتبة الثالثة.

جدول رقم (3) فئات إطار قضية الانتخابات الأمريكية

المجموع		موقع شبكة روداو		موقع الشرقية		موقع شبكة الإعلام العراقي		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الفئة
%8.9	40	%52.5	21	%42.5	17	%5	2	تأثير الانتخابات في الشأن العراقي
%24.8	111	%56.8	63	%9.9	11	%33.3	37	التأثير الإقليمي للانتخابات
%25.7	115	%30.5	35	%10.4	12	%59.1	68	التأثير الدولي للانتخابات
%21.4	96	%54.2	52	%3.1	3	%42.7	41	تأثير الانتخابات في الداخل الأمريكي
%6	27	%29.6	8	%7.4	2	%63	17	البرنامج الانتخابي لترتب



البرنامج الانتخابي لكلنتون	9	%52.9	1	%5.9	7	%41.2	17	%3.8
أخرى	12	%28.6	5	%11.9	25	%59.5	42	%9.4
المجموع	186	%41.5	51	%11.4	211	%47.1	448	%100

أما الفئات الفرعية لإطار الصراع في الانتخابات الأمريكية، فبيّن الجدول رقم (4) أن فئة فوز ترمب جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة %24.9 وفئة "أخرى" بالمرتبة الثانية بنسبة %15.6 وفئة رفض لنتيجة الانتخابات بالمرتبة الثالثة بنسبة %15.3، فيما جاء باقي الفئات بالترتيب الآتي: تقدم كلنتون بالاستطلاعات رابعاً وهزيمة كلنتون خامساً وتقدم ترمب بالانتخابات سادساً وتقدم كلنتون بالانتخابات سابعاً وفوز الجمهوريين بالكونجرس ثامناً وترحيب بنتيجة الانتخابات تاسعاً وتقارب المرشحين بالاستطلاعات عاشراً وهزيمة الديمقراطيين بالانتخابات حادي عشر وتقدم ترمب بالاستطلاعات ثاني عشر.

ويتضح لنا من الجدول رقم (4) وجود اختلاف في نتائج معالجة كل موقع على حدة فيما يخص الفئات الفرعية لإطار الصراع في الانتخابات الأمريكية، إذ جاءت فئة فوز ترمب وفئة رفض نتيجة الانتخابات بالمرتبة الأولى وفئة أخرى بالمرتبة الثانية في معالجة موقع شبكة الإعلام العراقي لموضوع الانتخابات الأمريكية، فيما بينت نتائج تحليل معالجة موقع الشرقية للانتخابات أن فئة تقدم كلنتون بالانتخابات كانت بالمرتبة الأولى، أما نتائج تحليل موقع شبكة روداو فكان ترتيب الفئات الثلاث الأولى مطابق للترتيب الفئات الفرعية في النتائج العامة إذ كانت بالمرتبة الأولى فئة فوز ترمب وبالمرتبة الثانية أخرى و بالمرتبة الثالثة فئة رفض لنتيجة الانتخابات.

جول رقم (4) فئات إطار الصراع في الانتخابات الأمريكية

الموقع الإلكتروني		موقع شبكة روداو		موقع الشرقية		موقع شبكة الإعلام العراقي		الفئة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%0.6	2	-	-	-	-	%100	2	تقدم ترمب بالاستطلاعات
%12.9	40	%35	14	37.5	15	%27.5	11	تقدم كلنتون بالاستطلاعات
%2.6	8	%37.5	3	-	-	%62.5	5	تقارب المرشحين بالاستطلاعات
%6.8	21	%57.1	12	-	-	%42.9	9	تقدم ترمب بالانتخابات
%3.6	11	%36.4	4	-	-	%63.6	7	تقدم كلنتون بالانتخابات
%24.9	77	%62.3	48	%7.8	6	%29.9	23	فوز ترمب
%10	31	%71	22	%6.5	2	%22.5	7	هزيمة كلنتون
%3.2	10	%40	4	%40	4	%20	2	فوز الجمهوريين بالكونجرس
%1.6	5	%60	3	-	-	%40	2	هزيمة الديمقراطيين بالكونجرس



رفض لنتيجة الانتخابات	23	%48.9	-	-	24	%51.1	47	%15.3
ترحيب بنتيجة الانتخابات	3	%33.3	1	%11.1	5	%55.6	9	%2.9
أخرى	12	%25	8	%16.7	28	%58.3	48	%15.6
المجموع	106	%34.3	36	%11.7	167	%54	309	%100

3. آليات التأطير التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي في معالجته للانتخابات الأمريكية

2016.

أظهرت نتائج الجدول رقم (5) أن آليات التأطير المعتمدة في المواقع الإلكترونية الثلاث التي شملتها الدراسة هي فئة صورة أرشيفية بالمرتبة الأولى بنسبة 66.1%، وفئة صورة للحدث القائم بالمرتبة الثانية بنسبة 16.4%، وفئة صورة إيجابية بالمرتبة الثالثة بنسبة 13.5%، فيما جاءت فئة مادة فليمية بالمرتبة الرابعة وفئة الأشكال التوضيحية بالمرتبة الخامسة بنسب 3.6% و 0.4% على التوالي.

وبينت نتائج الجدول رقم (5) أن موقع شبكة الإعلام العراقي استخدم الصورة الأرشيفية بالمرتبة الأولى والصورة الإيجابية بالمرتبة الثانية ولم يستخدم الموقع المادة الفليمية كآلية للتأطير في معالجته للانتخابات الأمريكية، وقد استخدم موقع الشرقية الصورة الأرشيفية بالمرتبة الأولى ثم الصورة الإيجابية بالمرتبة الثانية، ولم تسجل نتائج التحليل استخدامه للمادة الفلمية أو الأشكال التوضيحية ضمن آليات التأطير المستخدمة في معالجته للانتخابات الأمريكية، أما موقع شبكة روداو فكشفت النتائج استخدامه فئة صورة أرشيفية بالمرتبة الأولى وفئة صورة للحدث القائم بالمرتبة الثانية فيما جاءت فئتي الصورة الإيجابية والمادة الفليمية بالمرتبتين الثالثة والرابعة ولم تسجل فئة الأشكال التوضيحية أي تكرار.

جدول رقم (5) فئات آليات التأطير المعتمدة في معالجة المواقع للانتخابات الأمريكية

المجموع		موقع شبكة روداو		موقع الشرقية		موقع شبكة الإعلام العراقي		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	فئة الإبراز
%16.4	45	%80	36	%2.2	1	%17.8	8	صورة للحدث القائم
%66.1	181	%44.8	81	%14.3	26	%40.9	74	صورة أرشيفية
%13.5	37	%29.7	11	%18.9	7	%51.4	19	صورة إخبارية
%3.6	10	%100	10	-	-	-	-	مادة فيلمية
%0.4	1	-	-	-	-	%100	1	الأشكال التوضيحية
%100	274	%50.4	138	%12.4	34	%37.2	102	المجموع

4. اتجاهات الإعلام الإلكتروني العراقي نحو الأطراف المتنافسة في الانتخابات الأمريكية

2016.

كشفت نتائج الجدول رقم (6) أن الاتجاه المحايد جاء بالمرتبة الأولى في المواقع الإلكترونية الثلاث بنسبة 74% فيما جاء الاتجاه المعارض لترمب بالمرتبة الثانية في موقع شبكة الإعلام العراقي وموقع شبكة روداو، أما موقع الشرقية فجاءت فئة الاتجاه المؤيد لكلنتون بالمرتبة الثانية، ولم يسجل موقع قناة الشرقية أي تكرار لفئة الاتجاه المؤيد لترمب أو فئة اتجاه معارض لكلنتون، ولم يسجل موقع شبكة روداو أي تكرار لفئة اتجاه معارض لكلنتون.

جدول رقم (6) اتجاه معالجة الإعلام الإلكتروني العراقي للانتخابات الأمريكية

المجموع		موقع شبكة روداو		موقع الشرقية		موقع شبكة الإعلام العراقي		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاتجاه
%3.5	9	%4.4	5	-	-	%4.2	4	اتجاه مؤيد لترمب
%11.8	30	%9.6	11	%4.6	2	%17.7	17	اتجاه معارض لترمب
%7.2	18	%6.2	7	%13.6	6	%5.2	5	اتجاه مؤيد لكلنتون
%3.5	9	-	-	-	-	%9.4	9	اتجاه معارض لكلنتون
%74	188	%79.8	91	%81.8	36	%63.5	61	اتجاه محايد
%100	254	%100	114	%100	44	%100	96	المجموع

5. المصادر الصحفية التي اعتمدها الإعلام الإلكتروني العراقي في معالجته للانتخابات

الأمريكية 2016.

تشير النتائج المتعلقة بمصدر المادة الصحفية حسب الجدول رقم (7) أن فئة المندوب جاءت بالمرتبة الأولى في موقع الشرقية وموقع شبكة روداو، فيما لم يعتمد موقع شبكة الإعلام العراقي المندوب في معالجته الانتخابات الأمريكية، وجاءت فئة وكالة أنباء دولية بالمرتبة الأولى في موقع شبكة الإعلام العراقية ولكن لم تسجل هذه الفئة تكراراً في الموقعين الآخرين، وجاءت فئة مصدر مجهول بالمرتبة الثانية في المواقع الإلكترونية الثلاث، وان كانت بنسبة قليلة في موقع شبكة روداو، وحلت فئة وسيلة إعلام دولية بالمرتبة الثالثة في موقع شبكة الإعلام العراقي، فيما لم يعتمد موقعي الشرقية وشبكة روداو فئة وسيلة إعلام دولية في معالجتهما لموضوع الانتخابات الأمريكية، وتم اعتماد فئة المراسل في موقعي شبكة الإعلام العراقي وشبكة روداو بنسبة متدنية فقد سجلت تكراراً واحداً لكلا الموقعين، فيما لم يتم اعتماد



المراسل في معالجة موقع الشرقية، وبينت النتائج أن فئة وسيلة إعلام محلية سجلت تكراراً واحداً في موقع شبكة الإعلام العراقي فيما لم تسجل هذه الفئة أي تكرار في الموقعين الآخرين.

جدول رقم (7) مصدر المادة الصحفية

المجموع		موقع شبكة روداو		موقع الشرقية		موقع شبكة الإعلام العراقي		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مصدر المادة
%0.8	2	50%	1	-	-	%50	1	المراسل
%57.5	146	%76	111	%24	35	-	-	المنذوب
%0.4	1	-	-	-	-	%100	1	وسيلة إعلام محلية
%3.9	10	-	-	-	-	%100	10	وسيلة إعلام دولية
-	-	-	-	-	-	-	-	وكالة أنباء محلية
%19.3	49	-	-	-	-	%100	49	وكالة أنباء دولية
%18.1	46	%4.3	2	%19.6	9	%76.1	35	مصدر مجهول
%100	254	%44.9	114	%17.3	44	%37.8	96	المجموع

ثانياً: مناقشة النتائج

توضح نتائج التحليل المتعلقة بدرجة اهتمام المواقع الإلكترونية العراقية التي شملتها الدراسة بالانتخابات الأمريكية أن موقع شبكة روداو كان له درجة اهتمام مرتفعة، فيما جاء موقع الشرقية بالمرتبة الأخيرة في درجة الاهتمام، ويعود ذلك إلى سياسة موقع الشرقية التي تولي اهتماماً كبيراً للقضايا المحلية في تغطيتها، فيما تكون معالجتها للقضايا الإقليمية والدولية هامشية مقارنة بموقعي شبكة الإعلام العراقي



وشبكة روداو، ويلاحظ أن المواقع الثلاث اعتمدت الخبر بالمرتبة الأولى والتقرير بالمرتبة الثانية، فيما تم اعتماد القوالب الصحفية الأخرى بدرجة متدنية جداً، وقد يعود ذلك إلى طبيعة جمهور المواقع الإلكترونية فهو في الغالب يفضل المواد الصحفية الخفيفة والقصيرة نسبياً وهو ما لا يتوفر في المقال والتحقيقات الصحفية.

ويتضح من النتائج أن المواقع الإلكترونية العراقية اعتمدت تأطيرين رئيسين في معالجتهما لموضوع الانتخابات الأمريكية، وقد حل إطار قضية الانتخابات الأمريكية بالمرتبة الأولى، لكون هذه المواقع تخاطب الجمهور العراقي الذي في الغالب يتابع الجانب الذي له تأثير إقليمي أو تأثير في الشأن العراقي، وهذا ما بينته نتائج الفئات الفرعية لإطار قضية الانتخابات الأمريكية، باستثناء موقع شبكة الإعلام العراقي إذ جاءت فئة التأثير الدولي للانتخابات في المرتبة الأولى فيه، ويرجع ذلك إلى أن أغلب المادة الإعلامية التي تخص الانتخابات الأمريكية على موقع شبكة الإعلام العراقي مصدرها وكالات أنباء دولية، وفي الغالب تكون وكالات الأنباء التي يعتمدها الموقع روسية وبذلك تأثر موقع شبكة الإعلام العراقي بطريقة التأطير التي يعتمدها وكالات الأنباء الروسية بصورة كبيرة، فيما نجد أن أغلب المادة الصحفية التي تخص الانتخابات الأمريكية على الموقعين الآخرين مصدرها المندوب الذي يعمل ضمن السياسة الإعلامية للموقع، وقد جاء إطار الصراع بين المتنافسين للانتخابات بالمرتبة الثانية وتعد هذه النتيجة متناسبة مع أجواء التنافس الانتخابي والذي انعكس بدوره على طريقة معالجة المواقع الإلكترونية للانتخابات الأمريكية وتقترب هذه النتيجة من نتيجة دراسة (44) (Busher, 2006).

ويلاحظ من النتائج إن استخدام المواقع الإلكترونية العراقية لآليات التأطير في معالجتها للانتخابات الأمريكية محدود جداً، فنجد أغلب فئة مستخدمة كآلية للتأطير هي الصورة الأرشيفية والتي تكون ذات تأثير متواضع على الجمهور.

وكان الاتجاه المحايد هو الغالب في معالجة المواقع الإلكترونية العراقية للانتخابات الأمريكية، إلا أن المواقع الإلكترونية التي شملتها الدراسة قد أظهرت اتجاه معارض للمرشح الجمهوري ترومب أو اتجاه مؤيد للمرشحة الديمقراطية كلنتون وإن كان بنسب متدنية، وقد يرجع ذلك إلى التخوف في منطقة الشرق الأوسط عموماً من فوز ترومب بالانتخابات، بسبب خطابه المثير للجدل خلال حملته الانتخابية.

(44) Busher, A. , B. Op. Cit.



وتشير نتائج التحليل المتعلقة بمصدر المادة الصحفية أن موقع شبكة الإعلام العراقية اعتمد بصورة كبيرة على مصادر صحفية خارجية مثل وكالات الأنباء الدولية ووسائل الإعلام دولية مما أفقده الخصوصية التحريرية في معالجته لموضوع الانتخابات الأمريكية، فلم ينشر سوى خبر واحد من تحرير مراسل للموقع، ويعد هذا الأمر غير متناسب مع السياسة التحريرية المفترضة في وسائل الإعلام الحكومية، وقد اعتمد موقع شبكة الإعلام العراقي وموقع الشرقية المصادر المجهولة بنسب مرتفعة مما يمثل ضعفاً في المعايير المهنية لتغطية الموقعين للانتخابات الأمريكية 2016.

التوصيات

- أ- ضرورة أن تكون المعالجة الإعلامية للقضايا الدولية في وسائل الإعلام العراقية منبثقة من رؤية وطنية عليا وليست من منظور فقوي.
- ب- مراعاة المعايير المهنية من قبل المواقع الإلكترونية العراقية وخصوصاً موقعي شبكة الإعلام العراقي والشرقية في تغطية ونقل الأحداث الدولية وعدم اعتماد المصادر المجهولة في التغطية الإعلامية.
- ت- يجب على الإعلام الإلكتروني العراقي الإفادة بصورة أفضل من التقنيات التي وفّرتها شبكة الأنترنت والحاسوب واعتمادها كآليات وأدوات تأطير في تغطيتها للأحداث المختلفة.
- ث- اعتماد السياسة التحريرية الخاصة بالموقع الإلكتروني في تغطية الأحداث الدولية من خلال اعتماد المندوبين والمراسلين وعدم الاقتصار على وكالات الأنباء فقط.
- ج- الاستعانة بالمتخصصين في مجال الإعلام والسياسة معاً، لوضع سياسة إعلامية لتغطية القضايا الدولية المهمة تكون متناسبة مع السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية.



مراجع البحث

1. المراجع العربية

1. إسماعيل، محمود حسن (2011). مناهج البحث الإعلامي. القاهرة: دار الفكر العربي.
2. ألسليمي، منصف (1997). صناعة القرار الأمريكي. ط1، واشنطن: مركز الدراسات العربي-الأوروبي.
3. إيوتيز، لاري (1996). نظام الحكم في الولايات المتحدة الأمريكية. ط1، (ترجمة جابر عوض)، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية.
4. البدري، رفعت محمد (2008). استخدام أدوات الويب 2 في مواقع الصحف العربية على الأنترنت وعلاقتها بجرية التعبير - دراسة تحليلية. مجلة المؤتمر العلمي الدولي الرابع "الإعلام بين الحرية والمسئولية"، القاهرة، ج2.
5. ترابان، ماجد سالم (2008). الأنترنت والصحافة المستقبلية، رؤية مستقبلية. ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
6. جمعة، إيمان (2005). اتجاهات المعالجة الصحفية لحملة الانتخابات الرئاسية وأثرها على معارف واتجاهات الناخبين. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 25، ص 147-206.
7. الحداد، أحمد بكر محمد (2011). التغطية الإخبارية للانتخابات البرلمانية في الصحافة العراقية اليومية لعام 2010. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
8. حسين، سمير محمد (1976). بحوث الإعلام - الأسس والمبادئ. القاهرة: عالم الكتب.
9. حسين، سمير محمد (1996). تحليل المضمون - تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته واستخداماته. ط2، القاهرة: عالم الكتب.
10. الحسيني، نصر محمد علي (2012). النظام الحزبي وأثره في أداء النظام السياسي للولايات المتحدة الأمريكية (دراسة حالة الحرب على العراق 2003). (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة النهدين، بغداد، العراق.
11. الدليمي، عبد الرزاق محمد (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.



12. زغيب، شيماء ذو الفقار (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
13. السرور، علاء خالد، والآلوسي، سؤدد فؤاد (2012). وسائل الإعلام والصراعات السياسية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
14. شاهين، هبة (2008). التلفزيون الفضائي العربي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
15. شتلة، ممدوح السيد عبد الهادي، ومرعي، حنان كامل (2015). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات المصرية 2014- دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري. دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد 11، ص1-26.
16. الشمري، علي جبار (2010). الهوية الوطنية في قناة الشرقية الفضائية العراقية. (بحث مقدم إلى مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية)، كلية الاتصال، جامعة الشارقة.
17. الشوربجي، منال (2008). كيف ينتخب الرئيس الأمريكي قيود وتعقيدات وأشياء أخرى. ط1، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
18. الشخلي، رؤى عبد الهادي محمد (2010). تغطية الصحافة الإلكترونية العراقية لانتخابات مجالس المحافظات: دراسة تحليلية لصحيفتي الدستور والزمان. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
19. عبد الحميد، محمد (2015). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط4، القاهرة: عالم الكتب.
20. عبد الرحمن، عواطف، وسالم، نادية، وعبد المجيد، ليلي (1982). تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
21. عمارة، نائلة (2006). دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات المواطن المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر. المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام- جامعة القاهرة، الجزء 1، ص257-304.
22. الفيصل عبد الأمير (2014). مدخل في صحافة الأنترنت. العين: دار الكتاب الجامعي.
23. الفيصل، عبد الأمير (2010). الصحافة الإلكترونية، التجربة العراقية. بغداد: مطبعة الدار العربية.
24. اللبان، شريف درويش (2001). تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.



25. ماسيل، إل ساندي (2014). الانتخابات والأحزاب السياسية الأمريكية – مقدمة قصيرة جداً. ط1، (ترجمة: خالد غريب علي)، القاهرة: مؤسسة هنداوني للتعليم والثقافة.
26. محمد، نبيل جاسم (2010). تغطية الصحف العراقية للحملة الانتخابية أثناء الانتخابات التشريعية – تحليل أخبار الصفحة الأولى في جريدتي الصباح والمشرق للمدة من 12 / 2 / 2010 ولغاية 3 / 6 / 2010. مجلة الباحث الإعلامي، العدد 9- 10، ص 73- 94.
27. المدني، أسامة غازي (2009). اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الصحفية السعودية على شبكة الأنترنت. الرياض: دار السعودية للنشر.
28. مكاوي، عماد حسن، والسيد، ليلي حسن (2009). الاتصال نظرياته المعاصرة. ط8، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

2. المراجع الأجنبية:

1. Baumgartner, J. and Morris, J. (2010). My Face Tube politics: Social networking web Sites and political engagement of young adults. *Social Science Computer Review*, 28 , 1, P 24- 44.
2. Boroughs, B. (2010). Social Networking Websites and Voter Turnout. (Unpublished master thesis) Georgetown University, Washington, USA.
3. Budak, A. (2010). Facebook, Twitter, and Barak Obama: New Media and the 2008 Presidential Elections. (Unpublished master thesis) Georgetown University, Washington, USA.
4. Busher, A. , B. (2006) . Framing Hillary Clinton: A Content Analysis of the New York Times News Coverage of the 2000 New York Senate Election. (Unpublished master thesis), Georgia State University, Georgia, USA.
5. Dietam, A. (1999). Framing as a theory of Media effects. *Journal of communication* Vol. 49, No,1, P109.
6. Entman, R. (1993). Framing Toward Clarification of A Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, Vol. 11, P 145- 156.
7. Fox, C. (2010). Print Journalism`s Framing of Female Candidates in the 2008 Presidential Race According to the "Double Bind" Theory. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, Vol. 1, No. 2, P17- 43.



8. Kevin. M (1991). Carriage News and Ideology: An analysis of Coverage of the West German Green Party by the New York Times. *Journalism Monographs*. 128, 1- 31.
9. O'Gara, E,. (2009). Framing of the 2008 presidential election in print news. (Unpublished master thesis), Iowa State University, Iowa, USA.

3. المواقع الإلكترونية:

1. الجاف علي إسماعيل حمة (2017). تطور الأعلام العراقي بين الماضي والحاضر:
2. www.tellskuf.com/index.php/authors/436-al/23824-aa-sp-1673376160.html
3. موقع شبكة روداو على الأنترنت (2016): www.rudaw.net/arabic/about.

