

اتجاهات الصحافة السعودية نحو أزمة الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢م

د. فاطمة الزهراء محمد أحمد السيد



المدرس بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة

ترجع أهمية هذا البحث إلى عدة أسباب :

١- طبيعة الموضوع الذي تناوله والذي يدور حول قضية الانتخابات الرئاسية المصرية التي ارتبط بها العديد من الأحداث التي جعلت مفهوم الأزمة ينطبق عليها بكل معانيها من حيث كونها نقطة تحول تتطلب اتخاذ قرارات سريعة وتمثل تهديداً لقيم الأطراف المشاركة فيها إلى جانب الضعف العام من جانب الأطراف المختلفة في السيطرة على مجريات الأحداث والشعور بالقلق وضبابية الموقف^(١)، بالإضافة لما هو متوقع من تأثير مباشر لهذه القضية على مصير الدولة المصرية خلال السنوات القادمة.

٢- تعد المملكة العربية السعودية حليفاً تاريخياً واستراتيجياً لمصر نظراً لما يجمعهما من تراث مشترك وعلاقات قوية؛ إلا أن هذه العلاقات تعرضت لبعض الاضطراب وتم سحب السفير السعودي من القاهرة على خلفية اعتداءات تعرضت لها السفارة من قبل متظاهرين معترضين على اعتقال أحد الناشطين فيما عرف بقضية الجيزاوي^(٢). وكانت المملكة قد أعلنت على المستوى الرسمي الدبلوماسية عن دعمها للخيار الشعبى الديموقراطى وعدم تدخلها فى الشأن الداخلى المصرى واحترامها الكامل للإرادة الانتخابية^(٣)، فى الوقت الذى تناقلت فيه بعض وسائل الإعلام الغربية^(٤) تقارير إخبارية عن تفضيل المملكة لفوز مرشح بعينه فى الانتخابات الرئاسية المصرية وأوردت فى ذلك الأسباب ودعمتها ببعض الأدلة والأسانيد التى قوبلت بانتقاد واستنكار شديدين من جانب المملكة كونها فى نظرهم غير صحيحة ومنافية لما أعلنته مسبقاً من كونها تقف على مسافة واحدة من جميع المرشحين بدون تمييز.

٢- تمثل الجالية المصرية فى المملكة التجمع الأكبر للمصريين فى الخارج وهم بذلك يمثلون كتلة تصويتية لا يستهان بها فى حال الانتخابات تقترب من نصف عدد المصريين المغتربين فى العالم، وهم بذلك يمثلون مؤشراً جيداً للاتجاهات نحو المرشحين، حيث شارك ٢٦١ ألفاً و ٩٢٤ مصرياً مقيماً فى المملكة من مجموع ٥٨٦ ألفاً و ٩١٤ مصرياً بالخارج ممن قاموا بالتسجيل فى قاعدة بيانات الناخبين وفقاً لمصادر الهيئة العليا للانتخابات^(٥)، وقد صوت ما يقرب من ٩٠% من هذه الكتلة التصويتية لصالح أحد المرشحين فى جولة الإعادة.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة هذه الدراسة في التضارب و التباين الذي لوحظ بين الاتجاهات الرسمية و الدبلوماسية السعودية نحو أزمة الانتخابات الرئاسية المصرية وما ارتبط بها من مواقف و أحداث و تداعيات و بين الرأي العام السعودي الذي يمكن استطلاعها بشكل عام من خلال ممارسات الحياة اليومية في أماكن العمل و التجمعات غير الرسمية في المملكة العربية السعودية، حيث عكس الخطاب الدبلوماسي صورة مثالية للموقف الرسمي المساند للثورة المصرية و المتمثل بكونه على مسافة واحدة من جميع القوى السياسية و الأطراف الفاعلة في المشهد الانتخابي المصري، متبايناً في ذلك مع المواقف الشعبية التي أبدت تحيزاً واضحاً تجاه مرشحين بعينهم واستبعاد آخرين لأسباب مختلفة.

ولتفسير هذا الواقع الاجتماعي المتناقض مع الخطاب الرسمي كان من الضروري الكشف عن الروافد المعرفية التي غذت هذا الاختلاف و ساهمت في تشكيل هذا الواقع الاجتماعي لاتجاهات الرأي العام تجاه أطراف أزمة الانتخابات الرئاسية المصرية والتي تعدد ما بين وسائل إعلامية مقروءة و مرئية و إلكترونية ركزنا فيها على مقالات الرأي باعتبارها من أكثر المواد التحريرية التي تؤثر في توجيه القراء نحو التبنى المباشر لوجهات نظر معينة تجاه الأحداث، مع تحليل اتجاهات هذه المقالات نحو الشخص الحقيقية و الاعتبارية لأزمة الانتخابات الرئاسية وما تخللها من أحداث و أزمات عارضة ساهمت في تشكيل ملامح هذه الاتجاهات و وضع أطر لفهمها داخل العقل الاجتماعي للرأي العام السعودي.

أهداف البحث:

الهدف الرئيس لهذا البحث هو تحديد الاتجاهات الرئيسية للصحافة السعودية نحو أزمة الانتخابات الرئاسية المصرية ، وذلك من خلال تحليل مضامين مقالات الرأي المنشورة في أربعة صحف تمثل المناطق الرئيسية للسعودية و هي صحف (الرياض، عكاظ، الوطن، اليوم) و ينبثق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية:

- التعرف على أهم الأفكار المحورية التي دارت حولها آراء الكتاب فيما يتعلق بأطراف أزمة الانتخابات الرئاسية المصرية.
- التعرف على أهم الاستمالات الأكثر استخداماً من جانب الكتاب (منطقية/عاطفية/واقعية) للتأثير على القارئ وإقناعه

بوجهة النظر المعروضة.

- التعرف على أهم الأطر الإعلامية التي استخدمها الكتاب للدلالة على أفكارهم.
- التعرف على المدى الذي اهتم فيه الكتاب بسوق الحجج و البراهين المؤيدة و المعززة لطروحاتهم الفكرية.
- تحديد أهم شخصيات المرشحين الذين تم التركيز عليهم و ذكرهم بشكل مباشر و الصفات التي صاحبتهم داخل المقال.
- تحديد الاتجاه العام السائد في المقالات تجاه الشخص الاعتبارية المصرية التالية : الشعب، الجيش، الدولة، القضاء، النخبة، المصريون في الخارج، الإخوان، الولايات المتحدة، قضية الجيزاوى، الإعلام، ثورة ٢٥ يناير.
- تحديد نوع السياق الاستدلالي الذي أورده الكاتب عند حديثه عن الانتخابات الرئاسية المصرية باعتبارها حلقة من حلقات الانتقال التاريخي في الحياة السياسية المصرية من حيث كونه سياقاً تافؤلياً أو سياقاً تشاؤمياً.

تساؤلات البحث:

- ما هي أهم الأفكار المحورية التي دارت حولها آراء كتاب المقالات؟
- ما هي أكثر الاستمالات المستخدمة للإقناع بالأفكار الواردة في المقالات؟
- ما أهم الأطر الإعلامية التي استخدمت كمرجعيات لعرض الأفكار من خلالها؟
- مدى اعتماد الكتاب على الحجج و الأسانيد في عرض أفكارهم؟
- من هم أكثر المرشحين ذكراً وما هي صفاتهم في المراحل المختلفة من الانتخابات الرئاسية؟
- ماذا كان الاتجاه السائد في المقالات حول الشخص الاعتبارية المصرية لكل من الشعب و الدولة و الإعلام و النخبة و الجيش و القضاء و قضية الجيزاوى و المصريين في الخارج و ثورة ٢٥ يناير و الولايات المتحدة الأمريكية.
- ماذا كان نوع السياق الاستدلالي السائد في الحديث عن أزمة الانتخابات الرئاسية المصرية من حيث كونه تافؤلياً أو تشاؤمياً؟

الاقتراب النظري:

يستند هذا البحث إلى الإطار الفكري لنظرية الدلالة اللغوية و بناء الواقع الاجتماعي^(١)، حيث تتحدد إلى مدى بعيد الرؤى

تحليلها باستخدام نظام خبير مصمم خصيصاً لهذا الغرض (Custom-built expert system) وقد أسفرت نتائج استخدام المنهج الجديد عن وجود اختلافات كبيرة في التغطيات الإخبارية الخاصة بعناصر أزمة المفاوضات الجارية لتشكيل الحكومة بأبعادها المختلفة.

ومن خلال تطبيق الأداة على مواد الرأي كان من السهل رصد التعبيرات العاطفية المؤثرة في تغيير الاتجاهات و التي اعتمد عليها كتاب المقالات في التدليل على آرائهم ، وقد استطاع الباحثون أن يجسدوا الاستمالات العاطفية داخل النصوص الصحفية .

كما استطاعت الأداة الكشف عن ضغوط إيجابية وأخرى سلبية واضحة في السياق الاستدلالي للمقال في لحظات فارقة أثناء العملية التفاوضية، وتقدم هذه الأداة الجديدة منهجية يمكن الاسترشاد بها في تحليل المواد الإعلامية التي تقوم بتغطية الموضوعات السياسية خاصة في أوقات الأزمات.

● دراسة صبيح، حنان محمد البيلى 2011م⁽¹⁰⁾ حول دور التخطيط التسويقي الاستراتيجي للحملات الانتخابية الرئاسية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة أن نجاح المنتج الرئاسي على الساحة السياسية يعتمد على مزيج تسويقي سياسى متكامل، فلا بد من وجود منتج سياسى متميز يتمثل في شخصية المرشح مع أسلوب ملائم لتمويله مع استخدام وسائل ترويج فعالة، مع كفاءة استخدام قنوات لتوزيع والاتصال وذلك من خلال جهاز كفاء، للبحوث التسويقية الرئاسية التي تدرس احتياجات شرائح الناخبين المختلفة ، ومن خلال الدراسة المقارنة التي طبقتها الباحثة تبين عدم وجود نموذج متفق عليه لأثر التخطيط الاستراتيجي للتسويق السياسى على إدارة الحملات الانتخابية الرئاسية بكفاءة في بية الشرق الأوسط ، وتوصى الباحثة بضرورة وجود وحدة للتسويق السياسى لكل حزب مع نشر فكرة مراكز المعلومات السياسية المتقدمة في كافة المقرات الحزبية.

● دراسة Greg Elmer 2012م⁽¹¹⁾ حول آليات إدارة الحوار الانتخابي عبر تويتر حيث تتسائل هذه الدراسة عن الكيفية التي يمكن بها إدارة الحوارات الاجتماعية عبر ساحات الشبكات الاجتماعية سواء في المدونات أو الفيس بوك أو تويتر بالتركيز على التحديات التي تطرحها الحملات الإعلامية السياسية، وقد تم إجراء هذا البحث بالتعاون مع قسم الأخبار بإذاعة

والتصورات الكائنة في عقول أفراد المجتمع حول القضايا والاحداث وفقاً للمعاني والدلالات المقصودة أو غير المقصودة التي تتضمنها الكلمات والتعبيرات التي يسوقها الإعلاميون في وصف الأشخاص أو الأحداث أو المواقف التي تدور في المجتمع خلال فترة زمنية معينة، كما دلت التجارب العملية والبحوث الاجتماعية على أن فعالية النص الصحفي وتأثيره في جماهير القراء يرتبط بشكل عميق ببناءه المنطقي، فالنص الصحفي المستخدم للحجج والبراهين يستطيع التأثير على اتجاهات القراء فضلاً عن قناعاتهم الفكرية.⁽⁷⁾ كما ثبت أن الحديث عن المستوى الدلالي للكلمات يعنى الاتجاه من اللغة نحو ما هو غير لغوي، ومدلول اللفظة يتجاوز جرسها الصوتي ونسجها الفونيمي ورسمها الخطى إلى ما تحيل إليه في العالم الخارجى أو العالم الذهني⁽⁸⁾.

ويحاول البحث التعرف على الأوصاف والتعبيرات والسمات والتفسيرات التي قدمها كتاب الرأي على اختلاف توجهاتهم في الصحافة السعودية على جميع العناصر المثلة لمشهد الأزمة (القوى الفاعلة) في الانتخابات الرئاسية المصرية من أشخاص تتمثل في رموز المرشحين و أحداث ومواقف بعضها متوقع كمجريات المرحلة الأولى و المرحلة الثانية وبعضها غير متوقع كاستبعاد بعض المرشحين لأسباب مختلفة وبعضها عارض كأزمة الجيزاوى وتداعياتها، حيث كانت الثورة المصرية وكل ما تمخض عنها من أحداث محل اهتمام واضح من جانب الرأي العام الشعبى والرسمى في المملكة العربية السعودية.

ومن ثم فإنه وفقاً للإطار الفكرى لهذه النظرية فمن المتوقع أن تكون الرؤية المتكونة لدى الجمهور السعودى عن أزمة الانتخابات الرئاسية المصرية هي تلك التي رسمتها أو على الأقل ساهمت في تكوينها إلى حد كبير مقالات الرأي التي تناولتها الصحافة السعودية على اختلاف توجهات كتابها.

الدراسات السابقة:

● دراسة De Fortuny 2012 م وآخرون⁽⁹⁾ باستخدام منهج Text Mining approach لدراسة التغطية الإعلامية للأحداث في أوقات الأزمات السياسية، وموضوع الدراسة عن استخدام أداة جديدة هي (التحليل النصى الأستخراجى) الذى صممه فريق بحثى بلجيكى عن فترة استمرت 41يوم من المفاوضات حول تشكيل الحكومة قام خلالها الفريق برصد ما يقرب من 68 ألف مادة إخبارية نشرت عام 2011 في الصحف الفلمنكية، وتم

الكندية لفهم الكيفية التي يتزايد بها استخدام السياسيين من الأحزاب المختلفة لموقع تويتر خلال حملاتهم الانتخابية الإذاعية.

● دراسة Neviarouskaya 2010 م وآخرون^(١٢) حول إدراك عناصر التأثير والحكم والتقدير في النصوص الإلكترونية، والهدف من هذه الدراسة هو تصنيف استخدام النصوص الإلكترونية من خلال مصفوفة تسميات محددة للاتجاهات الإلكترونية Fine-grained attitude labels وهي منهجية تعتمد في تطبيقها على نظم خبيرة مصممة خصيصاً لهذا الغرض @AM system وتعمد على مجموعة من المبادئ التأليفية الروائية التي يمكن من خلالها تصنيف الأفعال العاطفية وفقاً لمستويات طبقية متميزة، وقد تم تقييم ألف جملة باستخدام هذا النظام من خلال مقارنة معناها داخل النظام بمعناها لدى عينة من القراء وتشمل تعبيرات إنسانية متباينة وأظهرت النتائج حقائق مهمة حيث بلغت نسبة الدقة في مطابقة الأداة للتعبيرات المقصودة نسبة 62% في المستوى الطبقي الأول (المضمن لعدد ١٤ اتجاه)، ونسبة 71% في المستوى الطبقي الثاني (المضمن لعدد ٧ اتجاهات)، ونسبة 88% في المستوى الطبقي الثالث (المضمن لعدد 3 اتجاهات).

● دراسة الرملى، أحمد عبدالله 2010م^(١٣)، والتي دارت حول مقارنة كل من الانتخابات الرئاسية التي جرت في مصر سبتمبر 2005 م واليمن سبتمبر 2006 م من حيث تأثيرها على عملية التطور الديمقراطي في كلا البلدين، وأسفرت نتائج البحث عن كونها أرسدت ودعمت مبادئ تعدد جديدة في الحياة السياسية من حيث الاعتراف بمبدأ تداول السلطات والانتقال السلمى للسلطة عبر انتخابات حرة وليس عبر الاستفتاء وما صاحب ذلك من تعديلات دستورية وقانونية لتسمح بإقرار هذا الواقع الجديد، وأظهرت النتائج وجود اختلافات جوهرية بين النظامين الانتخابيين المصري واليمني تعود إلى الاختلافات لاقائمة في طبيعة الانظمة الحاكمة، وقام الباحث بعقد مقارنات بين البلدين على المستويات القانونية والسياسية والأمنية والإدارية الخاصة بالانتخابات الرئاسية في كل من مصر واليمن.

● دراسة Miller 2011 م وUlbig تأثير Coin gate effect^(١٤) والمتعلق بتأثير نشر معلومات خاصة بالرموز العامة السياسية على اتجاهات الجمهور نحوهم، وتتساءل هذه الدراسة عن

السبب الذي قد يؤدي إلى مضاعفة التأثير الخاص ببعض السياسيين كنتيجة لتعرض آخرين مناظرين لهم لفضيحة، واعتبروا أن أهم العوامل الوسيطة المؤثرة في العلاقة بين المتغيرين تتمثل في نوع ودرجة التعرض للتغطيات الإخبارية التي تقدمها وسائل الإعلام فيما يتعلق بموضوع الفضيحة. وتساءل الباحثون عن الأسباب التي تجعل آراء الجمهور نحو السياسيين تتعرض للاضطراب، وقد جمعت معلومات الدراسة في صيف عام 2006 م باستخدام استطلاع فردى للأراء، وأكدت نتائج الدراسة أن المواطنين الذى يتعرضون لتغطيات إخبارية سلبية متعلقة بحاكم ولايتهم يؤدي بدرجة كبيرة إلى انخفاض مستوى قبوله للاستمرار في شغل هذا المنصب.

● دراسة محمد، إبراهيم حسن المرسي وإسماعيل^(١٥)، محمود حسن حول دور الصحف المصرية في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو الانتخابات الرئاسية ومجلس الشعب 2005م، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح على عدد 400 مفردة من المراهقين في السن المتأخرة (18-19 سنة) من جامعات المنصورة والزقازيق والقاهرة وعين شمس باستخدام أداتي تحليل المضمون والاستبيان وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها ان اتجاهات الصحف المصرية كانت إيجابية نحو الانتخابات الرئاسية بينما كانت الاتجاهات سلبية نحو انتخابات مجلس الشعب، كما كشف التحليل عن وجود علاقة دالة إحصائياً بين تعرض المراهقين للصحف المصرية القومية والحزبية والمستقلة وبين حرصهم على متابعة أحداث الانتخابات المصرية، كما وجد الباحث فروقاً غير دالة إحصائياً بين المراهقين المختلفين من حيث الأقاليم والتخصصات العلمية والمستويات الاجتماعية والاقتصادية والجنس والاتجاهات نحو الانتخابات الرئاسية والنيابية، وخلص الباحث إلى أن للصحف المصرية دور كبير في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو الانتخابات لما لها من دور في التعريف بعناصر العملية الانتخابية وإضفاء الشرعية على الأحداث الطارئة والجارية.

● دراسة Oskouei 2012 م^(١٦) حول تحليل بنية النصوص الصحفية بالتطبيق على المقالات الافتتاحية وباستخدام أداة جديدة للتحليل، وتنتمى هذه الدراسة إلى مجموعة البحوث المهمة بتحليل الخطابات المنتمة لفئة Metadiscourse والتي غالباً ما تلفها درجة من الغموض عند محاولة تحليلها تفصيلاً، خاصة ما يتعلق بعملية التمييز بين الخطاب الطارح للمقترحات

والعلامة التجارية، وعند تفسير ذلك في ضوء مفهوم خلط الأولويات فإن البيانات تشير إلى أنه حتى مع تقسيم المجتمع إلى وحدات ديموجرافية ليتم قياسه في شكل مجموعات فرعية فإن أولويات المجتمع تظل مشابهة للأولويات العامة لمجتمع العلامة التجارية.

● دراسة فودة، بسمه مرتضى محمد 2012م^(٢٠)، وتمثلت مشكلة البحث في عدم وجود معايير يمكن اتباعها من جانب القائمين على الإعلانات التليفزيونية لتقنين وضبط النواحي الفنية والإجرائية للعمل خاصة ما يتعلق بالإعلانات التي تقوم بالترويج للمرشحين داخل الحملات الانتخابية، واستهدفت الدراسة بحث أسلوب الإعلانات التليفزيونية الانتخابية ومعرفة أثرها على الجمهور المصري بفئاته المختلفة. وقد كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة وثيقة بين نجاح الإعلان فنياً وجماليهياً وبين التزامه بالمعايير المهنية في الإنتاج والإخراج وما لذلك من تأثير مباشر إيجابي على الحملة الانتخابية للمرشح المعلن عنه، كما أكدت النتائج على التأثير الكبير لمحتوى الإعلان على ترجيح كفة المرشحين المعلن عنهم من خلال المصادفة التي يبثها الإعلان في المشاهدين.

● دراسة Rouner وآخرون 2009م^(٢١)، حول العلاقة بين المضمون الإعلاني لبعض المنتجات ومضمون المقالات الافتتاحية في صحف الولايات المتحدة الأمريكية، واعتمدت الدراسة على بيانات ممثلة لعموم البلاد، ولم تسفر النتائج عن وجود أي علاقة بين نوع التغطية التحريرية و عدد الإعلانات المنشورة في الصحيفة.

منهجية البحث:

الدراسة وصفية تستخدم منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على مقالات الرأي المنشورة خلال الفترة من ١ إبريل إلى ٢١ يونيو 2012 م وهي الفترة التي استغرقتها أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية بجولتها الأولى والثانية، في أربعة صحف تمثل المناطق السعودية الرئيسية وهي (عكاظ للمنطقة الغربية والرياض للمنطقة الوسطى والوطن للمنطقة الجنوبية واليوم للمنطقة الشرقية) اعتمدت الدراسة على عدد ٨٠ مقال موزعة بالتساوي على الصحف الأربعة بنسبة 25% من إجمالي العينة لكل صحيفة.

استخدم الاستبيان كأداة لتحليل المضمون وتم تحديد الفئات التي يشمل تحليلها إحاطة شاملة بالأهداف التي تسمى هذه

وغير الطارح لها. Propositional / Non-propositional ولذا فقد تم تقسيم الدراسة لشقين يهتم الأول بتعريف مشكلة التمييز بين الخطابين ومحاولة الوصول لحلول باستخدام مداخل منهجية وظيفية ونحوية، والشق الثاني هو تقديم رؤية تصنيفية للخطابات المتجاوزة الذاتية التي يتم عرضها في الافتتاحيات الصحفية.

● دراسة عمارة، نائلة إبراهيم 2006م^(١٧) حول دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر وقد اعتمدت على مدخلين نظريين هما الفجوة المعرفية والاعتماد على وسائل الإعلام بالتطبيق على عدد 400 مفردة، وجاءت النتائج محددة أن الأشخاص الذين يكثرون من الاعتماد على الصحف وعلى متابعة القنوات الفضائية هم الأكثر عمقاً في معرفة تفاصيل الانتخابات الرئاسية المصرية، وأن الأشخاص الذين كانوا أكثر اعتماداً على الوسائل الإعلامية الحكومية كانت اتجاهاتهم أكثر إيجابية نحو العملية الانتخابية بينما المعتمدين على وسائل الإعلام غير الحكومية كانت اتجاهاتهم سلبية، كما اتضح أن الأشخاص الأعلى في المستويات الاقتصادية والتعليمية كانوا هم الأكثر معرفة بالانتخابات الرئاسية والأقل إيجابية في اتجاهاتهم نحوها، كما اتضح عدم وجود علاقة بين مستوى المعرفة وشدة الاتجاه نحو العملية الانتخابية.

● دراسة Cindy & Huberty 2007م^(١٨)، حول تأثير وسائل الإعلام وقدرتها على الوصول للجمهور بالتطبيق على الأخبار المنشورة عبر شبكة الإنترنت على استنتاجات الرأي العام حول الأحداث.

● دراسة Rages & Roberts 2009م^(١٩)، حول عمليات بناء و خلط أولويات القضايا محل اهتمام الجمهور في عصر الإعلام الرأسي والأفقى باستخدام رؤية نظرية جديدة لدراسة مجتمع العلامات المسجلة الافتراضية، في عصر أصبح التعامل فيه مع رموز السياسة والشخصيات الشهيرة باعتبارها علامات تجارية، واستخدمت هذه الدراسة نظرية ترتيب الأولويات في مقابل فرضيات خلط الأولويات بالتطبيق على العلامات التجارية والمجتمعات الافتراضية لهذه العلامات، وأظهرت النتائج وجود علاقات إيجابية بين أولويات العلامة التجارية وأولويات المجتمعات الخاصة بها، بينما ظهرت علاقة سلبية غير متوقعة بين أولويات وسائل افعلام و أولويات جمهور

العقل على العاطفة الهوجاء.

٤/١- الشعب المصرى بطل استطاع الوصول لمرحلة تقرير الرمز الرئاسى بحرية وديموقراطية.

٥/١- مصر الجديدة تتكشف معالمها من خلال المناظرة الرئاسية الفريدة عربياً بين المرشحين.

٦/١- لا لتجميد العلاقات مع مصر و المصالحة أمر طبيعى ويبقى الود ما بقى العتاب.

٧/١- انتخابات الرئاسة المصرية عرس ديموقراطى كبير.

٨/١- سلامة مصر هى سلامة العرب ومصر و السعودية شعب واحد ومصر كبيرة بأفعالها.

٩/١- الانتخابات الرئاسية فى مصر هى خلاصة الربيع العربى.

٢- الأفكار الداعمة بشروط موقف الدولة المصرية فى الانتخابات الرئاسية وتشمل:

١/٢- الثورة المصرية عليها تصحيح أوضاعها حتى يعود لمصر البريق.

٢/٢- على الشعب المصرى و المرشحين الرئاسيين تحقيق التوافق و المصالحة و إلا فالكارثة محققة.

٣/٢- على الرئيس الفائز عدم الاستئثار بالسلطة واحترام الفئات التى لم تنتخبه.

٤/٢- إذا فاز الإخوان فالمرشد هو الذى سيحكم مصر والتحديات التى ستواجه مصر ستعاطم.

٥/٢- السعودية بريئة من دعم الثورة المضادة وكل دولة عربية لها ظروفها وما يصلح للتحول الديموقراطى فى بلد لا يصلح للبلد الاخر.

٦/٢- الخطر محقق بمصر و الأقلام المأجورة تحاول إشعال الفتنة وعلى جميع القوى السياسية الحرص على مصلحة الوطن والتضحية من أجل ذلك.

٢- الأفكار غير الداعمة لموقف الدولة المصرية فى الانتخابات الرئاسية وتشمل:

١/٢- الثورة المصرية ضاعت و المصريون يعيشون أزمة أخلاقية.

٢/٢- كل القوى السياسية و الحزبية فى مصر مخطئة و الإخوان ينفذون مخططاً أمريكياً لتقسيم المنطقة.

٣/٢- ثورات الربيع العربى بلا أزهار ومصر تعيش حالة من التخبط.

الدراسة إلى تحقيقها و التساؤلات التى تسعى للإجابة عليها وبلغ عددها ٢٢ فئة رصدت كل من كاتب المقال وصحيفته والفكرة المحورية ونوع الاستمالات المستخدمة والإطار الإعلامى للاستدلال والحجج المستخدمة وشخص مرشحي الرئاسة فى الجولتين والموقف من الثورة والإعلام والنخبة والجيش والإخوان والأحزاب السياسية والقضاء والشخص الاعتبارية للشعب المصرى والدولة المصرية والمصريون فى الخارج والموقف من الولايات المتحدة و أزمة الجيزاوى والاستنتاج التفاضلى أو التفاوضى تجاه الوضع العام للانتخابات الرئاسية.

النتائج و الخلاصات:

أولاً: أهم الأفكار المحورية التى تناولتها المقالات وتقسم إلى ثلاثة معاور:

١- الأفكار الداعمة بوضوح لموقف الدولة المصرية فى الانتخابات الرئاسية.

٢- الأفكار التى توحى بالدعم المشروط للدولة المصرية فى الانتخابات الرئاسية.

٣- الأفكار التى تعارض موقف الدولة المصرية خلال فترة الانتخابات الرئاسية لأسباب مختلفة.

نوع الأفكار	التكرار	النسبة
الأفكار الداعمة بوضوح	١٦	٢١%
الأفكار الداعمة بشروط	١٣	٢٥%
الأفكار غير الداعمة	٢٢	٤٣%
المجموع	٥١	١٠٠%

١- الأفكار الداعمة بوضوح لموقف الدولة المصرية أثناء الانتخابات الرئاسية وتشمل:

١/١- مصر قادرة على تخطى الأزمة.

٢/١- السعودية لا يهمها إلا أن تحقق مصر مصالحها وأهداف ثورتها.

٣/١- عودة العلاقات بين البلدين أمر طبيعى لارتفاع صوت

ثالثاً: الاتجاهات نحو مرشحي الرئاسة:

المرشح	مرسى	أبو الفتوح	حمدين	شفيق	موسى	خالد	بقية
التكرار	١٨	٣	٣	١١	٦	١	٠
النسبة	%٢٢,٥	%٣,٨	%٣,٨	%١٣,٨	%٧,٥	%١,٣	%٠

تباينت اتجاهات الصحف نحو مرشحي الرئاسة وفقاً للمراحل التالية:

١- مرحلة ما قبل الجولة الأولى للانتخابات الرئاسية

وظهر فيها الاهتمام بأسماء بعض المرشحين مثل خيرت الشاطر وحازم صلاح أبو إسماعيل وعمر سليمان ثم ما لبث أن انصرف الاهتمام عنهم بمجرد خروجهم من السباق الرئاسي.

٢- مرحلة الجولة الأولى للانتخابات الرئاسية، وكان الاهتمام فيها متوازناً ببعض المرشحين مثل (مرسى/أبو الفتوح/حمدين/شفيق/خالد على) وإن كان الأخير هو أقلهم من حيث الاهتمام على الإطلاق، أما بقية المرشحين فلم تهتم أى صحيفة بالإشارة إليهم من قريب أو بعيد.

٣- مرحلة ما بين الجولتين، سادت فيها التكهنات بالسيناريوهات المحتملة للدولة المصرية في حال فوز أحد المرشحين، مع تأكيدات متكررة على أن نسبة التهديدات والمخاطر على مستقبل مصر والتغييرات الاستراتيجية في خارطة المنطقة مرتبطة بفوز مرسى، كما تكررت تأكيدات مقابلة على أن المزاج المصرى العام يصعب التكهن به خاصة بعدما فشلت جميع استطلاعات الرأى التكهن بنتيجة الجولة الأولى للانتخابات، ومن ثم فتوقع فوز شفيق محتمل بنسبة أكبر فى ظل حاجة الناس للشعور بالأمان من شخص له خبرات واسعة فى المجالات الأمنية والإدارية.

٤- مرحلة ما بعد الجولة الثانية، وطويت فيها صفحة المرشح أحمد شفيق نهائياً ليتم التركيز فقط على شخصية الرئيس المنتخب والأمال المعقودة عليه لتحقيق المصالحة الوطنية والعبور بمصر مع التحديات الجسيمة إلى الإصلاح والاستقرار.

٤/٢- الثورة المصرية غير ناضجة و الثمار الانتخابية الناتجة عنها غير مكتملة.

٥/٢- الأدباء والكتاب الذين ادعوا الثورية ظهروا على حقيقتهم غير الأخلاقية من خلال أزمة الجيزاوى.

٦/٢- الثورة أوهمت المصريين أن كرامتهم فوق كرامة الشعوب الأخرى.

٧/٢- الإعلام المصرى فاشل ومضلل وكاذب وعميل ومزايد وقد تعود على الممارسة غير الشريفة للمهنة قبل الثورة ولا يزال الحال بعد الثورة على ما كان عليه قبلها.

ثانياً: أهم الأطر الإعلامية المستخدمة فى سياق الاستدلال على الأفكار:

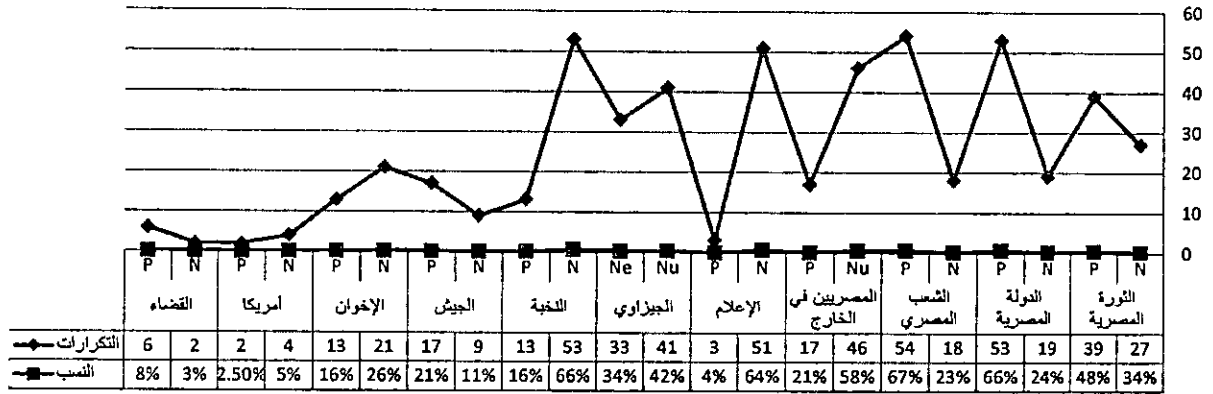
نوع الإطار	العربى	الإسلامى	الثقافى	التاريخى	الاقتصادى	السياسى	الاجتماعى
التكرار	٢٠	١٠	٢٧	٣١	٩	٦٥	٣٣
النسبة	%٢٥	%٨	%٣٣	%٣٨	%١١	%٨١	%٤١

١- استخدم الكتاب الإطار السياسى بنسبة أكبر من الأطر الإعلامية الأخرى للدلالة على الأفكار التى طرحت حول الانتخابات الرئاسية المصرية ويشمل مصالح القوى والأحزاب والتوازنات الإقليمية والدولية والبروتوكولات المرعية فى المواقف الدبلوماسية المختلفة.

ويليه استخدام الإطار الاجتماعى للدلالة على العلاقات الوثيقة بين الشعبين المصرى والسعودى والتأثيرات المتبادلة بينها نتيجة العلاقات المتداخلة بين البلدين على كافة المستويات.

٢- الإطارين التاريخى والثقافى جاء فى المرتبة الثانية من حيث الاهتمام باستخدامهما للدلالة على عمق العلاقات بين الشعبين وتجزرها وللتأكيد على دور مصر الحضارى والثقافى فى المنطقة العربية بالكامل وأن قدرها هو أن تقود إلى التغيير وقد تكرر هذا المشهد عبر السنين.

اتجاهات الرأي نحو أبرز العناصر في المشهد الانتخابي الرئاسي



خامساً: السياق العام السائد على الاستدلال:

١- غلبت النزعة التفاؤلية في معالجة الأحداث و التدايعات المرتبطة بأزمة الانتخابات الرئاسية بنسبة ضئيلة على النزعة التشاؤمية حيث ساد الاعتقاد بأن مصر ستتجاوز الأزمات و الصعوبات التي تعترض مسيرتها الديمقراطية و أن من يحاولون استغلال الأزمة لتعكير الجواء بين الدولتين الشقيقتين لن يفلحوا مهما فعلوا.

سياق الاستدلال	التفاؤل	التشاؤم
التكرار	٤٤	٣٦
النسبة	٥٥%	٤٥%

وأن الشعب المصري البطل قادر على صناعة المعجزات كما اعتاد على ذلك طوال تاريخه، وأن ما يحدث في مصر منذ الثورة وحتى الآن ستكون له تداعياته وأثاره الحتمية على توازنات منطقة الشرق الأوسط بأكملها والعالم، وارتفعت النزعة التفاؤلية مرة أخرى مع زيارة الوفد المصري للرياض، لتظل ثابتة لفترة ثم تنخفض مرة أخرى مع إعلان نتيجة المرحلة الأولى للانتخابات الرئاسية وانحسار المنافسة بين مرسي وشفيق لتعاود ارتفاعها بشكل طفيف بعد الزيارة التي توجه فيها طنطاوى للجزء في وفاة الأمير نايف ثم يزداد ارتفاعها بعد ظهور النتيجة النهائية للانتخابات الرئاسية المصرية.

رابعاً: الاتجاهات السائدة نحو العناصر الرئيسية للمشهد الانتخابي الرئاسي:

- ١- الشعب المصري، الدولة المصرية، المصريين في الخارج، الثورة المصرية، على الترتيب كانت الاتجاهات نحوهم إيجابية بشكل كبير بنسبة 67% للشعب المصري و 48% للثورة المصرية.
- ٢- الاتجاهات السلبية تركزت في معظمها نحو كل من النخبة و الإعلام على الترتيب.
- ٣- غلب الاتجاه الإيجابي في الحديث عن الجيش بينما غلب الاتجاه السلبي في الحديث عن الإخوان.
- ٤- لم تحظ قضية الجيزاوي بأي توجهات إيجابية على الإطلاق وتركز الحديث عنها إما بصورة سلبية أو تجنب الحديث عنها نهائياً.
- ٥- برغم أهمية المؤسسة القضائية في سياق العملية الانتخابية الرئاسية إلا أنه لم يتم التعرض لها بشكل عام في المقالات بالإيجاب أو السلب، وكذلك الحال بالنسبة للاتجاه نحو موقف الولايات المتحدة الأمريكية الذي برز بشكل كبير خلال أزمة الإدعاء بحصول والدة المرشح حازم أبو إسماعيل على الجنسية الأمريكية مما حال بينه وبين صلاحية ترشيحه لانتخابات رئاسة الجمهورية.

سادساً: الاستمالات الأكثر استخداماً للإقناع بوجهات النظر:

سياق الاستدلال	التفاؤل	التشاؤم
منطقية	٣٨	٤٧,٥%
عاطفية	٣٦	٤٥%
واقعية	٤٤	٥٥%

الرأس المغذى لها ستحارب من أجل البقاء ولن تستسلم و على الفئات الثورية التمسك بمبادئ الثورة حتى يمكنها الانتصار فى هذه المعركة طويلة الأمد، تم استبعاد الإطار الاقتصادي من التحليل وكذلك الإطار الإسلامى وأعطيت أهمية شبه متساوية للإطارين الثقافى و التاريخى مع أفضلية نسبية للإطار الأخير فى التدليل على بعض المواقف.

٣- انحصر الجدل حول هوية المرشح لرئاسة الجمهورية بين ممثلى التيار الإسلامى بجناحيه السلفى (حازم أبو إسماعيل) و الإخوانى (خيرت الشاطر) من جانب وممثلى النظام القديم من جانب آخر (عمر سليمان/ أحمد شفيق/ عمرو موسى) مع ربط المخاطر و التهديدات و المؤامرات الخارجية و المصير المجهول برموز التيار الأول و ذكر المحاسن و المناقب و المزايا النسبية مع التحفظ لممثلى التيار الثانى، مما يهيا لرسم واقع اجتماعى يميل إلى تفضيل الخيار الثانى لكونه واضح المآل و معلوم التوجه و التوجس خيفة من التيار الأول لكونه يحمل المآل الغامض و المصير المجهول للمنطقة بأسرها.

المراجع:

- ١- عليوه، السيد، "إدارة الأزمات و الكوارث مخاطر العولمة و الإرهاب الدولي / سلسلة دليل صنع القرار (2)لقاهرة ، دار الأمين للنشر و التوزيع 2004م.
- ٢- أصدرت محكمة جده حكماً بالسجن خمس سنوات و الجلد 300 جلده للمحامى أحمد الجيزاوي فى قضية تهريبه للأقراص المخدرة زانكس و نشر الخبر بتاريخ 15يناير 2013م على شبكة الرياض نت على الرابط التالي : <http://www.alriyadh.com/net/article/801844>
- ٣- الفيصل، سعود، فى تصريح نقلته وكالة الأنباء الفرنسية خلال مؤتمر صحفى مع نظيره اليمنى، أبو بكر القرني بتاريخ 23/05/2012م حيث نقلت عنه ما نصه «إن الانتخابات الرئاسية فى مصر أمر يخص الشعب المصرى، وإن السعودية ستتعامل مع أي رئيس يختاره الشعب المصرى، كما سبق لها أن تعاملت مع كل رؤساء مصر السابقين «وأضاف: «نتمنى لمصر التوفيق والاستقرار وستعامل مع أي رئيس يختاره الشعب المصرى» «تقلاً عن بوابة صحيفة المصرى اليوم على الرابط التالي : <http://www.almasryalyoum.com/node/863241>
- ٤- تقرير إذاعي لراديو أوستن النرويجي منشور بتاريخ 13مايو 2012م على موقع صحيفة الشعب الجديد المصرية والمتوافر على الرابط التالي: <http://www.elshaab.org/thread.php?ID=23675> بالإضافة لتقارير أخرى أوردها كل من مواقع صحيفة الشروق المصرية على الرابط التالي: <http://>

١- أكثر الاستمالات التى تم الاعتماد عليها هى الاستمالات الواقعية المستندة إلى أحداث ووقائع جرت بالفعل وحدثت من قبل أشخاص أو جماعات أو منظمات وتم نشرها فى وسائل الإعلام واعتمد الرأى على التعليق على هذه الوقائع، وجاءت الاستمالات المنطقية فى المرتبة الثانية واعتمدت على أسلوب الاستنتاج المبني على المقدمات و النتائج المؤدية إليها والقياس من أحداث مشابهة فى أماكن أخرى على الحالة المصرية واستقراء التعميمات والأحكام الكلية من الوقائع والتفاصيل الجزئية للأحداث و المواقف.

خلاصات ومناقشات:

١- مجموع الأفكار الداعمة بشكل كامل و الداعمة بشكل مشروط لموقف الدولة المصرية فى الانتخابات الرئاسية أكبر من مجموع الأفكار غير الداعمة، وإن كان الفارق بينهما ليس كبيراً بشكل ملحوظ إلا أنه كاف لتكوين انطباع إيجابى بشكل عام حول العناصر المكونة لمشهد الانتخابات الرئاسية، مما يتوقع معه أن يكون الرأى العام متجهاً نحو توقع الانتقال بعد الانتخابات لمرحلة أكثر أماناً واستقراراً عما قبلها وتؤدى لدفع عجلة التطور فى جميع المجالات.

٢- انحصر عرض المجرىات الخاصة بأزمة الانتخابات الرئاسية المصرية داخل الإطار السياسى بالدرجة الأولى وباعتباره صراعاً بين قوى تتناحر لنفوز بعرض مصر ولكل منها أهدافه ومصالحه الخاصة و الغاية تبرر الوسيلة لكل فضيل يدفع بمرشحه لاقتناص فرصة الحكم، وتنافس الإطار الاجتماعى مع السياسى فى العرض حيث سيقى من خلاله أحداث الانتخابات وما اعترضها باعتباره تحولاً جوهرياً فى التركيبة الاجتماعية للشعب المصرى و أن الفئة التى تم إزاحة

2005م) ، المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة
بعنوان: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية، الجزء املبو 2006ص 257
18) Kihan Kim and Maxwell McCombs, " News Story Descriptions and
the Public's Opinions of Political Candidates", *Journalism & Mass Communication Quarterly* 2007 84: 299.
and also: Cindy T. Christen and Kelli E. Huberty, " Media Reach, Media
Influence? The Effects of Local, National, and Internet News on Public
Opinion Inferences" *Journalism & Mass Communication Quarterly* 2007
84: 315.

19) Matthew W. Ragas and Marilyn S. Roberts, *Agenda Setting and
Agenda Melding in an Age of Horizontal and Vertical Media: A New
Theoretical Lens for Virtual Brand Communities*
Journalism & Mass Communication Quarterly 2009 86: 45

٢٠- بسمة مرتضى محمد فوده ، 'الاعلانات التلفزيونية الانتخابية
للأحزاب السياسية بعد ثورة 25 يناير 2011م' مجلة علوم وفنون -دراسات
وبحوث ، مجلد 24 العدد 3 يوليو 2012م ص 76.

21) Donna Rouner, Michael Slater, Marilee Long and Linda Stapel, " The
Relationship between Editorial and Advertising Content about Tobacco
and Alcohol in United States Newspapers: An Exploratory Study" *Journalism & Mass Communication Quarterly* 2009 86: 103

shorouknews.com/news/view.aspx?cdate=27052012&id=0ce1419c-3dfb-
4c70-bae9- a50f13477ab6

٥- بكر، نبيل ، المستشار الإعلامي للسفارة المصرية بالرياض ، تصريح
لوكالة أنباء الشرق الأوسط بتاريخ 12/11/2012م ونشر في موقع مصرراوي على
الرباط التالي: [http://www.masrawy.com/news/Egypt/Politics/2012/
December/11/5457424.aspx](http://www.masrawy.com/news/Egypt/Politics/2012/December/11/5457424.aspx)

٦- حجاب ، محمد منير، 'تطريات الاتصال' ، دار الفجر للنشر و التوزيع،
الطبعة الأولى، القاهرة 2010م، ص 327.
٧- أبو فخر، عدنان، 'فعالية النص الصحفي'، دار الجليل، دمشق ، الطبعة
الأولى 1982.

٨- خليل ، إبراهيم، 'مدخل إلى علم اللغة' دار المسيرة للنشر و التوزيع و
الطباعة، عمان ، الطبعة الأولى 2010م، ص 217

9) Enric Junqué de Fortuny ,Tom De Smedt ,David Martens , Walter
Daelemans, " Media coverage in times of political crisis: A text mining
approach", *Expert Systems with Applications* 39 (2012) 11616-11622.

١٠- حنان محمد البيلي صبح، التخطيط التسويقي الاستراتيجي
للحملات الانتخابية الرئاسية (دراسة تحليلية مقارنة) مجلة البحوث المائة و
التجارية -كلية التجارة جامعة بورسعيد العدد 2 ديسمبر 2011م ص 343

11) Greg Elmer, " Live research: Twittering an election debate", *New Media Society* published online 23 September 2012, The online version of
this article can be found at : [http://nms.sagepub.com/content/early/2012/
09/23/1461444812457328](http://nms.sagepub.com/content/early/2012/09/23/1461444812457328)

12)Alena Neviarouskaya, Helmut Prendinger, and Mitsuru Ishizuka,
"Recognition of affect, judgment, and Appreciation in text", *Proceedings
of the 23rd international conference on computational linguistics (Coling
2010)*, Bijing ,August 2010. P.806-814.

١٢- أحمد عبدالله حسين الرملي ، الانتخابات الرئاسية وانعكاساتها على
التطور الديموقراطي في كل من الجمهورية اليمنية و جمهورية مصر العربية،
المؤتمر العلمي الثاني لشباب الباحثين بكلية التجارة جامعة أسيوط، مصر ،
يونيو 2010ص 230.

14)Stacy G.Ulbig, Nancy Martorano Miller, "The coingate effect: the
impact of scandal on attitudes toward, state and federal political actors", *The
Social Science Journal* 49 (2012) 61-71.

١٥- إبراهيم حسن المرسي محمد و محمود حسن إسماعيل ، 'دور
الصحف المصرية في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو الانتخابات المصرية'
دراسة تطبيقية على الانتخابات الرئاسية وجلس الشعب ؟ 2005مجلة دراسات
الطفولة ، مصر، مجلد 11 العدد 38يناير/مارس 2008م ص 206

16) Leila Khabbazi-Oskouci, " Propositional or non-propositional, that is
the question: A new approach to analyzing 'interpersonal meta discourse'
in editorials", *Journal of Pragmatics* 47 (2013) 93- 107.

١٧- نائلة إبراهيم عمارة ، 'دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف
واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر(سبتمبر