قوائم المحتويات متاحة على المجلات الأكاديمية العراقية

مجلة رؤية للدراسات الاجتماعية

الصفحة الرئيسة للمجلة: https://visj.dws.gov.iq/

استراتيجيات الدعاية في خطاب الرئيس الأمريكي دونالد ترامب الموجه إلى الشرق الاوسط ـ دراسة تحليلية في صفحة الرئيس الأمريكي على منصة X ـ

Propaganda Strategies in Donald Trump's Political Discourse Toward the Middle East: An Analytical Study of the President's X Platform Page

أ.م.د ابراهيم صابر عبد العزيز [١] *

[١] قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة تكريت، العراق.

Keywords
Propaganda Strategies, Digital Political Discourse, Donald Trump, X Platform, Middle East, Media Framing, Political Communication.

Abstract

This study aims to analyze propaganda strategies in the political discourse of U.S. President Donald Trump directed toward the Middle East through his official page on X. It seeks to identify the major themes, media frames, propaganda strategies, and linguistic and symbolic features employed in this discourse. The study adopts a descriptive-analytical approach and relies on qualitative analysis of digital political discourse, supported by framing theory as its main theoretical framework. The sample consisted of 120 official posts related to Middle Eastern issues published between January 2024 and December 2025.

The findings reveal that the discourse focused primarily on major strategic issues related to U.S. foreign policy in the Middle East, especially the Arab-Israeli conflict, relations with Gulf states, Iran, and regional security. The strategic frame and the responsibility frame were the most dominant media frames. The study also found that the most prominent propaganda strategies were self-image enhancement, emotional appeal, and the distortion of the other's image. In addition, the discourse relied heavily on a direct and clear style, along with promotional and polarizing language. The results further indicate that visual and symbolic elements played a noticeable role in strengthening the political message, while implicit propaganda appeared more frequently than explicit propaganda. The study concludes that X has become an influential platform in managing international political communication and shaping public perception of Middle Eastern issues.

معلومات المقال

تاريخ المقال:
الإرسال: ٢٠٢٦/١/٢٣
المراجعة:٢٠٢٦/١/٢٦
القبول:٢٠٢٦/٢/٥

الكلمات المفتاحية:
استراتيجيات الدعاية، الخطاب السياسي الرقمي، دونالد ترامب، منصة إكس، الشرق الأوسط، الأطر الإعلامية، الاتصال السياسي

ملخص

يهدف هذا البحث إلى تحليل استراتيجيات الدعاية في الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي دونالد ترامب الموجَّه إلى الشرق الأوسط عبر صفحته الرسمية على منصة إكس، من خلال الكشف عن الموضوعات الرئيسة، والأطر الإعلامية، والاستراتيجيات الدعائية، والأساليب اللغوية والرمزية المستخدمة في هذا الخطاب. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، مع توظيف التحليل النوعي للخطاب السياسي الرقمي والاستفادة من نظرية الأطر الإعلامية في تفسير النتائج. وتمثلت عينة البحث في (١٢٠) منشورًا رسميًا تناولت قضايا الشرق الأوسط خلال المدة من كانون الثاني ٢٠٢٤ إلى كانون الأول ٢٠٢٥.

أظهرت النتائج أن الخطاب ركز بدرجة أكبر على القضايا الاستراتيجية المرتبطة بالسياسة الخارجية الأمريكية تجاه الشرق الأوسط، ولا سيما موضوعات الصراع العربي الإسرائيلي، والعلاقات مع دول الخليج، وإيران، والأمن الإقليمي، كما تبين أن الإطار الاستراتيجي وإطار تحديد المسؤولية كانا الأكثر حضورًا في الخطاب. وكشفت الدراسة أن من أبرز استراتيجيات الدعاية المستخدمة: تعزيز صورة الذات، والاستمالة العاطفية، وتشويه صورة الآخر، إلى جانب اعتماد لغة دعائية واستقطابية وأسلوب مباشر وواضح في عرض الرسائل السياسية. كما أوضحت النتائج أن الخطاب اعتمد بدرجة ملحوظة على الوسائط البصرية والرمزية، وأن الطابع الدعائي الضمني كان أكثر حضورًا من الطابع الدعائي المباشر. وتؤكد الدراسة أن منصة إكس أصبحت أداة مؤثرة في إدارة الاتصال السياسي الدولي وتوجيه الرأي العام تجاه قضايا الشرق الأوسط.

* **ibrahim saber abdulazeezI, Ibrahim.s777@tu.edu.iq**

١. مقدمة

تُعد الدعاية السياسية إحدى الأدوات الرئيسة التي تعتمد عليها القيادات السياسية في تشكيل الرأي العام والتأثير في اتجاهاته، ولا سيما في ظل التحولات التي شهدها المجال الاتصالي المعاصر نتيجة التطور المتسارع في تقنيات الاتصال الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي. فقد أصبحت هذه المنصات فضاءات تتيح تواصلًا مباشرًا بين القادة السياسيين والجمهور، متجاوزةً الوسائط الإعلامية التقليدية، ومتيحةً قدرًا أكبر من التحكم في صياغة الرسائل السياسية وتوجيهها إلى فئات محددة من الجمهور. وفي هذا السياق برزت منصة إكس بوصفها إحدى أبرز المنصات الرقمية التي يستخدمها القادة السياسيون لنشر الخطابات السياسية وبناء الصورة الذهنية وترويج المواقف تجاه القضايا الإقليمية والدولية.

وفي إطار هذا التحول الاتصالي، اكتسب الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي دونالد ترامب أهمية خاصة في الدراسات الإعلامية والسياسية، نظرًا لاعتماده المكثف على منصات التواصل الاجتماعي، ولا سيما منصة إكس، بوصفها وسيلة مباشرة للتواصل مع الجمهور. وقد تميز هذا الخطاب بتوظيف استراتيجيات دعائية متعددة تهدف إلى تعزيز الرسائل السياسية الأمريكية وبناء تصورات معينة حول قضايا الشرق الأوسط، من خلال استخدام لغة رمزية وعبارات مكثفة تحمل دلالات سياسية وإيديولوجية تسعى إلى التأثير في إدراك المتلقين واتجاهاتهم.

وتزداد أهمية تحليل هذه الاستراتيجيات الدعائية عند تناول الخطاب الموجه إلى الشرق الأوسط، لما تمثله هذه المنطقة من أهمية جيوسياسية في السياسة الخارجية الأمريكية. إذ تشكل قضاياها محورًا أساسيًا في الخطاب السياسي الأمريكي، خاصة فيما يتعلق بملفات الأمن الإقليمي والصراعات السياسية والعلاقات الدبلوماسية. ومن ثم فإن دراسة هذا الخطاب عبر المنصات الرقمية تسهم في الكشف عن الأطر الدعائية المستخدمة في تقديم هذه القضايا والرسائل الضمنية التي تسعى إلى تشكيل تصورات الجمهور تجاه السياسات الأمريكية.

كما أن الخطاب السياسي عبر المنصات الرقمية لا يقتصر على عرض المواقف السياسية، بل يتضمن توظيف مجموعة من الاستراتيجيات الدعائية مثل التأطير الإعلامي وبناء الصور الذهنية واستخدام الرموز والشعارات السياسية، إلى جانب أساليب الإقناع والتعبئة، بما يعزز من انتشار الرسائل السياسية وقدرتها على التأثير في جمهور واسع ومتعدد الثقافات.

٢. المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

تنبع مشكلة الدراسة من التحولات التي شهدها الاتصال السياسي في العصر الرقمي، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أداة رئيسة يعتمد عليها القادة السياسيون في توجيه الرسائل السياسية وصياغة الخطاب الموجه إلى الجماهير على المستويين المحلي والدولي. وقد أسهمت هذه المنصات في إعادة تشكيل طبيعة الخطاب السياسي من خلال إتاحة التواصل المباشر بين صناع القرار والجمهور، متجاوزةً الوسائط الإعلامية التقليدية، ومتيحةً للقادة السياسيين قدرًا أكبر من التحكم في مضمون الرسائل السياسية وتوقيت نشرها. وفي هذا السياق برزت منصة X بوصفها من أبرز المنصات المستخدمة في نشر الخطابات السياسية والدعائية نظرًا لسرعة انتشار محتواها واتساع نطاق تأثيرها.

وفي إطار هذا التحول، اكتسب الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي دونالد ترامب أهمية خاصة في مجال الاتصال السياسي الرقمي، لاعتماده المكثف على منصات التواصل الاجتماعي في عرض مواقفه تجاه القضايا الدولية والإقليمية، ومنها قضايا الشرق الأوسط. وقد اتسم هذا الخطاب بتوظيف استراتيجيات دعائية تهدف إلى التأثير في إدراك الجمهور وتوجيه مواقفه وبناء تصورات معينة حول القضايا الإقليمية والفاعلين السياسيين في المنطقة.

وفي ضوء ما سبق، يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: **ما طبيعة استراتيجيات الدعاية المستخدمة في خطاب الرئيس الأمريكي دونالد ترامب الموجه إلى الشرق الأوسط عبر صفحته الرسمية على منصة إكس.**

التساؤلات الفرعية للبحث

١. ما أبرز القضايا والموضوعات المتعلقة بمنطقة الشرق الأوسط التي يتناولها الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي دونالد ترامب عبر منصة إكس؟

٢. ما الأطر الإعلامية والخطابية المستخدمة في تقديم قضايا الشرق الأوسط في الخطاب السياسي المنشور عبر منصة إكس؟
٣. ما الاستراتيجيات الدعائية التي يعتمد عليها الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي دونالد ترامب في تناول قضايا الشرق الأوسط؟
٤. ما السمات اللغوية والرمزية التي يتسم بها الخطاب السياسي الموجه إلى الشرق الأوسط عبر منصة إكس؟
٥. ما طبيعة الرسائل السياسية والغايات الضمنية التي يتضمنها الخطاب السياسي المتعلق بقضايا الشرق الأوسط؟
٦. ما الأساليب الإقناعية والسمات الاتصالية التي تميز الخطاب السياسي الرقمي المنشور عبر منصة إكس؟
٧. كيف يتم توظيف منصة إكس بوصفها أداة للاتصال السياسي الدولي في توجيه الخطاب السياسي المتعلق بالشرق الأوسط؟

ثانياً: أهمية البحث

تتمثل أهمية هذا البحث في بعدين رئيسين هما الأهمية العلمية والأهمية العملية، ويمكن توضيحهما على النحو الآتي:

الأهمية العلمية للبحث

١. يسهم هذه البحث في إثراء حقل دراسات الإعلام والاتصال السياسي من خلال تناول موضوع استراتيجيات الدعاية في الخطاب السياسي الرقمي، وهو أحد الموضوعات التي شهدت اهتمامًا متزايدًا في ظل التحولات التي طرأت على بيئة الاتصال المعاصر وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي.
٢. يقدم البحث إضافة معرفية للأدبيات العلمية المتعلقة بتحليل الخطاب السياسي عبر المنصات الرقمية، من خلال التركيز على خطاب أحد الفاعلين السياسيين المؤثرين في النظام الدولي وهو الرئيس الأمريكي Donald Trump، بما يساعد في فهم طبيعة الرسائل السياسية التي يتم توجيهها إلى الجمهور الخارجي، ولا سيما في منطقة الشرق الأوسط.
٣. يسهم البحث في تطوير الفهم النظري لاستراتيجيات الدعاية السياسية في البيئة الرقمية، من خلال تحليل الآليات الخطابية والاتصالية المستخدمة في نشر الرسائل السياسية عبر المنصات الاجتماعية، الأمر الذي يساعد في توسيع نطاق تطبيق نظريات الاتصال السياسي والدعاية في سياق الإعلام الرقمي.
٤. يوفر البحث إطارًا تحليليًا يمكن أن تستفيد منه الدراسات المستقبلية التي تتناول تحليل الخطاب السياسي في وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة فيما يتعلق بدراسة الخطابات السياسية الموجهة إلى مناطق جغرافية محددة أو جماهير خارجية.
٥. يبرز البحث الدور المتنامي لمنصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الخطاب السياسي الدولي، من خلال تحليل استخدام منصة X بوصفها أداة لنشر الرسائل السياسية والدعائية الموجهة إلى جمهور عابر للحدود.

الأهمية العملية لبحث

١. يسهم البحث في الكشف عن طبيعة الاستراتيجيات الدعائية التي يستخدمها القادة السياسيون عبر وسائل التواصل الاجتماعي في توجيه الرسائل السياسية إلى الجماهير الخارجية، بما يساعد المؤسسات الإعلامية والبحثية على فهم آليات التأثير في الرأي العام في البيئة الرقمية.
٢. يقدم نتائج البحثمؤشرات تحليلية يمكن أن يستفيد منها المتخصصون في مجالات الإعلام السياسي والعلاقات الدولية في فهم كيفية توظيف الخطاب السياسي الرقمي في دعم التوجهات والسياسات الخارجية للدول.
٣. يساعد البحث صناع القرار والباحثين في مراكز الدراسات الاستراتيجية على فهم طبيعة الرسائل السياسية الموجهة إلى منطقة الشرق الأوسط، وما تحمله من دلالات سياسية وإعلامية قد تؤثر في اتجاهات الرأي العام في المنطقة.
٤. يوفر البحث قاعدة معرفية يمكن أن تُسهم في تطوير استراتيجيات إعلامية أكثر وعيًا بطبيعة الخطاب السياسي الرقمي وأساليب الدعاية المستخدمة فيه، بما يدعم القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية والتعامل معها بصورة نقدية.
٥. تتيح نتائج البحث فهمًا أعمق لدور وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الاتصال السياسي الدولي، الأمر الذي يمكن أن يفيد المؤسسات الإعلامية والباحثين في تحليل الخطابات السياسية الصادرة عن القيادات الدولية وتفسير مضامينها الدعائية وتأثيراتها المحتملة.

ثالثاً: أهداف البحث

يتمثل الهدف الرئيس لهذا البحث في تحليل استراتيجيات الدعاية في الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trump الموجه إلى منطقة الشرق الأوسط، من خلال تحليل المضامين المنشورة عبر صفحته الرسمية على منصة X، بهدف الكشف عن طبيعة الرسائل السياسية والأطر الخطابية المستخدمة في تناول قضايا المنطقة.

الأهداف الفرعية للدراسة

١. التعرف إلى الموضوعات والقضايا الرئيسة المتعلقة بمنطقة الشرق الأوسط التي يركز عليها الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي دونالد ترامب عبر منصة إكس.
٢. تحليل استراتيجيات الدعاية السياسية المستخدمة في الخطاب الموجه إلى الشرق الأوسط، والكشف عن الأنماط الدعائية التي يتم توظيفها في تقديم الرسائل السياسية.
٣. رصد الأطر الخطابية والإعلامية التي يتم من خلالها تقديم قضايا الشرق الأوسط في الخطاب السياسي المنشور عبر منصة إكس.
٤. الكشف عن الأساليب اللغوية والرمزية المستخدمة في الخطاب السياسي بهدف التأثير في إدراك الجمهور وتوجيه اتجاهاته تجاه القضايا الإقليمية.
٥. تحليل طبيعة الرسائل السياسية التي يتضمنها الخطاب الموجه إلى الشرق الأوسط، ومدى ارتباطها بالتوجهات العامة للسياسة الخارجية الأمريكية.
٦. التعرف إلى السمات الاتصالية للخطاب السياسي الرقمي، من حيث طبيعة الصياغة واللغة المستخدمة وآليات الإقناع والتأثير في الجمهور.
٧. رصد طبيعة توظيف منصات التواصل الاجتماعي في إدارة الاتصال السياسي الدولي، ولا سيما فيما يتعلق بتوجيه الخطاب السياسي إلى جمهور خارج الحدود الوطنية.

رابعاً: نوع البحث:

يأتي هذا البحث في إطار الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تهدف إلى وصف وتحليل استراتيجيات الدعاية المستخدمة في الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trump الموجه إلى منطقة الشرق الأوسط عبر منصة X . وتتميز الدراسات الوصفية التحليلية بقدرتها على دراسة الظواهر السياسية والإعلامية بشكل دقيق، من خلال الكشف عن الأنماط الخطابية والاستراتيجيات الدعائية المستخدمة، دون تدخل الباحث في طبيعة الخطاب أو محتواه، بل التركيز على رصده وتحليله.

خامساً: منهج البحث:

يعتمد البحث على المنهج التحليلي النوعي للخطاب السياسي الرقمي، مع الاستعانة بأدوات التحليل النقدي للخطاب ونظرية الأطر الإعلامية. ويهدف هذا المنهج إلى الكشف عن الأطر الخطابية والاستراتيجيات الدعائية في النصوص السياسية المنشورة على منصة إكس، وتحليل الأساليب اللغوية المستخدمة في توجيه الرأي العام وبناء التصورات حول قضايا الشرق الأوسط.

سادساً: مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من جميع التغريدات الرسمية المنشورة على صفحة الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على منصة إكس والتي تتعلق بالشرق الأوسط. ويشمل هذا المجتمع جميع المنشورات التي تتناول القضايا السياسية والاستراتيجية المتعلقة بالدول الإقليمية والملفات الدبلوماسية والأمنية والاقتصادية في المنطقة، بما في ذلك المواقف المتعلقة بالنزاعات الإقليمية والتعاون الدولي مع الدول العربية.

سابعاً: عينة البحث:

يمثل عينة البحث جزءًا ممثلًا من مجتمع الدراسة، حيث تم اختيار ١٢٠ منشورًا رسميًا من حساب الرئيس الأمريكي Donald Trump على منصة X خلال الفترة من كانون الثاني ٢٠٢٤ إلى كانون الأول ٢٠٢٥، أي خلال المرحلة الأخيرة للنشاط السياسي للرئيس على المنصة بعد إتاحتها كنقطة اتصال رئيسية مع الجمهور الدولي. وتم اختيار هذه العينة، بحيث تضم المنشورات الأكثر ارتباطًا بالقضايا المتعلقة بالشرق الأوسط، والتي تحمل محتوى واضحًا يعكس الاستراتيجيات الدعائية والأطر الخطابية المستخدمة في الخطاب السياسي الرقمي.

مبررات اختيار العينة:

تم اختيار الفترة الزمنية (٢٠٢٤–٢٠٢٥) لعدة أسباب:

أولاً، لتكون الدراسة معاصرة وتعكس أحدث الاتجاهات في الخطاب السياسي الرقمي للرئيس الأمريكي على منصة إكس، مما يسهم في فهم الاستراتيجيات الدعائية الحديثة وتوظيفها في البيئة الإعلامية الرقمية.

ثانيًا، تركز العينة على المنشورات المتعلقة بالشرق الأوسط، ما يسمح بتحليل الرسائل السياسية الموجهة إلى جمهور محدد ذي أهمية جيوسياسية، ويتيح دراسة الكيفية التي يتم بها توظيف المنصة الرقمية في صياغة الأطر الخطابية واستراتيجيات الدعاية.

ثالثًا، اختيار المنشورات الأكثر صلة بالقضايا الإقليمية يضمن أن تكون النتائج دقيقة وممثلة للخطاب السياسي الفعلي الموجه نحو منطقة الشرق الأوسط، مما يعزز صدقية الدراسة ويوفر قاعدة علمية متينة لتحليل الاستراتيجيات الدعائية.

ثامناً: أداة جمع البيانات:

يعتمد البحثعلى أداة تحليل مضمون المخصص للخطاب السياسي الرقمي، مع تصميم جدول رصد متكامل يحدد المؤشرات المتعلقة بالاستراتيجيات الدعائية، والأطر الإعلامية، والأساليب الخطابية واللغوية، بالإضافة إلى تحديد الفاعلين الرئيسيين والقضايا المتناولة في كل منشور. كما تم توظيف أدوات التحليل النوعي للخطاب لتصنيف النصوص وفقًا للأطر الإعلامية المستخدمة واستراتيجيات الدعاية، بما يتيح دراسة شاملة للعناصر الدعائية والخطابية في الخطاب السياسي المنشور على المنصة الرقمية.

الدراسات السابقة

تشير الأدبيات الحديثة في مجال الاتصال السياسي إلى تزايد الاهتمام بدراسة الخطاب السياسي عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت هذه المنصات أدوات رئيسة في ممارسة الدعاية السياسية وبناء الأطر الخطابية الموجهة إلى الجمهور الدولي. وفي هذا السياق، تناولت مجموعة من الدراسات العربية والأجنبية تحليل خطاب الرئيس الأمريكي دونالد ترامب عبر منصة إكس، مع التركيز على الاستراتيجيات اللغوية والدعائية المستخدمة في هذا الخطاب.

تناولت دراسة Sikiru & Atamaz (٢٠٢٥) (Sikiru & Atamaz, 2025) دور منصة إكس بوصفها أداة للدعاية السياسية خلال الانتخابات الأمريكية، من خلال تحليل مقارن لتغريدات كل من ترامب وبايدن، اعتمدت الدراسة على تحليل محتوى ٤٠٠ تغريدة بهدف الكشف عن الأنماط الخطابية المستخدمة في تشكيل السرديات السياسية والتأثير في الرأي العام. وأظهرت النتائج أن خطاب ترامب اتسم بطابع تصادمي واعتمد على مهاجمة الخصوم السياسيين وإثارة القضايا الجدلية بهدف تعبئة المؤيدين وتعزيز الاستقطاب السياسي، في حين ركز خطاب بايدن على مفاهيم الوحدة والديمقراطية. وقد أكدت الدراسة أن منصة إكس أصبحت فضاءً مركزيًا لممارسة الدعاية السياسية الرقمية.

وفي سياق تحليل الخطاب السياسي نفسه، سعت دراسة Alshammari & Alyousef (٢٠٢٥) (Alshammari & Alyousef, 2025) تحليل استراتيجيات الانخراط الخطابي في الخطاب السياسي من خلال دراسة مقارنة لخطب كل من الرئيس الأمريكي Joe Biden و Donald Trump خلال حملاتهما الانتخابية لانتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ٢٠٢٤. اعتمدت الدراسة على نظرية التقويم اللغوي (Appraisal Theory)، وبالتحديد نظام الانخراط (Engagement) عند Martin وWhite (٢٠٠٥)، بهدف الكشف عن الكيفية التي يوظف بها السياسيون الموارد اللغوية لبناء مواقفهم الخطابية والتفاعل مع الجمهور. وتم تحليل خطبتين سياسيتين للمرشحين، من خلال تحديد موارد الانخراط وإحصائها وتصنيفها ضمن فئاتها الفرعية. وأظهرت النتائج تفوق الخطاب متعدد الأصوات (Heteroglossia) على الخطاب أحادي الصوت (Monoglossia) في خطابي المرشحين، كما تبين أن ترامب استخدم موارد الانخراط التوسعية والانقباضية بدرجة أكبر مقارنة ببايدن. ومع ذلك كشف التحليل التفصيلي عن فروق أسلوبية واضحة في طريقة توظيف هذه الموارد بين المتحدثين، بما يعكس اختلاف الاستراتيجيات الخطابية المستخدمة للتأثير في الجمهور وإدارة العلاقة معه داخل الخطاب السياسي.

ومن زاوية تحليل الخطاب المرتبط بقضايا الشرق الأوسط، قدمت دراسة Ahmad, Nazim & Nijabat (٢٠٢٥) (Ahmad et al., 2025) تحليل الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trump المتعلق بالصراع الإيراني–الإسرائيلي عبر منشوراته على منصة X، بهدف الكشف عن الكيفية التي يُبنى بها خطاب القوة والصراع في سياق التواصل السياسي الرقمي. واعتمدت الدراسة على نموذج فيركلاف الثلاثي لتحليل الخطاب النقدي (Fairclough, 2003)، من خلال تحليل ثلاث منشورات تمثل الخطاب السياسي لترامب حول هذا الصراع. وكشفت النتائج أن الخطاب اعتمد على مجموعة من الاستراتيجيات الخطابية، أبرزها استخدام المفردات العسكرية

والاستعارات الحربية، وبناء ثنائية "نحن مقابل هم"، إضافة إلى توظيف خطاب التفوق الأمريكي. وأسهمت هذه الاستراتيجيات في تشكيل سردية سياسية تُبرز الهيمنة الأمريكية وتصور إيران بوصفها تهديدًا، بما يؤثر في إدراك الجمهور لطبيعة الصراع والعلاقات الدولية في الشرق الأوسط. كما بينت الدراسة الدور المتزايد لمنصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الخطاب السياسي المعاصر والتأثير في الرأي العام والعلاقات الدولية.

كما تناولت دراسة قاسم (٢٠٢٥) (قاسم، ٢٠٢٥) تحليل الانحياز الأيديولوجي في خطاب الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على منصة التواصل الاجتماعي إكس (تويتر سابقًا)، وذلك من خلال دراسة تغريداته المتعلقة بخطة السلام الأمريكية المعروفة بـــ"صفقة القرن". وهدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة تمثيل الأطراف المعنية بالاتفاق داخل الخطاب السياسي، إضافة إلى تحديد الاستراتيجيات البلاغية التي استخدمها ترامب في تقديم هذه الخطة. واعتمدت الدراسة على منهج تحليل الخطاب النقدي وفق نموذج فيركلاف، مع التركيز على التحليل المعجمي والأنماط الدلالية في التغريدات المنشورة خلال الفترة الممتدة من الإعلان عن الجانب الاقتصادي للخطة في ٢٢ حزيران ٢٠١٩ حتى الإعلان عن جانبها السياسي في ٢٨ كانون الثاني ٢٠٢٠. وأظهرت النتائج وجود انحياز أيديولوجي واضح في الخطاب، تمثل في تقديم الفلسطينيين بصورة سلبية مقابل إبراز الولايات المتحدة وإسرائيل بوصفهما فاعلين إيجابيين يسعيان إلى تحقيق السلام. كما كشفت الدراسة عن بناء خطاب ثنائي قطبي يصنف الأطراف إما مع السلام أو ضده، دون تقديم سياقات تاريخية تفسر مواقف الأطراف المختلفة.

وفي سياق تحليل اللغة المستخدمة في الخطاب السياسي، تناولت دراسة Sabbagh et al (٢٠٢٥) (Al-Sabbagh et al., 2025) تحليل البنية اللغوية والخطابية للخطاب المعادي للإسلام في تغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب على منصة تويتر (إكس)، بهدف الكشف عن الاستراتيجيات الخطابية التي تُسهم في بناء صور سلبية عن المسلمين والعالم العربي. اعتمدت الدراسة على منهج تحليل الخطاب النقدي (CDA) مستندة إلى نموذج المربع الأيديولوجي لفان دايك، مع توظيف أساليب تحليل نوعية وكمية لرصد الأنماط الخطابية في عينة مكونة من ٨٧ تغريدة منشورة بين عامي ٢٠١٦ و٢٠٢٤. وأظهرت النتائج أن خطاب ترامب اعتمد على عدد من الاستراتيجيات اللغوية أبرزها الاستقطاب الثنائي (نحن مقابل هم)، ووصف الفاعل السلبي، والتعميم، وربط المسلمين بالإرهاب، بما أسهم في تعزيز سرديات الهيمنة والشيطنة وتطبيع الخطاب العدائي في المجال العام. كما كشفت الدراسة عن تحول نسبي في طبيعة الخطاب بين حملتي ٢٠١٦ و٢٠٢٤؛ إذ اتسم الخطاب في المرحلة الأولى بوضوح أكبر في العبارات المعادية للإسلام، في حين اتجه لاحقًا إلى استخدام تعبيرات أكثر ترميزًا وأقل مباشرة مع استمرار المضامين الإقصائية. وقد خلصت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل بيئة مؤثرة في تضخيم الخطاب السياسي الاستقطابي وتشكيل تصورات الجمهور تجاه القضايا المرتبطة بالإسلام والمسلمين.

التعليق على الدراسات السابقة:

اولاً: أوجه التشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية.

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اهتمامها بتحليل الخطاب السياسي في البيئة الإعلامية الرقمية، وكذلك في تركيزها على دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الرسائل السياسية وتوجيهها إلى الجمهور. كما تتقاطع الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في تناولها للخطاب السياسي للرئيس الأمريكي دونالد ترامب، وتحليل السمات الخطابية والاستراتيجيات الاتصالية التي يتضمنها هذا الخطاب. إضافة إلى ذلك، تشترك الدراسة الحالية مع عدد من الدراسات في اعتمادها على منهج تحليل الخطاب أو تحليل المضمون بوصفه أداة علمية للكشف عن طبيعة الرسائل السياسية المتضمنة في الخطاب السياسي.

ثانياً: أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية.

على الرغم من وجود أوجه تشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، فإن الدراسة الحالية تتميز بعدد من الجوانب التي تميزها عن تلك الدراسات. فقد ركزت معظم الدراسات السابقة على تحليل الخطاب السياسي بوجه عام، أو على تحليل الخطب السياسية والمناظرات الانتخابية، في حين تركز الدراسة الحالية على تحليل استراتيجيات الدعاية في الخطاب السياسي المنشور عبر منصة X. كما أن بعض الدراسات السابقة تناولت الخطاب السياسي من منظور لغوي أو بلاغي، بينما تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل الاستراتيجيات الدعائية المستخدمة في هذا الخطاب.

كذلك تتميز الدراسة الحالية بتركيزها على تحليل الخطاب السياسي الموجه إلى منطقة الشرق الأوسط، وهو بعد لم يحظ باهتمام كافٍ في العديد من الدراسات السابقة التي ركزت في الغالب على الخطاب السياسي الموجه إلى الجمهور الأمريكي الداخلي. ومن ثم فإن الدراسة الحالية تسعى إلى سد فجوة بحثية تتمثل في تحليل طبيعة استراتيجيات الدعاية في الخطاب السياسي الرقمي الموجه إلى منطقة الشرق الأوسط، والكشف عن الآليات الاتصالية التي يتم من خلالها توجيه الرسائل السياسية إلى جمهور هذه المنطقة عبر المنصات الرقمية.

٣. المبحث الثاني: التأطير الاعلامي في خطاب الرئيس الأمريكي دونالد ترامب الموجه الى الشرق الأوسط

اولا: نظرية الأطر الإخبارية

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري والمنهجي على نظرية تحليل الأطر الإخبارية Framing Theory of News إذ تعد إحدى النظريات المهمة التي تسمح بقياس المحتوى غير الصريح للتغطية الخبرية بوسائل الإعلام للقضايا المثارة خلال مدّة زمنية معينة.

ترجع جذور نظرية الأطر الخبرية إلى عالم الاجتماع جوفمان إيرفنجEerving Goffman عام ١٩٧٤، حيث عرف الإطار بأنه "تحديد بعض جوانب الواقع المتصور، وجعله أكثر بروزا في النص الإعلامي، فالإطار يساعد على تنظيم الحقائق ويقوم بتوفير المعلومات اللازمة للجمهور حول ما هو مهم".

بينما عرفه Tunkardet.al عام ١٩٩١ بأنه" فكرة تنظيم مركزي لمحتوى الأخبار يوفر سياقا ما للمشكلة أو القضية عن طريق استخدام التحديد والتركيز والاستبعاد لبعض جوانب المشكلة أو القضية"(Carter, 2013: 3) ، وهذا التعريف يتفق مع تعريف " إنتمان Entman " الذى عرف الإطار بأنه "الاختيار والتركيز على بعض العناصر المتعلقة بالموضوع وتجنب بعض العناصر الأخرى، وطبقا لهذا التعريف، فالإطار هو الفكرة الرئيسية التي تكسب الحدث معناه ويحدد موضوع الخلاف وجوهر القضية، أي اختيار بعض الجوانب من الحقيقة لجعلها أكثر بروزا ، ومن ثم تفسير أسباب حدوثها والتقييم الأخلاقي أو المعنوي لأبعادها وجوانبها المختلفة، فضلاً عن طرح حلول وتوصيات بشأنها (Baysha & Hallahan, 2004: 233).

وفقا لهذا التعريف يمكن تقسيم وظائف الإطار الإعلامي إلى ما يلي :(تعريف أو تحديد المشكلة بدقة، تحديد العوامل السببية المتعلقة بالقضية المطروحة، وتحديد القوى الفاعلة التي سببت المشكلة، عمل تقييمات أو معايير أخلاقية للقضية، اقتراح حلول للمشكلة أو القضية(Cheregi, 2015: 283)

وبذلك فوسائل الإعلام تضع الأخبار في إطارات وحزم تفسيرية سهلة الفهم وتتوقع من الجمهور أن يستخدم هذه الإطارات لفهم ومعالجة هذه الأخبار، وبالتالي فالوسيلة الإعلامية تقول للجمهور ما هو مهم لمعرفته عن قضية محددة، وبذلك تتشكل التصورات والاتجاهات الخاصة بالجمهور (Palmer & Tanner, 2012: 153).

- **أهمية نظرية تحليل الأطر الخبرية:**

أشار بعض الباحثين إلى أهمية نظرية تحليل الأطر الإخبارية في تحقيق التماسك الاجتماعي، من خلال دور الإعلام في تحديد الأطر المرجعية التي يعتمد عليها الجمهور في تفسير الأحداث ومناقشتها. كما تتم معالجة الأخبار عبر ثلاثة مستويات: المعالجة النشطة التي يسعى فيها الأفراد للبحث عن مصادر إضافية للمعلومات، ومستوى التفكير في المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، وأخيرًا مستوى انتقائي يستخدم فيه الأفراد الوسائط الإعلامية للحصول على المعلومات التي تتوافق مع اهتماماتهم وتجاهل ما سواها(Scheufele, 1999: 105).

تعمل الأطر الإعلامية على تزويد الجمهور بالمعلومات والمعارف التي تسهم في تشكيل إدراكه وتنظيم فهمه للعالم من حوله، وتبرز أهميتها في المجال الدولي لاعتماد الجمهور بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام في تكوين معارفه حول الشؤون الدولية. كما يكتسب التأطير أهمية في القضايا العامة، إذ يسهم في فهم أبعاد الصراع بين الفاعلين المختلفين، ويُعد أداة أساسية في الاتصال السياسي لتقديم الأحداث والقضايا بطريقة تؤثر في إدراكها وتفسيرها (أحمد، ٢٠٠٩: ٢٦١).

- **مستويات واستخدامات نظرية الأطر الإعلامية:**

استحوذت نظرية تحليل الإطار الإعلامي في السنوات الأخيرة على اهتمام متزايد من قبل الباحثين في دراسات الرأي العام، والاتصال السياسي، والدراسات الخاصة بالمضمون الإخباري في وسائل الإعلام، ويرجع ذلك لكونها تشتمل على إضافة نظرية

للتراكم العلمي لبحوث الاتصال وفق لمستويين (عويس، ٢٠٠٨: ٧٤):

أ) **المستوى الأول:** يهتم بقياس المحتوى غير الواضح لوسائل الإعلام أو ما يعرف بالمحتوى الضمني، والذي يعنى دراسة دلالات الحدث وما يحتويه سياق الأحداث والقضايا (Gamson & Modigliani, 1989: 35).

ب) **المستوى الثاني:** يشير إلى الأطر الإعلامية باعتبارها سمات تميز النص الإعلامي أو تمثل محور اهتمامه، ومن خلال التكرار والتدعيم يتم إبراز إطار بعينه ينطوي على تفسيرات محددة تصبح بدورها أكثر قابلية للإدراك والتذكر من جانب الجمهور الذي يتعرض لتلك الوسيلة الإعلامية (عبد الغفور، ٢٠١٤: ٤٥).

على الناحية الأخرى اهتمت العديد من الدراسات **بتأثيرات الأطر في المرحلة الثالثة** ،وأثبتت وجود تأثيرات للأطر على المستوى الفردي، بينما قلت الدراسات التي تبحث في **المرحلة الرابعة** من تأثيرات الأطر ،إلا أن بعض الباحثين اهتم بالعلاقة بين نظرية الأطر وبين وسائل الإعلام الجديدة من خلال تحليل صفحات وسائل الإعلام المختلفة على المواقع الاجتماعية، إلا أن هذه الدراسات لم تتطرق إلى المراحل الأخرى في تأثيرات أطر هذه المدونات أو المواقع الاجتماعية على اتجاهات وتقييمات المستخدمين نحو قضايا محددة ، ومن المتوقع أن وسائل الإعلام الإلكترونية ستؤدى إلى حدوث تغييرات في دراسات الأطر(حسين يوسف، ٢٠١٥: ١٠).

- **فروض نظرية الأطر الإعلامية:**

تقوم هذه النظرية على عدة فروض أهمها:

- الفرض الرئيس الذي يفيد بأن الكيفية التي يتم من خلالها طرح القضايا في وسائل الإعلام من خلال أطر إعلامية محددة، ستؤثر في الكيفية التي سيدرك بها الجمهور تلك القضايا (Druckman, 2001: 1066).
- اختلاف وسائل الإعلام في تحديد الأطر الإعلامية يؤدى إلى اختلاف أحكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة فيما يتعلق بتشكيل المعارف والاتجاهات نحو القضايا المثارة (حجاج، ٢٠١٥: ٦٧).

توظيف النظرية في الدراسة الحالية

يستند الإطار النظري للدراسة إلى نظرية الأطر الإعلامية بوصفها من المداخل المهمة في دراسات الاتصال السياسي وتحليل الخطاب الإعلامي. وترتكز هذه النظرية، التي ارتبطت بإسهامات الباحثRobert Entman ، على أن وسائل الإعلام لا تكتفي بنقل الأحداث، بل تقوم باختيار المعلومات وتنظيمها وتقديمها ضمن أطر تفسيرية تؤثر في إدراك الجمهور للقضايا المطروحة. وتتمثل عملية التأطير في إبراز جوانب معينة من الواقع وإهمال أخرى، بما يسهم في توجيه تفسير الجمهور للأحداث وتقييمها.

وفي ضوء ذلك، توظف الدراسة هذه النظرية لتحليل الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trump الموجَّه إلى منطقة الشرق الأوسط عبر منصةX ، بهدف الكشف عن الأطر الخطابية المستخدمة في تقديم قضايا المنطقة. ويساعد هذا المدخل على تحليل كيفية إبراز بعض القضايا أو الفاعلين السياسيين وتهميش غيرهم، ورصد الأطر المستخدمة في عرض الأحداث مثل إطار الصراع أو الأمن أو المصالح الاستراتيجية، بما يتيح فهم الآليات الاتصالية التي تُصاغ من خلالها الرسائل السياسية الرقمية وتوجيهها لتحقيق أهداف دعائية وسياسية.

٤. المبحث الثالث: نتائج الدراسة التحليلية لإستراتيجيات الدعاية في خطاب الرئيس الأمريكي دونالد ترامب الموجه الى الشرق الأوسط على منصة X

يتناول هذا المبحث عرض وتحليل نتائج الدراسة المتعلقة باستراتيجيات الدعاية في خطاب الرئيس الأمريكي Donald Trump الموجَّه إلى الشرق الأوسط عبر منصة X، من خلال الكشف عن القضايا المطروحة والأطر الإعلامية والاستراتيجيات الدعائية والأساليب الإقناعية المستخدمة في هذا الخطاب.

المحور الأول: فئات الموضوع (ماذا قيل؟):

يتناول هذا المحور تحليل فئات الموضوع في الخطاب محل الدراسة، وذلك للإجابة عن سؤال ماذا قيل؟ من خلال تحديد القضايا والموضوعات الرئيسة التي ركّز عليها الخطاب السياسي، والكشف عن طبيعة المضامين المرتبطة بقضايا الشرق الأوسط.

جدول رقم (1) الموضوعات الرئيسية للخطاب في منشورات الرئيس الأمريكي على منصة إكس

الرتبة	الموضوعات الرئيسية للخطاب	عدد المنشورات	النسبة المئوية (%)
1	السياسة الخارجية الأمريكية تجاه الشرق الأوسط	32	26.7
2	الصراع العربي الإسرائيلي	24	20.0
3	العلاقات مع دول الخليج	18	15.0
4	إيران	16	13.3
5	الأمن الإقليمي / مكافحة الإرهاب	14	11.7
6	الاقتصاد والاستثمار	10	8.3
7	حقوق الإنسان والقضايا الإنسانية	4	3.3
8	أخرى (قضايا دبلوماسية عامة أو تصريحات سياسية متفرقة)	2	1.7
–	المجموع	120	100

تشير نتائج الجدول إلى أن **موضوع السياسة الخارجية الأمريكية تجاه الشرق الأوسط** جاء في المرتبة الأولى، حيث بلغ عدد المنشورات التي تناولت هذا الموضوع (٣٢) منشورًا بنسبة (٢٦.٧%) من إجمالي العينة البالغة (١٢٠) منشورًا. ويعكس ذلك تركيز الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trump على إبراز توجهات السياسة الخارجية للولايات المتحدة في المنطقة، باعتبار الشرق الأوسط أحد أهم الأقاليم الاستراتيجية في السياسة الدولية. كما يدل ذلك على استخدام منصة X كأداة اتصال سياسي لعرض المواقف الرسمية أو شبه الرسمية المتعلقة بقضايا المنطقة.

وجاء في المرتبة الثانية **موضوع الصراع العربي الإسرائيلي** بعدد (٢٤) منشورًا بنسبة (٢٠.٠%). ويعكس ذلك الأهمية المستمرة لهذه القضية في الخطاب السياسي الأمريكي، نظرًا لما تمثله من محور رئيسي في التفاعلات السياسية والدبلوماسية في الشرق الأوسط. كما يشير حضور هذا الموضوع إلى محاولة توجيه الخطاب السياسي نحو إبراز دور الولايات المتحدة في إدارة أو التأثير في مسار هذا الصراع.

وفي المرتبة الثالثة جاء **موضوع العلاقات مع دول الخليج** بعدد (١٨) منشورًا بنسبة (١٥.٠%). ويشير ذلك إلى الاهتمام بالعلاقات الاستراتيجية والاقتصادية والعسكرية التي تربط الولايات المتحدة بدول الخليج العربي، والتي تُعد من ركائز السياسة الأمريكية في المنطقة، سواء في إطار التعاون الأمني أو الشراكات الاقتصادية والاستثمارية.

أما المرتبة الرابعة فقد احتلها **موضوع إيران** بعدد (١٦) منشورًا بنسبة (١٣.٣%). ويعكس ذلك استمرار حضور الملف الإيراني في الخطاب السياسي الأمريكي، نظرًا لارتباطه بقضايا متعددة مثل البرنامج النووي والتوازنات الإقليمية والأمن الإقليمي. وغالبًا ما يُطرح هذا الموضوع في سياق التوترات السياسية أو في إطار الحديث عن السياسات الأمريكية تجاه طهران.

وفي المرتبة الخامسة جاء **موضوع الأمن الإقليمي ومكافحة الإرهاب** بعدد (١٤) منشورًا بنسبة (١١.٧%). ويشير ذلك إلى استمرار إدراج قضايا الأمن والاستقرار في الشرق الأوسط ضمن الخطاب السياسي الرقمي، خاصة في ظل التحديات الأمنية التي شهدتها المنطقة خلال السنوات الأخيرة.

أما **موضوع الاقتصاد والاستثمار** فقد جاء في المرتبة السادسة بعدد (١٠) منشورات بنسبة (٨.٣%). ويعكس ذلك حضورًا أقل نسبيًا للبعد الاقتصادي مقارنة بالموضوعات السياسية والأمنية، رغم أهمية العلاقات الاقتصادية والاستثمارية بين الولايات المتحدة ودول المنطقة.

وفي المرتبة السابعة جاء **موضوع حقوق الإنسان والقضايا الإنسانية** بعدد (٤) منشورات بنسبة (٣.٣%)، وهي نسبة محدودة تشير إلى أن هذا الموضوع لم يكن من القضايا الأكثر حضورًا في الخطاب السياسي المنشور عبر المنصة خلال الفترة الزمنية محل الدراسة.

وأخيرًا جاءت فئة **الموضوعات الأخرى** بعدد (٢) منشورين بنسبة (١.٧%)، وتشمل هذه الفئة بعض التصريحات السياسية العامة أو التعليقات الدبلوماسية التي لا ترتبط مباشرة بالموضوعات الرئيسية المحددة في استمارة تحليل المضمون.

وبوجه عام، تكشف هذه النتائج أن الخطاب السياسي الرقمي يركز بدرجة أكبر على **القضايا السياسية والاستراتيجية الكبرى** المرتبطة بالسياسة الخارجية والصراعات الإقليمية، بينما تحظى الموضوعات الاقتصادية والإنسانية بحضور أقل نسبيًا. ويعكس هذا التوزيع طبيعة الخطاب السياسي المرتبط بإدارة العلاقات الدولية والأزمات الإقليمية في منطقة الشرق الأوسط.

جدول رقم (2) الأطر الإعلامية المستخدمة في الخطاب

الرتبة	الأطر الإعلامية(Framing)	عدد المنشورات	النسبة المئوية(%)
1	الإطار الاستراتيجي	34	28.3
2	إطار تحديد المسؤولية	28	23.3
3	إطار الصراع	22	18.3
4	إطار التعاون والنتائج	18	15.0
5	إطار الاهتمامات الإنسانية	12	10.0
6	الإطار الأخلاقي	6	5.0
–	المجموع	120	100

تشير نتائج الجدول الإحصائي إلى أن **الإطار الاستراتيجي** جاء في المرتبة الأولى، حيث بلغ عدد المنشورات التي وظفت هذا الإطار (٣٤) منشورًا بنسبة (٢٨.٣%) من إجمالي عينة الدراسة البالغة

(١٢٠) منشورًا. ويعكس ذلك تركيز الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trumpعلى تقديم القضايا المرتبطة بالشرق الأوسط من زاوية المصالح الاستراتيجية للولايات المتحدة، سواء فيما يتعلق بالحفاظ على النفوذ السياسي أو ضمان المصالح الاقتصادية والأمنية في المنطقة. ويُعد هذا الإطار من أكثر الأطر شيوعًا في الخطاب السياسي الخارجي، حيث يتم توظيفه لتبرير السياسات أو المواقف المرتبطة بالتفاعلات الدولية.

وجاء في المرتبة الثانية **إطار تحديد المسؤولية** بعدد (٢٨) منشورًا بنسبة (٢٣.٣%). ويشير هذا الإطار إلى عرض القضايا المرتبطة بالشرق الأوسط في سياق التهديدات الأمنية أو المخاطر المحتملة التي قد تؤثر في الاستقرار الإقليمي أو المصالح الأمريكية. وغالبًا ما يرتبط هذا الإطار بموضوعات مثل التهديدات العسكرية أو الأنشطة المرتبطة بالجماعات المسلحة أو التوترات السياسية في المنطقة. كما يعكس استخدام هذا الإطار محاولة تأطير القضايا الإقليمية باعتبارها قضايا أمنية تستدعي استجابات سياسية أو استراتيجية.

أما المرتبة الثالثة فقد جاءت لـــ **إطار الصراع** بعدد (٢٢) منشورًا بنسبة (١٨.٣%). ويعكس هذا الإطار عرض القضايا السياسية في المنطقة في صورة نزاعات أو خلافات بين أطراف متعددة، مثل التوترات السياسية أو الصراعات الإقليمية. ويسهم هذا الإطار في إبراز طبيعة التفاعلات السياسية في الشرق الأوسط باعتبارها ساحة للصراعات الجيوسياسية، الأمر الذي قد يؤثر في طريقة إدراك الجمهور لهذه القضايا.

وفي المرتبة الرابعة جاء **إطار التعاون والنتائج** بعدد (١٨) منشورًا بنسبة (١٥.٠%). ويشير ذلك إلى أن جزءًا من الخطاب السياسي ركز على إبراز العلاقات التحالفية أو التعاون السياسي والعسكري بين الولايات المتحدة وبعض دول المنطقة. ويُستخدم هذا الإطار غالبًا لتأكيد الشراكات الاستراتيجية أو العلاقات الدبلوماسية القائمة بين الولايات المتحدة ودول الشرق الأوسط.

أما إطار الاهتمامات الإنسانية فقد جاء في المرتبة الخامسة بعدد (١٢) منشورًا بنسبة (١٠.٠%). ويعكس ذلك حضورًا محدودًا نسبيًا للقضايا الإنسانية في الخطاب السياسي الرقمي، حيث يتم تناولها غالبًا في سياقات محددة مثل الأزمات الإنسانية أو الدعوات إلى دعم الاستقرار أو حماية المدنيين.

وأخيرًا جاءت فئة الإطار الأخلاقي بعدد (٦) منشورات بنسبة (٥.٠%)، وتشمل هذه الفئة بعض المنشورات التي قدمت القضايا في إطار عام أو تفسيري دون اعتماد واضح على أحد الأطر المحددة في استمارة التحليل.

وبوجه عام، تكشف هذه النتائج أن الخطاب السياسي الرقمي يميل إلى تأطير قضايا الشرق الأوسط في إطار **الإطار الاستراتيجي** بدرجة أكبر من الأطر الأخرى، وهو ما يعكس طبيعة السياسة الخارجية الأمريكية التي غالبًا ما تُقدَّم من خلال منظور المصالح الوطنية والأمن القومي. كما يدل هذا التوزيع على أن عملية التأطير الإعلامي في الخطاب السياسي تسهم في توجيه إدراك الجمهور للقضايا الدولية من خلال إبراز جوانب معينة من الواقع السياسي وإغفال جوانب أخرى.

جدول رقم (3) استراتيجيات الدعاية المستخدمة في الخطاب

الرتبة	استراتيجيات الدعاية	عدد المنشورات	النسبة المئوية(%)
1	تعزيز صورة الذات	30	25.0
2	الاستمالة العاطفية	24	20.0
3	تشويه صورة الآخر	20	16.7
4	استخدام الرموز والصور الرمزية	18	15.0
5	إثارة الخوف أو القلق	16	13.3
6	التكرار لتأكيد الرسالة	8	6.7
7	أخرى (خطاب تفسيري أو معلوماتي مباشر)	4	3.3
–	المجموع	120	100

تشير نتائج الجدول الإحصائي إلى أن **استراتيجية تعزيز صورة الذات** جاءت في المرتبة الأولى، حيث بلغ عدد المنشورات التي استخدمت هذه الاستراتيجية (٣٠) منشورًا بنسبة (٢٥.٠%) من إجمالي عينة الدراسة البالغة (١٢٠) منشورًا. ويعكس ذلك ميل الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trumpإلى إبراز الإنجازات أو التأكيد على فاعلية السياسات المتبعة في التعامل مع قضايا الشرق الأوسط. ويُعد هذا النمط من أبرز استراتيجيات الاتصال السياسي، حيث يتم توظيفه لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للفاعل السياسي أمام الجمهور.

وجاءت في المرتبة الثانية **الاستمالة العاطفية** بعدد (٢٤) منشورًا بنسبة (٢٠.٠%). وتشير هذه النتيجة إلى توظيف الخطاب السياسي لأساليب تستهدف التأثير في مشاعر الجمهور، من خلال استخدام مفردات تحمل دلالات وجدانية أو تعبيرات تعكس التعاطف أو القلق أو التضامن مع قضايا معينة. ويسهم هذا الأسلوب في تعزيز التأثير النفسي للرسالة الاتصالية، مما يزيد من احتمالات تفاعل الجمهور معها.

أما المرتبة الثالثة فقد جاءت لاستراتيجية **تشويه صورة الآخر** بعدد (٢٠) منشورًا بنسبة (١٦.٧%). ويشير هذا النمط إلى تقديم بعض الأطراف السياسية أو الإقليمية في إطار سلبي أو انتقادي، بهدف تعزيز موقف سياسي معين أو تبرير سياسات محددة تجاه تلك الأطراف. ويُعد هذا الأسلوب من الاستراتيجيات الدعائية الشائعة في الخطاب السياسي، خاصة في سياق التنافس أو الصراع السياسي.

وفي المرتبة الرابعة جاء **استخدام الرموز والصور الرمزية** بعدد (١٨) منشورًا بنسبة (١٥.٠%). ويعكس ذلك توظيف عناصر رمزية أو استعارات سياسية تسهم في تكثيف المعنى الاتصالي للرسالة، حيث تساعد الرموز على نقل دلالات سياسية أو أيديولوجية بصورة مختصرة ومباشرة.

أما **استراتيجية إثارة الخوف أو القلق** فقد جاءت في المرتبة الخامسة بعدد (١٦) منشورًا بنسبة (١٣.٣%). ويشير ذلك إلى توظيف الخطاب السياسي أحيانًا لرسائل تحذر من تهديدات أو مخاطر محتملة، خاصة فيما يتعلق بالقضايا الأمنية أو الصراعات الإقليمية في الشرق الأوسط. ويسهم هذا الأسلوب في خلق حالة من الإدراك بوجود خطر محتمل، مما قد يعزز دعم الجمهور للسياسات أو الإجراءات التي يتم طرحها.

وفي المرتبة السادسة جاءت **استراتيجية التكرار لتأكيد الرسالة** بعدد (٨) منشورات بنسبة (٦.٧%). ويعكس ذلك استخدام التكرار بدرجة أقل مقارنة ببقية الاستراتيجيات، رغم أن هذه التقنية تُعد من الأساليب الاتصالية المهمة في ترسيخ الرسائل السياسية في ذهن الجمهور.

وأخيرًا جاءت فئة **الاستراتيجيات الأخرى** بعدد (٤) منشورات بنسبة (٣.٣%)، وتشمل هذه الفئة بعض الرسائل التي اعتمدت على تقديم معلومات أو مواقف سياسية دون توظيف واضح لاستراتيجية دعائية محددة.

وبوجه عام، تكشف هذه النتائج أن الخطاب السياسي الرقمي يميل إلى الجمع بين **تعزيز صورة الذات والاستمالة العاطفية** بوصفهما من أكثر الاستراتيجيات تأثيرًا في الجمهور عبر المنصات الرقمية مثل X، حيث يسهم هذا الجمع بين البعد الرمزي والعاطفي في تعزيز فاعلية الرسائل السياسية وتوجيه إدراك المتلقين للقضايا المرتبطة بالشرق الأوسط.

جدول رقم (4) الأسلوب اللغوي والخطابي في المنشورات

الرتبة	الأسلوب اللغوي والخطابي	عدد المنشورات	النسبة المئوية(%)
1	لغة دعائية / استقطابية	34	28.3
2	لغة رسمية / مؤسسية	28	23.3
3	لغة تحفيزية / إيجابية	24	20.0
4	لغة هجومية / تصادمية	18	15.0
5	لغة موضوعية / محايدة	16	13.4
–	المجموع	120	100

تشير نتائج الجدول إلى أن **اللغة الدعائية أو الاستقطابية** جاءت في المرتبة الأولى بعدد (٣٤) منشورًا بنسبة (٢٨.٣%) من إجمالي عينة الدراسة البالغة (١٢٠) منشورًا. ويعكس ذلك اعتماد الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trump بدرجة ملحوظة على أساليب لغوية تسعى إلى حشد التأييد أو تعزيز الاستقطاب السياسي لدى الجمهور. وتتميز هذه اللغة باستخدام تعبيرات تحمل دلالات تقييمية أو تفضيلية، بما يسهم في توجيه إدراك المتلقين نحو تبني موقف محدد من القضايا المطروحة.

وجاءت في المرتبة الثانية **اللغة الرسمية أو المؤسسية** بعدد (٢٨) منشورًا بنسبة (٢٣.٣%). ويشير ذلك إلى أن جزءًا من الخطاب المنشور يتسم بالطابع الرسمي الذي يعكس الموقف السياسي أو الدبلوماسي للولايات المتحدة تجاه القضايا الإقليمية. وغالبًا ما يظهر هذا الأسلوب في المنشورات المرتبطة بالتصريحات السياسية أو التعليقات على التطورات الدولية.

أما المرتبة الثالثة فقد احتلتها **اللغة التحفيزية أو الإيجابية** بعدد (٢٤) منشورًا بنسبة (٢٠.٠%). ويعكس ذلك توظيف عبارات تشجيعية أو تعبيرات إيجابية تهدف إلى تعزيز صورة السياسات أو القرارات المرتبطة بقضايا الشرق الأوسط. ويسهم هذا الأسلوب في دعم الرسائل السياسية من خلال التركيز على النتائج الإيجابية أو الفرص المستقبلية المرتبطة بالتعاون أو الاستقرار الإقليمي.

وفي المرتبة الرابعة جاءت **اللغة الهجومية أو التصادمية** بعدد (١٨) منشورًا بنسبة (١٥.٠%). ويشير ذلك إلى استخدام تعبيرات نقدية أو هجومية تجاه بعض الأطراف السياسية أو السياسات الإقليمية. ويظهر هذا الأسلوب غالبًا في سياق التوترات السياسية أو الخلافات الدبلوماسية، حيث يتم توظيفه للتعبير عن مواقف سياسية حادة أو انتقادية.

أما المرتبة الأخيرة فقد كانت **للغة الموضوعية أو المحايدة** بعدد (١٦) منشورًا بنسبة (١٣.٤%). ويعكس انخفاض هذه النسبة أن

الخطاب السياسي عبر المنصات الرقمية يميل بدرجة أكبر إلى الأساليب التعبوية أو الدعائية مقارنة بالأسلوب الموضوعي المحايد، وذلك نظرًا لطبيعة الاتصال السياسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الرسائل المؤثرة والقادرة على جذب انتباه الجمهور.

وبوجه عام، تكشف هذه النتائج أن الخطاب السياسي الرقمي المنشور عبر منصة X يميل إلى توظيف **اللغة الدعائية والتحفيزية** بدرجة أكبر من الأساليب الموضوعية، وهو ما يعكس طبيعة الاتصال السياسي في البيئة الرقمية التي تقوم على سرعة التأثير في الجمهور وبناء اتجاهات داعمة للمواقف السياسية المطروحة. كما يدل ذلك على أن الخطاب السياسي الرقمي يجمع بين الطابع الرسمي والتعبوي في الوقت ذاته، بما يسهم في تحقيق أهداف الاتصال السياسي المرتبطة بتشكيل الرأي العام والتأثير في إدراك الجمهور للقضايا الإقليمية والدولية.

جدول رقم (5) الفاعلين الرئيسيين في المنشورات

الرتبة	الفاعلون الرئيسيون في المنشور	عدد المنشورات	النسبة المئوية (%)
1	الولايات المتحدة الأمريكية	38	31.7
2	إسرائيل	26	21.7
3	إيران	22	18.3
4	دول عربية محددة	20	16.7
5	فاعلون آخرون (منظمات دولية أو أطراف إقليمية أخرى)	14	11.6
–	المجموع	120	100

تشير نتائج الجدول إلى أن **الولايات المتحدة الأمريكية** جاءت في المرتبة الأولى من حيث حضورها كفاعل رئيسي في المنشورات، حيث بلغ عدد المنشورات التي تناولتها (٣٨) منشورًا بنسبة (٣١.٧%) من إجمالي عينة الدراسة البالغة (١٢٠) منشورًا. ويعكس ذلك الطابع المركزي للدور الأمريكي في الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trump، حيث يتم تقديم الولايات المتحدة بوصفها الفاعل الأساسي في صياغة السياسات أو إدارة التفاعلات السياسية المرتبطة بقضايا الشرق الأوسط.

وجاءت في المرتبة الثانية **إسرائيل** بعدد (٢٦) منشورًا بنسبة (٢١.٧%). ويعكس هذا الحضور الملحوظ الأهمية التي تحتلها العلاقات الأمريكية الإسرائيلية في الخطاب السياسي المرتبط بالشرق الأوسط، حيث تُطرح إسرائيل غالبًا في سياق التحالف الاستراتيجي أو في إطار القضايا المرتبطة بالصراع الإقليمي.

أما المرتبة الثالثة فقد احتلتها **إيران** بعدد (٢٢) منشورًا بنسبة (١٨.٣%). ويشير ذلك إلى استمرار حضور الملف الإيراني في الخطاب السياسي، نظرًا لارتباطه بمجموعة من القضايا الاستراتيجية مثل التوترات الإقليمية والبرنامج النووي والتوازنات الجيوسياسية في المنطقة.

وفي المرتبة الرابعة جاءت **الدول العربية** بعدد (٢٠) منشورًا بنسبة (١٦.٧%). وتشمل هذه الفئة عددًا من الدول التي ترتبط بعلاقات سياسية أو اقتصادية أو أمنية مع الولايات المتحدة، مثل المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة ومصر ويعكس تناول هذه الدول في الخطاب السياسي أهمية الشراكات الإقليمية والتحالفات السياسية التي تشكل أحد عناصر السياسة الأمريكية في المنطقة.

أما المرتبة الأخيرة فقد جاءت لفئة **الفاعلين الآخرين** بعدد (١٤) منشورًا بنسبة (١١.٦%). وتشمل هذه الفئة بعض الأطراف الدولية أو الإقليمية التي يتم تناولها في سياق التفاعلات السياسية الأوسع في الشرق الأوسط، مثل المنظمات الدولية أو القوى الدولية الأخرى.

وبوجه عام، تكشف هذه النتائج أن الخطاب السياسي الرقمي يركز بدرجة أساسية على الفاعلين المرتبطين مباشرة بالتفاعلات الجيوسياسية في الشرق الأوسط، مع إبراز الدور المركزي للولايات المتحدة في إدارة هذه التفاعلات. كما يعكس توزيع الفاعلين طبيعة القضايا المطروحة في الخطاب السياسي، والتي تتداخل فيها الاعتبارات الأمنية والاستراتيجية والدبلوماسية في إطار العلاقات الدولية.

جدول رقم (6) الأهداف أو الرسائل الضمنية في المنشورات

الرتبة	الأهداف أو الرسائل الضمنية	عدد المنشورات	النسبة المئوية(%)
1	تعزيز النفوذ الأمريكي في المنطقة	34	28.3
2	دعم حلفاء محددين في المنطقة	26	21.7
3	تشكيل تصور جماهيري حول قضية معينة	22	18.3
4	التأثير على الخصوم أو المعارضين	20	16.7
5	التأثير على الرأي العام الإقليمي	14	11.7
6	أخرى (التعليق على أحداث سياسية أو دبلوماسية عامة)	4	3.3
–	المجموع	120	100

تشير نتائج الجدول إلى أن **هدف تعزيز النفوذ الأمريكي في المنطقة** جاء في المرتبة الأولى، حيث بلغ عدد المنشورات التي تضمنت هذه الرسالة الضمنية (٣٤) منشورًا بنسبة (٢٨.٣%) من إجمالي عينة الدراسة البالغة (١٢٠) منشورًا. ويعكس ذلك تركيز الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trumpعلى إبراز الدور القيادي للولايات المتحدة في إدارة التفاعلات السياسية والاستراتيجية في الشرق الأوسط. كما يشير إلى توظيف الخطاب

الرقمي كأداة لإظهار القدرة الأمريكية على التأثير في مسارات القضايا الإقليمية.

وجاء في المرتبة الثانية **هدف دعم حلفاء محددين في المنطقة** بعدد (٢٦) منشورًا بنسبة (٢١.٧%). ويعكس ذلك حضور الرسائل التي تؤكد طبيعة العلاقات التحالفية التي تربط الولايات المتحدة بعدد من الدول في الشرق الأوسط، حيث يتم إبراز هذه العلاقات في سياق التعاون السياسي أو الأمني أو الاقتصادي. ويسهم هذا الخطاب في تعزيز صورة الولايات المتحدة كشريك استراتيجي للحلفاء الإقليميين.

أما المرتبة الثالثة فقد جاءت لرسالة **تشكيل تصور جماهيري حول قضية معينة** بعدد (٢٢) منشورًا بنسبة (١٨.٣%). ويشير ذلك إلى توظيف الخطاب السياسي الرقمي في التأثير في إدراك الجمهور للقضايا السياسية المطروحة، من خلال تقديم تفسير أو إطار معين للأحداث أو التطورات السياسية في المنطقة.

وفي المرتبة الرابعة جاء هدف **التأثير على الخصوم أو المعارضين** بعدد (٢٠) منشورًا بنسبة (١٦.٧%). ويعكس ذلك استخدام الخطاب السياسي كوسيلة للضغط السياسي أو للتعبير عن مواقف انتقادية تجاه بعض الأطراف الإقليمية أو الدولية، خاصة في سياق الخلافات السياسية أو التوترات الدبلوماسية.

أما المرتبة الخامسة فقد كانت لهدف **التأثير على الرأي العام الإقليمي** بعدد (١٤) منشورًا بنسبة (١١.٧%). ويشير ذلك إلى أن بعض الرسائل المنشورة تسعى إلى مخاطبة الجمهور في منطقة الشرق الأوسط بصورة مباشرة أو غير مباشرة، بهدف توجيه إدراكه للأحداث أو المواقف السياسية.

وأخيرًا جاءت فئة **الأهداف الأخرى** بعدد (٤) منشورات بنسبة (٣.٣%)، وتشمل هذه الفئة بعض المنشورات التي تركز على التعليق العام على الأحداث السياسية أو التطورات الدبلوماسية دون أن تتضمن رسالة استراتيجية واضحة.

وبوجه عام، تكشف هذه النتائج أن الخطاب السياسي الرقمي عبر منصة Xيركز بدرجة كبيرة على **الأبعاد الاستراتيجية والسياسية** للاتصال السياسي، حيث يتم توظيف الرسائل المنشورة لتعزيز النفوذ السياسي ودعم الحلفاء والتأثير في إدراك الجمهور للقضايا الإقليمية. كما يعكس هذا التوزيع طبيعة الاتصال السياسي في البيئة الرقمية، التي أصبحت تمثل أداة مهمة في إدارة العلاقات الدولية والتأثير في الرأي العام.

جدول رقم (7) الطابع الدعائي للخطاب في المنشورات

الرتبة	الطابع الدعائي للخطاب	عدد المنشورات	النسبة المئوية(%)
1	دعائي ضمني	42	35.0
2	دعائي مباشر	34	28.3
3	إعلامي موضوعي	26	21.7
4	ترفيهي / اجتماعي (كمكون ثانوي)	12	10.0
5	آخر (تعليق سياسي عام أو خطاب تفسيري)	6	5.0
–	المجموع	120	100

تشير نتائج الجدول إلى أن **الطابع الدعائي الضمني** جاء في المرتبة الأولى بعدد (٤٢) منشورًا بنسبة (٣٥.٠%) من إجمالي عينة الدراسة البالغة (١٢٠) منشورًا. ويعكس ذلك اعتماد الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trump بدرجة ملحوظة على الرسائل غير المباشرة التي تحمل دلالات دعائية دون التصريح بها بصورة صريحة. ويتحقق هذا النمط من خلال استخدام عبارات أو سياقات خطابية تهدف إلى تعزيز صورة السياسات أو المواقف السياسية بطريقة غير مباشرة، بما يسمح بتوجيه إدراك الجمهور دون اللجوء إلى خطاب دعائي صريح.

وجاء في المرتبة الثانية **الطابع الدعائي المباشر** بعدد (٣٤) منشورًا بنسبة (٢٨.٣%). ويشير ذلك إلى وجود نسبة ملحوظة من المنشورات التي تتضمن رسائل دعائية واضحة تسعى إلى إبراز الإنجازات السياسية أو الدفاع عن مواقف محددة في القضايا الإقليمية والدولية. ويعكس هذا النمط طبيعة الاتصال السياسي عبر المنصات الرقمية، حيث يتم توظيف الخطاب بصورة مباشرة للتأثير في اتجاهات الجمهور.

أما المرتبة الثالثة فقد جاءت لفئة **الخطاب الإعلامي الموضوعي** بعدد (٢٦) منشورًا بنسبة (٢١.٧%). ويشير ذلك إلى أن بعض المنشورات اتسمت بطابع معلوماتي أو إخباري يهدف إلى عرض مواقف سياسية أو التعليق على أحداث دون توظيف واضح لأساليب دعائية. ويظهر هذا الأسلوب غالبًا في المنشورات المرتبطة بالتصريحات الرسمية أو التعليقات على التطورات السياسية.

وفي المرتبة الرابعة جاء **الطابع الترفيهي أو الاجتماعي** بعدد (١٢) منشورًا بنسبة (١٠.٠%). ويشير ذلك إلى وجود بعض المنشورات التي تضمنت عناصر ذات طابع اجتماعي أو تفاعلي، وإن كان حضور هذا النمط محدودًا نظرًا لطبيعة الخطاب السياسي المرتبط بالقضايا الدولية.

أما المرتبة الأخيرة فقد جاءت لفئة **الأنماط الأخرى** بعدد (٦) منشورات بنسبة (٥.٠%). وتشمل هذه الفئة بعض المنشورات التي اتخذت طابعًا تفسيريًا أو تحليليًا عامًا دون أن تنتمي بوضوح إلى أحد الأنماط السابقة.

وبوجه عام، تكشف هذه النتائج أن الخطاب السياسي الرقمي عبر منصة X يتسم بدرجة كبيرة بالطابع الدعائي، سواء في صورته المباشرة أو الضمنية، وهو ما يعكس استخدام المنصات الرقمية بوصفها أدوات اتصال سياسي تهدف إلى التأثير في الرأي العام وتعزيز الرسائل المرتبطة بالسياسات والمواقف الدولية. كما يدل ذلك على أن الخطاب السياسي في البيئة الرقمية يجمع بين تقديم المعلومات والتأثير الدعائي في الوقت ذاته، بما يسهم في تشكيل إدراك الجمهور للقضايا المطروحة.

المحور الثاني: فئات الشكل (كيف قيل؟):

يتناول هذا المحور تحليل فئات الشكل في الخطاب محل الدراسة للإجابة عن سؤال كيف قيل؟، من خلال الكشف عن الأساليب اللغوية والاتصالية والاستراتيجيات التي استُخدمت في تقديم المضامين السياسية.

جدول رقم (8) نوع الوسائط المستخدمة

رتبة	نوع الوسائط المستخدمة	عدد المنشورات	النسبة المئوية(%)
1	نص فقط	35	29.2
2	صورة مرفقة	25	20.8
3	رموز أو إيموجي	20	16.7
4	فيديو مرفق	15	12.5
4	وسائط مختلطة (نص + صورة/فيديو)	15	12.5
6	روابط لمصادر خارجية	10	8.3
-	المجموع	120	100

تشير النتائج إلى أن الغالبية العظمى من المنشورات تعتمد على النص فقط، حيث بلغ عدد هذه المنشورات ٣٥ منشورًا بنسبة ٢٩.٢% من إجمالي عينة الدراسة (١٢٠ منشورًا). وتعكس هذه النسبة اعتماد الرئيس الأمريكي على صياغة الرسائل المباشرة والواضحة، بما يتماشى مع ملاحظات الدراسات التي أكدت على أهمية النص في نقل الرسائل السياسية الدقيقة إلى الجمهور الرقمي، خصوصًا عند معالجة قضايا حساسة مثل السياسة الخارجية أو الصراعات الإقليمية.

تأتي المرتبة الثانية في استخدام الوسائط من حيث العدد للنصوص المصحوبة بالصور المرفقة، حيث بلغ عددها ٢٥ منشورًا بنسبة ٢٠.٨%، ما يعكس أهمية الصورة كأداة دعائية تدعم الرسائل النصية، إذ تشير الدراسات إلى أن الصور في الخطاب السياسي تعمل على جذب الانتباه وتوضيح الرسائل بطريقة أكثر تأثيرًا على المتلقي مقارنة بالنص وحده .كما تحتل الرموز والإيموجي المرتبة الثالثة، بعدد ٢٠ منشورًا بنسبة ١٦.٧%، وهو ما يعكس استخدام عناصر رمزية لتعزيز الرسائل الدعائية بطريقة مختصرة وفعالة في بيئة رقمية سريعة الإيقاع، حيث أشارت الأبحاث إلى أن الرموز تسهم في الاستمالة العاطفية للجمهور وإيصال الانطباعات بشكل مكثف.

أما بالنسبة للفيديو والوسائط المختلطة (نص + صورة/فيديو)، فقد احتلت المرتبة الرابعة بعدد ١٥ منشورًا لكل منهما بنسبة ١٢.٥%، ما يدل على أن الرئيس الأمريكي استخدم هذه الوسائط كأدوات داعمة لتوضيح الرسائل أو تعزيز تأثيرها العاطفي، إلا أن الاعتماد على هذه الوسائط كان أقل مقارنة بالنصوص والصور الفردية، وهو ما يتوافق مع ملاحظات دراسات الإعلام الرقمي التي تشير إلى أن الفيديو غالبًا ما يُستخدم لتسليط الضوء على أحداث مهمة أو لتوضيح موقف رسمي، وليس كأداة أساسية لنشر جميع الرسائل.

أخيرًا، جاءت الروابط لمصادر خارجية في المرتبة الأخيرة بعدد ١٠ منشورات بنسبة ٨.٣%، ما يشير إلى أن الرئيس الأمريكي فضل توجيه رسائله مباشرة على المنصة بدلاً من تحويل المتلقين إلى محتوى خارجي. ويعكس هذا الأسلوب رغبة في الحفاظ على السيطرة الكاملة على الخطاب، بما يضمن عدم فقدان الرسالة أو تغيير سياقها، وهو ما أكدت عليه الدراسات حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات للاتصال السياسي المباشر والتحكم في المحتوى الدعائي.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن توزيع الوسائط المستخدمة في خطاب الرئيس الأمريكي على منصة X يعكس استراتيجية متوازنة، حيث يهيمن النص على الرسائل المباشرة، بينما تلعب الصور والإيموجي دورًا داعمًا في تعزيز التأثير الدعائي، فيما تُستخدم الوسائط المختلطة والفيديو عند الحاجة لتوضيح المواقف أو لزيادة التفاعل، بينما تمثل الروابط الخارجية أقل الوسائط استخدامًا، بما يتماشى مع أهداف الخطاب الرقمي في التحكم بالمحتوى وتوجيه الرسائل بفعالية.

جدول رقم (9) طول المنشور

رتبة	طول المنشور	عدد المنشورات	النسبة المئوية(%)
1	قصير (أقل من 50 كلمة)	50	41.7
2	متوسط (50–150 كلمة)	45	37.5
3	طويل (أكثر من 150 كلمة)	25	20.8
-	المجموع	120	100

تشير النتائج إلى أن غالبية المنشورات في خطاب الرئيس الأمريكي Donald Trump كانت **قصيرة، أقل من ٥٠ كلمة**، حيث بلغ عددها ٥٠ منشورًا بنسبة ٤١.٧% من إجمالي العينة (١٢٠ منشورًا). ويعكس هذا التركيز على المنشورات القصيرة اعتماد الرئيس على صياغة رسائل مختصرة ومباشرة، تتسم بالوضوح والقدرة على جذب انتباه المتلقي بسرعة.

تأتي المنشورات ذات **الطول المتوسط (٥٠–١٥٠ كلمة)** في المرتبة الثانية بعدد ٤٥ منشورًا بنسبة ٣٧.٥%، مما يشير إلى أن الرئيس استخدم هذه المنشورات لتقديم معلومات أكثر تفصيلًا حول بعض القضايا، مع الحفاظ على درجة من الإيجاز تتيح للجمهور فهم الرسالة دون الشعور بالإرهاق أو التعقيد. ويشير ذلك إلى وجود مزيج بين التفاعل السريع وإيصال الرسائل المعقدة عند الحاجة، وهو أسلوب شائع في استراتيجيات الدعاية الرقمية التي تسعى إلى التأثير في الجمهور بشكل مباشر وغير معقد.

أما المنشورات **الطويلة (أكثر من ١٥٠ كلمة)** فقد بلغ عددها ٢٥ منشورًا بنسبة ٢٠.٨%، وهي أقل نسبة مقارنة بالمنشورات القصيرة والمتوسطة. ويعكس هذا الاستخدام المحدود للمنشورات الطويلة أن الرئيس يفضل غالبًا تبسيط الرسائل وتجنب الإطالة، إلا أنه يلجأ للمنشورات الطويلة عند الحاجة إلى شرح موقف مفصل أو تقديم حجج داعمة حول قضية معينة، مثل السياسة الخارجية أو القضايا الإقليمية الحساسة في الشرق الأوسط.

يمكن القول إن توزيع طول المنشورات يعكس **استراتيجية متوازنة**، حيث يسيطر الطابع القصير على الخطاب لتسهيل وصول الرسائل إلى الجمهور بسرعة، بينما يتم استخدام المنشورات المتوسطة والطويلة عند الحاجة لتقديم معلومات أكثر تفصيلًا أو تعزيز الحجج السياسية، بما يحقق أهداف الدعاية والتأثير على الرأي العام بطريقة فعالة.

جدول رقم (10) أسلوب العرض الرقمي في منشورات الرئيس الأمريكي على منصة إكس

الرتبة	أسلوب العرض الرقمي	عدد المنشورات	النسبة المئوية(%)
1	مباشر وواضح	48	40.0
2	تحفيزي/دعائي	35	29.2
3	توجيهي أو إرشادي	22	18.3
4	استفهامي / استفهام بلاغي	15	12.5
-	المجموع	120	100

تشير نتائج الجدول إلى أن **أسلوب العرض المباشر والواضح** جاء في المرتبة الأولى، حيث بلغ عدد المنشورات التي استخدمت هذا الأسلوب (٤٨) منشورًا بنسبة (٤٠.٠%) من إجمالي عينة الدراسة البالغة (١٢٠) منشورًا. ويعكس هذا الاتجاه اعتماد الخطاب السياسي للرئيس الأمريكي Donald Trumpعلى صياغة رسائل واضحة ومباشرة تسعى إلى نقل الموقف السياسي بصورة سريعة ومختصرة، بما يتناسب مع طبيعة التفاعل على منصة Xالتي تقوم على سرعة تداول المعلومات وقصر النصوص. كما يسهم هذا الأسلوب في تقليل احتمالات التأويل أو الغموض، الأمر الذي يساعد على ترسيخ الرسالة السياسية في ذهن المتلقي بصورة مباشرة.

وجاء في المرتبة الثانية **الأسلوب التحفيزي أو الدعائي** بعدد (٣٥) منشورًا بنسبة (٢٩.٢%)، وهو ما يشير إلى حضور واضح للطابع الدعائي في الخطاب السياسي المنشور عبر المنصة الرقمية. ويعتمد هذا الأسلوب على استخدام عبارات تشجيعية أو تعبيرات تحمل دلالات إيجابية تهدف إلى تعزيز صورة الفاعل السياسي أو دعم مواقفه وسياساته. ويعكس ذلك توظيف المنصة الرقمية كأداة للتأثير في اتجاهات الجمهور وبناء صورة ذهنية إيجابية حول السياسات أو المواقف المرتبطة بقضايا الشرق الأوسط.

أما **الأسلوب التوجيهي أو الإرشادي** فقد جاء في المرتبة الثالثة بعدد (٢٢) منشورًا بنسبة (١٨.٣%). ويشير ذلك إلى استخدام الخطاب السياسي أحيانًا لصياغة رسائل تتضمن توجيهات أو مواقف محددة تجاه قضايا سياسية أو إقليمية، سواء من خلال توضيح سياسات معينة أو التعبير عن موقف رسمي من أحداث أو تطورات سياسية. ويعكس هذا الأسلوب طبيعة الخطاب السياسي الذي يسعى إلى توجيه الرأي العام نحو تبني رؤية معينة أو فهم محدد للأحداث.

وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاء **الأسلوب الاستفهامي أو الاستفهام البلاغي** بعدد (١٥) منشورًا بنسبة (١٢.٥%). ويُلاحظ أن استخدام هذا الأسلوب كان محدودًا مقارنة ببقية الأساليب،

ويرجع ذلك إلى أن الخطاب السياسي المنشور عبر المنصة يميل غالبًا إلى تقديم الرسائل بشكل مباشر بدلاً من طرحها في صورة تساؤلات. ومع ذلك، فإن توظيف الاستفهام البلاغي في بعض المنشورات قد يُستخدم كأداة خطابية لإثارة انتباه الجمهور أو لتحفيز المتلقي على التفكير في قضية معينة من منظور محدد.

وبشكل عام، تكشف هذه النتائج أن الخطاب السياسي الرقمي للرئيس الأمريكي يميل إلى الجمع بين **الأسلوب المباشر والأسلوب الدعائي** بدرجة أكبر من غيرهما، وهو ما يعكس طبيعة الاتصال السياسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الرسائل السريعة والواضحة القادرة على التأثير في المتلقين وتوجيه إدراكهم للقضايا المطروحة. كما يدل هذا التوزيع على أن المنصة الرقمية تُستخدم ليس فقط لنقل المعلومات السياسية، بل أيضًا كأداة دعائية لتشكيل الرأي العام وتعزيز الرسائل السياسية المرتبطة بالقضايا الإقليمية والدولية.

جدول رقم (11) توظيف الوسائط البصرية والرمزية في منشورات الرئيس الأمريكي على منصة إكس

الرتبة	نوع توظيف الوسائط البصرية والرمزية	عدد المنشورات	النسبة المئوية(%)
1	استخدام صور لفاعلين سياسيين	36	30.0
2	استخدام عناصر رمزية لتعزيز الرسالة	28	23.3
3	لا يوجد	24	20.0
4	استخدام شعار أو رمز سياسي	20	16.7
5	استخدام خرائط أو بيانات إحصائية	12	10.0
–	المجموع	120	100

تشير نتائج الجدول إلى أن أكثر أنماط توظيف الوسائط البصرية والرمزية حضورًا في منشورات الرئيس الأمريكي Donald Trumpعلى منصة Xتمثلت في **استخدام صور لفاعلين سياسيين**، حيث بلغ عدد المنشورات التي تضمنت هذا النمط (٣٦) منشورًا بنسبة (٣٠.٠%) من إجمالي العينة البالغة (١٢٠) منشورًا. ويعكس ذلك اعتماد الخطاب السياسي الرقمي بدرجة ملحوظة على الصور الشخصية أو الصور التي تضم فاعلين سياسيين، لما تحمله من قدرة على تعزيز المصداقية وإضفاء طابع واقعي على الرسالة السياسية، فضلًا عن دورها في إبراز العلاقات السياسية أو اللقاءات الدبلوماسية المرتبطة بالقضايا الإقليمية والدولية.

وجاء في المرتبة الثانية **استخدام العناصر الرمزية لتعزيز الرسالة** بعدد (٢٨) منشورًا بنسبة (٢٣.٣%). ويشير هذا النمط إلى توظيف رموز بصرية أو إشارات دلالية تسهم في تكثيف المعنى السياسي للرسالة المنشورة، مثل استخدام أعلام الدول أو الرموز الدالة على القوة أو التضامن أو التحالفات السياسية. ويُعد هذا النوع من التوظيف البصري من الأدوات الاتصالية المهمة في الخطاب السياسي الرقمي، حيث يسهم في نقل الرسائل بصورة مكثفة وقابلة للتأويل لدى الجمهور المتلقي.

أما المرتبة الثالثة فقد جاءت لفئة **عدم وجود وسائط بصرية أو رمزية** بعدد (٢٤) منشورًا بنسبة (٢٠.٠%). ويعكس ذلك أن جزءًا من الخطاب السياسي المنشور عبر المنصة يعتمد على النصوص فقط دون إرفاق عناصر بصرية أو رمزية داعمة. ويرتبط هذا النمط بطبيعة بعض الرسائل السياسية التي تُقدَّم في صورة تصريحات مباشرة أو مواقف سياسية عاجلة لا تتطلب دعماً بصرياً.

وفي المرتبة الرابعة جاء **استخدام شعار أو رمز سياسي** بعدد (٢٠) منشورًا بنسبة (١٦.٧%). ويشير ذلك إلى توظيف الشعارات أو الرموز السياسية المرتبطة بالحملات الانتخابية أو التوجهات السياسية، وهو ما يسهم في تعزيز الهوية السياسية للفاعل السياسي وترسيخ صورة ذهنية محددة لدى الجمهور.

أما المرتبة الأخيرة فقد كانت لفئة **استخدام الخرائط أو البيانات الإحصائية** بعدد (١٢) منشورًا بنسبة (١٠.٠%). ويعكس انخفاض هذه النسبة أن الخطاب السياسي عبر المنصة يميل بدرجة أكبر إلى الرسائل المختصرة ذات الطابع التعبيري أو الرمزي، مقارنة بالمحتوى التحليلي الذي يعتمد على البيانات أو الإحصاءات. كما أن طبيعة التفاعل السريع على المنصات الرقمية قد لا تشجع كثيرًا على عرض البيانات المعقدة أو الخرائط التحليلية.

وبوجه عام، تكشف هذه النتائج أن الخطاب السياسي الرقمي يميل إلى توظيف **الصور والعناصر الرمزية** بدرجة أكبر من الأدوات التحليلية البصرية مثل الخرائط والبيانات الإحصائية. ويعكس ذلك توجه الاتصال السياسي عبر المنصات الرقمية نحو الرسائل السريعة والمؤثرة بصريًا، التي تعتمد على الرموز والصور في تعزيز المعنى السياسي وتوجيه إدراك الجمهور للقضايا المطروحة.

٥. خاتمة

تُظهر نتائج الدراسة أن الخطاب السياسي الرقمي محل التحليل اتسم بتركيز واضح على القضايا الاستراتيجية المرتبطة بالسياسة الخارجية الأمريكية تجاه الشرق الأوسط، بما يعكس توظيف المنصات الرقمية كأداة مباشرة لعرض التوجهات السياسية للولايات المتحدة وتعزيز حضورها بوصفها فاعلًا رئيسيًا في التفاعلات الإقليمية. كما كشفت النتائج أن الأطر الإعلامية الغالبة في الخطاب

تمثلت في الإطار الاستراتيجي وإطار تحديد المسؤولية، وهو ما يشير إلى أن القضايا المرتبطة بالمنطقة تُقدَّم غالبًا في سياق المصالح الاستراتيجية والأمن القومي الأمريكي.

كما بيّنت الدراسة أن الخطاب اعتمد بدرجة كبيرة على الأسلوب المباشر والمختصر في عرض الرسائل السياسية، بما يتناسب مع طبيعة الاتصال عبر المنصات الرقمية. وقد اتسمت اللغة المستخدمة بطابع دعائي واستقطابي واضح، بما يسهم في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه القضايا المطروحة. وفي السياق ذاته، تصدرت استراتيجية تعزيز صورة الذات قائمة الاستراتيجيات الدعائية المستخدمة، تلتها الاستمالات العاطفية وتشويه صورة الآخر، الأمر الذي يعكس توظيف الخطاب الرقمي في تعزيز الصورة السياسية للفاعل السياسي وتبرير مواقفه.

وأظهرت النتائج كذلك حضورًا بارزًا لعدد من الفاعلين السياسيين المرتبطين بالتفاعلات الإقليمية، حيث برزت الولايات المتحدة بوصفها الفاعل الأكثر حضورًا في الخطاب، تلتها إسرائيل ثم إيران، في حين ظهرت الدول العربية غالبًا في سياق العلاقات والتحالفات الإقليمية. كما اتضح أن الخطاب اعتمد بدرجة أكبر على الوسائط البصرية مثل الصور والعناصر الرمزية، وهو ما يعكس طبيعة الاتصال السياسي عبر المنصات الرقمية التي تميل إلى المحتوى البصري القادر على جذب الانتباه وتعزيز التأثير. وأخيرًا، بينت النتائج أن الطابع الدعائي الضمني كان الأكثر حضورًا مقارنة بالدعاية المباشرة، بما يدل على اعتماد الخطاب السياسي الرقمي على أساليب غير مباشرة للتأثير في إدراك الجمهور وتوجيه مواقفه تجاه قضايا الشرق الأوسط.

وفي ضوء ما سبق خلصت الدراسة الى:

١. تشير نتائج الدراسة إلى أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل **أداة مركزية في الاتصال السياسي المعاصر**، حيث يتم توظيفها لنقل الرسائل السياسية بصورة مباشرة إلى الجمهور دون المرور بالوسائط الإعلامية التقليدية.
٢. تكشف الدراسة أن الخطاب السياسي الرقمي يعكس إلى حد كبير **أولويات السياسة الخارجية للدولة**، حيث يتم التركيز على القضايا التي ترتبط بالمصالح الاستراتيجية والأمنية أكثر من القضايا الإنسانية أو الاجتماعية.
٣. توضح النتائج أن عملية **التأطير الإعلامي** تسهم في توجيه إدراك الجمهور للقضايا السياسية من خلال إبراز جوانب معينة من الحدث أو القضية وإغفال جوانب أخرى، وهو ما يعزز دور الخطاب السياسي في تشكيل الصورة الذهنية للجمهور.
٤. تشير الدراسة إلى أن الخطاب السياسي الرقمي يميل إلى **الجمع بين البعد المعلوماتي والبعد الدعائي** في الوقت ذاته، حيث يتم تقديم المعلومات السياسية ضمن سياق يحمل دلالات تأثيرية تهدف إلى توجيه الرأي العام.
٥. تعكس النتائج أن استخدام العناصر البصرية والرمزية في الخطاب السياسي الرقمي يسهم في **تعزيز فاعلية الرسالة الاتصالية** وزيادة قدرتها على الانتشار والتأثير في الجمهور.

التوصيات

١. تطوير مناهج تحليل المضمون بما يسمح بدراسة **الأبعاد اللغوية والبصرية والرمزية** في الخطاب السياسي المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
٢. ضرورة تعزيز الوعي لدى الجمهور بآليات **الدعاية السياسية الرقمية** وأساليب التأثير المستخدمة في الخطاب السياسي عبر المنصات الرقمية.
٣. أهمية دراسة تأثير الخطاب السياسي الرقمي في **تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه القضايا الدولية والإقليمية.**

تضارب المصالح

يؤكد الباحث/الباحثون عدم وجود أي تضارب في المصالح المالية أو المهنية أو الشخصية قد يؤثر في تصميم الدراسة أو تحليل البيانات أو تفسير النتائج أو نشرها، وأن جميع الإجراءات البحثية تمت وفق معايير النزاهة والموضوعية العلمية.

– المصادر والمراجع:

١. أحمد، أحمد زكريا. (٢٠٠٩). نظريات الإعلام: مدخل الاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها. القاهرة: المكتبة العصرية.
٢. حجاج، محمود يوسف. (٢٠١٥). أطر التغطية الإخبارية للسياسات الحكومية بالفضائيات المصرية وعلاقتها بالاغتراب السياسي لدى الجماهير (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
٣. حسين يوسف، ريهام سامي. (٢٠١٥). دور التليفزيون والمواقع الاجتماعية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الجماعات الإسلامية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

٤. عبد الغفور، عقيل هايس. (٢٠١٤). خطاب الصحافة العربية الدولية تجاه قضايا الإصلاح السياسي في العراق (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

٥. عويس، محمد. (٢٠٠٨). اتجاهات التغطية الإخبارية للشئون الخارجية في الصحف المصرية وعلاقتها بالمتغيرات الخاصة بالصحف (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الزقازيق، كلية الآداب.

٦. قاسم، عامر. (٢٠٢٥). تحري الانحياز الأيديولوجي في تغريدات ترامب: خطة ترامب للسلام "صفقة القرن": دراسة حالة. مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال، ٥(١)، ١–٥٠.

7. Ahmad, Yasir, Nazim, Muhammad, & Nijabat, Ayesha. (2025). Framing power and conflict: A critical discourse analysis of Donald Trump's posts on the Iran–Israel war. Journal of Applied Linguistics and TESOL, 8(3), 1256–1264. https://doi.org/10.63878/jalt1105

8. Al-Sabbagh, Nidhal Hadi, Rezvani, Ehsan, Al-Jameel, Jubair Kadhim, & Hadian, Bahareh. (2025). Linguistic construction of domination and demonization in political discourse: A critical analysis of Donald Trump's Islamophobic rhetoric. Journal of New Trends in English Language Learning (JNTELL), 4(1).

9. Alshammari, Fahad Dighaishim, & Alyousef, Hesham Suleiman. (2025). A comparative appraisal analysis of engagement in Joe Biden and Donald Trump's speeches. Discourse and Interaction.

10. Baysha, Olga, & Hallahan, Kirk. (2004). Media framing of the Ukrainian political crisis 2000–2001. Journalism Studies, 5(2), 233–246.

11. Carter, Michael J. (2013). The hermeneutics of frames and framing: An examination of the media's construction of reality. SAGE Open, April–June, 1–8.

12. Cheregi, Bianca-Florentina. (2015). The media construction of anti-immigration positions: The discourse on Romanian immigrants in the British press. Revista Română de Sociologie, 26, 283–298.

13. Druckman, James N. (2001). On the limits of framing effects: Who can frame? Journal of Politics, 63(4), 1041–1066.

14. Gamson, William A., & Modigliani, Andre. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. American Journal of Sociology, 95(1), 1–37.

15. Palmer, Anthony, & Tanner, Andrea. (2012). Booms, bailouts, and blame: News framing of the 2008 economic collapse. Electronic News, 6(3), 153–170.

16. Scheufele, Dietram A. (1999). Framing as a theory of media effects. Journal of Communication, 49(1), 103–122.

17. Sikiru, Taofeek Olayinka, & Atamaz, Emmanuel. (2025). Twitter (X) as a political propaganda tool: A comparative analysis of the 2020 U.S. presidential election. İmgelem, New Media Studies Special Issue, 627–648.