

إشكالية الدراسة

تُعدّ الصحافة الإلكترونية اليوم من أبرز الفضاءات الإعلامية التي تتشكّل من خلالها المعرفة الجماهيرية بالقضايا المجتمعية المختلفة، إذ لا تقتصر وظيفتها على نقل الأخبار والمعلومات، بل تتجاوز ذلك إلى بناء الأطر التفسيرية التي يستند إليها الجمهور في فهم ظواهر مجتمعية بالغة التعقيد.

وفي ظل الانتشار الواسع لمنصات الإنترنت وتوسّع قاعدة مستخدمي الصحافة الرقمية في المملكة العربية السعودية، باتت آليات توظيف أطر معالجة القضايا المجتمعية في المضامين الإلكترونية تمثّل محوراً بحثياً جوهرياً يستحق الدراسة والتحليل. ذلك أن الأطر الإعلامية ليست مجرد أدوات تنظيمية للمحتوى، بل هي أنساق دلالية تُقيّد إدراك المتلقي وتوجّه حكمه على الواقع المعاش.

وقد رصد الباحث غياباً ملحوظاً في الدراسات العربية التي تناولت بصورة تحليلية معمّقة العلاقة بين أطر المعالجة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية والوعي العام للجمهور السعودي، وهو ما يُفضي إلى فجوة معرفية ينبغي معالجتها عبر بحث ميداني منهجي يجمع بين تحليل المضمون الإعلامي وقياس أثره لدى المتلقين.

وتتجلى أهمية هذه الإشكالية أيضاً في أن المجتمع السعودي يشهد تحولات اجتماعية متسارعة في إطار رؤية 2030، مما يجعل الصحافة الإلكترونية فاعلاً محورياً في تأطير الخطاب المجتمعي وصياغة الرأي العام حول قضايا الأسرة والمرأة والشباب والتعليم وغيرها.

وعليه، تطرح هذه الدراسة التساؤل الرئيسي التالي:

ما أطر معالجة القضايا المجتمعية في الصحافة الإلكترونية السعودية،
وما انعكاساتها على مستوى الوعي العام لدى عينة من المجتمع
السعودي؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة

التساؤل الرئيسي:

ما أطر معالجة القضايا المجتمعية في الصحافة الإلكترونية السعودية،
وما انعكاساتها على مستوى الوعي العام لدى عينة من المجتمع
السعودي؟

التساؤلات الفرعية:

ما أبرز القضايا المجتمعية التي تتناولها الصحافة الإلكترونية السعودية
وكيف تُعالجها؟

ما الأطر الإعلامية الأكثر توظيفاً في تناول القضايا المجتمعية في

المواقع الإلكترونية الإخبارية السعودية؟

ما مستوى تعرض أفراد العينة للمحتوى المجتمعي في الصحافة

الإلكترونية؟

ما مستوى الوعي العام بالقضايا المجتمعية لدى أفراد العينة؟

هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الأطر الإعلامية

المستخدمة في معالجة القضايا المجتمعية ومستوى الوعي العام لدى

الجمهور؟

ما الفروق في مستوى الوعي العام تبعاً للمتغيرات الديموغرافية

كالجنس والعمر والمستوى التعليمي؟

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

أ/ الدوافع الذاتية:

الاهتمام الشخصي للباحث بمجال الإعلام الرقمي وتأثيراته على القيم والسلوكيات المجتمعية.

الرغبة في توظيف المعرفة الأكاديمية المكتسبة خلال مسيرة الدراسة لمعالجة ظاهرة راهنة وحيوية.

الملاحظة الشخصية لتباين ملحوظ في طريقة تناول الصحافة الإلكترونية للقضايا المجتمعية مما أثار فضول الباحث العلمي.

ب/ الدوافع الموضوعية والعلمية:

شحّ الدراسات العربية والسعودية التي تناولت الأطر الإعلامية في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بالوعي العام بصورة ميدانية متكاملة.

حدّاث الموضوع وجدّيته في ظل التحولات الرقمية السريعة التي تشهدها المنطقة العربية.

تصاعد الاهتمام الأكاديمي الدولي بنظرية التأطير الإعلامي وتطبيقاتها في السياقات الثقافية المختلفة.

إسهام نتائج الدراسة المتوقعة في إثراء المكتبة البحثية العربية وتقديم

توصيات عملية للمؤسسات الإعلامية.

ج/ الدوافع المهنية والمجتمعية:

توظيف الصحافة الإلكترونية كأداة فاعلة في تشكيل الوعي المجتمعي

خلال مرحلة التحولات التنموية الكبرى في إطار رؤية المملكة

2030.

الإسهام في توجيه المؤسسات الإعلامية نحو استخدام أطر إعلامية

أكثر توازناً وموضوعية في معالجة القضايا المجتمعية.

الاهداف الدراسة

رصد أبرز القضايا المجتمعية التي تتناولها المواقع الإخبارية الإلكترونية

السعودية وتصنيفها.

التعرف على الأطر الإعلامية السائدة في معالجة القضايا المجتمعية في الصحافة الإلكترونية السعودية.

قياس مستوى الوعي العام بالقضايا المجتمعية لدى عينة من المجتمع السعودي.

الكشف عن طبيعة العلاقة بين أطر المعالجة الإعلامية ومستوى الوعي العام لدى الجمهور السعودي.

التعرف على أثر المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي) في العلاقة بين التعرض للصحافة الإلكترونية والوعي المجتمعي.

تقديم توصيات عملية للمؤسسات الإعلامية السعودية لتحسين أطر معالجة القضايا المجتمعية بما يُعزز الوعي الجماهيري.

الدراسات السابقة

فيما يلي عرض لعشر دراسات سابقة ذات صلة بموضوع الدراسة الحالية، مرتبةً وفق المنهج الأكاديمي المعتمد:

الدراسة الأولى: العمري (2022)

موضوع الدراسة: أطر تغطية قضايا الشباب في الصحافة الإلكترونية السعودية وعلاقتها بتشكيل الهوية.

المنهج والأدوات والعينة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بأسلوب تحليل المضمون، مع استبانة طُبِّقت على عينة قصدية من (200) شاب سعودي.

أبرز النتائج: كشفت أن إطار 'التحديث والتطوير' هو الأكثر
توظيفاً في تناول قضايا الشباب، وأن هناك علاقة طردية بين كثافة
التعرض وتبني الهوية الوطنية الحديثة.

علاقتها بدراستنا: تُمثّل هذه الدراسة إطاراً مرجعياً محورياً لتصنيف
الأطر الإعلامية المستخدمة، وتُعزز مسوغات اختيار العينة القصصية
في البيئة السعودية.

الدراسة الثانية: الزهراني (2021)

موضوع الدراسة: تأطير قضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية
السعودية في ضوء رؤية 2030.

المنهج والأدوات والعينة: منهج المسح الإعلامي وتحليل مضمون
(500) مادة صحفية من ثلاثة مواقع إخبارية، مع استبانة على
(150) امرأة سعودية.

أبرز النتائج: هيمنة إطار الإنجاز والتمكين في تغطية قضايا المرأة، مع غياب شبه تام للأطر النقدية، وارتباط التعرض لهذه المضامين بارتفاع مستوى الوعي بحقوق المرأة.

علاقتها بدراستنا: تُزودنا بآليات تحليل أطر قضايا المرأة وتُثري إطارنا النظري المتعلق بنظرية التأطير.

الدراسة الثالثة: الحربي (2020)

موضوع الدراسة: الأطر الإعلامية لقضايا التعليم في المواقع الإخبارية الخليجية وأثرها على الرأي العام.

المنهج والأدوات والعينة: منهج تحليل المضمون مع الاستبانة، عينة قصدية من (180) مبحثاً من دول الخليج.

أبرز النتائج: تغلب الإطار الإيجابي والترويجي على التغطية التعليمية، مع وجود فجوة بين الصورة المقدمة إعلامياً والواقع المدرك لدى الجمهور.

علاقتها بدراستنا: تُقدم نماذج تطبيقية لأطر التعليم يمكن استثمارها في بناء أداة التحليل، وتوثق ظاهرة الفجوة الإدراكية.

الدراسة الرابعة: مصطفى وآخرون (2021)

موضوع الدراسة: تأطير القضايا الصحية في الصحافة الإلكترونية العربية إبان جائحة كوفيد-19 وأثره على السلوك الصحي.

المنهج والأدوات والعينة: تحليل مضمون (600) تقرير صحفي ومسح ميداني على (300) مستخدم في ثلاث دول عربية.

أبرز النتائج: هيمنة إطار الأزمة والخطر في التغطية الصحية مع ارتفاع ملحوظ في مستوى القلق والوعي الوقائي لدى الجمهور.

علاقتها بدراستنا: تُقدم شواهد تجريبية على العلاقة بين الأطر الإعلامية والوعي العام، وتُعزز الإطار النظري للدراسة.

الدراسة الخامسة: السليم (2019)

موضوع الدراسة: دور الصحافة الإلكترونية السعودية في تعزيز الوعي المجتمعي بقضايا الأسرة.

المنهج والأدوات والعينة: المنهج الوصفي التحليلي، استبانة على (220) رب أسرة في منطقة الرياض.

أبرز النتائج: تأثير إيجابي واضح للتعرض للمضامين الأسرية الرقمية على مستوى الوعي بحقوق الأسرة والعلاقات الأسرية الصحية.

علاقتها بدراستنا: تُوفر مؤشرات قياس الوعي العام المجتمعي وتُمدّدنا بنتائج مقارنة مرتبطة بالبيئة السعودية مباشرةً.

الدراسة السادسة: Entman (2004)

موضوع الدراسة: التأطير الإعلامي في الحروب وتشكيل الوعي

الجامهيري - دراسة في الإعلام الأمريكي.

المنهج والأدوات والعينة: تحليل مضمون وتحليل خطاب، ومقابلات

معمّقة مع خبراء إعلاميين.

أبرز النتائج: الأطر الإعلامية تُحدد مشاعر الجمهور وتوجهاته إزاء

قضايا الأمن القومي، وهيمنة الإطار الإعلامي ترتبط بمستوى الثقة

المؤسسية.

علاقتها بدراستنا: يُعدّ Entman أحد مؤسسي نظرية التأطير،

وتضع دراسته الأسس النظرية لمفهوم 'Framing' المعتمد في

دراستنا.

الدراسة السابعة: الغامدي (2023)

موضوع الدراسة: أطر تناول قضايا الفقر والبطالة في الصحافة

الإلكترونية السعودية وأثرها في الوعي السياسي والاجتماعي.

المنهج والأدوات والعينة: المنهج الوصفي التحليلي، تحليل مضمون

(400) مادة، واستبانة على (160) مبحوثاً من الفئات العمرية

المختلفة.

أبرز النتائج: غلبة الإطار الحكومي الإيجابي على التغطية الاقتصادية،

مع وجود فجوة في الوعي بين فئات المتعلمين وغير المتعلمين.

علاقتها بدراستنا: تُقدم نماذج تطبيقية في البيئة السعودية وتُبين أثر

المتغيرات الديموغرافية في الوعي العام.

الدراسة الثامنة: قاسم (2020)

موضوع الدراسة: تأطير قضايا البيئة في الصحافة الإلكترونية العربية

وانعكاساتها على الوعي البيئي.

المنهج والأدوات والعينة: تحليل مضمون ومسح ميداني على (250) مستخدماً في أربع دول عربية.

أبرز النتائج: ضعف تغطية القضايا البيئية إعلامياً وارتباط ذلك بتدني الوعي البيئي، وتميّز إطار 'المسؤولية المجتمعية' في التأثير على سلوكيات الجمهور.

علاقتها بدراستنا: تُقدم نموذجاً منهجياً لقياس أثر الأطر الإعلامية على مستوى الوعي العام يمكن تكييفه لقياس وعينا المجتمعي.

الدراسة التاسعة: العتيبي (2022)

موضوع الدراسة: الصحافة الإلكترونية السعودية وتشكيل الهوية الوطنية: دراسة تأطيرية.

المنهج والأدوات والعينة: تحليل مضمون (300) مادة صحفية، ومقابلات مع (20) صحفياً، واستبانة على (140) قارئ.

أبرز النتائج: الصحافة الإلكترونية تعمل وفق أطر توافقية مع الخطاب الرسمي في قضايا الهوية، مما يُعزز الانتماء الوطني لدى الجمهور الشاب.

علاقتها بدراستنا: تُضيء علاقة الأطر الإعلامية بالسياق الاجتماعي والثقافي السعودي الخاص.

الدراسة العاشرة: Johnson & Sheafer (2014)

موضوع الدراسة: Framing and agenda-setting in
online media – comparative study across
.five countries

المنهج والأدوات والعينة: تحليل مضمون مقارن لمواقع إخبارية في
خمس دول، ومسح جمهور إلكتروني على (800) مشارك.

أبرز النتائج: وجود تأثير مشترك بين وضع الأجندة والتأطير الإعلامي في تشكيل الوعي العام؛ حيث يتجاوز الإطار وظيفة ترتيب الأولويات إلى التأثير على الإدراك الكيفي للقضايا. علاقتها بدراستنا: تُوسّع الأفق النظري وتمنح دراستنا بُعداً مقارناً دولياً يُعزز من صدق توجهاتها النظرية.

قائمة المراجع والمصادر

أولاً: المراجع العربية

- العمري، محمد. (2022). أطر تغطية قضايا الشباب في الصحافة الإلكترونية السعودية وعلاقتها بتشكيل الهوية. مجلة الإعلام وتكنولوجيا المعلومات، 14(2)، 45-78.
- الزهراني، سارة. (2021). تأطير قضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية السعودية في ضوء رؤية 2030. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، 33، 112-148.
- الحري، فيصل. (2020). الأطر الإعلامية لقضايا التعليم في المواقع الإخبارية الخليجية وأثرها على الرأي العام. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 7(1)، 22-59.

مصطفى، أحمد، والسيد، هبة، ونور، ريم. (2021). تأطير القضايا الصحية في الصحافة الإلكترونية العربية إبان جائحة كوفيد-19 وأثره على السلوك الصحي. مجلة بحوث الإعلام، 52، 89-130.

السليم، نورة. (2019). دور الصحافة الإلكترونية السعودية في تعزيز الوعي المجتمعي بقضايا الأسرة. المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل - العلوم الإنسانية والإدارية، 20(2)، 67-101.

الغامدي، خالد. (2023). أطر تناول قضايا الفقر والبطالة في الصحافة الإلكترونية السعودية وأثرها في الوعي السياسي والاجتماعي. مجلة الدراسات الإعلامية، 18(1)، 33-74.

قاسم، منى. (2020). تأطير قضايا البيئة في الصحافة الإلكترونية العربية وانعكاساتها على الوعي البيئي. مجلة الرأي العام، 19(3)، 55-92.

العتيبي، سلطان. (2022). الصحافة الإلكترونية السعودية
وتشكيل الهوية الوطنية: دراسة تأطيرية. مجلة الخليج للعلوم
الاجتماعية، 11(2)، 14-48.

حمدان، لينا. (2019). التأطير الإعلامي وأثره في تشكيل الوعي
ال جماهيري بالقضايا الاجتماعية: مراجعة نظرية. مجلة الاتصال
والتنمية، 6(1)، 9-41.

العنزي، ناصر. (2021). الصحافة الرقمية والمجال العام: دراسة في
أطر تناول القضايا المجتمعية السعودية. المجلة العربية للدراسات
الإعلامية، 4(7)، 101-135.

ربيع، محمد سيد. (2018). نظريات الإعلام والاتصال (ط. 3).
القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

عبد الحميد، محمد. (2020). البحث العلمي في الدراسات
الإعلامية (ط. 5). القاهرة: عالم الكتب.

الدليمي، عبد الرزاق. (2017). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل
والتطبيقات. عمّان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Entman, R. M. (2004). Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy. Chicago: University of Chicago Press
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58
- Johnson, T., & Sheaffer, T. (2014). Framing and agenda-setting in online media: A comparative study across five countries. *Journal of Communication*, 64(3), 410-433
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press

Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). A Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments. *Journal of Communication*, 57(1), 99-118

Tankard, J. W. (2001). The Empirical Approach to the Study of Media Framing. In S. Reese, O. Gandy, & A. Grant (Eds.), *Framing Public Life* (pp. 95-106). New Jersey: Lawrence Erlbaum