



أطر معالجة القضايا المجتمعية في الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الوعي العام دراسة
ميدانية على عينة من المجتمع السعودي

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي



إشراف: د. توفيق عمري

اعداد الطالبة:
نجد صالح العبادي

الرقم الجامعي:
233001160

لعام 2026

شكر وتقدير

الحمد لله أولاً وآخرًا، الذي بنعمته تتم الصالحات، وله الفضل والتوفيق في إتمام هذا البحث.

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى جامعة ميدأوشن، كلية الإعلام والتسويق، قسم بكالوريوس الإعلام الرقمي، على ما قدمته من علم ومعرفة ودعم خلال مسيرتي الدراسية.

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الدكتور/ توفيق عمري، مشرف هذا البحث، على ما قدمه من توجيه وإرشاد وملاحظات علمية أسهمت في إنجاز هذا البحث وإخراجه بالصورة المناسبة.

كما أتوجه بالشكر لكل من ساهم في إنجاز هذا البحث، وقدم لي الدعم والمساعدة، وأسأل الله أن يجزي الجميع خير الجزاء.

اهداء

إلى من كان دعاؤهم سندًا، ودعمهم طريقًا للنجاح...

إلى والدي، عرفانًا بفضلهما، وامتنانًا لما قدماه لي من حب ودعم وتشجيع.

إلى أسرتي وأحبتي، الذين كانوا دائمًا مصدرًا للقوة والتحفيز.

إلى كل من شجعني وساندني خلال مسيرتي التعليمية، أهدي هذا العمل المتواضع، راجيةً من الله أن ينفع به.

إلى كل من علّمني حرفًا، أو قدم لي نصيحة، أو كان سببًا في وصولي إلى هذه المرحلة... لكم مني كل الشكر والتقدير

فهرس المحتويات

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	مقدمة	3
2	أولاً: إشكالية الدراسة	5
3	ثانياً: تساؤلات الدراسة	6
4	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع	7
5	رابعاً: أهداف الدراسة	8
6	خامساً: الدراسات السابقة (10 دراسات)	9
7	سادساً: الإطار النظري والإجراءات المنهجية للدراسة	14
8	عرض نتائج الدراسة وتحليله	18
9	تحليل نتائج محاور الاستبانة	22
8	قائمة المراجع والمصادر	26
10	المراجع الاجنبية	27

مقدمة

تشهد المشهد الإعلامي المعاصر تحولات جذرية متسارعة، دفعت الصحافة الإلكترونية إلى احتلال موقع الصدارة بين مصادر المعلومات والمعرفة التي يلجأ إليها الجمهور في فهم قضايا مجتمعه والتفاعل معها. ولم تعد هذه الصحافة مجرد وسيلة لنقل الأخبار، بل باتت فضاءً دلاليًا تُصاغ فيه المعاني وتُبنى من خلاله التصورات والمواقف إزاء الظواهر الاجتماعية المختلفة.

وفي هذا السياق، تبرز نظرية التأطير الإعلامي بوصفها أداة تحليلية بالغة الأهمية لفهم آليات اشتغال الخطاب الصحفي الرقمي، إذ تكشف كيف تُوجّه الأطر المعتمدة في معالجة المضامين الإعلامية إدراك الجمهور وتفسيره للواقع، وتُحدد في نهاية المطاف مستوى وعيه بما يدور حوله من قضايا.

ويكتسب هذا الموضوع أهمية بالغة في السياق السعودي تحديداً، حيث يعيش المجتمع مرحلة تحوّل تنموي شامل في إطار رؤية 2030، تتصدّر فيها الصحافة الإلكترونية المشهد الإعلامي وتضطلع بدور محوري في نشر الوعي المجتمعي وترسيخ القيم والتوجهات الجديدة.

وتتطلب هذه الدراسة من الإيمان بأن فهم طبيعة الأطر الإعلامية التي تعتمد عليها الصحافة الإلكترونية السعودية في معالجة القضايا المجتمعية، وقياس انعكاساتها على مستوى الوعي

العام، يُمثّل ضرورة علمية وعملية لا غنى عنها لكل من يسعى إلى الإسهام في رقيّ المنظومة الإعلامية الوطنية وترشيد خطابها.

وعليه، جاءت هذه الخطة البحثية في محاور متكاملة، تبدأ بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، مروراً بأسباب اختيار الموضوع وأهدافه، ثم الدراسات السابقة، وصولاً إلى المقاربة النظرية والإجراءات المنهجية، بما يُرسي أسساً متينة لبحث علمي رصين يُسهم في إثراء المعرفة الأكاديمية في مجال الإعلام الرقمي.

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:

1- ما أبرز القضايا المجتمعية التي تناولها الصحافة الإلكترونية السعودية وكيف تُعالجها؟

2- ما الأطر الإعلامية الأكثر توظيفاً في تناول القضايا المجتمعية في المواقع الإلكترونية الإخبارية السعودية؟

3- ما مستوى تعرض أفراد العينة للمحتوى المجتمعي في الصحافة الإلكترونية؟

4- ما مستوى الوعي العام بالقضايا المجتمعية لدى أفراد العينة؟

5- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة القضايا المجتمعية ومستوى الوعي العام لدى الجمهور؟

6- 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.

حدثة 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.

اهداف 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 طُبِّقَت 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: تُمَثِّل هذه الدراسة إطاراً مرجعياً محورياً لتصنيف الأطر الإعلامية المستخدمة، وتُعزز مسوغات اختيار العينة القصدية 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: تزودنا 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) مبحوثاً من دول الخليج. أبرز النتائج: تغلب الإطار الإيجابي والترويجي على التغطية التعليمية، مع وجود فجوة بين الصورة المقدمة إعلامياً والواقع المُدرك 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 وتُمدنا بنتائج مقارنة مرتبطة بالبيئة السعودية مباشرة.

الدراسة السادسة: Entman (2004)

موضوع الدراسة: التأطير الإعلامي في الحروب وتشكيل الوعي الجماهيري - 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 وتُبيّن 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، وتمييز

إطار 'المسؤولية المجتمعية' في التأثير على سلوكيات الجمهور.

علاقتها بدراستنا: نُقدم 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 & Sheaffer (2014)

موضوع الدراسة: Framing and agenda-setting in online media –

.comparative study across five countries

المنهج والأدوات والعينة: تحليل مضمون مقارنة 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.

سادساً: الإطار النظري والإجراءات المنهجية للدراسة

(1) نظرية الدراسة (منظور الدراسة)

تنطلق هذه الدراسة من نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory) بوصفها الإطار النظري الحاكم الذي تُفسّر في ضوءه إشكالياتها وتُصاغ على أساسه تساؤلاتها. وتُعدّ هذه النظرية من أبرز نظريات التأثير الإعلامي المعاصرة، إذ تتشغل بالكشف عن الكيفية التي تنتقي بها وسائل الإعلام جوانب محددة من الواقع وتمنحها حضوراً بارزاً في النص الإعلامي، بما يوجّه إدراك الجمهور وتفسيره للقضايا المطروحة.

وتعود الجذور المعرفية لمفهوم التأطير إلى عالم الاجتماع إرفينغ غوفمان (Goffman, 1974) الذي وظّف مفهوم الإطار لتفسير الكيفية التي ينظّم بها الأفراد خبراتهم ويبنون من خلالها معنى الأحداث، قبل أن ينتقل المفهوم إلى حقل الدراسات الإعلامية على يد عدد من الباحثين، وفي مقدمتهم روبرت إنتمان (Entman, 1993) الذي قدّم تعريفاً إجرائياً للتأطير مفاده انتقاء بعض جوانب الواقع وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي على نحو يعزّز تعريفاً محدداً للمشكلة وتفسيراً لأسبابها وتقويماً أخلاقياً لها واقتراحاً لسبل معالجتها.

وقد أسهم باحثون آخرون في تطوير النظرية وتعميق أبعادها، من أمثال آينغار (lyengar, 1991) الذي ميّز بين الأطر العَرَضِيَّة والأطر الموضوعية، وشُفله وتيوكسبري (Scheufele & 2007) (Tewksbury, 2007) اللذين أوضحا العلاقة المتكاملة بين التأطير ووضع الأجندة والتمهيد بوصفها نماذج مفسّرة لتأثير وسائل الإعلام في الجمهور.

وتتبع ملائمة هذه النظرية للدراسة الحالية من كونها تتيح أداة تحليلية دقيقة لرصد الأطر التي توظّفها الصحافة الإلكترونية السعودية في معالجة القضايا المجتمعية من جهة، وقياس انعكاس هذه الأطر على مستوى الوعي العام لدى الجمهور المتلقي من جهة أخرى، بما يتسق مع إشكالية الدراسة وأهدافها الساعية إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين المعالجة الإعلامية ومستوى الوعي المجتمعي.

(2) منهج ونوع الدراسة

تتنتمي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية التحليلية، التي تستهدف وصف الظاهرة موضوع البحث وصفاً دقيقاً وتحليل مكوناتها والعلاقات القائمة بينها، بما يتجاوز مجرد الرصد إلى تفسير الدلالات واستخلاص النتائج.

وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي Survey Method (نجد صالح العبادي، 2026) بوصفه أنسب المناهج لطبيعتها وأهدافها، وذلك في شقين متكاملين:

الأول: مسح المضمون الإعلامي عبر أسلوب تحليل المضمون (Content Analysis) بهدف رصد الأطر الإعلامية الموظّفة في معالجة القضايا المجتمعية داخل المواقع الإخبارية الإلكترونية السعودية وتصنيفها كمياً وكيفياً.

الثاني: مسح الجمهور عبر أسلوب الاستبيان، بهدف قياس مستوى تعرّض أفراد العينة للمضامين المجتمعية في الصحافة الإلكترونية ومستوى وعيهم بها، والكشف عن العلاقة بين المتغيرين في ضوء المتغيرات الديموغرافية.

ويُتيح الجمع بين هذين المستويين تحقيق التكامل المنهجي بين تحليل الرسالة الإعلامية وقياس أثرها لدى المتلقي، بما يخدم الإجابة عن تساؤلات الدراسة على نحو متكامل.

(3) عينة الدراسة

تتوزع عينة الدراسة على مجتمعين متكاملين يتناسبان مع شقّي المنهج المعتمد، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: عينة تحليل المضمون: وتتمثل في مجموعة من المواقع الإخبارية الإلكترونية السعودية الأوسع انتشاراً والأكثر متابعة، يتم اختيارها بطريقة قصدية في ضوء معايير محددة كالانتشار والمصادقية وانتظام النشر، على أن تُحلّل المواد الصحفية المتعلقة بالقضايا المجتمعية والمنشورة خلال إطار زمني محدد يخدم أهداف الدراسة.

ثانياً: عينة الجمهور: وتتكوّن من عينة من أفراد المجتمع السعودي يتم اختيارها بالطريقة القصدية المتاحة، بحيث تتنوع تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي)، وذلك لضمان تمثيل مختلف الفئات وقياس الفروق بينها في مستوى الوعي العام بالقضايا المجتمعية. وقد رُوعي في اختيار العينتين تحقيق قدر مناسب من التنوع والتمثيل بما يعزّز إمكانية تعميم النتائج في حدود مجتمع الدراسة.

(4) أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة في جمع بياناتها على أداتين رئيسيتين تتفقان مع منهجها وأهدافها، هما:

الأداة الأولى: استمارة تحليل المضمون: وهي أداة مصمّمة لرصد الأطر الإعلامية الموظّفة في معالجة القضايا المجتمعية، وتشتمل على فئات تحليلية متعددة تتناول فئات "ماذا قيل" (موضوع القضية، ونوع الإطار، واتجاه المعالجة) وفئات "كيف قيل" (القوالب الصحفية، والوسائط المصاحبة، ومصادر المعلومات)، بما يتيح تصنيف الأطر تصنيفاً منهجياً دقيقاً.

الأداة الثانية: صحيفة الاستبيان: وهي أداة موجّهة إلى عينة الجمهور، تتضمن مجموعة من المحاور تقيس مستوى التعرض للمحتوى المجتمعي في الصحافة الإلكترونية، ومستوى الوعي العام بالقضايا

المجتمعية، إضافةً إلى البيانات الديموغرافية لأفراد العينة. وقد رُوعي في تصميمها وضوح العبارات وتدرّجها وفق مقياس مناسب لقياس الاتجاهات ومستويات الوعي.

وسيم التحقق من صدق الأداتين وثباتهما بالطرق العلمية المعتمدة قبل التطبيق الميداني، تمهيداً لجمع البيانات ومعالجتها إحصائياً واستخلاص النتائج التي تجيب عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها.

عرض نتائج الدراسة وتحليلها

تمهيد

يتناول هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها، وذلك من خلال تحليل بيانات الاستبانة التي وُزعت على عينة الدراسة، والتي بلغ عددها (31) مشاركًا. وقد استخدمت الباحثة التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص العينة وتحليل استجاباتها.

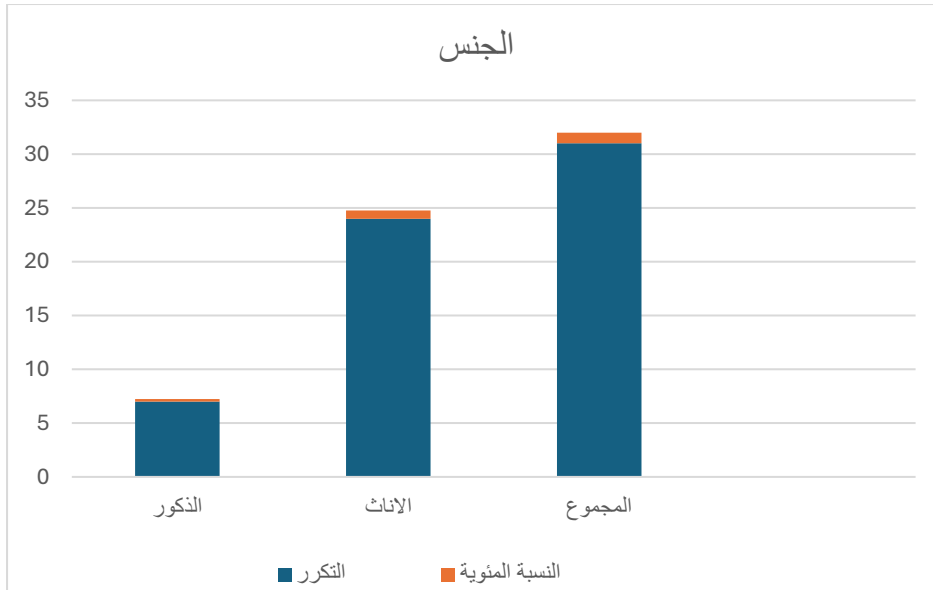
أولاً: البيانات الديموغرافية

جدول (1-4): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	7	%22.6
انثى	24	%77.4
المجموع	31	%100

تفسير الجدول:

يبين الجدول (1-4) أن غالبية أفراد العينة من الإناث بنسبة %77.4، بينما بلغت نسبة الذكور %22.6، ويشير ذلك إلى ارتفاع مشاركة الإناث في الاستبانة.

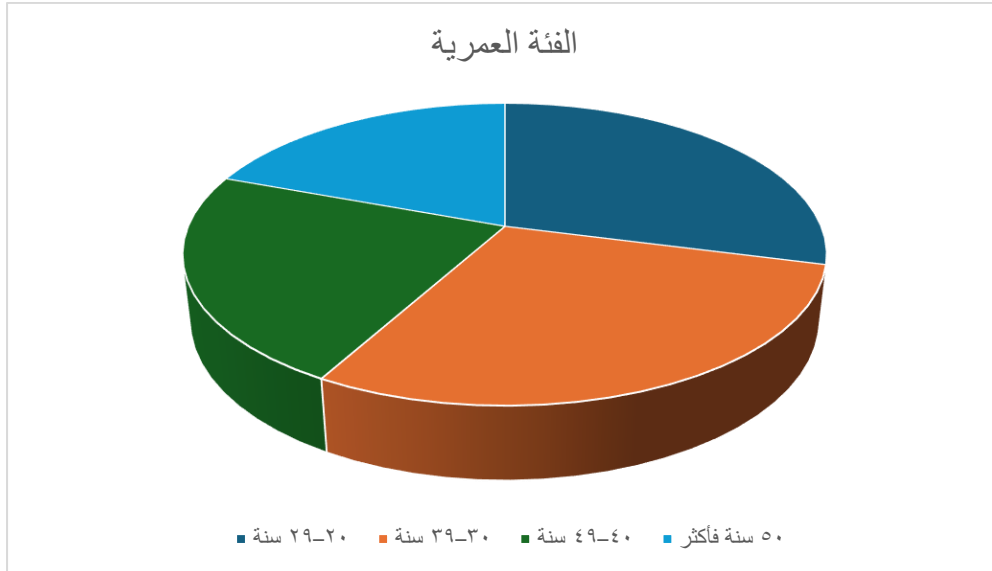


جدول (4-2): توزيع أفراد العينة حسب العمر

الفئة العمرية	التكرار	النسبة
29-20 سنة	9	29%
39-30 سنة	9	29%
49-40 سنة	7	22.6%
50 سنة فأكثر	6	19.4%
المجموع	31	100%

تفسير الجدول:

تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة من المشاركين كانت ضمن الفئتين العمريتين (29-20 سنة) و(39-30 سنة)، مما يدل على أن معظم أفراد العينة من فئة الشباب ومتوسطي العمر.

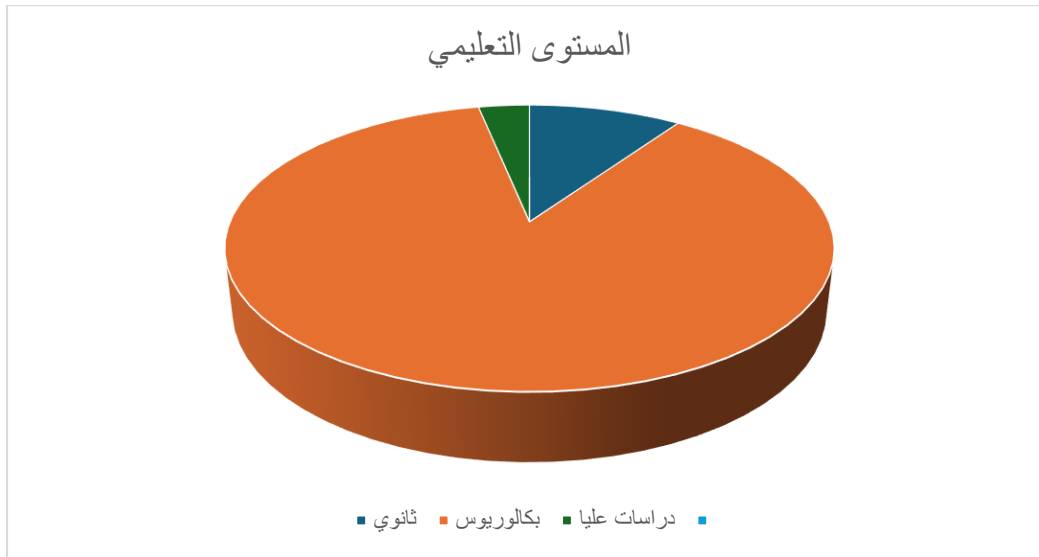


جدول (4-3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ثانوي	3	9.7%
بكالوريوس	27	87.1%
دراسات عليا	1	3.2%
المجموع	31	100%

تفسير الجدول:

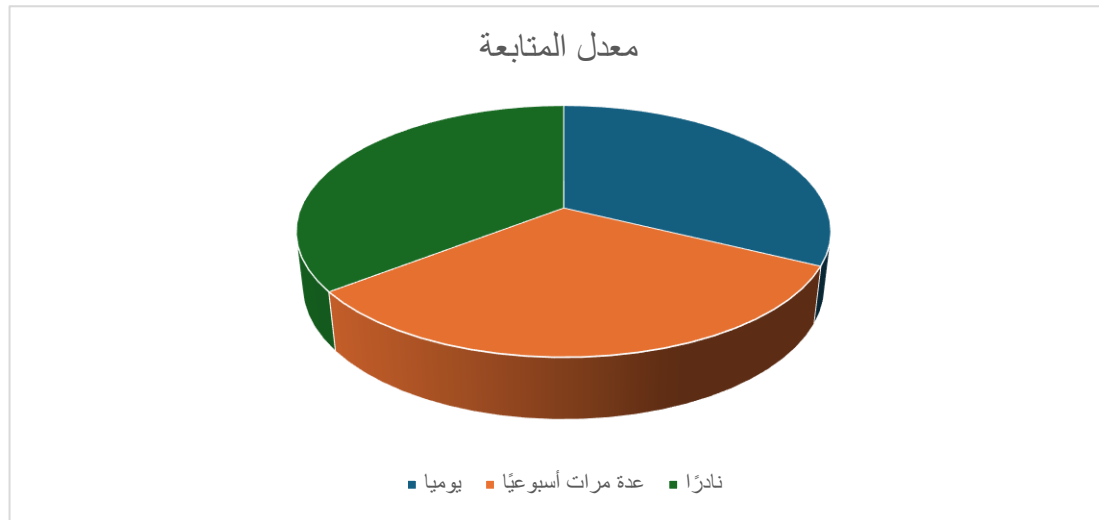
يتضح أن غالبية أفراد العينة يحملون درجة البكالوريوس بنسبة 87.1%، وهو ما يعكس ارتفاع المستوى التعليمي للمشاركين.



جدول (4-4): معدل متابعة الصحافة الإلكترونية

معدل المتابعة	التكرار	النسبة
يومية	10	32.3%
عدة مرات اسبوعيا	10	32.3%
نادرًا	11	35.5%
المجموع	31	%100

توضح النتائج تقارب نسب متابعة الصحافة الإلكترونية بين المشاركين، مع ارتفاع بسيط لفئة المتابعة النادرة.



ثانيًا: تحليل نتائج محاور الاستبانة

جدول (4-5): أبرز نتائج الاستبانة

عدد الموافقين	العبرة
18	الصحافة الإلكترونية تسهم في نشر الوعي العام
18	تساعد في رفع الوعي بالقضايا المجتمعية
12	تعرض القضايا المجتمعية بموضوعية
10	عناوين الأخبار تؤثر في اهتمامي بالقضايا
9	تهتم بالقضايا المجتمعية
9	تقدم حلولاً للقضايا المجتمعية
8	التغطية الإعلامية تؤثر في اتجاهات المجتمع
8	طريقة عرض الأخبار تؤثر في تكوين الرأي
5	أثق بالمعلومات المنشورة بشكل كبير

تفسير الجدول:

تشير النتائج إلى اتفاق غالبية المشاركين على أن الصحافة الإلكترونية تؤدي دورًا مهمًا في نشر الوعي العام وزيادة الاهتمام بالقضايا المجتمعية، كما تؤثر في تشكيل الرأي العام. وفي المقابل، جاءت الثقة الكاملة بالمعلومات المنشورة بدرجة أقل، وهو ما يعكس وجود حرص لدى المشاركين على التحقق من المعلومات.

مناقشة النتائج

توضح النتائج أن الصحافة الإلكترونية أصبحت من أهم مصادر المعلومات لدى أفراد المجتمع، حيث يرى المشاركون أنها تؤدي دورًا بارزًا في نشر الوعي وتعزيز الاهتمام بالقضايا المجتمعية. كما تبين أن طريقة عرض الأخبار وعناوينها تؤثر في تكوين الرأي العام.

وتشير النتائج أيضًا إلى أن انخفاض مستوى الثقة الكاملة في المعلومات المنشورة يؤكد أهمية الالتزام بالمهنية، والتحقق من صحة الأخبار، والاعتماد على المصادر الموثوقة لتعزيز ثقة الجمهور.

خلاصة الفصل

أظهرت نتائج الدراسة أن:

غالبية أفراد العينة من الإناث وحملة البكالوريوس..

توجد نظرة إيجابية نحو دور الصحافة الإلكترونية في نشر الوعي بالقضايا المجتمعية..

للصحافة الإلكترونية تأثير واضح في تشكيل اتجاهات وآراء الجمهور..

ما تزال الثقة بالمحتوى الإلكتروني بحاجة إلى تعزيز من خلال الالتزام بالمصداقية والشفافية..

توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة، وما توصلت إليه من مؤشرات حول دور الصحافة الإلكترونية في نشر الوعي العام بالقضايا المجتمعية وتأثير طريقة عرض الأخبار وعناوينها في اتجاهات الجمهور، توصي الدراسة بما يلي:

1. تعزيز الالتزام بالموضوعية والمهنية الصحفية عند معالجة القضايا المجتمعية، والحرص على عرض المعلومات بصورة متوازنة بعيدًا عن التحيز أو المبالغة.
2. رفع مستوى المصداقية والثقة في المحتوى الصحفي الإلكتروني من خلال الاعتماد على مصادر موثوقة، والتحقق من صحة المعلومات قبل نشرها، والإشارة بوضوح إلى مصادر الأخبار والمعلومات.
3. تنويع الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة القضايا المجتمعية، بحيث لا تقتصر التغطية على عرض المشكلة، وإنما تتضمن أسبابها وآثارها والحلول الممكنة لها، بما يساعد الجمهور على تكوين فهم أكثر شمولاً للقضايا.
4. الاهتمام بطريقة صياغة العناوين والمضامين الصحفية؛ نظرًا لما أظهرته نتائج الدراسة من تأثير العناوين وطريقة عرض الأخبار في اهتمام الجمهور بالقضايا وفي تكوين آرائه واتجاهاته.

5. تفعيل دور الصحافة الإلكترونية في التوعية بالقضايا المجتمعية من خلال تقديم محتوى توعوي مبسط ومدعوم بالمعلومات والبيانات، بما يساهم في رفع مستوى الوعي العام لدى أفراد المجتمع.
6. تطوير المحتوى البصري والرقمي المصاحب للأخبار، مثل الإنفوغرافيك والرسوم البيانية والفيديوهات التوضيحية، بما يساعد على تبسيط القضايا المجتمعية المعقدة وزيادة قدرة الجمهور على فهمها.
7. تشجيع المؤسسات الصحفية الإلكترونية على تقديم صحافة الحلول، بحيث تتجاوز التغطية مجرد وصف المشكلات إلى مناقشة الحلول والمبادرات والتجارب الناجحة المرتبطة بالقضايا المجتمعية. وتدعم الأدبيات الحديثة أهمية دراسة آثار صحافة الحلول والصحافة البناءة على الجمهور بصورة أكثر اتساقاً. (Sage Journals)
8. تعزيز الثقافة الإعلامية والوعي النقدي لدى الجمهور، بما يساعد المتلقي على التمييز بين المعلومات الموثوقة والمعلومات المضللة، وعدم الاعتماد على عنوان الخبر أو طريقة عرضه وحدها في تكوين الحكم على القضية.
9. إجراء دراسات مستقبلية على عينات أكبر وأكثر تنوعاً من أفراد المجتمع السعودي؛ إذ إن عينة الدراسة الحالية بلغت 31 مشاركاً، وكانت غالبية المشاركين من الإناث وحملت درجة البكالوريوس.
10. إجراء دراسات مقارنة بين الصحافة الإلكترونية السعودية ومنصات التواصل الاجتماعي؛ للكشف عن الاختلاف في الأطر الإعلامية المستخدمة ومدى تأثيرها في مستوى الوعي العام.
11. إجراء دراسات مستقبلية تجمع بين تحليل المضمون وقياس استجابات الجمهور بصورة أوسع، بما يسمح بفهم العلاقة بين طبيعة المعالجة الإعلامية ومستوى الوعي بصورة أكثر دقة، وهو اتجاه يتفق مع تصميم الدراسة الحالية الذي يجمع بين تحليل المضمون والاستبانة.
12. الاهتمام بدراسة تأثير الأطر الإعلامية في تشكيل إدراك الجمهور للقضايا المجتمعية، باعتبار أن نظرية التأطير توفر أساساً مناسباً لتحليل كيفية إبراز جوانب معينة من القضية وتفسيرها للجمهور. وتؤكد الأدبيات العلمية أن تحليل التأطير يمكن تشغيله بصورة منهجية لدراسة البنية الخبرية والموضوعية واللغوية للنصوص الإعلامية. (Francis Online & Taylor)
13. تطوير معايير مهنية لتقييم جودة معالجة القضايا المجتمعية في الصحافة الرقمية، تشمل وضوح المعلومات، تعدد المصادر، عرض وجهات النظر، دقة البيانات، ووضوح السياق؛ خصوصاً مع تعدد البيئة الإعلامية الرقمية وتعدد الجهات المشاركة في إنتاج المحتوى. (Sage Journals)

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.
- الحربي، 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 الجماهيري 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. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

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 Framing 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

الملحقات

الاستبيان

القسم الأول: البيانات الديموغرافية

الجنس:

□ ذكر

□ أنثى

العمر:

□ أقل من 20 سنة

□ 20–29 سنة

☐ 39-30 سنة

☐ 49-40 سنة

☐ 50 سنة فأكثر

المستوى التعليمي:

☐ ثانوي

☐ دبلوم

☐ بكالوريوس

☐ دراسات عليا

عدد مرات متابعة الصحافة الإلكترونية:

☐ يوميًا

☐ عدة مرات أسبوعيًا

☐ نادرًا

القسم الثاني

ضع علامة (✓) أمام الإجابة المناسبة:

أتابع الصحافة الإلكترونية بانتظام ()

تهتم الصحافة الإلكترونية بالقضايا المجتمعية ()

تعرض الصحافة الإلكترونية القضايا المجتمعية بموضوعية () .

تؤثر طريقة عرض الأخبار في تكوين آرائي () .

تساعد الصحافة الإلكترونية في رفع الوعي بالقضايا المجتمعية ().

أثقت بالمعلومات المنشورة في الصحافة الإلكترونية ().

تؤثر عناوين الأخبار في اهتمامي بالقضية ().

تقدم الصحافة الإلكترونية حلولاً للقضايا المجتمعية ().

تؤثر التغطية الإعلامية في اتجاهات المجتمع ().

أرى أن الصحافة الإلكترونية تساهم في نشر الوعي العام ().

استبيان :

<https://docs.google.com/forms/d/14UkrKYNDjIBM30ccPFZ6RaQEB1ilb2piQUdmpVd-1YA/viewform>