



**خطاب مواد الرأي في الصحافة السعودية نحو القضايا الاجتماعية
(دراسة تحليلية على عينة من الصحف الورقية والإلكترونية)**

إعداد

مريم بنت صالح علي البلوي

قسم الصحافة والنشر الإلكتروني، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود
الإسلامية، السعودية

DOI:

<https://dx.doi.org/10.21608/IJMCR.2022.248203>

المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات

دورية علمية محكمة فصلية

المجلد (٢) . العدد (٤) . يونيو ٢٠٢٢ □

P-ISSN: 2812-4812

E-ISSN: 2812-4820

<https://ijmcr.journals.ekb.eg/>

الناشر

جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون

المشرفة برقم ٢٧١١ لسنة ٢٠٢٠، بجمهورية مصر العربية

خطاب مواد الرأي في الصحافة السعودية نحو القضايا الاجتماعية

(دراسة تحليلية على عينة من الصحف الورقية والإلكترونية)

إعداد

مريم بنت صالح علي البلوي

قسم الصحافة والنشر الإلكتروني، كلية الإعلام

والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود

الإسلامية، السعودية

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على خطاب مواد الرأي في الصحافة السعودية الورقية والإلكترونية نحو القضايا الاجتماعية الواردة في خطاب مواد الرأي والتي تم تحديدها في (قضايا المرأة، قضايا الإسكان، قضايا البطالة، قضايا الفساد) والكشف عن أهم استراتيجيات الخطاب المتبعة، ورصد القوى الفاعلة، ومسارات البرهنة، والأطر المرجعية التي يستند لها خطاب الرأي في إطار السياقات المؤسسة لإنتاجه.

المستخلص

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التفسيرية، فاعتمدت على المنهج النوعي كأساس للبحث، والمنهج الكمي كوسيلة مساعدة لحصر كم التكرارات والدلالات للبيانات البحثية من خلال تحليل المحتوى الذي يركّز على الوصف الظاهر والكمي لمحتوى مواد الرأي. وقد شملت هذه الدراسة مواد الرأي (المقال الصحفي، الكاريكاتير وتعليقات القراء) التي تناولت القضايا الاجتماعية، موضوع الدراسة من خلال استخدام (أسلوب الحصر الشامل) في صحف الدراسة المتمثلة في: الصحف الورقية

خطاب مواد الرأي في الصحافة السعودية نحو القضايا الاجتماعية (دراسة تحليلية على عينة من الصحف الورقية والإلكترونية)

عكاظ، الوطن، مكة) وصحف الدراسة الإلكترونية المتمثلة في: (سبق، صدى، المواطن).
خلال الفترة الممتدة من ١٨ يناير ٢٠١٨م إلى ٣١ ديسمبر ٢٠١٩م.

والكتاب الرئيسي: الصحف الرياضية، التثقيف الرياضي، الجمهور السعودي.

المقدمة

اشتملت الدراسة على المقدمة المنهجية، وباين، الباب الأول: الإطار النظري للدراسة وفيه ثلاثة فصول، هي:

الفصل الأول: النظريات المفسرة لخطاب مواد الرأي في الصحافة السعودية وحوى ثلاثة مباحث تناولت (نظرية السياق، نظرية تحليل الأطر الإعلامية، نظرية المجال العام)، الفصل الثاني: تحليل الخطاب الإعلامي وحوى ثلاثة مباحث هي (مفهوم الخطاب وأنواعه، استراتيجيات الخطاب، الاتجاهات الحديثة في تحليل الخطاب الإعلامي)، الفصل الثالث: صحافة الرأي و القضايا الاجتماعية واشتمل على (فنون الرأي في الكتابة الصحفية، صحافة الرأي في الصحف السعودية، القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي).

وتناول الباب الثاني الدراسة التحليلية من خلال ثلاثة فصول، تمثل الفصل الأول في الإجراءات المنهجية للدراسة، وتناول الفصل الثاني: نتائج الدراسة وحوى ثلاثة مباحث اشتملت على (نتائج تحليل خطاب مواد الرأي نحو القضايا الاجتماعية في الصحف الورقية، نتائج تحليل خطاب مواد الرأي نحو القضايا الاجتماعية في الصحف الإلكترونية، نتائج المقارنة بين خطاب مواد الرأي بالصحف الورقية والإلكترونية نحو القضايا الاجتماعية). الفصل الثالث: مناقشة النتائج والتوصيات، وحوى مبحثين اشتملت على (مناقشة نتائج الدراسة، توصيات ومقترحات الدراسة/ مراجع الدراسة / ملاحق الدراسة).

نتائج الدراسة

تمثلت أبرز نتائج الدراسة في:

- ١- تصدر مواد الرأي في الصحف الورقية على مستوى (مقالات الرأي) في تطرقها للقضايا الاجتماعية موضوع الدراسة (قضايا المرأة، قضايا الإسكان، قضايا البطالة، قضايا الفساد) بـ (٥١٠) مقال تصدرتها صحيفة عكاظ بـ (٣٠٧) مقال، مقابل (١٠٤) مقال في الصحف الإلكترونية تصدرتها صحيفة سبق بـ (٥٤) مقالاً.
- ٢- سيادة الخطاب التوجيهي لمواد الرأي في كل من الصحف الورقية والإلكترونية، حيث شكلت نسبة الاستراتيجية التوجيهية (٣٦٪) في الصحف الورقية، بينما تمثلت في (٤٤٪) بالصحف الإلكترونية.
- ٣- حققت قضايا المرأة المرتبة الأولى في الطرح والتناول في كل من الصحف الورقية والصحف الإلكترونية، حيث شكلت في الصحف الورقية ما نسبته (٥٦٪)، بينما جاءت في الصحف الإلكترونية بنسبة (٤٤٪) مقارنة بقضايا الدراسة الاجتماعية الأخرى. وجاءت قضية الإسكان في المرتبة الأخيرة بنسبة (١٠٪) في الصحف الورقية، وبـ (١٣٪) في الصحف الإلكترونية.
- ٤- حققت المرجعية السياسية المرتبة الأولى بنسبة (٢٦٪) في الصحف الورقية، بينما جاءت المرجعية الاجتماعية بالمرتبة الأولى في الصحف الإلكترونية بنسبة (٤٦٪). وحلت المرجعية الإنسانية في المرتبة الأخيرة في كلا النوعين.
- ٥- غلبت الأدوار الإيجابية في مقالات كتاب الرأي في الصحف الورقية والإلكترونية على دور الجهات الحكومية والتأكيد على جهودها وتنوع دعمها تجاه كافة القضايا الاجتماعية (قضايا المرأة والإسكان، البطالة، والفساد)، وانصبت الأدوار السلبية على المسؤول، وتناولت دور المجتمع والمواطن.

خطاب مواد الرأي في الصحافة السعودية نحو القضايا الاجتماعية (دراسة تحليلية على عينة من الصحف الورقية والإلكترونية)

٦- أبرزت نتائج الدراسة أهمية وتأثير السياق الخارجي (سياق الموقف) على مضامين مواد الرأي والذي تمثل في:

■ أ. زيادة نسبة بروز قضايا معينة في أوقات معينة ارتبطت بالقرار السياسي مثل (قضايا الفساد وقضايا المرأة).

■ ب. تضامن كتاب الرأي مع توجهات الدولة، فبرزت الرسائل التوجيهية في نص خطاب الرأي على مستوى الفرد والمسؤول والمجتمع.

٧- انخفاض مستوى التأييد والتضامن في تعليقات القراء بصحف الدراسة الإلكترونية مع مضامين مقالات الرأي نحو قضايا (المرأة، الاسكان، البطالة) بينما جاءت متضامنة ومؤيدة لمضامين مقالات الرأي فيما يختص بجهود الدولة في مكافحة الفساد.

٨- حققت صحيفة (سبق) المرتبة الأولى من حيث الأكثر تعليماً على قضايا الدراسة حيث بلغت التعليقات (١٨٥) تعليماً، يلها صحيفة (صدى) بـ (٧٠) تعليماً، وأخيراً صحيفة (المواطن) بـ (١٤) تعليماً.

٩- ضعف اهتمام الصحف الإلكترونية في فن الكاريكاتير كأحد مواد الرأي المعبرة عن قضايا المجتمع، من خلال الغياب التام للكاريكاتير في كل من صحيفة (صدى) والمواطن الإلكترونية)، وغياب الكاريكاتير الاجتماعي في صحيفة (سبق الإلكترونية) تجاه قضايا الدراسة، لصالح الكاريكاتير السياسي.

توصيات الدراسة

وخلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات، جاءت على النحو التالي:

١- ضرورة منح القضايا الاجتماعية مزيداً من الاهتمام في الصحف الإلكترونية، في ظل أهمية وتأثير وسائل الإعلام الجديد في المجتمع السعودي، وفي ظل المرحلة الانتقالية التي يعيشها المجتمع.

- ٢- إجراء الدراسات والبحوث حول أسباب ونتائج ضعف صحافة الرأي في الصحف الإلكترونية، التي تشهد غياباً واضحاً في مجال صحافة الرأي وتحديداً في مجال الكاريكاتير الاجتماعي.
- ٣- تقترح الباحثة تكثيف الجهود لنشر ثقافة البحوث المشتركة في دراسات تحليل استراتيجيات الخطاب، تأكيداً على أهمية اختيار الاستراتيجيات الخطابية المناسبة، وتفعيلاً لدورها من خلال توظيفها لصنع خطاب إعلامي قادر على التأثير والتوجيه حيال قضايا المجتمع مما يسهم في معالجتها برؤية منهجية واضحة وثمرية.
- ٤- العمل على زيادة مساحة حضور فن الكاريكاتير في كل من الصحافة التقليدية والصحافة الإلكترونية، لما له من دور بارز ومؤثر كبقية مواد الرأي الأخرى، من خلال تدعيم مقومات فن الكاريكاتير بشكل عام والكاريكاتير الاجتماعي على وجه الخصوص، بتأهيل وتدريب رسامي الكاريكاتير، ودعم الفنانين العاملين في هذا المجال بتوفير الإمكانيات المالية والفنية للارتقاء بهم.
- ٥- ضرورة اعتماد السيميائية كاستراتيجية بحثية في مجال الكاريكاتير، عن طريق إجراء الدراسات المختصة والمعمقة، كونها مجالاً خصباً لتنمية التفكير الإبداعي واستجلاء الدلالات والأبعاد المؤثرة في المجال.
- ٦- إجراء الدراسات والأبحاث التقييمية المستمرة والمتعمقة، لتقييم محتوى الساحات الإلكترونية المختصة بتعليقات القراء في الصحف الإلكترونية، والتي أصبحت اليوم مجالاً خصباً وحديثاً للدراسات والأبحاث خاصة في الدراسات الغربية، واستخلاص الدلالات ومعرفة الأبعاد المؤثرة في المجتمع، واستجلاء أسباب العزوف عن التعليق في صحافة الرأي بالصحف الإلكترونية، وأساليب التطوير، من خلال التركيز على دراسات التلقي الجديدة في البيئة الرقمية، بما يضمن الاستفادة المثلى لمستخدمي الإنترنت، والتركيز على المداخل الإدراكية التي ترتبط بالفروق الفردية في استخدامات الأفراد عوضاً عن الوظيفية.

خطاب مواد الرأي في الصحافة السعودية نحو القضايا الاجتماعية
(دراسة تحليلية على عينة من الصحف الورقية والإلكترونية)

- ٧- توصي الدراسة بضرورة تنوع مسارات البرهنة المستخدمة في مضامين كتاب الرأي في سياق استراتيجيات الإقناع المتسقة مع السياق المجتمعي.
- ٨- أوصت الدراسة بمنح المرجعية الإنسانية، والتاريخية والدينية أهمية أكبر، إدراكاً لدورها في بناء رسالة إعلامية قوية، والتنوع بشكل عام في الأطر المرجعية التي يستخدمها كتاب الرأي تجاه القضايا الاجتماعية، بما يعزز بناء رسالة إعلامية موضوعية ومؤثرة.