تعرض عينة من المراهقين للخطاب الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية أثناء الأزمات

أ.د .اعتماد خلف معبد
أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس
د . ثروت فتحى كامل
أستاذ الإعلام المساعد – كلية التربية النوعية جامعة القاهرة
داليا كمال عواد محمد
مدرس مساعد بقسم الإعلام التربوى– كلية التربية النوعية– جامعة القاهرة

الملخص

مشكلة الدراسة: تتبلور مشكلة الدراسة التعرف على تعرض المراهقين للأزمات فى المواقع الإخبارية الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

أهمية الدراسة: للدور الهام لوسائل الإعلام فى صنع القرار السياسى وحل وإدارة الأزمات إعلاميا وخاصة فى الفترة الأخيرة ومنذ اندلاع ثورة يناير ٢٠١١. وايضا لحداثة الدراسات العربية التى تعرضت لتأثيرات اطر المضمون السياسى المقدم بالمواقع الإخبارية الإلكترونية، وتأثيراته على المراهقين.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة للتعرف علي: تفضيل المراهقين للمواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر لنقل المعلومات وشرحها وتفسيرها والتعليق عليها. مدى تأثير الخطاب الصحفى بالمواقع الإخبارية الإلكترونية على تعرض المراهقين لتلك للأزمات. دراسة العلاقة بين الخصائص الديموجرافية (النوع– المستوى الاقتصادى الاجتماعى– نوع التعليم) وتعرض المراهقين للخطاب الصحفى للأزمات. أهم الانتقادات التى يوجهها المراهقون للخطاب الصحفى للأزمات.

العينة والمنهج: قامت الباحثة بإجراء دراسة على عينة عمديه قوامها (٤٠ مفردة) من طلاب فرق كلية التربية النوعية جامعة القاهرة على اساس ان طبيعة الدراسة تقتضى التعرض للأخبار من معظم مصادرها، وكانت العينة من الذكور والإناث ممن يتابعون المواقع الإخبارية الإلكترونية، وذلك للتعرف على مدى تعرض ومتابعة المراهقين للخطاب الصحفى بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وكذلك لمعرفة ماهى أهم المواقع التى يقومون بمتابعتها، وتمت الدراسة فى الفترة من ٢٤ /٢٠١٢/١ حتى٢٠١٢/٢/٢. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تهتم بدراسة الواقع الحالى للظاهرة حيث تركز الدراسة على رصد العلاقة بين بناء للخطاب الصحفى فى أوقات الأزمات بالمواقع الإخبارية وتعرض المراهقين لتلك الأزمات، وتستخدم هذه الدراسة منهج المسح الإعلامى الذى يعد من أنسب المناهج ملائمة، ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بكل من موضوع هذه الدراسة وأهدافها.

الادوات: قامت الباحثة بإعداد وتطبيق استبيان على عينة من المراهقين موضع الدراسة وذلك للتعرف على مدى تعرض المراهقين للخطاب الصحفى فى المواقع الإخبارية الالكترونية فى اوقات الازمات.

النتائج: جاءت نسبة من يعتمدون على المواقع الإخبارية للحصول على معلومات حول الأحداث الجارية (٩٥%) من أفراد العينة. يتابع أفراد العينة الأخبار دائماً بنسبة (٣٨%)، وأحياناً بنسبة (٥٧%). جاء ترتيب المواقع الإخبارية الالكترونية كما يلي: أخبار مصر، مصراوى، المحيط، رصد للأخبار، رصد للأنباء. جاء الإعجاب بنسبة (٦٧%) فى مقدمة الطرق المستخدمة للتعبير عن الرأى عندما يتم طرح الأخبار، يليه التعليق بنسبة (١٩%) والمشاركة بنسبة (١٤%).

Exposure of a sample of adolescents to journalistic speech in the times of crisis on electronic news sets

Problem: It is here crystallized the idea of the study aimed to identify the building frameworks media discourse Press crises through new media, which is represented in the electronic news sites on the Internet and identify the trends of teenagers about these crises and perceptions of adolescents to these crises. Hence the problem can be formulated in the study the following main question: What is the relationship between the construction of formal and substantive frameworks to address the press in times of crisis sites- news and exposure of teenagers about these crises?

Methodology: The This study uses survey method the media is one of the most, which appropriate curriculum appropriate, and is closely linked to both the subject of this study and its objectives.

Sample: Analytic Sample: Time limits:- Pull out the results on the time period that will apply the study to the speech political journalist published sites news as a model for new media (and these sites are: Egypt, Masrawy, ocean, and monitoring news, monitor news) to be the duration of the study month industrial to determine the frameworks formal and objectivity intimes of crisis as well as to include these elements in the form of a questionnaire to identify the trends of teenagers about these crises. Spatial boundaries. Field Sample Will the researcher conducting the study on a sample of (40single) of university students, then choose from a sample intentional who rely on electronic news sites to get on the news, aged (18- 21) years of the year students first, second, third and fourth of the students and the Faculty of Specific Education, Cairo University.

Tool: Questionnaire, the researcher will be prepared and applied to a sample of adolescents under study in order to identify the formal and substantive construction of the speech Press News crises in the electronic news sites also includes the design of a scale to see how their attitudes towards the crisis.

المقدمة:

فى ظل عالم متطور تتصاعد فيه الطبيعة التنافسية التى تجعل من الأزمات التى تهدد النظام شيئاً وارداً تتعرض المجتمعات العربية كغيرها من المجتمعات لأزمات وكوارث عديدة (السيد بهنسي، ٢٠٠٠، ٣). تظهر الجهود الإعلامية كإحدى الدعامات الأساسية فى التعامل مع الأزمات، حيث يعد الإعلام أداة رئيسية وفعالة من أدوات إدارة الأزمة من خلال توقع الأزمة والتنبؤ بها والتحذير من مخاطرها والتصدى للأكاذيب والشائعات والسعى لطمأنة الجمهور ودعوته للمشاركة فى جهود الإنقاذ أو دعم جهود مواجهة الأزمات، وحتى فيما بعد انتهاء الأزمة يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بمناقشة وتقييم وتحليل ما حدث للكشف عن الإيجابيات والسلبيات وتحديد الدروس المستفادة (حمدى شعبان، ٢٠٠٥، ٢٢٨).

ويزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الجديد الذى يدخل تحته عدد كبير من الوسائل الاتصالية مثل الانترنت، والمجاميع البريدية الالكترونية، والتليفزيون التفاعلي، والرسائل الهاتفية النصية القصيرة، وخدمات الوسائط المتعددة وغيرها، ومع الانتشار السريع للإعلام الجديد فرضت المواقع الإخبارية الالكترونية نفسها على الساحة كمنافس قوى للصحافة الالكترونية نفسها وبدأ التحول إلى الشكل الرقمى الذى يفيد فى معرفة الجمهور لتفاصيل تلك الأزمة وأيضاً فى تشكيل اتجاهاته نحوها فغياب أو قصور عملية الاتصال أثناء الأزمات تؤدى بالفعل إلى زيادة حالة الاضطراب وتفاقم الخسائر المادية والبشرية بين الجماهير ذات العلاقة بالأزمة (حسن عماد مكاوي، ٢٠٠٥، ١٤٦).

من هذا المنطلق يتضح أهمية تأثير الأزمات على الجمهور، وعندما نتحدث عن وسائل الإعلام لا نستطيع أن نغفل مصطلح المواقع الإخبارية الالكترونية التى احدثت ثورة هائلة فى نقل الصورة مع الخبر والمعلومة بسرعة كبيرة فى وقت قياسى مما جعلها تتفوق وذلك من استخدامها لقوالب الكترونية غير متعارف عليها فى الصحف الورقية.

كما تؤكد الدراسات التى تناولت البناء الشكلى مثل دراسة كبنج هو وآخرين (Qiping, Hu& Others, 2000)، ديفيد كنجري (David Kingery, 2000)، هيومان شنج وزينو زهاو (Hwiman Chuing& Xinshu Zhao, 2004) بأن أهم وسائل جذب القراء إلى المواقع الالكترونية هى جودة الأساليب الإخراجية لتلك المواقع كذلك طريقة إخراج الصفحات الالكترونية سواء بالشكل الأفقى أو الرأسى فالتصميم يلعب دورا كبيرا فى إبراز المواقع على شبكة الانترنت وتقديمها بشكل جميل وبسيط يجذب النظر ويثير الانتباه وذلك من خلال استخدام البرامج الخاصة بالتصميم وفهم كيفية التعامل معها والاستفادة من توزيع المساحات والألوان والأحجام وتحويلها إلى أشكال فنية جذابة تعمل على جذب انتباه المستخدم.

وتأتى المواقع الإخبارية العربية ضمن المواقع التى تتنافس على إبراز كل إمكانياتها فى التصميم لتقديم الأخبار الفورية والخدمات التفاعلية فى سبيل جذب انتباه المستخدم وإثارة اهتمامه إضافة إلى التقنية المستخدمة وكل هذا يهدف إلى دعم محتوى الموقع وزيادة أهميته.

وبناء على بحث اجرى أخيرا فى كندا تبين أن مستخدمى شبكة الانترنت يصدرون أحكامهم على المواقع التى يقومون بزيارتها فى فترة زمنية تقدر بعشرين جزء من الثانية (غمضة عين)، وتعتبر هذه الحقيقة مرعبة لمن يعملون فى مجال تصميم وتطوير مواقع الانترنت، فخطا بسيط فى تصميم الصفحة الأولى بموقع الانترنت أو فى طريقة عرض البيانات بها قد يدفع الزائر إلى الخروج من الموقع وعدم العودة مرة أخرى إليه فى فترة يقدرها العلماء بواحد على عشرين من الثانية، وجاءت نتيجة البحث لتؤكد أن الانطباع الأول عن صفحة الانترنت يتوافق إلى حد كبير مع التقدير المتأنى للموقع عندما يترك المستخدم لفترة أطول من الوقت للحكم على جاذبية الموقع وتصميمه، ويطلق العلماء على الانطباع الأولى مصطلح Halo Effect وهى ترمز للهالة التى تحيط بالأشياء. ف إذا اخذ زائر الموقع انطباعا جيدا عن صفحة الانترنت التى يشاهدها فان هذا الانطباع ينتقل إلى مناطق أخرى مثل رأيه فى مكونات الصفحة من نصوص ورسومات وصور حتى قبل إن يصل لحكم مؤكد عن جودة هذه المكونات.

وتؤكد الدراسات على أن الشكل يعادل المضمون من حيث الأهمية مهما كانت الفوائد التى يجنيها المستخدم من المضمون باعتبار أن الشكل هو مفتاح الدخول الى معرفة المضمون، والتصميم الالكترونى هو فن فهم البرمجيات وكيفية التعامل معها فى الاستفادة من توزيع المساحات والأحجام والألوان وتحويلها إلى أشكال فنية جذابة تعمل على شد انتباه المستخدم وتوفير الراحة والمتعة له من حيث بساطة التصميم.

وقد شكلت ساحات النقاش على شبكة الانترنت Discussion Forum مجالا أساسيا من المجالات التى برزت فيها تجليات وتداعيات الحوار، وقد قامت شبكات التواصل والمواقع الإخبارية دورا بارزا فى ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ فلقد طرحت تلك الوسائط مناخا واسعا للتعبير عن الرأى والتفاعل مع القضايا المطروحة من خلال ما تطرحه من معالجات إخبارية وتفسيرية وتحليلية لها، وبذلك فقد اختلف طرحها.

وترتيبا على ما سبق تتضح التعرف تعرض المراهقين للمواقع الاخبارية وخاصة فى ظل الأزمات الكثيرة المتلاحقة منذ ثورة ٢٥يناير وحتى الآن ودور هذه المناقشات على المواقع الإخبارية والذى يتبلور حوله هذا الرأى والعلاقات البنيوية التى تحكم التفاعل بين عناصره ودور ذلك فى تكوين الاتجاهات عند المراهقين نحو تلك ألازمات.

مشكلة الدراسة:

لقد وفرت المواقع الإخبارية الالكترونية ساحات للتعبير عن رأى الأفراد فى القضايا والهموم العامة التى ترتبط بمجتمعاتهم من خلال تشكيل خطاب يمثل رؤية محددة لجمهور معين يجتمع كأفراد ويكونون رأى عام حول موقف معين من تلك القضايا فى إطار ما يمكن أن يطلق عليه "الشأن العام" طبقا لتعريف هابرماس، وقد أشارت الدراسات السابقة إلى أن الطرح الذى يقدمه أفراد الرأى العام داخل ساحات النقاش على الانترنت يأخذ شكل الخطاب الذى يتعلق بقضية مهمة تشغل تفكير الجمهور خلال فترة زمنية معينة ويحاول بلورة اتجاه معين حولها، ويتميز هذا الخطاب بالعديد من الخصائص والسمات البنيوية ويخضع لمجموعة من الشروط فى إنتاجه ترتبط بطبيعة بيئة الجدل والمناقشة المتاحة على المواقع الإخبارية الالكترونية على شبكة الانترنت.

بالجانب التفاعلى بين الاطروحات التى يتضمنها الخطاب كما تعبر عنه رسائل المشاركين، ويتحدد مستوى التفاعل هنا فى اطار الردود والتعليقات التى يتبادلها المشاركون حول بعض الاطروحات التى يتضمنها الخطاب والتى تؤدى الى خلق مناخ عام للخطاب وبالتالى تشكل اتجاهات المشاركين نحوه.

ومن هنا تتبلور فكرة الدراسة التى تهدف للتعرف على للأزمات فى خلال وسائل الإعلام الجديدة والتى تتمثل فى المواقع الإخبارية الإلكترونية على شبكة الإنترنت والتعرف على تعرض المراهقين لتلك الأزمات.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى عدة اعتبارات منها:

١. تتصدى هذه الدراسة بالبحث والتحليل لظاهرة مهمة تتعلق ببناء اطر مضمون الخطاب الصحفى الذى يعالج القضايا السياسية ومختلف الاحداث والشئون السياسية التى يتم تقديمها عبر المواقع الإخبارية الالكترونية وخاصة فى تلك الفترة المشحونة وبالإحداث والأزمات والاضطرابات السياسية والمجتمعية.
٢. الاهتمام المتزايد للدراسات والبحوث العربية والأجنبية بدراسة الجوانب الإعلامية للأزمات، مما أوجد تراثاً نظرياً وتطبيقياً كبيراً فى هذا المجال يحتاج إلى اختباره فى الدراسات العربية للتعرف على المتغيرات المختلفة المؤثرة على التغطية الإعلامية للأزمات واختلاف طرق معالجتها فى الوسائل الإعلامية الحديثة المستخدمة.
٣. تزايد عدد مستخدمى الانترنت فى مصر ليصل إلى ١٤,٥ مليون مستخدم بنحو ٣٠٠ ألف مستخدم عام ١٩٩٩، ويتركز معظم مستخدمى الانترنت فى الفئة العمرية (١٦-اقل من ٢٥) سنة بنسبة ٣٨% (نعيم زغلول، ٢٠١٠، ٨) ، وفى أعقاب ثورة ٢٥ يناير وصل عدد مستخدمى الانترنت فى مصر إلى ٢٣,١ مليون مستخدم وفقا للتقرير الذى أعدته شركة "تكنو وايرلس" المصرية المتخصصة فى التسويق الالكترونى وشبكات الهاتف المحمول. وقد اهتمت العديد من الدراسات بعلاقة المراهقين بوسائل الاتصال الحديثة ومن بينها الانترنت، وهذا يشير بدوره لأهميته فى حياة المراهق.
٤. تلعب وسائل الإعلام دور حلقة الاتصال بين الأفراد وصانعى القرار السياسى والقائمين على إدارة الأزمات ومن ثم توجد مجموعة من الضوابط تحكم علاقة الرأى العام بمسألة إدارة الأزمة إعلاميا (سيد عليوة، ١٩٩٧، ٢٦) مما يبرز معه أهمية التعرف على بناء اطر الشكلية والموضوعية الخطاب الصحفى للأزمات خاصة فى ظل الانتشار السريع للأعلام الجديد ما جعله وسيلة شعبية قادرة على التغيير الاجتماعى، فلا يكاد يخلو مجتمع عربى من تداول أفكار، وأخبار، واحتجاجات، وصور، وطرائف ذات توجه سياسى، أو اجتماعى، أو اقتصادى مما يؤثر بشكل غير مسبوق فى الرأى العام وتشكيل اتجاهاته نحو تلك الأزمات وخاصة فى الفترة الأخيرة ومنذ اندلاع ثورة يناير ٢٠١١.

٥. حاجة المكتبة العربية إلى مزيد من البحوث والدراسات للربط بين النظرية والتطبيق خاصة فى ظل انتشار الانترنت على التليفون المحمول وأجهزة الكمبيوتر التى أصبح من السهل تداولها بين فئة الشباب وذلك ايضا لحداثة الدراسات العربية التى تعرضت لتأثيرات اطر المضمون السياسى المقدم بالمواقع الإخبارية الإلكترونية، وتأثيراته على اتجاهات المراهقين، ومدى إدراكهم للدور الذى تقوم به وسائل الإعلام الجديدة فى تكوين آرائهم ووجهات نظرهم واتجاهاتهم فى ظل التطور السريع لوسائل الاتصال الجماهيرية وتكنولوجيا الاتصال.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف هذه الدراسة فى النقاط التالية:

١. تفضيل المراهقين للمواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر لنقل المعلومات وشرحها وتفسيرها والتعليق عليها.
٢. مدى تأثير الخطاب الصحفى بالمواقع الإخبارية الإلكترونية على تعرض المراهقين لتلك للأزمات.
٣. دراسة العلاقة بين الخصائص الديموجرافية (النوع– المستوى الاقتصادى الاجتماعى– نوع التعليم) وتعرض المراهقين للخطاب الصحفى للأزمات.
٤. التعرف على أهم الانتقادات التى يوجهها المراهقون للخطاب الصحفى للأزمات.
٥. التعرف على تعرض المراهقين للأزمات السياسية فى فترة الدراسة.

الإطار النظرى:

حازت التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال على اهتمام كبير من الباحثين فى العلوم الاجتماعية، وقد ظهرت رؤى متعددة منطلقها نتائج التطبيق الناجمة عن خصائص الجمهور وخصائص الرسالة الإعلامية وخصائص الوسيلة ذاتها مع ظروف التعرض وزمنه والبيئة الاجتماعية للمتعرض، ولعل هذا الذى دفع بعجلة نظريات الاتصال بشكل يبلور التأثيرات المختلفة للرسالة الإعلامية على المتلقى خاصة مع الإمكانات المتنامية والمتعاظمة الحالية والمستقبلية لوسائل الإعلام فى بناء الوعى الإنسانى والحضارى فى مختلف المجتمعات.

وبفضل تلك الأهمية المتزايدة جاءت الكثير من المداخل النظرية تحت مظلة بحوث الاتصال، فقد تبنت الدراسات الإعلامية خلال العقود الثلاث الأولى من القرن العشرين الاعتقاد بأن لوسائل الإعلام تأثيراً على الآراء والاتجاهات والسلوك.

ومنذ بداية الأربعينيات اتخذت البحوث الإعلامية مساراً مختلفاً حيث توصل الباحثون إلى أن الجمهور ليس مستقبلاً سلبياً لرسائل وسائل الإعلام، ولكنه مستقبلاً فعالاً ونشطاً ومؤثراً فى عملية الاتصال. ومن هذه النظريات تدفق المعلومات على مرحلتين، التأثر الانتقائى، ثم نظرية التعلم والنموذج والمعنى، ترتيب الأولويات، الغرس الثقافى، والاستخدامات والإشباعات وغيرها من النظريات التى تولى الجمهور اهتمامها الأكبر بعد أن كان منصباً على الوسيلة الإعلامية ورسائلها، فحل التأثير الوظيفى لوسائل الإعلام محل التأثير المباشر وذلك من خلال ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟ بدلاً من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس؟ (حسن عماد مكاوي، ١٩٩٢، ٩٩).

ويعد المدخل التكاملى مدخلاً مناسباً لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام خاصة فى أوقات الأزمات، وهو يقوم على "التكامل بين النظريات العلمية التى تفسر ظاهرة تشكيل الرأى العام حيال كثير من الموضوعات والقضايا البارزة خلال فترة زمنية معينة"، لا سيما فى الموضوعات متعددة الأبعاد والزوايا مثل الأزمات، ووفقاً للمدخل التكاملى توظف الباحثة مجموعة من المداخل النظرية التى تقدم تفسيراً متكاملاً للعلاقة بين التناول الإعلامى للأزمات وتأثيره على إدراك المراهقين لتلك الأزمات، وأهم تلك المداخل مايلى:

- نظرية ثراء وسائل الإعلام: الفكرة الأساسية من نظرية ثراء وسائل الإعلام ان الناس كثيراً ما يتواصلون لأداء مهامهم مع وسائل الإعلام وهم يرون أنه يجب أن تكون تلك الوسائل ذات كفاءة وفاعلية فى إنجاز مهامهم، ولتحديد الفكرة أكثر فإن الناس يميلون إلى اختيار أغنى وسائل الإعلام لحل الالتباس فى الاتصال عند أداء المهام.

يعرف (Daft, Lengel& Trevino, 1987, 558) "ثراء وسائل الإعلام بأنه قدرة المعلومات على التغيير داخل فترة زمنية محددة، حيث يستطيع الاتصال التغلب على مختلف الاطر المرجعية أو توضيح المسائل الغامضة التى تؤدى بالتالى إلى تغيير الفهم فى الوقت المناسب، ويعتبر هذا الأسلوب أو الطريقة ثراءً مدروساً، وتتطلب الرسائل الاتصالية وقتاً طويلاً لفهمها للتغلب على مختلف الأبعاد التى تكون أقل ثراءاً، وبعبارة أخرى الثراء يتغلف بالقدرة على التعلم من الرسالة الاتصالية".

١. مصطلحات النظرية:

أ. الثراء: وفقاً لمؤسسى نظرية ثراء وسائل الإعلام دافت ولينجل، فإن وسائل الإعلام يمكن وصفها بأنها مرتفعة أو منخفضة فى الثراء المعلوماتى وذلك على أساس قدرتها على تسهيل المعنى، وهذه القدرة ناتجة عن قدرة الوسيلة الاتصالية على نقل المعلومات بسرعة، والتركيز الشخصى، والإشارات المتعددة الاتصال، واللغة المتنوعة (Tom Kelleher, 2001).

والثراء هنا يقصد به درجة وضوح المعنى فى الرسالة الاتصالية سواء كانت هذه الرسالة (كلاماً أو نصاً أو تسجيلاً صوتياً أو فيديو... إلخ) فالمحادثة بين شخصين أو مجموعة عبر الإنترنت أقل وضوحاً وسهولة من الاتصال الهاتفى، والكلام المباشر بين شخصين أو مجموعة أكثر وضوحاً من الكلام عبر الهاتف، وهكذا.

ب. الغموض أو الالتباس: يحدث الالتباس أو الغموض فى المعلومات عندما يكون هناك أسئلة متعددة تحتاج إلى إجابة أو احتمال وجود تناقضات فى تفسير المعلومات أو الإطار الذى يجب أن تفسر فيه الأسئلة وقد يؤدى الالتباس والغموض فى الرسالة إلى ضرورة التفاوض والنقاش بين الأعضاء المتصلين لتقريب الآراء بشأن تفسير واحد.

ويقصد هنا بالالتباس أو الغموض عدم وضوح معنى الرسالة الاتصالية ويختلف عدم الوضوح من رسالة إلى أخرى، فالصورة الفوتوغرافية الملتقطة بعدسة الكاميرا لا تكون واضحة عند طباعتها على ورق الصحيفة، وقد يكون السبب هو جودة الورق أو الألوان المستخدمة، وسماع الصوت أو مشاهدة الفيديو من على شبكة الإنترنت يكون أقل وضوحاً من السماع من مسجلات الصوت أو الفيديو وقد يكون السبب فى ذلك هو حجم الملفات المخزنة فيها على الموقع أو سرعة تحميل الملفات من الموقع.

وعرف Daft الالتباس أنه وجود عدة أسئلة عن المنظمة تحتاج إلى تفسير وكفاءة وتأثير المديرين سوف يحدد الوسيلة ذات الثراء المعلوماتى والتى تتلاءم مع مستوى الالتباس الاتصالى فى أداء المهام، وهذا الالتباس فى المهام يجعل المديرين يلجأون إلى الوسيلة الاتصالية الغنية التى تفكك هذا الالتباس.

والقائم بالاتصال هو الذى يحدد الغموض أو الالتجاء فى الرسالة الاتصالية من خلال اختياره للوسيلة التى تمتلك أعلى إمكانية من الدقة والوضوح والتى تضمن إرسال الرسالة كما خطط لها، فالقائم بالاتصال بالمواقع الإخبارية مثلاً هو الذى يحدد البرامج أو لغة البرمجة التى تضمن وضوح معلومات الموقع وظهورها فى فترة زمنية محددة، وكذلك تحديد برامج نقل المعلومات من وإلى المستخدمين.

وترى نظرية ثراء وسائل الإعلام أن الالتباس Equivocally فى أداء المهام العليا يتحسن عندما يستخدم الأفراد وسائل الإعلام الغنية، وعندما تتطلب المهمة النقاش والإيضاح فمعناه أن هناك ضرورة لتخفيض هذا الالتباس فى أداء المهام، ومهما يكن الغموض فإنه يقل عندما تتوافر معلومات إضافية عن المهمة، ويمكن تحقيق ذلك النقص فى الغموض من خلال جعل الوسيلة الاتصالية أكثر انسيابية، ومن خلال شكل نظام المعلومات والقواعد واللوائح والتقارير الخاصة التى تتميز بها هذه الوسيلة الإعلامية (University of Twente, 2004, no page)

٢. الافتراضات الأساسية للنظرية: تفترض هذه النظرية أن الناس تريد التغلب على الالتباس والغموض فى الاتصال داخل المنظمات والتنوع فى وسائل الإعلام المتداولية داخل المنظمات لعلم أفضل فى تحقيق المهام من غيرها، واستخدم كل من Daft and Lengel ما عرف بالتدرج الهرمى الخاص بثراء الوسائل الاتصالية المختلفة فى حل ومعالجة المشكلات من خلال الاتصال، وبنى الباحثان هذا التدرج الهرمى الخاص بثراء الوسيلة على أربعة معايير تشكل جوهر هذه النظرية هى:

أ. إتاحة رجع الصدى المباشر (الفورية).
ب. قدرة الوسيلة على نقل إشارات عديدة مثل مكونات اللغة كثيرة الصوت.
ج. استخدام اللغة الطبيعية.

د. التركيز الشخصى للوسيلة.

يمكن أن تطبق هذه الافتراضات لنظرية ثراء وسائل الإعلام على جميع وسائل الاتصال لأن الهدف من هذه الافتراضات هو ترتيب درجة الوضوح فى الإشارات التى تقدمها الوسيلة الإعلامية للحصول على أعلى درجة من الوضوح فى المعنى الذى تقدمه، وسواء كانت هذه الإشارات من طرف واحد كالموقع على الإنترنت أو من عدة أطراف (موقع ومستخدمين وزائرين).

ويختلف تنوع الرسالة الاتصالية فى القدرة على معالجة المعلومات ذات الثراء، وقد صنفت وسائل الإعلام فى تسلسل هرمى من الأكثر ثراء إلى الأقل ثراءً على النحو التالى:

أ. الاتصال المواجهى (وجهاً لوجه) (Face to Face).

ب. الهاتف (Telephone) .

ج. الوثائق الشخصية (رسائل أو مذكرات) Personal Documents Letter of Memos.

د. الوثائق المكتوبة (غير الشخصية) Impersonal Written Documents.

ه. الوثائق الرقمية Numberic Documents.

وكلما قدمت الوسيلة الإعلامية هذه الصفات بوفرة تتصف بأنها ثرية، إلا أنها لاتضاهى وسيلة الاتصال المواجهى وجهاً لوجه، لكون هذا الاتصال أغنى وسائل الاتصال تأثيراً، حيث أن له القدرة على رجع الرد الفورى (رد الفعل)، كما أن هذا النوع من الاتصال بتميزعن غيره بأنه يستخدم الإشارات المتعددة واللغة الطبيعية

وترى نظرية ثراء وسائل الإعلام أن الثراء بنخفض فى وسائل الإعلام بحسب التسلسل الهرمى للوسائط الاتصالية من أعلى إلى أسفل وهى كالتالى: الاتصال المواجهى (وجهاً لوجه) يليه وسائل الإعلام المرئية، ثم وسائل الإعلام الصوتية، وأخيراً التفاعل عبر الحاسبات، ويقل الالتباس والغموض فى الوسائط التكنولوجية للاتصال وتتصف بالثراء حسب قدرتها على تدبر الالتباس فى الرسائل الاتصالية (Jessica S. Jourdan, 2003) وترشد نظرية ثراء وسال الإعلام الكثير من الباحثين إلى تحديد الاتصال البديل الذى يضمن الوضوح فى المعنى المطلوب إرساله أو استقبال بناءاً على الافتراضات أو المعايير التى وضعتها النظرية لهذا الغرض.

ومن خلال استعراض تطور النظرية نجد أن هذا التطور جاء نتيجة لتطور وسائل الاتصال نفسها، ومثال على ذلك زيادة استخدام الرسائل الالكترونية التى احتلت موقعاً ضمن ترتيب وسائل الإعلام الثرية التى حددها دافت ولينجل، ثم ظهرت مجموعات المحادثة مما أدى إلى زيادة الوسائل الثرية، فالنظرية أساساً جاءت لدعم وسائل الاتصال التقليدية، ثم جاء الباحثون الجدد وأضافوا إليها الوسائل الاتصالية الحديثة لتدخل فى الترتيب الهرمى للوسائل الأكثر ثراءاً.

تشتمل نظرية ثراء وسال الإعلام عموماً على دعم ما يسمى بوسائط الإعلام التقليدية، مثل الاتصال المباشر وجهاً لوجه والهواتف والرسائل والمذكرات، وبعد ظهور البريد الالكترونى والبريد الصوتى، جاءت النتائج متضاربة، على سبيل المثال وجد فى دراستى (Shinawy& Markus 1997) وعلى عكس التوقعات أن المشاركين فى الدراسة جاء تفضيلهم للبريد الإكترونى أعلى من تفضيلهم للبريد الصوتى فى حالات الغموض والالتباس. ولاحظ كل من (Rasters, Vissers and Dankbaar) فى بحث استمر لمدة عام أن استخدام وسائل الإعلام مثل استخدام البريد الإلكترونى بالدرجة الأولى ثم استخدام الاتصال المواجهى وجهاً لوجه من قبل الأخصائيين الجغرافيين أو فريق العمل– أنه لايوجد الكثير من الاختلافات بين قائمة الاتصالات البريدية والاتصال المواجهى وجهاً لوجه فى طريق إبلاغ المتصلين من أعضاء الفريق (Shaungyue Zhang and Andy J. Merolla, 2006)

- نظرية تحليل الأطر الإعلامية: يعد الخطاب الإعلامى أو مضمون ما تقدمه وسائل الإعلام فى مجتمعاتنا المعاصرة أحد المصادر الهامة لتشكيل الأطر الثقافية للجمهور من خلال إحاطتهم علماً بالأحداث ومساعدتهم فى فهم السياقات، ويفترض أن تقوم وسائل الإعلام بدورها من خلال تقديم المعلومات حول القضايا والأحداث المحلية والدولية ملتزمة فى ذلك أنية التغطية وموضوعيتها وعدالتها وتوازنها، وهو مايساعد الجمهور على تكوين آراء واتجاهات واتخاذ قرارات دقيقة (Jamson, W. A, 1992) ويزيد تأثير وسائل الإعلام خاصة عند انخفاض وعى الجمهور واعتماده فى الأساس على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات واتخاذ القرار، وهو مايترتب عليه احتمال تأثيره بشكل كبير بالأطر التى تستخدمها وسائل الإعلام فى معالجتها للقضايا (Auerbach, Y.& Bloch, Elkon, Y, 2001, 229)، ومن ثم فإن الأطر التى تقدم من خلاله الوسيلة الإعلامية الأحداث والموضوعات الفرعية التى تبرزها والكلمات التى تستخدمها فى وصف الحدث تلعب دوراً أساسياً فى تشكيل رأى الجمهور والقرارات التى يتخذونها تجاه هذه القضية، فوسائل الإعلان تنقل فى بعض الأحيان واقعاً مجزأ، وأحياناً ماتستخدم بعض الأطر التى تنقل رسائل ثقافية معينة أو تتجاهل رسائل أخرى، وعملية الإدماج والإقصاء هذه تحد من كمية البيانات التى يحتاجها الجمهور لمعرفة قضية ما فضلاً عن فهم الجمهور لهذه القضية (عادل صالح، ٢٠١٠، ١٣٣).

والإطار الإعلامى وفق تعريف (Scheufele, D, A. 2000, 297) هو التغيرات الدقيقة المستترة فى الخطاب المستخدم لوصف موقف ما بالشكل الذى ربما يؤثر على الكيفية التى يفسر بها الجمهور هذا الموقف، كما يؤكد (Scheufele) على أن الأطر تؤثر على طريقة إدراك الجمهور للأحداث ليس فقط من خلال إبراز قضايا معينة ولكن أيضاً من خلال تقديمه منظومة للتفسيرات تؤثر على فهم الجمهور لهذه القضايا.

ووفقاً Gamson فإن الأطر التى تعتمد عليها وسائل الإعلام تحدد الموضوعات التى يتم اختيارها وإبرازها ويشير ذلك إلى أن المادة المقدمة من الوسيلة الإعلامية والمتعلقة بقضية ما تصبح حزمة مستقلة، والأطر التى تستخدمها وسائل الإعلام تعتبر آليات قوية يمكن ان تساعد فى تحديد ماهية المشكلات والأسباب التى تقود إليها وطرق حلها وبالتالى تساعد فى تشكيل الرأى العام. (Knight,m. g. 1999, 27)

وبصفة عامة تفترض نظرية الأطر أن وسائل الإعلام تتجاوز عملية إبراز أحداث أو قضايا معينة فمن خلال اختيارها لما يجب أن ينشر أو لا ينشر من القصص الإخبارية فإنها تقوم بصياغة القصة فى إطار معين (Pan. Z& Kosicki. G. M. 1993, 59)، كما أن اهتمام الوسيلة الإعلامية لتقديم أطر محددة فى تناولها للأزمة له دور كبير فى تحديد طريقة تناول الأحداث وكيفية إدراك الجمهور لها.

حيث تعتمد نظرية الإطار على افتراض أساسى هو ان تقديم قضية ما بالتقارير الإخبارية يمكن ان تؤثر فى طريقة فهم الجمهور لهذه القضية، ويرى Scheufele& Tewksbury أن الإطار عادة له آثار تمتد جذورها إلى علم النفس وعلم الاجتماع، فالأصول النفسية للإطار تعود إلى العمل التجريبى لكل من (Kahinman& Tevresky, 1979) اللذين توصلا إلى أن العرض المختلف لطرق اتخاذ القرارات المتشابهة يؤثر فى اختيار الجمهور وتقييمه للاختيارات المتعددة التى تعرض عليه، أما الأصول الاجتماعية للإطار فتعود إلى Goffman وآخرون والذين يرون أن الأفراد لا يستطيعون فهم العالم بشكل كامل ويتهددون باستمرار من أجل تفسير تجاربهم الحياتية وتكوين إحساسهم تجاه العالم المحيط بهم. (Dietram A. S. Cheufele& David Tewksbury, 2007, 11)

ولقد اتفق الباحثون على أنه بالرغم من المنطلقات المتعددة الخاصة بنظرية الأطر، إلا أنها تقود إلى نفس النتيجة، وهى أن الأطر تتبناها وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر على فهم الجمهور للمعلومات الخاصة لقضية ما وما هى مسارات النقاشات فى هذه القضية وكيفية بناء الجمهور لآرائه السياسية، وبينما تعتمد وسائل الإعلام على العديد من الأطر لتشكيل الرأى العام إلا أن (Smekto& Valkenburg. 2000, 93) حددا خمسة أطر أكثر استخداماً فى التغطية الإعلامية وهى الصراع، الاهتمامات الإنسانية، التأثيرات الاقتصادية، الجوانب الأخلاقية، والمسئولية

ويؤكد ماكومبس Mccomb أن تأثير التغطية الإخبارية يتحقق من خلال الإطار الإعلامى الذى يقدم السياق الإعلامى والسياسى التى توجد فى إطاره القضية والتفاعل بين تأثيرات المصادر وتقييم الصحفيين للأخبار وطرق العرض والتفسير بجانب تحديد التأثيرات المعرفية والوجدانية للأطر الخبرية، وعلى هذا فإن تأثير الأطر الخبرية على اتجاهات الجمهور يتم من خلال مستويين، المستوى الأول، ويتمثل فى بروز المضمون الكمى، والمستوى الثانى ويتمثل فى انتقال المضمون الكيفى الأمر الذى يرتبط بالأساليب المتعددة التى تستخدمها المصادر لتأطير القضايا ومدى تأثير القادمين بالاتصال بتلك الأساليب (محمد سعد ابراهيم،٢٠٠٠، ٧٥)

- نظرية الشأن العام: تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من المفاهيم والفرضيات العلمية التى تبلورت حولها نظرية الشأن العام Public Sphere التى يعود الفضل فى وضعها إلى هابرماس (١٩٨٩) Habermes، ويعرف الشأن العام بأنه "مساحة للحياة الاجتماعية التى تضم عدد من الأفراد تجمعهم خصائص واهتمامات مشتركة". ويتيح

"الشأن العام" لكل الأفراد فرصة القدرة على المشاركة والوصول إليه طالما شعروا أنهم جزء منه. فالشأن العام وفقا لهابرماس هو شبكة اتصالية من الشبكات القائمة فى المجتمعات المدنية، ترتبط ارتباطاً عميقاً بالحياة العامة أو الخبرات اليومية للأفراد. لذلك فمفهوم الشأن العام ليس مرتبطاً بمكان محدد بل يمتد ليشمل كافة الشبكات الاتصالية التى يمكن أن تتطبق المعلومات والآراء من خلالها، ويتم تنقيتها باستمرار حتى تصبح رأياً عاماً.

وقد كان هابرماس يعنى بالرأى العام ذلك الاتجاه الذى يتأسس على المناظرات العامة التى تتم فى ساحات الشأن العام النشطة؛ إذ أن الآراء تتطور عندما يثور نقاش وجدل بين الأفراد بالفعل حول القضايا العامة (Elliza, Tanner. Chilen Conversions, 2001, 386)

ويتحقق مفهوم الشأن العام عندما يتوجه الأفراد نحو ممارسة حقهم فى التجمع والاتصال والاشتراك فى مناقشة قضاياهم العامة، فتطور المجتمعات المعاصرة أصبح يحول دون فرصة اللقاء فى مجموعات كبيرة من الأفراد فى أماكن وأوقات محددة، وعلى ذلك فقد أصبحت وسائل الاعلام هى المساحة العامة التى يمكن أن يتجمع فى إطارها الأفراد الذين يملكون وجهات نظر مدعمة بالحجج حول قضية معينة لتقديم خطاب معين فيما يتعلق بهذه القضية (Peter Dehlerg, 1995, 7)

وبالتالى فنظرية الشأن العام تحاول أن تشرح الأفق الاجتماعية للديموقراطية من خلال النظر إلى المنظمات محددة الهوية والقائمة على أسس اجتماعية وثقافية مشتركة داخل المجتمع المدنى كمنظمات قادرة على تطوير خطاب نقدى فعال يستطيع التقريب بين وجهات النظر المتعارضة.

وقد دعم الانترنت فكرة ساحات النقاش حول الشأن العام المشترك الذى يجمع أفراد الرأى العام ويدخلهم فى حالة حوار حول القضايا التى يهتمون بها ويتأسس هذا النوع من النقاش على فكرة التفاعلية التى تفوق بها الانترنت على وسائل الإعلام التقليدية، فالانترنت دعم مفهوم دمقرطة وسائل الإعلام، ويسر فكرة المناقشة بين مجموعة من الأفراد من مساحة تتيح لهم تبادل الرأى والمعلومات حول القضايا الخلافية وتقريب وجهات النظر بينهم. فساحات النقاش والمنتديات والمجموعات البريدية كلها أشكال اتصال تكنولوجية أوجدها الانترنت فدعم من خلالها عملية الاتصال بين الجماعات. وتشمل أجندة الاهتمامات التى يتم الاتصال حولها كل ما يتعلق بشئون الحيات اليومية والثقافة بكافة تجلياتها وأشكالها (Martin Lister, 2003, 177)

وتفترض النظرية وجود أربع سمات رئيسية تميز الاتصال عبر ما أطلق عليه هابرماس "الشأن العام" وهى:

١. القدرة على الوصول إلى دائرة الاتصال.
٢. الحرية التى يتمتع بها الأفراد لاتصال داخل هذه الدائرة.
٣. بنية المناقشة.
٤. طرح خطاب مبرر بأدلة اقناعية محددة.

وتؤكد نظرية الشأن العام على مفهومين أساسيين:

١. مفهوم عدم انفصال الفرد عن الجماعة: فذات الفرد فى الشأن العام غير منفصلة عن الجماعة التى يستطيع الاندماج معها عبر الشبكة، فالفرد العقلانى المستقل هو لب فكرة الشأن العام.
٢. تشيؤ الخطاب: فالخطاب المقدم عبر ساحات النقاش حول الشأن العام يتميز بقدر من التجزأ وأحياناً التشتت ويمكن أن يعتمد على مقولات وأطروحات لا ترتبط ببعضها البعض لتعبر بشكل واضح عن فكر مابعد الحداثة الذى يعلى من دونة الفرد فى مواجهة المؤسسة

وقد حدد Dahlberg مجموعة من الشروط التى يمكن أن تضبط الخطاب المقدم عبر الساحات العامة على شبكة الانترنت وتجعله أكثر تحديداً وإقناعاً وهى:

١. تبادل ونقل الحجج والدعاوى الصادقة والعقلانية، فالمناقشات الجادة تقتضى المشاركة فى نقض وتحليل القضايا من خلال حجج وبراهين واضحة دون الاعتماد على التأكيدات والتعليمات البسيطة.
٢. لابد أن يفحص المشاركون بشكل ناقد قيمهم الثقافية وفرضيتهم واهتماماتهم ومصالحهم الضيقة بالإضافة إلى السياق الاجتماعى الأكثر اتساعاً.
٣. لابد أن يحاول المشاركون فى ساحات النقاش حول الشأن العام فهم الحجج التى تقوم عليها وجهات النظر الآخرى ويتطلب ذلك الاستعداد للدخول فى حوار مستمر مع الآخرين المخالفين فى الرأى وفى وجهة النظر فى ظل بيئة مناقشة تعترف بأهمية الاستماع إلى الرأى الآخر.
٤. لابد أن يبذل كل مشترك جهداً مخلصاً فى تقديم المعلومات ذات الصلة بمشكلة معينة بما فيها المعلومات التى تعكس المصالح والحاجات والرغبات.
٥. من حق كل مشترك أن يقدم أى طرح يريده نحو القضية دون تضمينات معينة ودون تبعية لخطابات أخرى خارجية (رسمية أو غير رسمية) (Lincoll Dahlbrg, 2001, 623)

فى مقابل ذلك أشار Loveck إلى عدد من الإشكاليات التى ترتبط بالخطابات المتداولة عبر ساحات النقاش العامة على الانترنت والتى تشكل إطاراً يحكم اتجاه فى الرأى العام نحول بعض القضايا المهمة وتحددت هذه الإشكاليات فى:

١. إشكالية المعلومات مقابل المعرفة: فتوافر معلومات كافية حول القضايا السياسية المهمة والشخصيات السياسية الفاعلة، وكذلك الملفات والتقارير الحكومية يعدوا أمراً شديد الأهمية لخطاب متماسك وهى جوهرية المعلومات كقيمة بالنسبة للمواطن المسئول فى مجتمع المعلومات ويؤدى التضخم الكمى للمعلومات المتدفقة عبر الإنترنت فى أحيان إلى خلق علاقة عكسية بين الكلام والاستماع وبين المعلومات والفهم، وبين الإرسال والاستقبال، فوجود المعلومات ليس دليلاً على توافر المعرفة لأن المعرفة مرحلة متقدمة تعنى نزج المعلومات فى إطار دال يكسبها معناً معيناً.
٢. الخصوصية مقابل الإفشاء: وتركز هذه الإشكالية على ذلك التنافس بين اتجاهين أولهما يتعلق بالتعزيز الالكترونى لقضية الخصوصية والثانى يتعلق بمفهوم الإفشاء الرقمى، فمن خلال خدمات المعلومات الفورية تصبح العديد من جوانب الخصوصية مكشوفة ويصعب الحفاظ عليها فأى تسجيل لبيانات شخصية متعلقة للمستخدم يجعلها متاحة لغيره.
٣. إشكالية الحرية مقابل العمومية: فحرية الوصول وكذلك نقل المعلومات عبر الانترنت ليس متاحة للجميع بشكل متعادل ويعنى ذلك أن الشبكة تؤدى إلى تعزيز الخصوصية والتعبير عن الرغبات والاتجاهات الخاصة أكثر من التعبير عن الاتجاهات العامة ويؤدى ذلك إلى تهديد نمو عملية المناقشة السياسية عبر الانترنت (Beth simone, 2000, 23)

ترى الباحثة أنه يمكن تطبيق فروض نظرية ثراء وسائل الإعلام كما يلي:

١. إتاحة رجع الصدى المباشر: تتميز المواقع الإخبارية العربية بالتفاعلية الفورية، حيث أن المستخدم يستطيع التفاعل مع الأخبار والمعلومات داخل الموقع من حيث الرد والإضافة والمناقشة فى المنتديات الخاصة بالمواقع، وكذلك التفاعل مع التصميم، حيث أن بعض المواقع تعطى المستخدم حرية الاختيار فى تغيير ألوان الموقع أو تغيير حجم الخطوط أو الاتصال بالكادر الفنى للموقع.
٢. قدرة الوسيلة على نقل إشارات عديدة مثل مكونات اللغة كنبرة الصوت: تستطيع المواقع الإخبارية نقل إشارات عديدة متمثلة بالصورة والصوت (الفيديو) والصوت (الاستماع) والنصوص الثابتة والمتحركة.
٣. التركيز الشخصى للوسيلة: يتمثل التركيز الشخصى للمواقع الإخبارية من خلال البريد الإلكترونى ومنتدى الموقع، وخدمات نقل الأخبار السريعة للمستخدمين عن طريق البريد الإلكترونى أو الهاتف المحمول.

إن المستخدمين يواجهون تحديا نظراً للطبيعة المعقدة فى التصميم الالكترونى ذاته، فالعناصر المكونة للشكل المرئى ليست كلها مفهومة من قبل المستخدمين إما لطريقة تصميم الشكل المرئى نفسه كالروابط ومكان وجودها أو المعنى الموضوعى لهذا الشكل، فمثلاً أغلب المستخدمين يجهلون معنى كلمة Banner، وعند عرض شكل Banner عليهم يعرفون أنه شعار إعلانى، أو أنه عموماً إعلان، وكذلك فإن عدم ترابط عناصر التصميم وتناسبها وكثرة الحركة وعدم الاتزان فى تصميم الموقع يؤدى إلى عدم إثارة انتباه المستخدم وشد انتباهه وبالتالى انتقال المستخدم إلى موقع آخر، ويعتقد الباحث أن هذا يمثل الالتباس فى فهم الرسالة من خلال التصميم وفقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام ومفهومها للألتباس.

مصطلحات الدراسة:

- الخطاب الصحفي: يعرف الخطاب الصحفى بأنه اما وصفى أو تفسيرى أو نقدي. والبناء النسقى الذى يشكل نوعه الخطاب والمقصود بالخطاب الوصفى عندما يصف

عنصرا من عناصر الواقع أو الحدث، والمقصود بالخطاب بالتفسيرى عندما يتجاوز الوصف إلى بيان أسباب ونتائج العنصر أو الحدث، أما أن يكون نقديا للحدث.

إن النص الصحفى حاصل لا محالة عن تفاعل ثلاثة مجالات: اللغة، التواصل، والمعرفة. وتتنوع الأشكال التى يتخذها الخطاب الصحافى فقد يكون تقريرا إخباريا، أو افتتاحية جريدة ما فى مجال الصحافة المكتوبة، يقوم على أساس إستراتيجية التفاعل الافتراضى للقارئ. يسعى الخطاب الصحفى إلى تحقيق وظيفته الاتصالية عبر تقنيات أو إستراتيجيات المستوحاة من علوم أخرى كالبلاغة، والخطابة، وغيرها... ويمكن إيجاز هذه الإستراتيجيات في:-

١. إستراتيجية الإقناع: وفيه يركز المخاطب على قضايا الخطاب، محركا كل الأدوات الإقناعية لتعزيز الترابط المنطقى بين المقدمات والنتائج.
٢. إستراتيجية الاستمالة: ومعناها الفوز بميل المخاطَب، بحيث إن المخاطِب يستميل المخاطَب عاطفيا فتتحقق بالتالى الوظيفة التأثيرية للخطاب.

تجدر الإشارة إلى أن هذه الإستراتيجيات يتقاسمها الخطاب الصحفى مع أنماط خطابية أخرى، سياسية أو دينية.

- الأزمات: الأزمة هى موقف يتسبب فى جعل المنظمة محل الدراسة تحظى باهتمام سلبى واسع النطاق من وسائل الإعلام المحلية والعالمية ومن جماعات أخرى كالمستهلكين والعاملين والسياسيين والنقابين والتشريعيين.
- الموقع الإلكترونى: هو عبارة عن مجموعة من الموضوعات والملفات الموجودة على خادم الويب وهو ايضاً عبارة عن مساحات الكترونية يتم شراؤها من قِبل الشركات المتخصصة فى ذلك المجال، وهو يعد وسيلة مملوكة للجهة التى تتولى الإنفاق عليه وبذلك يصبح وسيلة لخدمة مصالح هذه الجهة التى تتولى الإشراف عليها.

حدود الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء دراسة على عينة عمديه قوامها (٤٠) مفردة من طلاب الفرقة الأولى والثانية والثالثة والرابعة من احدى كليات جامعة القاهرة وهى كلية التربية النوعية على اساس ان طبيعة الدراسة تقتضى التعرض للأخبار من معظم مصادرها وكانت العينة من الذكور والإناث ممن يتابعون المواقع الإخبارية الإلكترونية، وذلك للتعرف على مدى تعرض ومتابعة المراهقين للخطاب الصحفى بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وكذلك لمعرفة ماهى أهم المواقع التى يقومون بمتابعتها، وتمت الدراسة فى الفترة من ٢٤ /٢٠١٢/١ حتى ٢٠١٢/٢/٢. وكانت أهم الأسئلة ما يلى:

١. هل تعتمد على المواقع الإخبارية الالكترونية للحصول على معلومات حول الأحداث الجارية؟
٢. هل تتابع الأخبار التى يتم طرحها عبر المواقع الالكترونية؟
٣. ما أهم المواقع التى تستخدمها للحصول على الأخبار؟
٤. هل تتذكر المضامين المنشورة عبر المواقع الإخبارية الالكترونية؟
٥. ما الوقت الذى تستغرقه أثناء استخدامك للمواقع الإخبارية
٦. ما الموضوعات التى تضمنتها أطروحات الخطاب الصحفى على المواقع الإخبارية أثناء الأزمات؟
٧. ما أهم الأسباب التى طرحها الخطاب الصحفى بالمواقع الإخبارية للأزمات؟
٨. ما الأطراف الجماهيرية التى استهدفها الخطاب الصحفى بأطروحاته؟
٩. ما أهم النتائج المترتبة على حدوث الأزمات والتى طرحها الخطاب الصحفى للازمات؟
١٠. ما أهداف المضامين الإعلامية المثارة فى عرض ومعالجة الأزمات؟
١١. ما أنواع الأساليب التى تناول أطروحات الخطاب من خلالها (تناول شخصى- تناول موضوعي)؟
١٢. ما أهم المصادر التى اعتمد عليها الخطاب الصحفى فى الإدلاء بالمعلومات الواردة عن الأزمات؟

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التى تهتم بدراسة الواقع الحالى للظاهرة حيث تركز الدراسة على رصد العلاقة بين بناء للخطاب الصحفى فى أوقات الأزمات بالمواقع الإخبارية وتعرض المراهقين لتلك الأزمات.

منهج الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الإعلامى الذى يعد من أنسب المناهج ملائمة، ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بكل من موضوع هذه الدراسة وأهدافها.

أدوات الدراسة:

تستخدم الباحثة فى دراستها استبيان فقامت بإعداد وتطبيق استمارة استبيان على عينة من المراهقين موضع الدراسة وذلك للتعرف على مدى تعرض المراهقين للازمات فى الخطاب الصحفى بالمواقع الإخبارية الالكترونية.

النتائج:

اتضح للباحثة بعد استعراضها لمجموعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة وجود بعض الملاحظات، تبرزها فى النقاط التالية:

١. استخدمت غالبية الدراسات التى تناولت الصحافة الإلكترونية وشبكة الإنترنت مناهج المسح الميدانى، والمنهج الوصفى كما اعتمدت على المقابلة والاستبيان أدوات لجمع البيانات.
٢. لم تجد الباحثة (فى حدود اطلاعها) سوى دراسة واحدة تناولت معالجة الأزمات على شبكة الإنترنت، وتحديداً فيما يخص الحرب على العراق (للباحث أمين عبدالغنى ٢٠٠٤)، ما عدا ذلك لم يجد دراسات تناولت معالجة الأزمات على اختلافها (سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو كوارث طبيعية) فى المواقع الإلكترونية، فجميع الدراسات السابقة تراوحت مابين دراسة الأزمات فى وسائط إعلامية، مثل: الصحف والتليفزيون فى حين غابت الدراسات التى تناولت معالجة الأزمات على اختلافها على شبكة الإنترنت.
٣. جميع الدراسات السابقة، التى تتعلق بالإنترنت تحديداً لم تتناول الأزمات، سواء الداخلية أو الخارجية، فى حين ترى الباحثة أن المواقع الإلكترونية هى وسيط حديث نسبياً يشهد حضوراً وإقبالاً جماهيرياً، وهو أمر يتطلب العمل على إجراء دراسات علمية عن هذا الوسيط وإقرانها بأحداث وأزمات، وبحث فارق المعالجة بينه وبين الوسائط الأخرى، وأثر الوسيط على جمهوره فى متابعة الأزمات.
٤. أن معالجة وسائل الإعلام المصرية والأجنبية قد التزمت بالموقف السياسى والتوجهات الرسمية للدولة فى إدارتها للأزمات المختلفة.
٥. أن الدراسات السابقة اهتمت بالتعرف على كيفية معالجة وسائل الإعلام المختلفة للأزمات قد ركزت على أداة تحليل المضمون فقط دون دراسة مدى العلاقة بين الجمهور بشكل عام أو أى فئة من فئاته وبين وسائل الإعلام فى فترات الأزمات.
٦. أن معالجة الإعلام المصرى للأزمات قد افتقد إلى تنوع المصادر الإخبارية وعمق المعالجة الإعلامية كما افتقدت إلى التوازن والاعتدال فى عرض وجهات النظر المختلفة.
٧. أن الدراسات التى تناولت مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات أثناء الأزمات اعتمدت على أداة الاستبيان فقط دون التطرق لتفاصيل المعالجة الإعلامية أو تأثيراتها.
٨. جاءت نسبة من يعتمدون على المواقع الإخبارية للحصول على معلومات حول الأحداث الجارية (٩٥%) من أفراد العينة.
٩. يتابع أفراد العينة الأخبار دائماً بنسبة (٣٨%) ، وأحياناً بنسبة (٥٧%).
١٠. جاء ترتيب المواقع الإخبارية الالكترونية كما يلي: أخبار مصر، مصراوى، المحيط، رصد للأخبار، رصد للأنباء.
١١. جاء الإعجاب بنسبة (٦٧%) فى مقدمة الطرق المستخدمة للتعبير عن الرأى عندما يتم طرح الأخبار، يليه التعليق بنسبة (١٩%) والمشاركة بنسبة (١٤%).

المراجع:

١. إبراهيم سمير على. "استخدامات الشباب المصرى للمدونات الإلكترونية على الإنترنت (دراسة مسحية)"، **رسالة ماجستير** غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس- كلية الآداب، ٢٠١٠).
٢. إبراهيم محمد أبوالمجد فرج. دور الصحف المصرية فى تشكيل اتجاهات المراهقين نحو العدوان الأمريكى على العراق، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة، (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٥).
٣. آمال الغزاوى، "الأطر الخبرى لضحايا الصراع الفلسطينى الإسرائيلى على الفضائيتين الفلسطينية والإسرائيلية- دراسة تحليلية مقارنة"، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة: مجلد ٥، عدد١، ٢٠٠٤).
٤. أميرة صابر محمود. "دور وسائل الإعلام فى توفير المعلومات وتوعية المواطنين

وقت الأزمات: دراسة ميدانية تطبيقية على أزمة أنفلونزا الطيور"، **المؤتمر** السنوى **الحادى عشر وقت الأزمات والكوارث**، (جامعة عين شمس: كلية التجارة، ٢٠٠٦).

٥. بسنت عبدالمحسن عبداللطيف، "تصميم صحيفة الكترونية لتلامى المرحلة الإعدادية"، **رسالة ماجستير** غير منشورة، (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٥).

٦. جيهان يسرى ابوالعلا. "مصادر معلومات الجمهور المصرى عن أحداث انتفاضة الأقصى"، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، العدد الثانى، (جامعة القاهرة: مركز بحوث الرأى العام، ٢٠٠١)

٧. حاتم محمد عاطف عبدالخالق سعد. "العلاقة بين استخدم المراهقين سن ١٤-١٧ سنة للإنترنت وهو يتهم الثقافية"، **رسالة ماجستير** غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٤).

٨. حسن عماد مكاوى وليلى حسين: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨)

٩. حسن عماد مكاوى. "استخدامات التليفزيون وإشباعاته فى سلطنة عمان"، **مجلة بحوث الاتصال**، العدد الثامن، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٩٩٢)

١٠. حسن عماد مكاوى. **الإعلام ومعالجة الأزمات**، الطبعة الأولى، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥)

١١. حلمى محمود محسب: "إخراج الصحف الالكترونية على شبكة الإنترنت"، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة، (جامعة جنوب الوادى: قنا، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٠٤).

١٢. حمدى شعبان. **الإعلام الأمنى وإدارة الأزمات والكوارث**، (القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، ٢٠٠٥)

١٣. حنان يوسف. "القضائيات العربية وإدارة الأزمات: معالجة الفضائيات العربية لأزمة العراق- حالة احتلال بغداد- دراسة مسحية مقارنة"، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر: **المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام**، ط١، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥)

١٤. خالد صلاح الدين حسن على. جور التليفزيون والصحف فى تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١).

١٥. دينا يحيى. "تأثير أبعاد الإطار الإعلامى للصحف المصرية على معالجة قضايا الرأى العام: دراسة فى إطار نظرية تحليل الأطر الإعلامية"، فى: **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤)

١٦. رانيا محمد حيدر، "الخريطة الإدراكية للرأى العام المصرى تجاه الصراع الأمريكى العراقى من ١٩٩٠ حتى مارس ٢٠٠٣، **رسالة ماجستير** غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٦).

١٧. رباب رأفت الجمال. "دور الصحف المستقلة فى تشكيل اتجاهات الشباب الجامعى نحو قضايا الفساد"، دراسة ميدانية، **المؤتمر العلمى التاسع، كلية الإعلام**، جامعة القاهرة مايو ٢٠٠٣.

١٨. رفعت محمد البدرى، "تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحافة المطبوعة فى مصر"، مستقبل وسائل الإعلام العربية، **المؤتمر الحادى عشر لكلية الإعلام**، القاهرة، ٢٠٠٥.

١٩. سمر إبراهيم أحمد عثمان. دور الأطر الخبرية بالصحف فى تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية، **رسالة ماجستير**، غير منشورة، (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس، ٢٠٠٥).

٢٠. السيد بهنسى حسن. "مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات"، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، العدد الرابع، (جامعة القاهرة: مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام، ٢٠٠٠)، ص٣.

٢١. السيد بهنسى حسن. "مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات"، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ٢٠٠٠.

٢٢. سيد عليوة. "**الأزمات والكوارث: حلول علمية وأساليب وقائية**"، (القاهرة: مركز القرار للاستشارات، ١٩٩٧)

٢٣. صالح العنزى، "إخراج الصحف السعدية الإكترونية فى ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة، (الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعة والإعلام، ٢٠٠٦)، http:www.alrivadh. com/2066/04/02/article43099. s. html تاريخ الإطلاع ٢٠٠٦/٢/٢٤.

٢٤. عادل صالح. "هل الإعلام أداة للصراع؟ دراسة لتغطى الأهرام والمصرى اليوم لأزمة مقتل مروة الشربينى فى ألمانيا"، ورقة بحثية فى **مؤتمر الإعلام والأزمات.. الرهانات والتحديات**، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، ١٣-١٤ ديسمبر ٢٠١٠.

٢٥. عادل عبدالغفار. "مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث الحادى عشر من سبتمبر وتوابعها"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، العدد العشرون، ٢٠٠٣

٢٦. محمد أحمد إبراهيم. "الأطر الخبرية للانتفاضية الفلسطينية وتأثيراتها المعرفية والوجدانية على قراء الصحف"، بحث مقدم **للمؤتمر العلمى السنوى الثامن: الإعلام وصورة العرب والمسلمين**، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول ٢٠٠٢، ص١- ٧٥).

٢٧. محمد سعد إبراهيم. الأطر الخبرية للانتفاضة الفلسطينية وتأثيراتها المعرفية والوجدانية على قراء الصحف، **المؤتمر العلمى السنوى الثانى**، الجزء الأول (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٢).

٢٨. محمد شومان. "إشكاليات فى مسار تطور إعلام الأزمات والكوارث"، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، العدد الثالث، (جامعة القاهرة: مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام، ٢٠٠١).

٢٩. محمد عبدالحميد. **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، طبعة أولى (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧).

٣٠. نعيم سعد زغلول. الإعلام الإلكترونى فى مصر. **الواقع والتحديات، تقارير معلوماتية** السنة الرابعة، العدد ٣٨، القاهرة: مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، فبراير، ٢٠١٠)

31. Auerbach, Y.& Bloch- Elkon, Y., Media Framing and foreign policy: The elite press vis avis US policy in Boosnia, 1992-1995. **Journal** of **Peace Research**, 42 (1), 2005,

32. Beth Simone Noveck, Electronic Communication and Electronic Democratic, **Democratization**, Spring 2000, Vol. 7 Issue 1.

33. Bullock, H. E., Wyche, K. F.& Williams, W. R., Media Images of the poor. **Journal of Social Issues**, 57 (2), 2001.

34. Daft, R. L.& Lengel., R. H, (1986): Organizational information requirements, media richness and struch No. 4 design, **Management Science**,.

35. Dietram A. Scheufele& David Tewksbury, Framing, Agenda- setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models, **Journal of Communication**. Vol. 57, 2007

36. Eliza. Tanner, Chilen Conversions: Internet forum Participate augusto Pimochet, detention, **Journal of communication**, Summer 2001, Vol. 51 Issue 2,

37. K. J. Elias. "A mutually beneficial relationship: John F., Kennedy, Network television news and foreign crises 1961- 1963", **PhD** Thesis, Rutgers The State University of News Jersey, 2004.

38. K. M. Ryan. "The face of faith during national crisis: News coverage of faith and religion following September 11, 2001", **PhD** Thesis, (Regent University: 2004).

39. Lincoll Dahlbrg, The Internet and Democratic discourse: Exploring the prospects of on line deliberatide forums extending, the public sphere, information, **Communication and Society** Dec. 2001, Vol. 4, Issue 4,

40. Marin Lister, New Media: A critical Introduction, London: Roultedge, 2003.

41. Michael Francis, Aspects of form in the design of Web sites: surface affordances and hidden depths, **PhD**, University of Connecticut, Mass Communications,Vol. 66-, 2005.
42. Pan, Z.& Kosicki, G. M., Framing analysis: An approach to news discourse, **Political Communication**, 10, 1993.
43. Peter Dehlberg, television and the public sphere: **Citizenship democracy and the media**, London: Cege publication 1995,
44. Qiping, Hu and Others. Cognitive Processing of News and Advertising Information on a Chinese Portal Sina. Com: A Think Aloud Protocol Analysis, **International Communication Association**, Seoul, Korea. July 2002. www. Empiricom. org/neports. htm 21/11/2007.
45. Scheufele, D. A., Agenda- setting, priming, and framing revisited: another look at cognitive effects of political Communication, **Mass Communication Society,** 3 (2/3), 2000,
46. Semetko, H. A.& Valkenburg, P. M., Framing European politics: A content analysis of Press and television news, **Journal of Communication**, 50 (2), 2000.
47. Shaungyue Zhang and Andy J. Merolla, Dealectics and Disclosure: Cummicating Dislike of Clas Frients. R. antic Partners, paper presented at the **annual meeting of the International Communication Association**. Sheraton New York, New York City. Ny, online <PDF>. 2006-10-05 <http: //www. allacademic. com/meta/ p13290 index. html. p15. تاريخ الاطلاع ٨/٥/٢٠٠٧
48. Tom Kelleher, Publich relations roles and Media Choice, **Journal of Publid Relations Research**, Vol. 13 No. 4.
49. University of Twente, **Communication theories, Media Rechness Theory**, University of Twente, The Netherlands, Op. Cit, no. page.
50. University of Twente. **Communication Theories**, Media Richness Theory, The Netherlands Last modified on, 9/09/2004.