

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي "16"

"دوافع وأنماط تفاعل الشباب مع المحتوى الإعلامي الرقمي عبر شبكات

التواصل الاجتماعي" "18"

إعداد: طارق خاتم العتيبي "16"

الرقم الأكاديمي: 232001632

إشراف: "16"

د. توفيق عمري

"13" 2026

Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Media

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media

Title the study".."

Prepared by: name Tarik k Alotaibi

ID:232001632

Supervised by:

Dr. Tewfik amri

دوافع وأنماط تفاعل الشباب مع المحتوى الإعلامي الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

إشكالية الدراسة :

تتبلور مشكلة البحث في تصاعد الاعتماد اليومي لفئة الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للمعلومات والترفيه والتفاعل الاجتماعي.

1/ ما الدوافع التي تدفع الشباب الى متابعة والتفاعل مع المحتوى الإعلامي الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي
2/ وماهي الأنماط الأكثر شيوعا لهذا التفاعل الذي بات جليا في الاونه الأخيرة مع كثرة برامج وتطبيقات التواصل الاجتماعي ؟

3/ الى أي مدى تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل سلوك الشباب واتجاهاتهم من خلال المحتوى الإعلامي الرقمي؟

4/ كيف تختلف أنماط تفاعل الشباب مع المحتوى الترفيهي و المعرفي والتعبير عن الراي

مأثر خصائص المحتوى الإعلامي الرقمي (السرعة - التفاعلية - التنوع) في جذب الشباب وزيادة التفاعل

5/ هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع وأنماط التفاعل تعزى للمتغيرات الديمغرافية (مثل: الجنس، العمر، المستوى التعليمي)؟

تساؤلات الدراسة:

"ما دوافع وأنماط تفاعل الشباب مع المحتوى الإعلامي الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟"

: تساؤلات خاصة بالاستخدام والمحتوى

1. ما أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل الشباب لمتابعة المحتوى الإعلامي الرقمي؟
2. ما نوعية المحتوى الإعلامي الرقمي (سياسي، رياضي، ترفيهي، توعوي، ثقافي) الأكثر تفضيلاً ومتابعة من قبل عينة الدراسة؟
3. ما أنماط تفاعل الشباب مع المحتوى الإعلامي الرقمي (تفاعل سلبي: كالقراءة والمشاهدة الصامتة، أم تفاعل نشط: كالإعجاب، التعليق، إعادة النشر، وصناعة محتوى)
4. ما درجة كثافة تفاعل الشباب (معدل الوقت والجهد المبذول) مع هذا المحتوى يومياً؟
5. هل توجد فروق في دوافع وأنماط تفاعل الشباب مع المحتوى الرقمي تعود للمتغيرات (الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي)؟
6. ما طبيعة العلاقة المرتبطة بين دوافع الاستخدام (لماذا يتابعون) وأنماط التفاعل (كيف يتصرفون) لدى عينة الدراسة؟
7. ما مدى الفائدة المتوقعة (النفسية والاجتماعية والمعرفية) للشباب جراء تفاعلهم مع المحتوى الإعلامي الرقمي؟

أسباب اختيار الموضوع:

- أهمية الفئة المستهدفة: تمثل الشباب والأكثر نشاطاً واستخداماً للتكنولوجيا في المجتمع، وفهم سلوكياتهم يساعد في فهم اتجاهات المجتمع المستقبلية.
- التحول من التلقي إلى التفاعل فرضت شبكات التواصل الاجتماعي واقعاً جديداً حوّل الشاب من مستهلك سلبي للمادة الإعلامية إلى شريك في إنتاجها وتوجيهها، مما يتطلب دراسة هذا التحول النوعي في طبيعة "الجمهور الرقمي".
- ندرة الدراسات التي تربط بين "الدافع" و"السلوك التفاعلي" ولماذا يتصفح الشاب (الدوافع) وكيف يتصرف (الأنماط: إعجاب، تعليق، صناعة محتوى).
- رصد المخاطر والفرص: وللمساعدة في تشخيص الأنماط السلبية للتفاعل (مثل الانجرار خلف الشائعات أو التفاعل السطحي) مقابل الأنماط الإيجابية (كالتوعية والمشاركة المجتمعية)، مما يساهم في تعزيز الوعي الرقمي.
- التخصص الأكاديمي: رغبتني في إثراء تخصصي (سواء كان إعلام رياضي، في الفن، أو ثقافي) بدراسة ميدانية حديثة.

اهداف الدراسة:

- 1 التعرف على واقع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، وتحديد المنصات الأكثر جاذبية لهم لمتابعة المحتوى الإعلامي الرقمي.
- 2 رصد وتصنيف دوافع تفاعل الشباب مع هذا المحتوى، والتمييز بين الدوافع (المعرفة والتعلم والتسلية).
- 3 تحديد أنماط السلوك التفاعلي للشباب تفاعل منخفض كالمشاهدة، تفاعل متوسط كالإعجاب والمشاركة، تفاعل مرتفع كصناعة المحتوى والتعليق.
- 4 الكشف عن طبيعة العلاقة الارتباطية بين نوع الدافع لدى الشاب والنمط التفاعلي الذي يمارسه.
- 5 رصد الفروق الإحصائية في دوافع وأنماط التفاعل والتي قد تعود للمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي).
- 6 رصد المخاطر والفرص: يساعد البحث في تشخيص الأنماط السلبية للتفاعل (مثل الانجرار خلف الشائعات أو التفاعل السطحي) مقابل الأنماط الإيجابية (كالتوعية والمشاركة المجتمعية)، مما يساهم في تعزيز الوعي الرقمي.
- 7 الاهتمام الشخصي و كباحث في تفسير ظاهرة اعيشها يومياً في محيطي الشبابي، ومحاولة إخضاعها للملاحظة العلمية بدلاً من الانطباعات الشخصية.

الدراسات السابقة:

1/ مي عبد الفتاح محمود ابو الفتوح * يوليو 2025

كلية الآداب، قسم الإعلام، شعبة الصحافة، جامعة المنصورة

ويهدف هذا البحث إلى المساهمة في دمج المحتوى القصير والمرئي، كما يتم عرضه عبر أجهزة التواصل الاجتماعي، في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الوعي السياحي. ويعتمد الإطار النظري على كل نظرية لتفسير المعلومات التي تفسر الدوافع العلمية لدى الجمهور من أجل الحصول على محتوى خدمة اهتماماتهم السياحية، ويعتمد الاعتماد على وسائل الإعلام التي يمكن أن تتوقف مؤقتاً وتكامل المحتوى الإعلامي الذي يؤثر في بناء الاتجاهات والسلوكيات السياحية.

نظراً للدراسة على أساس الوصفي التحليلي، وتم تطبيق استبيان الإلكترونيات على إنشاء مكون من 400 شاباً وشاباً من مستخدمي منصات "فيسبوك" و"تيك توك" الذين يتعرضون للمحتوى السياحي. تناولت دراسة تحليلية تناسب بين اتجاهات هذا المحتوى وتأثيره في رفع مستوى الوعي الشعبي من خلال الثقافة والسلوكية الأبعاد.

(وتفيد الدراسة في الاهتمام بالمحتوى السياحي الموجه للشباب على منصات التواصل، من خلال توظيف العناصر المدمجة بين النصوص والمرئية الجريئة الرائعة، المدعومة بمصادقية وتنوع، بما في ذلك ما يسهم في اتجاهات التغذية الإيجابية نحو السياحة الداخلية الرائعة. السابقة)

2/ د. عقبة عبدالنافع العلي

1 دكتوراه في العلاقات العامة والإعلان، المملكة العربية السعودية.

هدفت الدراسة لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الشباب، واعتمدت الدراسة على تفسير المعلومات والبيانات بطريقة علمية تساهم في عكس ذلك الدور الذي يساهم في بناء قدرات الشباب الفكرية والثقافية حسب العادات والتقاليد والعقيدة الدينية وشملت الدراسة ثلاثة مباحث: المبحث الأول يتناول مواقع التواصل الاجتماعي والمبحث الثاني يتناول أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها، والمبحث الثالث يتناول مفهوم الثقافة والمبحث الرابع يتناول الوعي الثقافي لدى الشباب.

بنيت الدراسة أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في توفير المعلومات لدى المجتمعات بصورة عامة ومجتمع الشباب بصفة خاص.

تفيد الدراسة أن معظم الشباب الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في رفع قدراتهم الفكرية ووعيهم الثقافي.

تفيد الدراسة في توفير التقنيات الحديثة لفئة الشباب بسهولة ويسر حتى يستفيدوا منها في تشكيل ثقافتهم بوعي.

يجب على الشباب الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي بصورة إيجابية.

خلاصة

تقوم بتحديد مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على الطرق التي يقوم بها الشباب المصري على الهواتف الذكية، معرفة أهمية وأنماط ومجالات التعرض للتكنولوجيا النقلة، وطبيعة المواقف الاجتماعية - النشاط والمكان والتوقيت - لاستخدام الهواتف الذكية، ومعرفة استخدام الشباب المصري للأدوات التفاعلية والتي تسمح لها هذه التقنية .

وتسعي الدراسة إلى تحقيق العديد من خيارا تيمكن إجمالها علي النحو التالي : (معرفة جاذبية التي يقوم بها الشباب المصري على الهواتف الذكية، محاولة تحديد الأهمية وأنماط ومجالات التعرض للتكنولوجيا النقلة، معرفة طبيعة السياقات الاجتماعية - النشاط والمكان والتوقيت - استخدام الهواتف الذكية، التعرف على الترتيب وتفضيلات المستخدمين لوسائل الاتصال ومدى اعتمادهم على الهواتف الذكية في الحياة اليومية) .

واعتمدت هذه الدراسة على الطبقات الكيفية التي شملت فهماً محدداً للعلاقة بين الحقيقة والمنهج حيث يقوم بفهم الظاهرة في هذه الأخيرة التي تمت فيها، ويكشف عن معاني العلاقات القائمة في إطار الظواهر الاجتماعية، وأثر هذه العلاقات الأداء على المستوى الاجتماعي، ولذلك كان هذا التمرين مناسب جداً لهذه الدراسة حيث لعب مجتمع الدراسة في الشباب المصري الذي يستخدم الهواتف الذكية والتي تتراوح ما بين 18 و35 شهراً من مختلف المستويات (التعليمية ، الاقتصادية ، الاجتماعية ، الثقافية)، دائمة على المدى الطويل عن (15) فرد من الشباب المصري الذي يستخدم الهاتفية لتصويرها يوميا لمدة (7) أيام

توجد تنوع في الإعلانات التجارية للبحث هناك اختلاف في استخدامهم للهاتف النقال ما بين (الظهرية، المساء)، في حين يقلل استخدامهم للهاتف الذكي في فترة (الصباح) حيث ممكن أسناد هذا التوجه في وسائل التواصل إلى وجود علاقة بين طبيعة عمل الباحثين وتوقيت استخدامهم للهاتف الذكي.

4/

هاني فوزى عبدالغني * 1 ; حمدي احمد على حامد 2 يناير 2025

1 كلية الاعلام وتقنية الاتصال بجامعة جنوب الوادي

2 قسم الإعلام وثقافة الأطفال - كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس - القاهرة - مصر

سعت هذه الدراسة الى قياس كثافة وعرض الشباب المصري للمحتوى الاستفزازي على شبكات التواصل الاجتماعي والتعرف على سبب عرض الشباب المصري للمحتوى الاستفزازي على شبكات التواصل الاجتماعي والتعرف على تطبيقات الشباب مع المحتوى الاستفزازي وقياس تأثير الاستفزازي على مشاعر ومزاج الشباب المستخدمين ورصد أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها المؤثرين في نشر محتوى وهم ورصد تشغيل المحتوى الاستفزازي على مواقع التواصل الاجتماعي ومراقبة أنواع المحتوى الاستفزازي المختلفة والكشف عن التعامل مع المحتوى الاستفزازي وذلك باستخدام منهج المسح الاعلامي بشقيه التحليلي والميداني فا الدراسة التحليلية استخدم منهج المسح لعينة من صفحات "فيسبوك وإنستغرام" التيكتك المحتوى الاستفزازي الذي يطلع عليه المصري في الفترة اللاحقة، وفي الدراسة يمكن استخدام منهج المسح لعينة الشباب المصري سن (18 - 40) على تحديدها (400) مفردة من المستخدمين، واستخرجت مجموعة الدراسة إلى نتائج البحث في التالي: توك" للمرتبة الأولى كأكثر المنصات الرقمية التي تعرض محتوى استفزازي، وذلك حسب ما يراه نتائج الدراسة، حيث جاء حيث جاءت في الترتيب الأول الذي توك على رأس القائمة - عين الدراسة - كأكثر المنصات الرقمية التي تم عرضها استفزازي"

تفيد الدراسة على ان الشباب لا يفضلون متابعة المحتوى الاستفزازي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث الدراسة أن سبب عدم تفضيل المبحوثين لمتابعة المحتوى الاستفزازي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في الترتيب الأول ينشر أفكار لا تناسب مجتمعنا .

المعيد بقسم العلوم التربوية والنفسية كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

2 استاذ الصحة النفسية المتفرغ كلية التربية جامعة المنصورة

3 استاذ علم النفس المعرفي المتفرغ كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

4 أستاذ الصحة النفسية المساعد ورئيس قسم الصحة النفسية كلية التربية- جامعة المنصورة 2014

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة الارتباطية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعية والعوامل الخمسة الكبرى في الشخصية قدمت الدراسة دراسة تحليلية وصفية لاستخدام كل نمط من أنماط الشخصية (العصابية- الانبساطية - المتفتح للخبرات - يقظة الضمير- الطيبة) لمواقع التواصل الاجتماعي. وتكونت عينة الدراسة في صورتها النهائية من (600) طالب و طالبة من طلاب جامعة المنصورة. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي الارتباطي المقارن ، لدراسة الظاهرة محل الدراسة وبينت نتائج الدراسة الوصفية لأنماط الشخصية وتأثيرها علي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي, كما انه تتباين درجات الطلاب باختلاف أنماط الشخصية في كل من مده الاستخدام , وعدد الاصدقاء , وعدد المجموعات المشترك بها , وعدد الاحداث التي حضرها , وعدد المجموعات والصفحات التي انشأها

تفيد الدراسة قدرة المواقع والشبكات الاجتماعية على حشد الشباب نحو فكرة او موضوع او قضية او حدث ما لم تنل مواقع التواصل الاجتماعي اهتماما كبير كما في البحوث العربية ,رغم دورها وأهميتها في حياة العديد من الشباب والمراهقين وتأثيرها فيهم وفي شخصياتهم .

نيرة أحمد الممجد شبايك 2024

مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة

يهدف هذا البحث إلى رصد تأثير متابعة محتوى صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي على تبني سمات نموذج القدوة لدى الشباب المصري. ورصد مدى رضا الشباب المصري عن واقعه المعيش في ظل هذا الزخم من المعايير المختلفة لجودة الحياة التي تعرضها صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي. والمؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي نماذج من الأشخاص يقدمون محتوى معيناً في مجالات مختلفة من الحياة عبر صور وفيديوهات قصيرة ومقالات وتدوينات تحصل على أعداد كبيرة جداً من المتابعين تصل لبضع ملايين.

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة متابعة الشباب المصري لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، ك (يوتيوب، فيس بوك، الإنستغرام)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح ، ونظرية التعلم الاجتماعي؛ و تم إجراء مسح بالعينة؛ وذلك لكبر حجم مجتمع الدراسة، وصعوبة حصره حصراً شاملاً.

تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في مستخدمي صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب جيل (Z)؛ حيث تم سحب عينة عمدية من الشباب المصري من مواليد 1999 حتى 2006، وهو سن الجامعة وبداية التحكم الكامل في اختيارات المستقبل للشباب، قوامها 275 فرداً.

تفيد الدراسة وافع وأسباب متابعة المبحوثين لصفحات المؤثرين هي التسلية وقت الفراغ كدافع أول، ثم كانت الرغبة في الإلمام بما يحدث على مواقع التواصل الاجتماعي، ثم كان دافع الاستفادة في الأمور الشخصية حسب المحتوى الذي يقدمه المؤثر وجاء دافع تقليد نمط حياة المؤثر في المرتبة الأخيرة.

المؤلفون

أحمد عادل عبد الفتاح محمد * 1 ؛ شريف درويش اللبان 2 ؛ أحمد بهي السيد 3

1 مساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة

2 أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال كلية الإعلام – جامعة القاهرة

3 أستاذ علم النفس وعلم كلية التربية النوعية بالمنصورة وفرعيها بميت غمر و منية النصر السابق

يعمل البحث على تحديد أهم العناصر ومؤشرات والمحاح التفاعلية ومستوياتها المختلفة وأبعادها التي تستخدمها مواقع الشبكات الاجتماعية والمقارنة مع بعضها البعض، ورصد مدى فائدة مواقع الشبكات الاجتماعية من العناصر البنائية التفاعلية التي توفرها على الإنترنت، واعتمدت الدراسة على الشكل الوصفي بشقة التحليل حيث استخدم أداة تحليل الشكل بالفيديو من مواقع الشبكات الاجتماعية الدقيقة الدراسة (الفيديو بوك -اليوتيوب)، في الفترة من 2012/6/1 حتى

6/30

تفيد الدراسة في ومساهم التكنولوجيا المتتابة في الصناعة في تسجيل الدخول في عصر جديد والثورة التي أحدثت تطوراً عبر الإنترنت في مجال الاتصال الشامل في مجالات الاتصال وشكلتاً جديداً من الاتصال مع وجود أداة تكنولوجية تتوسط التوافق بين الطرفين –المرسل والتلقي

/8

هند التويجري * 1؛ ابتسام العودة * 2

1جامعة الملك سعود- كلية التربية- مدينة الرياض- المملكة العربية السعودية

2قسم السياسات التربوية- كلية التربية- جامعة الملك سعود- الرياض- المملكة العربية السعودية

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تعزيز الملمات لمهارات التربية الإعلامية، والكشف عن التحديات التي تواجههن في تعزيز مهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة المتوسطة من وجهة نظرهن، وكذلك الكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة تُعزى لمتغيري (سنوات الخبرة، والتخصص العلمي)، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، والاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتضمن مجتمع الدراسة من جميع ملمات المرحلة المتوسطة بالمدارس الحكومية للبنات بمدينة الرياض والبالغ عددهن (7235) معلمة، وطبقت على عينة مكونة من (367) معلمة تم اختيارهن بالطريقة العشوائية البسيطة.

وأظهرت الدراسة النتائج التالية: أن هناك موافقة بشدة بين أفراد عينة الدراسة على واقع تعزيز الملمات لمهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة المتوسطة من وجهة نظرهن، حيث تأتي مهارات الوصول للرسائل الإعلامية وتحليلها ونقدها بالمرتبة الأولى، يليها مهارات إنتاج ونشر الرسائل الإعلامية، وأن هناك موافقة بين أفراد عينة الدراسة على التحديات التي تواجه الملمات في تعزيز مهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة المتوسطة من وجهة نظرهن، ومن أبرز تلك التحديات: كثرة المهام والأعمال المطلوبة من الملمات التي تحد من تعزيز مهارات التربية الإعلامية لدى طالباتهن، وقلة توفر المصادر داخل المدرسة التي تساعد الطالبات في إنتاج الرسائل الإعلامية، وأظهرت النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول الدرجة الكلية لمحوري: واقع تعزيز الملمات لمهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة المتوسطة، ومحور التحديات التي تواجه الملمات في تعزيز مهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة المتوسطة باختلاف متغيري (سنوات الخبرة، والتخصص العلمي).

تفيد الدراسة في هناك تفاعل من متوسطي الاعمار مع مواقع التواصل الاجتماعي وان كان هناك صعوبة في تعلم التواصل الإعلامي بشكل منفرد مراحل التعليم المتوسطة . /

9/ أيوب إبراهيم أرباب آدم أ. د. مختار عثمان الصديق 2

محاضر، قسم الراديو والتلفزيون، جامعة الجنية، السودان.

2 أستاذ، قسم الراديو والتلفزيون، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

تاريخ النشر: 2023/01/01 تاريخ القبول: 2022/12/05م

تناولت الدراسة فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السوداني دراسة حالة عينة عشوائية قليلة من الشباب متابعي ومشاهدي فيديوهات الإنترنت عبر الوسائط المختلفة. هدفت الدراسة إلى معرفة فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب في ولاية غرب دارفور، وأيضاً التعرف على مدى الاستفادة من فيديوهات الإنترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، والكشف عن إيجابيات وسلبيات فيديوهات الإنترنت لدى المجتمع. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يتسم بارتباطه بالأهداف الوصفية للدراسة والاختبار الأفضل للعينات والفئات المختارة من المجتمع في ولاية غرب دارفور.

كما استخدم الباحث أداة الاستبانة والملاحظة لهذا الغرض، كما تمحور مشكلة الدراسة في ما فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السوداني دراسة حالة ولاية غرب دارفور.

احتوت الدراسة إطاراً نظرياً تناولت الفيديوها ووسائل الاتصال الجماهيري، وأيضاً الوعي السياسي في السودان، وقد تم تعزيز الدراسة النظرية بدراسة ميدانية توصلت إلى نتائج أهمها: أن غالبية أفراد العينة يشاهدون فيديوهات الإنترنت لزيادة الوعي السياسي، والأوضاع الإنسانية، وأيضاً غالبية أفراد العينة يشيرون إلى مشاهدة فيديوهات الإنترنت شيء إيجابي لزيادة الوعي السياسي لديهم. وأيضاً توصلت إلى أن المبحوثين يتقنون فيما يقدم لهم من معلومات عبر فيديوهات الإنترنت.

تفيد الدراسة على شركات الاتصالات توفير شبكة إنترنت قوية للتغلب على ضعف الشبكة في بعض الأحيان، وتقليل تكلفة باقات الإنترنت إلى أسعار معقولة وعدم العشوائية في زيادة الأسعار، وأيضاً على الدولة القيام بدورها تجاه ناشري الفيديوها

/10

م.د. خمائل زيدان خلف 9/2024

يعيش العالم اليوم نتائج تكنولوجيا الإعلام والانترنت والتي غيرت من مسار العملية الاتصالية التقليدية واصبح لتطبيقات الإعلام الجديد دور مهم في نشر المحتويات المختلفة ولاسما الأحداث السياسية المتلاحقة اذ استفادت معظم الصحف والفضائيات التلفزيونية من شبكات التواصل الاجتماعي في بث محتواها الإعلامي لتصل إلى اكبر عدد من الجمهور، وقد قدمت هذه المواقع نمطاً حديثاً من اشكال الاتصال وهو الاتصال الثنائي الاتجاه أو ما يسمى بالاتصال التفاعلي والذي من اهم سماته إتاحة المشاركة والتفاعل النشط سواء بين المستخدم والوسيلة أو بين المستخدمين انفسهم وتلبية حاجات الافراد المتلقين حسب اهتماماتهم وتفضيلاتهم. والمحتوى الإعلامي السياسي بشكل عام يتميز بانه جماهيري ويخاطب مختلف قطاعات المجتمع ويحظى باهتمام الشباب لما يقدمه من أحداث لحظة وقوعها مع إمكانية التفاعل مع هذا المحتوى.

يفيد البحث في الاعلام والانترنت مرتبط بشكل وثيق ويساعد في انتقال الخبر بالسرعة المطلوبة والجودة في النشر

نظرية الدراسة

هي نظرية الاستخدامات والإشباعات تتعامل مع الشاب كجمهور نشط وواعٍ، يختار المحتوى الرقمي والمنصة الاجتماعية بمحض إرادته لتلبية احتياجات معينة، وليس كمتلقٍ سلبي.

الفرضيات الأساسية للمقاربة الرقمية الجمهور نشط:

الشباب يختارون منصات معينة (مثل تيك توك، إنستغرام) بناءً على رغبة مسبقة الوعي بالاحتياجات يمتلك الشباب القدرة على تحديد دوافعهم (ترفيه، معرفة، تواصل) من وراء استخدام هذه المنصات المنافسة بين الوسائل: تتنافس شبكات التواصل مع وسائل الإعلام التقليدية (والأنشطة الحياتية) لإشباع رغبات الشباب

. المتغيرات المنهجية المطبقة على الدراسة لتحويل النظرية إلى إطار عملي يتم تقسيمها إلى ثلاثة محاور متكاملة:

[الاحتياجات الاجتماعية والنفسية] ◀ [الدوافع (طقوسية/نفسية)] ◀ [الإشباعات المحققة (محتوى/عملية)]

أ. الدوافع وهي المحرك الأولي للاستخدام، وتنقسم في البيئة الرقمية إلى دوافع نفسية محددة وموجهة لاكتساب معرفة، مثل متابعة الأخبار، أو تعلم مهارة، أو البحث عن فرصة عمل دوافع طقوسية غير موجهة، ترتبط بتمضية الوقت، والهروب من الملل، والبحث عن التسلية أنماط التعرض والتفاعل وهي الكيفية التي يترجم بها الشباب تلك الدوافع سلوكياً عبر الشبكات كثافة التعرض: عدد ساعات الاستخدام اليومية ومعدل التصفح مستوى التفاعلية: الانتقال من الاستهلاك الصامت (المشاهدة) إلى التفاعل النشط (التعليق، المشاركة، إنتاج المحتوى) الإشباعات المحققة للنتيجة النهائية والفوائد التي يحصل عليها الشاب بعد التفاعل، وتنقسم إلى إشباعات محتوى الرضا عن المعلومات والأفكار التي تم الحصول عليها إشباعات عملية (العملية الاتصالية نفسها اللذة المتحصلة من التكنولوجيا نفسها، مثل الشعور بالاندماج، والراحة النفسية أثناء التصفح، واكتساب مكانة رقمية (الشهرة/اللايكات). نظريات مساندة (اختيارية لدعم البحث)، ويمكنني دمج نظرية ثانية وتسمى المقاربة التكاملية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: إذا تطرقنا إلى وقت الأزمات أو كيف يغير المحتوى الرقمي مواقف الشباب السياسية أو الاجتماعية أو نظرية الثراء الإعلامي كيف تؤثر الميزات التقنية (الفيديو، البث المباشر، الصوت) على قرار الشباب بالتفاعل.

نوع الدراسة

الدراسات الوصفية

لأنها تسعى إلى رصد، وتوثيق، وتحليل واقع قائم بالفعل (وهو دوافع تفاعل الشباب وأنماط سلوكهم عبر المنصات الرقمية)، وتحديد الخصائص الديموغرافية والاجتماعية المرتبطة بهذا السلوك دون التدخل فيه أو تعديله.

منهج الدراسة

منهج المسح : وتحديدًا مسح جمهور وسائل الإعلام.

السبب: يتيح هذا المنهج جمع بيانات كمية ونوعية من عينة ممثلة لجمهور الشباب، مما يساعد على تعميم النتائج، ورصد وتفسير العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة (مثل: العلاقة بين نوع المنصة ونمط التفاعل).

عينة الدراسة

عينة غير احتمالية متاحة أو قصدية أو عينة كرة الثلج نظراً لأن توزيع الاستبيان سيتم رقمياً عبر شبكات التواصل الاجتماعي نفسها لضمان الوصول للمستخدمين الفعليين حجم العينة المقترح: يفضل ألا تقل عن 20 إلى 25 مفردة من الشباب (ضمن الفئة العمرية من 18 إلى 35 سنة) لضمان دقة المؤشرات الإحصائية عند التحليل.

أدوات الدراسة

(الإجراءات المنهجية) لتكتمل الصورة المنهجية في خطة بحثك، يتم تحديد الأدوات والعينة كالتالي: 1. أداة جمع البيانات الاستبيان الإلكتروني هي الأداة المثالية لجمهور الشباب الرقمي محاور الاستبيان المقترحة

المحور الأول: البيانات الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي).

المحور الثاني: عادات التعرض للمحتوى الرقمي (أبرز المنصات، عدد ساعات الاستخدام، الأوقات المفضلة).

المحور الثالث: دوافع التفاعل (مقياس خماسي يضم الدوافع المعرفية، الترفيهية، الاجتماعية، إلخ).

المحور الرابع: أنماط التفاعل (قياس معدل السلوك: سلبي، شبه نشط، إيجابي منتج).