

نظرية الدراسة (منظور الدراسة)

عنوان الدراسة

تأثير محتوى الإعلام المؤثر على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية معارف الأفراد: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة

إعداد الطالبة:

يسرى عبد الكريم شرف الدين

الرقم الأكاديمي:

[232000882](#)

إشراف:

د. توفيق عمر

نظرية الاستخدامات والإشباع

اعتمدت الدراسة الحالية على نظرية الاستخدامات والإشباع، وذلك بالاستناد إلى دراسة الباحثة راييس علي ابتسام من جامعة وهران 1 – الجزائر، والمنشورة في مجلة دراسات جوان عام 2016 بعنوان: نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري).

وتعد نظرية الاستخدامات والإشباع من أبرز نظريات الإعلام والاتصال، حيث ترى أن الجمهور ليس متلقيًا سلبيًا للرسائل الإعلامية، وإنما جمهور نشط يختار وسائل الإعلام التي تحقق له حاجاته ودوافعه المختلفة، سواء كانت معرفية أو اجتماعية أو ترفيهية. وقد ظهرت هذه النظرية على يد الباحث إيليهو كاتز (Elihu Katz) عام 1959، ثم طُورت لاحقًا على يد عدد من الباحثين في مجال الإعلام والاتصال، وأصبحت من أكثر النظريات استخدامًا في دراسات الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.

وترتكز هذه النظرية على أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لتحقيق إشباع مختلف، وأن دوافع الاستخدام تختلف من شخص إلى آخر تبعًا لاحتياجاته واهتماماته، كما تؤكد أن الجمهور يختار الوسيلة الإعلامية التي تحقق له أكبر قدر من الفائدة.

إسقاط النظرية على الدراسة

تُعد نظرية الاستخدامات والإشباع الأنسب للدراسة الحالية؛ لأنها تفسر دوافع استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، وتوضح أن المستخدم يختار الوسيلة الإعلامية والمحتوى الذي يحقق له احتياجاته وإشباعاته المختلفة، ومن بينها الإشباع المعرفي. وانطلاقًا من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إسهام محتوى الإعلام المؤثر عبر منصات مثل سناب شات وتيك توك في تنمية معارف الأفراد في دولة الإمارات العربية المتحدة، وهو ما يتوافق مع مبادئ نظرية الاستخدامات والإشباع.

المرجع

رايس علي، ابتسام. (2016). نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري). مجلة دراسات جوان، جامعة وهران 1، الجزائر.

9- منهج ونوع الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي، لأنه من أكثر المناهج استخدامًا في البحوث الإعلامية، حيث يهدف إلى وصف الظاهرة محل الدراسة وتحليلها وتفسيرها بالاعتماد على البيانات التي يتم جمعها من أفراد العينة، للوصول إلى نتائج علمية دقيقة.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الميدانية؛ لأنها تعتمد على جمع البيانات من أفراد العينة وتحليلها، بهدف التعرف على تأثير محتوى الإعلام المؤثر على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية معارف الأفراد في دولة الإمارات العربية المتحدة.

10- عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على العينة العشوائية، حيث سيتم اختيار مجموعة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة بصورة عشوائية للمشاركة في الدراسة والإجابة عن أسئلة الاستبانة. وتم اختيار هذه العينة

لأنها تتناسب مع طبيعة الدراسة، وتساعد في الحصول على آراء متنوعة تسهم في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

11- أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة الحالية على الاستبانة الإلكترونية بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، وذلك لملاءمتها لطبيعة الدراسة وسهولة توزيعها على أفراد العينة. وستتضمن الاستبانة مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى التعرف على آراء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة حول تأثير محتوى الإعلام المؤثر في تنمية معارفهم، ثم تحليل البيانات للوصول إلى النتائج التي تحقق أهداف الدراسة