

المقاربة النظرية للدراسة:

نظرية التأثير الإعلامي:

نظرية التأثير الإعلامي: هي مجموعة من النظريات التي تفسر كيفية تأثير وسائل الإعلام في أفكار واتجاهات وسلوكيات الجمهور، وتوضح مدى قدرة الرسائل الإعلامية على تشكيل وعي الافراد وطريقة فهمهم للأحداث والقضايا من حولهم.

تطورت نظريات التأثير الإعلامي عبر مراحل، منها:

- نظرية الرصاصة السحرية او الابرة تحت الجلد، التي تفترض ان الرسالة الإعلامية تصنع أثراً فورياً ومباشراً في المتلقي دون مقاومة.

- نظرية التأثير المحدود، أوضحت ان الافراد يتأثرون بأراء الناس من حولهم وبأراء الافراد الذين يتقون بهم ثقة شخصية أكثر من تأثرهم بالرسائل الإعلامية المباشرة.

- نظرية الادراك الاجتماعي، فيها الافراد يتعلمون السلوك من خلال الملاحظة والنمذجة عبر وسائل الاعلام مما يجعلها عامل مؤثر في تشكيل القيم والاتجاهات. (الحلوة، ٢٠٢٥)

باختصار نظرية التأثير الإعلامي تدرس العلاقة بين الرسالة الإعلامية والجمهور وكيف يمكن للإعلام ان يغير المعرفة او الاتجاهات او السلوك.

من خصائص ومميزات هذه النظرية:

- ١- توضح كيف تؤثر الرسائل الإعلامية في الجمهور.
- ٢- تحدد مدى قدرة وسائل الاعلام على تغيير الافراد وآرائهم وسلوكياتهم الاجتماعية.
- ٣- تركز على دراسة كيفية تأثير طبيعة الاستخدام مثل مدة التعرض للوسيلة الإعلامية ونوع المحتوى المتابع في ردات فعل الجمهور وسلوكه.
- ٤- توضح ان تأثير الاعلام لا يكون متساوياً بين الجميع بل يتأثر بالعمر والثقافة والبيئة والخبرات.
- ٥- توضح قدرة وسائل الاعلام على تحديد القضايا المهمة للجمهور وتصور ردة فعلهم وسلوكهم عليها.

إسقاط النظرية على الدراسة:

تم اختيار نظرية التأثير الإعلامي لأنها تتفق مع موضوع الدراسة، بأن وسائل التواصل الاجتماعي لا تقتصر وظيفتها على نقل المعلومات فقط بل تؤثر على تفكير الافراد وسلوكياتهم، وبما ان وسائل التواصل الاجتماعي تعد أحد اشكال الاعلام الرقمي الحديث فإنها قد تؤثر على شكل تفاعل طالبات المرحلة الثانوية وعلاقاتهم الاجتماعية.

وتسعى هذه الدراسة الى الكشف عن أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العزلة الرقمية لدى الطالبات، من خلال معرفة مدى ارتباط كثافة الاستخدام وطبيعته بالتغيرات التي تحدث في التواصل الاجتماعي والتفاعل مع الاسرة والمجتمع، فمع زيادة اعتمادنا على المنصات الرقمية كوسيلة أساسية للتواصل قد تظهر تأثيرات سلبية على العلاقات الواقعية.

و تساعد نظرية التأثير الإعلامي في توضيح كيف انتقل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي من مجرد استخدام اعلامي وتعرض للمحتوى الى تأثيرات سلوكية ونفسية واجتماعية، تتفق مع هدف الدراسة في الكشف عن اثر وسائل التواصل الاجتماعي على العزلة الرقمية لدى طالبات المرحلة الثانوية.

منهج ونوع الدراسة:

اعتمدنا في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لأنه يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها كيفيا أو كميا. فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى. (المشوخى، ٢٠٠٢) ،

يعرف المنهج الوصفي التحليلي بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد عبر فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية تنسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. (الرفاعي، ١٩٩٨)

فهذا المنهج هو المنهج الأكثر استخداما وتوظيفا لدراسنا باعتبار انه يصف الظاهرة ويحلل نسبها ومعطياتها التي حصلنا عليها وتفسيرها.

عينة الدراسة:

العينة القصدية وهي عينة غير احتمالية يختار فيها الباحث افراد عينة دراسته بناء على معرفته الشخصية وبشكل مقصود لخدمة اهداف بحثه.

تم اختيار عينة من طالبات المرحلة الثانوية بمدرسة الثانية والسبعون بمدينة جدة، اخترنا هذه العينة لان هذه الفئة من أكثر الفئات استخداما لوسائل التواصل الاجتماعي وأصبحت تؤثر على حياتهم بشكل كبير. اخترنا عدد (٢٥ طالبة) وزعنا عليهم استمارة الاستبيان.

أدوات جمع البيانات:

إستعنا في جمع بيانات الدراسة باستمارة الاستبيان وبلغ عدد الاستمارات الموزعة على المبحوثين ().

استمارة الاستبيان: هي وسيلة للحصول على إجابات عن عدد من الأسئلة المكتوبة يقوم المستجيب بالإجابة عنها بنفسه، فهو أداة لتجميع البيانات ذات صلة بمشكلة معينة، وذلك من خلال ما يقرره المستجيبون لفظيًا أو كتابيًا في إجاباتهم عن الأسئلة التي يتضمنها نموذج الاستبيان. (سعد، ٢٠٢٤)

الملاحظة: يُقصد بها المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة، وتسجيل الملاحظات والبيانات، والاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة، بهدف تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات. (الموسى، ٢٠٢٢)

استخدمت في ملاحظة النسب.

المراجع

- احمد الرفاعي. (١٩٩٨). *مناهج البحث العلمي، تطبيقات ادارية و اقتصادية*. عمان : دار وائل للنشر .
- خالد الحلوة. (٢٠٢٥). *دراسات التأثير الاعلامي. صحيفة الرياض* .
- د.عبدالله الموسى. (٢٠٢٢). *تعريف الملاحظة في البحث العلمي* . شركة دراسة للبحث العلمي .
- د.يحيى سعد. (٢٠٢٤). *نموذج الاستبيان في البحث العلمي*. شركة دراسة للبحث العلمي.
- محمد سليمان المشوخي. (٢٠٠٢). *تقنيات ومناهج البحث العلمي* . تأليف محمد سليمان المشوخي. القاهرة: دار الفكر العربي .