

مقرر قضايا بحثية
إعداد الطالبة: كريمة البلخي
إشراف الدكتور: محمد الخولي



العنوان:
"تأثير وسائل الإعلام الرقمية على سلوكيات الجمهور
في العصر الرقمي"
دراسة تحليلية على منصات التواصل الاجتماعي

1. المقدمة:

الإعلام الرقمي ، أصبح جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية في العصر الحالي ؛ حيث أثرت منصات التواصل الاجتماعي بشكل عميق على سلوكيات الأفراد ، وعلى طريقة تفاعلهم مع الأخبار والمعلومات ، كما يُعد الإعلام الرقمي أكثر انتشاراً مقارنة بالإعلام التقليدي نظراً لسهولة الوصول إليه ، وتوافره على مدار الساعة. في هذا السياق ، أصبح من الضروري دراسة التأثيرات التي يتركها الإعلام الرقمي على سلوك الأفراد ، وكيفية تأثيره على اتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات الجمهور ، وتقديم رؤى علمية حول هذا الموضوع.

2. مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث ، في دراسة تأثير وسائل الإعلام الرقمية - وبالأخص منصات التواصل الاجتماعي - على سلوكيات الجمهور ، ومع تطور هذه المنصات ، أصبح من الصعب تحديد مدى تأثيرها على الأفراد من حيث توجهاتهم الفكرية ، العاطفية ، والاجتماعية. هذه المشكلة تزداد تعقيداً مع تزايد المعلومات الرقمية ، واستخدام وسائل الإعلام الجديدة التي تساهم في تغيير تصورات الأفراد وسلوكياتهم اليومية ، مما يستدعي دراستها بشكل علمي لتحليل هذه التأثيرات.

3. أهمية البحث

تتبع أهمية البحث ، من الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام الرقمية في تغيير نمط الحياة الحديث ، ومن خلال هذه الدراسة ، يتم تسليط الضوء على كيفية تأثير الإعلام الرقمي على الأفراد والجمهير ، وكيفية تطور سلوكياتهم نتيجة للتعرض المستمر للمحتوى الرقمي. كما يساهم البحث في تقديم رؤية معمقة لصانعي السياسات والمهنيين في الإعلام لفهم تأثيرات الإعلام الرقمي على المجتمع ، واتخاذ قرارات تتناسب مع تطور هذه الظاهرة.

4. أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. فهم تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات الأفراد والجمهير.
2. دراسة العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي ، وسلوك الأفراد في مختلف جوانب حياتهم الشخصية ، والاجتماعية.
3. تقديم توصيات للأفراد والمجتمع حول كيفية التعامل مع الإعلام الرقمي بشكل يحد من تأثيراته السلبية ، ويعزز من الفوائد الإيجابية.
4. تحليل أنماط استخدام منصات التواصل الاجتماعي من حيث التأثيرات النفسية ، والاجتماعية.

5. التساؤلات

تتمحور تساؤلات البحث حول:

1. ما هو تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات الأفراد في المجتمع ؟
2. كيف تساهم منصات التواصل الاجتماعي في تغيير الأنماط السلوكية للأفراد ؟
3. هل تختلف تأثيرات الإعلام الرقمي حسب الفئة العمرية ، أو مستوى التعليم ؟
4. ما هي الآثار النفسية والاجتماعية الناتجة عن التعرض المستمر للمحتوى الرقمي ؟

6. المصطلحات

- الإعلام الرقمي: الوسائل التكنولوجية الحديثة التي توفر منصات إعلامية عبر الإنترنت ، مثل: الشبكات الاجتماعية ، المواقع الإلكترونية ، المدونات ، وغيرها.
- منصات التواصل الاجتماعي: المواقع الإلكترونية التي تتيح للمستخدمين التفاعل مع بعضهم البعض ، مثل: فيسبوك ، تويتر ، وإنستغرام.
- السلوك الرقمي: التصرفات ، والتفاعلات التي يقوم بها الأفراد عبر الإنترنت على منصات الإعلام الرقمي.
- التأثيرات النفسية والاجتماعية: الأثر الذي يحدث للأفراد من حيث التغيرات في المزاج ، العلاقات الاجتماعية ، وطرق التفكير ، نتيجة لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية.

7. منهج الدراسة

ستعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ؛ حيث سيتم جمع البيانات من خلال الاستبيانات ، والمقابلات مع المستخدمين الفعليين لمنصات التواصل الاجتماعي .

سيتم تحليل البيانات ، من خلال أساليب إحصائية لفهم العلاقة بين استخدام الإعلام الرقمي ، وسلوكيات الأفراد ، كما سيتم تحليل المحتوى الرقمي ، وتحديد كيف يؤثر على سلوك الأفراد في مجالات مختلفة.

8. مجتمع الدراسة

مجتمع الدراسة ، يشمل جميع مستخدمي وسائل الإعلام الرقمية في العالم العربي ، مع التركيز على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة ، مثل: فيسبوك ، تويتر ، وإنستغرام ، ويهدف البحث إلى فهم التأثيرات المتنوعة التي تتركها هذه المنصات على سلوك الأفراد في مختلف الأعمار ، والمستويات التعليمية.

9. عينة الدراسة

تم اختيار عينة عشوائية من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، في عمر 18 - 45 عامًا من مختلف المناطق في العالم العربي ، وستكون العينة مكونة من 300 شخص وذلك لضمان تمثيل متنوع للأنماط السلوكية المتأثرة بالإعلام الرقمي ، وستُستعمل العينة لأغراض التحليل المقارن بين فئات سكانية مختلفة.

10. أداة البحث (استبيان)

سيتم استخدام الاستبيان ، كأداة رئيسة لجمع البيانات من المشاركين في البحث ، وسيحتوي الاستبيان على أسئلة تتعلق بأنماط استخدام الإعلام الرقمي ، التأثيرات النفسية والاجتماعية ، والتغيرات السلوكية الناتجة عن التفاعل مع منصات التواصل الاجتماعي ، وسيتم تصميم الأسئلة لتكون مختارة بعناية لتغطية جوانب متعددة تتعلق بالسلوكيات الرقمية.

11. الأساليب الإحصائية

سيتم تحليل البيانات ، باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة ، مثل: التحليل الوصفي ، والانحدار المتعدد لاستخراج العلاقة بين المتغيرات ، وتحليل البيانات ، واستخراج النتائج الهامة التي تعكس تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات الأفراد. سيتم استخدام برامج إحصائية ، مثل:

spss

12. حدود الدراسة

تقتصر حدود الدراسة ، على منطقة جغرافية معينة ، وهي الدول العربية ، وتركز على تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات الأفراد في الفئة العمرية بين 18 و45 عامًا ، كما أن الدراسة تقتصر على استخدام منصات التواصل الاجتماعي الشائعة ، مثل: فيسبوك وإنستغرام ، وتويتر ، مما قد يحد من تعميم النتائج على منصات أخرى ، أو على جمهور أكبر.



Thank You