

مهارات بحثية ٣
إعداد: رغد البلخي
إشراف: د. سنية سبع



عنوان الدراسة :

محمد خليل الرفاعي

مجلة جامعة دمشق-المجلد 27-العدد الأول+الثاني 2011

دور الإعلام في العصر الرقمي
في تشكيل قيم الأسرة العربية
"دراسة تحليلية"

الدكتور محمد خليل الرفاعي*

أولاً - مقدمة:

وضعت وسائل الإعلام والاتصال على اختلاف تعددها وتنوعها وبطريقة تكاد تكون مصيرية، وضعت البشرية في مواجهة عصر جديد يستحق أن يطلق عليه بكل جدارة تسمية (عصر سيادة الإعلام) وإذا كانت هذه المواجهة الحتمية تملك من القدرة ما يجعل البشرية تعترف بأهمية الدور الحضاري للإعلام فإن ذلك الاعتراف ينطلق من الفهم الإنساني لدوره الفاعل في تحقيق عملية الحوار الإنساني الخلاق، وليس على أساس تحويله إلى قنوات للاستلاب والوهم والفوضى وعقد الصفقات التجارية والتأثير في عقول الناس ومشاعرهم عن طريق الإثارة والتحريف وتشويه الحقائق وتزييفها بطريقة تتسجم مع المقاسات المطلوبة المحلية والإقليمية والدولية.

ازدادت أبعاد الدور الإعلامي والاتصالي من خلال الأقطار الصناعية، والبحث المباشر، وزيادة أعداد المحطات الفضائية على نحو لم يكن مسبقاً من قبل، وشيوع شبكة الإنترنت وربطها العالم في شرايين معلوماتية لم تكن متاحة سابقاً، الأمر الذي جعل من الميسور وضع الجمهور في دول العالم كافة عرضة لتأثير وسائله المتنوعة من جهة، وفي موقع المواجهة مع صناع هذا الإعلام ومروجيه وبائعيه، وهو ما يطرح مفهوماً جديداً للإعلام يضاف إلى أدواره السابقة في إطار العولمة (أو ما يطلق عليه العولمة الثقافية) التي تحكم البث الإعلامي والاتصالي. لأن وسائل الإعلام والاتصال تضطلع بدور بالغ الأهمية على مختلف المستويات؛ النظرية والتطبيقية وعلى نطاق واسع في إيصال معطيات الفكر والمعرفة إلى الناس، بلغة وأدوات أكثر نفاذاً وفاعلية في تشكيل فكر المجتمع ووجدانه... وما الاهتمام العالمي بوسائل الإعلام والاتصال صناعة وإنتاجاً وتسويقاً ومتابعة... إلا دليلاً بسيطاً على ما له من أهمية كبرى في التوجيه والتأثير في حياة الأفراد سلباً وإيجاباً⁽¹⁾.

سبب الاختيار :

تم اختيار هذه المقدمة لأنها تقدم رؤية شاملة ومعمقة حول التحولات الجوهرية التي أحدثتها وسائل الإعلام والاتصال في العصر الرقمي، وتأثيرها الواسع على وعي الأفراد وتشكيل قيمهم. كما تتميز بلغة علمية قوية وتحليل دقيق لدور الإعلام في تشكيل الرأي العام والتفاعل الثقافي. وتنسجم المقدمة مع موضوع الدراسة من حيث ربطها بين الإعلام والتغيرات المجتمعية، خاصة في ظل العولمة والانفجار المعرفي. إضافة إلى ذلك، فإنها تبرز أهمية الإعلام كقوة ناعمة لها تأثير مباشر على الأفراد والمؤسسات.

عند كتابة مقدمة الدراسة، هناك اعتبارات علمية ومنهجية يجب الالتزام بها لضمان قوتها وارتباطها بالبحث. وأبرز هذه الاعتبارات تشمل:

١. وضوح الفكرة والموضوع: يجب أن تقدم المقدمة توضيحًا دقيقًا لموضوع الدراسة، مع تحديد المشكلة أو الظاهرة محل البحث.
٢. التدرج المنطقي: تبدأ المقدمة من العام إلى الخاص، أي من الخلفية العامة إلى مشكلة الدراسة، بشكل منسق ومتسلسل منطقيًا.
٣. إبراز أهمية الموضوع: يجب توضيح لماذا يعتبر هذا الموضوع مهمًا من الناحية النظرية أو التطبيقية أو المجتمعية.
٤. عرض الفجوة البحثية: الإشارة إلى الثغرات أو النقص في الدراسات السابقة مما يبرر الحاجة لإجراء هذه الدراسة.
٥. صياغة المشكلة بشكل دقيق: من خلال التساؤل أو التوصيف المباشر للمشكلة البحثية.
٦. ارتباط المقدمة بمكونات البحث الأخرى: كأن تتسق مع الأهداف، والأسئلة، والمنهج، والإطار النظري، مما يضمن التماسك العلمي للدراسة.
٧. توثيق الخلفية النظرية: دعم المعلومات بمراجع علمية حديثة وموثوقة (باستخدام أسلوب توثيق مثل APA أو غيره).
٨. اللغة الأكاديمية: استخدام لغة علمية واضحة، بعيدة عن التكرار أو الحشو، مع تجنب الانفعال أو اللغة الصحفية.
٩. مراعاة حجم المقدمة: لا تكون قصيرة بشكل مخل ولا طويلة بشكل ممل، وعادة ما تكون بين ١٠ إلى ١٥ % من حجم البحث.
١٠. الدقة والحياد: الابتعاد عن التحيز أو التعميمات غير المدعومة، مع الالتزام بالدقة العلمية في الطرح.

كتابة مشكلة دراسة ٥٠٠ كلمة

عنوان الدراسة : الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمي، وتأثير الخوارزميات

مشكلة الدراسة

شهد الإعلام الرقمي خلال السنوات الأخيرة تحولات جوهرية أعادت تشكيل العلاقة بين الأفراد والمعلومة، حيث لم تعد وسائل الإعلام تقتصر على بث المحتوى، بل أصبحت منصات تفاعلية تتيح للأفراد إنتاج وتداول وتقييم الأخبار والمعلومات (الخطيب، ٢٠٢١). وقد أسهم هذا التحول في تغيير آليات تشكيل الرأي العام، لا سيما مع تزايد الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية كمصدر رئيسي للأخبار لدى فئة الشباب (الحمادي، ٢٠٢٠).

ومن أبرز ملامح هذا التحول، اعتماد منصات التواصل الاجتماعي على خوارزميات التوصية التي تقوم بتحليل سلوك المستخدم واهتماماته من أجل تخصيص المحتوى المعروض له. ورغم ما تقدمه هذه الخوارزميات من راحة وسرعة في الوصول إلى المحتوى، إلا أنها تثير مخاوف أكاديمية بشأن التأثير السلبي على التنوع المعلوماتي، واحتمالية تشكّل ما يُعرف بـ "غرف الصدى" التي تُعزز وجهة النظر الواحدة وتُقصي الآراء المختلفة

(سالم، ٢٠٢٢؛ Al-Tayeb, 2019).

لقد أصبح من الواضح أن الاعتماد المفرط على الإعلام الرقمي، في ظل آليات تخصيص الخوارزمية، قد يؤدي إلى نوع من التوجيه غير المباشر للرأي العام، سواء كان ذلك مقصودًا أو نتيجة تراكمات رقمية ضمن أنظمة ذكية مغلقة. وقد أظهرت دراسات ميدانية أن عددًا كبيراً من مستخدمي وسائل التواصل لا يمتلكون وعيًا كافيًا بكيفية عمل هذه الخوارزميات أو مدى تأثيرها في توجيه مواقفهم تجاه القضايا العامة (العنزي، ٢٠٢٣؛

Haddad, 2020).

في ضوء ما سبق، تتبلور مشكلة الدراسة في:

"عدم وضوح التأثيرات الفعلية للاعتماد المتزايد على وسائل الإعلام الرقمي، والخوارزميات المستخدمة في تخصيص المحتوى، في تشكيل الرأي العام لدى مستخدمي المنصات الرقمية، ومدى وعيهم بهذه التأثيرات وأبعادها الاجتماعية والثقافية."

وتكمن أهمية هذه المشكلة في حاجة المجتمعات المعاصرة إلى تعزيز الوعي الرقمي وفهم آليات التأثير الحديثة في بيئة رقمية تتسم بالتعقيد والتفاعل المستمر (الشمري، ٢٠٢٢). كما أن هذه الدراسة قد تسهم في سد فجوة معرفية تتعلق بفهم العلاقة بين البنية التقنية للمنصات الرقمية وتشكيل القنوات الجماهيرية. (Zahran, 2021).

•المراجع

- خطيب، ن. (٢٠٢١). *التحولات الرقمية في الإعلام العربي*. دار المعرفة الرقمية.
- الحمادي، ع. (٢٠٢٠). وسائل الإعلام الجديدة وتأثيرها على الشباب الجامعي. *مجلة الإعلام المعاصر*، ٥(٢)، ٤٥-٦٢.
- سالم، م. (٢٠٢٢). الخوارزميات وتوجيه الرأي العام في بيئة الإعلام الرقمي. *مجلة الأبحاث الإعلامية*، ١٤(٣)، ١٠١-١٢٠.
- العنزي، ل. (٢٠٢٣). الوعي بالخوارزميات لدى مستخدمي تويتر في الخليج العربي. *المجلة الخليجية للدراسات الرقمية*، ٩(١)، ٥٥-٧٤.
- الشمري، ف. (٢٠٢٢). الإعلام الرقمي وتحديات التلقي في العصر الخوارزمي. مركز الخليج للأبحاث.
- Al-Tayeb, R. (2019). *Algorithmic Influence and Echo Chambers: A Middle Eastern Perspective*. *Journal of Digital Media Studies*, 11(1), 78–94.
- Haddad, M. (2020). *Youth, Media Algorithms, and Public Opinion Formation*. *Arab Media Review*, 8(2), 123–140.
- Zahran, H. (2021). *Digital Platforms and Cognitive Framing of Information*. *Global Communication Journal*, 7(4), 65–89.

Thank you