

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية
المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدى
ملاءمتها للدراسة

إعداد وتقديم الباحثة :
هديل بنت كمال مغربي



رابط الدراسة:

توظيف صور المشاهير باستخدام تقنية التزييف
العميق في إعلانات اليوتيوب ودلالة هذه الصور

[article 343327 eb81cb
32fd901b73bb6590c4fd
5e004f.pdf](https://www.midocean.ae/article/343327_eb81cb32fd901b73bb6590c4fd5e004f.pdf)

عرض ومناقشة نظرية التلاعب بالمعلومات ومدى ملاءمتها للدراسة المقدمة

تعد نظرية التلاعب بالمعلومات (Information Manipulation Theory - IMT) من النظريات المهمة في دراسة الاتصال والإعلام، حيث تسلط الضوء على كيفية تحريف المعلومات أو تقديمها بطريقة تؤثر على الإدراك العام. في هذه الدراسة، يتم استخدام النظرية لفهم تأثير مصداقية وجاذبية المشاهير مقدمي إعلانات الجمعيات الخيرية على سلوك الشباب تجاه العمل التطوعي والخيري.

مفهوم نظرية التلاعب بالمعلومات

تقوم هذه النظرية على فكرة أن المعلومات يمكن التلاعب بها من خلال أربعة أبعاد رئيسية:

١. الكَم: تقديم معلومات غير مكتملة أو إخفاء جزء منها.
 ٢. النوع: تحريف المعلومات أو تقديمها بطريقة غير دقيقة.
 ٣. العلاقة: تقديم معلومات غير ذات صلة أو تشتيت الانتباه عن المعلومات المهمة.
 ٤. الوضوح: استخدام لغة أو أسلوب يجعل فهم المعلومات أكثر صعوبة.
- من خلال هذه الأبعاد، يمكن فهم كيفية تأثير الإعلانات على سلوك الجمهور، خاصة عند استخدام المشاهير للترويج لقضايا معينة.

تطبيق النظرية على موضوع البحث

في سياق الإعلانات الخيرية، يمكن تطبيق نظرية التلاعب بالمعلومات لفهم:

- كيفية تقديم صورة المشاهير في الإعلانات.
- مدى التلاعب بالمعلومات حول الأعمال الخيرية لزيادة التأثير العاطفي.
- أثر ذلك على مصداقية الإعلان واستجابة الشباب.

تحليل مدى ملائمة النظرية للدراسة

- **التفسير الشامل:** تقدم النظرية إطاراً قوياً لتحليل كيفية استخدام المعلومات في الإعلانات، مما يجعلها مناسبة لدراسة تأثير المشاهير على سلوك الجمهور.
- **التوجيه البحثي:** يمكن أن تساعد النظرية في تطوير منهجية تحليلية لفحص الإعلانات الخيرية ومعرفة ما إذا كانت تعتمد على التلاعب بالمعلومات.

مواطن القوة والضعف:

- **القوة:** تقدم أدوات تحليلية واضحة لفهم التأثيرات الإعلامية.
- **الضعف:** قد لا تفسر الجوانب النفسية والعاطفية بشكل كامل، مما يستدعي دمج نظريات أخرى مثل نظرية الإقناع أو التأطير الإعلامي.

الخاتمة والتوصيات

بناءً على التحليل، تعتبر نظرية التلاعب بالمعلومات مدخلاً نظرياً مناسباً لدراسة تأثير المشاهير في الإعلانات الخيرية، لكنها تحتاج إلى دعم من نظريات أخرى لفهم التأثيرات العاطفية والسلوكية بشكل أعمق. يُنصح الباحث بدمجها مع نظريات أخرى للحصول على تحليل شامل.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

