

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



رسالة دكتوراة ٢٠٢٣

الإعلام الرقمي والتوعية بالآزمات البيئية
دراسة ميدانية

- Digital Media and Awareness
of Environmental Crises
A field study

يهدف الإعلام الرقمي إلى الإسهام في تنمية الوعي البيئي، كما أن تشكيل الوعي البيئي بصورة إيجابية يهدف إلى الإسهام في دفع المواطنين إلى تغيير سلوكياتهم الضارة بالبيئة، والمشاركة بفعالية في رعايتها، وبالتالي خلق الدافعية لدى الفرد للمشاركة في حل

مشكلات البيئة من خلال إبراز عنصر الفائدة أو المصلحة من مشاركته، ومن خلال هذا المقال سنسعى للتعرف على عنصري الإعلام البيئي والوعي البيئي، وبالتالي التعرف على إسهام الإعلام في تنمية الوعي البيئي للفرد.

أهداف البحث:

التعرف على دور الإعلام الرقمي في نشر وتنمية الوعي البيئي، وتوعية الجمهور بالأزمات البيئية ونتائجها التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالجانب الاجتماعي والاقتصادي، ومعرفة العوامل المؤثرة في المعالجة الإعلامية للأزمات البيئية، ورصد القضايا والموضوعات التي تناولتها المواقع الإلكترونية حول البيئة ومعرفة أهدافها، ومعرفة دور وسائل الإعلام الرقمي في تغطية مؤتمر المناخ.

S - محددة (Specific)

✓ منطبقة جزئياً

الأهداف واضحة في مجالاتها (نشر الوعي البيئي، دور الإعلام الرقمي، تغطية مؤتمر المناخ)، لكنها تحتاج إلى مزيد من التحديد في المصطلحات.

M - قابلة للقياس (Measurable)

✗ غير منطبقة

لا يوجد مؤشرات كمية أو أدوات قياس واضحة (مثل عدد المقالات، نسبة التغطية، أو مستويات الوعي).

A - قابلة للتحقيق (Achievable)

✓ منطبقة

يمكن جمع البيانات حول الإعلام الرقمي والوعي البيئي من خلال تحليل محتوى أو استبيانات.

R - ذات صلة (Relevant)

✓ منطبقة

الأهداف مرتبطة بوضوح بموضوع البحث، وهو الإعلام الرقمي والأزمات البيئية.

T - محددة زمنياً (Time-bound)

✗ غير منطبقة

لم يُذكر أي إطار زمني لإنجاز الأهداف أو فترة الدراسة (مثل تغطية مؤتمر معين في سنة معينة).

الفرق بين أهمية الدراسة وأهداف الدراسة

العنصر	أهمية الدراسة	أهداف الدراسة
الوظيفة	تبرر سبب اختيار الموضوع وتوضح قيمته العلمية أو المجتمعية	تحدد ما يسعى الباحث إلى تحقيقه من نتائج أو معرفة
الطبيعة	عامة وشاملة تركز على الفائدة النظرية أو التطبيقية	محددة ودقيقة توضح اتجاهات البحث
التركيز	تسلط الضوء على "لماذا ندرس هذا الموضوع؟"	تسلط الضوء على "ماذا نريد أن نحقق من هذه الدراسة؟"
العلاقة بالبحث	تمهيد لفهم خلفية الدراسة وسياقها وأهميتها	ترجمة مباشرة لما سيتم تنفيذه في فصول البحث
المرونة	يمكن أن تكون وصفية وعامة وغير قابلة للقياس	يجب أن تكون قابلة للتحقق والقياس غالبًا
المستفيد الأساسي	المجتمع الأكاديمي، المؤسسات، أو الجهات المعنية بالموضوع	الباحث نفسه والمجتمع العلمي من حيث النتائج والتوصيات
الترتيب في البحث	تُكتب بعد المقدمة كدافع للبحث	تُكتب بعد الأهمية مباشرة كأهداف واضحة ومباشرة للباحث

نقاط القوة والضعف لكل من الأهداف والأهمية:

- تتميز الأهداف بالدقة والوضوح وفق قاعدة SMART، حيث تشمل أدوات متنوعة (تحليل محتوى، استبيان، مقابلات) وتستهدف الشباب السعودي في سياق زمني محدد، ما يعزز واقعيته وقابليتها للتنفيذ. لكنها تعاني من غياب تفصيل حول نوع المنصات وآليات اختيار العينة، كما لم تحدد بدقة معايير المقارنة بين الوسائل الإعلامية. أما أهمية الدراسة، فتبرز في معالجتها لموضوع معاصر مرتبط بالشباب والإعلام الرقمي، وتقدم مبررًا قويًا لاستخدام تويتر كأداة بحثية. ومع ذلك، فإنها تفتقر للتوثيق الأكاديمي، ولا توضح الفجوة البحثية بوضوح، كما أن الأهمية التطبيقية بحاجة لتحديد الجهات المستفيدة بدقة. عمومًا، تتكامل الأهداف والأهمية في الاتجاه العام، لكنها بحاجة لصقل منهجي لتحسين القوة العلمية للدراسة.

📌 عنوان الدراسة المقترح: "دور المنصات الإخبارية الرقمية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو القضايا الاجتماعية: دراسة ميدانية على مستخدمي تويتر في السعودية"

📖 الأهمية النظرية:

- تسهم الدراسة في بناء إطار معرفي يربط بين الإعلام الرقمي والتغير في الاتجاهات الفكرية والسلوكية لدى الشباب في البيئة العربية.
- تبرز أهمية الإعلام الجديد كفاعل مؤثر في تشكيل الرأي العام، مقارنة بالإعلام التقليدي الذي تراجع تأثيره في السنوات الأخيرة.
- تضيف إلى الأدبيات العلمية فهماً أعمق لكيفية توظيف المنصات الرقمية في التأثير النفسي والمعرفي على فئة عمرية حيوية.

الأهمية التطبيقية:

- تساعد الجهات الإعلامية وصناع القرار على تطوير محتوى رقمي موجه يعزز من وعي الشباب بالقضايا الاجتماعية.
- تتيح الفرصة للجامعات ومراكز الأبحاث لفهم التفاعلات الرقمية لدى الشباب وتوجيه برامج التوعية والتثقيف الإعلامي.
- تمكن المؤسسات الحكومية من الاستفادة من المنصات الرقمية في الحملات التوعوية المرتبطة بالقضايا الوطنية والاجتماعية.

أهداف الدراسة:

١. تحليل مضمون ٢٠٠ تغريدة منشورة من قبل المنصات الإخبارية السعودية على تويتر خلال فترة لا تتجاوز ٦ أسابيع، وذلك لتحديد الاتجاهات الإعلامية السائدة في تناول القضايا الاجتماعية التي تهم الشباب.
٢. قياس تأثير التعرض المنتظم للمحتوى الإخباري الرقمي على تويتر في تشكيل مواقف الشباب السعودي تجاه ثلاث قضايا اجتماعية رئيسية (مثل البطالة، تمكين المرأة، والتطوع)، من خلال تطبيق استبيان إلكتروني على عينة مكونة من ٤٠٠ مشارك خلال مدة شهر.
٣. تحديد مستوى الثقة لدى الشباب السعودي في المنصات الإخبارية الرقمية، ومقارنة هذا المستوى بمصادر إعلامية أخرى مثل التلفزيون والمواقع الإخبارية التقليدية، وذلك عبر إجراء مقابلات معمقة مع ٢٠ شابًا وشابة خلال الفصل الدراسي الثاني من عام ٢٠٢٥.