

تأثير محتوى الإعلام المؤثر على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية معارف الأفراد: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة

إعداد الطالبة:

يسرى عبد الكريم شرف الدين

الرقم الأكاديمي:

232000882

إشراف:

د. توفيق عمر

الإطار المنهجي للدراسة

منهج الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لكونه المنهج الأنسب لدراسة تأثير محتوى الإعلام المؤثر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية معارف الأفراد في دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث يهدف إلى وصف الظاهرة وتحليلها من خلال جمع البيانات من أفراد عينة الدراسة وتحليلها للوصول إلى نتائج علمية.

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة الذين يتابعون محتوى الإعلام المؤثر

عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتم توزيع الاستبيان إلكترونياً عبر المنصات الرقمية المختلفة، وبلغ عدد الاستجابات الصالحة للتحليل 114 استجابة.

أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على الاستبانة الإلكترونية بوصفها أداة رئيسية لجمع البيانات، وتم تصميمها باستخدام Google Forms بما يتناسب مع أهداف الدراسة.

وتكونت الاستبانة من قسمين:

- القسم الأول: البيانات الديموغرافية، وتشمل الجنس، والعمر، وأكثر منصة يستخدمها المشارك لمتابعة محتوى الإعلام المؤثر، ومدة متابعة هذا المحتوى.
- القسم الثاني: تضمن (16) عبارة لقياس آراء أفراد العينة حول تأثير محتوى الإعلام المؤثر في تنمية المعارف، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

مقياس الدراسة

استخدمت الدراسة مقياس ليكرت الخماسي، وذلك وفق الدرجات الآتية:

- أوافق بشدة = 5 درجات.
- أوافق = 4 درجات.
- محايد = 3 درجات.
- لا أوافق = درجتان.
- لا أوافق بشدة = درجة واحدة.

إجراءات الدراسة

تم إعداد الاستبانة بالاعتماد على أهداف الدراسة والأدبيات والدراسات السابقة، ثم عُرضت على المشرف العلمي، وبعد اعتمادها نُشرت إلكترونياً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم جُمعت الاستجابات وفرغت البيانات وحُللت للإجابة عن أسئلة الدراسة

الأساليب الإحصائية

اعتمدت الدراسة على الأساليب الإحصائية الوصفية لتحليل البيانات، وتشمل:

- التكرارات.
- النسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية.
- الرسوم البيانية التي يتيحها Google Forms لعرض النتائج
