

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي
دوافع اعتماد الجمهور على المنصات الرقمية كمصدر للأخبار. دراسة ميدانية على
شباب المجتمع السعودي بجنوب مدينة الرياض

إعداد: اسم الطالبة رجاء أحمد بادقيل

الرقم الأكاديمي: 222001020

إشراف:

د. توفيق عمري

الإطار المنهجي

أولاً : الإطار المنهجي للدراسة :

1.موضوع الدراسة وإشكالياتها :

1.1 الإشكالية:

تشهد المنصات الرقمية إنتشارًا واسعًا على المستوى العالمي، حيث تجاوز عدد مستخدميها مليارات الأفراد، كما تحظى بإنتشار كبير داخل المجتمع السعودي الذي يُعد من أكثر المجتمعات استخدامًا لهذه المنصات الرقمية. وقد أسهمت هذه المنصات في إحداث تحول جوهري في أنماط الاتصال وتبادل المعلومات، إذ أتاحت للأفراد فرصًا غير مسبوقة للتعبير عن آرائهم، ومناقشة القضايا المجتمعية، والوصول إلى مصادر متنوعة من الأخبار والمعرفة، بما يفوق ما تقدمه الوسائل الإعلامية التقليدية.

وقد ظهر هذا التحول نتيجة مجموعة من العوامل، من أبرزها التطور التقني المتسارع، وإنتشار الهواتف الذكية، وسهولة الوصول إلى الإنترنت، إضافة إلى سرعة تداول المعلومات وتفاعلية المحتوى الرقمي، مما جعل هذه المنصات مصدرًا رئيسًا لمعرفة القضايا الاجتماعية لدى الجمهور. كما أدى تراجع الإعتماد على وسائل الإعلام التقليدية إلى تعزيز دور المنصات الرقمية بوصفها وسيطًا إعلاميًا مؤثرًا في تشكيل الوعي والاتجاهات.

ورغم الإنتشار الواسع للمنصات الرقمية بين الجمهور، ما تزال الدوافع الحقيقية الكامنة وراء إستخدامها (معلوماتية , ترفيهية , تواصلية , بنائية للهوية...) غير محددة بدقة , كما أن إنعكاس هذه الدوافع على الوعي الفكري والقيمي ما زال يحتاج إلى ضبط و تحليل علمي.

ومن هنا جاء موضوع دراستنا و تساؤلنا الرئيسي المتمثل في:

ما دوافع إعتقاد الجمهور على المنصات الرقمية, وكيف ينكس هذا الإعتقاد على أنماط إستهلاكه الإعلامي, ومصادر معرفته, وموقفه من وسائل الإعلام التقليدية؟

تساؤلات الدراسة:

- ما درجة إعتقاد أفراد العينة على المنصات الرقمية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية؟
- ما أبرز الدوافع (معرفية, ترفيهية, إجتماعية, إقتصادية, تقنية) لإعتقادهم على هذه المنصات؟
- ما الفروق في دوافع الإعتقاد تبعا لمتغيرات مثل: العمر, الجنس, المستوى التعليمي؟
- ما أثر إعتقاد الجمهور على المنصات الرقمية في (مستوى المعرفة, الثقة في المصادر, تراجع متابعة التلفزيون أو الصحف؟

2.1 فرضيات الدراسة:

1. توجد درجة مرتفعة من إعتقاد أفراد العينة على المنصات الرقمية كمصدر للمعلومات و الترفيهية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون, الصحف, الإذاعة).
2. تختلف دوافع إعتقاد أفراد العينة على المنصات الرقمية, بحيث تأتي الدوافع المعرفية والأجتماعية في مقدمة هذه الدوافع, مقارنة بالدوافع الأقتصادية أو التقنية.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع إعتقاد أفراد العينة على المنصات الرقمية تعزى لمتغيرات: العمر, الجنس, والمستوى التعليمي.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى إعتقاد الجمهور على المنصات الرقمية ومستوى معرفتهم بالأحداث والقضايا العامة, ومستوى ثققتهم بالمصادر الرقمية مقابل المصادر التقليدية, وتراجع متابعتهم للتلفزيون والصحف. كلما أرتفع إعتقاد الجمهور على المنصات الرقمية, أرتفع مستوى معرفتهم بالأحداث والقضايا العامة. كلما أرتفع إعتقاد الجمهور على المنصات الرقمية, أرتفع مستوى ثققتهم بالمصادر الرقمية مقابل المصادر التقليدية. كلما أرتفع إعتقاد الجمهور على المنصات الرقمية, تراجعت متابعة الجمهور للتلفزيون والصحف.

3.1 أسباب إختيار موضوع الدراسة :

جاء إختيار هذا الموضوع نظرًا لأهميته المتزايدة في ظل التحول الرقمي الذي يشهده المجتمع السعودي، وما يترتب على ذلك من تأثيرات محتملة في إدراك الأفراد لقضايا مجتمعهم ومواقفهم تجاهها، إضافة إلى الحاجة إلى فهم دوافع ومستوى إعتدال الجمهور على هذه المنصات كمصدر معرفي رئيس.

4.1 أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى إعتدال الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب المعرفة المتعلقة بالقضايا المجتمعية، ورصد طبيعة هذا الإعتدال، وتحديد العوامل المؤثرة فيه، إضافة إلى الكشف عن الآثار المعرفية والاجتماعية المترتبة عليه.

5.1 أهمية الدراسة :

تكمّن أهمية الدراسة في إسهامها في إثراء المعرفة العلمية حول دور الإعلام الرقمي في المجتمع السعودي، وتقديم مؤشرات يمكن أن تفيد صناعات القرار والباحثين في مجال الإعلام والاتصال، فضلاً عن توضيح إنعكاسات الإستهلاك المكثف لهذه المنصات على الوعي المجتمعي.

1.5.1 الأهمية النظرية:

- الإسهام في تعميق الفهم العلمي لسلوك الجمهور في البيئة الرقمية، وخاصة في جانب "الإعتدال" على المنصات الرقمية كمصدر للأخبار.

- دعم وتطوير إستخدام نظريات الإعلام (مثل نظرية الإعتدال على وسائل الإعلام، ونظرية الإستخدامات والإشباع) في تفسير

سلوك الجمهور تجاه المنصات الإخبارية الرقمية

سد جزء من النقص في الدراسات العربية التي تربط بين دوافع الإعتماد على المنصات الرقمية وبين الثقة ومستوى المعرفة وتراجع الوسائل التقليدية.

1.5.2 الأهمية التطبيقية:

- مساعدة المؤسسات الإعلامية (التلفزيون، الصحف، المواقع الإخبارية، المنصات الرقمية) على فهم دوافع الجمهور في الإعتماد على المنصات الرقمية، وبالتالي تطوير إستراتيجيات محتوى أكثر جاذبية وموثوقة.

- تقديم مؤشرات لصنّاع القرار الإعلامي حول إتجاهات الجمهور، بما يساعد في صياغة سياسات إعلامية أكثر توافقاً مع الواقع الرقمي.

- مساعدة الهيئات المعنية بمكافحة الأخبار الزائفة في فهم طبيعة إعتماد الجمهور على المنصات الرقمية، وما يرتبط به من ثقة أو تشكك في المحتوى.

6.1 تحديد المفاهيم و المصطلحات :

تعتمد الدراسة على تحديد مجموعة من المفاهيم الرئيسية، مثل:

- مفهوم الدوافع:

لغة : جمع دافع، وهو ما يدفع الإنسان إلى الفعل ويحثه عليه، أي السبب الباعث على السلوك.

إصطلاحاً: حالات أو قوى نفسية داخلية، شعورية أو لاشعورية، تنشط سلوك الفرد وتوجهه نحو هدف معين، وتفسر سبب إختياره لسلوك دون الآخر واستمراره فيه.

إجرائياً : هي الأسباب والحاجات التي يذكرها أفراد عينة الدراسة لتفسير إعتمادهم على المنصات الرقمية كمصدر للأخبار، كما تقاس من خلال إستجاباتهم على فقرات مقياس (الدوافع المعرفية، الترفيهية، الاجتماعية، التقنية، والأقتصادية) في الإستبانة، بإستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

- مفهوم الإعتماد الإعلامي:

لغة : الإعتماد : من الفعل إعتمد , ويعني الإتكاء على الشيء والوثوق به وجعله سنداً أو مرجعاً .

الإعلام : من الفعل أعلم , أي أخبر وأبلغ ونشر الخبر أو المعلومة .

إصطلاحاً : هو العلاقة التي تجعل وسائل الإعلام مصدراً رئيسياً يلجأ إليه الأفراد لإشباع حاجاتهم المعرفية و التفسيرية والتوجيهية , بما يؤثر في إدراكهم للواقع وسلوكهم الاجتماعي .

إجرائياً : هو درجة لجوء المبحوثين إلى وسائل الإعلام للحصول على المعلومات وتفسير الأحداث , ويقاس بعدد ساعات التعرض , ومصادر المعلومات المفضلة , ومستوى الثقة .

- مفهوم القضايا المجتمعية :

لغة : القضايا : جمع قضية , وهي في اللغة الأمر أو المسألة التي يحكم فيها أو يبت بشأنها , وتدل على موضوع يستوجب النظر والمعالجة .

المجتمعية : نسبة إلى المجتمع , وهو جماعة من الناس يعيشون في إطار واحد تربطهم علاقات ونظم وقيم مشتركة .

إصطلاحاً : هي الظواهر أو المشكلات أو التحديات التي تنشأ داخل المجتمع وتؤثر في إستقراره أو تطوره , وتشمل مجالات متعددة مثل التعليم , والبطالة , والفقر , والعنف , والقيم الاجتماعية , وغيرها .

إجرائياً : هي الموضوعات العامة التي يرى المبحوثون أنها تمس مجتمعهم بشكل مباشر , ويقاس ذلك من خلال مستوى إدراكهم لها , وإهتمامهم بها , وتأثيرها في سلوكهم وإتجاهاتهم .

7.1 المنهج المستخدم وأدواته :

من حيث المنهج، فتستند الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة الموضوع، مع إستخدام أداة الإستبانة لجمع البيانات، نظراً لقدرتها على قياس إتجاهات الجمهور ومستوى إعتادهم على هذه المواقع.

8.1 مجتمع البحث وعينته :

يتكون مجتمع البحث من أفراد المجتمع السعودي الشباب بجنوب مدينة الرياض (الذكور والإناث) ممن تتجاوز أعمارهم 18 سنة، وتتكون عينة البحث من (100) فرد تم إختيارهم بطريقة عشوائية ملائمة من مستخدمي المنصات الرقمية للأخبار.

9.1 أبعاد المشكلة وتأثيرها :

تتمثل أبعاد المشكلة في الجوانب المعرفية والإجتماعية والثقافية المرتبطة باستخدام مواقع التواصل، وتأثيرها في تشكيل الوعي بالقضايا المجتمعية، وربما في توجيه الرأي العام وصياغة المواقف الاجتماعية.

10.1 سبب إستحقاقها للدراسة والبحث:

نظرًا لإتساع تأثيرها، وتسارع تطورها، وما قد يترتب عليها من آثار إيجابية أو سلبية على المجتمع، إضافة إلى الحاجة إلى فهم علمي دقيق يمكن أن يسهم في توجيه الاستخدام الأمثل لهذه المنصات وتعظيم فوائدها وتقليل مخاطرها.

11.1 الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

دراسة بعنوان إعتقاد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الإجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع،

مجتمع الدراسة المواطنون السعوديون في مدينة الرياض، على عينة 893 مفردة، أغلبهم ذكور (70%)، أغلبهم في الفئات العمرية من 30-50 سنة، ومستوى تعليمي غالبا بكالوريوس فأعلى، للدكتور عبدالملك عبد العزيز الشلهوب.

طرح الدكتور في دراسته عدة تساؤلات تدور حول ما يلي:

1. تساءلت الدراسة عن مستوى إعتقاد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الإجتماعي في الحصول على المعرفة بقضايا المجتمع السعودي.

2. بحثت الدراسة في أهم الدوافع والأهداف التي تقف وراء إعتقاد الجمهور على هذه المواقع في متابعة قضايا المجتمع.

3. تناولت الدراسة تحديد المنصات الاجتماعية الأكثر إعتقاد من قبل الجمهور كمصدر للمعلومات المتعلقة بقضايا المجتمع السعودي.

4. سعت إلى الكشف عن الأسباب الرئيسية التي تشجع الأفراد على تفضيل مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للمعرفة بقضايا المجتمع.

5. درست ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع متابعة مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات ديموغرافية مثل الجنس والعمر والمستوى التعليمي.

6. بحثت في طبيعة العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع السعودي وبين دوافع متابعتهم لهذه المواقع.

إعتمد الدكتور في دراسته على منهج مسحي (إستبانة إلكترونية عبر Google Forms)، تم إختيار عينة قصدية بلغ عددها 100 مفردة، وأما بالنسبة لأهم ما توصل له الدكتور من نتائج فهي كالتالي:

أن 52% يعتمدون على مواقع التواصل بدرجة كبيرة في معرفة قضايا المجتمع، و42% بدرجة متوسطة، و6% فقط لا يعتمدون عليها، أما بالنسبة للدوافع النفعية (المعرفية/الإستفادية) جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط 3.91: البحث عن معلومات جديدة، الإطلاع على قضايا المجتمع، الإسترشاد بأراء الآخرين، تويتتر هو المنصة الأولى للإعتماد في قضايا المجتمع (متوسط 4.44)، يليه واتساب (3.50)، مع ضعف الإعتماد على فيسبوك وتلغرام والمدونات، إرتفاع الإعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية، وإعتماد متوسط على مواقع الجهات الحكومية، وضعيف على مواقع الصحف الورقية، الموضوعات الأكثر متابعة على المنصات: القضايا الإجتماعية أولاً، ثم السياسية، فالصحية، فالاقتصادية... إلخ.

أستفدت من هذه الدراسة في دراستي في صياغة تساؤلات واضحة عن إعتماد الجمهور على المنصات الرقمية كمصدر للأخبار، وعرفتني على أهم الدوافع التي تجعل الجمهور يعتمد على المنصات الرقمية وأستفدت منها في تحديد متغيراتي ومحاور الإستبانة.

الدراسة الثانية:

الدراسة تحمل عنوان (أنماط إستهلاك الأخبار وتأثيرها على الصحافة الورقية: سوسيولوجيا سلوك القراء بين الصحافة المطبوعة والورقية) العينة: 100 مفردة من سكان محافظة ذي قار (مدينة الناصرية) من فئات عمرية وتعليمية مختلفة، للباحث: حسين زايد مفلش – جامعة ذي قار (العراق)

وضع الباحث عدة تساؤلات تدور حول ما يلي:

كيف تؤثر أنماط إستهلاك الأخبار الحديثة على الصحافة الورقية؟

ما العوامل التي تحدد تفضيلات القراء بين الصحافة المطبوعة والرقمية؟

ما التغيرات التي طرأت على سلوكيات الجمهور الإعلامي مع التحول الرقمي؟

إعتمدت الدراسة على المنهج: وصفي – مسحي ميداني، يعتمد على منهج كمي بتحليل النسب المئوية والتكرارات، بإستخدام أداة الإستمبانة

أما النتائج التي توصل لها الباحث فهي:

أغلب أفراد العينة يعتمدون على الوسائل الرقمية لمتابعة الأخبار: جاءت المواقع الإخبارية الإلكترونية أولاً، تليها شبكات التواصل الإجتماعي، ثم الصحف الورقية في مرتبة متأخرة، غالبية المبحوثين يرون أن الصحف الورقية بطيئة في نقل الأخبار مقارنة بالوسائل الرقمية، وهو ما جعل السرعة في الحصول على الخبر أهم سبب لتفضيل الصحافة الرقمية، أكد أكثر أفراد العينة أن التطورات الرقمية (خاصة الأخبار الفورية أونلاين) أثرت في تفضيلهم للصحافة الورقية، وأن الصحافة الورقية فقدت جزء كبير من جمهورها لصالح الصحافة الرقمية، أيضاً يرى كثير من المبحوثين أن مجانية المحتوى الرقمي مقارنة بالصحف الورقية المدفوعة سبب مهم في تفضيلهم للمنصات الرقمية، وأن الوسائل الرقمية تتيح لهم الوصول إلى عدد كبير ومتنوع من المصادر الإخبارية وأنهم يميلون لمتابعة الأخبار في الوقت الفعلي بدلاً من إنتظار الصحف، وأن الصحافة الرقمية غيرت نمط تفكيرهم وسلوكهم في إستهلاك الأخبار.

ما استفدته في دراستي من هذي الدراسة أنها وضحت لي أن الجمهور أصبح يميل أكثر إلى المنصات الرقمية لمتابعة الأخبار وبينت لي أهم أسباب هذا التحول، مثل السرعة، سهولة الوصول، المجانية، والتفاعل، وهي نفس الدوافع التي يمكنني إعتماها كأبعاد أو محاور في دراستي وأيضاً أعطتني مثالا عمليا لكيفية قياس سلوك القراء بين الورقي والرقمي، مما يفيدني في تصميم إستبانتني وطريقة تحليل النتائج.

الدراسة الثالثة:

تناولت دراسة سالم بن ناصر الشريف بعنوان مصداقية مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالإتصال في الصحف السعودية الإلكترونية موضوع تقييم مدى إعتما الصحفيين في الصحف السعودية الإلكترونية على مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار إعتمدت الدراسة في إطارها النظري على (النموذج البنائي للمصداقية) ضمن المستوى الميكروي لدراسات مصداقية وسائل الإعلام، و أستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب المسح على عينة مكونة من 100 صحفي من العاملين في خمس صحف سعودية إلكترونية، تم إختيارهم بالعينة العشوائية المنتظمة بواقع 20 صحفياً من كل صحيفة، مع توظيف الجداول التكرارية والنسب المئوية وبعض أساليب الإحصاء الوصفي والإستنتاجي للكشف عن طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة

وأبرز تساؤلات الدراسة (المستمدة من الأهداف والفروض) هي:

إلى أي مدى يعتمد الصحفيون في الصحف السعودية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار في تغطية الأحداث والقضايا؟

ما هو مستوى مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر إخباري لدى هؤلاء الصحفيين، وكيف يقارن بين مصداقية صانع المحتوى والوسيلة والرسالة؟

ما هو ترتيب المنصات الاجتماعية الأكثر اعتماداً عليها من قبل الصحفيين، وما هي أبرز مميزاتها وعيوبها في السياق الإخباري؟

هل توجد علاقة دالة إحصائية بين إدراك المصداقية ودرجة الاعتماد على هذه المنصات؟

وتبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تسلط الضوء على موقع منصات التواصل الاجتماعي داخل بيئة العمل الصحفي السعودي، وتوضح طبيعة العلاقة المركبة بين الاعتماد عليها من جهة، والتحفيزات المرتبطة بمصداقيتها من جهة أخرى، بما يدعم الحاجة إلى وضع سياسات تحريرية وإجراءات تحقق أكثر صرامة عند توظيف محتوى هذه المنصات في التغطيات الإخبارية

وأظهرت النتائج أن منصة تويتر جاءت في المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر اعتماداً عليها من قبل الصحفيين كمصدر للأخبار، تلتها منصات أخرى مثل واتساب وسناب شات بدرجات متفاوتة. كما بينت النتائج أن غالبية الصحفيين في الصحف السعودية الإلكترونية يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجات كبيرة ومتوسطة في تغطية الأحداث والقضايا، ما يؤكد تحول هذه المنصات إلى مصدر رئيس للمعلومات الإخبارية داخل المؤسسات الصحفية كذلك عن إرتفاع مستوى مصداقية صانع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي لدى القائم بالاتصال مقارنة بمصداقية كل من الوسيلة والرسالة، وأن (سرعة وصول المعلومات ونشرها) تمثل أهم ميزة تدفع الصحفيين للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، في حين جاء عنصر (الدقة في عرض الحقائق) في المرتبة الأخيرة بين عناصر المصداقية المتوافرة في محتوى تلك المنصات استفدت منها ما يلي:

دافع إضافي: سرعة النشر كأهم ميزة للاعتماد على المنصات.

مقاييس جاهزة: نموذج قياس درجة الاعتماد (تكرار الاستخدام، نسبة الأخبار).

فرضيات: علاقة السرعة بالاعتماد، وثقة أكبر بصانع المحتوى من المنصة.

مقارنة: بين الصحفيين (الدراسة) والجمهور (بحثي).

ترتيب المنصات: تويتر < واتساب < سناب شات للاستخدام في إستبانتني.

