

دور وسائل الإعلام الرقمية في تشكيل القيم الاجتماعية والأسرية لدى المرأة العربية

دراسة ميدانية على عينة من نساء إمارة دبي

8- المقاربة النظرية للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على عدد من النظريات الإعلامية ذات الصلة بموضوعها، وهي: نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية التأثير الإعلامي؛ لأنها تساعد في تفسير علاقة المرأة العربية بوسائل الإعلام الرقمية ودورها في

تشكيل القيم الاجتماعية والأسرية لديها (Katz, Blumler, and Gurevitch, 1974; Ball-Rokeach

and DeFleur, 1976; McQuail, 2010).

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع: تقوم هذه النظرية على أن الجمهور ليس متلقياً سلبياً، بل يختار الوسائل والمضامين

الإعلامية التي تشبع حاجاته المعرفية والاجتماعية والنفسية والترفيهية (Katz, Blumler, and Gurevitch,

1974; Sichach, 2023). وبناءً على ذلك، يمكن فهم استخدام المرأة العربية في دبي لوسائل الإعلام الرقمية من خلال

دوافع مثل الحصول على المعلومات، متابعة قضايا الأسرة والمرأة، التواصل الاجتماعي، الترفيه، والتعرف إلى أنماط الحياة الحديثة.

ويتم إسقاط هذه النظرية على الدراسة من خلال تحليل دوافع استخدام المرأة العربية للمنصات الرقمية، ومعرفة ما إذا كان هذا

الاستخدام يدعم بعض القيم الاجتماعية والأسرية أو يضعف بعضها. فعلى سبيل المثال، قد يؤثر المحتوى المتعلق بالتربية، العلاقات

الأسرية، العمل، الجمال، والتنمية الذاتية في نظرة المرأة إلى دورها داخل الأسرة والمجتمع. وتستفيد الدراسة من هذه النظرية في

ربط دوافع الاستخدام بالنتائج القيمية المحتملة (Sichach, 2023).

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: تشير هذه النظرية إلى أن تأثير وسائل الإعلام يزداد كلما زاد اعتماد الأفراد عليها في

الحصول على المعلومات وفهم الواقع الاجتماعي واتخاذ القرارات (Ball-Rokeach and DeFleur, 1976). وفي

سياق هذه الدراسة، يمكن أن يؤدي اعتماد المرأة العربية على وسائل الإعلام الرقمية إلى التأثير في تصوراتها حول الأسرة، الزواج،

التربية، الخصوصية، العلاقات الاجتماعية، ودور المرأة في المجتمع.

ويتم إسقاط هذه النظرية على الدراسة من خلال تحليل أثر الاعتماد المتكرر على المنصات الرقمية في تشكيل القيم الاجتماعية

والأسرية. فكلما أصبحت وسائل الإعلام الرقمية مصدراً يومياً للمعلومات والنقاشات والصور والرسائل، زادت قدرتها على التأثير في

الاتجاهات والقيم؛ سواء بصورة إيجابية مثل زيادة الوعي وتبادل الخبرات الأسرية، أو بصورة سلبية مثل المقارنة الاجتماعية وضعف

التواصل المباشر داخل الأسرة (Ball-Rokeach and DeFleur, 1976; Abokhodair et al., 2016).

ثالثاً: نظرية التأثير الإعلامي: تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام تستطبع التأثير في اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم وقيمهم بدرجات مختلفة، سواء كان التأثير مباشراً أو تراكمياً أو غير مباشر (McQuail, 2010). وتفيد هذه النظرية في فهم أثر الرسائل الرقمية المتكررة في تشكيل تصورات المرأة العربية حول الأسرة والمجتمع والهوية والدور الاجتماعي. وتستفيد الدراسة من هذه النظرية في تفسير التأثير التراكمي للمحتوى الرقمي؛ فالتعرض المستمر لمحتويات معينة حول الحياة الأسرية، الاستهلاك، العلاقات، صورة المرأة، أو الخصوصية قد يساهم في ترسيخ صور ذهنية جديدة أو تعديل بعض القنوات الاجتماعية والأسرية لدى المرأة العربية في دبي (McQuail, 2010; Storey, 2022).

وبناءً على ما سبق، فإن الجمع بين هذه النظريات يمنح الدراسة إطاراً تفسيرياً متكاملًا؛ حيث توضح نظرية الاستخدامات والإشباع دوافع الاستخدام، وتفسر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أثر الاعتماد المتزايد على المنصات الرقمية، بينما تساعد نظرية التأثير الإعلامي في فهم النتائج المحتملة لهذا التعرض على القيم الاجتماعية والأسرية.

9- منهج ونوع الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره المنهج الأنسب لطبيعة الموضوع؛ إذ يساعد على وصف ظاهرة استخدام وسائل الإعلام الرقمية لدى المرأة العربية في إمارة دبي، ثم تحليل علاقتها بتشكيل القيم الاجتماعية والأسرية. ويستخدم هذا المنهج في الدراسات التي تسعى إلى فهم الظواهر الاجتماعية والإعلامية كما تظهر في الواقع من خلال جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها (Taherdoost, 2022).

ويتمثل الجانب الوصفي في تحديد أنماط استخدام النساء العربيات لوسائل الإعلام الرقمية، مثل المنصات الأكثر استخداماً، وعدد ساعات الاستخدام، ونوعية المحتوى المتابع، ودوافع الاستخدام. أما الجانب التحليلي فيتمثل في دراسة مدى ارتباط هذا الاستخدام ببعض القيم الاجتماعية والأسرية، مثل التواصل الأسري، احترام الخصوصية، مفهوم الزواج، التربية، دور المرأة داخل الأسرة، والعلاقات الاجتماعية.

وتعد هذه الدراسة دراسة ميدانية كمية، لأنها تعتمد على جمع بيانات من عينة محددة من النساء العربيات المقيمت في دبي باستخدام أداة الاستبيان. ويساعد المنهج الكمي على تحويل آراء واتجاهات المبحوثات إلى بيانات قابلة للقياس والتحليل، مما يتيح

للباحثة الوصول إلى مؤشرات واضحة حول دور الإعلام الرقمي في تشكيل القيم الاجتماعية والأسرية (Ranganathan and Caduff, 2023).

ورغم مناسبة المنهج الوصفي التحليلي لهذه الدراسة، إلا أنه لا يثبت علاقة السبب والنتيجة بصورة قاطعة، بل يساعد على وصف العلاقة بين المتغيرات وتحليلها. كما قد تتأثر النتائج بدرجة صدق إجابات المبحوثات، خاصة أن موضوع القيم الاجتماعية والأسرية من الموضوعات الحساسة.

10- عينة الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على العينة القصدية، وهي أحد أنواع العينات غير الاحتمالية التي تختار فيها الباحثة المشاركات بناءً على خصائص محددة تخدم أهداف الدراسة (Obilor, 2023). وفي هذه الدراسة، يتم اختيار المشاركات لأنهن ينتمين إلى الفئة المستهدفة، وهن النساء العربيات المقيمات في إمارة دبي والمستخدمات لوسائل الإعلام الرقمية بشكل منتظم. وتتكون عينة الدراسة من 20 امرأة عربية من المقيمات في إمارة دبي. ويعد هذا العدد مناسباً للدراسة الجامعية المحدودة أو الدراسة الميدانية المصغرة التي تهدف إلى استطلاع الاتجاهات العامة لدى العينة، وليس إلى تعميم النتائج على جميع النساء العربيات في دبي (Obilor, 2023).

وتشمل معايير اختيار المشاركات أن تكون المشاركة امرأة عربية، مقيمة في إمارة دبي، وتستخدم وسائل الإعلام الرقمية أو منصات التواصل الاجتماعي بشكل منتظم، وأن توافق على المشاركة في الدراسة بشكل طوعي. كما يراعى التنوع قدر الإمكان من حيث العمر، والحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي، وطبيعة العمل. تم اختيار العينة القصدية لأنها الأنسب للوصول إلى نساء عربيات مقيمات في دبي يستخدمن وسائل الإعلام الرقمية بانتظام، وعددهن 20 مشاركة، بما يخدم أهداف الدراسة ويرتبط مباشرة بموضوع البحث (Obilor, 2023).

11- أدوات جمع البيانات:

تعتمد هذه الدراسة في جمع بياناتها على أداة الاستبيان، باعتباره الأداة الأنسب للدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى قياس آراء واتجاهات عينة من المبحوثات (Taherdoost, 2022; Ranganathan and Caduff, 2023). وسيتم إعداد استمارة استبيان إلكترونية موجهة إلى 20 امرأة عربية مقيمة في إمارة دبي، بهدف التعرف إلى دور وسائل الإعلام الرقمية في تشكيل القيم الاجتماعية والأسرية لديهن. وتتضمن الاستبانة عدداً من المحاور الأساسية، منها: البيانات الديموغرافية للمبحوثات، معدل استخدام وسائل الإعلام الرقمية، المنصات الأكثر استخداماً، نوعية المحتوى المتابع، دوافع الاستخدام، أثر الإعلام الرقمي على القيم الاجتماعية، وأثره على القيم

الأسرية. كما تتضمن الاستبانة أسئلة مغلقة تعتمد على مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة موافقة المبحوثات على العبارات المطروحة (Taherdoost, 2022).

وسيتوزع الاستبيان إلكترونياً على 20 مشاركة من النساء العربيات في دبي، ثم تحليل الإجابات بعد جمعها لاستخلاص النتائج المتعلقة بموضوع الدراسة. وتعد الاستبانة أداة مناسبة لهذا البحث لأنها تساعد على جمع بيانات منظمة وقابلة للتحليل الكمي، كما تتيح للمبحوثات الإجابة بسهولة وخصوصية (Ranganathan and Caduff, 2023).

ويمكن أن تتضمن الاستبانة عبارات تقيس أثر الإعلام الرقمي، مثل: تؤثر وسائل الإعلام الرقمية في طريقة نظرتي للعلاقات الأسرية، تساعدني وسائل الإعلام الرقمية على زيادة وعيي بالقضايا الاجتماعية، أرى أن المحتوى الرقمي يؤثر في مفهوم دور المرأة داخل الأسرة، وتؤدي وسائل الإعلام الرقمية أحياناً إلى ضعف التواصل المباشر داخل الأسرة.

المراجع:

Abokhodair, N., Abbar, S., Vieweg, S., and Mejova, Y., 2016. Privacy and Twitter in Qatar: Traditional Values in the Digital World. arXiv

Ball-Rokeach, S. J., and DeFleur, M. L., 1976. A Dependency Model of Mass-Media Effects. Communication Research, 3(1), pp. 3-21

Katz, E., Blumler, J. G., and Gurevitch, M., 1974. Uses and Gratifications Research. Public Opinion Quarterly, 37(4), pp. 509-523

McQuail, D., 2010. McQuail's Mass Communication Theory. 6th ed. London: SAGE

Obilor, E. I., 2023. Convenience and Purposive Sampling Techniques: Are They the Same? International Journal of Innovative Social & Science Education Research, 11(1), pp. 1-7

Ranganathan, P., and Caduff, C., 2023. Designing and validating a research questionnaire - Part 1. Perspectives in Clinical Research, 14(3), pp. 152-155

Sichach, M., 2023. Uses and Gratifications Theory: Background, History and
.Limitations

Storey, L., 2022. Identity, Social Media and Politics: How Young Emirati Women
Understand Gender and Political Identity Through Social Media. The
.International Journal of Press/Politics

Taherdoost, H., 2022. Designing a Questionnaire for a Research Paper: A
Comprehensive Guide to Design and Develop an Effective Questionnaire. Asian
.Journal of Managerial Science, 11(1), pp. 8-16

جامعة الشارقة، دون تاريخ. دور الإعلام الرقمي في تشكيل الخطاب القيمي للأسرة في إمارة الشارقة.

كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، دون تاريخ. دور وسائل التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة العربية. تقرير الإعلام الاجتماعي
العربي.