

مهارات بحثية
التكليف الخامس

اشراف:
أ. د. مرفت محمد

إعداد الباحث:
شلهوب عبدالله الشلهوب
الرقم الجامعي 253002896



المقدمة

بعد حمد لله وشكره ، والثناء عليه، والصلاة والسلام على رسول الله أفضل الخلق ، وبعد:

استهل حديثي بإعجابي بطريقة جامعتنا ميد أوشن على المنهجية الرائعة في تكاليف الدكتوراه والتي تنمي ملكة التفكير الإبداعي، والحس النقدي لدى الباحث وتجعل لديه بناء معرفي بشكل تدريجي عن طريق التكاليف الأسبوعية ، فشكرا للجميع ، ومع بداية الفصل الاول استكمل مشواري الاكاديمي للوصول إلى درجة الدكتوراه بالإدارة بإذن الله ، ولا استغني عن توجيه وملاحظات اساتذتنا المميزين ،

وعلى بركة أبدأ سادس تكاليف هذا الفصل مستعيناً بالله ..

عنوان البحث

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقة في وسائل الإعلام التقليدية

مشكلة الدراسة

شهدت السنوات الأخيرة انخفاضاً ملحوظاً في مستوى الثقة بوسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والصحف، مقابل تزايد الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار. تهدف الدراسة إلى فهم ما إذا كان استخدام هذه المنصات يؤثر على ثقة الجمهور بالإعلام التقليدي.

أهمية البحث

فهم التحولات في سلوك الجمهور الإعلامي.
التعرف على دور شبكات التواصل في التأثير على مصداقية الإعلام التقليدي.
مساعدة المؤسسات الإعلامية على تطوير محتواها لاستعادة ثقة الجمهور.

أهداف الدراسة

قياس مستوى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الجمهور.
قياس مستوى الثقة في وسائل الإعلام التقليدية.
الكشف عن العلاقة بين استخدام شبكات التواصل والثقة في الإعلام التقليدي.
تحديد دور العمر كمتغير وسيط في هذه العلاقة.

فروض الدراسة

توجد علاقة عكسية بين كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والثقة في وسائل الإعلام التقليدية. تختلف مستويات الثقة في الإعلام التقليدي باختلاف نوع منصة التواصل المستخدمة. يلعب العمر دورًا وسيطًا يؤثر في قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرين.

المتغيرات في الدراسة

المتغير المستقل: مستوى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
المتغير التابع: مستوى الثقة في وسائل الإعلام التقليدية.
المتغير الوسيط: العمر.

تعريف المتغيرات

المتغير المستقل: المتغير الذي ندرس تأثيره على غيره، وهو هنا مقدار الاستخدام.
المتغير التابع: المتغير الذي يتأثر، وهو هنا مستوى الثقة في الإعلام التقليدي.
المتغير الوسيط: متغير يشرح أو يغيّر قوة العلاقة بين المتغيرين، مثل العمر.

النتائج المتوقعة

الاستخدام العالي لشبكات التواصل الاجتماعي يقلل من مستوى الثقة في الإعلام التقليدي.
الفئات العمرية الأصغر أقل ثقة من الفئات الأكبر سنًا.
تختلف قوة التأثير باختلاف المنصة، فبعض المنصات الإخبارية أكثر تأثيرًا من المنصات الترفيهية.

الخاتمة

توصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تُعد أحد أهم العوامل المؤثرة في مستوى الثقة بالإعلام التقليدي، مما يستدعي اهتمام المؤسسات الإعلامية بتطوير محتواها وأساليب التواصل مع الجمهور



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You