

عرض أهداف وأهمية رسالة وهل تنطبق عليها مواصفات قاعدة
وتوضيح الفرق بين أهمية وأهداف الدراسة وصياغة اهداف smart
وأهمية بحثية مقترحة تتعلق بأطروحته المستقبلية

إعداد وتقديم الباحثة :
هديل بنت كمال مغربي



رابط الدراسة:

استخدام تطبيقات الإعلام التفاعلي وعلاقته
بالذكاء الاجتماعي لدى الطلاب الصم والبكم
"دراسة ميدانية"

[article 343515 328288](#)
[a84c203325d7f6cda22a](#)
[1897e4.pdf](#)

أهداف الدراسة:

١. التعرف على كيفية استخدام وسائل الإعلام التفاعلية ودورها في تعزيز الذكاء الاجتماعي لدى فئة معينة من المستخدمين.
٢. تحديد العوامل المؤثرة على استخدام هذه الوسائل من حيث المتغيرات الديموغرافية، مثل التخصص الدراسي وحجم الاستخدام.
٣. دراسة تأثير التفاعل مع المحتوى الإعلامي التفاعلي على تطور المهارات الاجتماعية لدى المستخدمين.
٤. تحليل الفروقات بين المستخدمين وفقًا لمتغيرات محددة مثل النوع الاجتماعي والمجموعة الدراسية.

أهمية الدراسة:

١. المساهمة في فهم سلوك استخدام وسائل الإعلام التفاعلية وتأثيرها على التنمية الاجتماعية.
٢. تقديم توصيات للجهات المختصة في مجال التعليم والإعلام حول كيفية تحسين استخدام الوسائل التفاعلية.
٣. تعزيز الإدراك حول دور الإعلام التفاعلي في تطوير الذكاء الاجتماعي، خاصة للفئات ذات الاحتياجات الخاصة.
٤. سد الفجوة البحثية في هذا المجال من خلال دراسة ميدانية تعتمد على تحليل بيانات فعلية.

تحليل مدى توافق أهداف الدراسة مع قاعدة SMART

قاعدة SMART تتطلب أن تكون الأهداف:

- **محدد (Specific)** يجب أن تكون الأهداف واضحة ومحددة بدقة.
- **قابلة للقياس (Measurable)** يمكن قياس تحقيقها باستخدام معايير كمية أو نوعية.
- **قابلة للتحقق (Achievable)** تكون واقعية ويمكن تحقيقها ضمن الموارد والإمكانات المتاحة.
- **ذات صلة (Relevant)** ترتبط بالموضوع البحثي وتخدم الغرض منه.
- **محددة بزمان (Time-bound)** يمكن تحقيقها في إطار زمني محدد.

تقييم أهداف الدراسة وفقاً لـ SMART:

١. التعرف على كيفية استخدام وسائل الإعلام التفاعلية ودورها في تعزيز الذكاء الاجتماعي

١. محددة: نتحدث عن استخدام الإعلام التفاعلي وتأثيره. 

٢. قابلة للقياس: يمكن قياسه عبر استبانة أو تجارب تحليلية. 

٣. قابلة للتحقيق: من خلال جمع البيانات وتحليلها. 

٤. ذات صلة: تتعلق مباشرة بالبحث. 

٥. غير محددة بزمان: لم يتم تحديد الإطار الزمني لتحقيقها. 

٢. تحديد العوامل المؤثرة على استخدام هذه الوسائل من حيث المتغيرات الديموغرافية

١. محددة: تبحث في تأثير العوامل الديموغرافية. 

٢. قابلة للقياس: عبر تحليل المتغيرات الديموغرافية في العينة. 

٣. قابلة للتحقيق: من خلال الدراسات الميدانية. 

٤. ذات صلة: تدعم موضوع البحث. 

٥. غير محددة بزمان: تحتاج إلى تحديد إطار زمني واضح. 

٣- دراسة تأثير التفاعل مع المحتوى الإعلامي التفاعلي على تطور المهارات الاجتماعية

١. ☒ محددة: تبحث العلاقة بين التفاعل الإعلامي والمهارات الاجتماعية.
٢. ☒ قابلة للقياس: عبر تحليل مستويات المهارات الاجتماعية قبل وبعد.
٣. ☒ قابلة للتحقيق: باستخدام أدوات قياس علمية.
٤. ☒ ذات صلة: تخدم موضوع البحث.
٥. ☒ غير محددة بزمان: تحتاج إلى تحديد الفترة الزمنية للدراسة.

٤- تحليل الفروقات بين المستخدمين وفقاً لمتغيرات محددة مثل النوع الاجتماعي والمجموعة الدراسية

١. ☒ محددة: تتناول تحليل الفروقات بين مجموعات مختلفة.
٢. ☒ قابلة للقياس: يمكن قياسها باستخدام الإحصائيات والمقارنات.
٣. ☒ قابلة للتحقيق: باستخدام أدوات التحليل العلمي.
٤. ☒ ذات صلة: تخدم أهداف البحث.
٥. ☒ غير محددة بزمان: لا يوجد إطار زمني واضح للتحليل.

الفرق بين أهمية وأهداف الدراسة

١. أهداف الدراسة:

- تحدد ما الذي يسعى البحث إلى تحقيقه.
- تكون محددة وواضحة، وعادة ما تكون قابلة للقياس.
- تركز على النتائج التي سيتم تحقيقها من خلال البحث.

٢. أهمية الدراسة:

- توضح لماذا هذا البحث مهم.
- تبرز الفائدة العلمية أو العملية التي يمكن تحقيقها.
- تشرح كيف يساهم البحث في سد فجوة معرفية أو حل مشكلة.

مثال توضيحي:

- الهدف: تحليل تأثير الإعلام التفاعلي على الذكاء الاجتماعي.
- الأهمية: تساهم الدراسة في فهم دور الإعلام الحديث في تنمية المهارات الاجتماعية، مما يساعد المؤسسات التعليمية في تطوير مناهج تفاعلية أفضل.

أهداف وأهمية بحثية مقترحة لأطروحتك المستقبلية عنوان الأطروحة المحتمل:

"مصادقية وجاذبية المشاهير مقدمي إعلانات الجمعيات الخيرية وأثرها على سلوك الشباب نحو العمل التطوعي والخيري – دراسة ميدانية"

أولاً: أهداف الدراسة المقترحة (وفق قاعدة SMART)

١. تحليل مستوى مصادقية وجاذبية المشاهير في إعلانات الجمعيات الخيرية لدى الشباب السعودي خلال عام ٢٠٢٥.
٢. قياس تأثير هذه الإعلانات على اتجاهات وسلوك الشباب نحو العمل التطوعي والخيري باستخدام استبيانات ومقاييس علمية.
٣. دراسة العلاقة بين خصائص المشاهير (مثل الشهرة، الخبرة، الجاذبية) وتأثيرهم على الشباب في التبرع والمشاركة في الأنشطة الخيرية.
٤. مقارنة استجابة الشباب للإعلانات التي يقدمها المشاهير مقابل الإعلانات التقليدية من حيث التأثير والإقناع.
٥. تقديم توصيات للجمعيات الخيرية حول كيفية اختيار المشاهير وتوظيفهم في الحملات الإعلامية لزيادة فاعلية الإعلانات الخيرية.

مدى توافقها مع قاعدة SMART:

- ✓ محددة: تركز على مصادقية المشاهير وجاذبيتهم وتأثيرهم على سلوك الشباب.
- ✓ قابلة للقياس: يمكن قياسها من خلال استبيانات، تحليل المحتوى، ومقارنة الاستجابات.
- ✓ قابلة للتحقيق: يمكن تنفيذها عبر دراسة ميدانية وتحليل البيانات الإحصائية.
- ✓ ذات صلة: تتعلق بمساهمة المشاهير في حملات التبرع والتطوع.
- ✓ محددة بزمان: ترتبط بفترة زمنية محددة لدراسة التأثير.

ثانيًا: أهمية الدراسة المقترحة

١. أهمية علمية:

- تساهم الدراسة في توسيع المعرفة حول دور المشاهير في التأثير على سلوك الشباب فيما يتعلق بالأعمال الخيرية.
- توفر إطارًا علميًا لقياس المصداقية والجاذبية وتأثيرها على القرارات السلوكية في السياق الخيري.

٢. أهمية عملية:

- تساعد الجمعيات الخيرية في اختيار المشاهير المناسبين لحملاتهم الإعلامية لضمان تحقيق أهدافها.
- تقدم توصيات تسويقية وإعلامية حول كيفية تصميم حملات إعلانية أكثر فعالية تعتمد على المشاهير.
- تفيد في تحليل الفجوة بين التأثير المتوقع والفعالية للإعلانات الخيرية على الشباب.

٣. أهمية مجتمعية:

- تشجع الشباب السعودي على التفاعل الإيجابي مع الأنشطة التطوعية من خلال فهم العوامل المؤثرة على قرارهم.
- تدعم تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠ في تعزيز ثقافة العمل التطوعي وزيادة عدد المتطوعين.
- تساهم في توجيه وسائل الإعلام نحو تقديم محتوى أكثر تأثيرًا في مجال العمل الخيري.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

