



د. اللولو القحطاني

دكتوراه الإعلام الرقمي



دراسة نقدية بعنوان

دور المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي في الترويج لأنشطة
المؤسسات الخدمية بالمملكة العربية السعودية : دراسة ميدانية

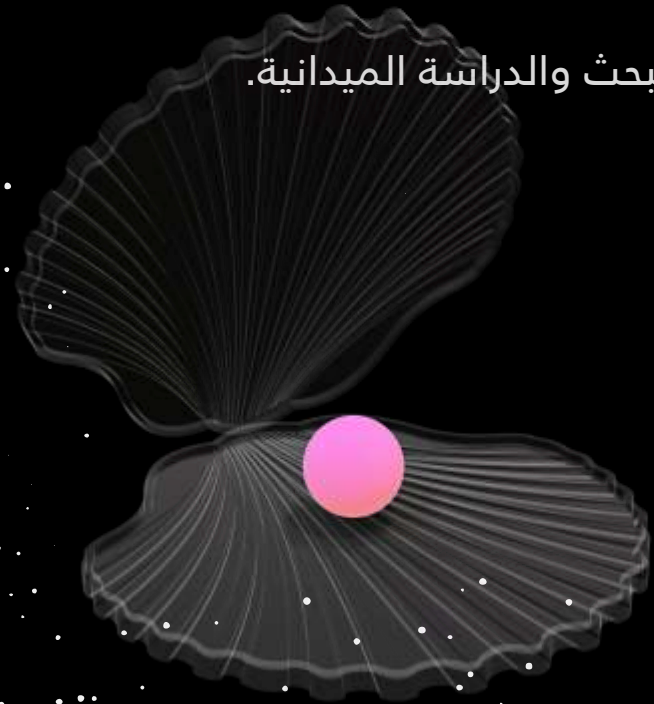
د. اللولو القحطاني

2 3 2 0 0 0 7 0 2

المحاور الرئيسية

نقد ورقة بحثية إيجابيًا وسلبًا من حيث:

- منهج البحث والدراسة الميدانية.



تحديد متغيرات الدراسة من العنوان

المتغير التابع

دور المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي في الترويج

المتغير المستقل

لأنشطة المؤسسات الخدمية بالملكة العربية السعودية "دراسة ميدانية"

المجال الجغرافي

أ.د. حسن نهار محاسنه
أستاذ مساعد بقسم الاتصال والإعلام بكلية الآداب والعلوم
الإنسانية بجامعة طيبة بالملكة العربية السعودية

نوع الدراسة

نقد منهج البحث والدراسة الميدانية

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف الظاهرة التي تدرسها كما هي في ظل الظروف التي تتواجد عليها.

منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وذلك من خلال مسح اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدور الذي يقوم به المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لأنشطة المؤسسات الخدمية بالمملكة العربية السعودية.

فروض الدراسة:

١- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الباحثين بمناخات قنوات المؤثرين عبر سائل التواصل الاجتماعي، ودرجة تأثير المؤثرين في التوعية بالمؤسسات الخدمية.

دور المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي في الترويج لأنشطة المؤسسات الخدمية

٢- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة الباحثين فيما تقدمه المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقيامهم بالمشاركة من قبل في الأنشطة الخاصة بالمؤسسات الخدمية.

٣- تختلف درجة تأثير المؤثرين في التوعية بالمؤسسات الخدمية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع - السن - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي).

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور العام بالمملكة العربية السعودية الذين يتابعون صفحات المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي، ويتعاملون مع مؤسسات خدمية.

عينة الدراسة:

إيجابيات منهج البحث والدراسة الميدانية

- ✓ نوع الدراسة وصفية وتم استخدام منهج المسح الإعلامي، ذلك لأنه يجمع بيانات حول الآراء والتوجهات، وهذا يتناسب مع الدراسات في مجال الإعلام، ويعد هذا المنهج اختيار مناسب مع دراسة تهدف إلى وصف وتحليل دور المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي.
- ✓ توظيف نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام"، التي ربطت بين اعتماد الجمهور السعودي على وسائل الإعلام الرقمية وتأثير المؤثرين، وهذا يبين فهم الباحث لسياق الدراسة.
- ✓ تم الاستعانة بالاستبيان كأداة جمع البيانات، ذلك لأنه أداة فعالة لجمع كمية كبيرة من البيانات في وقت قصير من عدد كبير من الأشخاص، بالإضافة إلى أنها تسمح بالحصول على معلومات مباشرة من المبحوثين، وهذا يحقق أهداف الدراسة ويجيب على تساؤلاتها.
- ✓ صدق وثبات أداة الدراسة، تم التحقق من الصدق بعرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في أقسام وكليات الإعلام، والتأكد من الثبات بحساب معامل ألفا كرونباخ الذي بلغ (0.83).
- ✓ تنفيذ الدراسة الميدانية في المجال جغرافي مناسب، تعتبر قضية مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز القضايا الإعلامية في المجتمع السعودي، وتنفيذ الدراسة في هذا النطاق الجغرافي يعود بنتائج صادقة.
- ✓ شمولية الدراسة لمختلف الفئات الاجتماعية (من حيث التعليم، الدخل، الحالة الاجتماعية)، يعكس محاولة الباحث لفهم تأثير المؤثرين على شرائح مختلفة من المجتمع.
- ✓ الدراسة قدمت تحليلاً جيداً للفئات العمرية والتعليمية للمبحوثين، مما يساهم في فهم أعمق للعوامل الديموغرافية المؤثرة على تفاعل الأفراد مع المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي.
- ✓ بلغت استجابات عينة الدراسة (350) مفردة، وتم استثناء (50) من عملية التحليل، وذلك لنقص الإجابات وعدم استيفاء الاستبيانات للبيانات المطلوبة، وهذا يدعم من جودة النتائج.
- ✓ تم اختيار عينة الدراسة العينة العمدية بحجم بلغ 300 مبحوث، هذا يعد كافياً لدراسة دور المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي في الترويج لأنشطة المؤسسات الخدمية.
- ✓ تم تناول "المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي" إصطلاحياً وإجرائياً ضمن المفاهيم الإجرائية، وهذا يعطي صورة لكيفية تطبيق هذا المفهوم بشكل ميداني أو عملي.

سلبيات منهج البحث والدراسة الميدانية

- ✓ اعتماد الدراسة بشكل كامل على منهج المسح، كان من الممكن اضافة منهج تجريبي أو شبه تجريبي لتقديم أدلة أكثر قوة على دور المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي في الترويج للأنشطة المؤسسات الخدمية في السعودية.
- ✓ اعتماد الدراسة على نظرية واحدة "نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام" قد لا يكون كافيًا لتغطية كافة جوانب تأثير المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومن المفيد استخدام أكثر من نظرية لتعزيز الفهم ودعم التحليل.
- ✓ اقتصر الدراسة على استخدام الاستبيان فقط قد يقيد الفهم العميق للسلوكيات والمحفزات وراء متابعة المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي، من المناسب دمج أدوات بحثية أخرى مثل المقابلات أو مجموعات التركيز.
- ✓ الاستناد إلى العينة العمدية قد يحد من إمكانية تعميم النتائج على المجتمع السعودي بأكمله، لأنها تؤدي إلى تحيز في النتائج فلا تمثل جميع الفئات.
- ✓ افتقار الدراسة لتوضيح الإجراءات المتبعة في جمع البيانات وتحليلها بشكل كاف، على سبيل المثال نقص في التفصيل حول الأسلوب المتبع لجمع البيانات، مع غياب توضيح الإجراءات المستخدمة في جانب التحليل الإحصائي، يخلق حالة من التساؤل وعدم الوضوح للقارئ.
- ✓ الدراسة لم تتناول بشكل كاف كيف يمكن أن تؤثر الثقافة المحلية على تفاعل الجمهور مع المؤثرين، ففي المجتمع السعودي القيم الثقافية والاجتماعية تلعب دورًا كبيرًا، كان من المهم دراسة تأثير هذه القيم على تفاعل الأفراد مع المحتوى المقدم من المؤثرين.
- ✓ غياب النطاق الزمني، فلم يتم النظر في كيفية تغير تأثير المؤثرين على مر الزمن، النظر في هذا الجانب كان يمكن أن يقدم فهمًا أفضل لكيفية تأثير التحولات الاجتماعية والإعلامية على تفاعل الجمهور مع المؤثرين والوثوق بهم.
- ✓ الدراسة لم توضح بشكل كاف التنوع الجغرافي للعينة، مما قد يؤثر على مدى تمثيل النتائج لمختلف مناطق المملكة.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف الظاهرة التي تدرسها كما هي في ظل الظروف التي تتواجد عليها.

منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وذلك من خلال مسح اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدور الذي يقوم به المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للأنشطة المؤسسات الخدمية بالمملكة العربية السعودية.

فروض الدراسة:

١- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الباحثون بمتابعة قنوات المؤثرين عبر سائل التواصل الاجتماعي، ودرجة تأثير المؤثرين في التوعية بالمؤسسات الخدمية.

دور المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي في الترويج للأنشطة المؤسسات الخدمية

٢- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة الباحثون فيما تقدمه المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقيامهم بالمشاركة من قبل في الأنشطة الخاصة بالمؤسسات الخدمية.

٣- تختلف درجة تأثير المؤثرين في التوعية بالمؤسسات الخدمية وفقًا للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع - السن - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي).

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور العام بالمملكة العربية السعودية الذين يتابعون صفحات المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي، ويتعاملون مع مؤسسات خدمية.

عينة الدراسة:

دور المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي في الترويج للأنشطة
المؤسسات الخدمية بالمملكة العربية السعودية : دراسة ميدانية

https://journals.ekb.eg/article_313276.html





د. اللولو القحطاني

دكتوراه الإعلام الرقمي





دتم بخیر و سرور

