

دراسات نقدية

اليوم سوف نتناول في مادة دراسات نقدية دراسة بعنوان أثر الرسالة الاعلانية على السلوك الاستهلاكي للأطفال استقصائية لاطفال مدارس مدينة تيارات

للباحثة اسماء خليل

لم أضع الرابط الخاص فيه وذلك لانني سأحمل البحث بملف مرفق مع هذا الملف
وهنا سأعرض موجز المقدمة لكي نبدأ بالنقد

المقدمة

"تتناول هذه الدراسة تأثير الإعلانات التلفزيونية على السلوك الاستهلاكي للأطفال من خلال تحليل طبيعة الرسائل الاعلانية ومدى تأثيرها على قرارات الشراء لدى الأطفال. نظراً للدور المتزايد للإعلانات التلفزيونية في التأثير على الأطفال وقراراتهم الشرائية، تبرز أهمية هذه الدراسة في فهم آليات التأثير الإعلامي على سلوك المستهلكين الصغار. تكمن مشكلة الدراسة في التأثير المتزايد للإعلانات التلفزيونية على الأطفال، مما يؤدي إلى تغييرات في سلوكياتهم الشرائية دون وعي كافٍ بطبيعة هذه المنتجات. تمثل العينة المستهدفة في هذه الدراسة الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 6-12 سنة، حيث سيتم تحليل سلوكهم الشرائي بناءً على تعرضهم للإعلانات التلفزيونية. تتكون متغيرات الدراسة من المتغير المستقل وهو تعرض الأطفال للإعلانات التلفزيونية، والمتغير التابع وهو سلوكهم الشرائي. تم التحكم في العوامل المؤثرة الأخرى عبر استبيان موجه للأولياء والمعلمين. تساعد هذه الدراسة في فهم كيفية تأثير الأطفال بالإعلانات، مما يتيح للمؤسسات التربوية والأسر وضع استراتيجيات توعوية لحماية الأطفال من التأثيرات السلبية للإعلانات".

1. هل عرف الباحث موضوع الرسالة أو مشكلتها بصورة موجزة في المقدمة؟

نعم، الباحث قدم تعريفاً واضحاً لموضوع الرسالة، حيث تناول تأثير الإعلانات التلفزيونية على السلوك الاستهلاكي للأطفال، مع تحليل طبيعة الرسائل الاعلانية ومدى تأثيرها على قرارات الشراء لديهم. المقدمة أشارت إلى أهمية هذا الموضوع باعتباره قضية اجتماعية معاصرة تحتاج إلى دراسة معمقة، ولكن لم يتم توضيح الخلفية التاريخية أو مدى انتشار هذه المشكلة ببيانات إحصائية، مما قد يساعد في تعزيز قوة الطرح. كما أن الطرح جاء موجزاً ومباشراً لكنه كان يمكن أن يكون أكثر تفصيلاً من خلال ذكر بعض العوامل التي تجعل هذه المشكلة تستحق الدراسة، مثل تطور وسائل الإعلام وزيادة تعرض الأطفال للإعلانات. ومع ذلك، المقدمة كانت فعالة في توضيح الإطار العام للدراسة.

الدليل من النص:

"تتناول هذه الدراسة تأثير الإعلانات التلفزيونية على السلوك الاستهلاكي للأطفال من خلال تحليل طبيعة الرسائل الإعلانية ومدى تأثيرها على قرارات الشراء لدى الأطفال".

2. هل جاءت مقدمة الرسالة خالية من المراجع البحثية الموثقة؟

لا، المقدمة لم تكن خالية من المراجع البحثية، بل تضمنت إشارات إلى دراسات سابقة تناولت موضوع البحث، وهو ما يعكس استناد الباحث إلى أسس علمية قوية. فقد تم الاستشهاد ببعض الدراسات التي تدعم فكرة أن الإعلانات التلفزيونية تلعب دورًا هامًا في تشكيل السلوك الاستهلاكي للأطفال، مما يعزز مصداقية البحث ويضعه في سياق الدراسات السابقة. ومع ذلك، يمكن اعتبار إدراج المراجع داخل المقدمة أمرًا غير مثالي، حيث يفضل عادةً أن يتم استعراض الدراسات السابقة في قسم منفصل بدلاً من أن تكون جزءًا من المقدمة، وذلك لجعلها أكثر سلاسة وانسيابية للقارئ. استخدام المراجع في المقدمة قد يجعلها أقرب إلى مراجعة أدبيات مختصرة بدلاً من تقديم عام لموضوع البحث.

الدليل من النص:

"تشير دراسات سابقة مثل دراسة [Joanne Cantor] و [Patti M. Valkenburg] إلى أن الإعلانات التلفزيونية تلعب دورًا هامًا في تشكيل السلوك الاستهلاكي لدى الأطفال".

3. هل اشتملت المقدمة على مبررات اختيار الموضوع وذكر أهمية الدراسة؟

نعم، الباحث قدم مبررات مقنعة لاختيار موضوع الدراسة، حيث أوضح أن الإعلانات التلفزيونية أصبحت جزءًا أساسيًا من الحياة اليومية للأطفال، مما يجعل من الضروري دراسة تأثيرها على سلوكهم الاستهلاكي. كما أشار إلى أن هذه الدراسة تساهم في فهم مدى تأثير وسائل الإعلام الحديثة على الأجيال الناشئة، وتوفر قاعدة معرفية يمكن أن يستفيد منها الأهالي والمختصون في مجال التربية والإعلام. ومع ذلك، كان من الأفضل أن يوضح الباحث بشكل أكثر تفصيلاً الفجوة البحثية التي يحاول سدها، أي ما الذي يميز بحثه عن الأبحاث السابقة، وهل هناك نقص في الدراسات حول هذا الموضوع في سياق معين مثل البيئة العربية؟ إضافة إلى ذلك، لم يوضح الباحث ما إذا كانت هذه الدراسة تهدف إلى تقديم توصيات عملية أم أنها دراسة وصفية فقط.

الدليل من النص:

"نظراً للدور المتزايد للإعلانات التلفزيونية في التأثير على الأطفال وقراراتهم الشرائية، تبرز أهمية هذه الدراسة في فهم آليات التأثير الإعلامي على سلوك المستهلكين الصغار".

4 هل كان هناك تطرق لمشكلة الدراسة في المقدمة؟

نعم، الباحث تناول مشكلة الدراسة بشكل واضح من خلال التركيز على التأثير الكبير للإعلانات التلفزيونية على الأطفال وسلوكهم الشرائي، وأشار إلى أن هذه الظاهرة أصبحت تثير قلق الأهالي والخبراء التربويين، نظرًا لأن الأطفال لا يمتلكون الوعي الكافي للتمييز بين الحقيقة والترويج التجاري. ومع ذلك، لم يتم توضيح الأبعاد المختلفة للمشكلة، مثل تأثيرها على العادات الاستهلاكية طويلة المدى، أو كيف تؤثر أنواع معينة من الإعلانات على سلوكيات مختلفة لدى الأطفال. كان من الممكن تعزيز المشكلة ببعض البيانات الإحصائية أو الدراسات السابقة التي توضح مدى تأثير الإعلانات على الأطفال في سياقات مختلفة، مما يجعل الطرح أكثر قوة وإقناعًا.

الدليل من النص:

"تكمن مشكلة الدراسة في التأثير المتزايد للإعلانات التلفزيونية على الأطفال، مما يؤدي إلى تغييرات في سلوكياتهم الشرائية دون وعي كافٍ بطبيعة هذه المنتجات".

5 هل كان هناك ذكر لمجتمع الدراسة والمحددات؟

نعم، تم تحديد مجتمع الدراسة في المقدمة، حيث أوضح الباحث أن العينة المستهدفة هم الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 6-12 سنة، وهو اختيار منطقي نظرًا لأن هذه الفئة العمرية هي الأكثر تأثرًا بالإعلانات التلفزيونية. ومع ذلك، لم يتم تحديد بيئة الدراسة بشكل دقيق، فهل سيتم إجراء البحث في المدارس أم المنازل؟ وهل هناك عوامل أخرى مثل الخلفية الاقتصادية والاجتماعية للأطفال التي قد تؤثر على النتائج؟ كذلك، لم يتم التطرق إلى المحددات البحثية مثل تأثير تدخل أولياء الأمور في عملية اتخاذ القرار الشرائي لدى الأطفال، وهو عامل مهم يجب مراعاته.

الدليل من النص:

"تمثل العينة المستهدفة في هذه الدراسة الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 6-12 سنة، حيث سيتم تحليل سلوكهم الشرائي بناءً على تعرضهم للإعلانات التلفزيونية".

6 متغيرات الدراسة: هل عرفها الباحث وهل قام بضبطها والتحكم فيها؟

نعم، الباحث عرف المتغيرات بوضوح حيث حدد أن المتغير المستقل هو التعرض للإعلانات التلفزيونية، بينما المتغير التابع هو السلوك الشرائي للأطفال. كما أشار إلى أن الدراسة ستستخدم استبيانات للحصول على البيانات وضبط العوامل المؤثرة الأخرى. ومع ذلك، لم يوضح الباحث ما إذا كان هناك متغيرات وسيطة أو تفاعلية قد تؤثر على العلاقة بين التعرض للإعلانات والسلوك الشرائي، مثل تأثير الإعلانات الرقمية أو تدخل الوالدين. أيضًا، لم يتم تقديم شرح تفصيلي لكيفية ضبط هذه المتغيرات للتأكد من أن النتائج تعكس التأثير الفعلي للإعلانات وليس عوامل خارجية.

الدليل من النص:

"تتكون متغيرات الدراسة من المتغير المستقل وهو تعرض الأطفال للإعلانات التلفزيونية، والمتغير التابع وهو سلوكهم الشرائي. تم التحكم في العوامل المؤثرة الأخرى عبر استبيان موجه للأولياء والمعلمين".

7. هل تم إعطاء لمحة موجزة عن أهمية الدراسة؟

نعم، الباحث قدم لمحة موجزة عن أهمية الدراسة، حيث أوضح أنها ستساعد في فهم تأثير الإعلانات التلفزيونية على الأطفال، مما يمكن الأسر والمؤسسات التربوية من اتخاذ قرارات مستنيرة لحماية الأطفال من التأثيرات السلبية للإعلانات. ومع ذلك، لم يحدد الباحث الجهات الأخرى المستفيدة من البحث، مثل الشركات الإعلامية أو المؤسسات الحكومية. كما لم يوضح كيف يمكن أن تسهم هذه الدراسة في تطوير سياسات الإعلان للأطفال أو تحسين المحتوى الإعلامي.

الدليل من النص:

"تساعد هذه الدراسة في فهم كيفية تأثير الأطفال بالإعلانات، مما يتيح للمؤسسات التربوية والأسر وضع استراتيجيات توعوية لحماية الأطفال من التأثيرات السلبية للإعلانات".