

تقييم المقدمة البحثية وكتابة نموذج بديل

[رابط البحث](#)

هند فريد البيبي



نقاط القوة في المقدمة

✓ الانتقال من العام إلى الخاص: تبدأ المقدمة بربط الظاهرة بسياقها العام (بيئة تنافسية، تطور تكنولوجي، تحول رقمي) قبل التخصيص، وهو أسلوب تقليدي مقبول ومعتمد في كتابة مقدمات الدراسات.

✓ دعم الطرح بأرقام وإحصاءات: استخدمت المقدمة بيانات داعمة (13.8 مليار دولار حجم صناعة التسويق المؤثر عام 2021) لإثبات حداثة الموضوع وأهميته، وهذا أسلوب جيد لبناء حجة الدراسة.

الانتقادات الجوهرية للمقدمة

1. **عدم اتساق العنوان مع المقدمة:** العنوان عن "المحتوى الذي ينشئه المستخدمون (بالمؤثرين" وهما مفهومان مختلفان تماماً.
2. **غياب الإشكالية البحثية:** المقدمة سردية إخبارية تصف الظاهرة ولا تُبرز فجوة بحثية حقيقية تستدعي قيام هذه الدراسة بالتحديد.
3. **غياب السياق السعودي:** رغم تحديد العنوان بالسعودية، تخلو المقدمة من أي بيانات محلية ولا تذكرها إلا في صفحات متأخرة جداً من البحث.
4. **ضعف التوثيق وطول المقدمة:** الإحالات غير موحدة، وطول المقدمة جعلها أشبه بفصل نظري بدلاً من مقدمة تمهيدية مركزة.

(1-3) اعتبارات كتابة المقدمة

1. **الاتساق مع عنوان الدراسة:** يجب أن تتناول المقدمة نفس المتغيرات الواردة في العنوان بالضبط، ولا يجوز الحديث عن مفهوم مغاير لما ورد في العنوان.
2. **الانتقال التدريجي من العام إلى الخاص:** البدء بالسياق الأوسع ثم التخصيص بأرقام موثقة من السياق المحلي للدراسة، وليس الاكتفاء ببيانات عالمية عامة.
3. **بناء الإشكالية البحثية:** المقدمة ليست فصلاً نظرياً؛ بل تمهيد يكشف الفجوة البحثية ويوضح لماذا هذه الدراسة ضرورية الآن وفي هذا السياق تحديداً.

(4-6) اعتبارات كتابة المقدمة

(تتوافق مع قائمة المراجع، مع تجنب تكرار مصدر واحد بصيغ APA 4. **التوثيق العلمي السليم:** ذكر كل معلومة أو رقم بصيغة توثيق موحدة) مختلفة.

5. **الإيجاز والتركيز:** المقدمة الجيدة لا تتجاوز صفحة أو صفحتين، وتتجنب التفاصيل الإحصائية المكثفة والشرح النظري العميق الذي ينتمي للإطار النظري.

6. **الجملة الانتقالية الختامية:** تُختتم المقدمة بجملة واضحة تمهّد لمشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها، لإعطاء القارئ إحساساً بالتسلسل المنطقي.



شكراً لكم