

التكليف الثاني لمقرر قضايا بحثية 3

د. محمد الخولي

ملخص باهم الأبحاث المنشورة
تحديد الاتجاهات والفجوات البحثية

إعداد : بسمة العنمي



عنوان الدراسة

العلاقة بين استخدام الإعلام الرقمي وإدراك الذات لدى النساء في المجتمع السعودي – دراسة وصفية تحليلية

1. الحربي، نوف (2022). "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصورة الذاتية لدى الفتيات الجامعيات في المملكة العربية السعودية." مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الملك سعود.

2. القحطاني، سارة (2021). "وسائل الإعلام الجديدة وإعادة تشكيل الهوية الاجتماعية للمرأة السعودية." مجلة دراسات إعلامية معاصرة.

الحربي 2022، Alghamdi 2020، Ahmad & Saleh 2019
(العتيبي 2023)

تمهيد

شهدت السنوات الأخيرة تصاعدًا في الأبحاث التي تربط بين استخدام الإعلام الرقمي وإدراك الذات لدى المرأة، ولا سيما مع التحولات الثقافية والاجتماعية المتسارعة. وقد انطلقت أغلب هذه الدراسات من فرضية أن المنصات الرقمية لا تؤثر فقط على السلوك الاتصالي، بل تمتد لتعيد تشكيل إدراك المرأة لذاتها وصورتها الاجتماعية والمهنية.

تنوّعت هذه الدراسات بين مناهج وصفية تحليلية ومسوح ميدانية، وركزت على فئات مختلفة (طالبات جامعيات، موظفات، مؤثرات رقمية، نساء في المدن الكبرى)، وهذا أتاح بناء تصور أكثر شمولاً لطبيعة العلاقة بين الإعلام الرقمي والذات الأنثوية في المجتمع السعودي.



ثانيًا: أوجه الاتفاق بين الدراسات

1. تأثير المنصات البصرية على مفهوم الذات:

اتفقت الدراسات التالية (الحربي 2022، Alghamdi 2020، Ahmad & Saleh 2019) أن:
- المحتوى البصري في المنصات يحدث تأثيرًا مباشرًا في الصورة الجسدية وإدراك المرأة لذاتها، سواء بالإيجاب (تعزيز الثقة) أو بالسلب (زيادة المقارنة الاجتماعية).

2. التمييز بين الاستخدام الهادف والاستهلاكي:

أشارت أبحاث العتيبي (2023) والقحطاني (2021) إلى أن النساء اللاتي يستخدمن الإعلام الرقمي لأغراض مهنية يملكن مستوى أعلى من الثقة بالذات والهوية الرقمية مقارنةً باستخدامهن لأغراض ترفيهية.

COMPARE



تابع ثانيًا: أوجه الاتفاق بين الدراسات

3. البعد الثقافي والاجتماعي:

كشفت الدراسات العربية (القحطاني 2021، الحربي 2022) أن التحولات الثقافية في المملكة والانفتاح الرقمي في المملكة، أسهما في إعادة تعريف دور المرأة، وهذا جعل الإعلام الرقمي ساحة لتوسيع إدراك الذات الاجتماعية.

4. الاتفاق حول أهمية الوعي الرقمي:

اتفقت النتائج على أن ضعف التربية الإعلامية يؤدي إلى هشاشة في إدراك الذات، بسبب الاتباع المفرط مع النماذج الرقمية المثالية.

ثالثًا: أوجه الاختلاف بين الدراسات

1. اختلاف المنهج والأداة:

بعض الدراسات اعتمدت المنهج الكمي (استبانات) مثل الحربي (2022)، بينما لجأت أخرى إلى المنهج النوعي (مقابلات وملاحظات) مثل القحطاني (2021)، مما جعل النتائج .

2. اختلاف العينة والفئة المستهدفة:

الدراسات التي تناولت الطالبات الجامعيات ركزت على الصورة الجمالية والثقة بالنفس، في حين أن الدراسات التي استهدفت النساء العاملات (العتيبي 2023) ركزت على الهوية المهنية وبناء الذات الرقمية.

3. اختلاف زاوية النظر إلى الإعلام الرقمي:

بعض الدراسات وجدت الإعلام الرقمي أداة تمكين (القحطاني 2021)، بينما دراسات (2019) أخرى اعتبرته عامل ضغط نفسي واجتماعي (الحربي 2022)،

هذا التباين يُظهر أن تأثير الإعلام الرقمي ليس أحادي الاتجاه، بل يتوقف على طبيعة الاستخدام، ومستوى الوعي، ونوع المحتوى.

رابعاً: الثغرات البحثية

- ١- ندرة الدراسات الميدانية داخل المجتمع السعودي، التي تجمع بين التحليل الكمي والنوعي لقياس العلاقة.
- ٢- غياب أدوات قياس محلية تتناسب مع الخصوصية الثقافية السعودية.
- ٣- نقص الدراسات المقارنة بين المناطق أو الفئات العمرية المختلفة للنساء في السعودية.
- ٤- ندرة الدراسات التي تناولت أثر المنصات المهنية.
- ٥- قلة الأبحاث التي دمجت البعد القيمي والديني في تحليل تشكيل الذات الرقمية للمرأة السعودية.



خامساً: الاتجاهات المستقبلية المقترحة

1. توجيه الأبحاث المقبلة نحو تصميم مقاييس سعودية للهوية والذات الرقمية.
3. إدماج التحليل النفسي والاجتماعي والاتصالي في نموذج تفسيري موحد للعلاقة بين الإعلام الرقمي والذات الأنثوية.
4. التركيز على التمكين الإيجابي عبر حملات توعية رقمية تعزز الوعي بالذات الواقعية والرقمية.
5. الاهتمام بالفروق بين المنصات التفاعلية والبصرية في بناء الصورة الذاتية.

مراجعة الدراسات تظهر أن :-

- الإعلام الرقمي أصبح يمثل ساحة لإعادة إنتاج الهوية النسائية السعودية؛ لأنه من جهة هو أداة تمكين ومصدر لضغوط المقارنة والصور المثالية من جهة أخرى.

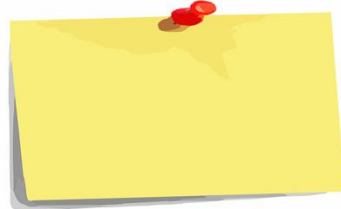
- يعتمد الأثر النهائي على مستوى الوعي؛ فالثقة بالذات تزيد لدى المستخدمين الواعيات اللاتي يوظفن الإعلام الرقمي لأهداف مهنية، بينما تنخفض لدى من يستهلك المحتوى السلبي دون تفكير نقدي.

- وبناء على ذلك، تبرز الحاجة إلى دراسات وصفية تحليلية معمقة تجمع بين البعدين الكمي والنوعي لشرح ديناميات العلاقة بين الإعلام الرقمي وإدراك الذات في المجتمع السعودي، من منظور نفسي-ثقافي متكامل

I just need
the main ideas



الملاحظات الرئيسية



الملاحظات

- قياس العلاقة بين استخدام المنصات وإدراك الذات الأنثوية.
 - معظم الدراسات وصفي تحليلي يعتمد على الاستبانة أو المقابلات.
 - مستوى الاستخدام - نوع المحتوى - البعد النفسي والاجتماعي لإدراك الذات.
 - الاستخدام المفرط للمحتوى الجمالي يضعف الرضا الذاتي، بينما الاستخدام الهادف (المهني أو الثقافي) يعزز الثقة والهوية الرقمية الإيجابية.
 - تعزيز التربية الرقمية، تطوير الوعي النقدي، وتشجيع النماذج الإيجابية للمرأة السعودية
- النتائج المتغيرات الرئيسية
المنهج المستخدم
الدراسات
التوصيات



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You

بسملة العنمي) :

