



د. اللولو القحطاني

دكتوراه الإعلام الرقمي



مشكلة البحث

د. اللولو القحطاني

232000702

أطروحة دكتوراه

دور وسائل التواصل الاجتماعي في التنبؤ ينمو
سمات الشخصية ومفهوم الذات لدى عينة من
المراهقين في الأردن

تخصص الإرشاد النفسي والتربوي

قسم الإرشاد والصحة النفسية

كلية الدراسات العليا



إعداد الباحث \ زيد المجذوب

عام 2021



جامعة العلوم الإسلامية العالمية
كلية الدراسات العليا
قسم الإرشاد والصحة النفسية

دور وسائل التواصل الاجتماعي في التنبؤ ينمو سمات الشخصية
ومفهوم الذات لدى عينة من المراهقين في الأردن

إعداد:

زيد "محمد خير" محمد المجذوب

إشراف:

د. المنصور يوسف الصمادي

قامت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات درجة بكتوار الفلسفة في تخصص الإرشاد النفسي
والتربوي في جامعة العلوم الإسلامية العالمية

تاريخ المناقشة: صان الأربعاء 2021/5/26

المحاور الرئيسية

أطروحة دكتوراه في مجال علوم الإعلام والاتصال من
حيث مشكلة البحث، وذلك:

- تحليل مشكلة البحث.
- تقييم مشكلة البحث.
 - نقاط القوة في مشكلة البحث.
 - نقاط الضعف في مشكلة البحث.
 - التقييم العام لمشكلة البحث.
- البحث المقترح.
- صياغة مشكلة البحث المقترح.
- أهم ما يجب أخذه في الاعتبار عند كتابة مشكلة الدراسة.
- أهم ما يجب أخذه في الاعتبار عند كتابة مقدمة الدراسة.
- المراجع.



تحليل مشكلة البحث



تحليل مشكلة البحث

- تمت صياغة مشكلة الدراسة في نص يمتد على صفحة تقريبًا، متضمنة خمس فقرات مترابطة.
- اعتمدت الدراسة على أسلوب واضح وموجز في عرض المشكلة باستخدام الصياغة على هيئة فرض لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي على النمو الكلي في سمات شخصية عينة من المراهقين ومفهوم الذات لديهم.
- الدراسة تستخدم "التنبؤ" كإطار بحثي، للبحث في العلاقة بين المتغير المستقل "دور وسائل التواصل الاجتماعي" وتأثيره على المتغيرات التابعة "نمو سمات الشخصية" و"مفهوم الذات".
- استندت المشكلة إلى ستة مراجع، شملت مقالاً بعنوان "الأردن الأول عالميًا في استخدام منصات التواصل الاجتماعي سنة 2019"، إضافةً إلى خمس دراسات سابقة نُشرت بين عامي 2016 و2020.

تعتبر المراهقة مرحلة انتقالية بين الطفولة والبلوغ، وهي تشمل النضج البدني الذي يفرض
بها هذه الفترة الصعبة. إن النمو المعرفي والعقلي والعاطفي والاجتماعي والجنسي هو حق
وسوي في أي إنسان، ويجب ضمان جميع المراحل من أجل تكون مرحلة الرشد بنجاح. هناك
إدماج بين المشكلات الجسدية والعقلية على أن المراهقة للمراهقين يجب أن يتم التعامل بها
وتعريفها لضمان نموهم ونموهم السليم، وإن هذه المرحلة تتيح الصعوبات المختلفة التي يواجهها
المراهقون في سنهم. الانتقال إلى مرحلة الرشد، كما تقدم توصيات لآلة، الذين يحزن بالمراهقين
والمرحوم والمشاكل التي يعيشونها فيها مع الفهم أن المراهقين يخفون مرحلة التطور الطبيعي
نمو الاستقلالية ويضعون الفهم والتأثير، ومع ذلك، غالبًا ما يواجه المراهقون مواقف قد لا
يكونون مستعدين لها، ومن المروج أن يتشارك التأثير عنهم في سلوكيات تنطوي على بعض
المخاطر (Ornely, 2020).

يرى الباحث أن العالم اليوم أصبح يتسارع الأحداث، فكل وقتها، فالتقدم العلمي أصبح يساهم
الإنسان على فهم طبيعة الحياة التي يعيشها بشكل أفضل، وبالتالي يستطيع التنبؤ وتوقع المستقبل
وكذلك هو الحال في علم النفس، فإن علماء النفس يسعون إلى توقع السلوك والتنبؤ بالمشاكل
التي تواجهها، إذ كانت هذه الدراسة للتحقق من السلوكيات التي يسكنها الشباب ومفهوم الذات من
خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، إذ يحفز الفهم
أمرًا هامًا وضروريًا في العصر الحالي، إذ يساهم على فهم السلوك الإنساني وتعبئة خلال مرحلة
النمو، كما يساهم في توعية المراهقين للسلوكيات السليمة التي يتبعها.

مشكلة الدراسة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي منذ لا طرفة عين في عالمنا، إذ أنها أصبحت في
إحدى أهم الأدوات في حياتنا اليومية، سواء الاجتماعية أو التعليمية، وبالتالي أصبح
لا بد من إدراكها وتعلم الإرشاد النفسي، ومعرفة دورها في العملية التعليمية.

ولذلك لا بد من دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في حياة المراهقين، إذ أنها أصبحت جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية،
وإن هناك العديد من المراهقين يتأثرون بها بشكل ملحوظ، حيث أنها تتأثر بها العوامل التي تؤثر في
نموهم في تكوين شخصيتهم وتشكيل مفهوم الذات لديهم، وهذا ما أكدته العديد من الدراسات، كدراسة
السلوك (2016)، والتي أظهرت وجود أثر كبير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك
العقلية للمراهقين، ودراسة أخرى (Chalghaf, 2017) التي أشارت إلى وجود علاقة بين وسائل
التواصل الاجتماعي والتغير السلوكي، ودراسة أخرى (2019)، والتي أظهرت أن استخدام مواقع

تحليل مشكلة البحث

- بدأت مشكلة الدراسة بمقدمة لانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، وتأثيراتها الإيجابية والسلبية في جوانب الحياة المختلفة، وبنى على ذلك ضرورة إدراجها في علم الارشاد النفسي وحلّالها كمحور أساسي في العملية الارشادية.
- الفقرة الثانية: انتقل الباحث إلى ملاحظته لتنامي مواقع التواصل الاجتماعي وتأثر المراهقين بها، وتشكيلها لشخصياتهم ومفهوم الذات لديهم، واستند في تناول الفقرة إلى خمس دراسات سابقة.
- الفقرة الثالثة: قدمت الدراسة إحصائية لإحدى المؤسسات البحثية في الأردن، في إشارة إلى خطورة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، وحجم المشكلة البحثية.
- الفقرة الرابعة: بنت على ما سبق، مبررات الباحث لإجراء الدراسة الحالية، والتي تسعى للتنبؤ بسمات الشخصية ومفهوم الذات لدى عينة من المراهقين، ومعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي على النمو الكلي في سمات شخصياتهم وتشكيل مفهوم الذات لديهم.

تعتبر المراهقة مرحلة انتقالية بين الطفولة والبلوغ، وهي تشمل النضج البدني الذي يفرز بها هذه الفترة السريعة. إن الفرد يمر في المراحل النفسية والجسدية والاجتماعية والوجدانية ومسؤولية في آن واحد، ويجب على المراهقين من أجل تطور مرحلة الرشد اتباع نهج إيجابي بين المشكلات النفسية والفردية على أن المراهقة هي الفترة التي يبنى خلالها الفرد شخصيته ويعززها لشخصياتها مع نموها مع السنين، وإن هذه المرحلة تدفع المراهقين للبحث عن أهدافهم والاعتماد على أنفسهم في مسيرة الحياة. إن مرحلة الرشد، كما واثق توصيفها لآلان كازان (Kazan, 2020)، والحرمان من المشكلات التي يعيشونها فيها مع الفهم أن المراهقين يمضون مرحلة تطور الشخصية النوعية المختلفة ويصبحون أفرادًا مستقلين، ومع ذلك، غالبًا ما يواجه المراهقون مواقف قد لا يكونون مستعدين لها، ومن المبرر أن يشارك الكبار منهم في مبادرات التطوير حتى يحصل الدعم (Orshy, 2020).

يرى الباحث أن العالم اليوم أصبح يتسارع التغيرات فيه وتغيرها، فالتقدم العلمي أصبح يساعد الإنسان على فهم طبيعة الحياة التي يعيشها بشكل أفضل، وبالتالي يستطيع التنبؤ وتوقع المستقبل، وكذلك هو الحال في علم النفس، فإن علماء النفس يسعون إلى توقع السلوك والتنبؤ بالمشاكل وحلّها قبل وقوعها، لذا جاءت هذه الدراسة للتحقق من الفهم بسمات الشخصية ومفهوم الذات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، إذ يحفز التنوع المرئي على الحاجة والضرورة في العصر الحالي، إذ يساعد على فهم المشكلات الإنسانية وتعالجها خلال مرحلة النمو، كما يساعد في تدعيم العملية الإرشادية وتوظيف الدعم النفسي بشكل أفضل.

مشكلة الدراسة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي منذ ذلك الحين من أكثر ما يشغل في العالم، إذ أنها أصبحت في أيدى الكثيرين من الفئات، في جوانب الحياة المختلفة، سواء الإيجابية أو السلبية، وبالتالي أصبح لا بد من إدراجها في علم الإرشاد النفسي، وعليها دعوى استناد في العملية الإرشادية.

وقد لاحظت الباحثة من خلال الحياة اليومية أن وسائل التواصل الاجتماعي ازداد يومًا بعد يوم، وأن هناك العديد من المراهقين يتأثرون بها بشكل ملحوظ، حيث أنها تشكل أحد العوامل التي تؤثر في تكوين شخصيتهم وتشكيل مفهوم الذات لديهم، وهذا ما أكتفه العديد من الدراسات، كدراسة المسمر (2016)، والتي أظهرت وجود أثر كبير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين، ودراسة علاء (Othman, 2017) التي أشارت إلى وجود علاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتغير الذاتي، ودراسة عازي (2019)، والتي أظهرت أن استخدام مواقع

- السؤال الأول: ما هو مستوى انطباع محلات ومساكن القواعد الجغرافية لدى المراهقين؟
- السؤال الثاني: ما هو مستوى انوسمات الشخصية لدى المراهقين؟
- السؤال الثالث: ما هو مستوى ظهور الذات لدى الطلبة المراهقين؟
- السؤال الرابع: هل هناك علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى $(\alpha=0.05)$ بين محولات القواعد الجغرافية وسمات الشخصية لدى المراهقين؟

تقييم مشكلة البحث



نقاط القوة في مشكلة البحث

- جاءت مشكلة الدراسة بمنهجية منظمة، حيث انتقلت من العموميات المتعلقة بانتشار وسائل التواصل الاجتماعي إلى التخصص في دراسة تأثيرها على سمات الشخصية ومفهوم الذات، مما عزز من تماسك الصياغة الأكاديمية.
- استندت المشكلة إلى مجموعة من الدراسات السابقة، مما يعزز موثوقية الطرح، كما دُعمت بإحصائيات حديثة حول انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، ما يدعم حجيتها.
- جميع الدراسات المستشهد بها نُشرت بين عامي 2016 و2020، وهي فترة زمنية قريبة من وقت إجراء الدراسة، مما يضمن حداثة المراجع وارتباطها بالسياق البحثي الحالي، ويضفي مزيداً من الموثوقية على الأساس النظري للدراسة.
- بينت الدراسة عدم وجود أبحاث سابقة تناولت العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتنبؤ بسمات الشخصية ومفهوم الذات لدى المراهقين، مما يبرز الفجوة البحثية ويبرر ضرورتها ويؤكد أصالتها البحثية.

تطور المراهقة مرحلة انتقالية بين الطفولة والبلوغ، وهي تشمل التغيرات الجسدية والنفسية التي تحدث فيها هذه الفترة الحساسة. إن النمو البدني والعقلي والوجداني والاجتماعي والشخصي هو جزء أساسي من هذه المرحلة. إن فهم هذه التغيرات يساعد المراهقين على فهم أنفسهم والتحكم في سلوكياتهم. يمكن أن تكون هذه الفترة صعبة، خاصةً عندما يواجه المراهقون ضغوطاً من الأقران أو العائلة. ومع ذلك، فإن فهم هذه التغيرات يمكن أن يساعد المراهقين على اتخاذ قراراتهم بحكمة. يمكن أن تكون هذه الفترة أيضاً فرصة للمراهقين للتعلم من أخطائهم والتحكم في سلوكياتهم. يمكن أن تكون هذه الفترة أيضاً فرصة للمراهقين للتعلم من أخطائهم والتحكم في سلوكياتهم. يمكن أن تكون هذه الفترة أيضاً فرصة للمراهقين للتعلم من أخطائهم والتحكم في سلوكياتهم.

يرى الباحث أن العالم اليوم أصبح يتغير بسرعة كبيرة، وهذا يعني أن المراهقين يواجهون تحديات جديدة. إن فهم هذه التغيرات يمكن أن يساعد المراهقين على فهم أنفسهم والتحكم في سلوكياتهم. يمكن أن تكون هذه الفترة صعبة، خاصةً عندما يواجه المراهقون ضغوطاً من الأقران أو العائلة. ومع ذلك، فإن فهم هذه التغيرات يمكن أن يساعد المراهقين على اتخاذ قراراتهم بحكمة. يمكن أن تكون هذه الفترة أيضاً فرصة للمراهقين للتعلم من أخطائهم والتحكم في سلوكياتهم. يمكن أن تكون هذه الفترة أيضاً فرصة للمراهقين للتعلم من أخطائهم والتحكم في سلوكياتهم.

مشكلة الدراسة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حياة المراهقين، وهذا يعني أن المراهقين يواجهون تحديات جديدة. إن فهم هذه التغيرات يمكن أن يساعد المراهقين على فهم أنفسهم والتحكم في سلوكياتهم. يمكن أن تكون هذه الفترة صعبة، خاصةً عندما يواجه المراهقون ضغوطاً من الأقران أو العائلة. ومع ذلك، فإن فهم هذه التغيرات يمكن أن يساعد المراهقين على اتخاذ قراراتهم بحكمة. يمكن أن تكون هذه الفترة أيضاً فرصة للمراهقين للتعلم من أخطائهم والتحكم في سلوكياتهم. يمكن أن تكون هذه الفترة أيضاً فرصة للمراهقين للتعلم من أخطائهم والتحكم في سلوكياتهم.

وقد لاحظ الباحث أن هناك حاجة إلى مزيد من الأبحاث في هذا المجال، خاصةً فيما يتعلق بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المراهقين. إن فهم هذه التغيرات يمكن أن يساعد المراهقين على فهم أنفسهم والتحكم في سلوكياتهم. يمكن أن تكون هذه الفترة صعبة، خاصةً عندما يواجه المراهقون ضغوطاً من الأقران أو العائلة. ومع ذلك، فإن فهم هذه التغيرات يمكن أن يساعد المراهقين على اتخاذ قراراتهم بحكمة. يمكن أن تكون هذه الفترة أيضاً فرصة للمراهقين للتعلم من أخطائهم والتحكم في سلوكياتهم. يمكن أن تكون هذه الفترة أيضاً فرصة للمراهقين للتعلم من أخطائهم والتحكم في سلوكياتهم.

نقاط القوة في مشكلة البحث

- مشكلة الدراسة تُظهر بوضوح توجه البحث نحو تحليل الأثر النفسي والاجتماعي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مع ربط ذلك بالمجال الإرشادي، ما يضيف عليها أهمية تطبيقية.
- أبرزت مشكلة الدراسة أهميتها من خلال تسليط الضوء على قضية التنبؤ بسمات الشخصية ومفهوم الذات في سياق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وهو منظور بحثي جديد لم تتناوله الدراسات السابقة بشكل معمق، مما يساهم في سد فجوة معرفية قائمة.
- تقدم الدراسة إضافة نوعية لمجال الإرشاد النفسي والتربوي من خلال استكشاف تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تكوين الشخصية لدى المراهقين، مما يساهم في تطوير استراتيجيات تدخلية تعزز من قدرة المختصين على التعامل مع التغيرات السلوكية والنفسية الناجمة عن الاستخدام المكثف لهذه المنصات.

8

التواصل الاجتماعي له تأثير سلبي بارز على التواصل بين المواطنين في جوانب متعددة منها الاجتماعية والنفسية والثقافية والصحية، أما دراسة بوقا وهيتايفي ومكسيمي وأبو وبسبلا (2020) (Pashke, Hattat, Maksem, Abu & Sabeh, 2020) فقد أظهرت وجود علاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأعراض لدى جيل من المواطنين. في حين ألفت دراسة حمادي (2020) أن التوجه القوي لدرجة مفهوم الذات لدى المواطنين المستخدمين لموقع "فيس بوك" كانت كبيرة جداً.

كما وضعت إحدى المؤسسات المحلية "Census Research Firm" التي من في الدراسة الأولى عاملاً في مؤثر نسبة استخدام منصات التواصل الاجتماعي إلى مستويات الإنترنت، إذ بلغت النسبة 80% عبر مختلف الفئات، ووفقاً لنتائج رأي الشباب العربي بين عامي 15-35، فإن استخدام مواقع مثل الفيس بوك والإنستغرام والواتس مع مركز دراسات الأمم عام 2017 أظهرت نتائج أن الفاعلية من الشباب العربي المستخدمين للإنترنت وشبابهم بما نسبته 90% وأن الفيس بوك والفيس أب هما المنصات الأكثر انتشاراً في الأردن (أبو باري، 2019).

إن تلك النتائج التي تخرج من الدراسة والتي جاءت لتتطوّر مع سمات الشخصية ومفهوم الذات لدى جيل من المواطنين، ومعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي على النمو الذاتي في سمات الشخصية، بالإضافة إلى التأكيد على مفهوم الذات كونه.

وبما أنه لا توجد دراسات سابقة عتبت بالتفصيل سمات الشخصية ومفهوم الذات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، جاءت هذه الدراسة والتي صممت لمساعدة الإرشاد النفسي والتربوي دراسة علمية تساعد في التوصل إلى سمات الشخصية ومفهوم الذات.

أهداف الدراسة

- هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في التنبؤ بسمات الشخصية ومفهوم الذات لدى المواطنين، ولإجابة على أسئلة الدراسة التالية:
- السؤال الأول: ما هو مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى المواطنين؟
 - السؤال الثاني: ما هو مستوى سمات الشخصية لدى المواطنين؟
 - السؤال الثالث: ما هو مستوى مفهوم الذات لدى الفئة المدروسة؟
 - السؤال الرابع: هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى (p < 0.05) بين سمات التواصل الاجتماعي وسمات الشخصية لدى المواطنين؟

نقاط الضعف في مشكلة البحث

- لم تتناول المشكلة العوامل الوسيطة التي قد تؤثر على العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي ونمو سمات الشخصية، مثل التأثيرات الأسرية أو الثقافية، مما قد يحد من شمولية المشكلة.
- غياب التفاصيل حول كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سمات الشخصية، سواء كان ذلك من خلال التعرض المستمر للمحتوى، أو التفاعل الاجتماعي عبر المنصات، أو عوامل أخرى، هذا الغموض قد يحد من فهم العلاقة السببية بين المتغيرات ويجعل التحليل النظري أقل شمولاً.
- لم تتطرق مشكلة الدراسة إلى دور العوامل الديموغرافية مثل الجنس، المستوى التعليمي، والبيئة الاجتماعية للمراهقين في التأثير على العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي ونمو سمات الشخصية، مما قد يحد من تعميم نتائج الدراسة على فئات مختلفة من المراهقين.

تعتبر المراجعة مرحلة التفكيرية والفردية، وهي تشمل النماذج النظرية التي تفرد بها هذه الفئة العمرية. إن النمو المعرفي والجسدي والنفسي والاجتماعي والقيمي هو حق وسيولة في إن واحد، ويصنع صياغة لجميع التفاعلات من أجل تكون مرحلة الفهم. هناك إيجاب بين النماذج الفيزيائية والفيزيائية على أن المبادئ للتفاعلات يجب أن يتم الاعتماد بها وتعتبرها كمدخل مساهم، وأهم هو التفاعل، وإن هذه النماذج تعالج الصعوبات المتعلقة التي يواجهها المراهقون في سيرورة التفاعل إلى مرحلة الفهم، كما وأهم توصيات لآلة التفاعل بين المراهقين والمراهقين التي يعرضونها فيها مع الفهم أن المراهقين يخفون مرحلة التطور، التمرين، النمو، الاستقلالية، وصنع القرار والتأثير، الفهم، ومع ذلك، غالباً ما يواجه المراهقون مواقف قد لا يكونون مستعدين لها، ومن المروج أن يتأكد الكبار منهم في سلوكياتهم النظرية حتى بعض المصادر (Orsoly, 2020).

يرى الباحث أن العالم اليوم أصبح يتسارع التغيرات، فكل وقتها، فالتقدم العلمي أصبح يساهم الإنسان على فهم طبيعة الحياة التي يعيشها بشكل الفهم، وبالتالي يستطيع الفهم والتوقع المستقبل، وكذلك هو الحال في علم النفس، فإن علماء النفس يسعون إلى توقع السلوك والتنبؤ بالمشاكل، ومنه فإن واقعنا، لم ينجح هذه الدراسة للفت انتباههم، والتنبؤ بنمو سمات الشخصية، وهو ما كانت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، إذ يعتبر الفهم أمراً هاماً وضرورياً في العصر الحالي، إذ يساهم على فهم السلوك الإنساني وتعدله خلال مرحلة النمو، كما يساهم في تدعيم العلاقة الأسرية والتوظيف الصحيح للفهم بشكل أفضل.

مشكلة الدراسة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تكتسب أهمية كبيرة في حياتنا، إذ أنها أصبحت في مختلف المجالات، من الترفيه إلى التعليم، سواء الإيجابية أو السلبية، وبالتالي أصبح لا بد من دراستها بطرق الفهم، وهذا بدوره يساهم في الفهم الإيجابي.

ولذلك لا بد من دراسة هذه العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي ونمو سمات الشخصية، وذلك من خلال فهم طبيعة الحياة التي يعيشها بشكل الفهم، وبالتالي يستطيع الفهم والتوقع المستقبل، وكذلك هو الحال في علم النفس، فإن علماء النفس يسعون إلى توقع السلوك والتنبؤ بالمشاكل، ومنه فإن واقعنا، لم ينجح هذه الدراسة للفت انتباههم، والتنبؤ بنمو سمات الشخصية، وهو ما كانت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، إذ يعتبر الفهم أمراً هاماً وضرورياً في العصر الحالي، إذ يساهم على فهم السلوك الإنساني وتعدله خلال مرحلة النمو، كما يساهم في تدعيم العلاقة الأسرية والتوظيف الصحيح للفهم بشكل أفضل.

نقاط الضعف في مشكلة البحث

- أشارت مشكلة الدراسة إلى وجود تأثير سلبي لوسائل التواصل الاجتماعي على سمات الشخصية ومفهوم الذات، إلا أنها لم تحدد هل يقتصر تناولها لتأثيراتها السلبية أم تمتد لتناول الجانب الإيجابي، مما يجعل الإطار التحليلي للدراسة أقل وضوحًا.
- لم تحدد مشكلة الدراسة ما إذا كانت جميع منصات التواصل الاجتماعي تؤثر على سمات الشخصية ومفهوم الذات بنفس الدرجة، أم أن هناك اختلافات بين المنصات مثل فيسبوك، إنستغرام، وسناب شات في تأثيرها على المراهقين.

الوسائل الاتصاليّة أنّه تكثر سلبية متوسطة على المواطنين في جوانب متعددة، منها: الاجتماعيّة والقيميّة والثقافيّة والشخصيّة، أما دراسة بونو وجيتانجوي وماسيني وأيو وسيليا (Ponko, Hietpervi, Malmsten, Aho & Salminen, 2020) فقد أظهرت وجود 60% بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأعراض الاكتئاب لدى جيل من المواطنين. في حين ألفت دراسة حمادي (2020) أن التوجه القلبي لتوجه مفهوم الذات لدى المواطنين السعداءين ليعرف "تأثيراً إيجابياً" كانت كبيرة جداً.

كما وضعت إحدى المؤسسات البحثية "Centre Research Peru" الإيزن في الدراسة الأولى عالمياً في مؤتمر نسبة استخدام منصات التواصل الاجتماعي إلى مستخدمي الإنترنت، إذ بلغت النسبة 98%، حيث يختلف الفرس، ووفق استطلاع رأي الشباب الإيزن بين عمر 15-35، فلم يتغير مركز، على الرغم من استطلاعات قري، يتفقون مع مركز حركات الأمة عام 2017، أظهور تشابه أن الفعليّة من الشباب الإيزن يتفقون الإنترنت، وبشكل يومي بما نسبته 98%، وأن الفيسبوك والفرس، أبعد المنصات انتشاراً في الإيزن (إيو ماري، 2019).

كل تلك نتائج جاءت في معرض هذه الدراسة، والتي جاءت لتتبع أثر منصات الشخصية ومفهوم الذات لدى جيل من المواطنين، ومعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي على النمو الذاتي في سمات الشخصية، بالإضافة إلى تشكّل مفهوم الذات لديهم.

وبما أنّ 2-4% توجد ارتباطات سلبية، بحيث لا تتعدى سمات الشخصية ويظهر ذلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، جاءت هذه الدراسة والتي تستهدف لجيل الإيزن النفسي والقانوني دراسة نظرية، تساعد في تشكّل المسبق لتتبع سمات الشخصية ويظهر ذلك.

أهداف الدراسة

- هذه الدراسة النظرية إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكّل سمات الشخصية ومفهوم الذات لدى المواطنين، والإجابة على أسئلة الدراسة التالية:
- السؤال الأول: ما هو مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى المواطنين؟
 - السؤال الثاني: ما هو مستوى سمات الشخصية لدى المواطنين؟
 - السؤال الثالث: ما هو مستوى مفهوم الذات لدى الطلبة العراقيين؟
 - السؤال الرابع: هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين سمات التواصل الاجتماعي وسمات الشخصية لدى العراقيين؟

التقييم العام لمشكلة البحث

نجح الباحث في تقديم مشكلة الدراسة بأسلوب أكاديمي منظم، حيث انتقل بسلاسة من تناول التأثير العام لوسائل التواصل الاجتماعي إلى التخصص في علاقتها بنمو سمات الشخصية ومفهوم الذات لدى المراهقين، مما أضفى على الطرح ترابطًا واتساقًا بحثيًا، دعم الباحث المشكلة بإحصائيات موثوقة ودراسات حديثة، مما عزز من حداثة الطرح ومصداقيته، كما أبرز بوضوح الفجوة البحثية، حيث لم تتناول الدراسات السابقة التنبؤ بسمات الشخصية ومفهوم الذات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، ما يبرر أهمية الدراسة وأصالتها العلمية.

ومع ذلك، افتقرت المشكلة إلى معالجة بعض العوامل الوسيطة، كالتأثيرات الأسرية والثقافية، ولم توضح مدى اختلاف تأثير منصات التواصل الاجتماعي المتعددة على المتغيرات المدروسة، كما لم يتضح ما إذا كانت الدراسة تتناول التأثيرات الإيجابية إلى جانب السلبية، مما يجعل الإطار التحليلي بحاجة إلى مزيد من التوضيح.

بشكل عام، جاءت مشكلة الدراسة محكمة في بنيتها، واضحة في أهدافها، ومدعومة بأسس علمية رصينة، إلا أن بعض الجوانب التفصيلية تحتاج إلى تعمق أكبر لتعزيز شمولية الطرح البحثي.



البحث المقترح



تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار في مؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية: دراسة ميدانية على فرق العمل الإبداعية

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار في مؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية: دراسة ميدانية على فرق العمل الإبداعية

مشكلة الدراسة

يشهد قطاع الدعاية والإعلان تحولات جوهرية مدفوعة بتكامل تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف مراحل الإنتاج الإعلاني، مما أتاح إمكانية تحليل سلوك المستهلكين بدقة، وأتمتة عمليات التصميم، وتوليد محتوى بصري متطور يتماشى مع متطلبات الجمهور المستهدف، وتتمثل أبرز مميزات الذكاء الاصطناعي في التصميم الإعلاني في تحسين جودة الإعلانات، وتقديم تصورات بصرية مبتكرة، وتوفير أدوات ذكية تُسهل في تسريع عمليات الإنتاج (عيسى، 2023)، كما أن قدرة الخوارزميات على التنبؤ بتوجهات المستهلكين وتخصيص المحتوى الإعلاني ساعدت في تحسين استهداف الحملات التسويقية وزيادة فعاليتها (فهمي، 2024)، كما يتيح الذكاء الاصطناعي للمؤسسات الإعلانية أدوات متقدمة لتحليل البيانات وفهم رغبات الجمهور بشكل أكثر دقة، مما يمكنها من تحسين استهداف الحملات الإعلانية وخلق رسائل تسويقية أكثر فاعلية (عبده، 2023)، ورغم هذه الفوائد، يبرز تساؤل حول مدى تأثير هذه التقنيات على الابتكار والإبداع البشري، حيث يرى البعض أن الذكاء الاصطناعي يعمل على مشاركة المصممين في إنتاج تصاميم إعلانية متميزة من خلال تحليل البيانات ودمج التفاصيل الإبداعية المتنوعة (علي، 2024)، بينما يرى آخرون أن الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي قد يؤدي إلى تقليص المساحة الإبداعية البشرية، ويجعل بعض عمليات التصميم محكومة بأنماط خوارزمية محددة، مما قد يحد من التنوع والابتكار والتفكير الابداعي (البحيري، 2023)، وتبرز مخاوف تتعلق بالتحديات التي يواجهها المصممون في تكيفهم مع هذه الأدوات الرقمية المتطورة، خاصة مع الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات التصميمية وإنتاج المحتوى

الإعلاني بشكل أكثر تلقائية (عبد، 2023)، ونظرًا لأهمية الابتكار كعامل رئيسي في نجاح مؤسسات الدعاية والإعلان، أصبح من الضروري دراسة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإبداع البشري، خاصة مع تزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي، وتتجلى لنا الفجوة البحثية حيث تركزت الدراسات السابقة على تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء الإعلاني وتطوير استراتيجيات التسويق الرقمي، وتوليد تصاميم متميزة باستخدام الذكاء الاصطناعي، لكنها لم تتناول بشكل معمق تأثير هذه التقنيات على العملية الإبداعية داخل المؤسسات الإعلانية، وأثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار والإبداع البشري ومدى تكاملها أو تعارضها معه في بيئة متجددة مثل بيئة الدعاية والإعلان، كما لم تستكشف الأبحاث السابقة كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإبداع في مجال الإعلان من وجهة نظر فرق العمل الإبداعية، ومدى تأثيره على مهاراتهم في تطوير الأفكار الإعلانية، كما أنه لا توجد دراسات سابقة تدرس تقنيات الذكاء الاصطناعي في مؤسسات الدعاية والإعلان في المملكة العربية السعودية، كونها الدولة الأسرع تقدمًا في العالم في الذكاء الاصطناعي حيث أن المملكة العربية السعودية قد حققت المركز الـ14 عالميًا وتعد الأولى عربيًا في المؤشر العالمي للذكاء الاصطناعي المعتمد من منظمة الأمم المتحدة ممثلة بالهيئة الاستشارية للذكاء الاصطناعي، وواصلت تصدرها للمركز الأول عالميًا في معيار الإستراتيجية الحكومية للذكاء الاصطناعي، وفقًا لنفس المؤشر (الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، 2024)، وبالبناء على ما سبق وبالتوافق مع رؤية المملكة 2030، التي تهدف إلى تنويع الاقتصاد وتعزيز الابتكار عبر مختلف القطاعات، برزت الحاجة للدراسة الحالية لتحقيق التوازن بين الاستفادة من القدرات التحليلية للذكاء الاصطناعي والحفاظ على جوهر الابتكار والإبداع البشري، عبر تحليل تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار في مؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية، واستكشاف اتجاهات فرق العمل الإبداعية نحو هذه التقنيات، والتحديات التي تواجههم في التكيف معها، والفرص التي يمكن استثمارها لتعزيز التكامل بين التكنولوجيا والإبداع البشري، وما إذا كانت هذه التقنيات تعزز من التفكير الابتكاري أم تشكل تحديًا لحرية الابتكار داخل المؤسسات الإعلانية، وللتعمق في فهم هذه الإشكالية واستجلاء أبعادها، تسعى الدراسة الحالية إلى الكشف عن إجابة سؤال محوري: ما تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار في مؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية من وجهة نظر فرق العمل الإبداعية؟

أهم ما يجب أخذه في الاعتبار عند كتابة مشكلة الدراسة

أهم ما يجب أخذه في الاعتبار عند كتابة مشكلة الدراسة

- أولاً ضرورة أن تكون المشكلة قابلة للفحص، وقابلة لجمع معلومات وبيانات عنها، فلا يمكن اختيار مشكلة لا وجود لها.
- يحتاج الباحث لمشرفين ومتخصصين لمساعدته على إنجاز الدراسة، لذا يجب اختيار مشكلة لها دارسين أو باحثين قادرين على تقديم المساعدة.
- يجب توفر أهمية من إجراء البحث، فما الحاجة من اختيار مشكلة غير مهمة، أو لن تساعد في إيجاد حلول فعالة.
- ضرورة الإلمام بكل جوانب المشكلة، ومعرفة كل شيء عنها، بالإضافة لمعرفة إن كانت بمستوى قدراته أو توجهاته العلمية.
- من أهم الشروط التي يجب توافرها في المشكلة أن تكون مناسبة إمكانياته المادية، ومناسبة لوقته ومجهوداته، فلا يجوز اختيار مشكلة تتطلب مبالغ مالية كبيرة أو وقت لا يمتلكهما الباحث.
- وأخيراً من الضروري أن تكون المشكلة تحتوي على عامل الإثارة العلمية، وحيوية للباحثين الآخرين في نفس المجال.

أهم ما يجب أخذه في الاعتبار عند كتابة مقدمة الدراسة

أهم ما يجب أخذه في الاعتبار عند كتابة مقدمة الدراسة

- إبراز المشكلة البحثية بصورة أو رؤية عامة، ثم يجب أن يصف بصورة أكثر دقة وبوضوح المشكلة البحثية التي يدرسها في الرسالة، كما يجب أن يتم شرح أو كتابة أهمية المشكلة تحت الدراسة.
- المنطق وراء اختيار المشكلة البحثية حيث يجب أن ترتبط المشكلة التي يدرسها ويناقشها الباحث بمشكلة أكبر، وأن دراسته هي نوعاً من حل تلك المشكلة.
- الخلفية العلمية لموضوع الدراسة، حيث يجب أن يذكر بعض الجمل عن الأدبيات، والمقالات البحثية التي تدعم خطته الدراسية وتبرز أهمية رسالته.
- الهدف والغرض من الرسالة وذلك بذكر ما هي النتائج التي يتوقع أن يحققها، كما يجب أن يشرح لماذا قرر تنفيذ البحث.
- كتابة النظرية الفرضية/ الأسئلة البحثية المفترضة، بعد تقديم كل المعلومات الهامة المتعلقة بموضوع البحث، كما يجب ذكر أسئلة البحث الرئيسية التي ينوي الباحث أو الدارس أن يجيب عنها.

المراجع

1. عبيدو، ع. إ. ع. (2014). *جودة البحث العلمي: الأخلاقيات - المنهجية - الإشراف - كتابة الرسائل والبحوث العلمية*. دار الوفاء للنشر والتوزيع.

2. داود، ت. ن. (2025). *مقدمة في أساليب ومناهج البحث العلمي* [كتاب رقمي]. Dar Al-Yazori for Publication and Distribution.

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار في مؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية: دراسة ميدانية على فرق العمل الإبداعية

مراجع مشكلة البحث المقترح

- علي، نهلة. (2024). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي: دراسة حالة على طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الإعلان. المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات، 4(2)، 254-221. <https://doi.org/10.21608/aijtid.2024.255414.1073>
- محسن محمد فهمي، ياسر. (2024). دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز إبداعية الإعلان. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، 9(11)، 933-915. <https://doi.org/10.21608/mjaf.2023.242450.3234>
- عيسى، سمية. (2023). التخليل البصري بتقنية الذكاء الاصطناعي والإفادة منها في توليد أفكار تصميمية مبتكرة لدى مصممي الفنون. المجلة العلمية لعلوم التربية النوعية، 18(18)، 339437483-448. <https://doi.org/10.21608/sjsep.2023.339437483-448>
- البحيري، شيرين. (2023). تطبيقات الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) ودورها في تصميم الإعلانات الرقمية لدى مصممي الجرافيك واتجاهاتهم نحوها. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 26(2023)، 327882147-109. <https://doi.org/10.21608/sjsj.2023.327882147-109>
- محمد السيد عبده، آلاء. (2023). الذكاء الاصطناعي بين كلاً من التسويق الاصطناعي والإعلان الذكي. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، 8(38)، 69811.2297267-238. <https://doi.org/10.21608/mjaf.2021.69811.2297267-238>
- الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي. (5 فبراير 2025). المملكة العربية السعودية تتصدر المركز الأول عالمياً في معيار الإستراتيجية الحكومية للذكاء الاصطناعي وفقاً للمؤشر العالمي للذكاء الاصطناعي لعام 2024. الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي. <https://sdaia.gov.sa/ar/MediaCenter/News/Pages/NewsDetails.aspx?NewsID=301>



دور وسائل التواصل الاجتماعي في التنبؤ بنمو سمات الشخصية
ومفهوم الذات لدى عينة من المراهقين في الأردن

<https://search.mandumah.com/Record/1221911>



د. اللولو القحطاني

دكتوراه الإعلام الرقمي





دتمم بخیر و سرور

