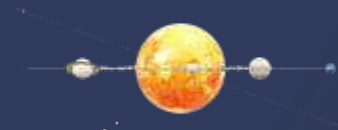




د. اللولو القحطاني

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

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات درجة بكتوارا 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



وزارة التعليم
الجمهورية العربية السعودية

إدارة التعليم بمنطقة الرياض
إدارة التعليم بمنطقة الرياض

إدارة التعليم بمنطقة الرياض
إدارة التعليم بمنطقة الرياض

إدارة التعليم بمنطقة الرياض
إدارة التعليم بمنطقة الرياض

إدارة التعليم بمنطقة الرياض

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 المتغيرة. إن النمو البدني والجنسي والنفسي والاجتماعي والقيمي هو حق
ومسؤولية في آن واحد، ويجب ضمان جميع الجوانب من أجل تكون مرحلة الرشد بنجاح. هناك
إجتماع بين المشكلات الجسدية والنفسية على أن المراهقين لهم الحق في أن يتخذوا القرارات
وتعبر عنها لضمان صحتهم ونموهم السليم. وإن هذه الصلة تدفع الصعوبات المتعلقة التي يواجهها
المراهقون في سن المراهقة إلى مرحلة الرشد، كما وأنهم يواجهون آثارًا إيجابية (بجانب
والسلبية) والمشكلات التي يعانون منها مع الفهم أن المراهقين يخضعون لمرحلة التطور التي
تتميز بالاستقلالية وصنع القرار والتأثير الجسدي، ومع ذلك، غالبًا ما يواجه المراهقون مواقف قد لا
يكونون مستعدين لها، ومن المرجح أن يتأثروا بالتأثيرات السلبية في سلوكياتهم التي قد
تسببهم (Orsoly, 2020).

يرى الباحث أن العالم اليوم أصبح يتسارع في التطور، فكل وقتها، فالتقنيات أصبحت أصبحت
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 بالمشكلات
التي قد تواجهها، لذا فإن هذه الدراسة للتحقيق في مفهوم الذات الشخصية ومفهوم الذات من
خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، إذ يعتبر التنبؤ
أمرًا هامًا وضروريًا في العصر الحالي، إذ يساعد على فهم السلوك الإنساني وتوقعه خلال مرحلة
النمو، كما يساعد في توجيه العملية الانشائية والتوجيه الصحيح للقرارات بشكل أفضل.

مشكلة الدراسة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة لا تفرق عن كل شيء في العالم، إذ أنها أصبحت في
إحدى أركان الحياة من التغييرات في جوانب الحياة المختلفة سواء الإيجابية أو السلبية، وبالتالي أصبحت
لا بد من إدراكها وتعلم الإرشاد النفسي، ومفهومها معززة أساسية في العملية الانشائية.

ولا لائحة بالبحث من خلال الحياة اليومية أن وسائل التواصل الاجتماعي أداة لا تفرق عن كل شيء
وإن هناك العديد من المراهقين يتأثرون بها بشكل ملحوظ، حيث أنها تشكل أحد العوامل التي تؤدي
دورًا في تكوين الشخصية والتأثير على مفهوم الذات لديهم، وهذا ما أكدته العديد من الدراسات التي أجريت
في هذا المجال (2016)، والتي أظهرت وجود أثر كبير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك
العائلة المراهقين، ودراسة جلاغر (Oshaghy, 2017) التي أشارت إلى وجود علاقة بين وسائل
التواصل الاجتماعي والتغير السلوكي، ودراسة جلاغر (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 العمرية. إن الفرد يمر في المراحل النفسية والجسدية والاجتماعية والذهنية في حق ومسؤولية في آن واحد، ويجب على المراهقين من أجل نموهم مرحلة الفهم. هناك إيجاب بين المشكلات النفسية والفردية على أن المراهقين لهم الحق في بناء الاحترام بها وتعزيزها لضمان مساهمة وأهم هو السليم، وإن هذه المساهمة تعالج الصعوبات المتعلقة التي يواجهها المراهقون في مسيرة التنقل إلى مرحلة الفهم، كما وأهم توصيات لآلة ذلك التي يحسن بالمراهقين والموارد والمؤسسات التي يعيشون فيها مع الفهم أن المراهقين يخفون مرحلة التطور النفسي النمو الاستقلالية ويصبحون القادرين والتأثير الهولاء، ومع ذلك، غالباً ما يواجه المراهقون مواقف قد لا يكونون مستعدين لها، ومن المروج أن يتأثر ذلك التأثير عليهم في سلوكياتهم التطوير حتى بعض المصادر (Orshy, 2020).

يرى الباحث أن العلم اليوم أصبح يتسارع بالابتكارات والتكنولوجيا، فالتقدم العلمي أصبح يساهم الإنسان على فهم طبيعة الحياة التي يعيشها بشكل أفضل، وبالتالي يستطيع الفهم والتوقع المستقبل. وكذلك هو الحال في علم النفس، فإن علماء النفس يستخدمون إلى تفرع الفهم والتوقع والتوقع والتوقع والتوقع. إن ما جنت هذه الدراسة للفت انتباه المراهقين، والتوقع يتسارع بالتسريع والتوقع والتوقع والتوقع. إن ما جنت هذه الدراسة للفت انتباه المراهقين، والتوقع يتسارع بالتسريع والتوقع والتوقع والتوقع. إن ما جنت هذه الدراسة للفت انتباه المراهقين، والتوقع يتسارع بالتسريع والتوقع والتوقع والتوقع.

مشكلة الدراسة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تزداد يوماً بعد يوم في العالم، إذ أنها تساهم في إبداعات العديد من التغييرات في جوانب الحياة المختلفة، سواء الإيجابية أو السلبية، وبالتالي أصبح لا بد من إدراجها في علم الإرشاد النفسي، وعليها دعوى أن السبب في الصعوبة الإرشادية.

والأهمية البالغة من خلال الحياة اليومية أن وسائل التواصل الاجتماعي تزداد يوماً 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 المسفر (2016)، والتي أظهرت وجود أثر كبير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في سلوكيات المراهقين، ودراسة جلال (2017) (Chalghar) التي أشارت إلى وجود علاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتغير السلوكي، ودراسة مجالي (2019)، والتي أظهرت أن استخدام مواقع

تحليل مشكلة البحث

- الفقرة الخامسة: أشارت إلى الفجوة البحثية، والثغرة المعرفية التي تسعى الدراسة الحالية لمملأها وهي عدم وجود دراسات سابقة عيّنت بالتنبؤ بسمات الشخصية ومفهوم الذات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
- ختمت مشكلة الدراسة بإضافة الدراسة الحالية إلى ميدان الإرشاد النفسي والتربوي، وبررت ذلك لمساعدتهم في التنبؤ المسبق لنمو سمات الشخصية ومفهوم الذات.

الوسائل الاجتماعية أنه تكثر سلبية تجربة متوسطة على المواطنين في جوانب متعددة، منها الاجتماعية والقانونية والثقافية والتعليمية. أما دراسة بوفل وجيتانجوي وماسينجي وأبو وبسليمان (2020) *(Pusaka, Hidayati, Maimunah, Abu & Salsela-Ari)* فقد أظهرت وجود 80% بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأعراض الاكتئاب لدى جيل من المواطنين. في حين ألفت دراسة مجازي (2020) أن التوجه القلبي لتوجه مفهوم الذات لدى المواطنين السندانيين لموقع "فيس بوك" 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% عبر مختلف القارات، ووفق اصطلاح رأي الشباب الإيزن بين عمر 15-35، قام بتعبئة مركز حكم الإراء الاستطلاعات قرأه، بالتعاون مع مركز حركات الأمة عام 2017، أظهرت نتائج أن العالقة من شباب الإيزن يتأخرون الإنترنت بشكل يومي بما لا يقل عن 90%، وأن التيسر والتفرد بـ 15 من المنصات الإلكترونية انتشاراً في الإيزن (أبو باري، 2019).

كل ذلك دفع الباحث إلى طرح هذه الدراسة، والتي جاءت لتتبع نمو سمات الشخصية ومفهوم الذات لدى جيل من المواطنين، ومعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي على النمو الذاتي في سمات الشخصية، بالإضافة إلى التعرف على مفهوم الذات لديهم.

وبما أنه لا توجد دراسات سابقة عيّنت بالتنبؤ بسمات الشخصية ومفهوم الذات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، جاءت هذه الدراسة والتي صنفها ليمان الإريشة النفسي والتربوي دراسة نظرية، تساعد في التعرف المسبق لنمو سمات الشخصية ومفهوم الذات.

أهداف الدراسة

- هذه الدراسة الحالية إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في التعرف على 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 المرشحين؟
 - السؤال الرابع: هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين سمات التواصل الاجتماعي وسمات الشخصية لدى المرشحين؟

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 التحولات النفسية التي تحدث فيها هذه الفترة الحساسة. إن النمو المعرفي والعقلي والجسمي والاجتماعي والشمسي هو حق ومسؤولية في أن واحد، ويصعب فصلها لمصلحة المراهقين من أجل دخول مرحلة فرقة نتائج هناك إبداع بين المشكلات العقلية والفكرية على أن المراهقين للتواصل يجب أن يتم الاندماج بها واعتمادها لضمان مستخدم ونموهم السليم، وإن هذه المبادئ تدفع المراهقين المتعلقين التي يواجهها المراهقين في مسيرة الحياة إلى مرحلة فرقة، كما يقدم توصيات لأفراد الذين يعانون بالمرأطين وأسرهم والمشكلات التي يعيشونها، مع العلم أن المراهقين يخفون مرحلة التطور التنموي نمو الاستقلالية وصنع القرار والتفكير الجدي، ومع ذلك غالباً ما يواجه المراهقين مواقف قد لا يكونون مستعدين لها، ومن المروج أن يشارك التفكير عنهم في سلوكيات تطوي. حتى بعض المراهقين (Ondok, 2020).

يرى الباحث أن العلم اليوم أصبح يسبق الأحداث، فإن واقعنا التقدم العلمي أصبح يمسك الإنسان على فهم طبيعة الحياة التي يعيشها بشكل أكثر، وبالتالي يستطيع الفهم وتوقع المستقبل وكذلك هو الحال في علم النفس، فإن علماء النفس يسعون إلى توقع السلوك والتنبؤ بأعطالها بصورة أفضل وفي هذا، لم يندت هذه الدراسة للتحقق البكر، والشعور بنمو سبلت الشخصية ومفهوم الذات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، إذ يحفز الفهم أيزاً هاماً وضرورياً في الفهم الحالي، إذ يساعد على فهم السلوك الإنساني وأدائه خلال مرحلة النمو، كما يساعد في تدعيم العملية الإرشادية وتوطيد المنهج التربوي بشكل أفضل.

مشكلة الدراسة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي لذلك لا تكون من كل جانب في العالم، إذ أنها ساعدت في إبداعات العديد من التغيرات في جوانب الحياة المختلفة سواء الإيجابية أو السلبية، وبالتالي أصبح لا بد من إدراكها بعلم الإرشاد النفسي، ويعملها محوراً أساسياً في العملية الإرشادية.

وقد لاحظت الباحثة من خلال الحياة اليومية أن وسائل التواصل الاجتماعي تزداد يوماً بعد يوم، وأن هناك العديد من المراهقين يشاركون بها بشكل ملحوظ، حيث أنها تشكل أحد العوامل التي تؤدي دوراً في تكوين شخصياتهم والتأثير على مفهوم الذات لديهم، وهذا ما أكدته العديد من الدراسات، كدراسة الصلح (2016)، والتي أظهرت وجود أثر كبير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في سلوكية العملية المراهقين، ودراسة جلال (2017) (Jalal, 2017) التي أشارت إلى وجود علاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتفكير الذاتي، ودراسة معالي (2018)، والتي أظهرت أن استخدام مواقع

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 والسياسية، أما دراسة بوقف وهيتايفي ومكشبي وأبو وبشيرا (Pashke, Hattat, Makhsbi, Abu & Salameh, 2020) فقد أظهرت وجود علاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأعراض اكتئاب لدى جيل من المواطنين. في حين أكدت دراسة حمزي (2020) أن التوجه القوي لدرجة مفهوم الذات لدى المواطنين المستخدمين لموقع "فيس بوك" كانت كبيرة جداً.

كما وضعت إحدى المؤسسات المحلية "Census Research Pers" الأثر في الدراسة الأولى عالمياً في مؤتمر نسبة استخدام منصات التواصل الاجتماعي التي سبقتها الإنترنت، إذ شهدت النسبة 80% عبر مختلف الوسائل، ووفق استطلاع رأي الشباب الأمريكي بين عامي 15-25، فإن استخدام مركز علم الأراء لاستطلاعات الرأي، يتفق مع مركز دراسات الأمم عام 2017، أظهرت نتائج أن غالبية من الشباب الأمريكي يستخدمون الإنترنت وشبكات التواصل بما نسبته 96%، وأن الصيغ والقرائن أ. هذا التمثيل الألف انتشاراً في الأردن (أبو ناري، 2019).

كل ذلك دفع الباحث إلى طرح هذه الدراسة، والتي جاءت لتتبع سمات الشخصية ومفهوم الذات لدى جيل من المواطنين، ومعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي على النمو الذاتي في سمات الشخصية، بالإضافة إلى التعرف على النموذج المفهوم الذات.

وبما أنه لا توجد دراسات سابقة عتبت بشكل مباشر سمات الشخصية ومفهوم الذات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، جاءت هذه الدراسة والتي سبقتها لمبدأ الإرشاد النفسي والتربوي دراسة علمية تساعد في التعرف بشكل أكثر على سمات الشخصية ومفهوم الذات.

أهداف الدراسة

هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في النمو لدى سمات الشخصية ومفهوم الذات لدى المواطنين، وإجابة على أسئلة الدراسة التالية:

- السؤال الأول: ما هو مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى المواطنين؟
- السؤال الثاني: ما هو مستوى نمو سمات الشخصية لدى المواطنين؟
- السؤال الثالث: ما هو مستوى مفهوم الذات لدى الطلبة لمرافق؟
- السؤال الرابع: هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى (p=0.05) بين سمات التواصل الاجتماعي وسمات الشخصية لدى المراهقين؟

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 تُعدّ تلقيّ سلبية متوسطة على المواطنين في جوانب متعددة، منها: الاجتماعيّة والفردية والثقافية والسياسية، أما دراسة بونو وجيتانجاري وسليبي وأبو وسليمان (Ponko, Hettigari, Molesani, Abu & Salma-Ara, 2020) فقد أظهرت وجود 80% بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأعراض الاكتئاب لدى جيل من المواطنين، في حين ألفت دراسة حمادي (2020) أن التوجه القلبي لدرجة مفهوم الذات لدى المواطنين السليبيين لم يفرق "تدريجياً" كانت كبيرة جداً.

كما وضعت إحدى المؤسسات البحثية "Centre Research Peru" الإطار في الدراسة الأولى عالمياً في مؤثر نسبة استخدام منصات التواصل الاجتماعي على مستخدمي الإنترنت، إذ بلغت النسبة 98% من مختلف الفئات، ووفق الاستطلاع رأي الشباب الأمريكي بين عمر 15-35، قام بتعبئة مركز حكم الإجراء الاستطلاعات قراء، بالتعاون مع مركز حركات الأمة عام 2017، أظهرت نتائج أن العالمة من الشباب الأمريكي يستخدمون الإنترنت بشكل يومي بما لا يقل عن 99%، وأن الفيسبوك والتفيس أبعد المنصات انتشاراً في الأردن (أبو ناري، 2019).

كلّ ذلك دفع للبحث في موضوع هذه الدراسة، والتي جاءت لتتوزع ضمن سمات الشخصية ومفهوم الذات لدى جيل من المواطنين، ومعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي على النمو الذاتي في سمات الشخصية، بالإضافة إلى ذلك، مفهوم الذات لديهم.

وبما أنّ 70% توجد ارتباطاً سلبياً عينة للبحث بسمات الشخصية ومفهوم الذات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، جاءت هذه الدراسة والتي صُنِفَت لجيل الإبداع النفسي والتربوي دراسة نظرية، تساعد في الكشف المبكر لتأثير سمات الشخصية ومفهوم الذات.

أهداف الدراسة

هذه الدراسة النظرية إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في التنويع بنمو 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 المراهقين؟
- السؤال الرابع: هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين سمات التواصل الاجتماعي وسمات الشخصية لدى المراهقين؟

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 تساهم 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 (عبده، 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، وتجلّى 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، سميرة. (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

