

دراسات نقدية

أعداد :د.ريما حمودي

اليوم سوف نتناول في المهمة الثالثة في مادة دراسات نقدية ورقة البحث بعنوان (إعلانات قناة سبيس تون والسلوك الاستهلاكي للطفل دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة سطيف)
رجم جنات ، شراد محمد العلمي مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية المجلد 07 العدد (01) سنة(2022)

هنا الرابط للبحث <http://demo.mandumah.com/Record/1291637>

سوف نبدأ بالنقد أولا بمشكلة البحث

في هذا البحث لم يكن هناك عنوان محدد بمشكلة الدراسة لكن من خلال قراءة الدراسة تبين لدي أن مشكلة الدراسة هي

أن الإعلانات التلفزيونية الموجهة للأطفال، وخاصة على قنوات مثل سبيس تون، تشكل تهديداً متزايداً لسلوك الأطفال الاستهلاكي. تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف الآليات التي من خلالها تؤثر هذه الإعلانات على قرارات الشراء لدى الأطفال، وكيف تساهم في تشكيل عادات استهلاكية غير صحية. من خلال تحليل محتوى الإعلانات، ودراسة سلوك الأطفال بعد التعرض لها، تسعى الدراسة إلى فهم أعمق للعلاقة بين الإعلانات وسلوك الأطفال، بهدف تطوير استراتيجيات لحماية الأطفال من التأثيرات السلبية لهذه الإعلانات، وتوعية أولياء الأمور والمجتمع بأهمية هذه القضية.

يمكن تلخيص المشكلة في السؤال التالي: كيف تؤثر الإعلانات التلفزيونية الموجهة للأطفال على قراراتهم الشرائية، وما هي العوامل التي تساهم في زيادة هذا التأثير؟

نلاحظ عدة نقاط مهمة داخل البحث توضح أهمية هذه المشكلة البحثية

- قوة التأثير: يوضح البحث كيف أن الإعلانات تستغل نقاط ضعف الطفل، مثل سهولة التأثير وقلة الخبرة، لتشكيل سلوكه الاستهلاكي.
- الرسائل الخفية: يشير البحث إلى أن الإعلانات تحمل رسائل خفية تهدف إلى تغيير قيم الطفل وعاداته الاستهلاكية.
- دور الأسرة: يسلط البحث الضوء على دور الأسرة في حماية الطفل من التأثيرات السلبية للإعلانات.
- تعدد الجوانب: يغطي البحث جوانب متعددة من المشكلة، مثل طبيعة الإعلانات، دور الطفل في الإعلان، وعلاقة ذلك بالسلوك الاستهلاكي.

أبعاد المشكلة

يمكن تفصيل هذه المشكلة إلى أبعاد أكثر تحديداً، مثل:

- طبيعة التأثير: هل يؤدي التعرض للإعلانات إلى زيادة الرغبة في شراء المنتجات، أم أنه يؤدي إلى تغيير في القيم والمواقف؟
- آليات التأثير: ما هي الأساليب التي تستخدمها الإعلانات للتأثير على الأطفال، مثل استخدام الشخصيات الكرتونية، اللعب على العواطف، أو تقديم مكافآت؟
- العوامل المؤثرة: ما هي العوامل التي تؤثر على مدى تأثير الإعلانات، مثل عمر الطفل، مستوى التعليم، وطبيعة الأسرة؟
- النتائج المترتبة: ما هي النتائج المترتبة على هذا التأثير، سواء على مستوى الفرد أو المجتمع؟

تساؤلات البحث: وهنا نلاحظ أيضاً بأن الباحث لم يعرض تساؤلات البحث بشكل مفصل لكن من خلال قراءة البحث يمكن القول بأن السؤال الرئيسي للبحث هو: : ما مدى تأثير الإعلان التلفزيوني الموجه للطفل في قناة سببستون على سلوكه الاستهلاكي؟

وأرى السؤال البحثي المطروح يمثل نقطة انطلاق جيدة لدراسة تأثير الإعلانات التلفزيونية على سلوك الأطفال، إلا أنه يمكن تطويره ليصبح أكثر دقة وشمولية وهنا سوف أحاول أن أوضح لبعض الإيجابيات والسلبيات المتعلقة بتساؤلات البحث:

الإيجابيات:

- نلاحظ أولاً أن سؤال البحث واضح السؤال مباشر وواضح، مما يسهل فهم الهدف من البحث.
- تركيز على موضوع مهم: تأثير الإعلانات على الأطفال هو قضية ذات أهمية اجتماعية كبيرة.
- تحديد قناة محددة: التركيز على قناة سببستون يجعل الدراسة أكثر قابلية للتطبيق.
- التركيز المحدود على سلوك الشراء: السؤال يركز بشكل أساسي على قرارات الشراء المباشرة، بينما يمكن للإعلانات أن تؤثر على الأطفال بطرق أخرى، مثل تكوين قيمهم، عاداتهم، وتفضيلاتهم العامة.
- يمكن توسيع السؤال ليشمل تأثير الإعلانات على سلوك الأطفال بشكل عام، وليس فقط قراراتهم الشرائية.

- عدم تحديد نوع الإعلانات: السؤال يشير إلى "الإعلانات التلفزيونية" بشكل عام، ولكن هناك أنواع مختلفة من الإعلانات (رسوم متحركة، ألعاب، طعام، إلخ) لكل منها تأثير مختلف.
 - يمكن تحديد أنواع معينة من الإعلانات التي تهتم الدراسة، أو مقارنة تأثير أنواع مختلفة من الإعلانات.
 - عدم النظر إلى العوامل السياقية: السؤال يتجاهل دور العوامل السياقية مثل الثقافة، الأسرة، والمدرسة في التأثير على تفاعل الأطفال مع الإعلانات.
- صياغة بديلة للسؤال البحثي:
- "كيف تؤثر أنواع مختلفة من الإعلانات التلفزيونية على سلوك الأطفال (بما في ذلك قرارات الشراء، القيم، والعادات) في مراحل عمرية مختلفة، وما هي العوامل الفردية والسياقية التي تؤثر على استجابتهم لهذه الإعلانات، وكيف يمكن لهذه الآثار أن تتطور مع مرور الوقت؟"
- هذا السؤال المطور يغطي جوانب أكثر شمولية، بما في ذلك:
- تنوع الإعلانات: يشمل أنواع مختلفة من الإعلانات وليس فقط تلك المتعلقة بالشراء.
 - سلوك الأطفال بشكل عام: لا يقتصر على قرارات الشراء فقط.
 - العوامل المؤثرة: يأخذ في الاعتبار العوامل الفردية والسياقية.
 - الآثار طويلة الأجل: يبحث في الآثار المستقبلية للإعلانات.
- بالإضافة إلى ذلك، يمكن طرح تساؤلات فرعية أكثر تحديدًا، مثل:
- ما هي العلاقة بين محتوى الإعلان وتأثيره على الأطفال؟
 - كيف تؤثر العلاقة بين الطفل والديه على استجابة الطفل للإعلانات؟
 - ما هي الآثار السلبية للإعلانات على صحة الأطفال وسلوكهم الاجتماعي؟
 - ما هي السياسات التي يمكن اتخاذها للحد من تأثير الإعلانات السلبية على الأطفال؟