

قضايا نقدية

اليوم في المهمة الأولى سوف نتناول بحث بعنوان ("واقع تأثير التسويق الإلكتروني على القرارات الشرائية للأطفال في مرحلة الطفولة الوسطى من وجهة نظر الأمهات)

دلال عبدالله مشرع البقمي وآخرون

<https://search.mandumah.com/Record/1461037>

لماذا يعتبر موضوع البحث مهماً؟

1. التغيرات الرقمية وتأثيرها على الأطفال:

في العصر الحالي، أصبح الأطفال يستخدمون الإنترنت بشكل يومي، سواء لمشاهدة الفيديوهات أو اللعب أو التعلم. هذا جعلهم عرضة للتأثير التسويقي المباشر من خلال الإعلانات الرقمية.

نظرًا لأن الأطفال ليس لديهم وعي استهلاكي واضح، فإنهم قد يقعون في فخ التسويق الإلكتروني بسهولة، مما يؤثر على قراراتهم الشرائية.

2. دور الأهل في توجيه الأطفال:

الأمهات هنّ المسؤولات غالبًا عن اتخاذ القرارات الاستهلاكية في المنزل، لذا فإن دراسة آرائهن حول تأثير الإعلانات على الأطفال مهم جدًا لفهم كيف يتم التفاعل مع هذه الظاهرة.

3. التأثير الاجتماعي والاقتصادي:

مع زيادة الإعلانات الرقمية، قد يصبح الأطفال أكثر استهلاكًا، مما يؤدي إلى ارتفاع في معدلات الشراء غير الضرورية.

من المهم تحليل كيف يساهم التسويق الإلكتروني في خلق أنماط استهلاكية جديدة بين الأطفال وتأثير ذلك على الأسر والمجتمع.

2. وضوح مشكلة البحث

هل المشكلة البحثية واضحة؟

نعم، الباحثات حدّدن أن التسويق الإلكتروني له تأثير على الأطفال ولكنهن ركّزن فقط على آراء الأمهات.

المشكلة أن الأطفال أنفسهم لم تتم دراستهم، مما يجعل من الصعب معرفة هل يتأثرون فعلاً بالإعلانات كما يعتقد الأهل؟

3. المنهجية المستخدمة في الدراسة

هل المنهجية المستخدمة مناسبة؟

استخدمت الدراسة المنهج المسحي عبر استبيانات تم توزيعها على 400 أم.

هذا المنهج مناسب لجمع بيانات كمية حول آرائهم، لكنه قد لا يكون كافيًا لفهم الجوانب النفسية والسلوكية التي تؤثر على الأطفال.

لم يتم استخدام مقابلات أو تجارب عملية لدراسة تفاعل الأطفال مع الإعلانات الرقمية، وهو ما يُعتبر نقطة ضعف في البحث.

4. نقاط القوة في الرسالة

معالجة موضوع حديث ومهم يهم المجتمع والأسرة.
عينة بحثية كبيرة (400 أم) مما يجعل النتائج أكثر دقة.
استخدام استبيان واضح وسهل الفهم لجمع البيانات من الأمهات.

نقاط الضعف في الرسالة

إهمال رأي الأطفال أنفسهم، مما يجعل البحث يعتمد فقط على وجهة نظر الأمهات.
عدم تحليل تأثير الإعلانات على سلوك الأطفال طويل المدى (مثل كيف تؤثر على طريقة تفكيرهم واتخاذ قراراتهم لاحقًا).
عدم تقديم حلول واضحة للحد من التأثير السلبي للتسويق الإلكتروني على الأطفال.

ثانيًا: اختيار موضوع بحث جديد استنادًا إلى الرسالة

الموضوع المقترح:

"تأثير الإعلانات الرقمية على الوعي الاستهلاكي للأطفال: دراسة مقارنة بين وجهات نظر الأطفال وأولياء الأمور"

لماذا اخترت هذا الموضوع؟

1. يعالج فجوة البحث السابق

في البحث الأصلي، تم التركيز على رأي الأمهات فقط دون الأخذ برأي الأطفال.

الموضوع الجديد سيعمل على مقارنة آراء الأمهات مع آراء الأطفال لمعرفة هل يتطابق فهم الأهل مع الواقع؟

2. دراسة التأثير النفسي والسلوكي

لا يكفي أن نعرف أن الأطفال يتأثرون بالإعلانات، بل يجب دراسة كيف يتطور وعيهم الاستهلاكي.

بعض الأسئلة التي سيجيب عليها البحث الجديد:

هل يستطيع الأطفال تمييز الإعلانات عن المحتوى العادي؟

ما هي أكثر أنواع الإعلانات تأثيرًا عليهم؟

هل يشعر الأطفال بالرغبة في الشراء مباشرة بعد رؤية إعلان معين؟

3. تقديم حلول عملية

يمكن أن يساهم البحث الجديد في اقتراح طرق لتوعية الأطفال وأولياء الأمور حول كيفية التعامل مع التسويق الإلكتروني.

البحث يمكن أن يوصي بـ:

تطوير برامج تعليمية للأطفال حول الاستهلاك الذكي.

اقتراح سياسات حماية تحدّ من استهداف الأطفال بالإعلانات الموجهة.

4. مواكبته للتطورات الحديثة

مع تطور الإعلانات التفاعلية، والتسويق عبر المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح تأثير التسويق الإلكتروني على الأطفال أكثر تعقيدًا.

البحث الجديد يمكن أن يدرس:

كيف تؤثر إعلانات يوتيوب وتيك توك على الأطفال؟

هل يُعتبر الأطفال أكثر تأثرًا بالإعلانات التي يقدمها مؤثرون على السوشيال ميديا مقارنة بالإعلانات التقليدية؟

ثالثًا: أسباب اختيار هذا الموضوع بالتفصيل

1. الحاجة إلى فهم أعمق للتأثيرات الفعلية على الأطفال

• في البحث الأصلي، تم تحليل تأثير الإعلانات من خلال رأي الأمهات فقط، لكن من الضروري معرفة ما يفكر فيه الأطفال أنفسهم عند تعرضهم للإعلانات الرقمية.

2. إدخال بُعد نفسي وسلوكي في الدراسة

يمكن أن يكشف البحث الجديد عن كيف يتفاعل الأطفال نفسيًا مع الإعلانات، وما إذا كانوا يدركون أنها تهدف إلى الترويج للشراء أم لا.

مثلاً، قد يظهر البحث أن الأطفال الأصغر سناً أكثر عرضة لتصديق الإعلانات، بينما الأطفال الأكبر سناً قد يكون لديهم وعي أكبر.

3. تقديم توصيات مفيدة للمجتمع

بناءً على النتائج، يمكن اقتراح حلول مثل:

تنظيم قوانين تمنع الإعلانات المضللة الموجهة للأطفال.

تطوير مناهج تعليمية في المدارس حول التفكير النقدي في التعامل مع الإعلانات.

زيادة وعي الأهل بكيفية مراقبة استهلاك أطفالهم للمحتوى الرقمي.

4. قابلية التطبيق في الواقع

يمكن أن يساعد هذا البحث في تطوير حملات توعية إلكترونية لتعليم الأطفال كيفية التعامل مع الإعلانات الرقمية، وهو ما قد يكون مفيداً للمجتمع بشكل عام.