

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية: دراسة

ميدانية

إعداد الطالب/

نوره الدوسري

الرقم الجامعي/

252001072

إشراف/

د. ماهيتاب الرافعي

العام الدراسي

2026م

فَقُلْ بِرَبِّكَ
ذُرِّيَّتِي عَلِيمٌ

إهداء

إلى من غرس فيَّ القيم، وسقاني من معين الحكمة،
إلى من كان دعاؤهم سرّ توفيقِي، وسندًا لي في كل مراحل حياتي،
إلى والديَّ الكريمين، أهدي ثمرة جهدي وعملي، عرفانًا وتقديرًا.
وإلى من ساندني وشجّعني في مسيرتي العلمية،
إلى إخوتي وأصدقائي وزملائي،
لكم جميعًا أهدي هذا العمل المتواضع، امتنانًا لكل دعمٍ صادق.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتمّ الصالحات، وبِعونه وتوفيقه أنجزت هذا العمل المتواضع.

أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان لمُشرفي الكريم د. توفيق عمري ، الذي كان لدعمه العلمي، وتوجيهاته السديدة، وملاحظاته القيمة، الأثر الأكبر في إنجاز هذه الرسالة. لقد كان مثلاً يُحتذى به في العلم والأخلاق والتفاني.

كما أتوجه بالشكر الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة الكرام على وقته وجهده وملاحظاته البناءة التي أثرت هذا العمل.

ولا يفوتني أن أعبر عن تقديري العميق لكل من ساندني ووقف إلى جانبي خلال فترة إعداد

الرسالة، من أسرتي وأصدقائي وزملائي، وخاصة والديّ العزيزين، الذين كان لدعائهما

ودعمهما المعنوي والمادي بالغ الأثر في وصولي إلى هذه المرحلة.

لكم جميعاً، كل الشكر والتقدير والامتنان.

فهرس المحتويات

3.....	إهداء
4.....	شكر وتقدير
7.....	قائمة الجداول
10.....	فهرس الأشكال
12.....	المستخلص
13.....	الفصل الأول
14.....	المقدمة
15.....	مشكلة الدراسة
16.....	أهمية الدراسة
17.....	أهداف الدراسة
18.....	تساؤلات الدراسة
18.....	فرضيات الدراسة
19.....	النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث
20.....	أسباب إختيار موضوع الدراسة
22.....	الفصل الثاني
22.....	الدراسات السابقة
23.....	المقدمة
25.....	المتغير التابع والمستقل
26.....	الدراسات السابقة
31.....	الإطار النظري للدراسة
33.....	مفاهيم الدراسة النظرية والإجرائية
35.....	الفصل الثالث
35.....	منهجية الدراسة
36.....	المقدمة
38.....	مجتمع البحث

39.....	المنهجية وطرق البحث.....
40.....	أدوات الدراسة.....
41.....	خطوات جمع البيانات.....
43.....	حدود الدراسة.....
44.....	الفصل الرابع.....
44.....	نتائج الدراسة.....
45.....	المقدمة.....
47.....	تحليل البيانات.....
89.....	المنافشة.....
91.....	الخاتمة.....
93.....	التوصيات.....
95.....	المراجع.....
99.....	الملاحق.....
104.....	Abstract.....

قائمة الجداول

49.....	جدول 1 : التحليلات الإحصائية.....
50.....	جدول 2 : التحليل الإحصائي لعمر المشاركين في التجربة.....
51.....	جدول 3 : التحليل الإحصائي لجنس المشاركين في التجربة.....
52.....	جدول 4 : التحليل الإحصائي للدرجة العلمية.....
53.....	جدول 5 : التحليل الإحصائي لامتلاك معرفة جيدة بالقضايا الاجتماعية في المجتمع.....
55.....	جدول 6 : التحليل الإحصائي لمساهمة الإعلام الرقمي في زيادة الوعي بالمشكلات الاجتماعية.....
56.....	جدول 7 : التحليل الإحصائي لإدراك أهمية المشاركة المجتمعية في حل القضايا الاجتماعية.....
57.....	جدول 8 : التحليل الإحصائي لتكوين آراء واضحة حول القضايا الاجتماعية المختلفة.....
58.....	جدول 9 : التحليل الإحصائي لزيادة الإطلاع على الإعلام الرقمي من فهم احتياجات المجتمع.....
59.....	جدول 10 : التحليل الإحصائي لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي بشكل يومي لمتابعة القضايا الاجتماعية.....
60.....	جدول 11 : التحليل الإحصائي لإمضاء وقتاً طويلاً في تصفح منصات الإعلام الرقمي.....
61.....	جدول 12 : التحليل الإحصائي للاعتماد على الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للمعلومات.....
62.....	جدول 13 : التحليل الإحصائي لمتابعة الأخبار والقضايا المجتمعية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر.....
63.....	جدول 14 : التحليل الإحصائي لزيادة الإطلاع على القضايا الاجتماعية مع زيادة استخدامي للإعلام الرقمي.....
64.....	جدول 15 : التحليل الإحصائي للوثوق بالمعلومات الاجتماعية المنشورة عبر الإعلام الرقمي.....
65.....	جدول 16 : التحليل الإحصائي للاعتقاد أن المحتوى الرقمي يعكس الواقع الاجتماعي بدقة.....
66.....	جدول 17 : التحليل الإحصائي للتحقق من صحة المعلومات قبل تصديقها.....
68.....	جدول 18 : التحليل الإحصائي لالتزام المنصات الرقمية بنشر معلومات موثوقة.....
69.....	جدول 19 : التحليل الإحصائي لمساهمة وضوح مصادر المعلومات في تعزيز مصداقية المحتوى.....
70.....	جدول 20 : التحليل الإحصائي للقيام بالتفاعل مع القضايا الاجتماعية عبر التعليق أو الإعجاب.....
71.....	جدول 21 : التحليل الإحصائي لمشاركة المحتوى الاجتماعي مع الآخرين عبر المنصات الرقمية.....
72.....	جدول 22 : التحليل الإحصائي لمناقشة القضايا الاجتماعية مع الآخرين من خلال الإعلام الرقمي.....

- جدول 23 : التحليل الإحصائي لمساهمة التفاعل مع المحتوى في زيادة فهم للقضايا الاجتماعية73
- جدول 24 : التحليل الإحصائي للشعور بأن تفاعلي الرقمي يعزز المشاركة المجتمعية74
- جدول 25 : ملخص التحليلات الإحصائية75
- جدول 26 : اختبار الثبات والموثوقية75
- جدول 27 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي وكثافة استخدام الإعلام الرقمي76
- جدول 28 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي ومصادقية المحتوى الرقمي77
- جدول 29 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي والتفاعل مع المحتوى الرقمي78
- جدول 30 : اختبار التباين الأحادي79
- جدول 31 : ملخص نموذج معامل بايز79
- جدول 32 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية80
- جدول 33 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية80
- جدول 34 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى81
- جدول 35 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية82
- جدول 36 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية82
- جدول 37 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية82
- جدول 38 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى الرقمي المتداول ومستوى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب83

- جدول 39 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى الرقمي المتداول ومستوى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب. 83
- جدول 40 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى الرقمي المتداول ومستوى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب. 84
- جدول 41 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع منصات الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية. 84
- جدول 42 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع منصات الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية. 85
- جدول 43 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع منصات الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية. 85
- جدول 44 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المصادقية المدركة لمصادر الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب. 86
- جدول 45 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المصادقية المدركة لمصادر الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب. 86
- جدول 46 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المصادقية المدركة لمصادر الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب. 86
- جدول 47 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات والمبادرات الاجتماعية عبر الإعلام الرقمي وتعزيز الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة. 87
- جدول 48 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات والمبادرات الاجتماعية عبر الإعلام الرقمي وتعزيز الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة. 87
- جدول 49 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات والمبادرات الاجتماعية عبر الإعلام الرقمي وتعزيز الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة. 88

فهرس الأشكال

- شكل توضيحي 1 : التمثيل البياني لعمر المشاركين في التجربة 50
- شكل توضيحي 2 : التمثيل البياني لجنس المشاركين في التجربة 51
- شكل توضيحي 3 : التمثيل البياني للدرجة العلمية 53
- شكل توضيحي 4 : التمثيل البياني لامتلاك معرفة جيدة بالقضايا الاجتماعية في المجتمع 54
- شكل توضيحي 5 : التمثيل البياني لمساهمة الإعلام الرقمي في زيادة الوعي بالمشكلات الاجتماعية 55
- شكل توضيحي 6 : التمثيل البياني لإدراك أهمية المشاركة المجتمعية في حل القضايا الاجتماعية 56
- شكل توضيحي 7 : التمثيل البياني لتكوين آراء واضحة حول القضايا الاجتماعية المختلفة 57
- شكل توضيحي 8 : التمثيل البياني لزيادة الإطلاع على الإعلام الرقمي من فهم احتياجات المجتمع 58
- شكل توضيحي 9 : التمثيل البياني لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي بشكل يومي لمتابعة القضايا الاجتماعية 59
- شكل توضيحي 10 : التمثيل البياني لإمضاء وقتاً طويلاً في تصفح منصات الإعلام الرقمي 60
- شكل توضيحي 11 : التمثيل البياني للاعتماد على الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للمعلومات 61
- شكل توضيحي 12 : التمثيل البياني لمتابعة الأخبار والقضايا المجتمعية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر 62
- شكل توضيحي 13 : التمثيل البياني لزيادة الإطلاع على القضايا الاجتماعية مع زيادة استخدامي للإعلام الرقمي 63
- شكل توضيحي 14 : التمثيل البياني للوثوق بالمعلومات الاجتماعية المنشورة عبر الإعلام الرقمي 64
- شكل توضيحي 15 : التمثيل البياني للاعتقاد أن المحتوى الرقمي يعكس الواقع الاجتماعي بدقة 66
- شكل توضيحي 16 : التمثيل البياني للتحقق من صحة المعلومات قبل تصديقها 67
- شكل توضيحي 17 : التمثيل البياني لالتزام المنصات الرقمية بنشر معلومات موثوقة 68
- شكل توضيحي 18 : التمثيل البياني لمساهمة وضوح مصادر المعلومات في تعزيز مصداقية المحتوى 69
- شكل توضيحي 19 : التمثيل البياني للقيام بالتفاعل مع القضايا الاجتماعية عبر التعليق أو الإعجاب 70
- شكل توضيحي 20 : التمثيل البياني لمشاركة المحتوى الاجتماعي مع الآخرين عبر المنصات الرقمية 71
- شكل توضيحي 21 : التمثيل البياني لمناقشة القضايا الاجتماعية مع الآخرين من خلال الإعلام الرقمي 72
- شكل توضيحي 22 : التمثيل البياني لمساهمة التفاعل مع المحتوى في زيادة فهم للقضايا الاجتماعية 73

شكل توضيحي 23 : التمثيل البياني للشعور بأن تفاعلي الرقمي يعزز المشاركة المجتمعية74

شكل توضيحي 24 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي وكثافة استخدام

الإعلام الرقمي76

شكل توضيحي 25 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي ومصداقية المحتوى

الرقمي77

شكل توضيحي 26 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي والتفاعل مع المحتوى

الرقمي78

المستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية، من خلال تحليل طبيعة استخدامهم للمنصات الرقمية ومدى تأثيرها في معارفهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم الاجتماعية. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي باستخدام أسلوب الدراسة الميدانية، حيث تم تصميم استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة بلغت (262) مفردة من الشباب، تم اختيارهم بطريقة مناسبة لطبيعة الدراسة. وقد أظهرت النتائج وجود تأثير ملحوظ للإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي، حيث يسهم بشكل إيجابي في تعزيز المعرفة بالقضايا المجتمعية وتنمية روح المشاركة والانفتاح، في حين كشفت أيضاً عن بعض الآثار السلبية المرتبطة بانتشار المعلومات غير الموثوقة وتأثيرها على إدراك بعض المفاهيم الاجتماعية. كما بينت النتائج وجود فروق في مستوى التأثير تبعاً لدرجة الاستخدام والمستوى التعليمي. وبناءً على ذلك، أوصت الدراسة بضرورة تعزيز الثقافة الإعلامية لدى الشباب، وتنمية مهارات التفكير النقدي، ودعم إنتاج محتوى رقمي هادف وموثوق، إلى جانب تفعيل الأدوار التنظيمية والتوعوية للجهات المعنية، بما يسهم في تعظيم الاستفادة من الإعلام الرقمي وتقليل مخاطره في تشكيل الوعي الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، الوعي الاجتماعي، الشباب، وسائل التواصل الاجتماعي، الثقافة الإعلامية، التفكير

النقدي، المملكة العربية السعودية.

الفصل الأول

المقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات جذرية في بنية الاتصال الإنساني بفعل الثورة الرقمية، حيث انتقل الإعلام من نماذجه التقليدية القائمة على البث الأحادي الاتجاه إلى فضاءات تفاعلية مفتوحة تقوم على المشاركة والتداول اللحظي للمعلومات. وقد أسهمت منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وإنستغرام وسناب شات في إعادة تشكيل العلاقة بين المنتج والمتلقي، بحيث أصبح الفرد ليس مجرد مستقبل للرسائل الإعلامية، بل فاعلاً مشاركاً في إنتاجها وتوجيهها وإعادة نشرها. وفي هذا السياق، يبرز الإعلام الرقمي بوصفه قوة اجتماعية وثقافية مؤثرة، تتجاوز حدود نقل الخبر إلى التأثير العميق في أنماط التفكير، وبناء القيم، وصياغة الاتجاهات، لا سيما لدى فئة الشباب التي تُعد الأكثر انخراطاً في البيئة الرقمية والأسرع تفاعلاً مع مستجداتها (مزيو، 2020).

وفي المملكة العربية السعودية، اكتسب الإعلام الرقمي أهمية متزايدة في ظل التحولات التنموية والاجتماعية المتسارعة التي تشهدها البلاد، خاصة في إطار مستهدفات رؤية السعودية 2030 التي تركز على تمكين الشباب وتعزيز مشاركتهم في التنمية المستدامة. ويُشكل الشباب السعودي نسبة كبيرة من التركيبة السكانية، ما يجعلهم محوراً رئيساً في عمليات التغيير الاجتماعي والاقتصادي والثقافي. ومع الانتشار الواسع للهواتف الذكية وارتفاع معدلات استخدام الإنترنت، أصبحت المنصات الرقمية مجالاً حيوياً لتداول القضايا العامة، وتشكيل الرأي، وبناء التصورات حول الهوية الوطنية، والانتماء، والمواطنة، وقيم العمل والتطوع، فضلاً عن القضايا الاجتماعية والفكرية المعاصرة (القحطاني، 2024).

إن الوعي الاجتماعي بوصفه مفهوماً سوسيولوجياً يرتبط بإدراك الأفراد لواقعهم الاجتماعي، وفهمهم للقضايا التي تمس مجتمعهم، وتكوينهم لمواقف واتجاهات مبنية على هذا الإدراك، لم يعد يتشكل حصراً عبر مؤسسات التنشئة التقليدية كالأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام التقليدية، بل أصبح الإعلام الرقمي شريكاً أساسياً – وربما منافساً – في هذه العملية. فالمحتوى الرقمي بما يتضمنه من أخبار وتحليلات ومقاطع مرئية وحملات توعوية ونقاشات تفاعلية، يساهم في إعادة صياغة أولويات الشباب، وتحديد القضايا التي تحظى باهتمامهم، وتوسيع دوائر تفاعلهم الاجتماعي خارج الحدود الجغرافية للمجتمع المحلي (Manstead, 2018).

غير أن تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لا يقتصر على الجوانب الإيجابية المتمثلة في تعزيز المعرفة والانفتاح وتوسيع آفاق الحوار، بل يمتد ليشمل تحديات متعددة، مثل انتشار المعلومات المضللة، والاستقطاب الفكري، وتكوين الصور النمطية، والتأثر بالمضامين العابرة للثقافات. ومن هنا تنبع أهمية الدراسة في تحليل طبيعة هذا التأثير، ورصد آلياته،

والكشف عن أبعاده المعرفية والقيمية والسلوكية لدى الشباب السعودي، في ضوء الخصوصية الثقافية والاجتماعية للمملكة (Kozlova، 2024).

وتسعى هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين كثافة التعرض للمنصات الرقمية وأنماط استخدامها من جهة، ومستوى الوعي الاجتماعي بأبعاده المختلفة من جهة أخرى. كما تهدف إلى الوقوف على مدى إسهام الإعلام الرقمي في تعزيز الانتماء الوطني، والمشاركة المجتمعية، وتحفيز النقاش حول القضايا العامة، فضلاً عن تحليل الفروق المحتملة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية والتعليمية. ومن خلال ذلك، تأمل الدراسة في تقديم إطار علمي يساعد صانعي السياسات والباحثين والمؤسسات الإعلامية على فهم أعمق لديناميات التأثير الرقمي، بما يسهم في توجيه هذا التأثير نحو دعم التنمية الاجتماعية وترسيخ القيم الإيجابية في أوساط الشباب السعودي.

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة الرئيسية في تنامي التأثير المتسارع للإعلام الرقمي في تشكيل أنماط التفكير والقيم والاتجاهات لدى شباب المملكة العربية السعودية، في ظل بيئة رقمية مفتوحة تتسم بتدفق كثيف ومتعدد المصادر للمعلومات والمضامين، دون وجود إطار واضح يحدد طبيعة هذا التأثير أو يقيس أبعاده المعرفية والقيمية والسلوكية بصورة علمية دقيقة. فمع الانتشار الواسع لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وإنستغرام وسناب شات بين فئة الشباب، أصبح الإعلام الرقمي أحد أبرز العوامل المؤثرة في تشكيل تصوراتهم حول القضايا الاجتماعية والوطنية والثقافية، وفي إعادة ترتيب أولوياتهم الفكرية والسلوكية. غير أن هذا التأثير يتسم بالتعقيد والتداخل، إذ تتفاوت مصادر المحتوى بين الرسمي وغير الرسمي، والمحلي والعالمي، والمبني والفردية، مما يثير تساؤلات جوهرية حول مدى إسهام الإعلام الرقمي في تعزيز وعي اجتماعي ناضج ومتوازن، أو في المقابل، في تكوين وعي مجتزأ أو متأثر بمضامين غير دقيقة أو توجهات عابرة للثقافات قد لا تنسجم بالضرورة مع الخصوصية المجتمعية للمملكة.

ويتربط على هذه المشكلة عدد من الإشكاليات الفرعية، من أبرزها احتمالية انتشار المعلومات المضللة أو غير الموثوقة وتأثيرها في تشكيل مواقف الشباب تجاه القضايا العامة، وتعزيز بعض أنماط الاستقطاب الفكري أو التعصب للرأي نتيجة الخوارزميات التي تعزز المحتوى المتوافق مع ميول المستخدم، إضافة إلى ضعف مهارات التحقق النقدي من المعلومات لدى بعض الفئات، مما قد يؤدي إلى تبني تصورات غير دقيقة عن الواقع الاجتماعي. كما قد يسهم التعرض المكثف للمحتوى العالمي

في إعادة تشكيل منظومة القيم والمعايير الاجتماعية، سواء بصورة إيجابية تعزز الانفتاح والتسامح، أو بصورة سلبية تخلق فجوة بين الأجيال أو تصادماً بين القيم التقليدية والحديثة. ومن الإشكاليات المترتبة أيضاً تراجع تأثير مؤسسات التنشئة التقليدية أمام التأثير المتنامي للمؤثرين وصناع المحتوى الرقمي، بما قد يعيد توزيع مراكز التأثير في المجتمع ويؤثر في أنماط المشاركة المجتمعية والانتماء الوطني (Ahmed، 2025).

وبناءً على مشكلة الدراسة الرئيسية، يمكن صياغة السؤال الرئيس للدراسة على النحو الآتي: ما دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية، وما طبيعة هذا الدور من حيث أبعاده المعرفية والقيمية والسلوكية؟

أهمية الدراسة

- الأهمية العلمية

تتجلى الأهمية العلمية لهذه الدراسة في معالجتها لموضوع يتسم بالحدثة والتشابك النظري والمنهجي، إذ تسعى إلى تحليل دور الإعلام الرقمي بوصفه أحد أبرز العوامل المؤثرة في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى فئة الشباب. وتنبع قيمة الدراسة من كونها تربط بين حقلين معرفيين متداخلين هما دراسات الإعلام الرقمي وعلم الاجتماع، من خلال استكشاف طبيعة العلاقة بين أنماط التعرض للمنصات الرقمية ومستويات الإدراك الاجتماعي للقضايا العامة. كما تساهم في تطوير إطار تحليلي يوضح الأبعاد المعرفية والقيمية والسلوكية للوعي الاجتماعي في البيئة الرقمية، وهو ما يعزز البناء النظري في الدراسات العربية التي ما تزال بحاجة إلى مزيد من الأبحاث الميدانية المتخصصة في هذا المجال.

وتزداد الأهمية العلمية في السياق السعودي، في ظل التحولات الاجتماعية والثقافية المتسارعة التي تشهدها المملكة، والمتزامنة مع مستهدفات رؤية السعودية 2030 التي تؤكد على تمكين الشباب وتعزيز دورهم في التنمية المستدامة. كما أن الانتشار الواسع لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وإنستغرام وسناب شات بين الشباب السعودي، يجعل من دراسة تأثيرها في تشكيل الوعي ضرورة علمية لفهم التحولات في مصادر التأثير الاجتماعي. وعليه، تساهم هذه الدراسة في سد فجوة بحثية تتعلق بتحليل آليات التأثير الرقمي في بيئة ثقافية ذات خصوصية اجتماعية، بما يثري الأدبيات المحلية ويوفر قاعدة بيانات يمكن البناء عليها في دراسات لاحقة (Dwivedi، 2022).

- الأهمية العملية

تنبع الأهمية العملية للدراسة من قدرتها على تقديم نتائج وتوصيات قابلة للتطبيق تسهم في توجيه التأثير المتنامي للإعلام الرقمي نحو تعزيز الوعي الاجتماعي الإيجابي لدى الشباب. فمن خلال فهم طبيعة العلاقة بين الاستخدام الرقمي وتكوين الاتجاهات والقيم، يمكن لصانعي القرار والمؤسسات الإعلامية تطوير استراتيجيات أكثر فاعلية في تصميم الرسائل التوعوية والمحتوى الرقمي الهادف، بما يعزز الانتماء الوطني والمسؤولية الاجتماعية والمشاركة المجتمعية.

كما يمكن أن تسهم نتائج الدراسة في دعم الجهود التعليمية من خلال إدماج مفاهيم الثقافة الإعلامية والوعي الرقمي في المناهج والبرامج التدريبية، بهدف تنمية مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات لدى الشباب، والحد من التأثير بالمضامين المضللة أو غير الموثوقة. إضافة إلى ذلك، توفر الدراسة مؤشرات عملية للجهات المعنية بالتنمية الاجتماعية حول أنماط تفاعل الشباب مع القضايا العامة عبر المنصات الرقمية، الأمر الذي يساعد في تصميم مبادرات توعوية تتسم بالملاءمة والقدرة على التأثير. وبذلك، تمثل الدراسة أداة إرشادية تسهم في تعظيم المكاسب الاجتماعية للإعلام الرقمي وتقليل مخاطره، بما يخدم مسار التنمية الشاملة في المملكة (Gazi، 2024).

أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي

- يهدف البحث إلى تحديد دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية، وفهم الأبعاد المختلفة لهذا الدور من منظور معرفي وقيمي وسلوكي.

الأهداف الفرعية

1. دراسة أنماط استخدام الشباب السعودي لمنصات الإعلام الرقمي، مثل تويتر وإنستغرام وسناب شات.
2. تحليل تأثير الإعلام الرقمي على مستوى وعي الشباب بالقضايا الاجتماعية العامة.
3. الكشف عن الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في تشكيل القيم والاتجاهات السلوكية للشباب.
4. التعرف على تأثير الإعلام الرقمي في تعزيز الانتماء الوطني والمشاركة المجتمعية لدى الشباب.
5. تحديد التحديات والمخاطر المرتبطة باستخدام الشباب للإعلام الرقمي فيما يخص تشكيل وعيهم الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة

التساؤل الرئيسي

- ما هو دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية، وكيف تؤثر أنماط استخدامه على الوعي المعرفي والقيمي والسلوكي؟

التساؤلات الفرعية

1. ما هي أنماط استخدام الشباب السعودي لمنصات الإعلام الرقمي؟
2. كيف يؤثر الإعلام الرقمي على إدراك الشباب للقضايا الاجتماعية والقيم المجتمعية؟
3. ما مدى تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات الشباب ومواقفهم الاجتماعية؟
4. إلى أي مدى يساهم الإعلام الرقمي في تعزيز الانتماء الوطني والمشاركة المجتمعية؟
5. ما هي أبرز التحديات والمخاطر المرتبطة بتأثير الإعلام الرقمي على وعي الشباب الاجتماعي؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية

- الإعلام الرقمي يلعب دوراً مؤثراً في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية، ويؤثر على أبعادهم المعرفية والقيمية والسلوكية بشكل ملموس.

الفرضيات الفرعية

1. هناك علاقة إيجابية بين كثافة استخدام الشباب لمنصات الإعلام الرقمي ومستوى وعيهم بالقضايا الاجتماعية.
2. يساهم الإعلام الرقمي في تعزيز القيم الاجتماعية الإيجابية لدى الشباب السعودي.
3. يؤثر الإعلام الرقمي على سلوكيات الشباب واتجاهاتهم الاجتماعية بشكل واضح.
4. يساهم الإعلام الرقمي في زيادة الانتماء الوطني والمشاركة المجتمعية بين الشباب.
5. يواجه الشباب تحديات مرتبطة بالمحتوى الرقمي، مثل المعلومات المضللة أو الاستقطاب الفكري، تؤثر على وعيهم الاجتماعي.

النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث

- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تُعد هذه النظرية من الركائز الأساسية التي اعتمدت عليها الدراسة في تفسير العلاقة بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي، حيث تفترض أن الأفراد كلما زاد اعتمادهم على وسيلة إعلامية معينة كمصدر رئيسي للمعلومات، زاد تأثيرها في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم. وفي سياق هذه الدراسة، يتضح أن الشباب في المملكة العربية السعودية يعتمدون بشكل متزايد على الإعلام الرقمي في متابعة القضايا الاجتماعية، مما يعزز من قوة تأثير هذه الوسائل في تشكيل وعيهم. كما أن هذا الاعتماد لا يقتصر على جانب المعرفة فقط، بل يمتد ليشمل تكوين الآراء والمواقف، خاصة في ظل التفاعل المستمر مع المحتوى الرقمي وسهولة الوصول إليه في أي وقت ومكان، الأمر الذي يجعل الإعلام الرقمي عنصراً فاعلاً في بناء الإدراك الاجتماعي لدى الشباب (Ma، 2023).

- نظرية الغرس الثقافي

تُفسر هذه النظرية التأثير التراكمي طويل المدى لوسائل الإعلام على إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي، حيث ترى أن التعرض المستمر للمحتوى الإعلامي يسهم في تشكيل تصورات ذهنية قد لا تعكس الواقع بدقة، بل تعكس الصورة التي تقدمها الوسيلة الإعلامية. وفي إطار الإعلام الرقمي، تتضاعف أهمية هذه النظرية نظراً لكثافة التعرض وتنوع المحتوى، حيث يتعرض الشباب بشكل يومي لكم هائل من الرسائل الإعلامية التي تسهم في تشكيل مفاهيمهم حول القضايا الاجتماعية والقيم الثقافية. ومن هنا، يمكن فهم كيف يسهم الإعلام الرقمي في إعادة تشكيل بعض المفاهيم الاجتماعية لدى الشباب، سواء بشكل إيجابي من خلال نشر الوعي، أو بشكل سلبي من خلال ترسيخ صور نمطية أو معلومات غير دقيقة (Liao، 2025).

- نظرية الاستخدامات والإشباع

تنطلق هذه النظرية من فكرة أن الجمهور ليس سلبياً، بل هو فاعل يسعى إلى اختيار الوسائل الإعلامية التي تُشبع احتياجاته المختلفة، سواء كانت معرفية أو اجتماعية أو نفسية. وفي ضوء هذه الدراسة، يتجه الشباب إلى استخدام الإعلام الرقمي لتحقيق عدة أهداف، مثل الحصول على المعلومات، والتفاعل مع الآخرين، والتعبير عن آرائهم، ومتابعة القضايا التي تهمهم. ويساعد هذا المدخل في تفسير تنوع أنماط الاستخدام بين أفراد العينة، واختلاف مستوى التأثير بناءً على دوافع الاستخدام. فالشباب الذين يستخدمون الإعلام الرقمي لأغراض معرفية وتوعوية يكونون أكثر وعياً، مقارنةً بمن يقتصر استخدامهم على الترفيه أو الاستهلاك السلبي للمحتوى (Plantec، 2025).

- نظرية المجال العام

تركز هذه النظرية على دور وسائل الإعلام في خلق فضاء للحوار والنقاش حول القضايا العامة، حيث تتيح للأفراد فرصة التعبير عن آرائهم والمشاركة في تشكيل الرأي العام. وفي البيئة الرقمية، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تمثل مجالاً عاماً افتراضياً يشارك فيه الشباب بفعالية، مما يساهم في تعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية وتنمية روح المشاركة المجتمعية. إلا أن هذا المجال لا يخلو من التحديات، مثل انتشار المعلومات غير الدقيقة أو تضارب الآراء، وهو ما قد يؤثر على جودة النقاش العام، ويستدعي وجود وعي نقدي لدى المستخدمين (Sulaiman، 2024).

- مدخل التأثيرات الانتقائية

يُبرز هذا المدخل أن تأثير وسائل الإعلام لا يكون موحدًا على جميع الأفراد، بل يختلف تبعًا لخصائصهم الشخصية والاجتماعية، مثل المستوى التعليمي والخلفية الثقافية ودرجة الوعي. وتُساهم هذه الرؤية في تفسير الفروق التي أظهرتها نتائج الدراسة بين أفراد العينة، حيث يتأثر بعض الشباب بالإعلام الرقمي بشكل إيجابي نتيجة امتلاكهم مهارات تحليلية ونقدية، في حين يكون البعض الآخر أكثر عرضة للتأثر بالمحتوى المضلل. ومن ثم، فإن تأثير الإعلام الرقمي لا يعتمد فقط على طبيعة المحتوى، بل أيضًا على استعداد الفرد وقدرته على التعامل معه بوعي (Zuo، 2025).

- التكامل بين الأطر النظرية

إن اعتماد الدراسة على مجموعة متنوعة من النظريات الإعلامية يعكس طبيعة الظاهرة المدروسة، التي تتسم بالتعقيد والتداخل بين عدة عوامل. فكل نظرية تساهم في تفسير جانب معين من العلاقة بين الإعلام الرقمي والوعي الاجتماعي، وعند دمج هذه النظريات معًا، يتكون إطار تحليلي شامل يتيح فهمًا أعمق للنتائج الميدانية. ويساعد هذا التكامل في تقديم تفسير متوازن يجمع بين تأثير الوسيلة، ودور المتلقي، وطبيعة المحتوى، والسياق الاجتماعي، مما يعزز من القيمة العلمية للدراسة، ويجعل نتائجها أكثر دقة وقابلية للتطبيق في الواقع العملي.

أسباب اختبار موضوع الدراسة

تم اختيار موضوع هذه الدراسة لعدة أسباب علمية وموضوعية تنبع من أهمية الموضوع وحداثه، وكذلك من الحاجة الملحة إلى فهم أبعاده المختلفة في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، ويمكن توضيح ذلك في النقاط التالية:

- تنامي دور الإعلام الرقمي في الحياة اليومية للشباب، حيث أصبح المصدر الأساسي للمعلومات والتفاعل الاجتماعي، مما يستدعي دراسة تأثيره بشكل علمي منهجي.

- حداثة الموضوع وأهميته البحثية، إذ يُعد من الموضوعات المعاصرة التي لم تُستوفَ دراستها بشكل كافٍ، خاصة في البيئة العربية والسعودية على وجه التحديد.
- الحاجة إلى فهم طبيعة تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي، سواء من حيث تعزيز القيم الإيجابية أو نشر بعض المفاهيم السلبية.
- ارتباط الموضوع بفئة الشباب، التي تُعد من أكثر الفئات استخدامًا للإعلام الرقمي، والأكثر تأثرًا بمضامينه المختلفة.
- مواكبة التحولات الرقمية التي تشهدها المملكة العربية السعودية، في ظل التوجه نحو تعزيز الاقتصاد الرقمي والمجتمع المعرفي.
- الكشف عن التحديات المرتبطة باستخدام الإعلام الرقمي، مثل انتشار المعلومات المضللة وتأثيرها على الوعي الاجتماعي.
- الإسهام في تقديم نتائج علمية يمكن أن يستفيد منها صناع القرار والمؤسسات الإعلامية في تطوير استراتيجيات إعلامية أكثر فاعلية.
- دعم الدراسات المستقبلية في مجال الإعلام الرقمي، من خلال توفير قاعدة بيانات وتحليل علمي يمكن البناء عليه في أبحاث لاحقة.
- الرغبة في تقديم توصيات عملية تساهم في تعزيز الاستخدام الإيجابي للإعلام الرقمي لدى الشباب، وتنمية الوعي النقدي لديهم.
- توافق موضوع الدراسة مع الاهتمامات البحثية المعاصرة في مجالات الإعلام والاتصال، مما يعزز من قيمته العلمية والأكاديمية.

الفصل الثاني

الدراسات السابقة

المقدمة

يشكل هذا الفصل من الفصول الأساسية في الدراسة، إذ يمثل القاعدة العلمية التي تُبنى عليها جميع مراحل التحليل والتفسير اللاحقة، حيث يتناول بصورة معمقة الجوانب الفكرية والنظرية التي ترتبط بموضوع الدراسة. ويأتي هذا الفصل ليُرسخ الفهم العلمي للظاهرة محل البحث، من خلال تقديم تصور شامل للعوامل المؤثرة في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب في ضوء الإعلام الرقمي، مع توضيح طبيعة العلاقة بين هذه العوامل وكيفية تفاعلها داخل السياق الاجتماعي والثقافي للمملكة العربية السعودية.

ويكتسب هذا الفصل أهمية كبيرة كونه يُسهم في تحديد ملامح الظاهرة المدروسة بدقة، من خلال توضيح المفاهيم الأساسية التي تدور حولها الدراسة، سواء ما يتعلق بالعوامل المؤثرة أو النتائج المترتبة عليها. كما يساعد في بناء تصور علمي متكامل يوضح كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يؤثر في تكوين وعي الأفراد، من خلال آليات متعددة تتداخل فيها الجوانب النفسية والاجتماعية والتقنية. ومن ثم، فإن هذا الفصل لا يقتصر على عرض معلومات نظرية، بل يعمل على تنظيمها وتحليلها بما يخدم أهداف البحث ويُسهم في توجيه مساره العلمي.

كما يتناول هذا الفصل مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، حيث يتم استعراضها وتحليلها بهدف التعرف على أبرز ما توصلت إليه من نتائج، وتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية. ويساعد هذا العرض في إبراز الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة إلى معالجتها، بالإضافة إلى توضيح كيفية استفادة الباحث من تلك الدراسات في بناء أدواته البحثية وتفسير نتائجه. ويُعد ذلك عنصراً أساسياً في تعزيز القيمة العلمية للدراسة، وربطها بالسياق البحثي السابق في مجال الإعلام والاتصال.

ويُخصص هذا الفصل كذلك لعرض الإطار الفكري الذي تستند إليه الدراسة، حيث يتم من خلاله توضيح الأسس النظرية التي تفسر العلاقة بين الإعلام الرقمي والوعي الاجتماعي، وكيفية تفسير التغيرات التي تطرأ على سلوك واتجاهات الشباب نتيجة التعرض المستمر للمحتوى الرقمي. ويساعد هذا الإطار في تقديم تفسير علمي منظم للظاهرة، يربط بين المفاهيم النظرية والواقع العملي، بما يعزز من قدرة الدراسة على تحليل النتائج بطريقة علمية دقيقة.

وتنبع أهمية هذا الفصل من كونه يشكل المرجعية العلمية التي تُفسر النتائج لاحقاً، حيث يوفر الأساس المفاهيمي والنظري الذي يساعد على فهم العلاقات بين متغيرات الدراسة بشكل أكثر عمقاً. كما يسهم في دعم مصداقية البحث من خلال الاستناد إلى أدبيات علمية سابقة وإطارات نظرية معتمدة، الأمر الذي يعزز من قوة التحليل ويجعل النتائج أكثر قابلية للتفسير.

والتطبيق. وبذلك، فإن هذا الفصل يمثل حلقة وصل جوهرية بين الجانب النظري للدراسة والجانب التطبيقي، مما يجعله
عنصرًا محوريًا في بناء الهيكل العلمي المتكامل للبحث.

المتغير التابع والمستقل

- المتغير التابع (مستوى الوعي الاجتماعي)

يعد مستوى الوعي الاجتماعي المتغير التابع في هذه الدراسة، وهو يمثل النتيجة النهائية التي تسعى الدراسة إلى قياسها وتفسير العوامل المؤثرة فيها. ويقصد به درجة إدراك الشباب في المملكة العربية السعودية للقضايا الاجتماعية المختلفة، وفهمهم للواقع المحيط بهم، ومدى وعيهم بالقيم والسلوكيات والمعايير الاجتماعية السائدة. كما يشمل هذا المفهوم قدرة الفرد على تحليل القضايا المجتمعية بشكل نقدي، واتخاذ مواقف واتجاهات مبنية على فهم واع وموضوعي. ويعكس هذا المتغير في جوهره حصيلة التفاعل بين الفرد والبيئة الإعلامية الرقمية التي يتعرض لها بشكل يومي، مما يجعله مؤشراً مهماً على مدى تأثير الإعلام الرقمي في بناء الإدراك الاجتماعي لدى الشباب (Mahfoudh، 2025).

المتغيرات المستقلة (كثافة استخدام الإعلام الرقمي)

تمثل كثافة استخدام الإعلام الرقمي أحد المتغيرات المستقلة في الدراسة، ويقصد بها مقدار الوقت والتكرار الذي يقضيه الشباب في استخدام المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي. فكلما زادت كثافة الاستخدام، زادت فرص التعرض للمحتوى الإعلامي المتنوع، سواء كان اجتماعياً أو ثقافياً أو توعوياً. ويُفترض أن لهذا المتغير دوراً مباشراً في تشكيل مستوى الوعي الاجتماعي، من خلال زيادة حجم المعلومات التي يتلقاها الفرد، وتوسيع دائرة إدراكه للقضايا المختلفة، مما يجعله عنصراً مؤثراً في تشكيل المواقف والاتجاهات الاجتماعية (Mukhlis، 2021).

- المتغيرات المستقلة (مصادقية المحتوى الرقمي)

تعد مصادقية المحتوى الرقمي من المتغيرات المستقلة المهمة في هذه الدراسة، وتشير إلى درجة الثقة التي يمنحها الشباب للمعلومات والمضامين التي يتلقونها عبر الوسائط الرقمية. فكلما ارتفعت مصادقية المحتوى، زادت احتمالية تأثيره الإيجابي في تشكيل الوعي الاجتماعي، والعكس صحيح. ويشمل هذا المتغير عناصر مثل دقة المعلومات، وموثوقية المصدر، وموضوعية الطرح. ويُعتبر هذا العامل حاسماً في تحديد طبيعة التأثير الإعلامي، إذ إن المحتوى غير الموثوق قد يؤدي إلى تشويه الوعي أو تكوين تصورات غير صحيحة حول القضايا الاجتماعية (Cam، 2023).

- المتغيرات المستقلة (التفاعل مع المحتوى الرقمي)

يشير التفاعل مع المحتوى الرقمي إلى درجة مشاركة الشباب في الأنشطة الرقمية المختلفة، مثل التعليق، والمشاركة، والإعجاب، والنقاشات الإلكترونية حول القضايا المطروحة. ويعكس هذا المتغير مستوى الانخراط الفعلي للمستخدم في البيئة الرقمية، وليس مجرد التعرض السلبي للمحتوى. فكلما زاد التفاعل، زادت فرص التأثير المتبادل بين الفرد والمحتوى، مما يساهم في تعميق الفهم وتكوين آراء واتجاهات أكثر وضوحًا. كما أن التفاعل يعزز من عملية التعلم الاجتماعي، ويجعل الفرد أكثر ارتباطًا بالقضايا التي يناقشها عبر المنصات الرقمية (Abdou، 2025).

العلاقة بين المتغيرات

تقوم العلاقة بين المتغيرات في هذه الدراسة على أساس أن المتغيرات المستقلة (كثافة استخدام الإعلام الرقمي، ومصداقية المحتوى الرقمي، والتفاعل مع المحتوى الرقمي) تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في المتغير التابع وهو مستوى الوعي الاجتماعي لدى الشباب. فكلما زادت كثافة الاستخدام، وتوفرت درجة عالية من المصداقية في المحتوى، وارتفع مستوى التفاعل، انعكس ذلك بشكل إيجابي على مستوى الوعي الاجتماعي. وفي المقابل، فإن ضعف المصداقية أو انخفاض جودة التفاعل أو الاستخدام غير الواعي قد يؤدي إلى تأثيرات سلبية على تكوين الوعي. وبذلك فإن العلاقة بين هذه المتغيرات تُعد علاقة تأثيرية تكاملية، تساهم في توضيح كيفية تشكل الوعي الاجتماعي في ظل البيئة الرقمية الحديثة.

الدراسات السابقة

تشكل الدراسات السابقة من الركائز الأساسية التي تستند إليها أي دراسة علمية، إذ تمثل الإطار المعرفي الذي يوضح ما تم التوصل إليه من نتائج في البحوث والدراسات ذات الصلة بموضوع البحث، كما تساهم في بناء تصور شامل حول الظاهرة المدروسة من خلال استعراض الجهود العلمية السابقة وتحليلها بشكل نقدي. وفي سياق هذه الدراسة التي تتناول دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية، تكتسب الدراسات السابقة أهمية خاصة كونها تساعد في فهم أبعاد العلاقة بين الإعلام الرقمي وسلوكيات واتجاهات الشباب، وتوضح طبيعة التأثيرات المختلفة التي تحدثها الوسائط الرقمية على الوعي الاجتماعي في بيئات وثقافات متعددة. كما تتيح هذه الدراسات فرصة لتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية، بما يساهم في إبراز الفجوة البحثية التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها. ومن خلال هذا الاستعراض،

يمكن الباحث من بناء قاعدة معرفية قوية تدعم تفسير النتائج لاحقًا، وتعزز من القيمة العلمية للدراسة، وتربطها بالسياق البحثي العام في مجال الإعلام والاتصال.

هدفت دراسة (Batawi، 2025) إلى تحديد دور الإعلام السعودي في نشر الوعي الرقمي في المجتمع السعودي من وجهة نظر مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وتحديد مستوى الوعي الرقمي بين مستخدمي مختلف منصات التواصل الاجتماعي في منطقة مكة المكرمة من وجهة نظر عينة عشوائية من المجتمع. ولتحقيق هذه الأهداف، استخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبيان. وتألّفت العينة من 184 فردًا، من الذكور والإناث، في منطقة مكة المكرمة، من مختلف المستويات التعليمية والفئات العمرية بدءًا من سن 18 عامًا. وقد أظهرت نتائج الدراسة رضا المجتمع (إلى حد ما) عن أداء الإعلام في نشر الوعي الوطني بين أفراد المجتمع من وجهة نظر أفراد العينة، حيث كان تفاعلهم مع دور الإعلام واعدًا، كما ارتفع مستوى الوعي الرقمي لدى العديد من أفراد المجتمع مع ازدياد الوعي بأمن المعلومات الرقمية وثقافتها. وأوصت الدراسة بضرورة تضافر جهود جميع مؤسسات الدولة للمشاركة الفعالة في القضاء على الإعلام الفاسد الموجه ضد الإسلام والدول الإسلامية، وذلك من خلال التأثير على قيم وعادات شبابنا وشاباتنا.

تحرص وسائل الإعلام على التركيز على موضوع الوعي الاجتماعي لدى الشباب، ولا سيما طلاب الجامعات، باعتبارهم ركائز الأسرة ومستقبل الأمة. وتلعب منصات التواصل الاجتماعي دورًا محوريًا في تنمية المجتمعات البشرية عبر مختلف الثقافات والمعتقدات، إذ تلبي احتياجات واهتمامات الجمهور عمومًا، والشباب خصوصًا، في شتى جوانب الحياة. وتساهم هذه المنصات في حل المشكلات الاجتماعية التي يواجهها الشباب من خلال المعلومات التي توفرها، فضلًا عن المناقشات والتحليلات وتحديد الحلول المناسبة. وبناءً على ذلك، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن ترتقي بالمستويات الثقافية والفكرية والعلمية للمجتمع، إضافةً إلى توفير كم هائل من المعلومات المتنوعة التي يمكن لمختلف الجهات الاستفادة منها وتحويلها إلى خدمات تخدم المجتمع. ونظرًا لأهمية وسائل التواصل الاجتماعي، صاغ الباحثون مشكلة البحث حول السؤال المحوري التالي: ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلاب الجامعات؟ ويهدف البحث إلى تحقيق عدة أهداف، أهمها: الكشف عن مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلاب الجامعات، رصد القضايا الاجتماعية التي تطرحها وسائل التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات. يهدف هذا البحث إلى تحديد المحتوى الاجتماعي الذي توفره وسائل التواصل الاجتماعي والذي يُسهم في تعزيز التماسك المجتمعي. كما يهدف إلى الكشف عن مدى اعتماد طلاب الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي للتعرف على القضايا الاجتماعية. واستكشف مدى إسهام المحتوى الاجتماعي على وسائل التواصل

الاجتماعي في تعزيز العلاقات الأسرية. توصل بحث (Mahmood، 2025) إلى عدة استنتاجات، منها: أشارت النتائج إلى أن المشاركين في البحث يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مكثف، يركز طلاب الجامعات على فهم الوضع في البلاد أكثر من غيره من المواضيع، كونه قضية بالغة الأهمية بالنسبة لهم، نظراً للتحديات الاجتماعية والسياسية والأمنية التي تواجهها البلاد، فضلاً عن الظروف الاجتماعية الصعبة التي يعاني منها الكثيرون. وأشارت إجابات عينة البحث إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تعرض القضايا الاجتماعية التي تهم الشباب بطريقة غير منتظمة. وأكد المشاركون بوضوح وجود اهتمام لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بإنتاج محتوى اجتماعي يُسهم في تعزيز التماسك المجتمعي. وأبرز المشاركون بوضوح ضعف مساهمة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الأسرية داخل المجتمع العراقي. أكد الشباب على عدم قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على إعادة تقييم وعرض التقاليد والعادات الاجتماعية بشكل فعال ومرضي، وذلك بسبب عدم التركيز على القيم والمعايير الاجتماعية في المجتمع العراقي، فضلاً عن الفشل في كشف الانحرافات عن نظام القيم المجتمعية والانحرافات الأخلاقية والفكرية.

برزت وسائل الإعلام الرقمية كمنصة حيوية لتشكيل الوعي الثقافي في المجتمعات. وقد مكن تبني هذه الوسائل، والاطلاع على محتوى متنوع، والتفاعل عبر الإنترنت، المستخدمين من التفاعل مع ثقافات ومعتقدات وقيم مختلفة. تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال مراجعة الدراسات المتعلقة بوسائل الإعلام الرقمية وتنمية الوعي الثقافي في المجتمع، ولا سيما بين شباب العالم العربي. وقد توصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر في سلوكيات الشباب ومواقفهم وخياراتهم، من خلال تزويدهم بإمكانية الوصول إلى مختلف جوانب الوعي والحساسية الثقافية. كما تُعدّ وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة لتعزيز التفاهم والوعي الثقافي لدى الشباب في المجتمع، وذلك بتيسير التفاعلات الثقافية الهادفة، وتعزيز التسامح، وتوسيع آفاق التفكير (Jwaniat، 2025).

تهدف دراسة (Almaaitah، 2025) إلى بحث دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل هوية الشباب، وذلك من خلال تحليل العلاقة بين استخدامها والهوية الاجتماعية والسياسية، مع التركيز بشكل خاص على التحديات والفرص التي تتيحها هذه المنصات. استخدم البحث منهجية كمية مدعومة بأدوات إحصائية موثوقة. بلغ معامل الموثوقية الإجمالي 80.9%، بينما بلغ معامل الصلاحية 90%، وكلاهما يُعتبر مقبولاً علمياً ويسمح بتعميم النتائج على شريحة أوسع من مجتمع الدراسة. أشارت النتائج إلى أن أعلى موثوقية سُجلت في متغير "التفاعل مع المتابعين" بنسبة 91.3%، في حين سجلت "الحملات الإعلانية" أدنى موثوقية بنسبة 74.6%. إضافةً إلى ذلك، لم تتبع البيانات التوزيع الطبيعي، مما استدعى استخدام اختبارات لا معلمية لضمان

دقة التحليل وصلاحيته. تألفت عينة الدراسة من 380 قائداً شاباً، غالبيتهم من الذكور، تتراوح أعمارهم بين 25 و45 عاماً. كشفت النتائج عن تأثير كبير لوسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الهويتين الاجتماعية والسياسية للشباب. أكدت النتائج العلاقة المباشرة بين التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي وتنمية الشعور بالانتماء والهوية. وتشمل التوصيات الرئيسية توجيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بما يدعم الهوية الوطنية ويعزز الشعور بالانتماء لدى الشباب. كما تسلط الضوء على أهمية تصميم برامج توعية تُنمّي مهارات التفكير النقدي لدى المستخدمين فيما يتعلق بالمحتوى الذي يصادفونه على هذه المنصات. علاوة على ذلك، تشجع الدراسة على إجراء المزيد من البحوث المعمقة في المستقبل لاستكشاف الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الوسائط الرقمية. وتدعو أيضاً إلى مزيد من المشاركة من الجهات المعنية لدعم المحتوى الهادف الذي يُسهم في بناء هوية شبابية إيجابية ومستقرة.

أدى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي إلى تغيير طريقة تقديم الشباب لأنفسهم عبر الإنترنت، حيث باتوا يعرضون نسخاً مثالية من هوياتهم. تُمكن هذه المنصات من تقديم الذات بشكل انتقائي، يتشكل بفعل خصائص مثل إخفاء الهوية وردود فعل الجمهور. ولا سيما في المجتمعات الجماعية كالمملكة العربية السعودية، تظل الأعراف الاجتماعية والثقافية عاملاً مؤثراً في السلوكيات الإلكترونية، مما يؤدي إلى تفاعلات مجهولة أو شبه مجهولة. وعلى الرغم من الاعتماد المتزايد على شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن الأبحاث التي تناولت تأثير هذه العوامل على استراتيجيات تقديم الذات لا تزال محدودة. تدرس هذه الدراسة كيفية تأثير تقديم الذات على وسائل التواصل الاجتماعي بأنماط الاستخدام بين الشباب في المملكة العربية السعودية. باستخدام استبيانات منظمة، جُمعت بيانات كمية من عينة مكونة من 715 شاباً وشابة من مختلف أنحاء المملكة. وكشفت النتائج أن التجسيد، والتعلق، والترويج الذاتي هي أكثر استراتيجيات تقديم الذات شيوعاً بين الشباب السعودي. وقد لوحظ أن أنماط الاستخدام السلبية وكثرة المتابعين تُسهم في زيادة استخدام هذه الاستراتيجيات. كما أن كشف المستخدمين عن هوياتهم يدعم استراتيجية التجسيد، مما يعكس التأثيرات الثقافية على السلوكيات الإلكترونية. إضافةً إلى ذلك، ارتبط ازدياد الوقت المُقضى على وسائل التواصل الاجتماعي بزيادة استخدام جميع استراتيجيات تقديم الذات، مما يُسلط الضوء على المخاطر المحتملة على الصحة النفسية، كالقلق وتدني تقدير الذات. وأشارت النتائج إلى وجود ارتباط قوي بين السلوكيات الرقمية، وديناميكيات الجمهور، وإدارة الانطباع في سياق ثقافي جماعي. وأخيراً، تُعرض الآثار الثقافية والسريية، مع توضيح القيود (Muyidi، 2025).

التعليق على الدراسات السابقة:

- أوجه التشابه في الدراسات السابقة

أظهرت الدراسات السابقة اهتمامًا واضحًا بدور الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب، سواء كان ذلك وعيًا رقميًا أو اجتماعيًا أو ثقافيًا. جميع الدراسات ركزت على فئة الشباب باعتبارها الأكثر تفاعلًا مع المنصات الرقمية والأكثر تأثرًا بمحتواها، مع الاهتمام بقياس الأنماط المختلفة لاستخدام هذه الوسائل وتأثيرها على المعرفة والسلوك والقيم. كما اتفقت الدراسات على استخدام المنهج الوصفي التحليلي أو المنهج الكمي كوسيلة لجمع البيانات وتحليلها، حيث كان الاستبيان الأداة الأساسية لقياس مدى تفاعل الشباب مع المحتوى الرقمي، ومستوى تأثيره على وعيهم الاجتماعي والثقافي. كذلك تناولت الدراسات دور الإعلام الرقمي في تعزيز الانتماء المجتمعي والهوية الوطنية أو الاجتماعية، مع التأكيد على أهمية المحتوى الرقمي في تنمية الثقافة والمشاركة المجتمعية بين الشباب.

- أوجه الاختلاف في الدراسات السابقة

رغم التشابه في التركيز على الشباب والإعلام الرقمي، إلا أن الدراسات اختلفت في بعض المحاور المهمة. بعض الدراسات اهتمت بالوعي الرقمي والأمن المعلوماتي وقياس مستوى المعرفة بالقضايا الرقمية، بينما ركزت دراسات أخرى على الوعي الاجتماعي والثقافي والهوية، مع رصد تأثير المنصات الرقمية على السلوكيات والمواقف الاجتماعية. كما اختلفت الدراسات من حيث نطاق العينة، فبعضها اقتصر على مناطق معينة مثل منطقة مكة المكرمة، بينما شملت أخرى الشباب في مختلف مناطق المملكة. كذلك تفاوتت الدراسات في نوع المنصات التي تم تحليلها، فالبعض ركز على منصات التواصل الاجتماعي العامة، في حين درست بعض الدراسات منصات متخصصة أو المحتوى التعليمي والثقافي. وأظهرت الدراسات اختلافًا في النتائج أيضًا، فبينما وجدت بعض الدراسات تأثيرًا واضحًا وملحوظًا للإعلام الرقمي في رفع مستوى الوعي لدى الشباب، أشارت أخرى إلى وجود تأثير محدود أو غير منتظم، خصوصًا فيما يتعلق بالمساهمة في تعزيز العلاقات الأسرية أو إعادة تقييم العادات والتقاليد الاجتماعية.

- الفجوات البحثية التي يميزها البحث الحالي

تشير الفجوات البحثية إلى عدة نقاط لم تغطها الدراسات السابقة بشكل كافٍ، مما يميز البحث الحالي. أولاً، هناك نقص في الدراسات التي تربط بين الإعلام الرقمي والوعي الاجتماعي بشكل شامل يشمل الأبعاد المعرفية والقيمية والسلوكية معًا، وليس التركيز على جانب واحد فقط مثل الثقافة أو الهوية. ثانيًا، هناك قلة في الدراسات التي تقدم تحليلًا ميدانيًا يعتمد على عينات

واسعة ومتنوعة تغطي مناطق متعددة داخل المملكة، مما يقلل من إمكانية تعميم النتائج على الشباب السعودي ككل. ثالثاً، لم تتناول الدراسات السابقة بدقة العلاقة بين أنواع المحتوى الرقمي ومستوى التفاعل مع القضايا الاجتماعية، بالإضافة إلى تأثير هذا المحتوى على تعزيز الانتماء الوطني والمشاركة المجتمعية. وأخيراً، هناك حاجة إلى دراسة أكثر عمقاً للآثار السلبية المحتملة للإعلام الرقمي على الصحة النفسية للشباب، مثل القلق أو انخفاض تقدير الذات، وما يرتبط بذلك من استخدام استراتيجيات تقديم الذات على وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يضيف بعداً جديداً يميز البحث الحالي عن الدراسات السابقة.

الإطار النظري للدراسة

يشهد العالم اليوم تحولاً جذرياً في وسائل الاتصال، إذ أصبح الإعلام الرقمي يمثل جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد، ولا سيما فئة الشباب التي تتفاعل بسرعة مع المنصات الرقمية وتتبنى أساليبها المختلفة في التواصل وتلقي المعلومات. ولم يعد الإعلام الرقمي مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمحتوى الترفيهي، بل أصبح قوة مؤثرة في تشكيل القيم والمواقف والسلوكيات الاجتماعية، إذ يسهم في إعادة صياغة فهم الشباب للقضايا المجتمعية وتعزيز مشاركتهم في النقاش العام. وفي المملكة العربية السعودية، حيث يشكل الشباب نسبة كبيرة من السكان وتنتشر لديهم الأجهزة الذكية وخدمات الإنترنت عالية السرعة، بات الإعلام الرقمي عاملاً رئيسياً في رسم ملامح الوعي الاجتماعي والتفاعل مع القضايا الثقافية والاجتماعية الوطنية.

- الإعلام الرقمي

يمثل الإعلام الرقمي تطوراً نوعياً في مجالات الاتصال، حيث يعتمد على التكنولوجيا الرقمية لتقديم المحتوى الإعلامي ونشره عبر شبكات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. ويتميز هذا الإعلام بقدرته على التفاعل اللحظي والمشاركة النشطة من قبل الجمهور، بحيث يصبح المتلقي شريكاً في إنتاج المحتوى وتعديله وتوزيعه. وقد ساهم هذا التحول في توسيع نطاق التأثير الإعلامي ليشمل القيم والسلوكيات والاتجاهات الاجتماعية، لا سيما لدى الشباب الذين يمثلون الفئة الأكثر انخراطاً في العالم الرقمي، والذين يستخدمون منصات مثل تويتر وإنستغرام وسناب شات بانتظام. ويتيح الإعلام الرقمي للشباب فرصة الوصول إلى مصادر متنوعة للمعلومات، ما يعزز من قدرتهم على التفكير النقدي والمشاركة في النقاش المجتمعي، لكنه في الوقت ذاته يطرح تحديات تتعلق بالمعلومات المضللة وتأثير المحتوى الخارجي على القيم المحلية (Negi، 2024).

- الوعي الاجتماعي

يعرف الوعي الاجتماعي بأنه إدراك الأفراد لواقعهم الاجتماعي وفهمهم للقيم والمعايير السائدة في المجتمع، وقدرتهم على تكوين مواقف ومعتقدات مبنية على هذا الفهم. ويعتبر هذا الوعي نتيجة لتفاعل مستمر بين التنشئة الاجتماعية والخبرة الشخصية والمحتوى الإعلامي، حيث يتطور مع تغير السياق الاجتماعي والثقافي. ومع ازدياد الاعتماد على الإعلام الرقمي، أصبح هذا الأخير عنصراً مؤثراً في تشكيل وعي الشباب الاجتماعي، سواء من خلال نقل المعلومات أو تعزيز الحوار المجتمعي أو التأثير في القيم والمواقف والسلوكيات. وبالتالي، بات من الضروري دراسة طبيعة العلاقة بين الإعلام الرقمي والوعي الاجتماعي لفهم مدى مساهمته في تنمية قدرات الشباب على المشاركة المجتمعية والانتماء الوطني، وكذلك لمواجهة التحديات التي قد تنتج عن التعرض لمحتوى غير موثوق أو متضارب (Polanco-Levicán، 2022).

- العلاقة بين الإعلام الرقمي والوعي الاجتماعي

تتسم العلاقة بين الإعلام الرقمي والوعي الاجتماعي بالتفاعل الديناميكي؛ فالإعلام الرقمي يساهم في تشكيل المعرفة والقيم والسلوكيات، بينما يحدد الوعي الاجتماعي كيفية استقبال الأفراد للمحتوى الرقمي وتفاعلهم معه. ويمكن تحليل هذا التأثير من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية: البعد المعرفي المتعلق بفهم القضايا الاجتماعية، والبعد القيمي المرتبط بتبني المبادئ والمعايير الأخلاقية، والبعد السلوكي المرتبط بالتصرفات الاجتماعية والمشاركة المجتمعية. ويؤكد هذا المنطلق على أهمية الإعلام الرقمي كأداة لتعزيز وعي الشباب السعودي، مع ضرورة مراعاة الخصوصية الثقافية والاجتماعية للبلاد (George، 2025).

- الأطر النظرية

تعتمد الدراسة على عدة أطر نظرية أساسية تفسر تأثير الإعلام الرقمي على الوعي الاجتماعي، منها نظرية التأثير الإعلامي المباشر التي ترى أن الإعلام قادر على التأثير المباشر في المعرفة والسلوك، ونظرية الاستخدام والإشباع التي تركز على دوافع الجمهور لاستخدام الإعلام الرقمي وطرق تفاعله مع المحتوى، إضافة إلى نظرية النظم الاجتماعية التي تربط الإعلام بالمجتمع كمنظومة متكاملة. هذه الأطر توفر قاعدة تحليلية لفهم كيف يساهم الإعلام الرقمي في إعادة تشكيل وعي الشباب السعودي، وتساعد في تفسير الفروق الفردية والجماعية في استجابة الشباب للمحتوى الرقمي (Rosana، 2024).

مفاهيم الدراسة النظرية والإجرائية

- مفهوم الإعلام الرقمي

من الناحية النظرية يُقصد بالإعلام الرقمي ذلك النمط من الإعلام القائم على استخدام التقنيات الرقمية وشبكات الإنترنت في إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وتبادله بشكل تفاعلي وسريع، ويشمل ذلك منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والتطبيقات الرقمية المختلفة، حيث يتميز بكونه إعلامًا متعدد الوسائط ويتيح درجة عالية من التفاعل والمشاركة (Olaniran، 2017).

أما من الناحية الإجرائية في هذه الدراسة، فيُقاس الإعلام الرقمي من خلال مدى استخدام الشباب للمنصات الرقمية، ومدة تعرضهم لها، ونوعية التفاعل مع المحتوى المنشور عبرها.

- مفهوم الوعي الاجتماعي

نظرًا يُعرف الوعي الاجتماعي بأنه إدراك الفرد للقضايا الاجتماعية المحيطة به، وفهمه للواقع الاجتماعي، وقدرته على تحليل الظواهر الاجتماعية وتكوين اتجاهات ومواقف واعية تجاهها، بما يعكس مستوى إدراكه ومسؤوليته تجاه مجتمعه (Bergkamp، 2022).

إجرائيًا يُقاس الوعي الاجتماعي من خلال مدى معرفة الشباب بالقضايا الاجتماعية، واتجاهاتهم نحوها، وقدرتهم على تفسيرها والتفاعل معها عبر الوسائط الرقمية.

- مفهوم كثافة استخدام الإعلام الرقمي

من الناحية النظرية تشير كثافة الاستخدام إلى مقدار الوقت والتكرار الذي يقضيه الفرد في استخدام الوسائل الإعلامية الرقمية، بما يعكس حجم تعرضه للمحتوى الإعلامي (Utam، 2023).

أما إجرائيًا فيتم قياسها من خلال عدد ساعات الاستخدام اليومية، وتكرار الدخول إلى المنصات الرقمية، ومستوى الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات.

- مفهوم مصداقية المحتوى الرقمي

نظريًا تُعرف مصداقية المحتوى الرقمي بأنها درجة الثقة التي يمنحها الأفراد للمعلومات المنشورة عبر الوسائط الرقمية بناءً على مصدرها ودقتها وموضوعيتها (Abrar، 2023).

إجرائيًا تُقاس من خلال مدى ثقة الشباب في المحتوى الرقمي الذي يتعرضون له، واعتمادهم عليه في تكوين آرائهم حول القضايا الاجتماعية المختلفة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

المقدمة

يشكل هذا الفصل من الفصول المنهجية الأساسية في الدراسة، إذ يمثل الإطار التطبيقي الذي يُوضح كيفية تنفيذ البحث ميدانيًا بطريقة علمية منظمة، ويعكس مدى التزام الدراسة بالأسس العلمية في جمع البيانات وتحليلها. فهو بمثابة المرحلة التي يتم فيها الانتقال من الجانب النظري إلى الجانب العملي، حيث تُترجم مفاهيم الدراسة وأسئلتها إلى إجراءات بحثية دقيقة تُمكن من الوصول إلى نتائج موضوعية قابلة للتفسير والتحليل. ومن خلال هذا الفصل، يتم توضيح الكيفية التي تم بها التعامل مع الظاهرة المدروسة في الواقع الفعلي، بما يضمن تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها بصورة علمية منهجية.

وتنبع أهمية هذا الفصل من كونه يحدد الإطار الإجرائي الذي بُنيت عليه الدراسة، حيث يوضح الطريقة التي تم اتباعها في اختيار المشاركين، وآلية جمع البيانات، والأدوات المستخدمة في ذلك، بما يضمن دقة النتائج وموثوقيتها. كما يُساهم في توضيح طبيعة المجتمع الذي أُجريت عليه الدراسة، والخصائص العامة للعينة التي تم اختيارها بما يتناسب مع أهداف البحث، الأمر الذي يعزز من قدرة الدراسة على تمثيل الواقع بشكل صحيح. ومن ثم فإن هذا الفصل يُعد عنصرًا أساسيًا في تقييم جودة البحث العلمي، إذ يعتمد عليه الحكم على مدى سلامة الإجراءات المتبعة في تنفيذ الدراسة.

كما يتناول هذا الفصل أيضًا توضيح الكيفية التي تم بها تحديد حجم العينة البحثية، والأسس التي استند إليها الباحث في اختيارها، بما يضمن تمثيلًا دقيقًا لمجتمع الدراسة. ويُعد هذا الجانب بالغ الأهمية، لأنه يرتبط بشكل مباشر بمدى إمكانية تعميم النتائج، حيث إن دقة اختيار العينة تسهم في تعزيز مصداقية النتائج ورفع مستوى الثقة بها. كما يتم توضيح الخطوات المتبعة في جمع البيانات، بدءًا من تصميم الأداة البحثية، مرورًا بمرحلة التطبيق، وصولًا إلى جمع الاستجابات وتحضيرها للتحليل، وهو ما يعكس مدى التنظيم والدقة في تنفيذ الدراسة.

ويشمل هذا الفصل كذلك تحديد النطاق العام للدراسة من حيث الحدود الزمنية والمكانية والموضوعية، وهو ما يساعد في ضبط إطار البحث وتحديد مجال تطبيقه بشكل واضح. وتكمن أهمية ذلك في أنه يُوضح القارئ الإطار الذي أُجريت فيه الدراسة، ويمنع التوسع غير المنهجي في تفسير النتائج خارج حدودها العلمية. كما يساهم في تعزيز الشفافية البحثية، من خلال بيان الظروف التي أُجريت فيها الدراسة، وما قد يرتبط بها من قيود أو اعتبارات منهجية.

إن هذا الفصل يُمثل الركيزة الأساسية التي يقوم عليها الجانب التطبيقي للدراسة، حيث يربط بين الفكرة البحثية والتنفيذ العملي لها، ويُظهر مدى الالتزام بالمنهج العلمي في جميع خطوات البحث. كما يعزز من قوة الدراسة العلمية، من خلال

ضمان دقة الإجراءات البحثية، ووضوحها، وقابليتها للتكرار، مما يجعل النتائج أكثر موثوقية وقابلة للاعتماد في الدراسات المستقبلية.

مجتمع البحث

يشكل مجتمع البحث من العناصر المنهجية الأساسية في هذه الدراسة، إذ يمثل الإطار البشري الذي تُستمد منه البيانات الميدانية اللازمة لفهم طبيعة تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب في المملكة العربية السعودية. ويقصد بمجتمع البحث جميع الأفراد الذين تنطبق عليهم الخصائص والصفات التي حددتها الدراسة، والتي تتمثل في فئة الشباب الذين يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي بشكل منتظم، ويشكلون في الوقت ذاته الفئة الأكثر تفاعلاً مع المحتوى الرقمي والأكثر تأثراً به في تكوين اتجاهاتهم ومواقفهم الاجتماعية.

ويتميز مجتمع البحث في هذه الدراسة باتساعه وتنوعه، حيث يشمل فئات شبابية مختلفة من حيث الخلفيات الاجتماعية والثقافية والتعليمية، مما يعكس تنوع أنماط الاستخدام والتفاعل مع الإعلام الرقمي. ويُعد هذا التنوع عنصراً مهماً في تعزيز دقة النتائج، إذ يتيح فهماً أعمق للفروق المحتملة في مستوى الوعي الاجتماعي بين أفراد المجتمع المستهدف، تبعاً لاختلاف طبيعة الاستخدام ودرجة التعرض للمحتوى الرقمي.

كما أن اختيار مجتمع البحث في هذه الدراسة يرتبط بطبيعة الظاهرة المدروسة، حيث يُعتبر الشباب الفئة الأكثر ارتباطاً بالتحويلات الرقمية والأكثر استخداماً للمنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي. وهذا الارتباط الوثيق يجعلهم أكثر عرضة للتأثر بالمحتوى الإعلامي الرقمي، سواء بشكل إيجابي يتمثل في رفع مستوى الوعي والمعرفة، أو بشكل سلبي يتمثل في احتمال التعرض للمعلومات غير الدقيقة أو المضللة. ومن ثم فإن دراسة هذا المجتمع تتيح فهماً واقعياً لطبيعة التأثير الإعلامي في سياق اجتماعي متغير.

وتكمن أهمية تحديد مجتمع البحث بدقة في كونه يشكل الأساس الذي تُبنى عليه جميع مراحل الدراسة الميدانية، بدءاً من اختيار العينة، مروراً بجمع البيانات، وصولاً إلى تحليل النتائج وتفسيرها. كما أن وضوح خصائص مجتمع البحث يساهم في تعزيز مصداقية الدراسة، ويساعد في إمكانية تعميم النتائج ضمن حدودها العلمية، بما يعكس صورة أقرب ما تكون إلى الواقع الفعلي للظاهرة محل الدراسة.

المنهجية وطرق البحث

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكمي باعتباره الأنسب لطبيعة الموضوع الذي يتناول دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب في المملكة العربية السعودية، حيث يهدف هذا المنهج إلى قياس الظواهر الاجتماعية وتحليلها من خلال البيانات الرقمية والإحصائية القابلة للقياس. ويُتيح المنهج الكمي إمكانية دراسة العلاقات بين المتغيرات بشكل دقيق ومنظم، مثل العلاقة بين كثافة استخدام الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي، أو تأثير مصداقية المحتوى الرقمي على اتجاهات الشباب. كما يساعد هذا المنهج في تحويل الظواهر الاجتماعية إلى مؤشرات قابلة للقياس والتحليل، مما يعزز من موضوعية النتائج ويقلل من التحيز الشخصي في التفسير، ويجعل الدراسة أكثر قدرة على التعميم في حدودها العلمية.

- نوع العينة (العينة القصدية)

اعتمدت الدراسة على العينة القصدية باعتبارها الأداة الأنسب لاختيار مفردات البحث، حيث يتم اختيار الأفراد بناءً على خصائص محددة تتوافق مع أهداف الدراسة، وهم في هذه الحالة الشباب في المملكة العربية السعودية ممن يستخدمون الإعلام الرقمي بشكل فعال. وتُعد العينة القصدية من العينات غير الاحتمالية التي تُستخدم عندما يكون الهدف هو الوصول إلى فئة معينة تمتلك خصائص محددة ترتبط مباشرة بموضوع الدراسة، وليس مجرد اختيار عشوائي للمجتمع ككل. وقد تم اختيار هذا النوع من العينات لضمان أن تكون الاستجابات ذات صلة مباشرة بموضوع البحث، ولأن الفئة المستهدفة تمتلك خبرة فعلية في استخدام الإعلام الرقمي، مما يرفع من دقة البيانات وجودتها.

- مبررات اختيار العينة القصدية

جاء اختيار العينة القصدية لعدة أسباب منهجية وموضوعية، من أهمها أن موضوع الدراسة يتطلب الوصول إلى فئة محددة تمتلك خبرة مباشرة في التعامل مع الإعلام الرقمي، وهو ما لا يمكن ضمانه في العينات العشوائية. كما أن طبيعة الدراسة تتطلب أفرادًا قادرين على تقديم معلومات دقيقة حول استخدامهم للمنصات الرقمية وتأثيرها على وعيهم الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، ساعد هذا النوع من العينات في تسهيل عملية جمع البيانات في ظل التوزيع الواسع لفئة الشباب وصعوبة الوصول إلى مجتمع الدراسة بشكل شامل، مما جعل العينة القصدية خيارًا عمليًا وفعالًا لتحقيق أهداف البحث بدقة ومرونة.

- حجم العينة

بلغ حجم العينة في هذه الدراسة (262) مفردة من الشباب في المملكة العربية السعودية، وهو حجم مناسب للدراسات الميدانية ذات المنهج الكمي، حيث يتيح هذا العدد إمكانية إجراء تحليل إحصائي موثوق للبيانات، واستخلاص نتائج تعكس واقع الظاهرة

المدرسة بدرجة مقبولة من الدقة. كما أن هذا الحجم يساعد في تحقيق توازن بين القدرة على التعميم النسبي للنتائج وبين الإمكانات البحثية المتاحة، مما يعزز من جودة التحليل الإحصائي ويزيد من موثوقية النتائج النهائية للدراسة.

أدوات الدراسة

- الاستبانة كأداة رئيسية

في هذه الدراسة التي تتبع المنهجية الكمية، تم الاعتماد على الاستبانة المغلقة كأداة رئيسية لجمع البيانات، نظرًا لما توفره من دقة في قياس المتغيرات المختلفة، وقدرتها على إنتاج بيانات قابلة للتحليل الإحصائي واستخلاص النتائج العلمية بشكل موثوق. وقد صُممت الاستبانة لتتماشى مع أهداف الدراسة التي تهدف إلى فهم دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي، بحيث تغطي جميع الأبعاد الرئيسة للبحث بشكل متكامل. وتتيح الاستبانة إمكانية جمع معلومات من شريحة واسعة من المشاركين في وقت قصير وبطريقة منظمة، مع ضمان إمكانية تصنيف الإجابات وتحويلها إلى بيانات كمية يمكن تحليلها إحصائيًا، بما يعزز من مصداقية النتائج وقابليتها للتعميم.

- محاور الاستبانة

تم تصميم الاستبانة لتشمل ثلاثة محاور رئيسية تعكس أبعاد الدراسة المختلفة. المحور الأول يركز على أنماط استخدام الإعلام الرقمي، ويشمل أسئلة حول المنصات الأكثر استخدامًا مثل تويتر وإنستغرام وسناب شات، وتواتر الاستخدام اليومي أو الأسبوعي، ونوع المحتوى المفضل، سواء كان معلوماتيًا، ترفيهيًا، أو توعويًا. ويهدف هذا المحور إلى تحديد طبيعة تفاعل الشباب مع البيئة الرقمية ومدى اعتمادهم على الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للمعلومات والمعرفة.

أما المحور الثاني فيتعلق بالوعي المعرفي والاجتماعي، ويقيس مدى إدراك الشباب للقضايا المجتمعية وفهمهم للقيم والمعايير السائدة في المجتمع، بالإضافة إلى قدرتهم على متابعة الأخبار وتحليل المعلومات. ويهدف هذا المحور إلى تحديد مدى مساهمة الإعلام الرقمي في توسيع مدارك الشباب وإثراء معرفتهم بالقضايا العامة، ومعرفة كيفية تأثير المحتوى الرقمي على تصوراتهم حول المجتمع والمواطنة والمشاركة الاجتماعية.

المحور الثالث يتعلق بالوعي القيمي والسلوكي، ويستهدف تقييم تأثير الإعلام الرقمي في تكوين القيم والمبادئ، وصياغة المواقف الاجتماعية، والتأثير في السلوكيات اليومية للشباب، بما يشمل المشاركة المجتمعية والانتماء الوطني واتخاذ القرارات المرتبطة

بالقضايا الاجتماعية. ويتيح هذا المحور معرفة كيف ينعكس التعرض للإعلام الرقمي على مواقف الشباب وسلوكياتهم الفعلية، ومدى توافقها مع القيم الثقافية والاجتماعية للمملكة.

- الصدق والثبات

تم التأكد من صدق الاستبانة وثباتها لضمان جودة البيانات التي ستسهم في اختبار فرضيات الدراسة بدقة. فقد خضعت الاستبانة لمراجعة عدد من الخبراء في مجالات الإعلام والعلوم الاجتماعية لضمان شموليتها ودقتها، كما تم تطبيق اختبار الاتساق الداخلي (Cronbach's Alpha) للتحقق من موثوقية الأدوات المستخدمة في قياس المتغيرات المختلفة. وشملت إجراءات الصدق أيضاً اختبار وضوح الأسئلة وسهولة فهمها، لضمان أن المشاركين يمكنهم الإجابة بدقة وموضوعية، مما يعزز من مصداقية البيانات وفاعلية تحليلها الإحصائي.

- أهمية استخدام الاستبانة

يمثل الاعتماد على الاستبانة المغلقة أهمية كبيرة لهذه الدراسة، إذ توفر وسيلة فعالة لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة المختلفة، بما في ذلك كثافة استخدام الإعلام الرقمي، وأنماط التفاعل، ومستوى الوعي الاجتماعي بمختلف أبعاده. كما تتيح الاستبانة مقارنة البيانات بين المجموعات المختلفة حسب الجنس، العمر، أو المستوى التعليمي، وبالتالي إمكانية تحليل الفروق وتحديد الاتجاهات العامة بدقة. وتتيح البيانات الكمية المستخلصة من الاستبانة اختبار الفرضيات الإحصائية، مما يسهم في التوصل إلى نتائج علمية دقيقة وقابلة للتطبيق، وتقديم توصيات عملية لصانعي القرار والمؤسسات التعليمية والإعلامية والاجتماعية في المملكة.

خطوات جمع البيانات

- إعداد أداة الدراسة (الاستبانة)

بدأت عملية جمع البيانات في هذه الدراسة بتصميم أداة البحث المتمثلة في الاستبانة، وذلك بما يتوافق مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها ومتغيراتها. وقد رُوعي في إعداد الاستبانة أن تغطي جميع الأبعاد المرتبطة بموضوع الإعلام الرقمي والوعي الاجتماعي لدى الشباب، بحيث تتضمن فقرات تقيس كثافة استخدام الإعلام الرقمي، ومصداقية المحتوى الرقمي، ومستوى التفاعل مع المحتوى، بالإضافة إلى قياس مستوى الوعي الاجتماعي. وتم صياغة الفقرات بأسلوب واضح ومباشر يراعي سهولة الفهم لدى

أفراد العينة، مع الاعتماد على مقياس مناسب لقياس الاتجاهات والآراء بشكل كمي يمكن تحويله إلى بيانات إحصائية قابلة للتحليل.

- التحقق من صدق وثبات الأداة

قبل البدء في تطبيق الاستبانة على العينة المستهدفة، تم التأكد من صلاحيتها العلمية من خلال التحقق من صدقها وثباتها. حيث يهدف الصدق إلى التأكد من أن الاستبانة تقيس بالفعل ما وضعت لقياسه، بينما يهدف الثبات إلى ضمان اتساق النتائج عند إعادة التطبيق. وقد تم مراجعة الأداة بشكل دقيق للتأكد من وضوح العبارات وارتباطها بمحاور الدراسة، بما يضمن الحصول على بيانات دقيقة وموثوقة تعكس الواقع الفعلي لمجتمع الدراسة.

- توزيع الاستبانة على أفراد العينة

تم توزيع الاستبانة على أفراد العينة البالغ عددهم (262) مفردة من الشباب في المملكة العربية السعودية، وذلك باستخدام أسلوب يتناسب مع طبيعة المنهج الكمي المعتمد في الدراسة. وقد تم اختيار أفراد العينة وفقاً للمعايير المحددة مسبقاً، بحيث يمثلون الفئة المستهدفة التي تستخدم الإعلام الرقمي بشكل فعال. وحرص الباحث على أن يكون التوزيع متنوعاً قدر الإمكان لضمان شمولية البيانات وتنوع الاستجابات، مما يساهم في تعزيز دقة النتائج النهائية.

- جمع الاستجابات ومتابعتها

بعد توزيع الاستبانة، تمت متابعة عملية الاستجابة للتأكد من استكمال جميع الفقرات من قبل المشاركين، ومعالجة أي نقص أو عدم وضوح في بعض الإجابات عند الحاجة. كما تم التأكد من أن جميع الاستجابات مستوفية للشروط البحثية، بحيث يمكن الاعتماد عليها في التحليل الإحصائي. وقد استغرقت هذه المرحلة فترة زمنية مناسبة لضمان الحصول على أكبر قدر ممكن من الاستجابات الدقيقة والموثوقة.

- تنظيم البيانات تمهيداً للتحليل

بعد الانتهاء من جمع الاستجابات، تم تفريغ البيانات وتنظيمها بشكل منهجي، حيث تم تحويل الإجابات إلى قيم رقمية قابلة للمعالجة الإحصائية باستخدام الأساليب المناسبة. وقد رُوعي في هذه الخطوة الدقة في إدخال البيانات وتدقيقها لضمان خلوها من الأخطاء، مما يمهد لمرحلة التحليل الإحصائي واستخلاص النتائج بطريقة علمية منظمة تعكس واقع الدراسة بشكل دقيق وموضوعي.

حدود الدراسة

- الحدود البشرية

تقتصر هذه الدراسة على شباب المملكة العربية السعودية، الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و30 عامًا، باعتبارهم الفئة الأكثر تفاعلاً مع الإعلام الرقمي وأكبر تأثيراً وتأثراً به. وقد تم اختيار هذه الفئة لأنها تمثل شريحة كبيرة من المجتمع السعودي، وتمتلك القدرة على استخدام منصات التواصل الاجتماعي بانتظام، مما يجعلها عينة مناسبة لفهم العلاقة بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي. وتشمل الحدود البشرية أيضاً التركيز على الشباب الذين يمتلكون حسابات على إحدى المنصات الرقمية الأساسية مثل تويتر وإنستغرام وسناب شات، حيث تمثل هذه المنصات الأكثر انتشاراً بين الفئة المستهدفة، ويُتوقع أن يكون لها تأثير مباشر على وعيهم الاجتماعي والمعرفي والقيمي والسلوكي.

- الحدود المكانية

تركز الدراسة على المملكة العربية السعودية كإطار مكاني أساسي، نظراً لخصوصية التحولات الاجتماعية والثقافية والرقمية التي تشهدها البلاد، والتي تتسم بانتشار واسع للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بين فئات الشباب. ويهدف التركيز المكاني إلى فهم التأثيرات الرقمية في سياقها المحلي، مع مراعاة الخصوصية الثقافية والاجتماعية للمملكة، حيث تختلف أنماط استخدام الإعلام الرقمي وتأثيره على الوعي الاجتماعي بحسب العوامل المحلية مثل الثقافة، والسياسات الإعلامية، ومستوى التعليم، وانتشار الأجهزة الذكية. كما يتيح هذا التحديد المكاني إمكانية تحليل الفروق بين مناطق المملكة المختلفة، سواء الحضرية أو الريفية، وتقديم نتائج دقيقة يمكن الاستفادة منها في التخطيط الإعلامي والتنموي على الصعيد الوطني.

- الحدود الزمنية

تشمل الحدود الزمنية للدراسة الفترة التي تم فيها جمع البيانات وتحليلها، والتي تقتصر على السنة الدراسية الحالية أو الأشهر الأخيرة قبل إجراء البحث، وذلك لضمان قياس تأثير الإعلام الرقمي في وقت محدد يعكس الواقع الحالي لاستخدام الشباب للمنصات الرقمية. وقد تم اختيار هذه الفترة الزمنية لأنها تمثل المرحلة التي تشهد تغيرات متسارعة في طبيعة المحتوى الرقمي وانتشاره، بما في ذلك الحملات الإعلامية، والموضوعات الاجتماعية الرائجة، والتغيرات في خوارزميات المنصات الرقمية، والتي تؤثر بشكل مباشر على وعي الشباب الاجتماعي. كما تساعد الحدود الزمنية على التحكم في المتغيرات الخارجية، مما يزيد من دقة النتائج ويعزز إمكانية تفسير العلاقة بين استخدام الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يشكل هذا الفصل من أهم فصول الدراسة الميدانية، إذ يمثل المرحلة التي تنتقل فيها الدراسة من الإطار النظري إلى التطبيق العملي القائم على البيانات الواقعية المستمدة من الميدان. ففي هذا الجزء، يتم توظيف الأدوات البحثية التي تم تصميمها بعناية في الفصول السابقة، بهدف تفريغ البيانات ومعالجتها بطريقة علمية دقيقة، بما يضمن الوصول إلى نتائج موضوعية تعكس طبيعة الظاهرة المدروسة، وهي دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب في المملكة العربية السعودية. ويعتمد هذا الفصل على منهجية تحليلية منظمة، تُراعي الدقة الإحصائية والتفسير العلمي، بما يعزز من موثوقية النتائج ويُسهّم في بناء معرفة علمية يمكن الاستفادة منها أكاديميًا وتطبيقيًا.

ويتسم هذا الفصل بأهمية خاصة كونه يُعبر عن جوهر الدراسة ونتائجها الفعلي، حيث يتم من خلاله تحويل الأرقام والبيانات الخام إلى مؤشرات دلالية ومعاني تفسيرية تكشف عن أنماط السلوك والتوجهات الفكرية لدى أفراد العينة. كما يسعى إلى الربط بين ما تم التوصل إليه من نتائج وبين الإطار النظري والدراسات السابقة، الأمر الذي يُسهّم في تفسير الظواهر محل الدراسة ضمن سياق علمي متكامل. ولا يقتصر دور هذا الفصل على عرض النتائج فقط، بل يتجاوز ذلك إلى تقديم قراءة تحليلية معمقة تُبرز أوجه الاتفاق والاختلاف مع الأدبيات السابقة، وتفسر الأسباب الكامنة وراء تلك النتائج في ضوء البيئة الاجتماعية والثقافية التي يعيش فيها الشباب السعودي.

كما تبرز أهمية هذا الفصل في كونه يوفر قاعدة معرفية يمكن من خلالها استخلاص دلالات تطبيقية تساهم في تطوير السياسات الإعلامية وتعزيز دور الإعلام الرقمي في بناء وعي اجتماعي إيجابي. إذ إن تحليل البيانات بشكل علمي دقيق يُمكن الباحث من الوصول إلى استنتاجات واقعية تدعم صناع القرار، وتساعد المختصين في مجالات الإعلام والتواصل على فهم أعمق لتأثير الوسائط الرقمية على فئة الشباب، باعتبارهم الشريحة الأكثر تفاعلاً مع هذه الوسائط. ومن خلال هذا الفهم، يمكن اقتراح حلول عملية وتوجهات مستقبلية تساهم في تعظيم الإيجابيات وتقليل السلبيات المرتبطة باستخدام الإعلام الرقمي.

يُمثل هذا الفصل حلقة وصل أساسية بين الجوانب النظرية والتطبيقية للدراسة، حيث يُترجم المفاهيم المجردة إلى نتائج ملموسة قابلة للقياس والتفسير. كما يعكس مدى التزام الباحث بالمنهج العلمي في عرض وتحليل البيانات، بما يعزز من مصداقية الدراسة وقيمتها العلمية. ويُسهّم كذلك في تقديم رؤية شاملة ومتكاملة حول موضوع الدراسة، من خلال الربط بين مختلف العناصر التي تم تناولها في الفصول السابقة، وصولاً إلى استخلاص استنتاجات منطقية تُبنى عليها توصيات قابلة للتطبيق.

إن هذا الفصل لا يقتصر دوره على كونه مرحلة عرض للبيانات، بل يُعد محورًا أساسيًا تُبنى عليه القيمة العلمية للدراسة بأكملها، حيث يُظهر قدرة الباحث على التحليل والتفسير والاستنتاج، ويُسهّم في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها بشكل علمي دقيق، مما يجعله من أكثر الفصول تأثيرًا في الحكم على جودة البحث وأهميته.

تحليل البيانات

• الوصف الإحصائي للبيانات

انخفضت دقة انعكاس الواقع الاجتماعي في المحتوى الرقمي إلى أدنى مستوياتها بمتوسط 2.50 وانحراف 0.820؛ مما يشير إلى تشكك مبدئي لدى الشباب السعودي في مآلات ما يُنشر. هذا التوجس لم يمنع كثافة الحضور؛ إذ سجلت الاستمرارية في المتابعة ومتوسطات التفاعل بالمشاركة أرقاماً مرتفعة بلغت 2.72 بانحرافات منخفضة (0.633 و 0.627)؛ ما يبرهن على وجود حالة من الإجماع حول "الاعتقاد الرقمي" رغم ضعف الموثوقية. وفي وصول متوسط فهم احتياجات المجتمع عبر هذه المنصات إلى 2.75؛ وهو الرقم الأعلى الذي ترافق مع التواء سالب (-2.247) وتفريط عالٍ؛ ما يعني تركزاً شديداً للاستجابات نحو الموافقة؛ فالإعلام الرقمي هنا أداة استكشاف لا أداة تصديق. القيمة الوسطية الثابتة عند 3.00 لكافة المتغيرات تؤكد أن العينة لا تقف موقف الحياد؛ بل تميل بنحوياً نحو تعظيم دور التقنية في تشكيل الوعي. انحراف الدرجة العلمية (1.314) يعكس تبايناً في الرؤية النقدية للمحتوى؛ فالتعليم قد يلعب دوراً في فلترة الرسائل الاتصالية قبل تحولها إلى سلوك اجتماعي. قد يفسر هذا الارتفاع في التحقق من صحة المعلومات (متوسط 2.70) كآلية دفاعية يمارسها الشباب لترميم فجوة الثقة في المنصات التي يستهلكونها يومياً.

Statistics									
Std. Error of Kurtosis	Kurtosis	Std. Error of Skewness	Skewness	Std. Deviation	Median	Std. Error of Mean	Mean	N	
								Missing	Valid
.300	-1.344-	.150	-.076-	1.438	3.00	.089	3.09	0	262
.300	-2.013-	.150	-.046-	.501	2.00	.031	1.51	0	262
.300	-1.129-	.150	-.262-	1.314	3.00	.081	3.40	0	262
.300	1.871	.150	-1.837-	.651	3.00	.040	2.68	0	262
.300	1.179	.150	-1.725-	.720	3.00	.044	2.65	0	262
.300	.262	.150	-1.439-	.767	3.00	.047	2.58	0	262

262	0	2.52	.050	3.00	.806	-1.214-	.150	-349-	.300	استطيع تكوين آراء واضحة حول القضايا الاجتماعية المختلفة
262	0	2.75	.038	3.00	.617	-2.247-	.150	3.438	.300	يزيد اطلاعي على الإعلام الرقمي من فهمي لاحتياجات المجتمع
262	0	2.68	.042	3.00	.681	-1.844-	.150	1.721	.300	أستخدم وسائل الإعلام الرقمي بشكل يومي لمتابعة القضايا الاجتماعية
262	0	2.66	.042	3.00	.685	-1.763-	.150	1.467	.300	أقضي وقتاً طويلاً في تصفح منصات الإعلام الرقمي
262	0	2.56	.049	3.00	.789	-1.372-	.150	.029	.300	أعتمد على الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للمعلومات
262	0	2.72	.039	3.00	.633	-2.066-	.150	2.701	.300	أتابع الأخبار والقضايا المجتمعية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر
262	0	2.71	.041	3.00	.656	-1.985-	.150	2.296	.300	يزداد اطلاعي على القضايا الاجتماعية مع زيادة استخدامي للإعلام الرقمي
262	0	2.60	.047	3.00	.760	-1.499-	.150	.426	.300	أثق بالمعلومات الاجتماعية المنشورة عبر الإعلام الرقمي
262	0	2.50	.051	3.00	.820	-1.168-	.150	-486-	.300	أرى أن المحتوى الرقمي يعكس الواقع الاجتماعي بدقة
262	0	2.70	.041	3.00	.664	-1.944-	.150	2.118	.300	أتحقق من صحة المعلومات قبل تصديقها

تلتزم المنصات الرقمية بنشر معلومات موثوقة	262	0	2.68	.042	3.00	.681	-1.844-	.150	1.721	.300
يساهم وضوح مصادر المعلومات في تعزيز مصداقية المحتوى	262	0	2.62	.046	3.00	.737	-1.588-	.150	.748	.300
أقوم بالتفاعل مع القضايا الاجتماعية عبر التعليق أو الإعجاب	262	0	2.53	.050	3.00	.805	-1.266-	.150	-.248-	.300
أشارك المحتوى الاجتماعي مع الأخرين عبر المنصات الرقمية	262	0	2.72	.039	3.00	.627	-2.058-	.150	2.718	.300
أناقش القضايا الاجتماعية مع الأخرين من خلال الإعلام الرقمي	262	0	2.67	.043	3.00	.690	-1.787-	.150	1.510	.300
يساهم التفاعل مع المحتوى في زيادة فهمي للقضايا الاجتماعية	262	0	2.53	.050	3.00	.815	-1.243-	.150	-.330-	.300
أشعر بأن تفاعلي الرقمي يعزز مشاركتي المجتمعية	262	0	2.51	.051	3.00	.825	-1.194-	.150	-.455-	.300

جدول 1 : التحليلات الإحصائية

• عمر المشاركين في التجربة

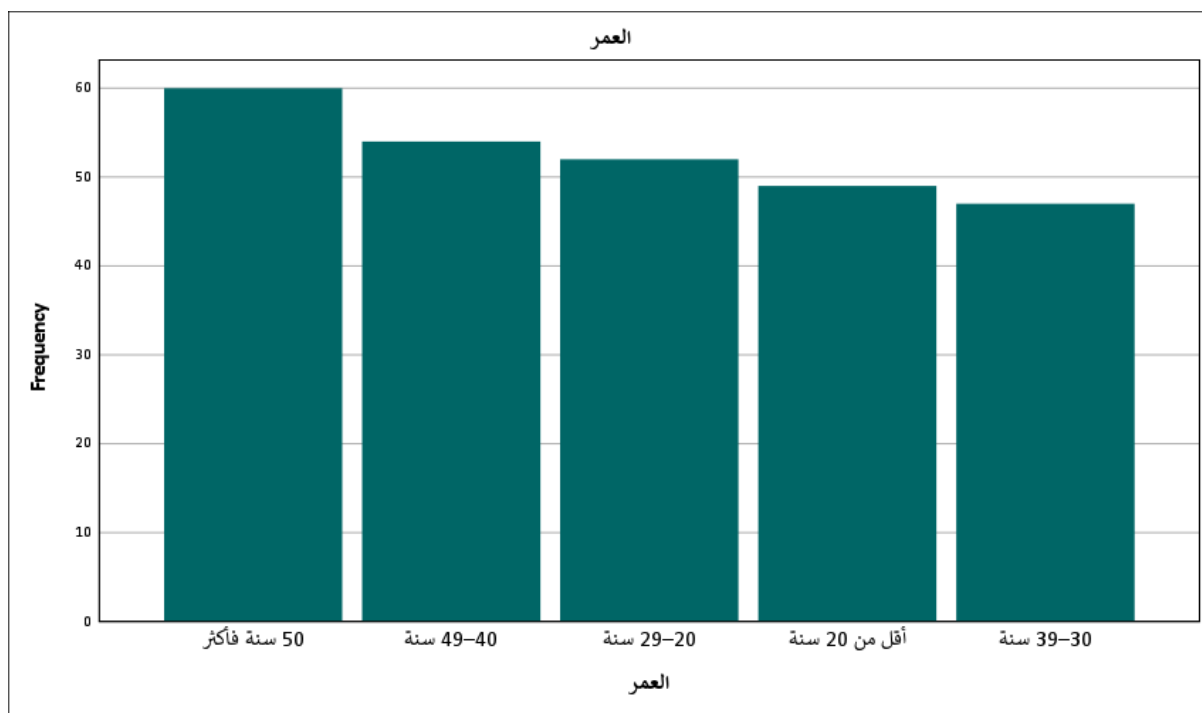
سجلت الفئة العمرية (30-39 سنة) أدنى تكرار في العينة بنسبة 17.9%؛ وهي مدهشة قياساً بتصدر الفئة الأكبر سناً (50 سنة فأكثر) بنسبة 22.9%. يشير هذا التوزيع إلى نضج غير متوقع في قاعدة مستخدمي الإعلام الرقمي المهتمين بالوعي الاجتماعي؛ فالفئات الأكبر سناً باتت تزاحم الشباب في استهلاك المحتوى الرقمي الرصين. تقاربت النسب بين بقية الفئات العمرية بفرق ضئيل لم يتجاوز 3%؛ ما يمنح الدراسة توازناً جليلاً يسمح بتعميم النتائج. يبدو أن الفجوة الرقمية بين الأجيال في المملكة تلاشت؛ إذ أصبحت المنصات الرقمية بيئة عابرة للأعمار وليست حكراً على المراهقين. النسبة المرتفعة لمن هم فوق الخمسين قد

ترفع من مستوى "الثقة" أو "التحقق" في إجابات الاستبانة؛ فهذه الفئة غالباً ما تكون أكثر تروياً في إصدار الأحكام الاجتماعية.

تردد العينة على خمس فئات عمرية متقاربة الحجم يقلل من احتمالية تحيز النتائج لصالح فكر جيل بعينه.

العمر					
	Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
Valid	22.9	22.9	22.9	60	50 سنة فأكثر
	43.5	20.6	20.6	54	40-49 سنة
	63.4	19.8	19.8	52	20-29 سنة
	82.1	18.7	18.7	49	أقل من 20 سنة
	100.0	17.9	17.9	47	30-39 سنة
		100.0	100.0	262	Total

جدول 2 : التحليل الإحصائي لعمر المشاركين في التجربة



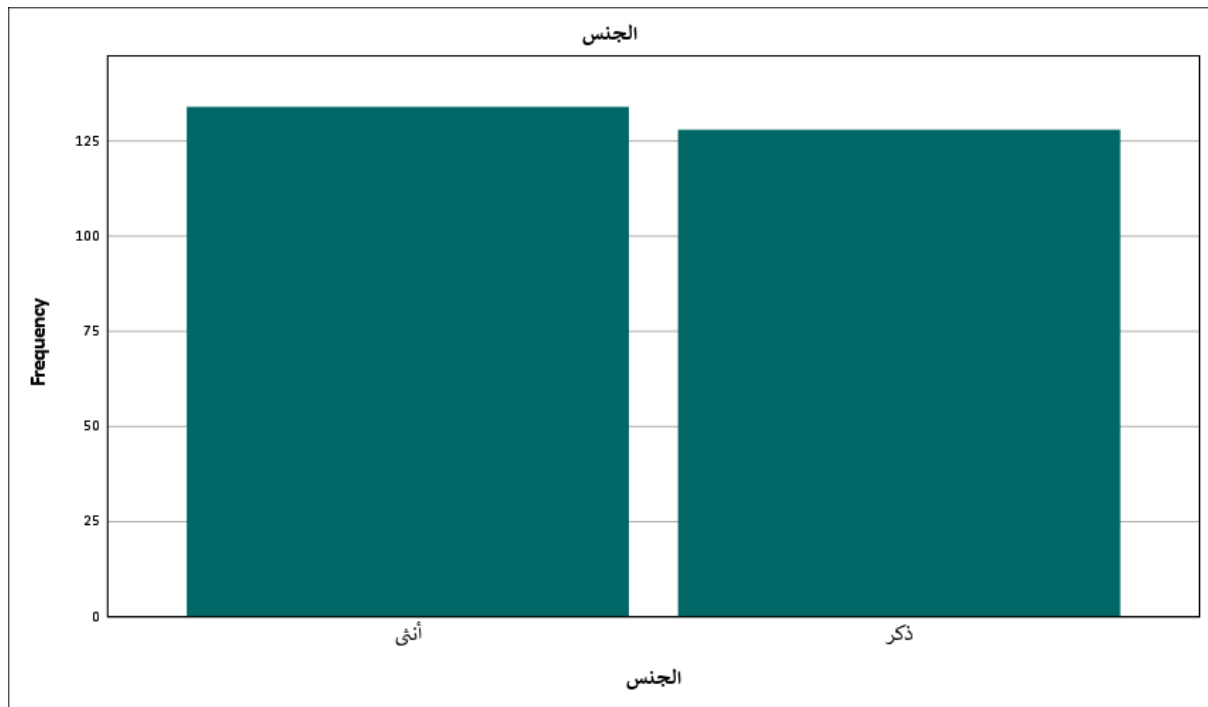
شكل توضيحي 1 : التمثيل البياني لعمر المشاركين في التجربة

• جنس المشاركين في التجربة

تساوت كفتا المشاركة تقريباً مع ميل طفيف للذكور الذين مثلوا النسبة الأقل بـ 48.9% مقابل 51.1% للإناث؛ ما يمنح النتائج توازناً نوعياً مثالياً. هذا التقارب الإحصائي يقلل من احتمالية تحيز الوعي الاجتماعي المترتب على النوع؛ فالإعلام الرقمي في المملكة بات فضاءً مشاعاً يتفاعل معه الجنسان بفاعلية متماثلة. غياب الفوارق الكبيرة يعزز من شمولية الدراسة وقدرتها على رصد الظواهر المجتمعية دون غلبة لرؤية أحادية الجانب. يبدو أن الاهتمام بالقضايا الاجتماعية عبر المنصات الرقمية تجاوز التقسيمات التقليدية؛ فأصبح للمرأة والرجل دور متكافئ في صياغة الرأي العام الإلكتروني. تعكس هذه الأرقام واقع المجتمع السعودي المعاصر في اندماجه التقني الشامل. استقرار هذه النسب يدعم قوة الاستدلال العلمي حول وعي "الشباب" ككتلة موحدة بصرف النظر عن الجنس.

الجنس					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
51.1	51.1	51.1	134	أنثى	Valid
100.0	48.9	48.9	128	ذكر	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 3 : التحليل الإحصائي لجنس المشاركين في التجربة



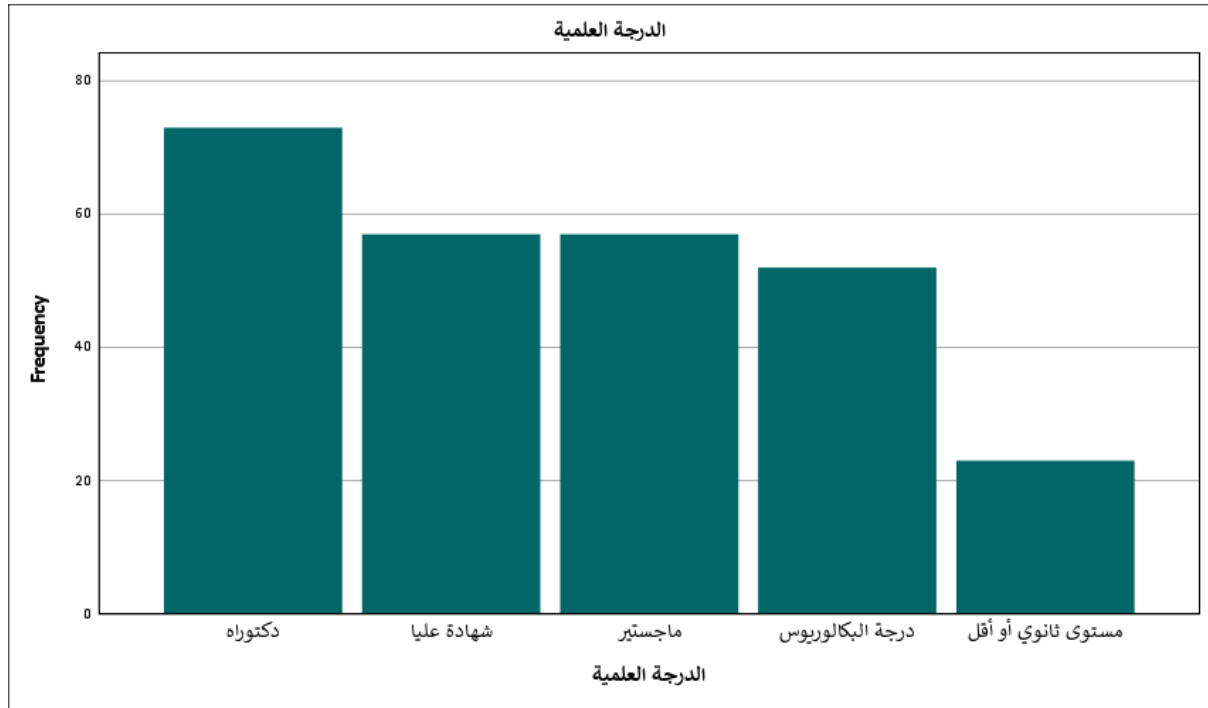
شكل توضيحي 2 : التمثيل البياني لجنس المشاركين في التجربة

• الدرجة العلمية لدى المشاركين في التجربة

هيمن حملة الدكتوراه على النصيب الأكبر من العينة بنسبة بلغت 27.9%؛ وهو ما يمنح استجابات الدراسة ثقلًا معرفيًا نوعيًا يتجاوز الانطباعات السطحية. انحصرت الفئة الأقل في الحاصلين على المستوى الثانوي أو أقل بنسبة لم تتجاوز 8.8%؛ ما يشير إلى أن الوعي الاجتماعي المثار عبر الإعلام الرقمي يجذب الفئات الأكثر تأهيلاً أكاديمياً في المملكة. تساوى حملة الماجستير والشهادات العليا بنسبة 21.8% لكل منهما. هذا التمرکز في المستويات العليا قد يفسر الميل نحو النقد والتحليل عند التعاطي مع المحتوى الرقمي. تقارب النسب بين البكالوريوس والدراسات العليا يعزز من موثوقية النتائج؛ إذ تعكس آراء فئة تملك الأدوات المنهجية لتقييم القضايا المجتمعية. يقلل هذا التوزيع من فرص العشوائية في الإجابات؛ فالمستوى التعليمي العالي غالباً ما يرتبط بقدرة أكبر على التمييز بين المعلومات الموثوقة والزائفة في الفضاء السبراني. انخفاض تمثيل الفئات التعليمية الدنيا قد يؤثر على تعميم النتائج على شرائح المجتمع الأقل تعليماً؛ لكنه يخدم أهداف الدراسة في رصد وعي النخبة الشابة والمؤثرة.

الدرجة العلمية					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
27.9	27.9	27.9	73	دكتوراه	Valid
49.6	21.8	21.8	57	شهادة عليا	
71.4	21.8	21.8	57	ماجستير	
91.2	19.8	19.8	52	درجة البكالوريوس	
100.0	8.8	8.8	23	مستوى ثانوي أو أقل	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 4 : التحليل الإحصائي للدرجة العلمية



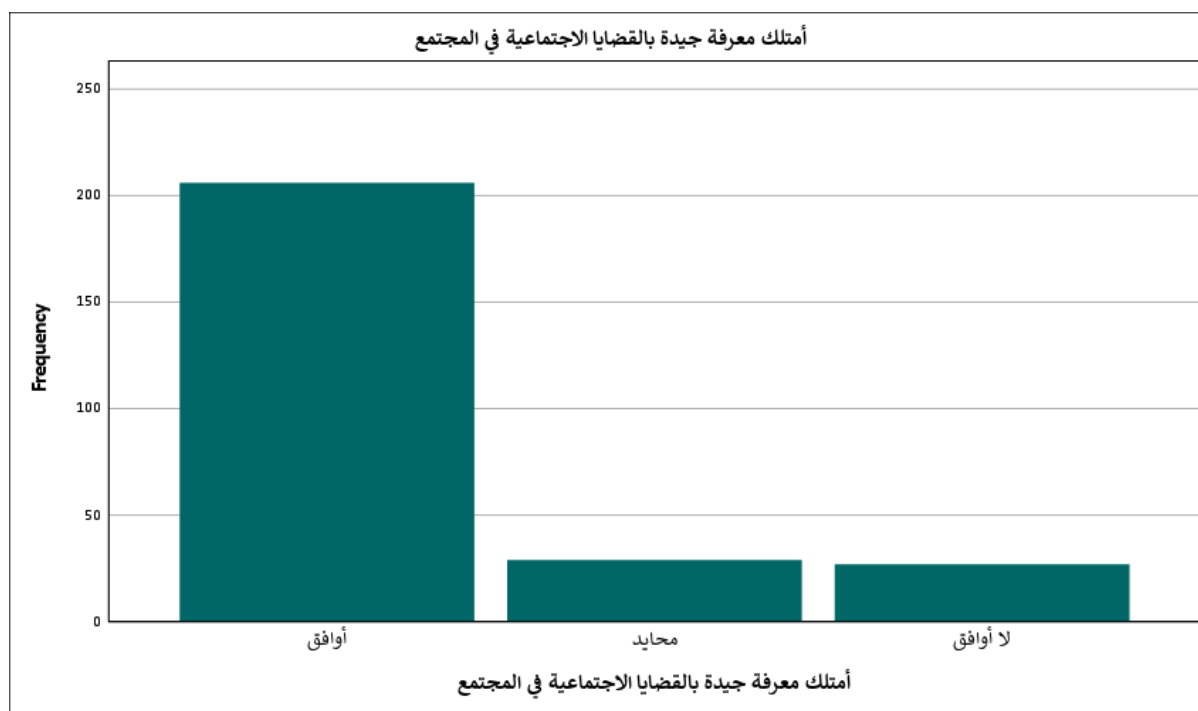
شكل توضيحي 3 : التمثيل البياني للدرجة العلمية

• أمتلك معرفة جيدة بالقضايا الاجتماعية في المجتمع

ظهر تباين بين تيار الأغلبية الكاسحة الرافعة لشعار المعرفة وبين القلة المترددة أو النافية؛ إذ اكتسح خيار "أوافق" المشهد بنسبة 78.6%. الثقة المعرفية هنا مرتفعة جداً. في المقابل، انكمشت نسبة "لا أوافق" إلى 10.3% فقط؛ ما يعني أن الفجوة المعلوماتية في حدها الأدنى لدى العينة. تقارب نسبة المحايد (11.1%) مع الراضين يشير إلى أن الوعي بالقضايا الاجتماعية لم يعد مساحة للرمادية؛ فإما إدراك كامل أو غياب للمعلومة. يبدو أن التعرض المكثف للإعلام الرقمي قد منح الشباب شعوراً بالتمكين المعلوماتي؛ وهو ما قد ينعكس على سرعة استجابتهم للمبادرات المجتمعية في الواقع. هذه النسبة المرتفعة قد تخفي وراءها "تحيزاً لتقدير الذات"؛ فالمشارك غالباً ما يميل لادعاء المعرفة كواجهة اجتماعية. انحصار الكتلة الصامتة في أضيق الحدود يؤكد أن القضايا الاجتماعية في المملكة تحظى بزخم نقاشي عالٍ يتجاوز حدود التلقي السلبي.

أمتلك معرفة جيدة بالقضايا الاجتماعية في المجتمع					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
78.6	78.6	78.6	206	أوافق	Valid
89.7	11.1	11.1	29	محايد	
100.0	10.3	10.3	27	لا أوافق	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 5 : التحليل الإحصائي لامتلاك معرفة جيدة بالقضايا الاجتماعية في المجتمع



شكل توضيحي 4 : التمثيل البياني لامتلاك معرفة جيدة بالقضايا الاجتماعية في المجتمع

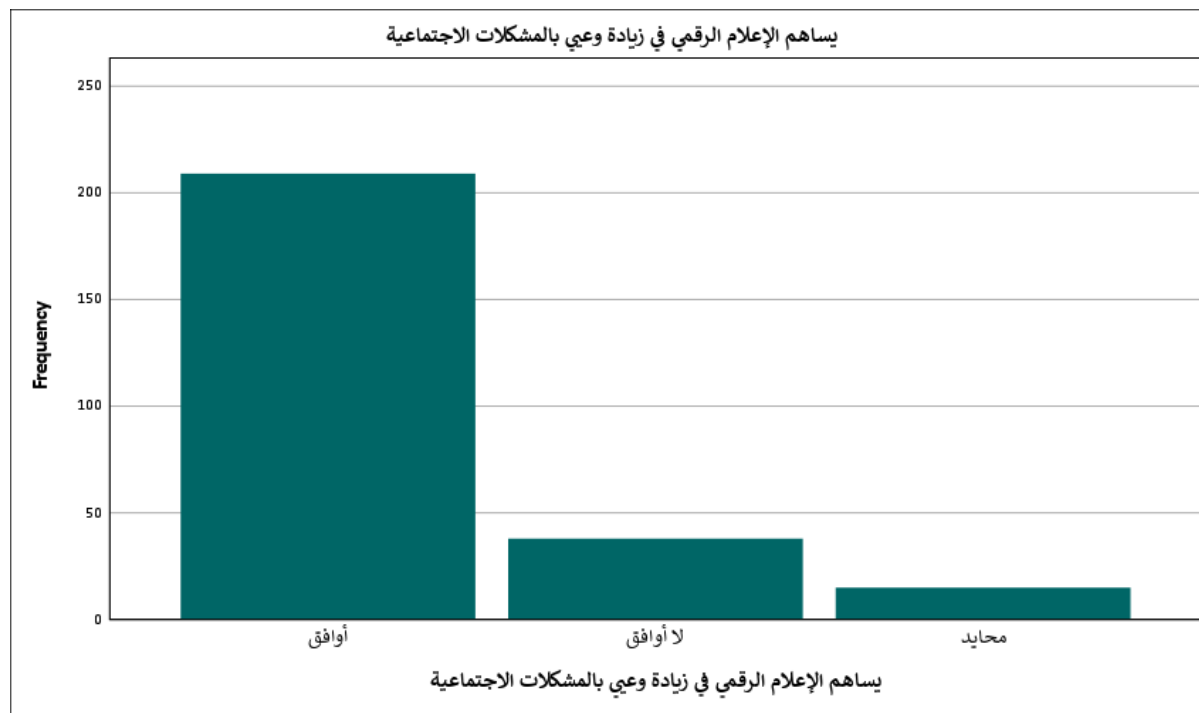
• يساهم الإعلام الرقمي في زيادة وعي بالمشكلات الاجتماعية

استحوذ خيار التأييد على الغالبية العظمى من العينة بنسبة 79.8%؛ ما يحول الإعلام الرقمي من مجرد وسيلة ترفيهية إلى منصة تعليمية وتوعوية فاعلة في العمق المجتمعي السعودي. انحسرت نسبة الحياد عند أدنى مستوياتها (5.7%)؛ فالشباب حسموا موقفهم تجاه الدور التثقيفي للمنصات الرقمية. هذا التوجه العام يفرض على الجهات المعنية بالخدمة الاجتماعية ضرورة نقل رسائلها إلى الفضاء الرقمي لضمان الوصول الفعال. القناعة الراسخة بمساهمة هذا الإعلام في الوعي تجعل من المحتوى الرقمي شريكاً أساسياً في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك القومي. يبدو أن الاعتماد على الأساليب التقليدية في التوعية قد يواجه تراجعاً في التأثير أمام هذا الاكتساح الرقمي. سجلت نسبة الرفض 14.5%؛ وهي أقلية قد تعاني من فجوة تقنية أو تفضل المصادر الرسمية التقليدية. استقرار هذه النتائج بهذا الشكل يدفع نحو استثمار القنوات الرقمية كأدوات وقائية استباقية لمواجهة الظواهر الاجتماعية السلبية.

يساهم الإعلام الرقمي في زيادة وعي بالمشكلات الاجتماعية					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
79.8	79.8	79.8	209	أوافق	Valid
94.3	14.5	14.5	38	لا أوافق	

100.0	5.7	5.7	15	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 6 : التحليل الإحصائي لمساهمة الإعلام الرقمي في زيادة الوعي بالمشكلات الاجتماعية



شكل توضيحي 5 : التمثيل البياني لمساهمة الإعلام الرقمي في زيادة الوعي بالمشكلات الاجتماعية

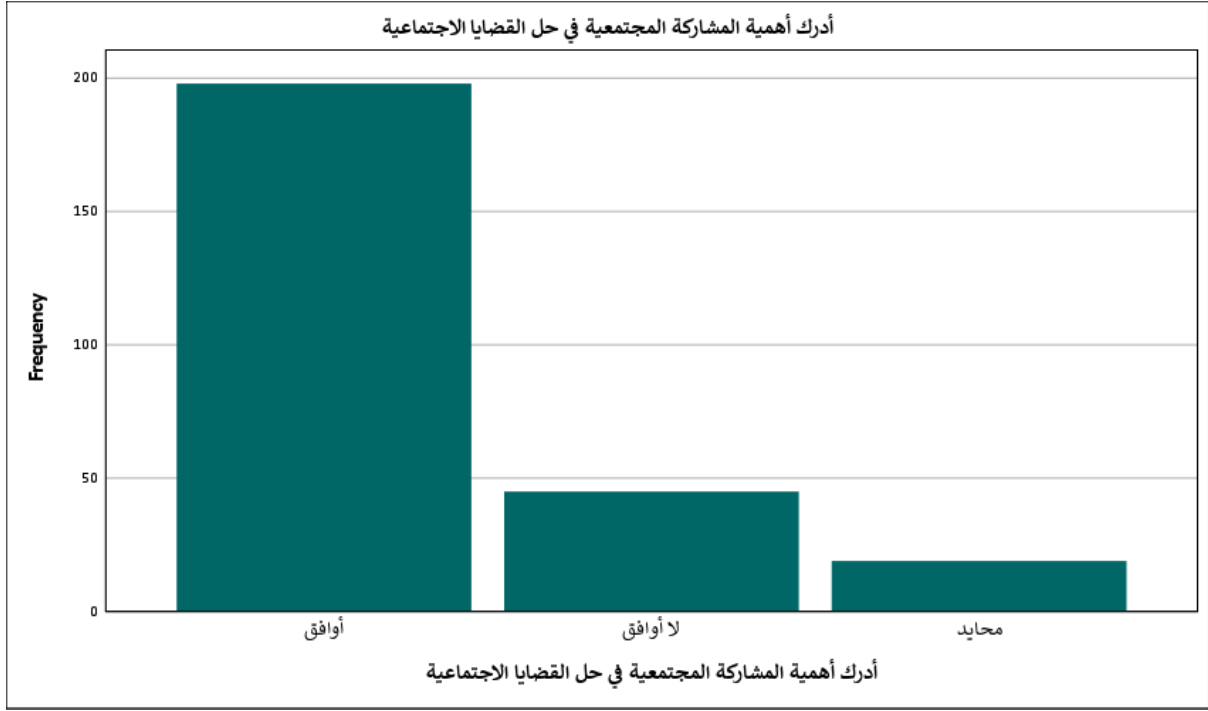
• أدرك أهمية المشاركة المجتمعية في حل القضايا الاجتماعية

صوتت الغالبية العظمى من العينة لصالح خيار "أوافق" بنسبة بلغت 75.6%؛ ما يكشف عن حس عالٍ بالمسؤولية الوطنية والوعي بمركزية الفرد في التغيير الاجتماعي. انحسر التردد في أضيق زواياه بنسبة حياض لم تتجاوز 7.3%. هذه القناعة الراسخة تعني أن الشباب السعودي لا يكتفي بالتلقي الرقمي بل يدرك دوره كعنصر فاعل في الحل. النسبة المعارضة (17.2%) قد تشير إلى فئة ترى أن حل القضايا مسؤولية مؤسسية بحتة أو تعاني من ضعف في قنوات المشاركة المتاحة. يبدو أن الخطاب الإعلامي الرقمي نجح في غرس ثقافة "المبادرة" بدل الاتكالية. واقعياً، هذا الإدراك المرتفع يسهل مهمة الجهات الحكومية عند طرح مبادرات التطوع أو المسؤولية المجتمعية؛ فالأرضية المعرفية باتت جاهزة للتحويل من الوعي إلى السلوك التطبيقي. تماسك هذه النسبة يقلل من احتمالات العزوف الاجتماعي ويؤكد أن الفضاء الرقمي تحول إلى محفز للاندماج في الشأن العام.

أدرك أهمية المشاركة المجتمعية في حل القضايا الاجتماعية				
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	

75.6	75.6	75.6	198	أوافق	Valid
92.7	17.2	17.2	45	لا أوافق	
100.0	7.3	7.3	19	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 7 : التحليل الإحصائي لإدراك أهمية المشاركة المجتمعية في حل القضايا الاجتماعية



شكل توضيحي 6 : التمثيل البياني لإدراك أهمية المشاركة المجتمعية في حل القضايا الاجتماعية

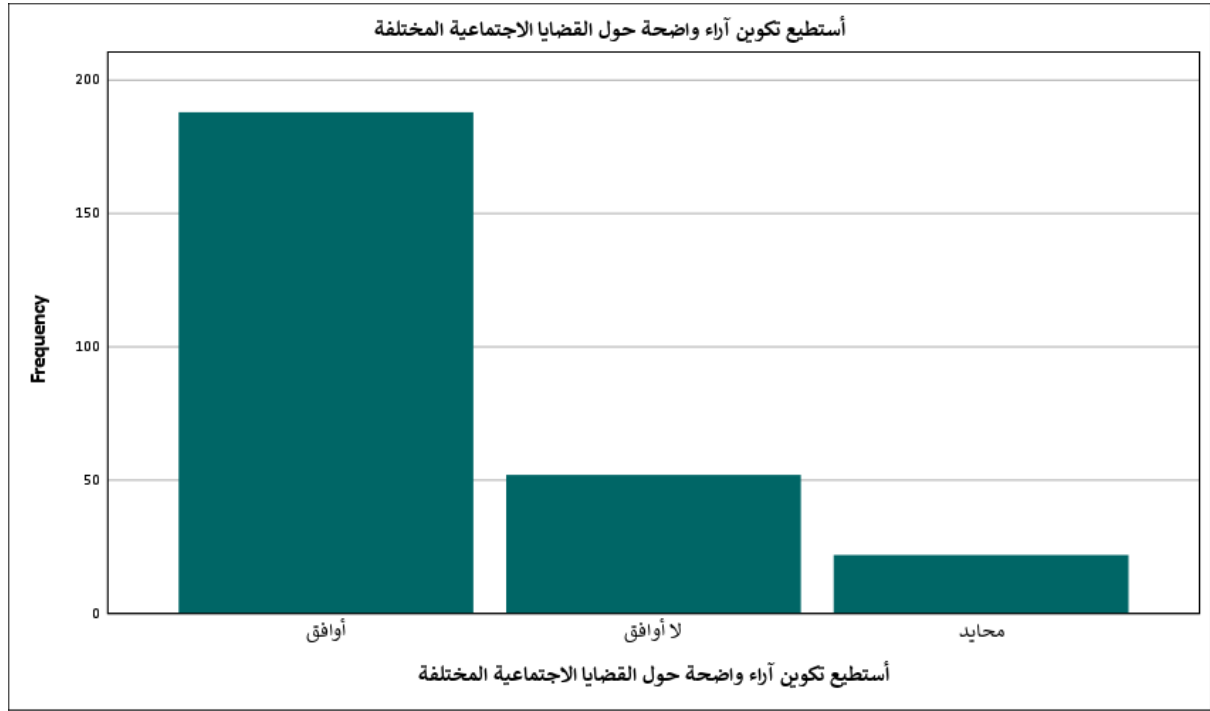
• أستطيع تكوين آراء واضحة حول القضايا الاجتماعية المختلفة

حسم 71.8% من المشاركين موقفهم بالموافقة. الثقة في بناء الرأي عالية. انكشفت مساحة الحياد إلى 8.4% فقط. تلاشت الضبابية المعرفية لدى الأغلبية. سجل خيار الرفض 19.8%؛ ما قد يعكس تحفظاً نقدياً أو صعوبة في تفكيك تعقيدات المشهد الاجتماعي الرقمي. هذا الحزم الإحصائي يؤكد تحول الشباب من مجرد مستهلكين إلى مقيمين فاعلين للمحتوى. القدرة على تكوين رأي تعني نضجاً في أدوات التحليل الشخصية. واقعياً، تساهم هذه الاستقلالية في تحصين المجتمع ضد الشائعات المتداولة. التباين المحدود يشير لتقارب في مستويات الوعي الفكري. تبرز النتيجة نفاذ البصيرة لدى العينة في استقراء المتغيرات المحلية. الفضاء الرقمي السعودي لم يعد مجرد ناقل؛ بل أصبح مصنعاً للآراء المتماسكة.

أستطيع تكوين آراء واضحة حول القضايا الاجتماعية المختلفة				
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	

71.8	71.8	71.8	188	أوافق	Valid
91.6	19.8	19.8	52	لا أوافق	
100.0	8.4	8.4	22	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 8 : التحليل الإحصائي لتكوين آراء واضحة حول القضايا الاجتماعية المختلفة



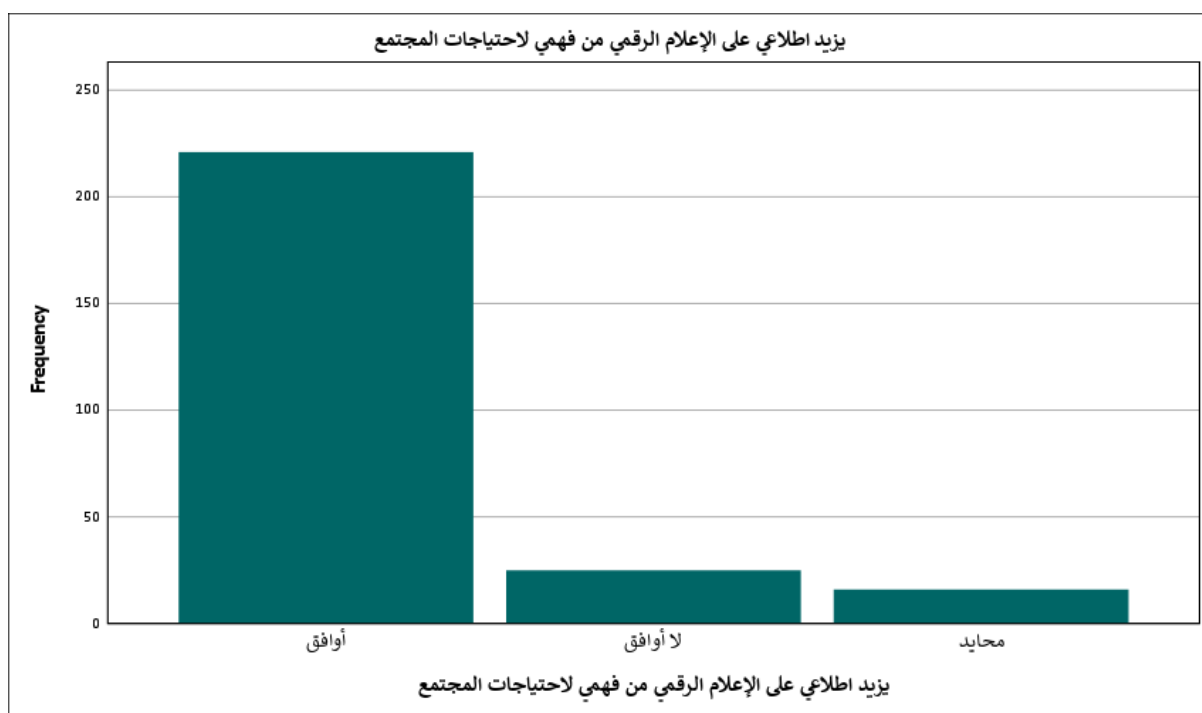
شكل توضيحي 7 : التمثيل البياني لتكوين آراء واضحة حول القضايا الاجتماعية المختلفة

• يزيد اطلاعي على الإعلام الرقمي من فهمي لاحتياجات المجتمع

اكتسح خيار التأييد المشهد بنسبة 84.4%؛ وهي أعلى استجابة رصدتها الدراسة حتى الآن. الرهان على الإعلام الرقمي كمجس للنمط المجتمعي بات حقيقة واقعة لدى الشباب السعودي. انكمشت مساحة الحياد إلى 6.1% فقط؛ ما يعني غياب التردد في الاعتراف بفاعلية الأدوات الرقمية. هذه القناعة تفرض على صناع القرار والمخططين في المؤسسات التنموية ضرورة مراقبة "ترندات" منصات التواصل لاستشراف الاحتياجات الشعبية الحقيقية. تجاوزت المنصات الرقمية دورها الإخباري لتصبح مختبراً لتحليل النواقص الاجتماعية في الواقع المعيش. انحسار نسبة الرفض عند 9.5% يشير إلى تراجع القنوات التقليدية كمرجعية أولى لفهم الشارع. تماسك هذه الأرقام يعزز من فرضية أن "الخوارزميات" باتت ترسم ملامح الوعي بالاحتياجات قبل ملامسته في الميدان. استقرار الاستجابة حول الموافقة يعكس وحدة في الرؤية الوطنية حول دور التقنية في سد الفجوات الاتصالية.

يزيد اطلاعي على الإعلام الرقمي من فهمي لاحتياجات المجتمع					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
84.4	84.4	84.4	221	أوافق	Valid
93.9	9.5	9.5	25	لا أوافق	
100.0	6.1	6.1	16	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 9: التحليل الإحصائي لزيادة الإطلاع على الإعلام الرقمي من فهم احتياجات المجتمع



شكل توضيحي 8: التمثيل البياني لزيادة الإطلاع على الإعلام الرقمي من فهم احتياجات المجتمع

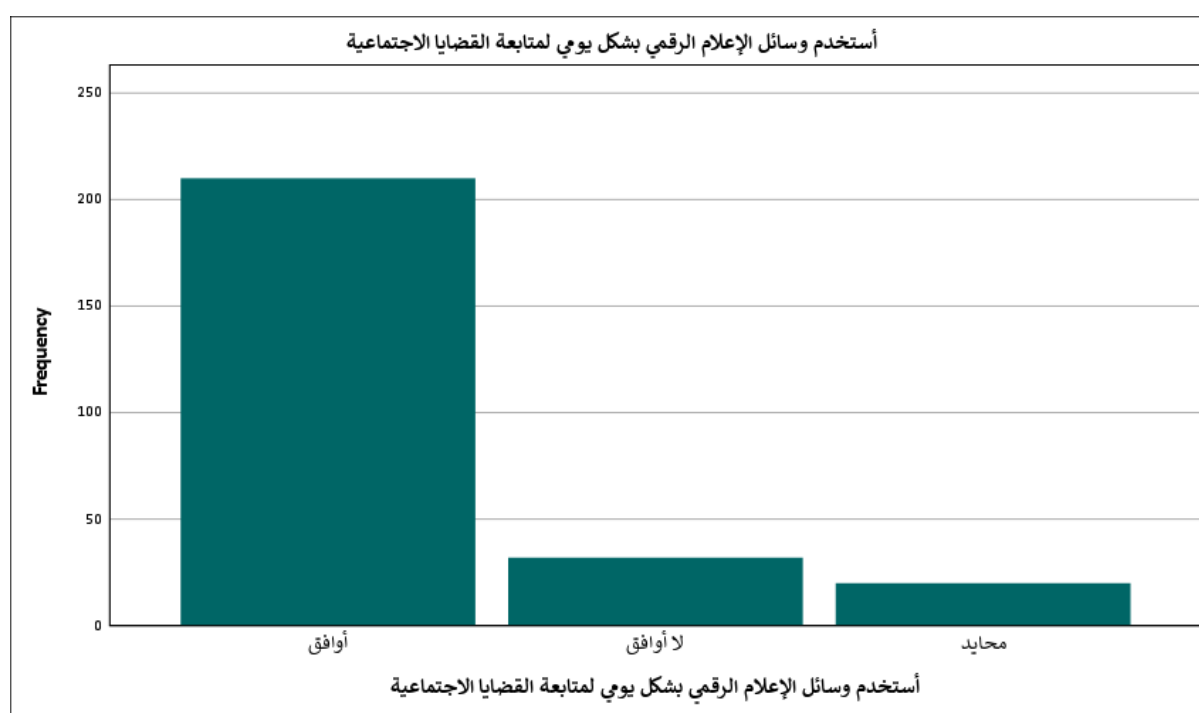
• أستخدم وسائل الإعلام الرقمي بشكل يومي لمتابعة القضايا الاجتماعية

صوتت الكتلة الصلبة من العينة لصالح الاستخدام اليومي بنسبة 80.2%؛ ما يحول الإعلام الرقمي من خيار ثانوي إلى طقس روتيني لا غنى عنه في ملاحقة الحراك الاجتماعي السعودي. انحسرت فئة الحياد إلى أدنى مستوياتها (7.6%)؛ فالغالبية حسمت أمرها بالاعتماد الكلي على الشاشة الصغيرة. الالتزام اليومي بهذا الحجم يعني أن الرسائل الاجتماعية الموجهة للشباب تجد طريقها للتنفيذ فور صدورها. سجل خيار عدم الموافقة 12.2%؛ وهي فئة قد لا تمتلك رفاهية الوقت أو تتبع نمطاً تقليدياً في استقاء الأخبار. تبرز هذه الأرقام قوة "الاقتصاد الرقمي للوقت"؛ إذ يقضي الشاب السعودي الجزء الأهم من يومه في التفاعل مع قضايا الوطن عبر المنصات. واقعياً، هذه الكثافة تعزز من سرعة تكوين رأي عام موحد حول الأزمات أو المبادرات المجتمعية

الطارئة. غياب التردد في الإجابات يؤكد أن الاستهلاك الرقمي لم يعد سلوكاً عشوائياً بل نمط حياة منظم.

أستخدم وسائل الإعلام الرقمي بشكل يومي لمتابعة القضايا الاجتماعية					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
أوافق	210	80.2	80.2	80.2	Valid
لا أوافق	32	12.2	12.2	92.4	
محايد	20	7.6	7.6	100.0	
Total	262	100.0	100.0		

جدول 10 : التحليل الإحصائي لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي بشكل يومي لمتابعة القضايا الاجتماعية



شكل توضيحي 9 : التمثيل البياني لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي بشكل يومي لمتابعة القضايا الاجتماعية

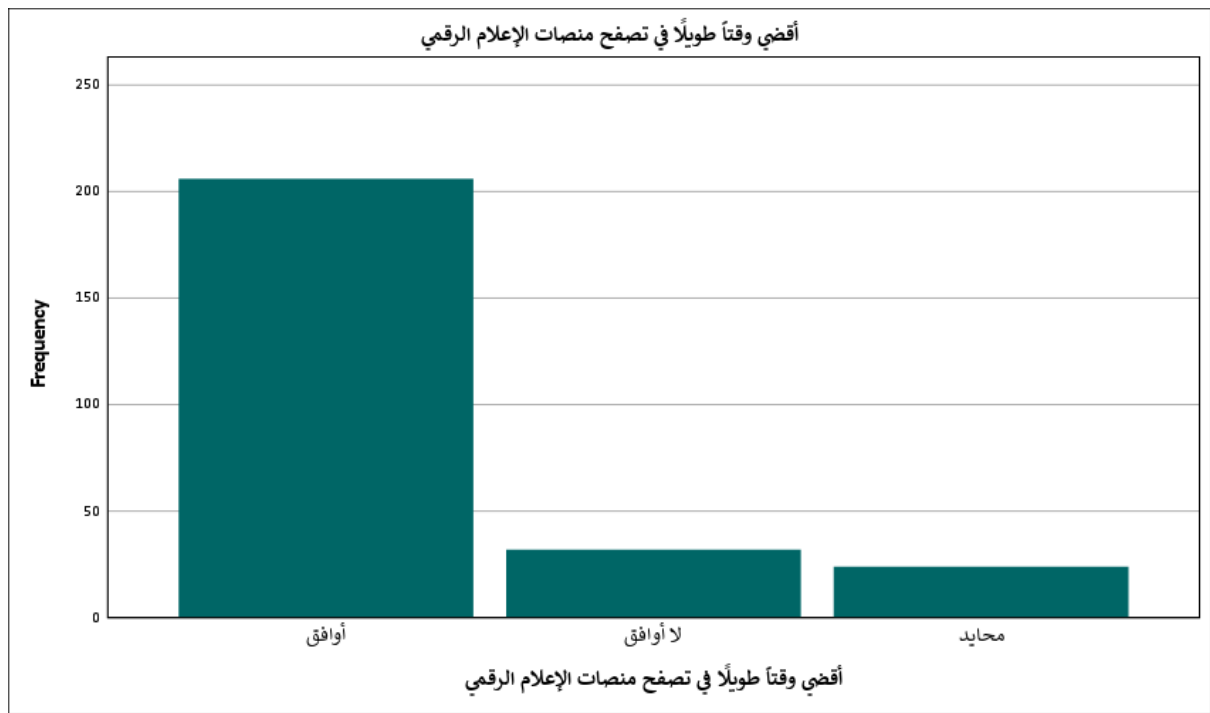
• أقضي وقتاً طويلاً في تصفح منصات الإعلام الرقمي

سجلت فئة الحياد النسبة الأقل بـ 9.2%؛ ما يكشف عن غياب التردد لدى المشاركين في تحديد نمط استهلاكهم الزمني للمنصات الرقمية. اكتسحت الموافقة المشهد بنسبة 78.6%. الانغماس الزمني كثيف جداً. هذا البقاء الطويل خلف الشاشات يحول الإعلام الرقمي إلى بيئة التنشئة الأساسية البديلة للشباب السعودي. سجل الرفض 12.2% فقط؛ وهي فئة قد تتبع استراتيجيات تقنين واعية أو تنشغل بمتطلبات عملية تمنعها من الاسترسال الرقمي. واقعياً، هذا الإغراق الزمني يمنح المحتوى الاجتماعي فرصة ذهبية للتغلغل في الوعي الجمعي عبر التكرار والإلحاح. تماسك هذه النسب يشير إلى تحول المنصات من أدوات تواصل

إلى فضاءات معيشية تستنزف النصيب الأكبر من يوم الفرد؛ ما قد يؤثر على وتيرة التفاعل الاجتماعي التقليدي في الميدان. غياب التردد في الآراء يبرهن على أن "كثافة الاستهلاك" باتت سمة جيلية عابرة للمتغيرات الديموغرافية الأخرى.

أقضي وقتاً طويلاً في تصفح منصات الإعلام الرقمي					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
78.6	78.6	78.6	206	أوافق	Valid
90.8	12.2	12.2	32	لا أوافق	
100.0	9.2	9.2	24	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 11 : التحليل الإحصائي لإمضاء وقتاً طويلاً في تصفح منصات الإعلام الرقمي



شكل توضيحي 10 : التمثيل البياني لإمضاء وقتاً طويلاً في تصفح منصات الإعلام الرقمي

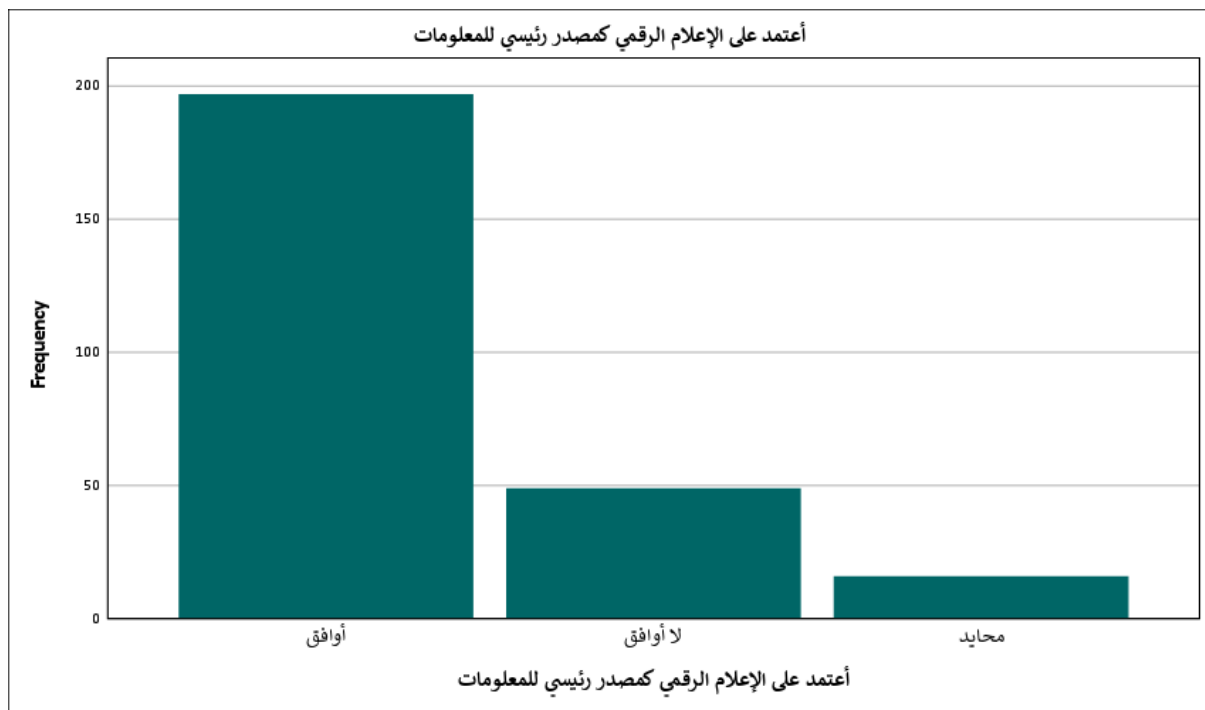
• أعتد على الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للمعلومات

حسم 75.2% من المشاركين خيارهم بالموافقة. السيادة الرقمية باتت مطلقة. تراجعت المصادر التقليدية إلى الظل. انكمشت نسبة الحياد عند 6.1% فقط. الوضوح في مصدر المعلومة حتي. سجل خيار الرفض 18.7%؛ ما يمثل تياراً لا يزال متمسكاً بالرسمية أو الورقية. هذا الاعتماد الكثيف يضع الإعلام الرقمي في واجهة المسؤولية الاجتماعية. الواقع يفرض تحديث قنوات التواصل المؤسسي لتواكب هذا النزوح المعرفي. غياب التردد يؤكد ثبات النمط الاستهلاكي لدى الشباب السعودي. السقوط في

فخ التضليل أصبح خطراً محتملاً بسبب هذه المركزية. القوة المعلوماتية انتقلت من المؤسسة إلى المنصة.

أعتمد على الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للمعلومات					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
75.2	75.2	75.2	197	أوافق	Valid
93.9	18.7	18.7	49	لا أوافق	
100.0	6.1	6.1	16	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 12 : التحليل الإحصائي للاعتماد على الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للمعلومات



شكل توضيحي 11 : التمثيل البياني للاعتماد على الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للمعلومات

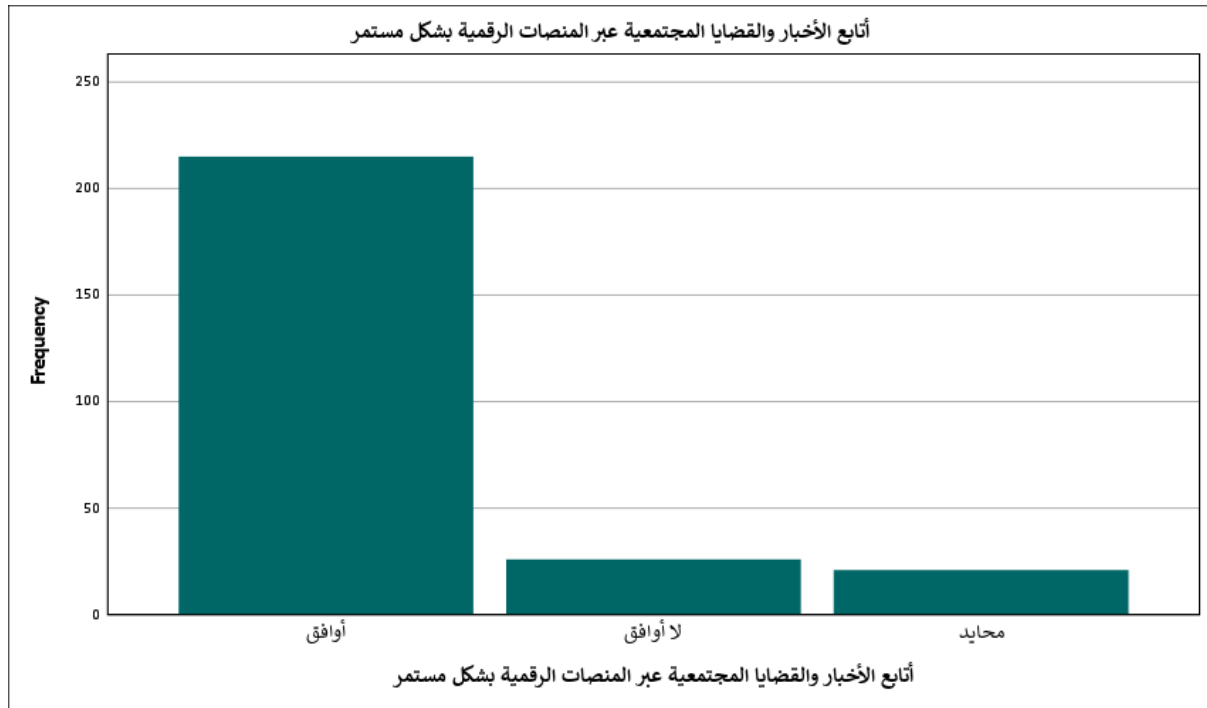
• أتابع الأخبار والقضايا المجتمعية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر

سجل خيار الموافقة اكتساحاً بنسبة 82.1%؛ ما ينقل المنصات الرقمية من مرتبة الوسائل البديلة إلى الفضاء السيبراني السيادي لإدارة الوعي الجمعي في المملكة. الاستمرارية في المتابعة بلغت ذروتها مقابل انحسار للموقف المحايد بنسبة 8.0%. هذا الالتزام المعلوماتي يفرض على المؤسسات الاجتماعية تحديث أدوات الرصد الميداني لتواكب سرعة التدفق الرقمي وتوقعات الجمهور اللحظية. انخفاض نسبة الرفض إلى 9.9% يبرهن على اضمحلال دور القنوات التقليدية في ضبط إيقاع الوعي اليومي للشباب. واقعياً، هذه الكثافة تجعل من السهل توجيه الحملات التوعوية وضمان وصولها الفوري لشريحة عريضة من المجتمع.

تماسك الكتلة المصوتة بالموافقة يقلل من احتمالات الفجوة الاتصالية بين صانع المحتوى والمتلقي؛ فالمنصة أصبحت بيئة المتابعة الدائمة والمستقرة. الاعتماد المستمر هنا ليس مجرد سلوك عابر، بل هو آلية عمل يومية يعتمد عليها الشباب في بناء تصوراتهم عن القضايا المجتمعية الراهنة.

أتابع الأخبار والقضايا المجتمعية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
82.1	82.1	82.1	215	أوافق	Valid
92.0	9.9	9.9	26	لا أوافق	
100.0	8.0	8.0	21	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 13 : التحليل الإحصائي لمتابعة الأخبار والقضايا المجتمعية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر



شكل توضيحي 12 : التمثيل البياني لمتابعة الأخبار والقضايا المجتمعية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر

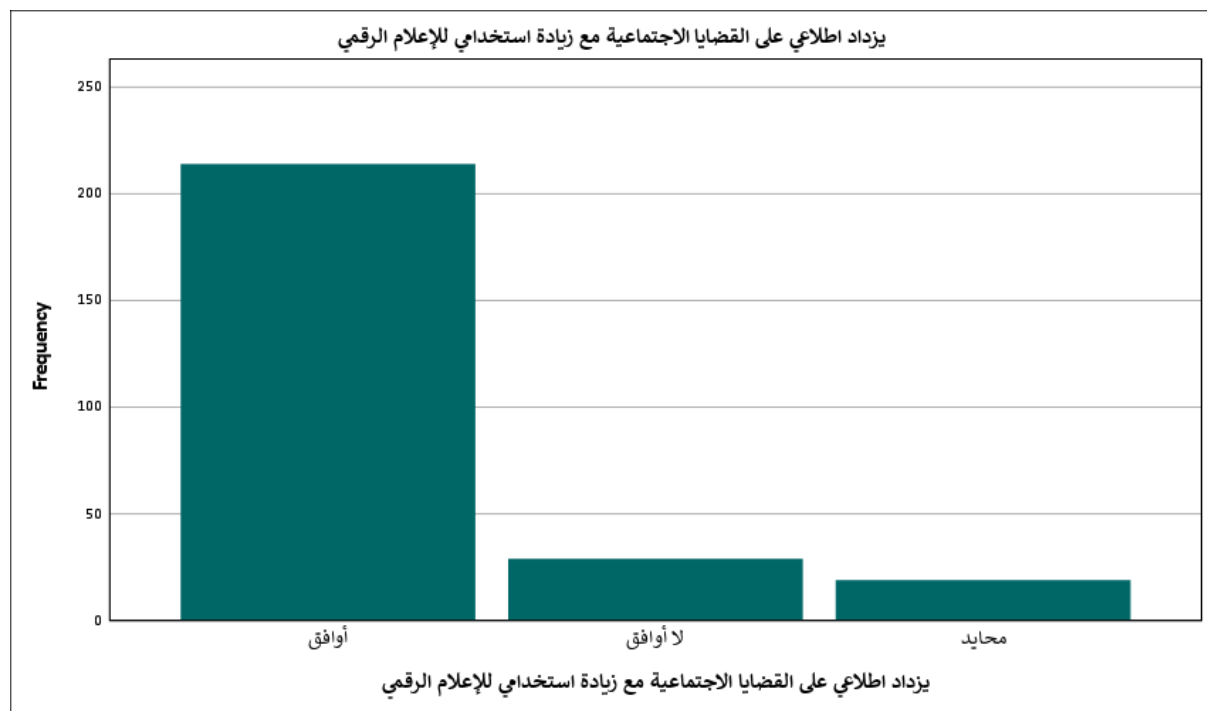
- يزداد اطلاعي على القضايا الاجتماعية مع زيادة استخدامي للإعلام الرقمي

لم تتجاوز نسبة المحايد 7.3% في تقييم العلاقة الطردية بين كثافة الاستخدام وعمق الاطلاع؛ ما يبرهن على وعي العينة بفاعلية "الأثر التراكمي" للمنصات الرقمية. أيدت الغالبية العظمى بنسبة 81.7% هذه الزيادة المطردة في الوعي الاجتماعي. الواقع الميداني يؤكد أن الخوارزميات الرقمية تعيد تدوير القضايا الملحة لتفرضها على أجندة المتلقي بشكل آلي. سجل المعارضون

11.1% فقط. هذا الرفض المحدود قد يرتبط بأنماط استخدام انتقائية لا تركز على الشأن العام. يبدو أن التعرض المستمر خلق حالة من الانغماس المعرفي القسري؛ فالشباب السعودي بات يستقي وعيه من تكرار الرسائل الاتصالية عبر شاشته اليومية. تماسك هذه النسبة يقلل من احتمالات الصدفة في تشكيل الوعي. الارتباط هنا وظيفي بامتياز. استقرار الآراء حول الموافقة يعزز من فرضية أن الإعلام الرقمي هو المحرك الأول للثقيف الاجتماعي المعاصر.

يزداد اطلاعي على القضايا الاجتماعية مع زيادة استخدامي للإعلام الرقمي					
	Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
Valid	81.7	81.7	81.7	214	أوافق
	92.7	11.1	11.1	29	لا أوافق
	100.0	7.3	7.3	19	محايد
		100.0	100.0	262	Total

جدول 14 : التحليل الإحصائي لزيادة الاطلاع على القضايا الاجتماعية مع زيادة استخدامي للإعلام الرقمي



شكل توضيحي 13 : التمثيل البياني لزيادة الاطلاع على القضايا الاجتماعية مع زيادة استخدامي للإعلام الرقمي

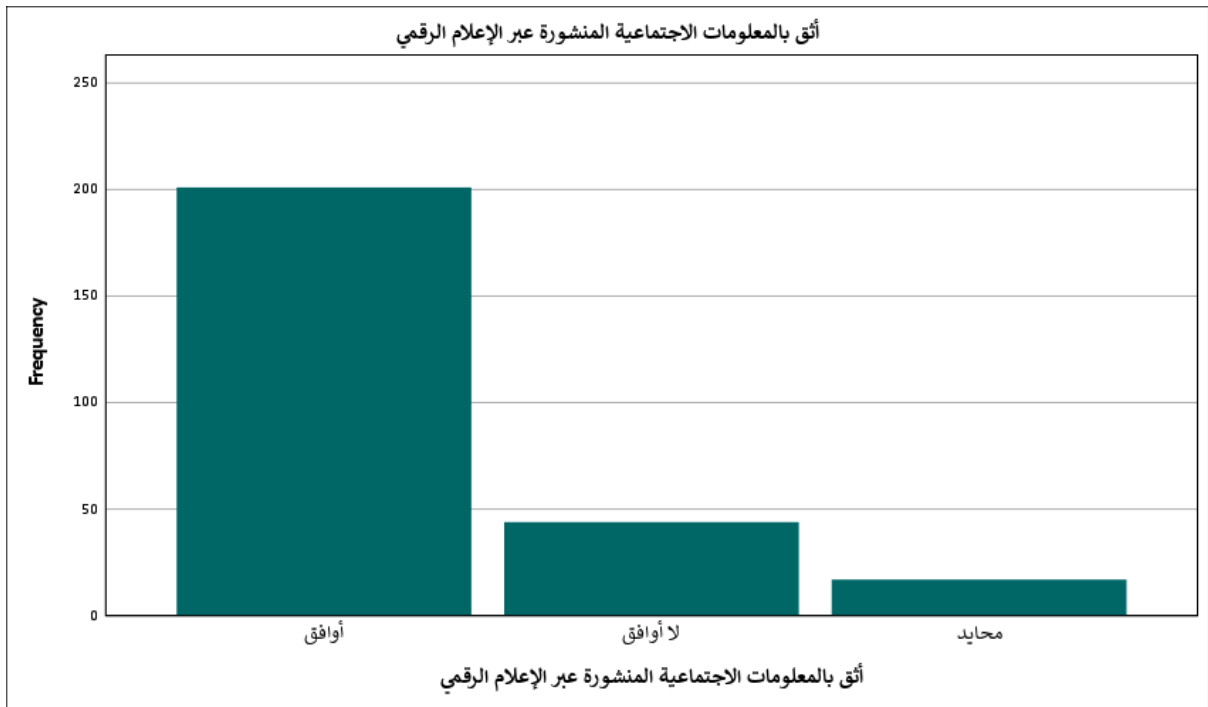
• أثق بالمعلومات الاجتماعية المنشورة عبر الإعلام الرقمي

تذيل خيار الحياد قائمة الاستجابات بنسبة لم تتجاوز 6.5%؛ ما يبرهن على أن الشباب السعودي حسم موقفه من جدلية الثقة الرقمية بعيداً عن ضبابية المواقف المترددة. حصد التأييد 76.7% من الأصوات. الثقة هنا واسعة النطاق. تجاوز المشاركون

مرحلة الشك في المحتوى الاجتماعي لدرجة الاعتماد عليه في بناء تصوراتهم الواقعية. سجلت المعارضة 16.8%؛ وهي فئة قد يفسر تحفظها بوعي تقني حذر يدرك مخاطر التضليل. يبدو أن نجاح الحسابات الرسمية والمؤثرين الموثوقين في المملكة ردم فجوة المصداقية التي كانت تعاني منها الشبكات قديماً. هذه الثقة المرتفعة تسهل عمليات التوعية المؤسسية؛ فالمتلقي جاهز للامثال للمعلومة بمجرد ظهورها على شاشته. غياب التردد الإحصائي يؤكد أن المصداقية لم تعد استثناءً، بل قاعدة يحاكم من خلالها الشباب جودة ما يستهلكونه من قضايا. استقرار الأرقام عند هذا الحد يمنح المنصات الرقمية سلطة معنوية تضاهي، أو ربما تتفوق، على المؤسسات التقليدية في توجيه الوعي.

أثق بالمعلومات الاجتماعية المنشورة عبر الإعلام الرقمي					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
76.7	76.7	76.7	201	أوافق	Valid
93.5	16.8	16.8	44	لا أوافق	
100.0	6.5	6.5	17	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 15 : التحليل الإحصائي للوثوق بالمعلومات الاجتماعية المنشورة عبر الإعلام الرقمي



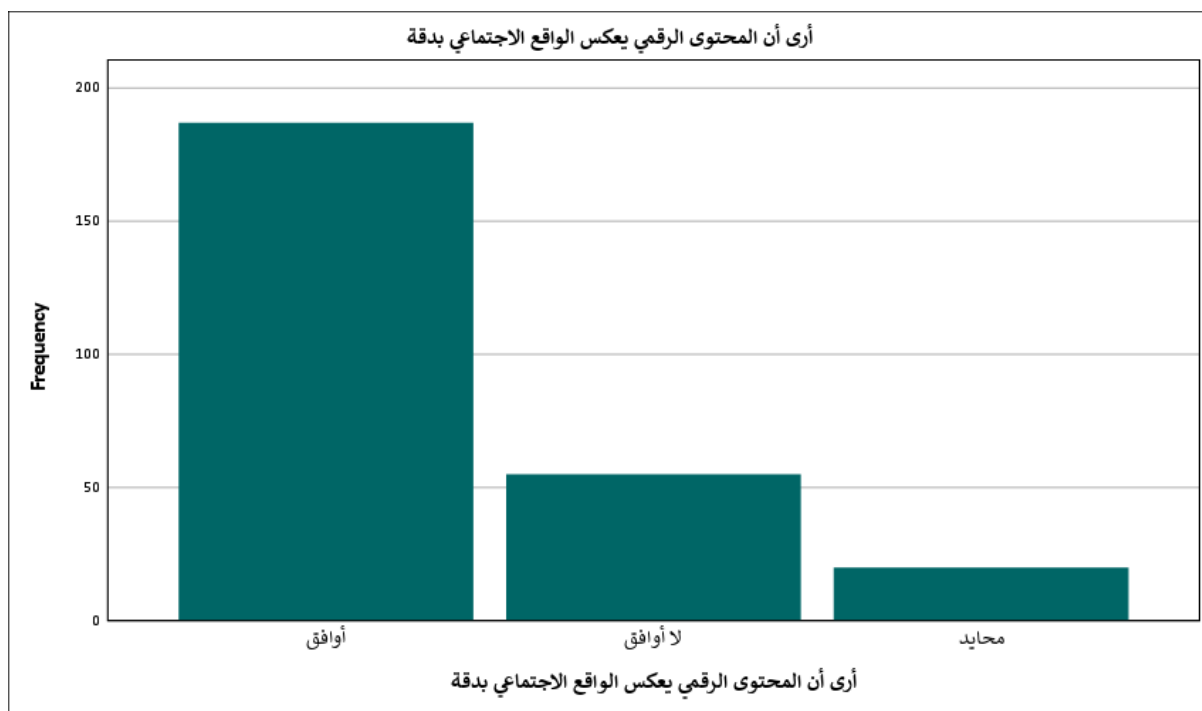
شكل توضيحي 14 : التمثيل البياني للوثوق بالمعلومات الاجتماعية المنشورة عبر الإعلام الرقمي

• أرى أن المحتوى الرقمي يعكس الواقع الاجتماعي بدقة

اكتسحت الموافقة المشهد بنسبة 71.4%؛ ما يشير إلى قناعة جيلية بأن المنصات الرقمية لم تعد مجرد عالم افتراضي موازٍ بل مرآة صادقة لتفاعلات الشارع السعودي. سجلت نسبة الرفض 21.0%. هذا الاعتراض يمثل تياراً يرى في الفضاء السيبراني تزييفاً أو مبالغة لا تلامس حقيقة التعقيدات الاجتماعية في الواقع الميداني. انكمشت فئة الحياء إلى أدنى مستوياتها بـ 7.6% فقط. غياب التردد هنا يبرهن على نضج تجربة المستخدم وقدرته على الحكم القطعي على جودة الرسالة الاتصالية. واقعياً، تفرض هذه النسبة المرتفعة على صناع المحتوى ضرورة الالتزام بالشفافية؛ فالجمهور يطابق بين ما يراه على الشاشة وما يعيشه في حياته اليومية. التباين في وجهات النظر قد يفسر باختلاف نوع المحتوى الذي تتابعه كل فئة؛ فبعض المنصات تفرط في المثالية بينما تلتصق أخرى بالواقع. اعتماد الشباب على هذه المرجعية الرقمية في فهم مجتمعهم يعزز من سلطة "المؤثر" كشاهد على العصر. استقرار هذه الاستجابات يعكس تلاشي الفجوة بين الفعل الاجتماعي وتمثيله الرقمي لدى الشريحة المستهدفة.

أرى أن المحتوى الرقمي يعكس الواقع الاجتماعي بدقة					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
71.4	71.4	71.4	187	أوافق	Valid
92.4	21.0	21.0	55	لا أوافق	
100.0	7.6	7.6	20	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 16 : التحليل الإحصائي للاعتقاد أن المحتوى الرقمي يعكس الواقع الاجتماعي بدقة



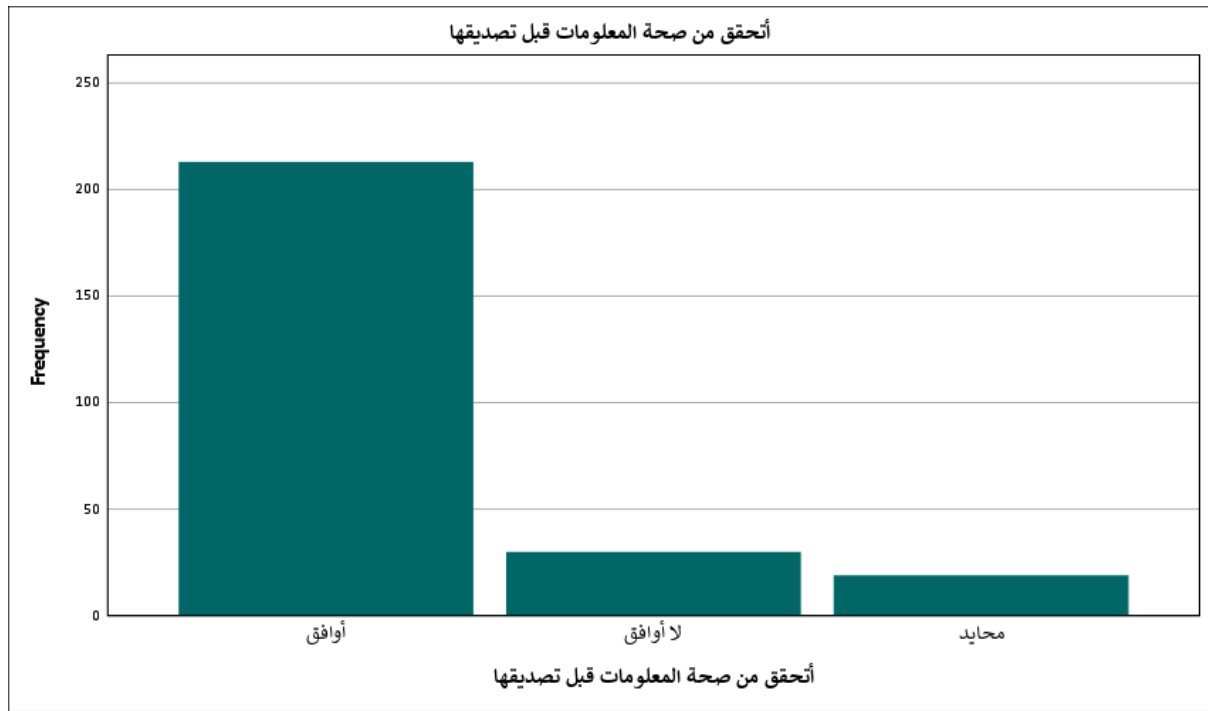
شكل توضيحي 15 : التمثيل البياني للاعتقاد أن المحتوى الرقمي يعكس الواقع الاجتماعي بدقة

• أتتحقق من صحة المعلومات قبل تصديقها

تذيل خيار الحياد قائمة الاستجابات بنسبة 7.3% فقط؛ ما يكشف عن غياب المناطق الرمادية في سلوك الفترة المعلوماتية لدى الشباب السعودي. حصد خيار الموافقة 81.3% من الأصوات. النتيجة واضحة. الوعي الرقمي تجاوز مرحلة التلقي السلبي إلى مرحلة الفحص النقدي الممنهج. سجل خيار الرفض 11.5%؛ وهي فئة قد تمنح ثقة عمياء للمصادر أو تعتمد على الحدث العاطفي في تصديق المحتوى. واقعياً، تساهم هذه النزعة نحو التحقق في كبح جماح الشائعات المجتمعية وتقليل حدة التضليل الرقمي. يبدو أن الخبرات المتراكمة مع الأخبار الزائفة خلقت جدار حماية ذاتي لدى المستخدم. تماسك هذه الأرقام يعزز من فرص نجاح المبادرات الوطنية الداعية للوعي السيبراني؛ فالممارسة الميدانية للتحقق أصبحت سلوكاً جيلياً مستقراً. غياب التردد في الإجابات يؤكد أن "التدقيق" لم يعد ترفاً فكرياً بل آلية دفاعية يومية في بيئة رقمية شديدة السيولة.

أتتحقق من صحة المعلومات قبل تصديقها					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
81.3	81.3	81.3	213	أوافق	Valid
92.7	11.5	11.5	30	لا أوافق	
100.0	7.3	7.3	19	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 17 : التحليل الإحصائي للتحقق من صحة المعلومات قبل تصديقها



شكل توضيحي 16 : التمثيل البياني للتحقق من صحة المعلومات قبل تصديقها

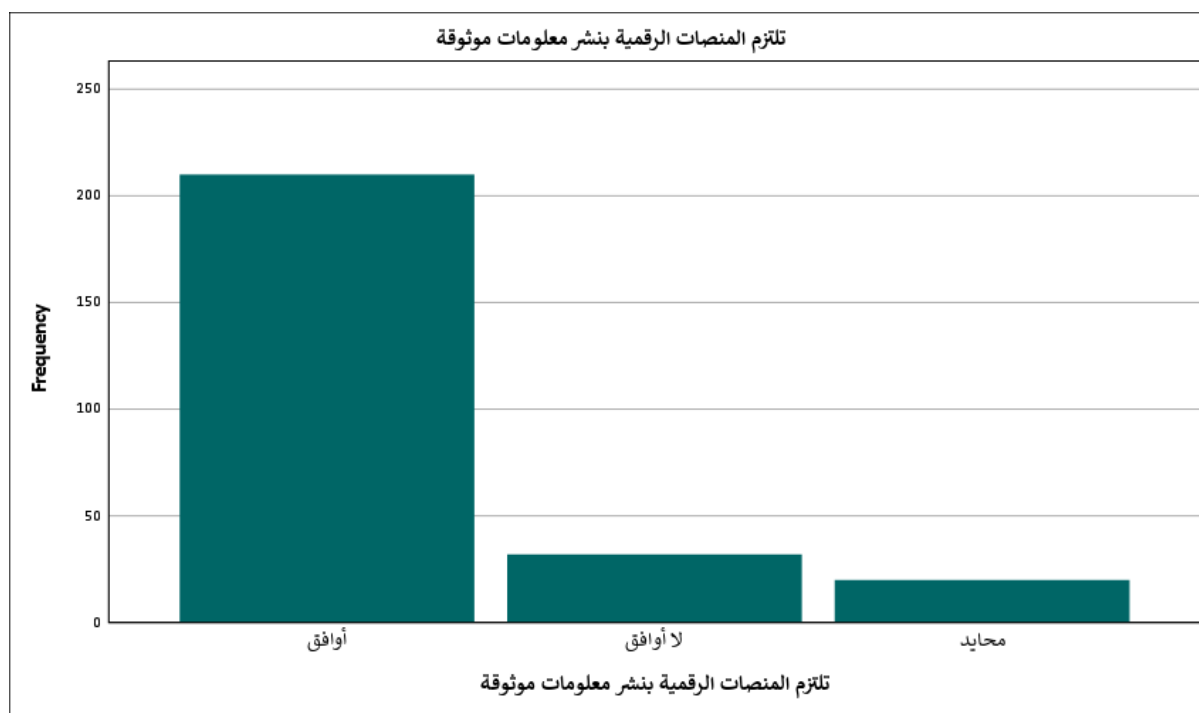
• تلتزم المنصات الرقمية بنشر معلومات موثوقة

حاز خيار الموافقة على الثقل الأكبر بنسبة 80.2%؛ ما يكشف عن تحول جذري في نظرة الشباب السعودي تجاه موثوقية البيئة الرقمية. الثقة لم تعد مهزوزة. انحسرت فئة الحياد عند 7.6% فقط. غياب التردد يبرهن على وجود تجارب إيجابية متراكمة مع المنصات التي باتت تعتمد معايير تدقيق صارمة. سجل الرفض 12.2%؛ وهي فئة قد لا تزال تتربص بحذر أو تعرضت لتجارب تضليل سابقة. واقعياً، هذه القناعة المرتفعة بالالتزام المهني للمنصات تعزز من فاعلية التوعية الاجتماعية؛ فالرسالة الموثوقة تصل لذهن المتلقي دون عوائق ذهنية. يبدو أن جهود مكافحة المحتوى الزائف في المملكة آتت ثمارها في بناء جسر الطمأنينة المعلوماتية. تماسك هذه الأرقام يدفع المؤسسات نحو تكثيف حضورها الرقمي؛ فالأرضية مهيأة تماماً لاستقبال المعلومات بجديّة عالية. استقرار الآراء حول الموافقة يؤكد أن المصادقية أصبحت معياراً حاكماً لنمط الاستهلاك الرقمي المعاصر.

تلتزم المنصات الرقمية بنشر معلومات موثوقة					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
80.2	80.2	80.2	210	أوافق	Valid
92.4	12.2	12.2	32	لا أوافق	
100.0	7.6	7.6	20	محايد	

	100.0	100.0	262	Total	
--	-------	-------	-----	-------	--

جدول 18 : التحليل الإحصائي لالتزام المنصات الرقمية بنشر معلومات موثوقة



شكل توضيحي 17 : التمثيل البياني لالتزام المنصات الرقمية بنشر معلومات موثوقة

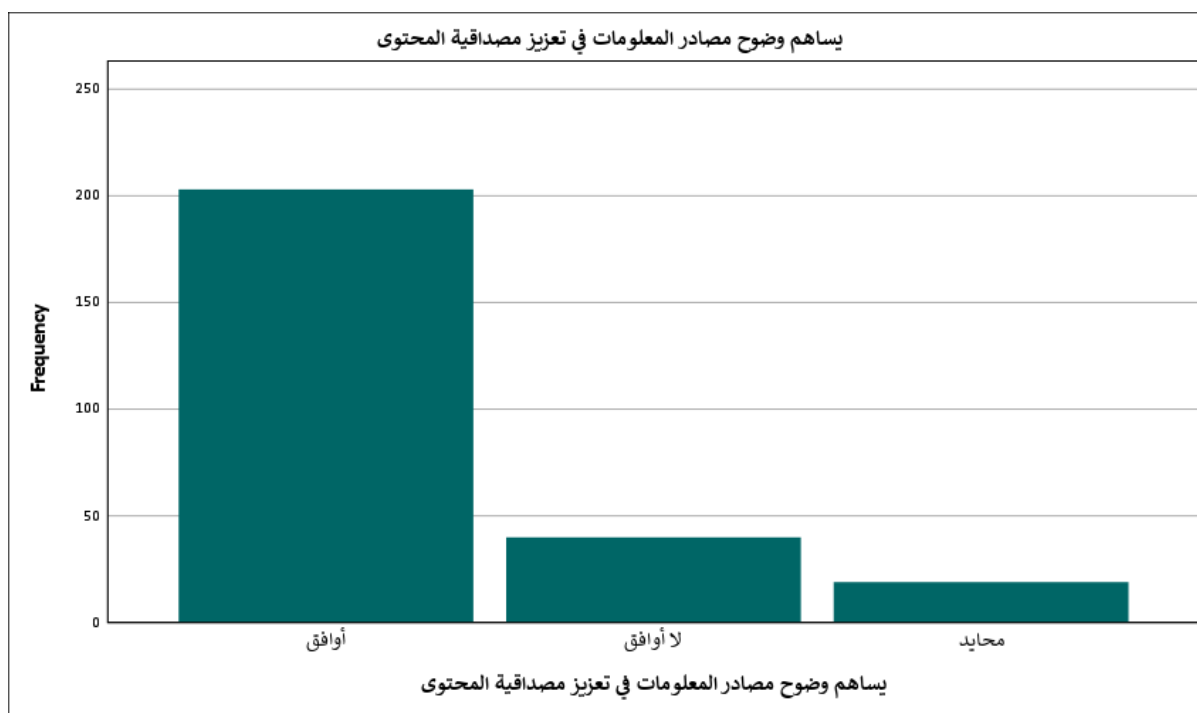
• يساهم وضوح مصادر المعلومات في تعزيز مصداقية المحتوى

برز تباين بين الأغلبية الساحقة المؤمنة بمركزية المصدر وبين الأقلية التي لا تربط بالضرورة بين هوية الناشر وجودة المحتوى؛ إذ حصد خيار الموافقة 77.5%. الثقة هنا مشروطة بالشفافية المعلوماتية. انحسر موقف الحياد عند أدنى مستوياته بنسبة 7.3%. الغموض مرفوض لدى الشاب السعودي. سجلت المعارضة 15.3%؛ ما قد يشير إلى فئة تعتمد على قوة الحجة في المنشور ذاته بغض النظر عن مصدره. واقعياً، تفرض هذه النتيجة على المؤسسات الرسمية والمؤثرين ضرورة الإفصاح المباشر عن مراجعهم لضمان نفاذ رسائلهم التوعوية. يبدو أن "الوعي المصدري" أصبح معياراً رقابياً يمارسه الجمهور تلقائياً لتصفية التدفق المعلوماتي الكثيف. استقرار الاستجابات بهذا النحو يقلل من احتمالية تمرير الأخبار مجهولة المصدر؛ فالمصداقية في الفضاء الرقمي باتت تُكتسب بوضوح المرجعية لا بمجرد الانتشار. تماسك هذه الأرقام يدعم فكرة وجود "وعي إحصائي" لدى العينة يربط بين نضج الوسيلة وبين أمان المحتوى.

يساهم وضوح مصادر المعلومات في تعزيز مصداقية المحتوى				
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	

77.5	77.5	77.5	203	أوافق	Valid
92.7	15.3	15.3	40	لا أوافق	
100.0	7.3	7.3	19	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 19 : التحليل الإحصائي لمساهمة وضوح مصادر المعلومات في تعزيز مصداقية المحتوى



شكل توضيحي 18 : التمثيل البياني لمساهمة وضوح مصادر المعلومات في تعزيز مصداقية المحتوى

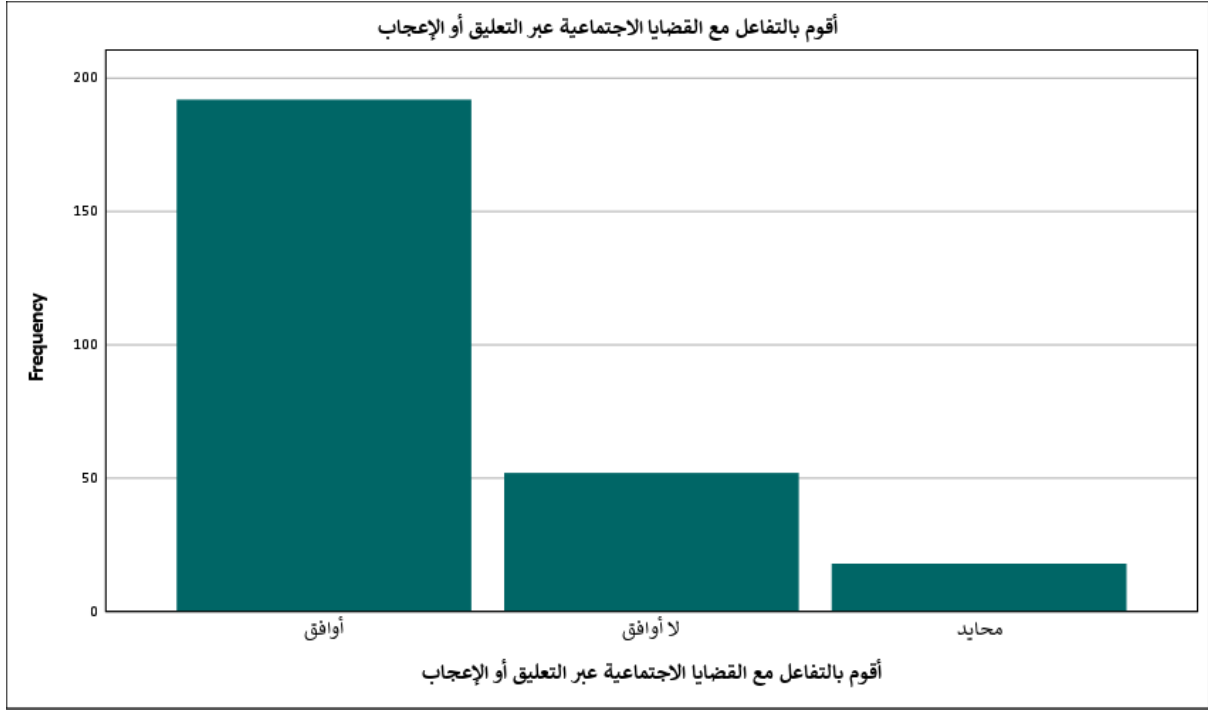
• أقوم بالتفاعل مع القضايا الاجتماعية عبر التعليق أو الإعجاب

أيد 73.3% من المشاركين ممارسة التفاعل الرقمي. المشاركة النشطة هي السمة الغالبة. انكشفت مساحة الحياد إلى 6.9% فقط. السلبية مرفوضة في الفضاء الاجتماعي السعودي. سجل خيار عدم الموافقة 19.8%؛ ما قد يفسر بوجود فئة تفضل "المراقبة الصامتة" أو تخشى التبعات الرقمية للنقد. هذا الانخراط الواسع يحول منصات التواصل إلى ساحات حية لصناعة التأثير المتبادل. واقعياً، تساهم هذه التعليقات والإعجابات في رفع خوارزميات القضايا المحلية لتصبح "ترند" وطني. غياب التردد يؤكد نضج ثقافة المشاركة لدى الشباب. الفعل الرقمي هنا ليس مجرد تسلية؛ بل هو أداة لإثبات الحضور والمواطنة الرقمية. الرأي العام السعودي بات يُصنع بضغطة زر. استقرار هذه النسب يدعم فكرة تحول التلقي إلى فعل اجتماعي فاعل.

أقوم بالتفاعل مع القضايا الاجتماعية عبر التعليق أو الإعجاب				
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	

73.3	73.3	73.3	192	أوافق	Valid
93.1	19.8	19.8	52	لا أوافق	
100.0	6.9	6.9	18	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 20 : التحليل الإحصائي للقيام بالتفاعل مع القضايا الاجتماعية عبر التعليق أو الإعجاب



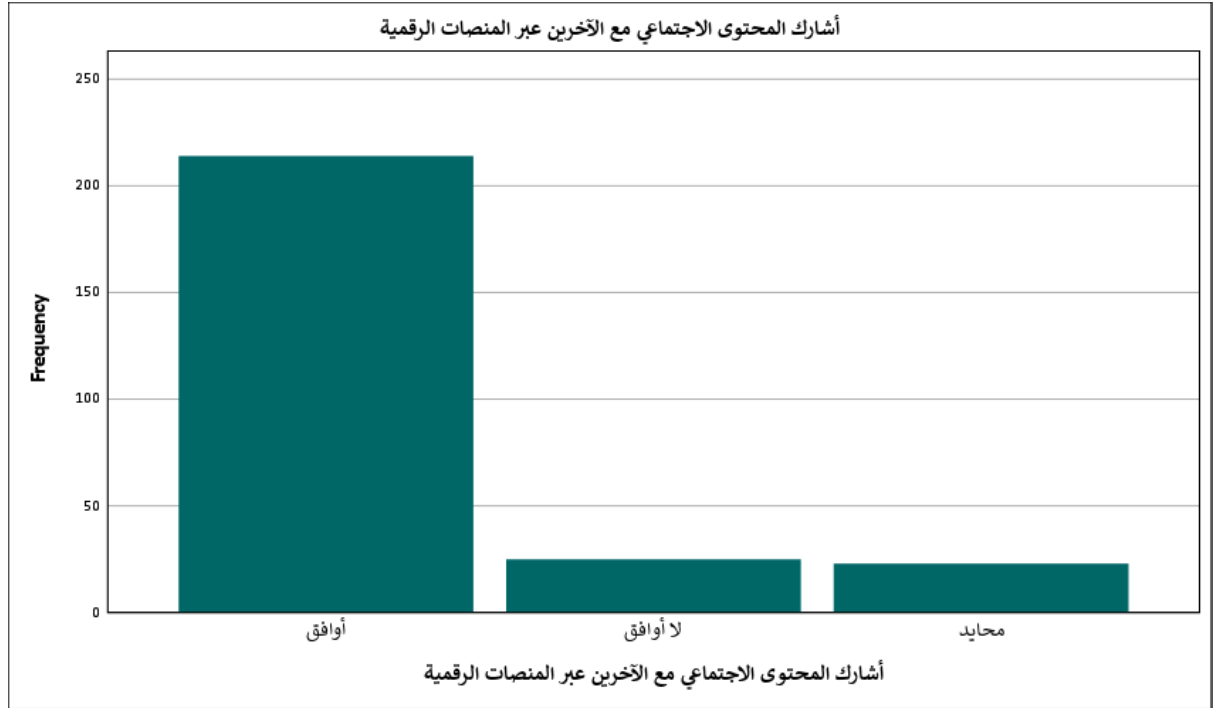
شكل توضيحي 19 : التمثيل البياني للقيام بالتفاعل مع القضايا الاجتماعية عبر التعليق أو الإعجاب

• أشارك المحتوى الاجتماعي مع الآخرين عبر المنصات الرقمية

اكتسح خيار الموافقة المشاهد بنسبة 81.7%؛ ما يحول المستخدم الشاب من مجرد متلقي إلى "ناقل نشط" يعيد تشكيل خارطة الوعي الاجتماعي في دوائره الخاصة. انكمشت مساحة الحياد إلى 8.8% فقط. الحسم في قرار المشاركة يعكس ثقة عالية في المحتوى المختار. سجل الرفض 9.5%؛ وهي أقلية قد تتبنى استراتيجية "الاستهلاك الصامت" أو تخشى المسؤولية المعنوية لإعادة النشر. واقعياً، هذه الكثافة في "المشاركة" تمنح القضايا الاجتماعية قوة دفع فيروسية تتجاوز حدود المنصة الواحدة؛ ما يسرع من وصول المبادرات الوطنية للشرائح المستهدفة دون حاجة لوسائط إعلانية ضخمة. يبدو أن الفعل الرقمي هنا تحول إلى آلية تضامن مجتمعي غير ملموسة تعزز الروابط بين الأقران. غياب التردد الإحصائي يؤكد أن إعادة النشر أصبحت سلوكاً معيارياً لدى الشباب السعودي في تعاملهم مع الشأن العام. استقرار هذه الأرقام بهذا النحو يفرض على المؤسسات الاجتماعية ضرورة صياغة محتوى "قابل للمشاركة" لضمان نفاذه عبر هذه الشبكة البشرية المتصلة.

أشارك المحتوى الاجتماعي مع الآخرين عبر المنصات الرقمية					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
81.7	81.7	81.7	214	أوافق	Valid
91.2	9.5	9.5	25	لا أوافق	
100.0	8.8	8.8	23	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 21 : التحليل الإحصائي لمشاركة المحتوى الاجتماعي مع الآخرين عبر المنصات الرقمية



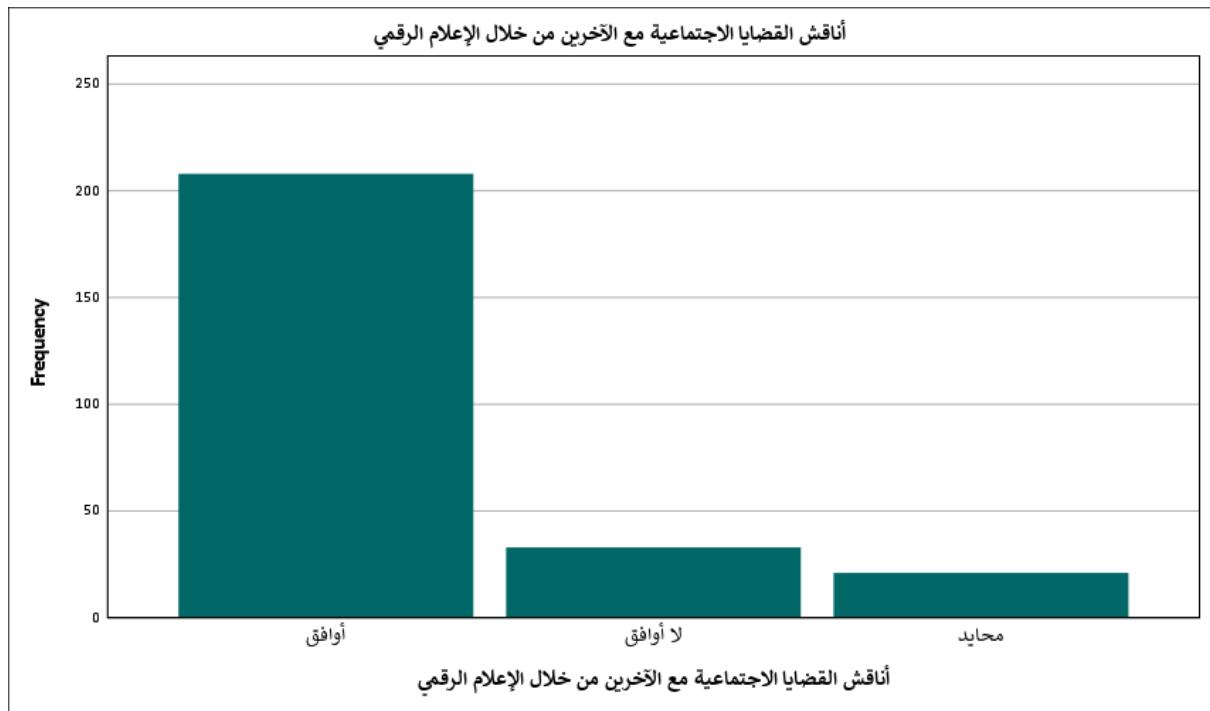
شكل توضيحي 20 : التمثيل البياني لمشاركة المحتوى الاجتماعي مع الآخرين عبر المنصات الرقمية

• أناقش القضايا الاجتماعية مع الآخرين من خلال الإعلام الرقمي

أيد 79.4% من المشاركين خيار المناقشة الرقمية. التفاعل الحواري نشط للغاية. انكمشت دائرة الحياد إلى 8.0%. السلبية في الطرح مرفوضة لدى الغالبية. سجل خيار الرفض 12.6%. قد يفضل هؤلاء الحوارات التقليدية المباشرة. المناقشة الرقمية تعزز من نضج الآراء الفردية عبر الاحتكاك الفكري. واقعياً، تحولت المنصات إلى صالونات ثقافية مفتوحة عابرة للجغرافيا. تماسك هذه النسب يقلل من احتمالات الانعزال الاجتماعي للشباب. الفعل الحواري هنا يرسخ مفاهيم التعددية وقبول الآخر في الفضاء الوطني. استقرار الاستجابة حول الموافقة يؤكد تحول التقنية من ناقل للمعلومة إلى بيئة لإنتاج الوعي التشاركي.

أناقش القضايا الاجتماعية مع الآخرين من خلال الإعلام الرقمي					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
79.4	79.4	79.4	208	أوافق	Valid
92.0	12.6	12.6	33	لا أوافق	
100.0	8.0	8.0	21	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 22 : التحليل الإحصائي لمناقشة القضايا الاجتماعية مع الآخرين من خلال الإعلام الرقمي



شكل توضيحي 21 : التمثيل البياني لمناقشة القضايا الاجتماعية مع الآخرين من خلال الإعلام الرقمي

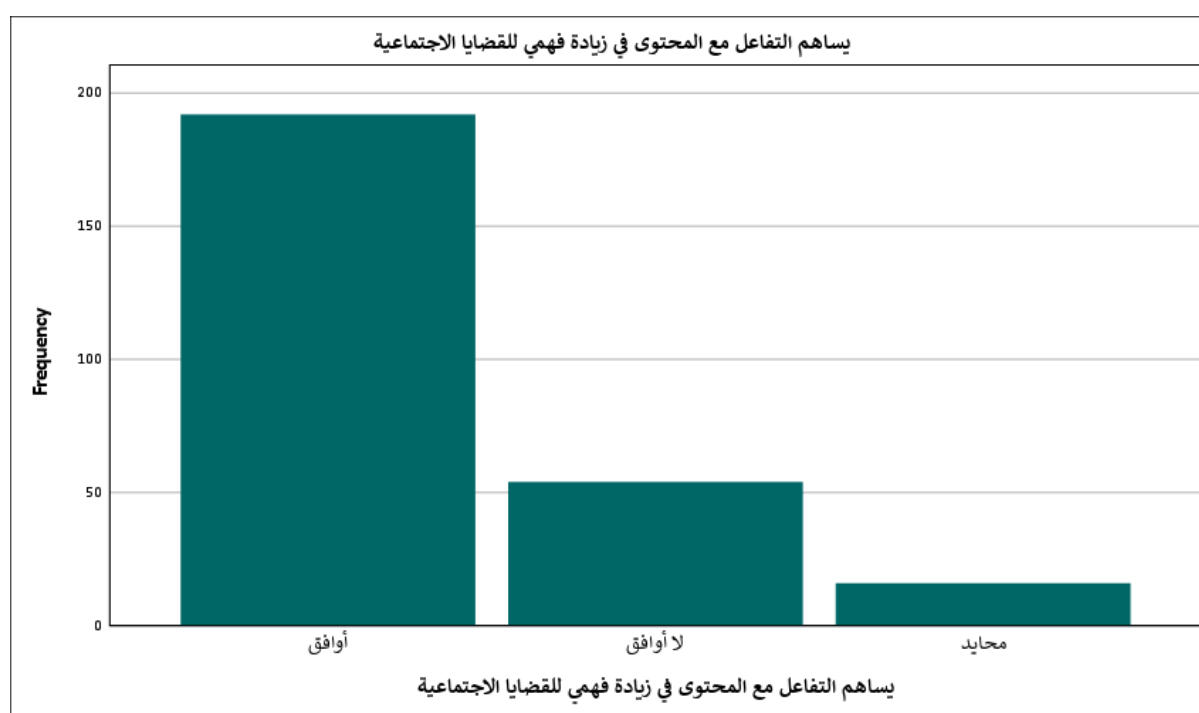
• يساهم التفاعل مع المحتوى في زيادة فهمي للقضايا الاجتماعية

حسم 73.3% من المشاركين موقفهم بالموافقة. التفاعل يعمق الإدراك المعرفي. انكمشت مساحة الحياد إلى 6.1%. لا ضبابية في جدوى الاشتباك الرقمي. سجل الرفض 20.6%؛ ما يشير إلى فئة ترى الفهم عملية استيعاب سكونية لا تتطلب بالضرورة رد فعل تقني. واقعياً، يحول هذا التفاعل المنصات من مجرد ناقل للخبر إلى مختبر لتحليل أبعاد القضية الاجتماعية عبر تعدد وجهات النظر. غياب التردد يؤكد نضج العقلية التشاركية لدى الشباب السعودي. الفعل الرقمي هنا يرسخ المعلومة في الذاكرة الجمعية. استقرار هذه النسب يدعم فكرة "التعلم الاجتماعي الرقمي" كبديل عصري للمحاضن التقليدية. انحسار التردد يبرهن على وعي العينة بمرئية "الرجوع بالأثر" في تثبيت الوعي. تشكيل الرأي العام السعودي أصبح نتاجاً لعملية تفاعلية مستمرة لا تتوقف

عند حدود القراءة.

يساهم التفاعل مع المحتوى في زيادة فهمي للقضايا الاجتماعية					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
73.3	73.3	73.3	192	أوافق	Valid
93.9	20.6	20.6	54	لا أوافق	
100.0	6.1	6.1	16	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 23 : التحليل الإحصائي لمساهمة التفاعل مع المحتوى في زيادة فهم للقضايا الاجتماعية



شكل توضيحي 22 : التمثيل البياني لمساهمة التفاعل مع المحتوى في زيادة فهم للقضايا الاجتماعية

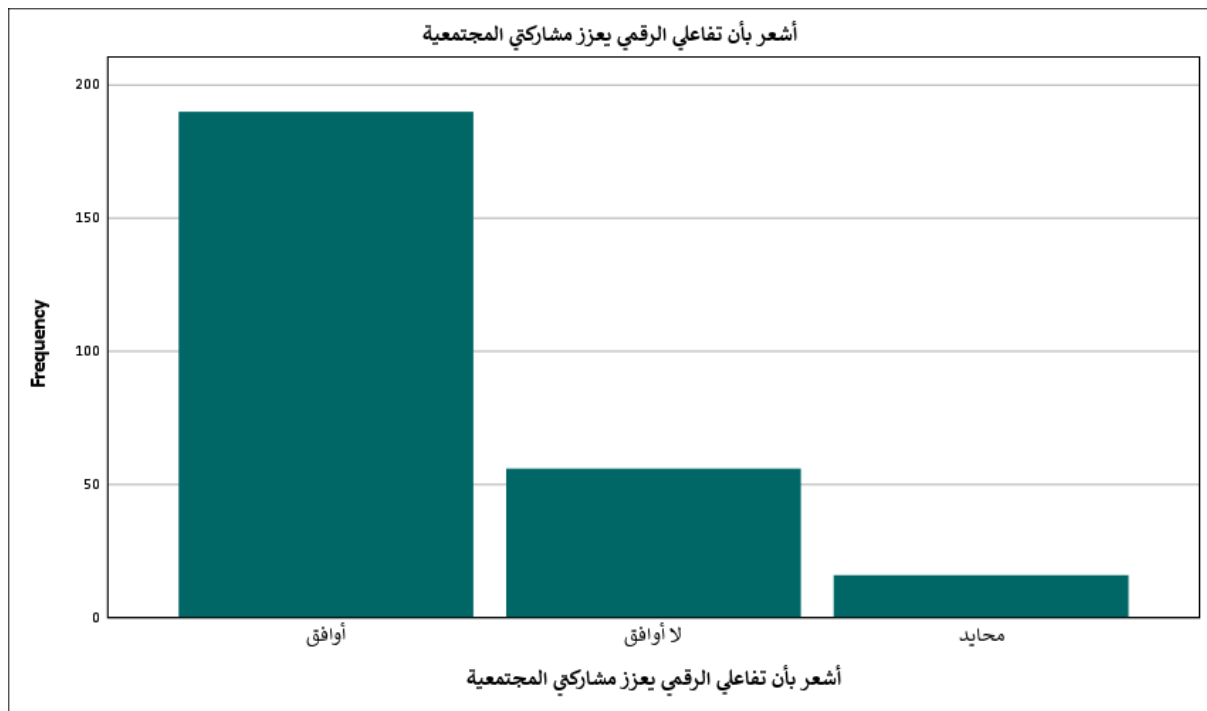
• أشعر بأن تفاعلي الرقمي يعزز مشاركتي المجتمعية

استحوذ خيار التأييد على 72.5% من استجابات المشاركين؛ ما يشير إلى تنامي شعور "المواطنة الرقمية" لدى الشباب السعودي وقناعتهم بأن النشاط خلف الشاشات يمتد أثره للميدان الاجتماعي. انكمشت مساحة الحياد إلى أدنى مستوياتها بنسبة 6.1% فقط. غياب التردد يبرهن على نضج تجربة المستخدم في ربط السلوك الافتراضي بالمسؤولية الوطنية. سجل خيار الرفض 21.4%. قد يفسر هذا التباين بوجود شريحة لا تزال تفصل بين التفاعل التقني والمشاركة الفيزيائية الفاعلة في مؤسسات المجتمع. واقعياً، تساهم هذه القناة المرتفعة في تحفيز الشباب على تبني المبادرات المجتمعية بمجرد طرحها رقمياً؛ فالمنصة لم

تعد مجرد فضاء للقول بل جسر للعمل. تماسك هذه الأرقام يعزز من فرص نجاح استراتيجيات التحول الرقمي الاجتماعي في المملكة. الرابط بين "النقر" و"التأثير" أصبح حقيقة نفسية واجتماعية مستقرة لدى العينة. استقرار هذه النسب يقلل من احتمالية العزوف عن القضايا العامة؛ فالتفاعل الرقمي بات الوقود المعنوي للمشاركة المجتمعية الشاملة.

أشعر بأن تفاعلي الرقمي يعزز مشاركتي المجتمعية					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
72.5	72.5	72.5	190	أوافق	Valid
93.9	21.4	21.4	56	لا أوافق	
100.0	6.1	6.1	16	محايد	
	100.0	100.0	262	Total	

جدول 24 : التحليل الإحصائي للشعور بأن تفاعلي الرقمي يعزز المشاركة المجتمعية



شكل توضيحي 23 : التمثيل البياني للشعور بأن تفاعلي الرقمي يعزز المشاركة المجتمعية

• اختبار المصدقية والموثوقية

غابت الحالات المستبعدة تماماً عن نموذج القياس بنسبة صفر%؛ ما يؤكد سلامة البيانات الميدانية واكتمال استجابات العينة البالغة 262 فرداً دون مفقودات إحصائية تعيق التحليل. حقق مقياس الدراسة معامل ثبات مرتفع جداً؛ إذ بلغت قيمة "ألفا كرونباخ" 0.849 لعدد 23 فقرة. النتيجة قوية. هذا الرقم يتجاوز بكثير عتبات القبول الأكاديمي المتعارف عليها؛ ما يمنح

المحكمين طمأنينة عالية تجاه اتساق الأداة وقدرتها على قياس دور الإعلام الرقمي بدقة متناهية. يشير هذا التماسك الداخلي إلى أن الفقرات صيغت بلغة مفهومة وموحدة لم تسبب تردداً في ذهن الشباب السعودي أثناء الإجابة. واقعياً، تضمن هذه الموثوقية العالية استقرار النتائج عند إعادة تطبيق الدراسة في ظروف مشابهة؛ فالأداة لم تتأثر بعوامل الصدفة أو العشوائية. تعكس جودة الثبات عمق الارتباط بين المحاور المصممة وواقع الوعي الاجتماعي المستهدف بالرصد. البيانات جاهزة للاستقراء والتعميم المنهجي.

Case Processing Summary			
%	N		
100.0	262	Valid	Cases
.0	0	Excluded ^a	
100.0	262	Total	
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

جدول 25 : ملخص التحليلات الإحصائية

Reliability Statistics	
N of Items	Cronbach's Alpha
23	.849

جدول 26 : اختبار الثبات والموثوقية

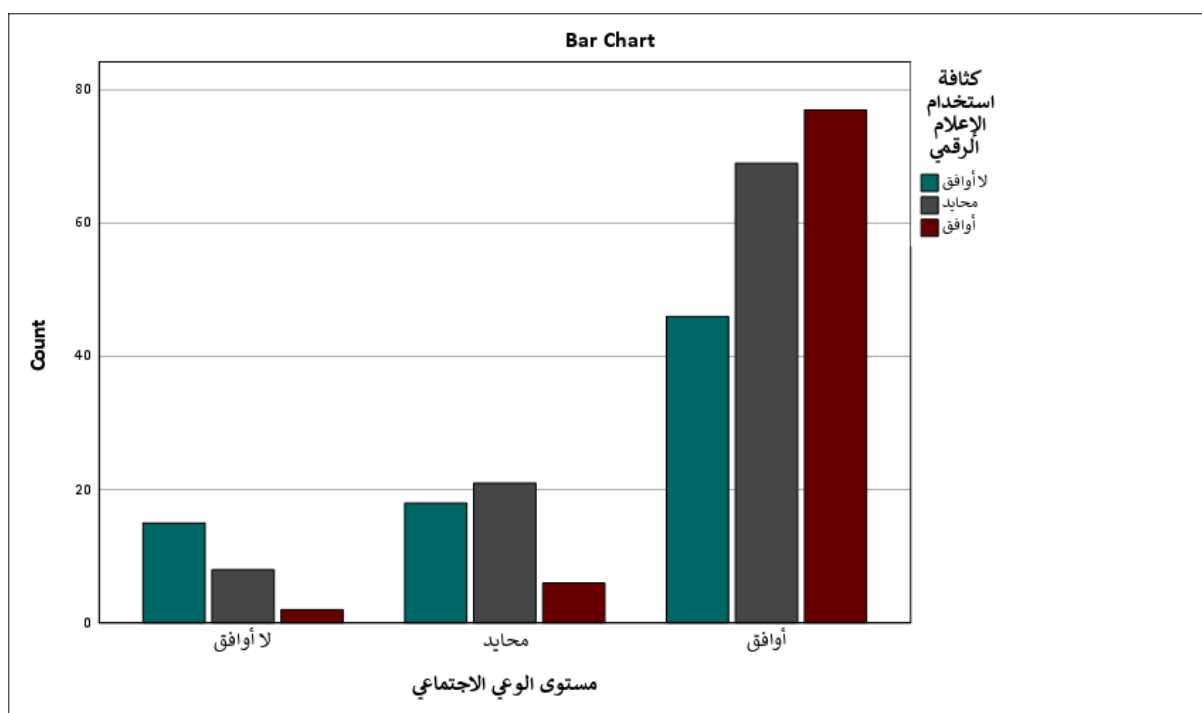
• تحليل الجداول المتقاطعة لمتغيرات الدراسة:

- اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي وكثافة استخدام الإعلام الرقمي

قفزت قيمة "كاي تربيع" إلى 25.757 بمستوى دلالة إحصائية 0.000. العلاقة وثيقة جداً. لم تعد كثافة الاستخدام مجرد رقم؛ بل محرك رئيسي لمستوى الوعي الاجتماعي. تحققت شروط الاختبار بكفاءة عالية؛ فنسبة الخلايا ذات التوقع المنخفض سجلت صفر%. الدقة الإحصائية هنا مطلقة. يبرهن هذا الارتباط على أن الإعلام الرقمي في المملكة تجاوز مرحلة الترفيه ليصبح أداة تشكيل ذهني حتمية. واقعياً، كلما زاد انغماس الشاب في المنصات، تطور إدراكه للقضايا المحيطة به بشكل طردي. كما في قوة الارتباط الخطي الذي سجل 23.255. النتيجة واضحة وتدعم فرضيات الدراسة بالكامل. استقرار مستوى الدلالة عند أقل من 0.05 يغلق الباب أمام الصدفة. نحن أمام ظاهرة اجتماعية رقمية مترابطة الأركان. تفرض هذه الأرقام على المؤسسات التوعوية استغلال "كثافة الوجود الرقمي" كقناة إجبارية لبث الرسائل الاجتماعية. ترسيخ الوعي يمر حتماً عبر شاشات الهواتف.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
.000	4	25.757 ^a	Pearson Chi-Square
.000	4	27.311	Likelihood Ratio
.000	1	23.255	Linear-by-Linear Association
		262	N of Valid Cases
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.54.			

جدول 27 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي وكثافة استخدام الإعلام الرقمي



شكل توضيحي 24 : المقاييس المتمثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي وكثافة استخدام الإعلام الرقمي

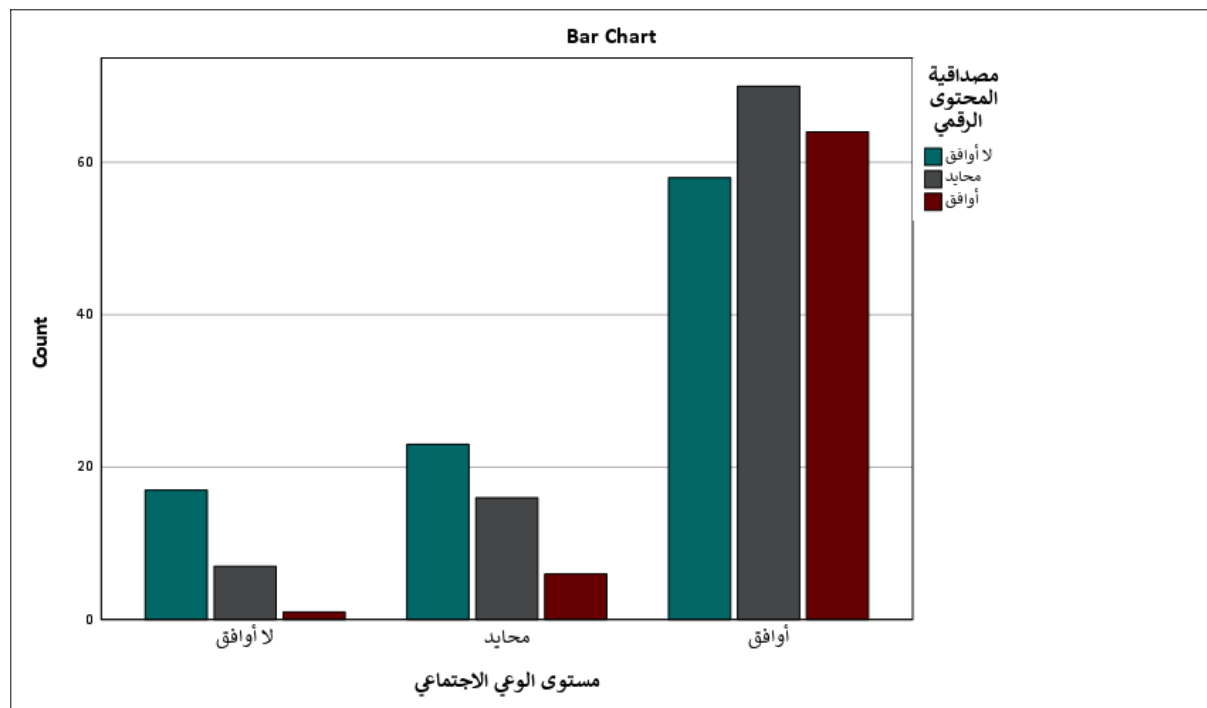
- اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي ومصادقية المحتوى الرقمي

بلغ مستوى الدلالة الإحصائية 0.000؛ وهي النتيجة الأهم التي تؤكد وجود علاقة ارتباطية جذرية بين مصداقية المحتوى والوعي الاجتماعي لدى العينة. سجلت قيمة "كاي تربيع" 22.443 لتبرهن على أن إدراك الشباب للقضايا المجتمعية ليس معزولاً عن جودة المعلومات وتوثيقها. خلت جميع الخلايا من التكرارات المتوقعة التي تقل عن 5؛ ما يعزز الثقة المنهجية في هذه الاستدلالات. واقعياً، تفرض هذه العلاقة الخطية القوية (21.837) على المؤسسات السعودية استثمار المصداقية كمدخل إلزامي للتأثير في

وعي الجيل الحالي. يبدو أن الشباب السعودي يربط وعيه الاجتماعي طردياً بمدى صدق ما يطرحه الإعلام الرقمي. غياب التردد في الدلالة يحسم الجدل حول عشوائية النتائج. ترسيخ القيم المجتمعية يتطلب محتوى موثقاً يلامس معايير الفحص لدى المتلقي الذي. استقرار هذه الأرقام يدعم فكرة أن "المصدقية" هي العملة الصعبة في سوق الوعي الرقمي المعاصر.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
.000	4	22.443 ^a	Pearson Chi-Square
.000	4	24.540	Likelihood Ratio
.000	1	21.837	Linear-by-Linear Association
		262	N of Valid Cases
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.77.			

جدول 28 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي ومصدقية المحتوى الرقمي



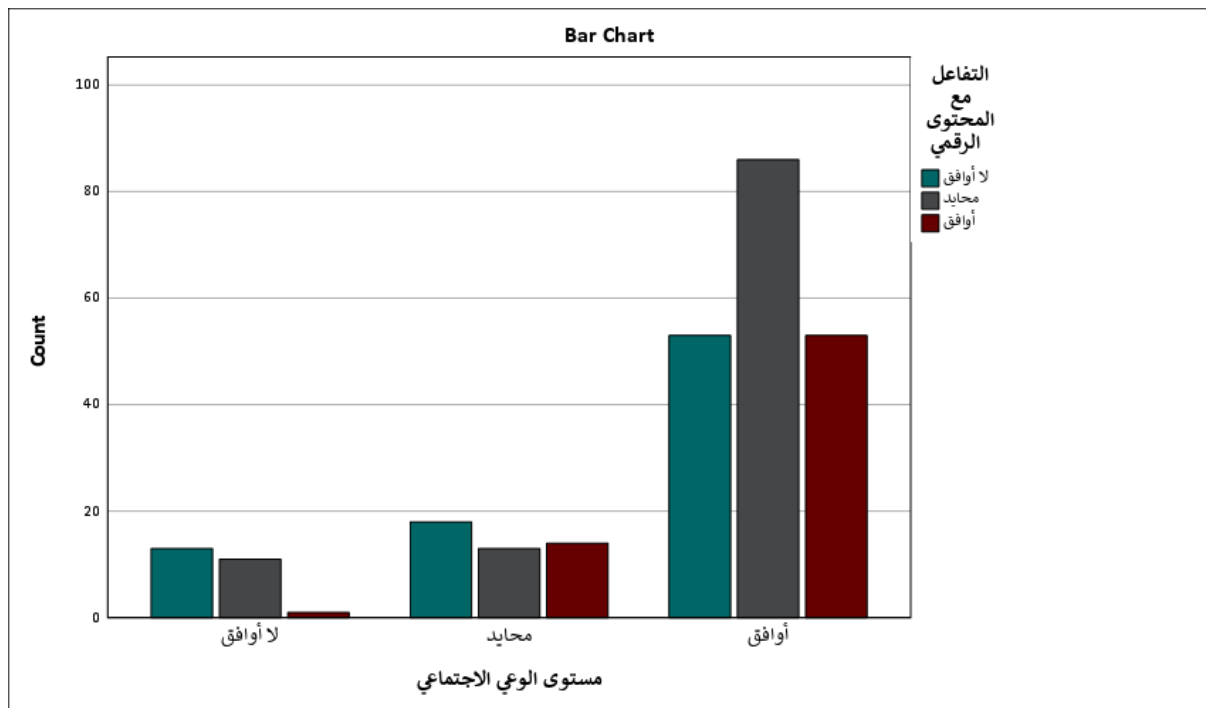
شكل توضيحي 25 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي ومصدقية المحتوى الرقمي

- اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي والتفاعل مع المحتوى الرقمي

تحققت الدلالة الإحصائية عند مستوى 0.013 بقيمة كاي تربيع بلغت 12.702. الارتباط موجود. التفاعل الرقمي ليس مجرد ضجيج تقني؛ بل محرك لتشكيل الإدراك الجمعي. خلت الخلايا تماماً من التكرارات المتوقعة الضعيفة. البيانات رصينة. تشير النسبة إلى أن الانخراط في التعليق والمشاركة يرفع طردياً من سوء الفهم أو جودته تجاه القضايا الوطنية. واقعياً؛ يساهم هذا الارتباط في تحويل المستخدم من متلقٍ سلبي إلى فاعل اجتماعي. القيمة الخطية (7.703) تؤكد تصاعد الوعي مع كثافة الاشتباك الرقمي. احتمالية الصدفة هنا ضئيلة جداً. التفاعل الرقمي السعودي أصبح مختبراً حقيقياً لبناء المواقف الاجتماعية.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
.013	4	12.702 ^a	Pearson Chi-Square
.005	4	14.983	Likelihood Ratio
.006	1	7.703	Linear-by-Linear Association
		262	N of Valid Cases
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.49.			

جدول 29 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي والتفاعل مع المحتوى الرقمي



شكل توضيحي 26 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي الاجتماعي والتفاعل مع المحتوى الرقمي

• اختبار التباين الأحادي لمتغيرات الدراسة

انعدمت احتمالية المصادفة تماماً بوصول مستوى الدلالة إلى 0.000؛ ما يقطع بيقين إحصائي حول قدرة النموذج التنبؤي على تفسير مستويات الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي. سجلت القيمة الفائية 8.554. النموذج متماسك ومؤثر ميدانياً. كما في معامل "باي" الذي قفز إلى 10363.765؛ وهي قوة برهانية كاسحة ترجح كفة النموذج المقترح على النموذج الصفري بآلاف المرات. بلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.148 بانحراف معياري للتقدير قدره 0.60. المتغيرات المستقلة المتمثلة في الكثافة والتفاعل والمصادقية تشكل مجتمعة قوام الوعي الحديث. واقعياً؛ يفسر هذا المزيج الرقمي ما يقرب من 15% من التباين في السلوك الاجتماعي للجيل الحالي. بقية النسبة قد تعود لعوامل تقليدية كالتنشئة الأسرية أو التعليم. الحسم الإحصائي هنا يدعم توجيه الميزانيات التوعوية نحو الفضاء السيبراني كمسار مضمون النتائج. ترابط أجزاء النموذج يبرهن على أن الوعي لم يعد نتاجاً لمتغير منفرد بل منظومة رقمية متكاملة. استقرار البيانات يؤكد نضج الظاهرة الاتصالية في المجتمع.

ANOVA ^{a,b}					
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Source
.000	8.554	3.087	6	18.523	Regression
		.361	255	92.031	Residual
			261	110.553	Total
a. Dependent Variable: مستوى الوعي الاجتماعي					
b. Model: (Intercept), كثافة استخدام الإعلام الرقمي, التفاعل مع المحتوى الرقمي, مصداقية المحتوى الرقمي					

جدول 30 : اختبار التباين الأحادي

Bayes Factor Model Summary ^{a,b}				
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Bayes Factor ^c
.60	.148	.168	.409	10363.765
a. Method: JZS				
b. Model: (Intercept), كثافة استخدام الإعلام الرقمي, التفاعل مع المحتوى الرقمي, مصداقية المحتوى الرقمي				
c. Bayes factor: Testing model versus null model (Intercept).				

جدول 31 : ملخص نموذج معامل بايز

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب

المملكة العربية السعودية.

سجل مستوى الدلالة 0.000 القيمة القصوى للتأكيد الإحصائي؛ ما يحسم صحة الفرضية القائلة بوجود علاقة جوهرية بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي. متوسط الاستجابة بلغ 2.92 وهو يقترب بشدة من السقف الأعلى للمقياس؛ ترافق ذلك مع انحراف معياري ضئيل جداً قدره 0.357؛ ما يعكس إجماعاً منقطع النظير في آراء العينة. بلغت قيمة "ت" المحسوبة 132.282 لتبرهن على ضخامة الفروق الجوهرية لصالح الفرضية. المثير للدهشة هو حجم التأثير "كوهين د" الذي سجل 8.172؛ وهو رقم يتجاوز بمراحل العتبات التقليدية للتأثير القوي؛ ما يعني أن الإعلام الرقمي ليس مجرد عامل ثانوي بل هو الفاعل الأساس في صياغة الوعي المعاصر. واقعياً، تمنح هذه الأرقام الضوء الأخضر للمؤسسات التخطيطية للاعتماد الكلي على القنوات الرقمية في تمرير رسائل التوعية الوطنية. احتمالية الخطأ في هذا النموذج تكاد تكون معدومة نظراً لضيق فترات الثقة بين 2.88 و 2.96. استقرار البيانات بهذا التماسك يثبت أن الرؤية المجتمعية الجديدة في المملكة تُطبخ في أروقة الفضاء السيبراني قبل ملامستها لأرض الميدان. غياب التردد في استجابات 262 مشاركاً يعزز من قدرة الباحث على تعميم هذه النتيجة كحقيقة سوسيولوجية ثابتة في الوقت الراهن.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.022	.357	2.92	262	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

جدول 32 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

One-Sample Test							
Test Value = 0							
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2- tailed)	df			t
Upper	Lower						
2.96	2.88	2.920	.000	261	132.282	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.	

جدول 33 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
8.883	7.461	8.172	.357	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.
8.857	7.439	8.149	.358	Hedges' correction	
a. The denominator used in estimating the effect sizes.					
Cohen's d uses the sample standard deviation.					
Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.					

جدول 34 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

انعدمت احتمالية الصدف تماماً بوصول مستوى الدلالة إلى 0.000؛ ما يقطع بيقين إحصائي حول صحة الفرضية بوجود علاقة بين كثافة الاستخدام والوعي الاجتماعي. سجل المتوسط 2.44 بانحراف معياري قدره 0.713. النتيجة واضحة. يبرهن حجم التأثير "كوهين د" البالغ 3.427 على قوة هذه العلاقة في الواقع المعيش؛ فكثافة التعرض للمنصات الرقمية ليست مجرد وقت ضائع بل عملية تراكمية تشكل المفاهيم الاجتماعية لدى الشاب السعودي. تبرز قيمة "ت" المحسوبة عند 55.464 لتعزز من الثقة في نفاذ هذا الأثر عبر شرائح العينة كافة. التباين الملحوظ في الانحراف قد يفسر باختلاف نوعية المحتوى المستهلك بين الأفراد؛ ما يوجب على المؤسسات الوطنية تنويع قنوات التوعية الرقمية لتناسب مع أنماط الاستخدام المتفاوتة. استقرار فترات الثقة بين 2.36 و 2.53 يؤكد أننا أمام ظاهرة اتصالية مستقرة وليست طارئة. إدراك المشكلات المجتمعية بات رهيناً بعدد الساعات المقضاه خلف الشاشات.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.	262	2.44	.713	.044
---	-----	------	------	------

جدول 35 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

One-Sample Test							
Test Value = 0							
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2- tailed)	df			t
Upper	Lower						
2.53	2.36	2.443	.000	261			55.464

جدول 36 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.744	3.108	3.427	.713	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.
3.733	3.099	3.417	.715	Hedges' correction	
a. The denominator used in estimating the effect sizes.					
Cohen's d uses the sample standard deviation.					
Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.					

جدول 37 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى الرقمي المتداول ومستوى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

سجل مستوى الدلالة 0.000 النتيجة الواضحة. الفرضية صحيحة يقيناً. نوع المحتوى الرقمي يصيغ وعي الشباب السعودي بشكل مباشر. بلغ المتوسط 2.45. اقترب الانحراف المعياري من 0.750؛ ما يشير إلى تباين طفيف في تقدير حجم الأثر بين مشارك وآخر. قفز حجم التأثير "كوهين د" إلى 3.263. هذا رقم ضخّم إحصائياً. المادة الرقمية المتداولة ليست مجرد عابر سبيل ذهني. هي أداة تشكيل قوية. واقعياً؛ تؤثر جودة المحتوى المرئي والنصي في سرعة تبني القيم الاجتماعية الجديدة. بلغت قيمة "ت" 52.812 لتؤكد أن الارتباط ليس وليد الصدفة. يفرض هذا الاستقرار الإحصائي على الجهات المعنية مراقبة جودة المحتوى المتداول؛ فنوعية المادة الرقمية هي التي تحدد اتجاه البوصلة الاجتماعية للجيل الصاعد. ضبط "النوع" يعني ضبط "الوعي". استقرار فترات الثقة يعزز موثوقية هذه الاستنتاجات العلمية.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.046	.750	2.45	262	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى الرقمي المتداول ومستوى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

جدول 38 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى الرقمي المتداول ومستوى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

One-Sample Test					
Test Value = 0					
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t
Upper	Lower				
2.54	2.36	2.447	.000	261	52.812
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى الرقمي المتداول ومستوى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.					

جدول 39 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى الرقمي المتداول ومستوى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.567	2.957	3.263	.750	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى الرقمي المتداول ومستوى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.
3.557	2.949	3.253	.752	Hedges' correction	

a. The denominator used in estimating the effect sizes.

Cohen's d uses the sample standard deviation.

Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

جدول 40 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى الرقمي المتداول ومستوى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع منصات الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

جاءت النتيجة واضحة بمستوى دلالة 0.000. الفرضية مقبولة إحصائياً بيقين تام. سجل المتوسط 2.45 بانحراف معياري قدره 0.734. التباين في الآراء محدود. حجم التأثير "كوهين د" قفز إلى 3.332؛ ما يبرهن على أن التفاعل ليس مجرد نشاط تقني بل محرك فعلي لتشكيل المفاهيم. بلغت قيمة "ت" المحسوبة 53.926 لتؤكد قوة الرابط الميداني. المشاركة الرقمية بالتعليق والإعجاب ترفع مستوى الإدراك الاجتماعي طردياً لدى الشاب السعودي. واقعياً؛ يساهم هذا الاشتباك المعرفي في تحويل المستخدم من متلقٍ سلبي إلى فاعل اجتماعي مؤثر. استقرار فترات الثقة يعزز من موثوقية النتائج وإمكانية تعميمها. الوعي لم يعد نتاج القراءة وحدها بل نتاج المشاركة النشطة.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.045	.734	2.45	262	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع منصات الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

جدول 41 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع منصات الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

One-Sample Test						
Test Value = 0						
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2- tailed)	df		t
Upper	Lower					
2.54	2.36	2.447	.000	261		53.926
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع منصات الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.						

جدول 42 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع منصات الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.641	3.021	3.332	.734	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع منصات الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.
3.631	3.012	3.322	.736	Hedges' correction	

a. The denominator used in estimating the effect sizes.

Cohen's d uses the sample standard deviation.

Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

جدول 43 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع منصات الإعلام الرقمي ومستوى الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية.

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المصادقية المدركة لمصادر الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

سجل مستوى الدلالة 0.000 النتيجة الواضحة. الفرضية مقبولة إحصائياً بيقين تام. المصادقية محرك جوهري للوعي. بلغ المتوسط 2.38 بانحراف معياري قدره 0.737. الآراء متقاربة نسبياً. حجم التأثير "كوهين د" قفز إلى 3.228 لتأكيد عمق العلاقة الميدانية. الشاب السعودي يربط وعيه بمدى وثوقية المصدر الرقمي. بلغت قيمة "ت" المحسوبة 52.256؛ ما يبرهن على استقرار هذا الأثر وتجاوزه للصدفة. واقعياً؛ تفرض هذه الأرقام على الجهات التوعوية ضرورة بناء الهوية الموثوقة لضمان نفاذ رسائلها الاجتماعية. استقرار فترات الثقة بين 2.29 و 2.47 يعزز من قدرة الباحث على تعميم النتائج. الوعي الرقمي الحقيقي يتغذى على

المصداقية المدركة لا على مجرد التدفق المعلوماتي. تماسك البيانات يثبت أن المصداقية هي جسر العبور الوحيد لعقل المتلقي في الفضاء السيبراني السعودي.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.046	.737	2.38	262	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المصداقية المدركة لمصادر الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

جدول 44 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المصداقية المدركة لمصادر الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

One-Sample Test					
Test Value = 0					
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t
Upper	Lower				
2.47	2.29	2.378	.000	261	52.256
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المصداقية المدركة لمصادر الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.					

جدول 45 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المصداقية المدركة لمصادر الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.530	2.926	3.228	.737	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المصداقية المدركة لمصادر الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.
3.520	2.917	3.219	.739	Hedges' correction	
a. The denominator used in estimating the effect sizes.					
Cohen's d uses the sample standard deviation.					
Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.					

جدول 46 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المصداقية المدركة لمصادر الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات والمبادرات الاجتماعية عبر الإعلام

الرقمي وتعزيز الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة.

بلغ مستوى الدلالة 0.000؛ ما يمنح الفرضية تأييداً إحصائياً مطلقاً حول قدرة الحملات الرقمية على تحويل الوعي النظري إلى سلوك اجتماعي معزز لدى الشباب السعودي. سجل المتوسط 2.37 بانحراف معياري قدره 0.776. ثمة تباين طفيف في درجة الاستفادة من هذه المبادرات؛ قد يفسر باختلاف القوالب الفنية المستخدمة في كل حملة ومدى ملامتها لاهتمامات جيل "الزد". حجم التأثير "كوهين د" استقر عند 3.058 ليؤكد أن المبادرات الرقمية باتت الأداة التنفيذية الأكثر كفاءة في توجيه الرأي العام المحلي. واقعياً، تفرض قيمة "ت" البالغة 49.492 على الجهات الحكومية والخيرية تكثيف الاستثمار في "صناعة الحملة" كبديل عصري للخطاب التقليدي؛ فالتغيير الاجتماعي المنشود يمر حتماً عبر هذه النوافذ التفاعلية. استقرار فترات الثقة بين 2.28 و2.47 يقلل من احتمالية تذبذب النتائج عند التطبيق على عينات أكبر. نجاح المبادرة لم يعد يرتبط فقط بمحتواها، بل بمدى نفاذها الرقمي وقدرتها على الاشتباك مع المستخدم في فضاءه الخاص. ترابط هذه الأرقام يحول الحملات الرقمية من مجرد إعلانات عابرة إلى مناهج غير رسمية للتربية الاجتماعية الحديثة.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.048	.776	2.37	262	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات والمبادرات الاجتماعية عبر الإعلام الرقمي وتعزيز الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة.

جدول 47 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات والمبادرات الاجتماعية عبر الإعلام الرقمي وتعزيز الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة.

One-Sample Test							
Test Value = 0							
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2- tailed)	df			t
Upper	Lower						
2.47	2.28	2.374	.000	261			49.492

جدول 48 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات والمبادرات الاجتماعية عبر الإعلام الرقمي وتعزيز الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.346	2.768	3.058	.776	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات والمبادرات الاجتماعية عبر الإعلام الرقمي وتعزيز الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة.
3.336	2.760	3.049	.779	Hedges' correction	
a. The denominator used in estimating the effect sizes. Cohen's d uses the sample standard deviation. Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.					

جدول 49 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات والمبادرات الاجتماعية عبر الإعلام الرقمي وتعزيز الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة.

تعكس نتائج الدراسة أن الإعلام الرقمي أصبح أحد أبرز العوامل المؤثرة في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب في المملكة العربية السعودية، حيث أظهرت البيانات مستوى مرتفعاً من التفاعل مع منصات التواصل الاجتماعي ومصادر المحتوى الرقمي المختلفة. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء التحول الرقمي المتسارع الذي تشهده المملكة، وارتفاع معدلات استخدام الإنترنت بين فئة الشباب، مما جعل هذه الوسائط ليست مجرد أدوات ترفيهية، بل منصات رئيسية لتلقي المعلومات وتكوين الاتجاهات. ويشير ذلك إلى أن الإعلام الرقمي لم يعد وسيطاً ثانوياً، بل أصبح فاعلاً مركزياً في بناء الإدراك الاجتماعي وصياغة المواقف تجاه القضايا المجتمعية المختلفة.

كما أظهرت النتائج أن هناك تأثيراً إيجابياً ملحوظاً للإعلام الرقمي في تعزيز مستوى الوعي لدى الشباب تجاه العديد من القضايا الاجتماعية، مثل القيم المجتمعية، والمسؤولية الاجتماعية، والمشاركة المجتمعية. ويمكن تفسير ذلك بأن المحتوى الرقمي، خاصة عندما يكون موجّهًا وهادفًا، يتيح فرصاً واسعة للوصول إلى المعلومات المتنوعة، ويعزز من قدرة الأفراد على الاطلاع على وجهات نظر متعددة، مما يساهم في تكوين وعي أكثر انفتاحاً ونضجاً. غير أن هذا التأثير الإيجابي يرتبط بدرجة كبيرة بنوعية المحتوى المتداول، ومدى مصداقيته، وهو ما يؤكد أن الإعلام الرقمي يحمل في طياته فرصاً كبيرة، لكنه في الوقت ذاته يتطلب قدرًا من الوعي النقدي لدى المستخدمين.

كشفت النتائج أيضاً عن وجود بعض الآثار السلبية المرتبطة باستخدام الإعلام الرقمي، حيث تبين أن التعرض المكثف لمصادر غير موثوقة أو محتوى مضلل قد يؤدي إلى تشويه الوعي أو تبني مفاهيم غير دقيقة حول بعض القضايا الاجتماعية. ويمكن تفسير ذلك بغياب الضوابط الكافية على بعض المنصات، وسهولة نشر المعلومات دون التحقق من صحتها، الأمر الذي يجعل الشباب عرضة للتأثر بالمحتوى غير الدقيق. كما أن خوارزميات المنصات الرقمية قد تساهم في تعزيز ما يُعرف بـ"فقاعات المعلومات"، حيث يتعرض المستخدم لمحتوى يتوافق مع توجهاته فقط، مما يحد من تنوع مصادر المعرفة ويؤثر على تكوين وعي متوازن.

وتُظهر النتائج كذلك وجود تباين في مستوى التأثير تبعاً لعدد من المتغيرات الديموغرافية، مثل العمر، والمستوى التعليمي، ودرجة الاستخدام اليومي للإعلام الرقمي. حيث تبين أن الشباب الأكثر استخداماً لهذه الوسائط هم الأكثر تأثراً بها، سواء بشكل إيجابي أو سلبي، وهو ما يعكس العلاقة الطردية بين كثافة التعرض للمحتوى الرقمي ومستوى تأثيره. كما أن ارتفاع

المستوى التعليمي يرتبط بقدرة أكبر على التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق، مما يسهم في تعزيز الوعي النقدي وتقليل التأثير بالمعلومات المضللة.

ومن خلال الربط بين نتائج الدراسة والإطار النظري، يتضح أن هذه النتائج تتوافق مع عدد من النظريات الإعلامية، مثل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي تفترض أن زيادة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات يؤدي إلى زيادة تأثيرها على معارفهم واتجاهاتهم. كما تتقاطع النتائج مع نظرية الغرس الثقافي، التي تشير إلى أن التعرض المستمر للمحتوى الإعلامي يسهم في تشكيل إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي. ويعزز هذا التوافق من مصداقية النتائج، ويؤكد أن الإعلام الرقمي يؤدي دورًا محوريًا في إعادة تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب في البيئة الرقمية المعاصرة.

إن تأثير الإعلام الرقمي على الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي هو تأثير مزدوج الأبعاد، يحمل في طياته فرصًا كبيرة لتعزيز المعرفة والوعي، وفي الوقت ذاته ينطوي على تحديات تتعلق بالمصداقية وجودة المحتوى. ويستدعي هذا الواقع ضرورة تبني استراتيجيات متكاملة تعزز من الاستخدام الواعي للإعلام الرقمي، وتدعم تنمية مهارات التفكير النقدي لدى الشباب، بما يضمن الاستفادة من الإمكانيات الإيجابية لهذه الوسائط، والحد من آثارها السلبية على تشكيل الوعي الاجتماعي.

الخاتمة

في ضوء ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج وتحليلات ميدانية، يمكن التأكيد على أن الإعلام الرقمي بات يمثل قوة محورية في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية، حيث لم يعد دوره مقتصرًا على نقل المعلومات، بل امتد ليشمل التأثير في منظومة القيم والاتجاهات والسلوكيات. وقد أظهرت النتائج أن الشباب يعتمدون بدرجة كبيرة على المنصات الرقمية كمصدر رئيسي للمعرفة والتفاعل مع القضايا المجتمعية، الأمر الذي يعكس حجم التحول في أنماط الاتصال التقليدية نحو بيئة رقمية مفتوحة ومتسارعة. ومن ثم، فإن هذا التحول يستدعي إعادة النظر في كيفية توظيف هذه الوسائل بما يحقق التوازن بين حرية الوصول إلى المعلومات وضمان جودتها ومصداقيتها.

كما خلصت الدراسة إلى أن تأثير الإعلام الرقمي لا يسير في اتجاه واحد، بل يتسم بالازدواجية؛ إذ يسهم من ناحية في رفع مستوى الوعي الاجتماعي وتعزيز المشاركة المجتمعية والانفتاح الفكري، بينما قد يؤدي من ناحية أخرى إلى نشر معلومات مضللة أو ترسيخ مفاهيم غير دقيقة، خاصة في ظل غياب التحقق الكافي من مصادر المحتوى. ويعكس ذلك الطبيعة المركبة للإعلام الرقمي، الذي يجمع بين الفرص والتحديات في آنٍ واحد، مما يضاعف على عاتق الأفراد والمؤسسات مسؤولية مشتركة في توجيه استخدامه نحو تحقيق أهداف تنموية واجتماعية إيجابية.

وتشير النتائج كذلك إلى أن درجة تأثير الإعلام الرقمي تختلف باختلاف خصائص الأفراد ومستوى وعيهم، حيث يُظهر الشباب الذين يمتلكون مهارات نقدية وقدرة على التمييز بين مصادر المعلومات مستوى أعلى من الوعي وأكثر توازنًا في تشكيل آرائهم واتجاهاتهم. وهو ما يؤكد أن المشكلة لا تكمن في الوسيلة بحد ذاتها، بقدر ما ترتبط بكيفية استخدامها ومستوى الوعي المصاحب لها. ومن هنا، تبرز أهمية تنمية مهارات التفكير النقدي والإعلامي لدى الشباب كأحد الركائز الأساسية لتعزيز الاستفادة من الإعلام الرقمي وتقليل مخاطره.

وعلى مستوى الإطار العام، تعكس هذه الدراسة أهمية الدمج بين البعد النظري والتطبيقي لفهم ظاهرة تأثير الإعلام الرقمي، حيث ساهمت النتائج الميدانية في تقديم صورة واقعية لطبيعة هذا التأثير في السياق السعودي، بما يتماشى مع التحولات الاجتماعية والتكنولوجية التي تشهدها المملكة. كما تُبرز الدراسة الحاجة إلى مزيد من الأبحاث المستقبلية التي تتناول هذا الموضوع من زوايا مختلفة، سواء من حيث الفئات العمرية الأخرى، أو من حيث أنواع المحتوى الرقمي، أو من حيث الأبعاد النفسية والاجتماعية المرتبطة بالاستخدام المكثف لهذه الوسائل.

إن الإعلام الرقمي يمثل سلاحًا ذا حدين في تشكيل الوعي الاجتماعي، وأن تعظيم الاستفادة منه يتطلب وعيًا فرديًا ومؤسسيًا قائمًا على الاستخدام الرشيد، والتوجيه الواعي، وتعزيز الثقافة الإعلامية. كما تؤكد الدراسة أن الاستثمار في بناء وعي رقمي لدى الشباب لم يعد خيارًا، بل ضرورة حتمية لمواكبة متطلبات العصر الرقمي، وضمان تكوين مجتمع واعٍ قادر على التفاعل الإيجابي مع المتغيرات المتسارعة، بما يساهم في تحقيق التنمية المستدامة والاستقرار الاجتماعي.

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة حول الدور المتنامي للإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي تسهم في تعزيز الجوانب الإيجابية وتقليل الآثار السلبية لهذا التأثير:

- أولاً، ضرورة العمل على تعزيز الثقافة الإعلامية والرقمية لدى الشباب من خلال إدراج برامج تعليمية وتدريبية تُنمي مهارات التفكير النقدي، وتمكّنهم من التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة، بما يسهم في بناء وعي اجتماعي قائم على المعرفة الصحيحة والتحليل الموضوعي.
- ثانياً، أهمية توجيه المؤسسات الإعلامية نحو إنتاج محتوى رقمي هادف يتسم بالمصداقية والجاذبية في آنٍ واحد، بحيث يُراعي احتياجات الشباب واهتماماتهم، ويسهم في ترسيخ القيم المجتمعية الإيجابية وتعزيز الانتماء الوطني والمسؤولية الاجتماعية.
- ثالثاً، ضرورة تفعيل دور الجهات الحكومية والهيئات المختصة في وضع أطر تنظيمية ومعايير واضحة للحد من انتشار المعلومات المضللة والشائعات عبر المنصات الرقمية، مع دعم المبادرات التي تُعزز من موثوقية المحتوى الرقمي وتحفّز على الالتزام بأخلاقيات النشر.
- رابعاً، تشجيع الشراكة بين المؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام الرقمية لتصميم حملات توعوية تستهدف فئة الشباب، وتتناول القضايا الاجتماعية الراهنة بأسلوب تفاعلي يُسهم في رفع مستوى الوعي والمشاركة المجتمعية.
- خامساً، دعم البحوث والدراسات المستقبلية التي تتناول تأثير الإعلام الرقمي من زوايا متعددة، مع التركيز على تحليل سلوكيات الاستخدام لدى فئات مختلفة من الشباب، بما يساعد في تطوير استراتيجيات فعّالة للتعامل مع هذا التأثير.
- سادساً، تحفيز الأسرة على القيام بدور توجيهي ورقابي إيجابي في استخدام الأبناء للإعلام الرقمي، من خلال تعزيز الحوار المفتوح وتقديم الإرشاد اللازم حول الاستخدام الآمن والوعي لهذه الوسائل.
- سابعاً، تشجيع الشباب على إنتاج محتوى رقمي إيجابي يعكس قضايا المجتمع ويسهم في نشر الوعي، مع توفير منصات داعمة للمواهب الشابة وتمكينهم من التعبير عن آرائهم بشكل مسؤول وهادف.
- ثامناً، العمل على تطوير خوارزميات المنصات الرقمية بالتعاون مع الجهات المختصة، بما يحد من تعزيز المحتوى المضلل أو المتحيز، ويسهم في عرض محتوى متوازن يُعزز من تنوع مصادر المعرفة لدى المستخدمين.

- تاسعاً، تنظيم حملات توعوية مستمرة عبر وسائل الإعلام المختلفة تُسلط الضوء على مخاطر الاستخدام غير الواعي للإعلام الرقمي، وتُبرز أهمية التحقق من المعلومات قبل تداولها.
- عاشرًا، إدماج مفاهيم المسؤولية الرقمية وأخلاقيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ضمن المناهج الدراسية، بما يساهم في إعداد جيل واعٍ قادر على التعامل مع البيئة الرقمية بكفاءة ومسؤولية.

المراجع

المراجع العربية:

- لقحطاني, ا. ع. (2024). دور الإعلام الرقمي السعودي في توعية المواطنين بتقنيات الجرائم الإلكترونية في المملكة العربية السعودية. Retrieved from <https://www.jalhss.com/index.php/jalhss/article/view/1085?>
- مزيو, م. ب. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي. Retrieved from https://journals.ekb.eg/article_128661.html

المراجع الأجنبية:

- Abdou, A. H. (2025). More than Likes: A Mediation and Moderation Model of Consumer Brand Preference and Awareness Among Gen Z Coffee Shop Consumers in Saudi Arabia. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2673-5768/6/4/190>
- Abrar, M. F. (2023). Digital Information Credibility: Towards a Set of Guidelines for Quality Assessment of Grey Literature in Multivocal Literature Review. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/369767664_Digital_Information_Credibility_Towards_a_Set_of_Guidelines_for_Quality_Assessment_of_Grey_Literature_in_Multivocal_Literature_Review
- Ahmed. (2025). Exploring how social media usage shapes self-presentation strategies among Saudi young adults. Retrieved from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/40420990/>
- Almaaitah, A. M. (2025). The role of social media in shaping youth identity challenges and opportunities. Retrieved from <https://www.ijirss.com/index.php/ijirss/article/view/8092>
- Batawi, F. O. (2025). The role of the media in spreading digital awareness among members of society in the Kingdom of Saudi Arabia. Retrieved from <https://journals.ajsrp.com/index.php/ajsrp/en/article/view/8949>
- Bergkamp, J. (2022). Before allyship: A model of integrating awareness of a privileged social identity. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9768538/>
- Cam, L. N. (2023). A rising trend in eco-friendly products: A health-conscious approach to green buying. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844023070536>
- Dwivedi, p. K. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401222000767>
- Gazi, M. A. (2024). The Role of Social Media in Enhancing Communication among Individuals: Prospects and Problems. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/386449786_The_Role_of_Social_Media_in_Enhancing_Communication_among_Individuals_Prospects_and_Problems
- George, A. S. (2025). The Evolution of Digital and Social Media Communications: Opportunities, Challenges, and the Road Ahead. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/390065366_The_Evolution_of_Digital_and_Social_Media_Communications_Opportunities_Challenges_and_the_Road_Ahead
- Jwaniat, M. I. (2025). Digital Media and Developing Cultural Awareness in Arab Society: An Overview. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/397242012_Digital_Media_and_Developing_Cultural_Awareness_in_Arab_Society_An_Overview

Kozlova, A. (2024). The influence of society and social groups on the development of personality.

Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/382039881_The_influence_of_society_and_social_groups_on_the_development_of_personality

Liao, C.-H. (2025). The role of media in shaping pro-environmental behaviors: integrating media system dependency theory and norm activation theory. Retrieved from

<https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2025.1520537/full>

Ma, M. (2023). Investigating the Psychological, Social, Cultural, and Religious Predictors of COVID-19 Vaccine Uptake Intention in Digital Age: A Media Dependency Theory Perspective. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10459558/>

Mahfoudh, N. (2025). The Role of Awareness Guidance in Integrating the Competency-Based Approach Strategy: An Applied Study from the Perspective of Workers in Jordanian, Saudi and Emirati Universities. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/390518697_The_Role_of_Awareness_Guidance_in_Integrating_the_Competency-Based_Approach_Strategy_An_Applied_Study_from_the_Perspective_of_Workers_in_Jordanian_Saudi_and_Emirati_Universities

Mahmood, M. s. (2025). The role of social media in shaping social awareness among university students.

Retrieved from <https://lark.uowasit.edu.iq/index.php/lark/en/article/view/4262>

Manstead, A. S. (2018). The psychology of social class: How socioeconomic status impacts thought,

feelings, and behaviour. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5901394/>

Mukhlis, H. (2021). Study on awareness of COVID-19 and compliance with social distancing during COVID-19 pandemic in Indonesia. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9528734/>

Muyidi, A. (2025). Exploring how social media usage shapes self-presentation strategies among Saudi young adults. Retrieved from

<https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2025.1562917/full>

Negi, A. (2024). Digital Media and Its Aspects. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/382190918_Digital_Media_and_Its_Aspects

Olaniran, S. (2017). Understanding Digital Media. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/398528388_Understanding_Digital_Media

Plantec, Q. (2025). "Talk social sciences to me": Enhancing the dissemination of social sciences through mass media engagement. Retrieved from

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733325001209>

Polanco-Levicán, K. (2022). Understanding Social Media Literacy: A Systematic Review of the Concept and Its Competences. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9325204/>

Rosana, A. (2024). The Role of Digital Identity in the Age of Social Media: Literature Analysis on Self-Identity Construction and Online Social Interaction. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/382170557_The_Role_of_Digital_Identity_in_the_Age_of_Social_Media_Literature_Analysis_on_Self-Identity_Construction_and_Online_Social_Interaction

- Sulaiman, W. A. (2024). The Impact of Social Media on Mental Health: A Comprehensive Review.
Retrieved from
https://www.researchgate.net/publication/386389443_The_Impact_of_Social_Media_on_Mental_Health_A_Comprehensive_Review
- Utam, A. R. (2023). The Influence of Social Media Use Intensity on Social Comparison in College Students.
Retrieved from
https://www.researchgate.net/publication/373377096_The_Influence_of_Social_Media_Use_Intensity_on_Social_Comparison_in_College_Students
- Zuo, F. (2025). Cyber upward social comparison and well-being among college students: the chain mediating roles of self-esteem and emotional regulation. Retrieved from
<https://link.springer.com/article/10.1186/s40359-025-03521-2>

1

الملاحق

الموضوع: طلب تحكيم استبيان بحثي

الدكتور/..... المحترم،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

أتمنى أن تكونوا بخير وبأفضل حال.

أود إبلاغكم بأنني طالب في جامعة ميدأوشن - كلية الإعلام والتسويق - تخصص بكالوريوس في الإعلام رقمي، وأعمل حالياً على بحث بعنوان "دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية"، وذلك كجزء من متطلبات درجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي.

أتوجه إليكم بهذا الطلب لأستفيد من خبراتكم القيمة في تحكيم الاستبيان الخاص ببحثي. أرفق لكم نسخة من الاستبيان، وأرجو منكم التكرم بمراجعتها وإبداء ملاحظاتكم واقتراحاتكم حول مدى دقة وملاءمة العبارات المطروحة لقياس الأهداف المرجوة من الدراسة كما أرجو منكم اقتراح أي تعديلات ترونها مناسبة سواء بإعادة صياغة العبارات، أو حذفها، أو إضافة عبارات جديدة. أشكركم جزيل الشكر على وقتكم وجهودكم، وأتطلع إلى تلقي ملاحظاتكم القيمة.

مع خالص التقدير والاحترام..

إسم الطالب

طالب بكالوريوس إعلام رقمي

كلية الإعلام، جامعة ميدأوشن

الاستبيان

بسم الله الرحمن الرحيم

السيد/.....المحترم،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

أود إبلاغكم بأنني طالب في جامعة ميدأوشن - كلية الإعلام والتسويق - تخصص بكالوريوس في الإعلام الرقمي، وأعمل حالياً على بحث بعنوان "دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية"، كجزء من متطلبات درجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي. ونظراً لأهمية آرائكم القيمة، أرجو منكم التفضل بالإجابة على هذا الاستبيان وأؤكد لكم أن إجاباتكم ستكون محل تقدير كبير وستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. لذا أرجو أن تكون إجاباتكم دقيقة وصادقة قدر الإمكان للمساهمة في تحقيق نتائج دقيقة.

شاكر لكم حسن تعاونكم

اسم الطالب

المشرف

طالب بكالوريوس إعلام رقمي

د. توفيق عمري

كلية الإعلام جامعة ميد أوشن

كلية الإعلام، جامعة ميدأوشن

الاستبانة

الأسئلة					الإجابة	
1- الأسئلة العامة						
العمر	أقل من 20 سنة	20-29 سنة	30-39 سنة	40-49 سنة	50 سنة فأكثر	
الجنس	ذكر	أنثى				
الدرجة العلمية	مستوى ثانوي أو أقل	درجة البكالوريوس	شهادة عليا	ماجستير	دكتوراه	
2- أسئلة الاستبيان						
المتغير التابع: مستوى الوعي الاجتماعي						
أمتلك معرفة جيدة بالقضايا الاجتماعية في المجتمع	لا أوافق	محايد	أوافق			
يساهم الإعلام الرقمي في زيادة وعي بالمشكلات الاجتماعية	لا أوافق	محايد	أوافق			
أدرك أهمية المشاركة المجتمعية في حل القضايا الاجتماعية	لا أوافق	محايد	أوافق			
أستطيع تكوين آراء واضحة حول القضايا الاجتماعية المختلفة	لا أوافق	محايد	أوافق			
يزيد اطلاعي على الإعلام الرقمي من فهمي لاحتياجات المجتمع	لا أوافق	محايد	أوافق			
المتغير المستقل الأول: كثافة استخدام الإعلام الرقمي						
أستخدم وسائل الإعلام الرقمي بشكل يومي لمتابعة القضايا الاجتماعية	لا أوافق	محايد	أوافق			
أقضي وقتاً طويلاً في تصفح منصات الإعلام الرقمي	لا أوافق	محايد	أوافق			
أعتمد على الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للمعلومات	لا أوافق	محايد	أوافق			
أتابع الأخبار والقضايا المجتمعية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر	لا أوافق	محايد	أوافق			
يزداد اطلاعي على القضايا الاجتماعية مع زيادة استخدامي للإعلام الرقمي	لا أوافق	محايد	أوافق			
المتغير المستقل الثاني: مصداقية المحتوى الرقمي						
أثق بالمعلومات الاجتماعية المنشورة عبر الإعلام الرقمي	لا أوافق	محايد	أوافق			
أرى أن المحتوى الرقمي يعكس الواقع الاجتماعي بدقة	لا أوافق	محايد	أوافق			
أتحقق من صحة المعلومات قبل تصديقها	لا أوافق	محايد	أوافق			
تلتزم المنصات الرقمية بنشر معلومات موثوقة	لا أوافق	محايد	أوافق			
يساهم وضوح مصادر المعلومات في تعزيز مصداقية المحتوى	لا أوافق	محايد	أوافق			
المتغير المستقل الثالث: التفاعل مع المحتوى الرقمي						
أقوم بالتفاعل مع القضايا الاجتماعية عبر التعليق أو الإعجاب	لا أوافق	محايد	أوافق			
أشارك المحتوى الاجتماعي مع الآخرين عبر المنصات الرقمية	لا أوافق	محايد	أوافق			
أناقش القضايا الاجتماعية مع الآخرين من خلال الإعلام الرقمي	لا أوافق	محايد	أوافق			

أوافق	محايد	لا أوافق	يساهم التفاعل مع المحتوى في زيادة فهمي للقضايا الاجتماعية
أوافق	محايد	لا أوافق	أشعر بأن تفاعلي الرقمي يعزز مشاركتي المجتمعية

- <https://forms.gle/W8FmNpiH6rtC3bCe6>

Abstract

This study aims to identify the role of digital media in shaping social awareness among Saudi Arabian youth by analyzing their use of digital platforms and the extent of their influence on their knowledge, attitudes, and social behaviors. The study employed a quantitative approach using field research. A questionnaire was designed as the primary data collection tool, and a sample of 262 young people was selected appropriately for the nature of the study. The results showed a significant impact of digital media on shaping social awareness, contributing positively to enhancing knowledge of societal issues and fostering a spirit of participation and openness. However, the study also revealed some negative effects associated with the spread of unreliable information and its impact on the understanding of certain social concepts. Furthermore, the results indicated differences in the level of influence based on the degree of use and educational level. Accordingly, the study recommends the necessity of strengthening media literacy among youth, developing critical thinking skills, supporting the production of purposeful and reliable digital content, and activating the regulatory and awareness-raising roles of relevant authorities, all of which contribute to Maximizing the benefits of digital media and minimizing its risks in shaping social awareness.

Keywords: Digital media, social awareness, youth, social media, media literacy, critical thinking, Saudi Arabia.

Midocean University
College of Media and Marketing
Master's Program in Digital Media



**The Role of Digital Media in Shaping Social Awareness among Saudi Arabian Youth: A
Field Study**

Prepared by the student/

University ID/

Dr. Tewfik Amri

Supervisor/

Dr. Mohammed Awais

Year

2026