

دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030:

دراسة ميدانية على الشباب السعودي

إعداد الطالب/

خالد بن سليمان العبد اللطيف

الرقم الجامعي/

222001148

إشراف/

د. توفيق عمري

العام الدراسي

2026م

فَقُلْ بِرَبِّكَ
ذُرِّيَّتِي عَلَّمَ

إهداء

إلى من غرس فيَّ القيم، وسقاني من معين الحكمة،
إلى من كان دعاؤهم سرَّ توفيقِي، وسندًا لي في كل مراحل حياتي،
إلى والديَّ الكريمين، أهدي ثمرة جهدي وعملي، عرفانًا وتقديرًا.
وإلى من ساندني وشجَّعني 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
11.....	المستخلص
12.....	Abstract
13.....	الفصل الأول
14.....	المقدمة
15.....	مشكلة الدراسة
16.....	أهمية الدراسة
17.....	أهداف الدراسة
17.....	تساؤلات الدراسة
18.....	فرضيات الدراسة
18.....	النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث
20.....	أسباب إختبار موضوع الدراسة
21.....	الفصل الثاني
21.....	الدراسات السابقة
22.....	المقدمة
23.....	المتغير التابع والمستقل
24.....	الدراسات السابقة
29.....	الإطار النظري للدراسة
30.....	مفاهيم الدراسة النظرية والإجرائية
32.....	الفصل الثالث
32.....	منهجية الدراسة
33.....	المقدمة

34	مجتمع البحث
35	المنهجية وطرق البحث
36	أدوات الدراسة
37	خطوات جمع البيانات
38	حدود الدراسة
40	الفصل الرابع
40	نتائج الدراسة
41	المقدمة
42	تحليل البيانات
82	المناقشة
84	الخاتمة
85	التوصيات
86	المراجع
90	الملاحق

قائمة الجداول

44	جدول 1 : التحليلات الإحصائية
45	جدول 2 : التحليل الإحصائي لعمر المشاركين في التجربة
46	جدول 3 : التحليل الإحصائي لجنس المشاركين في التجربة
47	جدول 4 : التحليل الإحصائي للدرجة العلمية
48	جدول 5 : التحليل الإحصائي لوجود معرفة كافية بأهداف رؤية السعودية 2030
49	جدول 6 : التحليل الإحصائي لإدراك أهمية رؤية 2030 في تطوير المجتمع
50	جدول 7 : التحليل الإحصائي لمتابعة التطورات والإنجازات المتعلقة بالرؤية بشكل مستمر
51	جدول 8 : التحليل الإحصائي للشعور بالوعي بقضايا الرؤية نتيجة استخدامي لمنصات التواصل الاجتماعي
53	جدول 9 : التحليل الإحصائي للاعتقاد أن منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل وعي بقضايا رؤية السعودية 2030
54	جدول 10 : التحليل الإحصائي لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي لمتابعة الأخبار
55	جدول 11 : التحليل الإحصائي لإمضاء وقتاً طويلاً على منصات التواصل الاجتماعي
56	جدول 12 : التحليل الإحصائي للاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات
58	جدول 13 : التحليل الإحصائي لمتابعة الحسابات الرسمية المتعلقة برؤية السعودية 2030
59	جدول 14 : التحليل الإحصائي للوثوق بالمعلومات المتعلقة برؤية 2030 المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي
60	جدول 15 : التحليل الإحصائي للاعتقاد أن المحتوى الرقمي يقدم معلومات دقيقة حول رؤية 2030
61	جدول 16 : التحليل الإحصائي لالتزام الحسابات الرسمية بنشر معلومات موثوقة حول الرؤية
62	جدول 17 : التحليل الإحصائي للتحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها مع الآخرين
63	جدول 18 : التحليل الإحصائي للقيام بالتفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية 2030 عبر الإعجاب أو التعليق
64	جدول 19 : التحليل الإحصائي لمشاركة المنشورات المتعلقة بالرؤية مع الآخرين
66	جدول 20 : التحليل الإحصائي لمناقشة موضوعات رؤية 2030 مع الآخرين عبر المنصات
67	جدول 21 : التحليل الإحصائي لمساهمة التفاعل مع المحتوى في زيادة فهم قضايا الرؤية
68	جدول 22 : ملخص التحليلات الإحصائية
68	جدول 23 : اختبار الثبات والموثوقية
	جدول 24 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 وكثافة استخدام منصات
69	التواصل الاجتماعي
	جدول 25 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 ومصادقية المحتوى المنشور
70	
	جدول 26 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 والتفاعل مع المحتوى
71	الرقمي

73	جدول 27 : اختبار التباين الأحادي.....
73	جدول 28 : ملخص نموذج معامل بايز
74	جدول 29 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.....
74	جدول 30 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.....
74	جدول 31 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.....
74	جدول 32 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.....
75	جدول 33 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.....
75	جدول 34 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.....
76	جدول 35 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المتعلق برؤية السعودية 2030 المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب.....
77	جدول 36 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المتعلق برؤية السعودية 2030 المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب.....
77	جدول 37 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المتعلق برؤية السعودية 2030 المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب.....
77	جدول 38 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030 ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.....
78	جدول 39 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030 ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.....
78	جدول 40 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030 ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.....
79	جدول 41 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة في منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030.....
79	جدول 42 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة في منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030.....
80	

- جدول 43 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة في منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 80
- جدول 44 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات المرتبطة برؤية السعودية 2030 وتعزيز الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي 81
- جدول 45 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات المرتبطة برؤية السعودية 2030 وتعزيز الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي 81
- جدول 46 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات المرتبطة برؤية السعودية 2030 وتعزيز الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي 81

فهرس الأشكال

- شكل توضيحي 1 : التمثيل البياني لعمر المشاركين في التجربة 45
- شكل توضيحي 2 : التمثيل البياني لجنس المشاركين في التجربة 46
- شكل توضيحي 3 : التمثيل البياني للدرجة العلمية 47
- شكل توضيحي 4 : التمثيل البياني لوجود معرفة كافية بأهداف رؤية السعودية 2030 48
- شكل توضيحي 5 : التمثيل البياني لإدراك أهمية رؤية 2030 في تطوير المجتمع 49
- شكل توضيحي 6 : التمثيل البياني لمتابعة التطورات والإنجازات المتعلقة بالرؤية بشكل مستمر 50
- شكل توضيحي 7 : التمثيل البياني للشعور بالوعي بقضايا الرؤية نتيجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي 52
- شكل توضيحي 8 : التمثيل البياني للاعتقاد أن منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل وعي بقضايا رؤية السعودية 2030 53
- شكل توضيحي 9 : التمثيل البياني لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي لمتابعة الأخبار 54
- شكل توضيحي 10 : التمثيل البياني لإمضاء وقتاً طويلاً على منصات التواصل الاجتماعي 55
- شكل توضيحي 11 : التمثيل البياني للاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات 57
- شكل توضيحي 12 : التمثيل البياني لمتابعة الحسابات الرسمية المتعلقة برؤية السعودية 2030 58
- شكل توضيحي 13 : التمثيل البياني للوثوق بالمعلومات المتعلقة برؤية 2030 المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي 59
- شكل توضيحي 14 : التمثيل البياني للاعتقاد أن المحتوى الرقمي يقدم معلومات دقيقة حول رؤية 2030 60
- شكل توضيحي 15 : التمثيل البياني لالتزام الحسابات الرسمية بنشر معلومات موثوقة حول الرؤية 61
- شكل توضيحي 16 : التمثيل البياني للتحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها مع الآخرين 63
- شكل توضيحي 17 : التمثيل البياني للقيام بالتفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية 2030 عبر الإعجاب أو التعليق 64
- شكل توضيحي 18 : التمثيل البياني لمشاركة المنشورات المتعلقة بالرؤية مع الآخرين 65
- شكل توضيحي 19 : التمثيل البياني لمناقشة موضوعات رؤية 2030 مع الآخرين عبر المنصات 66
- شكل توضيحي 20 : التمثيل البياني لمساهمة التفاعل مع المحتوى في زيادة فهم قضايا الرؤية 67
- شكل توضيحي 21 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 وكثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي 69
- شكل توضيحي 22 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 ومصداقية المحتوى المنشور 70
- شكل توضيحي 23 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 والتفاعل مع المحتوى الرقمي 72

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي بقضايا رؤية السعودية 2030، وذلك من خلال تحليل أثر كثافة استخدام هذه المنصات، ومصادقية المحتوى المنشور، ومستوى التفاعل مع المحتوى الرقمي على مستوى الوعي المجتمعي. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، باعتباره الأنسب لقياس العلاقات بين المتغيرات بشكل دقيق وموضوعي، حيث تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة ميدانية مكونة من (248) مفردة من الشباب السعودي المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها وجود علاقة إيجابية ذات دلالة بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي بقضايا رؤية السعودية 2030، بالإضافة إلى أن مصادقية المحتوى المنشور تؤثر بشكل كبير في تشكيل هذا الوعي، كما تبين أن التفاعل مع المحتوى الرقمي يسهم في تعزيز الفهم والإدراك لدى الشباب. وأظهرت النتائج كذلك أن التأثير التراكمي لهذه المتغيرات يؤدي إلى رفع مستوى الوعي المجتمعي بشكل عام، مع تفاوت هذا التأثير بحسب درجة الاستخدام ونوعية المحتوى. وفي ضوء هذه النتائج، أوصت الدراسة بضرورة تعزيز المحتوى الرقمي الرسمي المرتبط بالرؤية عبر منصات التواصل الاجتماعي، ورفع مستوى مصادقية المعلومات المنشورة، وتكثيف الحملات التوعوية التفاعلية الموجهة للشباب، بالإضافة إلى تنمية الوعي الرقمي والنقدي لديهم لتمكينهم من التعامل الواعي مع المحتوى الإعلامي. كما أوصت بزيادة التعاون بين الجهات الرسمية والمؤسسات الإعلامية لضمان إيصال رسائل رؤية السعودية 2030 بشكل أكثر فاعلية ووضوحًا.

الكلمات المفتاحية: منصات التواصل الاجتماعي، الوعي المجتمعي، الشباب السعودي، رؤية السعودية 2030، الإعلام

الرقمي، المصادقية الإعلامية، التفاعل الرقمي.

Abstract

This study aimed to identify the role of social media platforms in shaping the social awareness of Saudi youth regarding the issues of Saudi Vision 2030. This was achieved by analyzing the impact of platform usage frequency, the credibility of published content, and the level of interaction with digital content on the level of social awareness. The study adopted a quantitative approach, as it is the most suitable for accurately and objectively measuring the relationships between variables. A questionnaire was used as the primary data collection tool from a field sample of 248 young Saudi users of social media platforms. The study reached several conclusions, most notably a significant positive relationship between social media use and the level of awareness of Saudi Vision 2030 issues. Furthermore, the credibility of published content significantly influences the formation of this awareness, and interaction with digital content contributes to enhancing understanding and awareness among young people. The results also showed that the cumulative effect of these variables leads to an overall increase in the level of social awareness, although this effect varies according to the degree of use and the type of content. In light of these findings, the study recommended strengthening official digital content related to the Vision across social media platforms, enhancing the credibility of published information, intensifying interactive awareness campaigns targeting youth, and developing their digital and critical literacy to enable them to engage consciously with media content. It also recommended increasing cooperation between official bodies and media institutions to ensure the messages of Saudi Vision 2030 are communicated more effectively and clearly.

Keywords: Social media platforms, community awareness, Saudi youth, Saudi Vision 2030, digital media, media credibility, digital engagement.

الفصل الأول

المقدمة

شهد العالم خلال العقدين الأخيرين تحولات جذرية في أنماط الاتصال والتفاعل الاجتماعي، نتيجة التطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الأمر الذي أسهم في بروز منصات التواصل الاجتماعي بوصفها إحدى أبرز أدوات التأثير في تشكيل الرأي العام وتوجيهه. فقد أصبحت هذه المنصات فضاءات رقمية مفتوحة تتيح للأفراد التعبير عن آرائهم وتبادل الأفكار والمعلومات بصورة فورية وعابرة للحدود الجغرافية، مما أدى إلى إعادة تشكيل أنماط الوعي المجتمعي، خاصة لدى فئة الشباب التي تُعد الأكثر تفاعلاً وانخراطاً في البيئة الرقمية (R، 2023).

وفي سياق المملكة العربية السعودية، برزت أهمية هذه التحولات الرقمية بشكل متزايد مع إطلاق رؤية السعودية 2030، التي تمثل إطاراً استراتيجياً طموحاً يهدف إلى تحقيق تنمية شاملة ومستدامة على المستويات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. وتعتمد هذه الرؤية على تعزيز دور المواطن، ولا سيما الشباب، بوصفهم محركاً أساسياً للتغيير والتنمية، وهو ما يستدعي بناء وعي مجتمعي عميق بمضامين الرؤية وأهدافها وبرامجها التنفيذية (Grosen، 2024).

وتُعد منصات التواصل الاجتماعي من أبرز القنوات التي يمكن من خلالها نشر مفاهيم رؤية السعودية 2030 وتعزيز الوعي بها، نظراً لقدرتها على الوصول إلى شرائح واسعة من المجتمع، وتوفير محتوى متنوع يجمع بين الطابع المعلوماتي والتفاعلي. كما تسهم هذه المنصات في خلق بيئة حوارية تتيح للمستخدمين مناقشة القضايا المرتبطة بالرؤية، وتبادل وجهات النظر حولها، مما يعزز من مستوى الفهم والإدراك الجماعي، ويؤدي إلى تشكيل اتجاهات ومواقف مجتمعية داعمة لمسارات التنمية الوطنية (Moussa، 2025).

وعلى الرغم من هذا الدور الإيجابي المحتمل، فإن تأثير منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي لا يخلو من تحديات، حيث قد تتعرض المعلومات المتداولة عبر هذه المنصات إلى التشويه أو التحيز أو التضليل، مما قد يؤدي إلى تكوين تصورات غير دقيقة أو سطحية حول قضايا الرؤية. كما أن طبيعة المحتوى الرقمي السريع والمتجدد قد تؤثر في عمق الفهم لدى المستخدمين، خاصة في ظل غياب التحقق من مصادر المعلومات أو ضعف الثقافة الإعلامية لدى بعض الفئات (Vasist، 2023).

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من سعيها إلى تحليل الدور الفعلي لمنصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي، من خلال دراسة ميدانية تستند إلى بيانات واقعية تعكس اتجاهاتهم وتفاعلاتهم مع المحتوى الرقمي المرتبط بالرؤية. كما تهدف الدراسة إلى الكشف عن مدى إسهام هذه المنصات في تعزيز المعرفة والاتجاهات الإيجابية، وكذلك تحديد أبرز التحديات التي قد تحد من فاعليتها في هذا المجال (Swastiningsih، 2024).

وتنبع أهمية التركيز على فئة الشباب من كونهم الشريحة الأكثر استخداماً لمنصات التواصل الاجتماعي، والأكثر تأثراً بمحتواها، فضلاً عن دورهم الحيوي في تحقيق أهداف الرؤية المستقبلية. وعليه، فإن فهم طبيعة العلاقة بين استخدام هذه المنصات ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا التنمية الوطنية يُعد خطوة أساسية نحو تطوير استراتيجيات إعلامية رقمية أكثر فاعلية، تسهم في تعزيز المشاركة المجتمعية وتحقيق مستهدفات التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة

شهدت رؤية السعودية 2030 منذ إطلاقها تحولات جوهرية على المستويات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وأصبحت قضاياها وبرامجها الإصلاحية محور اهتمام مختلف فئات المجتمع، ولا سيما فئة الشباب السعودي التي تمثل النسبة الأكبر من السكان والمحرك الرئيس لتحقيق مستهدفات الرؤية. وفي ظل الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وإنستغرام وسناب شات وتيك توك، أصبحت هذه المنصات مصدراً أساسياً للمعلومات، وفضاءً للنقاش العام، وأداةً لتشكيل الاتجاهات والآراء حول القضايا الوطنية.

غير أن هذا الدور المتنامي يطرح إشكالية بحثية تتمثل في مدى إسهام منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب السعودي بقضايا رؤية السعودية 2030 بصورة موضوعية ومتوازنة، مقابل احتمالية تعرضهم لمحتوى غير دقيق أو مضلل أو انتقائي قد يؤثر في فهمهم لأولويات الرؤية وبرامجها ومبادراتها. كما أن التباين في مصادر المعلومات، وطبيعة الخطاب المتداول عبر هذه المنصات، ووجود المؤثرين وصناع المحتوى، جميعها عوامل قد تسهم في تشكيل أنماط مختلفة من الوعي، سواء كان وعياً معرفياً قائماً على الفهم والتحليل، أو وعياً سطحيًا يعتمد على التلقي السريع والانطباعات العامة. ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في الحاجة إلى الكشف عن طبيعة هذا الدور، وحدوده، ومستوى تأثيره الفعلي في تشكيل الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي تجاه قضايا رؤية السعودية 2030.

المشكلات المترتبة على المشكلة الرئيسية:

1. احتمالية انتشار المعلومات غير الدقيقة أو الشائعات المتعلقة ببرامج ومبادرات الرؤية عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما قد يؤدي إلى تكوين تصورات خاطئة لدى الشباب.
2. ضعف التمييز بين المصادر الرسمية وغير الرسمية للمعلومات، وما يترتب عليه من ارتباك في فهم الأهداف الحقيقية للرؤية.

3. تباين مستويات التفاعل والمشاركة الرقمية بين الشباب، مما ينعكس على اختلاف درجات الوعي والاهتمام بقضايا الرؤية.

4. التأثير بالاتجاهات السائدة أو آراء المؤثرين دون تمحيص أو تحليل نقدي، وهو ما قد يسهم في تشكيل وعي انطباعي أكثر منه معرفي.

5. محدودية الدراسات الميدانية التي تناولت العلاقة بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي (ليده، 2018).

بناء على المشكلة الرئيسية للدراسة يكمن السؤال الرئيسي للدراسة فيما يلي: ما دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي بقضايا رؤية السعودية 2030؟

أهمية الدراسة

- الأهمية العلمية

تنبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من كونها تسهم في سد فجوة بحثية تتعلق بدراسة التأثير المتبادل بين منصات التواصل الاجتماعي والوعي المجتمعي في البيئة العربية، وبشكل أكثر تحديداً في سياق التحولات التنموية التي تقودها رؤية السعودية 2030. إذ تقدم الدراسة إطاراً تحليلياً يربط بين الاستخدام الكثيف للتقنيات الرقمية ومستوى الإدراك المعرفي والاتجاهي لدى الشباب تجاه قضايا التنمية الوطنية، وهو ما يعزز من فهم طبيعة العلاقة بين الإعلام الجديد وبناء الوعي العام. كما تكتسب الدراسة قيمتها العلمية من اعتمادها على منهج ميداني تطبيقي، يتيح جمع بيانات واقعية من فئة الشباب السعودي، وتحليلها بأساليب علمية دقيقة، مما يسهم في تقديم نتائج موضوعية يمكن الاستناد إليها في تطوير نماذج تفسيرية لسلوك المستخدمين في البيئة الرقمية. علاوة على ذلك، تفتح الدراسة آفاقاً بحثية مستقبلية في مجالات متعددة مثل الإعلام الرقمي، وعلم الاجتماع، والدراسات التنموية، من خلال تسليط الضوء على آليات التأثير، وأنماط التفاعل، ودور المحتوى الإعلامي في تشكيل الاتجاهات والقيم المجتمعية (Alotaibi، 2024).

- الأهمية العملية

تتمثل الأهمية العملية لهذه الدراسة في قدرتها على تقديم نتائج وتوصيات قابلة للتطبيق يمكن أن تفيد الجهات المعنية بصنع السياسات الإعلامية والتنموية، خاصة تلك المرتبطة بتنفيذ برامج رؤية السعودية 2030. حيث تسهم الدراسة في مساعدة صُنّاع

القرار والمؤسسات الإعلامية على فهم سلوك الشباب في استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وتحديد القنوات الأكثر تأثيراً في تشكيل وعيهم، الأمر الذي يتيح تصميم استراتيجيات إعلامية رقمية أكثر فاعلية في نشر مفاهيم الرؤية وتعزيز التفاعل معها. كما تساعد النتائج في تطوير حملات توعوية تستند إلى أسس علمية تراعي خصائص الجمهور المستهدف، مما يعزز من مستوى المشاركة المجتمعية ويزيد من فرص تحقيق أهداف التنمية. كذلك، تمتد الأهمية العملية إلى المؤسسات التعليمية والتوعوية، إذ يمكنها الاستفادة من مخرجات الدراسة في تنمية الثقافة الرقمية لدى الشباب، وتعزيز قدرتهم على التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة، بما يساهم في بناء وعي مجتمعي ناضج يدعم مسارات التحول الوطني (Abubakar, 2026).

أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي للدراسة

- يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في تحليل وتفسير دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي تجاه قضايا رؤية السعودية 2030، من خلال التعرف على طبيعة استخدامهم لهذه المنصات، ومستوى تفاعلهم مع المحتوى المرتبط بالرؤية، ومدى تأثير ذلك في معارفهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم.

الأهداف الفرعية:

1. التعرف على أنماط استخدام الشباب السعودي لمنصات التواصل الاجتماعي ومدى كثافتها.
2. قياس مستوى الوعي المعرفي لدى الشباب بقضايا رؤية السعودية 2030.
3. تحليل طبيعة المحتوى المتداول عبر منصات التواصل الاجتماعي المرتبط بالرؤية.
4. الكشف عن العلاقة بين التفاعل مع المحتوى الرقمي ومستوى الوعي المجتمعي.
5. تحديد أبرز التحديات التي تواجه منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بقضايا الرؤية.

تساؤلات الدراسة

التساؤل الرئيسي للدراسة

- ما دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي تجاه قضايا رؤية السعودية

2030؟

التساؤلات الفرعية:

1. ما طبيعة استخدام الشباب السعودي لمنصات التواصل الاجتماعي؟
2. ما مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا رؤية السعودية 2030؟
3. ما نوعية المحتوى المرتبط بالرؤية الذي يتم تداوله عبر هذه المنصات؟
4. هل توجد علاقة ذات دلالة بين التفاعل مع المحتوى الرقمي ومستوى الوعي المجتمعي؟
5. ما أبرز المعوقات التي تحد من فاعلية منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بقضايا الرؤية؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية للدراسة

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي تجاه قضايا رؤية السعودية 2030.

الفرضيات الفرعية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المعرفي لدى الشباب بقضايا الرؤية .
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المتابع عبر المنصات ومستوى تشكيل الاتجاهات الإيجابية نحو الرؤية .
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل (إعجاب، تعليق، مشاركة) ومستوى الوعي المجتمعي .
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي تعزى للمتغيرات الديموغرافية (العمر، الجنس، المستوى التعليمي) .
5. يؤثر مستوى الثقة في المحتوى المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي بشكل معنوي في تشكيل الوعي بقضايا الرؤية.

النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث

يمثل الإطار النظري لأي دراسة علمية الركيزة الأساسية التي تستند إليها في تفسير الظواهر وتحليل العلاقات بين المتغيرات، حيث يساهم في توجيه الباحث نحو اختيار المفاهيم والنماذج التفسيرية المناسبة. وفي ظل التحولات الرقمية المتسارعة، برزت

الحاجة إلى تبني نظريات إعلامية حديثة تساعد في فهم الدور المتنامي لمنصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي، خاصة فيما يتعلق بالقضايا التنموية الكبرى مثل رؤية السعودية 2030. ومن هذا المنطلق، تعتمد هذه الدراسة على مجموعة من النظريات العلمية التي تفسر سلوك المستخدمين وتأثير المحتوى الرقمي في معارفهم واتجاهاتهم.

- نظرية الاستخدامات والإشباع

تُعد نظرية الاستخدامات والإشباع من أبرز النظريات التي تفسر العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، حيث تفترض أن الأفراد يتجهون إلى استخدام الوسائل الإعلامية بدوافع محددة تهدف إلى إشباع احتياجاتهم المختلفة، سواء كانت معرفية أو اجتماعية أو نفسية. وفي سياق هذه الدراسة، يمكن تفسير استخدام الشباب السعودي لمنصات التواصل الاجتماعي بوصفه سلوكًا هادفًا للحصول على معلومات حول قضايا رؤية السعودية 2030، أو للمشاركة في النقاشات المجتمعية المرتبطة بها. كما تساعد هذه النظرية في تحليل طبيعة الدوافع التي تحكم استخدام هذه المنصات، ومدى انعكاسها على مستوى الوعي المجتمعي، حيث إن زيادة الدوافع المعرفية غالبًا ما ترتبط بارتفاع مستوى الإدراك والفهم لدى المستخدمين (Vinney، 2025).

- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

ترتكز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على فكرة أن تأثير وسائل الإعلام يزداد بزيادة اعتماد الأفراد عليها كمصدر رئيسي للمعلومات، خاصة في أوقات التغيرات والتحولات الكبرى. وبالنظر إلى طبيعة رؤية السعودية 2030، التي تمثل تحولًا استراتيجيًا شاملاً، فإن الشباب السعودي قد يعتمد بشكل متزايد على منصات التواصل الاجتماعي لفهم أبعاد هذه الرؤية وتفصيلها. ويسهم هذا الاعتماد في تعزيز تأثير هذه المنصات على تشكيل معارفهم واتجاهاتهم، كما يساعد في تفسير التباين في مستويات الوعي بين الأفراد وفقًا لدرجة اعتمادهم على هذه الوسائل كمصدر للمعلومات (Siyabi، 2025).

- نظرية وضع الأجندة

تُفسر نظرية وضع الأجندة كيفية تأثير وسائل الإعلام في ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور، حيث تركز على أن الوسائل الإعلامية لا تحدد ما يفكر فيه الأفراد بشكل مباشر، بل تحدد القضايا التي ينبغي أن تحظى باهتمامهم. وفي إطار هذه الدراسة، تلعب منصات التواصل الاجتماعي دورًا مهمًا في إبراز موضوعات محددة تتعلق برؤية السعودية 2030، مثل التحول الرقمي وتمكين الشباب والتنمية الاقتصادية. ومن خلال تكثيف عرض هذه القضايا، تسهم المنصات في توجيه انتباه الشباب نحوها، مما يؤدي إلى تعزيز وعيهم بها وتشكيل أولوياتهم المعرفية (joseph، 2025).

- نظرية التأطير الإعلامي

تركز نظرية التأطير الإعلامي على الكيفية التي يتم بها تقديم المعلومات داخل الوسائل الإعلامية، وتأثير ذلك في تفسير الجمهور لها. إذ لا يقتصر دور منصات التواصل الاجتماعي على نقل المعلومات المتعلقة برؤية السعودية 2030، بل يمتد إلى كيفية عرض هذه المعلومات وصياغتها، سواء من خلال إبراز الجوانب الإيجابية أو النقدية، أو استخدام أساليب سردية معينة تؤثر في إدراك الشباب لهذه القضايا. وتساعد هذه النظرية في تحليل الأطر الإعلامية المستخدمة في المحتوى الرقمي، وفهم كيفية تأثيرها في تشكيل الاتجاهات والانطباعات لدى الجمهور، مما يعزز من القدرة التفسيرية للدراسة في تحليل نتائجها الميدانية (GÜran، 2022).

أسباب اختبار موضوع الدراسة

تم اختيار موضوع هذه الدراسة لعدة أسباب علمية وموضوعية، يمكن توضيحها في النقاط التالية:

- مواكبة التحولات الرقمية المتسارعة، وتصاعد تأثير منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي لدى الأفراد.
- أهمية دراسة دور الإعلام الرقمي في دعم القضايا التنموية المرتبطة برؤية السعودية 2030.
- التركيز على فئة الشباب السعودي بوصفها الأكثر استخدامًا لمنصات التواصل الاجتماعي والأكثر تأثرًا بمحتواها.
- الحاجة إلى قياس مستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب تجاه قضايا رؤية السعودية 2030.
- سد الفجوة البحثية في الدراسات العربية المتعلقة بالعلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي والوعي التنموي.
- دعم صُنَاع القرار ببيانات علمية تساهم في تطوير استراتيجيات الإعلام الرقمي.
- تحسين فاعلية الحملات التوعوية المرتبطة بقضايا التنمية الوطنية.
- الإسهام في تعزيز المشاركة المجتمعية وتحقيق أهداف رؤية السعودية 2030.

الفصل الثاني

الدراسات السابقة

يمثل هذا الفصل أحد الركائز الأساسية في البناء العلمي للدراسة، حيث ينتقل البحث من الإطار التمهيدي العام إلى مرحلة أكثر عمقاً وتحليلاً، تُعنى بتأصيل المفاهيم العلمية وتوضيح العلاقات بين عناصر الدراسة المختلفة. ويأتي هذا الفصل ليعزز الفهم المنهجي للموضوع من خلال تقديم معالجة علمية منظمة تُسهم في تفسير الظاهرة المدروسة، والمتمثلة في دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي تجاه قضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي. ومن خلال هذا الانتقال، يسعى الفصل إلى بناء قاعدة معرفية راسخة تُسند التحليل الميداني اللاحق، وتُكسب النتائج مصداقية علمية أعلى.

ويتضمن هذا الفصل معالجة تحليلية متكاملة لمجموعة من المحاور الأساسية التي تُعد ضرورية لفهم طبيعة الدراسة، حيث يتم توضيح المفاهيم المركزية التي يقوم عليها البحث، وتحديد العلاقات بين عناصره بصورة دقيقة، بما يساعد في ضبط الإطار التحليلي للدراسة. كما يتم استعراض الجهود العلمية السابقة التي تناولت موضوعات ذات صلة، بهدف الوقوف على أبرز ما توصلت إليه من نتائج، وتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف معها، وهو ما يُسهم في إبراز الإضافة العلمية التي تقدمها الدراسة الحالية. إضافة إلى ذلك، يعتمد الفصل على تأصيل علمي يستند إلى نظريات ومداخل تفسيرية حديثة تساعد في تفسير الظاهرة محل الدراسة، وفهم آليات تأثير البيئة الرقمية في تشكيل الوعي المجتمعي.

وتكمن أهمية هذا الفصل في كونه يمثل حلقة الوصل بين الجانب النظري والتطبيقي للدراسة، حيث يضع الأساس المفاهيمي والتحليلي الذي سيتم البناء عليه في الفصول اللاحقة، لا سيما في تحليل البيانات الميدانية واختبار الفرضيات. كما يسهم في تعزيز دقة البحث من خلال تحديد المفاهيم بشكل واضح، وتجنب الغموض أو التداخل في استخدام المصطلحات، فضلاً عن توفير إطار مرجعي يُمكن الباحث من تفسير النتائج في ضوء سياق علمي متكامل. وبذلك، فإن هذا الفصل لا يقتصر على العرض النظري فحسب، بل يُعد خطوة جوهرية نحو تحقيق التكامل المنهجي للدراسة، وضمان اتساقها مع أهدافها العامة المرتبطة بتحليل دور الإعلام الرقمي في دعم التحولات التنموية التي تقودها رؤية السعودية 2030.

المتغير التابع والمستقل

- المتغير التابع (مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030)

يمثل مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 المتغير التابع في هذه الدراسة، وهو يعكس درجة إدراك الشباب السعودي لمضامين وأهداف ومبادرات الرؤية، ومدى فهمهم لأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والتنموية. ويُقاس هذا الوعي من خلال عدة مؤشرات تشمل المعرفة بالمعلومات الأساسية عن الرؤية، والقدرة على تفسير أهدافها، وتكوين اتجاهات إيجابية أو سلبية نحوها، بالإضافة إلى مستوى المشاركة في النقاشات المرتبطة بها. ويُعد هذا المتغير نتيجة نهائية تتأثر بمجموعة من العوامل الرقمية والإعلامية، خاصة في ظل الاعتماد المتزايد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات لدى فئة الشباب (Thompson، 2017).

- المتغيرات المستقلة

1. كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي

يشير هذا المتغير إلى مقدار الوقت وعدد المرات التي يستخدم فيها الشباب منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي أو أسبوعي، بالإضافة إلى تنوع المنصات المستخدمة. وتعكس كثافة الاستخدام درجة التعرض للمحتوى الرقمي، حيث يُفترض أن زيادة الاستخدام تؤدي إلى زيادة فرص التعرض للمعلومات المتعلقة بقضايا رؤية السعودية 2030، مما قد ينعكس على مستوى الوعي لديهم (Prasetya، 2024).

2. مصداقية المحتوى المنشور

يرتبط هذا المتغير بدرجة ثقة الشباب في المعلومات التي يتلقونها عبر منصات التواصل الاجتماعي، سواء كانت صادرة عن مصادر رسمية أو غير رسمية. فكلما ارتفعت درجة مصداقية المحتوى، زادت احتمالية قبوله وتبنيه من قبل المستخدمين، وبالتالي يصبح له تأثير أكبر في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا الرؤية. وتُعد المصداقية عاملاً حاسماً في تحديد مدى فاعلية الرسائل الإعلامية الرقمية (Hoda، 2023).

3. التفاعل مع المحتوى الرقمي

يعكس هذا المتغير مستوى مشاركة الشباب في المحتوى المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي، سواء من خلال الإعجاب أو التعليق أو المشاركة أو إعادة النشر. ويُعتبر التفاعل مؤشراً مهماً على درجة الانخراط في المحتوى، حيث إن زيادة التفاعل لا تعني

فقط التعرض للمعلومات، بل تعني أيضًا معالجتها ومناقشتها، مما يساهم في تعميق الفهم وتعزيز الوعي بقضايا رؤية السعودية 2030 (Santos، 2022).

العلاقة بين المتغيرات

تقوم هذه الدراسة على افتراض وجود علاقة ارتباط وتأثير بين المتغيرات المستقلة (كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي، مصداقية المحتوى المنشور، التفاعل مع المحتوى الرقمي) والمتغير التابع (مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030). حيث يُفترض أن ارتفاع كثافة الاستخدام يزيد من فرص التعرض للمحتوى، وأن ارتفاع مصداقية هذا المحتوى يعزز من قبوله وتأثيره، بينما يساهم التفاعل النشط مع المحتوى في ترسيخ المعلومات وتكوين اتجاهات أكثر وضوحًا. وبذلك، تعمل هذه المتغيرات مجتمعة على تشكيل مستوى الوعي لدى الشباب السعودي، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، مما يعكس طبيعة التأثير التراكمي لمنصات التواصل الاجتماعي في بناء الإدراك المجتمعي تجاه القضايا التنموية.

الدراسات السابقة

يسعى بحث (المسلم، 2025) إلى تحديد مدى استخدام المواطنين والمقيمين في المملكة العربية السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى وعيهم الأمني. كما يهدف إلى تحديد الفروق بين الفئات السكانية المختلفة ومستوى وعيهم الأمني. اعتمدت منهجية البحث على إجراء مسح اجتماعي إلكتروني باستخدام استبيان، وشارك فيه 641 مستجيباً تم اختيارهم بشكل عمدي. وتم توزيع الاستبيان الإلكتروني على المشاركين في كافة مناطق المملكة الثلاث عشرة. أظهرت نتائج البحث أنه كلما زادت درجة التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي، ارتفع الوعي بالعقوبات المرتبطة بالمخالفات والجرائم. كما وُجد أن هناك علاقة عكسية بين الدخل الشهري والعمر من جهة، ومستوى التفاعل مع الشبكات الاجتماعية والوعي بالعقوبات من جهة أخرى، حيث كان هذا الوعي مرتفعاً نسبياً. وأكد المشاركون على أهمية تعزيز الانتماء الوطني للجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى توعية الناس بالإجراءات الأمنية والعقوبات المتعلقة بالمخالفات والجرائم، بما في ذلك كيفية استخدام منصة أبشر والمنصات الأمنية الأخرى. وأوصى البحث بزيادة المحتوى التوعوي الأمني على وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأثر المطلوب.

تهدف دراسة (الزهراني، 2023) إلى فحص وقياس مدى فاعلية حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة السعودية على شبكة تويتر (Twitter) في تشكيل الوعي البيئي لدى السعوديين، اعتماداً على المعلومات المتحصل عليها من استرجاع استمارة الاستبيان

المبنية على مقاربات وفرضيات نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية (Media Richness Theory-MRT)، من أجل الإجابة على مجموعة من التساؤلات حول عادات وأنماط استخدام المبحوثين لشبكة تويتر عموماً وحساب وزارة البيئة والمياه والزراعة السعودية خصوصاً، ومعرفة مجالات اهتمامهم ودوافعهم لتفضيلها وقياس معدلات متابعتهم لها وتفاعلهم مع محتوياتها وتقييمهم لها، وهو ما يتيح قياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية والقيمية المترتبة عن تفاعل المبحوثين مع حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة السعودية على شبكة تويتر، واختبار فروض ما إذا كان هناك علاقات ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ذلك أم لا، وهو ما يقودنا في النهاية للحكم على مدى فاعلية هذا الحساب في تشكيل الوعي البيئي لدى السعوديين.

تبحث دراسة (Salim، 2025) في مساهمات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة المملكة العربية السعودية في الخطاب الإعلامي العالمي. كما تتناول كيفية تفاعل الجمهور مع المحتوى الذي ينشره المؤثرون، ومدى تأثير هذا التفاعل على صورة المملكة عالمياً في إطار رؤية 2030. المنهجية: تعتمد الدراسة على نظرية شبكة الفاعلين، ونموذج الحاكم للعلامة التجارية الوطنية، ومفهوم الدبلوماسية الرقمية كإطار نظري. وقد تم استخدام منهجية بحثية مختلطة، تجمع بين استطلاع رأي شمل 400 مشارك وتحليل نوعي لمحتوى المؤثر الأبرز، تركي آل الشيخ، الذي تم تحديده من خلال إجابات الاستطلاع المفتوحة. تم تنظيم النتائج النوعية ضمن ثمانية محاور تحليلية مستمدة من نموذج أكبر (2011) الشامل للعلامة التجارية الوطنية، مما أتاح تفسيراً منهجياً في إطار رؤية 2030. وتم تحليل عينة من 20 منشوراً لتركی آل الشيخ تتعلق بأحداث ثقافية رئيسية (مثل موسم الرياض، وMDLBeast، وسباق الفورمولا 1)، كما تم فحص مقاييس التفاعل وتصورات الجمهور لتقييم مدى توافق محتوى المؤثر مع أهداف العلامة التجارية الوطنية للمملكة العربية السعودية. النتائج: تُظهر النتائج أن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي يساهمون بشكل حيوي في الدبلوماسية الرقمية والقوة الناعمة للمملكة العربية السعودية، ويدعمون تحديث المملكة وتجديدها الثقافي. وتُبرز الدراسة أهمية تنويع المحتوى، وإضفاء الطابع المؤسسي على أنظمة الدعم، ومعالجة مخاطر السمعة لتعظيم التأثير العالمي للمؤثرين. كما توصي الدراسة بتعزيز التعاون بين الجهات الرسمية والمؤثرين، إلى جانب برامج تدريبية مُوجهة تُشجع على إنتاج محتوى إعلامي احترافي وأصيل وقائم على القيم. الآثار: تُوضح النتائج كيف يستغل المؤثرون المحتوى الإبداعي والتفاعلي لإيصال صورة إيجابية عن المملكة العربية السعودية. تقدم هذه الدراسة رؤى قيّمة لصناع السياسات والممارسين حول كيفية تعاون الحكومات استراتيجياً مع المؤثرين لتعزيز أهداف بناء صورة الدولة. أصالة البحث وقيّمته: يساهم هذا البحث في الأدبيات العلمية من خلال إبراز الدور المزدوج للمؤثرين كسفراء ثقافيين ووسطاء رقميين

لاستراتيجيات بناء صورة الدولة. كما يحدد البحث إمكانيات المؤثرين وحدودهم كأدوات معاصرة لبناء صورة الدولة، لا سيما في سياق رؤية 2030.

أصبحت الأغذية المعدلة وراثيًا من أكثر الابتكارات إثارة للجدل في مجال إنتاج الغذاء والتكنولوجيا الحيوية. وقد أثارت المخاوف العامة بشأن سلامة هذه الأغذية، واعتباراتها الأخلاقية، وتأثيراتها الصحية، نقاشًا واسع النطاق. تستكشف دراسة (Abuljadail, 2025) تأثير التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي على معرفة الأفراد بالأغذية المعدلة وراثيًا ومواقفهم تجاهها، وكيف تؤثر هذه العوامل على نيتهم في شرائها. تُظهر نتائج استطلاع رأي عبر الإنترنت شمل 467 مشاركًا في المملكة العربية السعودية أن ارتفاع مستوى التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي يرتبط بزيادة المعرفة وتعزيز الإدراك لفوائد ومخاطر الأغذية المعدلة وراثيًا. ومع ذلك، فإن نوايا الشراء مدفوعة بشكل أساسي بالفوائد المتصورة (إيجابًا) والمخاطر المتصورة (سلبيًا)، بينما تُمارس المعرفة تأثيرًا غير مباشر من خلال هذه المكونات السلوكية.

على مدى العقود القليلة الماضية، تراجع إقبال سكان المملكة العربية السعودية على تبني أنماط حياة نشطة وعادات غذائية صحية، وذلك نتيجةً لتزايد استخدام التقنيات الرقمية، مثل وسائل التواصل الاجتماعي. هدفت دراسة (Aleid, 2024) المقطعية الإلكترونية إلى تقييم دور إعلانات الطعام على وسائل التواصل الاجتماعي والنشاط البدني في سلوكيات الأكل لدى عموم سكان المملكة العربية السعودية (ن = 471). جُمعت البيانات من خلال استبيان مُنظَّم، يتألف من أربعة أجزاء: (1) المعلومات الاجتماعية والديموغرافية، (2) الموقف تجاه وسائل التواصل الاجتماعي، (3) المعلومات المتعلقة بسلوكيات الأكل، (4) التعرض لإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي والتفاعل معها. قُيِّم متغير نتائج الدراسة، وهو سلوكيات الأكل (صحية مقابل غير صحية)، باستخدام السؤال التالي: "هل تتبع نظامًا غذائيًا صحيًا (مثل نظام غذائي متوازن، أو نظام الكيتو، أو نظام منخفض الكربوهيدرات)؟". أُجري تحليل انحدار لجسدي ثنائي متعدد لدراسة العوامل المؤثرة في سلوكيات الأكل غير الصحية. أظهرت النتائج أن حوالي 79.6% من المشاركين لديهم سلوكيات أكل غير صحية. كان المشاركون الذين لم يمارسوا نشاطًا بدنيًا يوميًا أكثر عرضةً لاتباع عادات غذائية غير صحية مقارنةً بنظرائهم (نسبة الأرجحية المعدلة = 4.86). كما كان المشاركون الذين شاهدوا إعلانات الطعام على منصات التواصل الاجتماعي من مرة إلى ثلاث مرات أسبوعيًا (نسبة الأرجحية المعدلة = 2.58) أو يوميًا (نسبة الأرجحية المعدلة = 3.49) أكثر عرضةً لاتباع عادات غذائية غير صحية. كذلك، كان المشاركون الذين تزداد شهيتهم لتجربة الأطعمة دائمًا (نسبة الأرجحية المعدلة = 1.42) أو عادةً (نسبة الأرجحية المعدلة = 2.88) بعد مشاهدة الإعلانات على منصات التواصل الاجتماعي أكثر عرضةً لاتباع عادات غذائية غير صحية. تشير هذه النتائج إلى ضرورة اتخاذ صانعي السياسات

إجراءات فورية لتنظيم سياسة الإعلان عن الأغذية بهدف تعزيز بيئة غذائية صحية في جميع أنحاء المملكة. وينبغي تشجيع السعوديين على ممارسة المزيد من النشاط البدني، مما قد يدعم الحفاظ على أنماط غذائية وأساليب حياة صحية.

أحدث التدفق الهائل للمعلومات في العصر الرقمي تأثيرًا كبيرًا على الحياة الاجتماعية في المملكة العربية السعودية. ونتيجةً لذلك، برزت المواطنة الرقمية كموضوعٍ للنقاش، لا سيما فيما يتعلق ببرامج التواصل الاجتماعي. تهدف دراسة (Rashidi، 2023) إلى تقديم نظرة شاملة عن المواطنة الرقمية، متناولةً القضايا المهمة لكلٍ من المواطنين وصناع القرار في المملكة. وباستخدام المنهج الوصفي، تسعى الدراسة إلى قياس مستوى الوعي بين مستخدمي برامج التواصل الاجتماعي في المملكة فيما يخص أبعاد المواطنة الرقمية ضمن إطار رؤية 2030. وتُشير النتائج إلى أن تنمية المواطنة الرقمية في المملكة تواجه عقبات، تنبع في المقام الأول من سوء استخدام التكنولوجيا. وتشمل العناصر الأساسية للمواطنة الرقمية في المملكة: الثقافة الرقمية، والأخلاقيات الرقمية، والوصول الرقمي، والمشاركة الرقمية. كما تُشير الدراسة إلى أن لدى المشاركين من الجنسين مستوى متوسطًا من الوعي بهذه الجوانب. وتوصي الدراسة بتوسيع نطاق دراسات المواطنة الرقمية لتشمل تخصصاتٍ متنوعة، مثل التربية، والقانون، والهندسة، والطب، والإدارة، وعلوم الحاسوب، والاقتصاد، وعلم النفس.

التعليق على الدراسات السابقة:

- أوجه التشابه في الدراسات السابقة

تتشابه الدراسات السابقة في تركيزها على الدور المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على وعي الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم في المجتمع السعودي. فقد تناولت معظم الدراسات العلاقة بين التعرض للمحتوى عبر هذه المنصات ومستوى المعرفة أو الوعي بقضايا مختلفة، مثل القضايا الأمنية، والبيئية، والصحية، والتكنولوجية، إضافة إلى تأثيرها في تشكيل الصورة الذهنية للمملكة على المستوى الدولي. كما اعتمدت غالبية هذه الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينات من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي داخل المملكة العربية السعودية. كذلك اتفقت هذه الدراسات على أن ارتفاع مستوى التفاعل مع منصات التواصل الاجتماعي يرتبط بزيادة مستوى المعرفة أو الإدراك لدى الأفراد، سواء فيما يتعلق بالقضايا المجتمعية أو القضايا المرتبطة بالتنمية والتحول الاجتماعي. كما تشترك الدراسات في إبراز أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال حديثة تساهم في نشر المعلومات وتوجيه الرأي العام، حيث أظهرت نتائجها أن هذه المنصات أصبحت أداة فعالة للتوعية ونقل الرسائل الحكومية أو المجتمعية إلى الجمهور، إلى جانب دورها في التأثير على السلوكيات الفردية والجماعية.

- أوجه الاختلاف في الدراسات السابقة

على الرغم من وجود نقاط تشابه بين الدراسات السابقة، إلا أنها تختلف في طبيعة الموضوعات التي تناولتها والأبعاد التي ركزت عليها. فقد ركزت بعض الدراسات على الجانب الأمني والتوعوي المرتبط بالمخالفات والجرائم، في حين اهتمت دراسات أخرى بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي أو الصحي أو الغذائي لدى الأفراد. كما تناولت بعض الدراسات تأثير المحتوى الذي ينشره المؤثرون في وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الصورة الدولية للمملكة، بينما ركزت دراسات أخرى على تأثير الإعلانات الرقمية في السلوكيات الغذائية أو على مستوى الوعي بالمواطنة الرقمية. وتختلف هذه الدراسات أيضاً في الأطر النظرية والمنهجية المستخدمة؛ فبعضها اعتمد على نظريات إعلامية مثل نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، بينما استخدمت دراسات أخرى نماذج تحليلية تتعلق بالعلامة التجارية الوطنية أو الدبلوماسية الرقمية. كما تنوعت أدوات وأساليب التحليل بين الدراسات، حيث استخدم بعضها المنهج الكمي القائم على الاستبيانات وتحليل البيانات الإحصائية، بينما جمعت دراسات أخرى بين التحليل الكمي والنوعي من خلال تحليل المحتوى إلى جانب استطلاعات الرأي.

- الفجوات البحثية التي يميزها البحث الحالي

بالرغم من تنوع الدراسات السابقة في تناولها لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي، إلا أن معظمها ركز على مجالات محددة مثل الوعي الأمني، أو السلوكيات الصحية والغذائية، أو الوعي البيئي، أو المواطنة الرقمية، دون التوسع في دراسة دور هذه المنصات في تشكيل الوعي المجتمعي المرتبط بمشروعات التحول الوطني الشاملة. كما أن بعض الدراسات ركزت على تأثير حسابات مؤسسية محددة أو محتوى المؤثرين، دون تحليل شامل لدور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل إدراك الشباب السعودي لقضايا التنمية المرتبطة برؤية المملكة 2030. وتبرز الفجوة البحثية في الحاجة إلى دراسة ميدانية تركز على فئة الشباب باعتبارهم الفئة الأكثر استخداماً لمنصات التواصل الاجتماعي والأكثر تأثيراً في تشكيل اتجاهات المجتمع المستقبلية. كما يسعى البحث الحالي إلى الربط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية المملكة 2030، وهو جانب لم يحظَ بدراسة كافية في الأدبيات السابقة، خاصة من خلال تحليل ميداني مباشر يركز على أنماط الاستخدام ومستويات التفاعل وتأثيرها في تشكيل الإدراك والاتجاهات لدى الشباب السعودي.

الإطار النظري للدراسة

يمثل الإطار النظري الأساس العلمي الذي تُبنى عليه هذه الدراسة، إذ يوفّر منظومة مفاهيمية وتفسيرية تساعد في فهم طبيعة العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي من جهة، ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي من جهة أخرى، في سياق القضايا المرتبطة برؤية السعودية 2030. ويهدف هذا الإطار إلى توضيح الكيفية التي تؤثر بها الوسائل الرقمية الحديثة في تشكيل الإدراك والمعرفة والاتجاهات، من خلال مجموعة من النظريات الإعلامية والاجتماعية التي تفسر سلوك الجمهور وتفاعله مع المحتوى الرقمي.

- مفهوم منصات التواصل الاجتماعي ودورها الاتصالي

تُعد منصات التواصل الاجتماعي بيئة رقمية تفاعلية تتيح للمستخدمين إنتاج المحتوى ومشاركته والتفاعل معه بشكل فوري، وقد أصبحت خلال السنوات الأخيرة أحد أهم مصادر المعلومات والتأثير في الرأي العام. وتتميز هذه المنصات بقدرتها على تجاوز الحدود الجغرافية والزمنية، مما جعلها وسيلة رئيسية لنقل القضايا الوطنية والتنمية، وعلى رأسها قضايا رؤية السعودية 2030. ويكمن دورها الاتصالي في كونها لم تعد مجرد وسيلة لنقل الأخبار، بل أصبحت فضاءً لتشكيل النقاشات العامة وصياغة الاتجاهات الاجتماعية، وهو ما يجعلها عنصرًا فاعلاً في بناء الوعي المجتمعي لدى فئة الشباب (Cho، 2022).

- مفهوم الوعي المجتمعي وأبعاده

يشير الوعي المجتمعي إلى مستوى إدراك الأفراد للقضايا المحيطة بهم، وقدرتهم على فهمها وتحليلها وتكوين اتجاهات وسلوكيات بناءً عليها. ويتكون هذا الوعي من أبعاد متعددة تشمل البعد المعرفي المرتبط بالمعلومات، والبعد الوجداني المتعلق بالاتجاهات والقيم، والبعد السلوكي الذي يعكس مدى التفاعل والمشاركة. وفي سياق هذه الدراسة، يرتبط الوعي المجتمعي بفهم الشباب السعودي لأهداف ومبادرات رؤية السعودية 2030، ومدى إدراكهم لأهميتها في تحقيق التنمية المستدامة والتحول الوطني (Alshammari، 2025).

- العلاقة بين الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي

تؤكد الأدبيات العلمية أن وسائل الإعلام الحديثة، وخاصة منصات التواصل الاجتماعي، تلعب دورًا محوريًا في تشكيل الوعي من خلال التأثير في عملية إدراك الأفراد للأحداث والقضايا. فالتعرض المستمر للمحتوى الرقمي يساهم في بناء تصورات ذهنية لدى المستخدمين، كما أن طبيعة التفاعل مع هذا المحتوى تعزز من ترسيخ المعلومات أو تعديلها. وفي هذا السياق، تُعد القضايا

المرتبطة برؤية السعودية 2030 مثلاً واضحاً على كيفية استخدام الإعلام الرقمي في تعزيز الفهم العام لمشروعات التنمية الوطنية، من خلال نشر المعلومات، وتقديم التفسيرات، وإتاحة النقاش العام حولها (Naslund، 2021).

- أهمية الإطار النظري في توجيه الدراسة

يسهم الإطار النظري في توجيه مسار الدراسة من خلال تحديد المفاهيم الأساسية والعلاقات بين المتغيرات، مما يساعد في صياغة الفرضيات والتساؤلات البحثية بشكل علمي دقيق. كما يوفر هذا الإطار الأساس الذي يتم من خلاله تفسير النتائج الميدانية لاحقاً، وربطها بالسياقات العلمية المناسبة. وفي هذه الدراسة، يساعد الإطار النظري في فهم طبيعة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الشباب السعودي، وكيفية مساهمتها في تشكيل وعيهم تجاه قضايا رؤية السعودية 2030، بما يعزز من دقة التحليل وموضوعية النتائج، ويضمن اتساقها مع الأسس العلمية المعتمدة في البحوث الاجتماعية والإعلامية (Omar، 2024).

مفاهيم الدراسة النظرية والإجرائية

منصات التواصل الاجتماعي

- المفهوم النظري:

تشير منصات التواصل الاجتماعي إلى البيئات الرقمية التفاعلية عبر الإنترنت التي تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى ومشاركته والتفاعل معه بشكل فوري، مثل التعليق والإعجاب وإعادة النشر، مما يساهم في تشكيل شبكات اجتماعية افتراضية واسعة التأثير (Lin، 2022).

- المفهوم الإجرائي:

يقصد بها في هذه الدراسة المواقع والتطبيقات التي يستخدمها الشباب السعودي بشكل يومي، مثل تويتر (X)، إنستغرام، سناب شات، وتيك توك، والتي يتم من خلالها التعرض للمحتوى المرتبط بقضايا رؤية السعودية 2030 وقياس مدى تأثيرها على الوعي المجتمعي لديهم.

الوعي المجتمعي

- المفهوم النظري:

هو إدراك الأفراد وفهمهم للقضايا المجتمعية المحيطة بهم، وقدرتهم على تحليلها وتكوين اتجاهات وسلوكيات بناءً على هذا الإدراك، ويشمل أبعادًا معرفية ووجدانية وسلوكية (Paljug، 2026).

- المفهوم الإجرائي:

يقصد به في هذه الدراسة مستوى معرفة الشباب السعودي بمبادرات وأهداف قضايا رؤية السعودية 2030، ومدى فهمهم لها، واتجاهاتهم نحوها، ودرجة مشاركتهم في النقاشات المرتبطة بها عبر منصات التواصل الاجتماعي.

كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي

- المفهوم النظري:

تشير إلى مقدار التعرض المتكرر والمستمر لوسائل الإعلام الرقمية، والذي يعكس حجم الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات والتفاعل الاجتماعي (Lin X.، 2024).

- المفهوم الإجرائي:

تقاس بعدد ساعات الاستخدام اليومي لمنصات التواصل الاجتماعي، وعدد مرات الدخول إليها، وتنوع المنصات المستخدمة من قبل الشباب السعودي.

مصادقية المحتوى المنشور

- المفهوم النظري:

تعني درجة الثقة التي يمنحها الأفراد للمعلومات المنشورة عبر الوسائل الإعلامية، بناءً على مصدرها ووضوحها واتساقها (Dominic، 2025).

- المفهوم الإجرائي:

تقاس من خلال مدى ثقة الشباب السعودي في المحتوى المتعلق بقضايا رؤية السعودية 2030 المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي، سواء كان صادرًا عن مصادر رسمية أو حسابات غير رسمية.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

المقدمة

يمثل هذا الفصل المرحلة التطبيقية المحورية في مسار الدراسة، حيث ينتقل البحث من التأصيل النظري والتحليل المفاهيمي إلى الممارسة العلمية المنظمة التي تهدف إلى اختبار ما تم طرحه من أفكار في الواقع العملي. ويأتي هذا الفصل ليقدّم تصوّرًا منهجيًا متكاملًا يوضح الكيفية التي تم من خلالها تصميم الدراسة وتنفيذها بصورة علمية دقيقة، بما يضمن تحقيق أهدافها والإجابة عن تساؤلاتها المرتبطة بدور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي. ومن خلال هذا الطرح، يسعى الفصل إلى إرساء الأسس الإجرائية التي تُبنى عليها مصداقية النتائج ودقتها.

ويتضمن هذا الفصل عرضًا تفصيليًا للإجراءات العلمية التي اعتمدت عليها الدراسة في جمع البيانات وتحليلها، من خلال توضيح طبيعة التصميم البحثي المستخدم، والأسس التي تم الاستناد إليها في اختيار المشاركين، إلى جانب تحديد الضوابط التي تحكم عملية القياس بما يضمن تمثيلًا دقيقًا لمجتمع الدراسة. كما يسلط الفصل الضوء على الآليات التي تم اتباعها في جمع المعلومات من الميدان، بما في ذلك تنظيم العملية البحثية وضمان جودة البيانات، فضلًا عن تحديد الإطار الذي تمت فيه الدراسة من حيث النطاق الزمني والمكاني والبشري. ويسهم هذا العرض في توفير صورة واضحة عن كيفية تنفيذ الدراسة بشكل عملي، الأمر الذي يعزز من إمكانية تقييمها علميًا وإعادة تطبيقها في سياقات مشابهة.

وتبرز أهمية هذا الفصل في كونه يمثل العمود الفقري للبحث من الناحية التطبيقية، حيث يضمن سلامة الإجراءات ودقة النتائج من خلال الالتزام بالمعايير المنهجية المعتمدة في البحوث العلمية. كما يساعد في تحقيق الشفافية البحثية من خلال توضيح كافة الخطوات التي تم اتباعها، مما يعزز ثقة القارئ في النتائج التي سيتم التوصل إليها لاحقًا. إضافة إلى ذلك، يوفر هذا الفصل أساسًا علميًا لتفسير النتائج وربطها بالإطار النظري، بما يسهم في الوصول إلى استنتاجات موضوعية يمكن الاعتماد عليها في فهم طبيعة تأثير منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي تجاه قضايا رؤية السعودية 2030، ودعم الجهود الرامية إلى تحقيق أهداف التنمية الوطنية.

مجتمع البحث

- تعريف مجتمع البحث

يمثل مجتمع البحث الإطار البشري الذي تُجرى عليه الدراسة، ويُقصد به جميع الأفراد الذين تتوافر فيهم الخصائص المشتركة التي تتعلق بموضوع الدراسة، بحيث يمكن تعميم النتائج عليهم في حال تم اختيار عينة ممثلة لهم بشكل علمي. وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع البحث في فئة الشباب السعودي الذين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي، باعتبارهم الفئة الأكثر ارتباطاً بالبيئة الرقمية، والأكثر تعرضاً للمحتوى المتعلق بالقضايا التنموية، وعلى رأسها قضايا رؤية السعودية 2030. ويُعد هذا المجتمع مناسباً للدراسة نظراً لدوره الحيوي في تشكيل الاتجاهات العامة والتفاعل مع القضايا الوطنية.

- خصائص مجتمع البحث

يتسم مجتمع البحث في هذه الدراسة بعدة خصائص مهمة، من أبرزها ارتفاع معدلات استخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي ومستمر، وتنوع التطبيقات المستخدمة مثل تويتر (X)، إنستغرام، سناب شات، وتيك توك، مما يعكس انخراطاً كبيراً في البيئة الرقمية. كما يتميز هذا المجتمع بارتفاع مستوى التفاعل مع المحتوى الرقمي، سواء من خلال المتابعة أو التعليق أو المشاركة، الأمر الذي يجعله أكثر عرضة للتأثر بالمعلومات المتداولة حول قضايا رؤية السعودية 2030. بالإضافة إلى ذلك، يتمتع الشباب السعودي بدرجة عالية من الوعي التعليمي والانفتاح الثقافي، مما يجعلهم قادرين على تحليل وتفسير المحتوى الرقمي بشكل نسبي مقارنة بفئات عمرية أخرى.

- أهمية اختيار مجتمع البحث

تنبع أهمية اختيار الشباب السعودي كمجتمع للدراسة من كونهم الفئة المستهدفة بشكل مباشر في العديد من برامج ومبادرات رؤية السعودية 2030، فضلاً عن كونهم القوة الفاعلة في عملية التحول الوطني. كما أنهم الأكثر استخداماً وتأثراً بمنصات التواصل الاجتماعي، مما يجعلهم نموذجاً مناسباً لدراسة تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي المجتمعي. ويسهم هذا الاختيار في تقديم نتائج تعكس الواقع الفعلي لسلوك المستخدمين واتجاهاتهم، مما يعزز من القيمة العلمية والتطبيقية للدراسة.

- نطاق مجتمع البحث

يقتصر مجتمع البحث على الشباب السعودي المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي داخل المملكة العربية السعودية، دون التطرق إلى فئات أخرى من المجتمع، وذلك لضمان التركيز على الفئة الأكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة. كما يراعي هذا التحديد

الطبيعة الخاصة للسياق الاجتماعي والثقافي الذي يتم فيه تحليل تأثير المحتوى الرقمي المرتبط برؤية السعودية 2030، بما يتيح فهمًا أدق للعلاقة بين الاستخدام الإعلامي ومستوى الوعي المجتمعي داخل هذه الفئة المستهدفة.

المنهجية وطرق البحث

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكمي بوصفه الإطار المنهجي المناسب لتحقيق أهدافها العلمية، حيث يركز هذا المنهج على جمع البيانات الرقمية القابلة للقياس والتحليل الإحصائي، بهدف اختبار العلاقات بين المتغيرات وقياس درجة تأثيرها بصورة دقيقة وموضوعية. ويُعد المنهج الكمي من أكثر المناهج ملاءمة لدراسة الظواهر الاجتماعية المرتبطة بالاستخدامات الإعلامية، خاصة في سياق منصات التواصل الاجتماعي، نظرًا لقدرته على تقديم نتائج قابلة للتعميم. وفي إطار هذه الدراسة، يتم توظيف المنهج الكمي لتحليل دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي، من خلال قياس متغيرات محددة مثل كثافة الاستخدام، ومصداقية المحتوى، والتفاعل الرقمي، وربطها بمستوى الوعي المجتمعي.

- ملاءمة المنهج الكمي لطبيعة الدراسة

تنبع أهمية اختيار المنهج الكمي من طبيعة موضوع الدراسة الذي يتطلب قياسًا دقيقًا للعلاقات بين المتغيرات، بدلاً من الاكتفاء بالوصف أو التحليل النظري. فدراسة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الوعي المجتمعي تستلزم جمع بيانات قابلة للتحويل إلى مؤشرات رقمية يمكن تحليلها إحصائيًا، مما يتيح الكشف عن قوة العلاقة واتجاهها بين الاستخدام الإعلامي ومستوى الوعي. كما أن هذا المنهج يساعد في تقليل التحيز الذاتي، ويعزز من موضوعية النتائج، خاصة عند دراسة قضايا وطنية مهمة مثل قضايا رؤية السعودية 2030 التي تتطلب دقة عالية في التحليل والاستنتاج.

- أدوات المنهج الكمي في الدراسة

يعتمد المنهج الكمي في هذه الدراسة على أداة رئيسية تتمثل في الاستبيان الموجه إلى عينة من الشباب السعودي المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي. ويهدف الاستبيان إلى جمع بيانات منظمة حول أنماط الاستخدام، ومستوى التفاعل، ومدى الثقة في المحتوى الرقمي، بالإضافة إلى قياس مستوى الوعي بقضايا رؤية السعودية 2030. ويتم تصميم أسئلة الاستبيان بطريقة مغلقة غالبًا، باستخدام مقاييس تقدير معيارية مثل مقياس ليكرت، بما يتيح تحويل الإجابات إلى بيانات رقمية قابلة للتحليل الإحصائي.

- خطوات تطبيق المنهج الكمي

تمر عملية تطبيق المنهج الكمي بعدة خطوات منظمة تبدأ بتحديد مشكلة الدراسة وصياغة الفرضيات، ثم تحديد المتغيرات الرئيسية وتحويلها إلى مؤشرات قابلة للقياس. يلي ذلك تصميم أداة جمع البيانات (الاستبيان) والتأكد من صدقها وثباتها، ثم تطبيقها على العينة المستهدفة من الشباب السعودي. بعد ذلك يتم تفرغ البيانات وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة تعكس واقع تأثير منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي تجاه قضايا رؤية السعودية 2030.

- أهمية المنهج الكمي في الدراسة

تكمن أهمية استخدام المنهج الكمي في كونه يوفر نتائج موضوعية قابلة للقياس والتفسير العلمي، مما يساعد في اختبار الفرضيات بشكل دقيق وتحديد قوة العلاقة بين المتغيرات المختلفة. كما يتيح إمكانية تعميم النتائج على مجتمع الدراسة في حال تم اختيار عينة ممثلة، وهو ما يعزز من القيمة العلمية للدراسة. بالإضافة إلى ذلك، يساهم هذا المنهج في دعم صنّاع القرار والجهات المعنية من خلال توفير بيانات رقمية موثوقة يمكن الاعتماد عليها في تطوير استراتيجيات إعلامية رقمية أكثر فاعلية لتعزيز الوعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب.

أدوات الدراسة

تعتمد هذه الدراسة في إطارها المنهجي الكمي على أداة رئيسية وأساسية في جمع البيانات، وهي الاستبانة، باعتبارها الأداة الأكثر ملاءمة لقياس المتغيرات الكمية المرتبطة بموضوع الدراسة، والمتمثل في دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي. وتُعد الاستبانة من الأدوات البحثية الشائعة في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، لما تتميز به من قدرة على جمع بيانات واسعة من عدد كبير من المبحوثين في وقت قصير، وبطريقة منظمة تتيح تحليلها إحصائيًا واستخلاص نتائج دقيقة.

وتتكون الاستبانة في هذه الدراسة من مجموعة من المحاور الرئيسية التي تغطي متغيرات الدراسة، حيث تتضمن أسئلة تقيس كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي، ومدى التفاعل مع المحتوى الرقمي، ودرجة مصداقية المحتوى المنشور، بالإضافة إلى أسئلة تهدف إلى قياس مستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب تجاه قضايا رؤية السعودية 2030. ويتم تصميم هذه الأسئلة

غالبًا بصيغة مغلقة تعتمد على مقياس ليكرت الخماسي، بما يتيح تحويل الاستجابات إلى بيانات رقمية قابلة للمعالجة الإحصائية، وبالتالي تسهيل عملية التحليل واختبار الفرضيات.

كما تُبنى الاستبانة وفق أسس علمية دقيقة تضمن صدقها وثباتها، من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين للتأكد من صلاحيتها، وإجراء اختبار تجريبي (Pilot Study) على عينة محدودة قبل التطبيق النهائي. ويهدف ذلك إلى التأكد من وضوح العبارات، وملاءمتها لمجتمع البحث، وقدرتها على قياس ما وضعت من أجله بدقة. ويسهم هذا الإجراء في تعزيز موثوقية النتائج التي سيتم التوصل إليها لاحقًا.

وتكمن أهمية استخدام الاستبانة كأداة رئيسية في قدرتها على توفير بيانات كمية قابلة للمقارنة والتحليل، مما يساعد في الكشف عن العلاقات بين المتغيرات المختلفة، مثل العلاقة بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي بقضايا رؤية السعودية 2030. كما تتيح هذه الأداة إمكانية تعميم النتائج على مجتمع الدراسة في حال تم اختيار عينة ممثلة، الأمر الذي يعزز من القيمة العلمية والتطبيقية للدراسة، ويسهم في تقديم نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير السياسات الإعلامية والتوعوية المرتبطة بالرؤية.

خطوات جمع البيانات

- الإعداد الأولي لأداة جمع البيانات

تبدأ عملية جمع البيانات في هذه الدراسة بمرحلة الإعداد الأولي لأداة الاستبانة، حيث يتم تصميمها وفقًا لأهداف الدراسة وتساؤلاتها، وبما يتوافق مع متغيراتها المستقلة والتابعة. وقد رُوعي في بناء الاستبانة أن تغطي جميع الجوانب المرتبطة بدور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي، من خلال صياغة فقرات واضحة ومحددة تقيس كثافة الاستخدام، ومصداقية المحتوى، والتفاعل الرقمي، ومستوى الوعي. كما يتم التأكد من ملاءمة العبارات لمجتمع الدراسة من حيث اللغة والوضوح، بما يضمن الحصول على بيانات دقيقة وقابلة للتحليل.

- التحقق من صدق وثبات الأداة

قبل الشروع في التطبيق الميداني، يتم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجالات الإعلام والبحث العلمي للتأكد من صدق المحتوى ومدى ملاءمة الفقرات لموضوع الدراسة. كما يتم إجراء اختبار تجريبي (دراسة استطلاعية) على عينة

صغيرة من مجتمع البحث، بهدف قياس مدى وضوح الأسئلة والتأكد من ثبات الأداة وإمكانية الاعتماد عليها في جمع البيانات. وتساعد هذه الخطوة في تحسين جودة الاستبانة وتعديل أي ملاحظات قد تظهر قبل التطبيق النهائي.

- تحديد عينة الدراسة وتوزيع الاستبانة

بعد التأكد من جاهزية الأداة، يتم تحديد عينة الدراسة من الشباب السعودي المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي، وفقاً لمعايير علمية تضمن تمثيل مجتمع البحث بشكل مناسب. ثم يتم توزيع الاستبانة على أفراد العينة إما بشكل إلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي أو عبر وسائل رقمية أخرى، بما يتناسب مع طبيعة الدراسة الرقمية. ويُراعى في هذه المرحلة تنوع المشاركين من حيث الخصائص الديموغرافية لضمان شمولية البيانات المتعلقة بتأثير منصات التواصل الاجتماعي على الوعي بقضايا رؤية السعودية 2030.

- جمع البيانات واسترجاع الاستبانات

تتم عملية جمع البيانات خلال فترة زمنية محددة يتم خلالها متابعة استجابات المشاركين والتأكد من اكتمال الإجابات وصلاحياتها للتحليل. كما يتم استبعاد الاستبانات غير المكتملة أو غير الصالحة لضمان جودة البيانات النهائية. وتُعد هذه المرحلة من أهم المراحل في البحث الكمي، لأنها تمثل الأساس الذي تُبنى عليه نتائج الدراسة وتحليلها الإحصائي.

- إعداد البيانات للتحليل الإحصائي

بعد الانتهاء من جمع الاستبانات، يتم تفريغ البيانات وتنظيمها في جداول إحصائية تمهيداً لتحليلها باستخدام البرامج الإحصائية المناسبة. وتشمل هذه الخطوة ترميز الإجابات وتحويلها إلى بيانات رقمية قابلة للمعالجة، بما يتيح قياس العلاقات بين المتغيرات واختبار الفرضيات. وتهدف هذه العملية إلى الوصول إلى نتائج دقيقة تعكس واقع تأثير منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي لدى الشباب تجاه قضايا رؤية السعودية 2030.

حدود الدراسة

- الحدود البشرية

تتمثل الحدود البشرية لهذه الدراسة في فئة الشباب السعودي المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي داخل المملكة العربية السعودية، باعتبارهم الفئة الأكثر ارتباطاً بالبيئة الرقمية والأكثر تعرضاً للمحتوى المتعلق بالقضايا التنموية. وقد تم اختيار

هذه الفئة تحديداً لكونها تمثل شريحة محورية في المجتمع، ولأنها الأكثر تفاعلاً مع القضايا الوطنية، وعلى رأسها قضايا رؤية السعودية 2030. ويهدف هذا التحديد إلى التركيز على فئة قادرة على تقديم بيانات تعكس طبيعة العلاقة بين الاستخدام الرقمي ومستوى الوعي المجتمعي بشكل أكثر دقة وواقعية.

- الحدود الزمانية

تغطي الحدود الزمانية للدراسة فترة زمنية محددة تم خلالها جمع البيانات الميدانية وتحليلها، بحيث تعكس النتائج الواقع الفعلي لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي في تلك الفترة. ويُعد تحديد الإطار الزمني أمراً مهماً لضمان دقة النتائج، نظراً لأن أنماط الاستخدام الرقمي والمحتوى المتداول عبر المنصات قد يتغيران بمرور الوقت. كما أن هذه الفترة ترتبط بالسياق العام للتطور المستمر في برامج رؤية السعودية 2030، مما يجعل النتائج مرتبطة بالمرحلة الراهنة من التحول الرقمي والتنموي في المملكة.

- الحدود المكانية

تقتصر الحدود المكانية لهذه الدراسة على المملكة العربية السعودية، باعتبارها البيئة الجغرافية التي يتم فيها تطبيق برامج ومبادرات رؤية السعودية 2030، وكذلك البيئة التي ينتمي إليها مجتمع البحث. ويتيح هذا التحديد دراسة تأثير منصات التواصل الاجتماعي في سياق اجتماعي وثقافي محدد، مما يساعد على فهم طبيعة الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي داخل بيئتهم المحلية، دون التوسع إلى بيئات أخرى قد تختلف في خصائصها الثقافية والإعلامية.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

المقدمة

يمثل هذا الفصل المرحلة النهائية من البناء البحثي للدراسة، حيث يتم فيه الانتقال من الجانب التطبيقي لجمع البيانات إلى مرحلة التحليل والتفسير العلمي للنتائج التي تم التوصل إليها، وذلك بهدف الإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها بصورة دقيقة ومنهجية. ويأتي هذا الفصل ليعكس الصورة الكاملة للظاهرة المدروسة، والمتمثلة في دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي، من خلال تحويل البيانات الخام إلى دلالات علمية قابلة للتفسير والاستفادة.

ويتضمن هذا الفصل معالجة تحليلية متعمقة للبيانات التي تم جمعها ميدانيًا، حيث يتم تنظيمها وتصنيفها بطريقة علمية تمهيدًا لاستخلاص النتائج ذات الدلالة الإحصائية والمعرفية. كما يركز على تفسير هذه النتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، بما يتيح فهمًا أعمق للعلاقات بين المتغيرات المختلفة، ويبرز طبيعة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على مستوى الوعي المجتمعي. ويسهم هذا التحليل في الكشف عن الاتجاهات العامة لسلوك الشباب السعودي، ومدى تفاعلهم مع المحتوى الرقمي المرتبط بقضايا الرؤية، بما يعزز من دقة الاستنتاجات وموضوعيتها.

كما يتناول الفصل مناقشة النتائج في سياقها العلمي، من خلال ربطها بالسياقات النظرية والتطبيقية، وتفسير أوجه الاتفاق أو الاختلاف مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة، الأمر الذي يساعد في بناء فهم متكامل للظاهرة محل الدراسة. ويختتم الفصل بعرض خلاصة شاملة لأبرز ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، مع تقديم مجموعة من المقترحات والتوصيات التي يمكن أن تسهم في تحسين فاعلية استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي المجتمعي، ودعم الجهود الوطنية المرتبطة بتحقيق مستهدفات رؤية السعودية 2030.

وتكمن أهمية هذا الفصل في كونه يمثل المحطة الحاسمة في مسار البحث العلمي، حيث يترجم الجهد النظري والتطبيقي إلى نتائج واستنتاجات ذات قيمة علمية وعملية. كما يسهم في تقديم رؤية تفسيرية شاملة للظاهرة المدروسة، بما يدعم صُنّاع القرار والباحثين في فهم أعمق لدور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي المجتمعي، ويعزز من إمكانية توظيف هذه النتائج في تطوير السياسات الإعلامية والاستراتيجيات التوعوية المستقبلية.

تحليل البيانات

• الوصف الإحصائي للبيانات

يميل أفراد العينة بوضوح نحو المعرفة بأهداف رؤية السعودية 2030 بمتوسط بلغ 3.70؛ ورغم هذا الارتفاع النسبي، سجل الانحراف المعياري 1.400 مما يشير لتباين في مستويات هذه المعرفة بين الشباب. تراجع الاعتماد على المنصات كمصدر رئيسي للمعلومات إلى متوسط 3.33 وانحراف عالٍ قدره 1.668، فالمتلقي قد يتابع لكنه يحتفظ بمسافة نقدية تجاه المصدر الرقمي؛ وهو ما يفسر انخفاض الثقة في دقة المحتوى الرقمي إلى 3.36 مقارنة بمتابعة الحسابات الرسمية التي حصدت متوسطاً أعلى قدره 3.64. يظهر الانقسام في الآراء جلياً عند قياس "أثر التفاعل في زيادة الفهم" و"المشاركة اليومية"، حيث تشير الانحرافات التي تجاوزت 1.442 إلى وجود فئتين؛ إحداها نشطة ومتفاعلة والأخرى تكتفي بالمشاهدة الصامتة. هذا التباين الإحصائي يوحي بأن الوعي يتشكل بشكل أقوى عبر الحسابات الرسمية الموثوقة أكثر من المحتوى العام المتداول؛ فالنتائج الإجمالية تظهر اتفاقاً متوسطاً حول دور المنصات في تشكيل الوعي بقيم متقاربة حول 3.54 وانحرافات واسعة تعكس اختلاف الأنماط الاستهلاكية للشباب السعودي.

Statistics									
Std. Error of Kurtosis	Kurtosis	Std. Error of Skewness	Skewness	Std. Deviation	Median	Std. Error of Mean	Mean	N	
								Missing	Valid
.308	-1.393-	.155	.080	1.466	3.00	.093	2.93	0	248
.308	-2.007-	.155	-.097-	.500	2.00	.032	1.52	0	248
.308	-1.010-	.155	-.286-	1.300	3.00	.083	3.40	0	248
.308	-.936-	.155	-.688-	1.400	4.00	.089	3.70	0	248
.308	-1.125-	.155	-.529-	1.422	4.00	.090	3.54	0	248
.308	-1.369-	.155	-.491-	1.569	4.00	.100	3.50	0	248

أشعر بأنني أكثر وعياً بقضايا الرؤية نتيجة استخدامي لمنصات التواصل الاجتماعي	248	0	3.54	.104	4.00	1.641	-566-	.155	-1.381-	.308
أرى أن منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل وعي بقضايا رؤية السعودية 2030	248	0	3.54	.095	4.00	1.500	-496-	.155	-1.273-	.308
أستخدم منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي لمتابعة الأخبار	248	0	3.47	.092	4.00	1.456	-408-	.155	-1.288-	.308
أقضي وقتاً طويلاً على منصات التواصل الاجتماعي	248	0	3.48	.101	4.00	1.587	-504-	.155	-1.378-	.308
أعتمد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات	248	0	3.33	.106	4.00	1.668	-329-	.155	-1.595-	.308
أتابع الحسابات الرسمية المتعلقة برؤية السعودية 2030	248	0	3.64	.090	4.00	1.422	-617-	.155	-1.057-	.308
أثق بالمعلومات المتعلقة برؤية 2030 المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي	248	0	3.47	.095	4.00	1.492	-432-	.155	-1.314-	.308
أرى أن المحتوى الرقمي يقدم معلومات دقيقة حول رؤية 2030	248	0	3.36	.100	4.00	1.568	-375-	.155	-1.428-	.308
تلتزم الحسابات الرسمية بنشر معلومات موثوقة حول الرؤية	248	0	3.38	.104	4.00	1.645	-369-	.155	-1.551-	.308

أتحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها مع الآخرين	248	0	3.51	.089	4.00	1.397	-483-	.155	-1.127-	.308
أقوم بالتفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية 2030 عبر الإعجاب أو التعليق	248	0	3.50	.091	4.00	1.434	-436-	.155	-1.204-	.308
أشارك المنشورات المتعلقة بالرؤية مع الآخرين	248	0	3.53	.098	4.00	1.550	-560-	.155	-1.268-	.308
أناقش موضوعات رؤية 2030 مع الآخرين عبر المنصات	248	0	3.48	.103	4.00	1.630	-463-	.155	-1.477-	.308
يسهم التفاعل مع المحتوى في زيادة فهمي لقضايا الرؤية	248	0	3.48	.092	4.00	1.442	-425-	.155	-1.256-	.308

جدول 1 : التحليلات الإحصائية

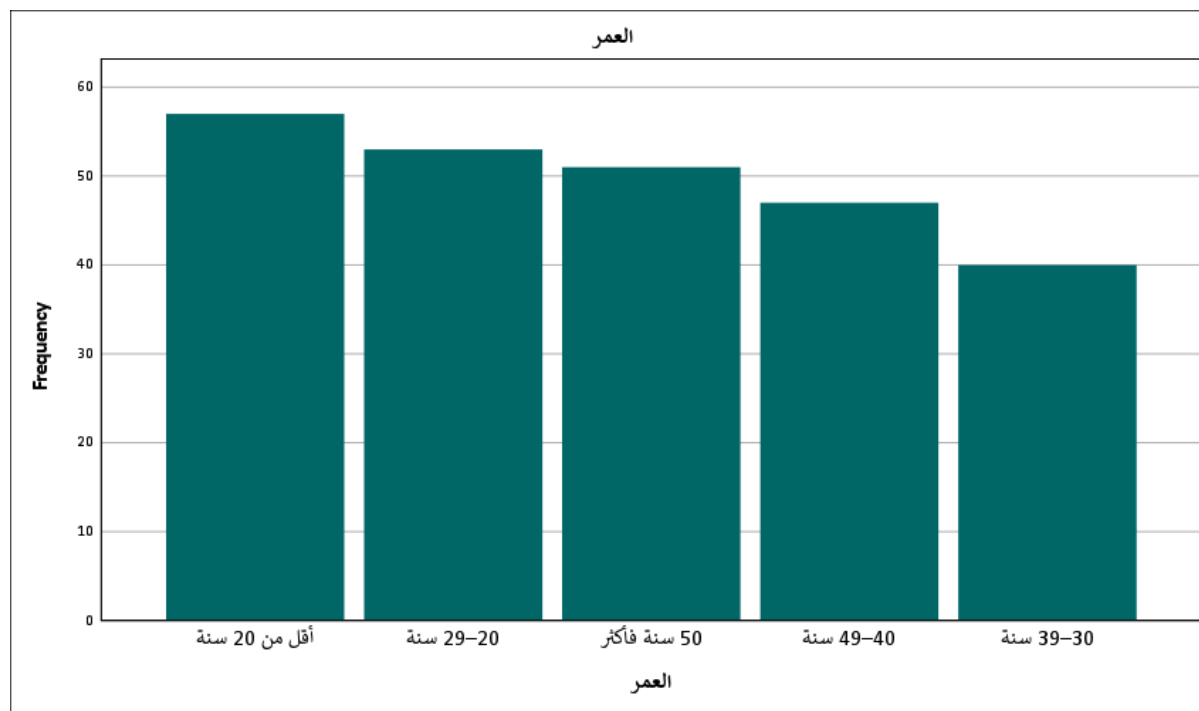
• عمر المشاركين في التجربة

تتوزع الفئات العمرية في العينة بشكل متقارب يمنح الدراسة شمولية واضحة؛ فالفوارق بين الفئات بسيطة جداً. تصدرت الفئة الأصغر "أقل من 20 سنة" المشهد بنسبة 23.0%، وهي الكتلة الأكثر التصاقاً بالفضاء الرقمي. النتيجة المباشرة تظهر في التوازن العددي؛ حيث تقاربت فئة الشباب "20-29 سنة" بنسبة 21.4% مع فئة الخبراء "50 سنة فأكثر" التي سجلت 20.6%. هذا التماثل يقلل من تحيز النتائج لجيل دون آخر. تراجعت فئة "30-39 سنة" إلى المرتبة الأخيرة بنسبة 16.1%؛ ما قد يفسر بضغط الانشغال المهني والأسري في هذه المرحلة العمرية تحديداً. وجود 248 مشاركاً موزعين بهذا التوازن يعزز من إمكانية تعميم النتائج على مختلف الشرائح العمرية للشباب السعودي المتفاعل مع الرؤية.

العمر					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	57	23.0	23.0	23.0	أقل من 20 سنة
	53	21.4	21.4	44.4	20-29 سنة
	51	20.6	20.6	64.9	50 سنة فأكثر

83.9	19.0	19.0	47	40-49 سنة	
100.0	16.1	16.1	40	30-39 سنة	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 2 : التحليل الإحصائي لعمر المشاركين في التجربة



شكل توضيحي 1 : التمثيل البياني لعمر المشاركين في التجربة

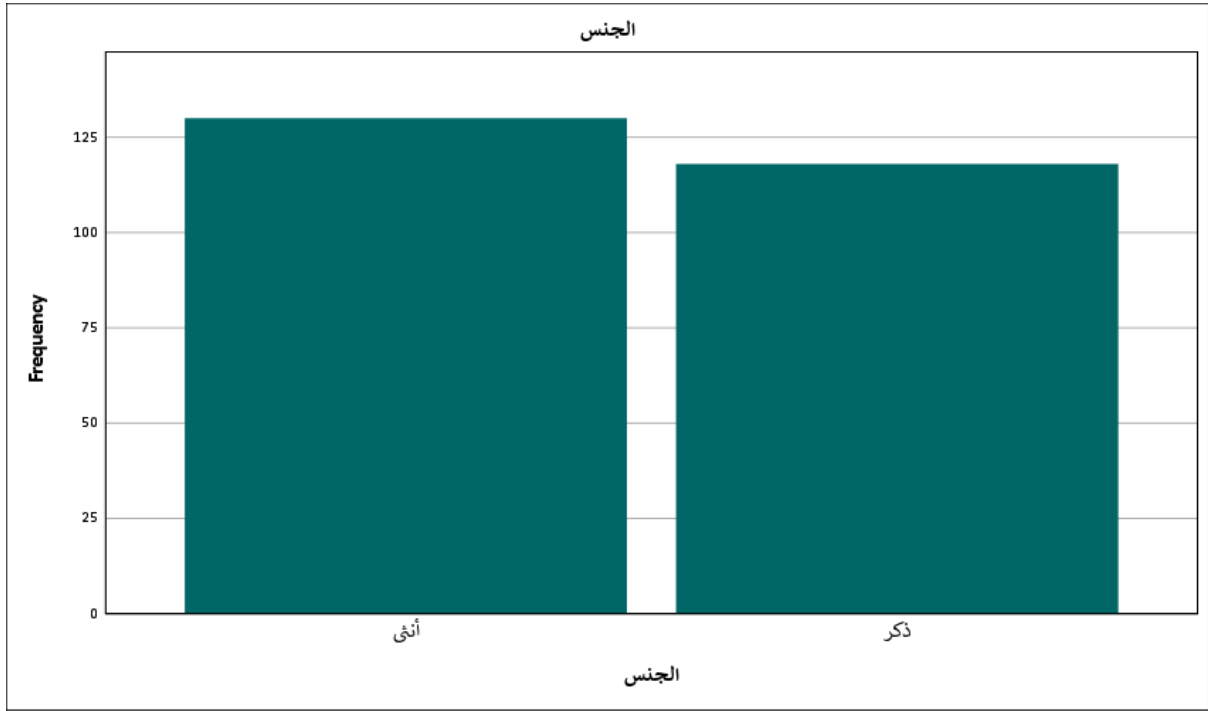
• جنس المشاركين في التجربة

غابت الفوارق الشاسعة بين الجنسين في العينة البحثية؛ فقد انعدمت القيم الشاذة تماماً مع وجود صفر في البيانات المفقودة. استحوذت الإناث على النصيب الأكبر بنسبة 52.4% وبواقع 130 مشاركة، بينما سجل الذكور نسبة متقاربة بلغت 47.6%. الفجوة الرقمية الضئيلة تعني أن العينة متوازنة إحصائياً. يبدو أن الاهتمام بقضايا الرؤية عبر المنصات لا يقتصر على جنس دون آخر. التوزيع بين 130 أنثى و118 ذكراً يمنح النتائج صدقاً في تمثيل المجتمع الشبابي. هذا التقارب يعزز من موضوعية التفسيرات اللاحقة المتعلقة بالوعي المجتمعي.

الجنس					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
52.4	52.4	52.4	130	أنثى	Valid
100.0	47.6	47.6	118	ذكر	

	100.0	100.0	248	Total	
--	-------	-------	-----	-------	--

جدول 3 : التحليل الإحصائي لجنس المشاركين في التجربة



شكل توضيحي 2 : التمثيل البياني لجنس المشاركين في التجربة

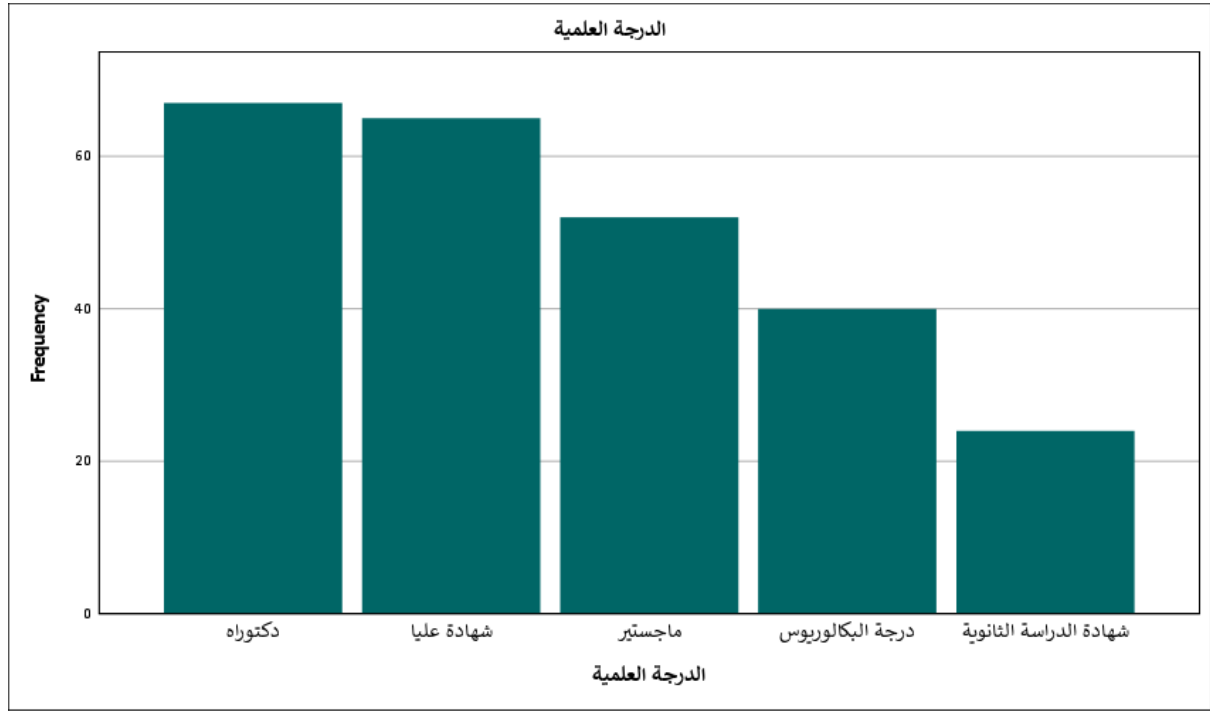
• الدرجة العلمية لدى المشاركين في التجربة

انحصرت الفئات التعليمية الأقل تمثيلاً في حملة شهادة الثانوية العامة بنسبة لم تتجاوز 9.7%؛ فالدراسة استقطبت شريحة أكاديمية بامتياز. تصدر حملة الدكتوراه المشهد بنسبة 27.0%، تلتهم مباشرة فئة الشهادات العليا بنسبة 26.2%. هذا التركيز في المستويات التعليمية المتقدمة يمنح البيانات ثقلًا نوعيًا؛ حيث تعكس الاستجابات وعياً ناتجاً عن خلفيات بحثية ومعرفية رصينة. سجل حملة الماجستير 21.0%، بينما بلغت نسبة البكالوريوس 16.1%، مما يؤكد أن منصات التواصل الاجتماعي باتت ساحة للنقاش الفكري بين النخب الشابة. تدرج النسب بهذا الشكل يرجح أن تشكيل الوعي بقضايا الرؤية داخل العينة يستند إلى تحليل وقراءة واعية للمحتوى الرقمي وليس مجرد تلقٍ عابر. وجود 132 مشاركاً من حملة الدكتوراه والشهادات العليا يعطي انطباعاً بجدية التفاعل مع قضايا التحول الوطني.

الدرجة العلمية					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
27.0	27.0	27.0	67	دكتوراه	Valid

53.2	26.2	26.2	65	شهادة عليا	
74.2	21.0	21.0	52	ماجستير	
90.3	16.1	16.1	40	درجة البكالوريوس	
100.0	9.7	9.7	24	شهادة الدراسة الثانوية	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 4 : التحليل الإحصائي للدرجة العلمية



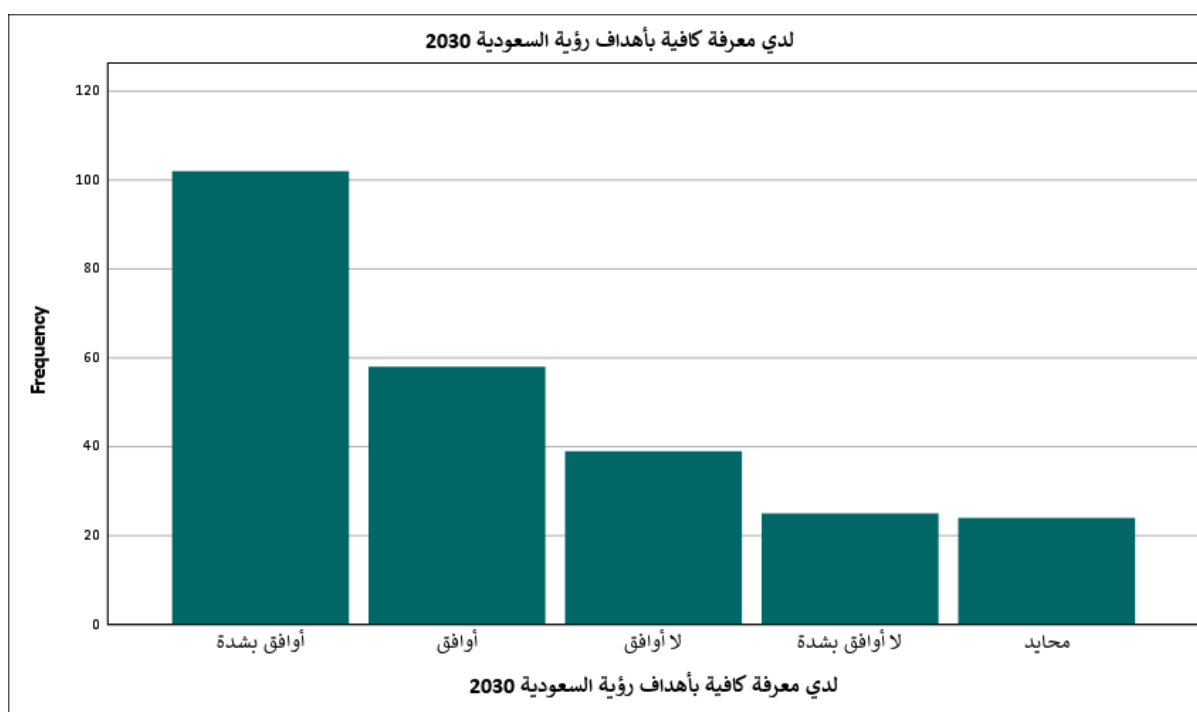
شكل توضيحي 3 : التمثيل البياني للدرجة العلمية

• لدي معرفة كافية بأهداف رؤية السعودية 2030

سجل خيار "محايد" أدنى استجابة بنسبة 9.7% فقط. العينة واضحة في مواقفها. هيمنت الموافقة بشدة بنسبة 41.1%. يتبعها التأييد بـ 23.4%. الكتلة الكبرى تملك وعياً معرفياً. المعارضة حاضرة بوضوح؛ حيث رفضت المعرفة الكافية فئتان بنسبة إجمالية تجاوزت 25%. التباين بين الرفض القاطع والقبول الواسع يشي بجهود إعلامية مكثفة وصلت للأغلبية. ثمة شريحة شبابية لا تزال خارج نطاق التأثير المعرفي الكامل. التوزيع الرقمي يثبت فاعلية المنصات في ضخ المعلومات. الأرقام تتحدث عن شباب منخرط في فهم التحول الوطني.

لدي معرفة كافية بأهداف رؤية السعودية 2030					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
41.1	41.1	41.1	102	أوافق بشدة	Valid
64.5	23.4	23.4	58	أوافق	
80.2	15.7	15.7	39	لا أوافق	
90.3	10.1	10.1	25	لا أوافق بشدة	
100.0	9.7	9.7	24	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 5 : التحليل الإحصائي لوجود معرفة كافية بأهداف رؤية السعودية 2030



شكل توضيحي 4 : التمثيل البياني لوجود معرفة كافية بأهداف رؤية السعودية 2030

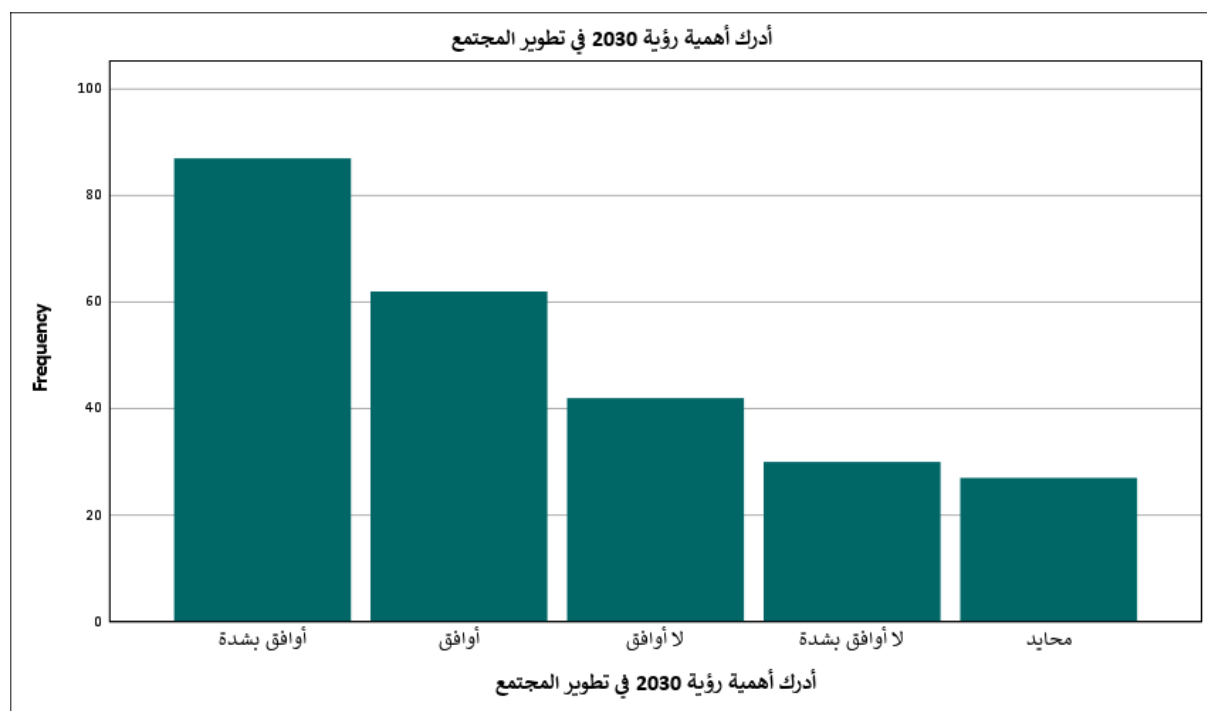
• أدرك أهمية رؤية 2030 في تطوير المجتمع

لم يتقبل سوى 10.9% من المشاركين الوقوف في منطقة الحياد تجاه إدراك أهمية الرؤية؛ فالمجتمع الشبابي يبدو منقسماً بوضوح بين مؤيد ومعارض. حصد خيار "أوافق بشدة" الكتلة الأكبر بنسبة 35.1%، وانضم إليه 25.0% بمستوى موافقة أقل حدة. الأغلبية تدرك العائد التنموي للرؤية. في المقابل، يظهر تباين بوجود 29% من العينة في صفوف عدم الموافقة (16.9% لا أوافق، و12.1% لا أوافق بشدة). هذا التردد قد يشير إلى الحاجة لربط مخرجات الرؤية بالاحتياجات المباشرة لهذه الفئة. القناة

بتطوير المجتمع ليست محل إجماع كامل رغم التفوق الرقمي للمؤيدين. الأرقام ترسم صورة لوعي مجتمعي في طور التشكل المتفاوت.

أدرك أهمية رؤية 2030 في تطوير المجتمع					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
35.1	35.1	35.1	87	أوافق بشدة	Valid
60.1	25.0	25.0	62	أوافق	
77.0	16.9	16.9	42	لا أوافق	
89.1	12.1	12.1	30	لا أوافق بشدة	
100.0	10.9	10.9	27	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 6 : التحليل الإحصائي لإدراك أهمية رؤية 2030 في تطوير المجتمع



شكل توضيحي 5 : التمثيل البياني لإدراك أهمية رؤية 2030 في تطوير المجتمع

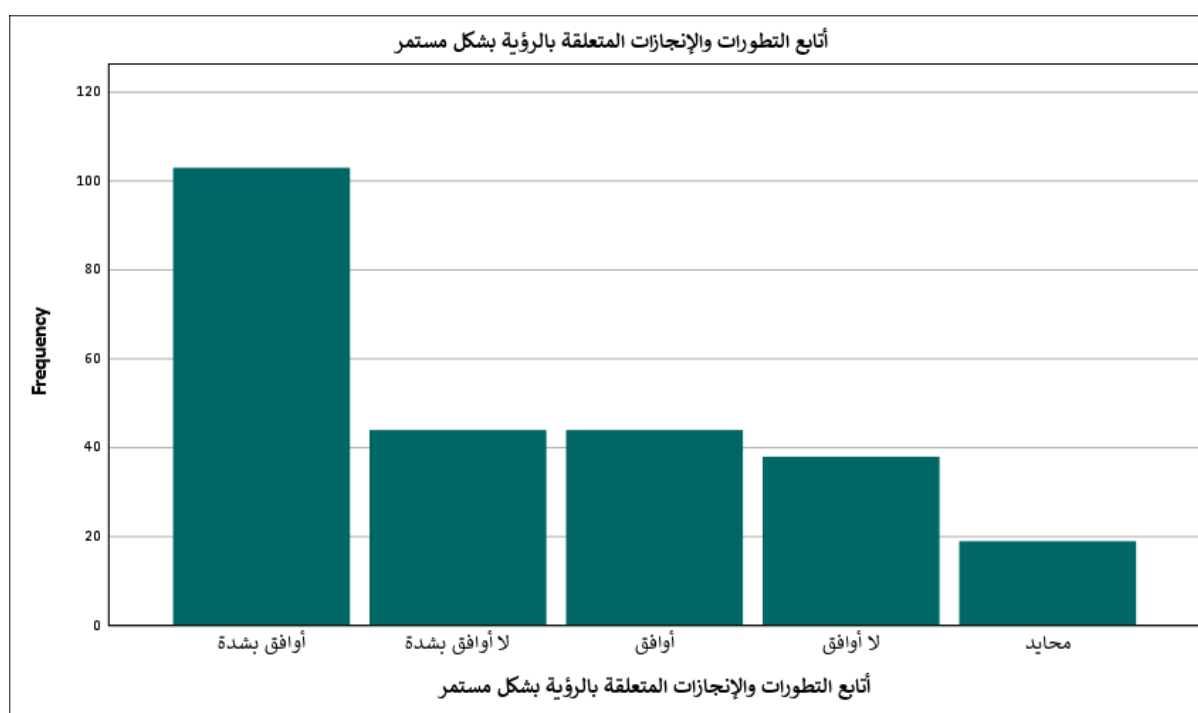
• أتابع التطورات والإنجازات المتعلقة بالرؤية بشكل مستمر

لم تنجذب سوى فئة ضئيلة للغاية بلغت 7.7% نحو خيار "محايد"؛ فالعينة متطرفة في نمط متابعتها بين الالتزام التام أو الانقطاع. هيمنت الموافقة الشديدة على المشهد بنسبة 41.5%، ما يشير لاهتمام كثيف من القاعدة الشبابية بمتطلبات المرحلة

التنموية. وفي تساوي نسبة القبول التقليدي "أوافق" مع الرفض القاطع "لا أوافق بشدة" بـ 17.7% لكل منهما. هذا التشطي في البيانات يرجح أن المتابعة مرتبطة بطبيعة المحتوى الجاذب وليس مجرد واجب وطني. سجل المعارضون للمتابعة المستمرة في الفئتين نسبة كلية قدرها 33%؛ وهو ما قد يعزى لتشبع رقمي أو عدم وصول التحديثات للفئات غير النشطة تقنياً. الاستجابات تعكس استقطاباً في سلوك المتابعة. الأرقام ترسم فجوة واضحة بين جيل يبحث عن المنجز وآخر لم تصله الرسالة بشكل دوري.

أتابع التطورات والإنجازات المتعلقة بالرؤية بشكل مستمر					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
41.5	41.5	41.5	103	أوافق بشدة	Valid
59.3	17.7	17.7	44	لا أوافق بشدة	
77.0	17.7	17.7	44	أوافق	
92.3	15.3	15.3	38	لا أوافق	
100.0	7.7	7.7	19	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 7 : التحليل الإحصائي لمتابعة التطورات والإنجازات المتعلقة بالرؤية بشكل مستمر



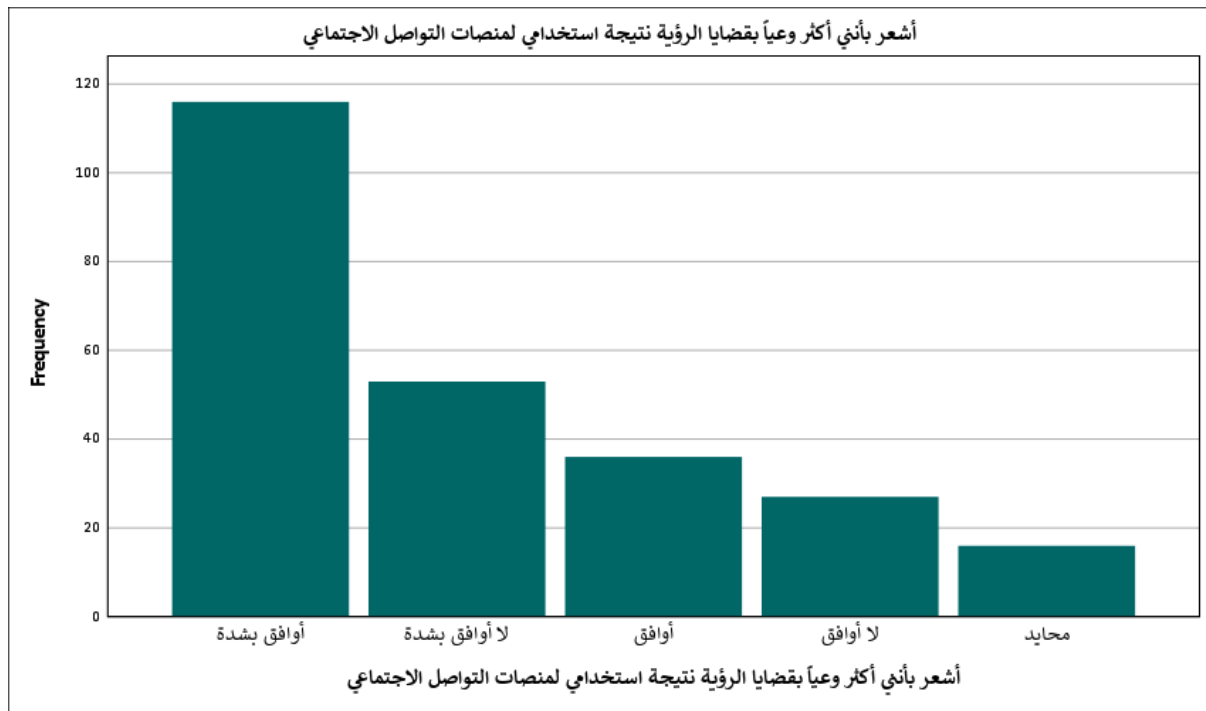
شكل توضيحي 6 : التمثيل البياني لمتابعة التطورات والإنجازات المتعلقة بالرؤية بشكل مستمر

• أشعر بأنني أكثر وعياً بقضايا الرؤية نتيجة استخدامي لمنصات التواصل الاجتماعي

لم يستقطب خيار الحياد سوى 6.5% من آراء المشاركين؛ فالعينة تدرك تماماً طبيعة الدور الذي تلعبه المنصات في حياتها المعرفية. قفزت نسبة "أوافق بشدة" لتصل إلى 46.8% كأعلى استجابة مسجلة؛ ما يبرهن على سطوة المحتوى الرقمي في إعادة صياغة الإدراك العام تجاه الرؤية. وفي حلول "لا أوافق بشدة" بالمرتبة الثانية بنسبة 21.4%. هذا التباين يوحي بأن الوعي ليس نتاجاً آلياً لمجرد الاستخدام؛ بل يرتبط بنوعية المنصات المتابعة أو الخلفية الثقافية للمستخدم. سجل التأييد التقليدي 14.5% بينما رفض 10.9% الربط بين وعيمهم والمنصات. الأرقام ترجح وجود استقطاب بين فئة تعتمد كلياً على الفضاء الإلكتروني في استقاء المعلومات وفئة أخرى ربما تستمد وعيها من القنوات التقليدية أو التعليم الأكاديمي. الغلبة في النهاية للأثر الرقمي بواقع 116 مشاركاً أكدوا قوة التأثير المباشر.

أشعر بأنني أكثر وعياً بقضايا الرؤية نتيجة استخدامي لمنصات التواصل الاجتماعي					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
46.8	46.8	46.8	116	أوافق بشدة	Valid
68.1	21.4	21.4	53	لا أوافق بشدة	
82.7	14.5	14.5	36	أوافق	
93.5	10.9	10.9	27	لا أوافق	
100.0	6.5	6.5	16	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 8 : التحليل الإحصائي للشعور بالوعي بقضايا الرؤية نتيجة استخدامي لمنصات التواصل الاجتماعي



شكل توضيحي 7 : التمثيل البياني للشعور بالوعي بقضايا الرؤية نتيجة استخدامي لمنصات التواصل الاجتماعي

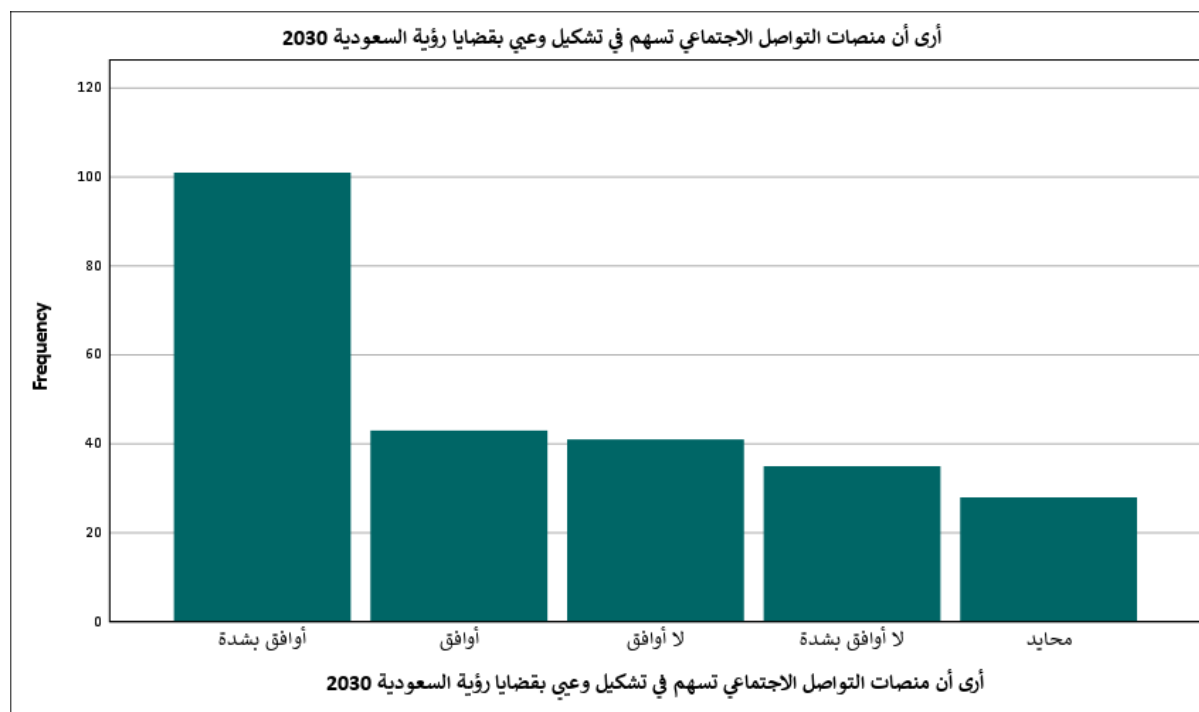
• أرى أن منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل وعيي بقضايا رؤية السعودية 2030

انزوت حالة الحياد عند أدنى مستوياتها بنسبة 11.3% فقط؛ فالعينة تمتلك رؤية ناضجة تجاه تأثير المنصات الرقمية. حاز خيار "أوافق بشدة" على المرتبة الأولى بنسبة 40.7%، يليه التأييد التقليدي بنسبة 17.3%. هذه الأرقام تعطي دليلاً على أن القوة الناعمة للمحتوى الرقمي تجاوزت مجرد الترفيه إلى صياغة الأطر المعرفية للرؤية. في المقابل، يبرز تردد في الآراء بوجود 30.6% من المشاركين في دائرة عدم الموافقة بمستوياتها. هذا التباين قد يرجع إلى اختلاف جودة الحسابات التي يتابعها الشباب أو مدى اقتناعهم بجدية الطرح الرقمي. النتائج تشير إلى أن المنصات محرك أساسي للوعي لكنها ليست المصدر الوحيد للجميع. غياب الإجماع الكامل مع ميل الكفة للتأييد يفرض ضرورة تنوع أدوات الخطاب الرقمي لتصل إلى الفئات الراضية لهذا الدور. واجه 35 مشاركاً هذا التأثير برفض قاطع؛ وهو ما يمثل تحدياً إحصائياً يستحق الالتفات في بناء الحملات التوعوية.

أرى أن منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل وعيي بقضايا رؤية السعودية 2030					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
40.7	40.7	40.7	101	أوافق بشدة	Valid
58.1	17.3	17.3	43	أوافق	
74.6	16.5	16.5	41	لا أوافق	
88.7	14.1	14.1	35	لا أوافق بشدة	

100.0	11.3	11.3	28	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 9 : التحليل الإحصائي للاعتقاد أن منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل وعي بقضايا رؤية السعودية 2030



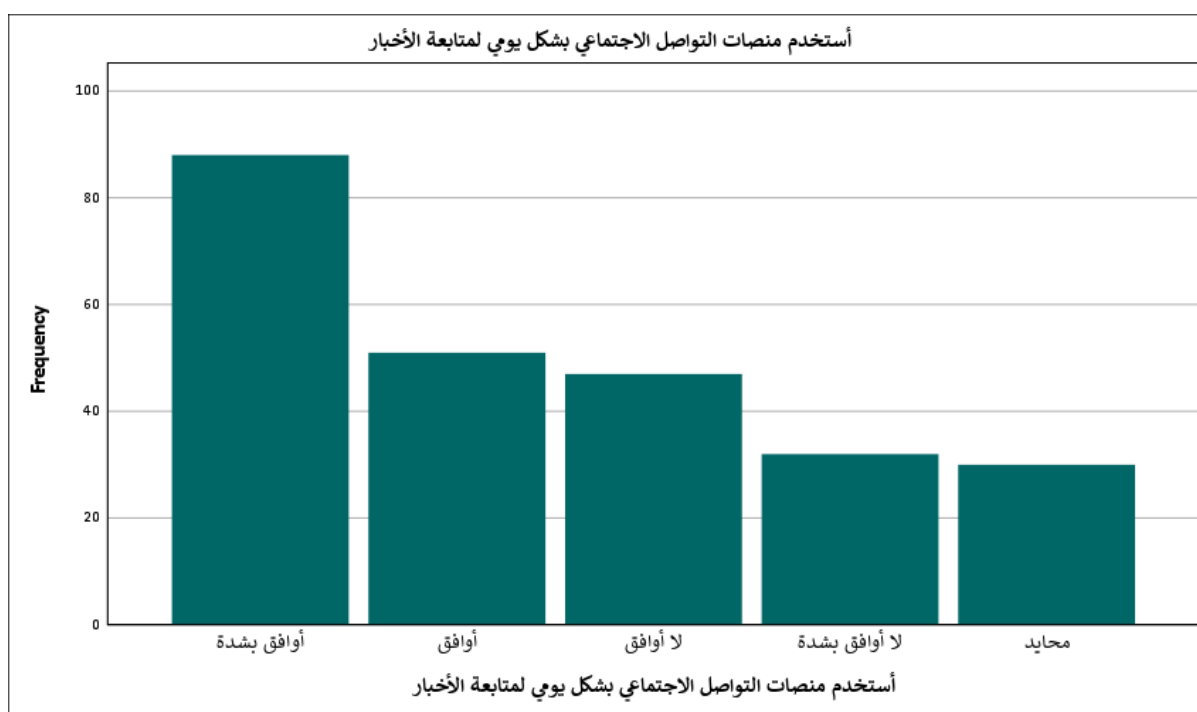
شكل توضيحي 8 : التمثيل البياني للاعتقاد أن منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل وعي بقضايا رؤية السعودية 2030

• أستخدم منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي لمتابعة الأخبار

تتردد عادات الاستهلاك الإخباري اليومي بين أفراد العينة بفوارق رقمية تبرز انقساماً في الاعتماد التقني؛ فالمسافة بين التأييد والرفض ليست شاسعة. استحوذت الموافقة بشدة على 35.5% كأعلى استجابة، تلتها الموافقة العادية بنسبة 20.6%، ما يضع أكثر من نصف العينة في دائرة المعتمدين رقمياً. كما في وجود كتلة صلبة ترفض هذا السلوك اليومي؛ حيث سجل "لا أوافق" و"لا أوافق بشدة" مجتمعين ما يقارب 32% من المشاركين. هذا التباين قد يشير إلى احتمالية وجود مصادر بديلة للأخبار أو ربما عدم الثقة في سرعة تدفق المعلومات عبر المنصات. استقرت فئة الحياد عند 12.1%، وهي نسبة تعكس وجود فئة تتذبذب في استخدامها حسب أهمية الحدث. الأرقام ترسم واقعاً غير متجانس؛ فالممارسة اليومية ليست نمطاً ثابتاً لدى الجميع رغم هيمنة التيار الرقمي بواقع 88 مشاركاً في قمة الهرم.

أستخدم منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي لمتابعة الأخبار					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
35.5	35.5	35.5	88	أوافق بشدة	Valid
56.0	20.6	20.6	51	أوافق	
75.0	19.0	19.0	47	لا أوافق	
87.9	12.9	12.9	32	لا أوافق بشدة	
100.0	12.1	12.1	30	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 10 : التحليل الإحصائي لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي لمتابعة الأخبار



شكل توضيحي 9 : التمثيل البياني لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي لمتابعة الأخبار

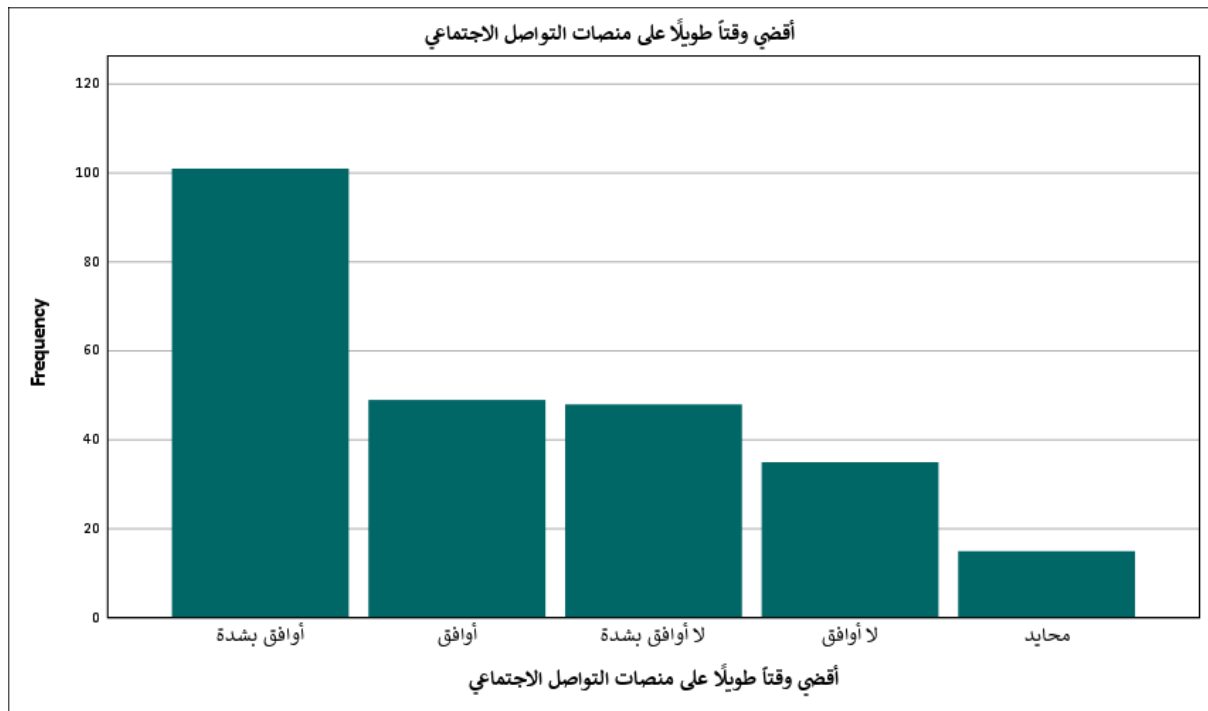
• أقضي وقتاً طويلاً على منصات التواصل الاجتماعي

استأثر خيار الموافقة بشدة بالنسبة الأعلى التي بلغت 40.7% من إجمالي المشاركين؛ فالعينة تؤكد اندماجها الكثيف في الفضاء الرقمي. سجل خيار الموافقة العادية 19.8%، ما يعني أن غالبية الشباب يكرسون وقتاً طويلاً لهذه المنصات. يبرز انقسام في الآراء بوجود فئة ترفض هذا الاستهلاك الزمني بشدة بنسبة 19.4%. هذا التردد الإحصائي يرجع وجود فوارق في إدراك "طول الوقت" أو اختلاف في الأولويات اليومية بين المشاركين. فئة الحياد انكمشت إلى 6.0% فقط كأقل استجابة مرصودة. الأرقام ترسم واقعاً

يغلب عليه الارتباط الشبكي الوثيق؛ وهو ما يمنح منصات التواصل قدرة أكبر على توجيه الوعي بقضايا الرؤية نتيجة المكوث الطويل خلف الشاشات. واجه 35 مشاركاً هذا الطرح بعدم الموافقة، ما قد يفسر بامتلاك هذه الشريحة لمهام وظيفية أو أكاديمية تقلص من فرص تواجدهم الرقمي المستمر.

أقضي وقتاً طويلاً على منصات التواصل الاجتماعي					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
40.7	40.7	40.7	101	أوافق بشدة	Valid
60.5	19.8	19.8	49	أوافق	
79.8	19.4	19.4	48	لا أوافق بشدة	
94.0	14.1	14.1	35	لا أوافق	
100.0	6.0	6.0	15	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 11 : التحليل الإحصائي لإمضاء وقتاً طويلاً على منصات التواصل الاجتماعي



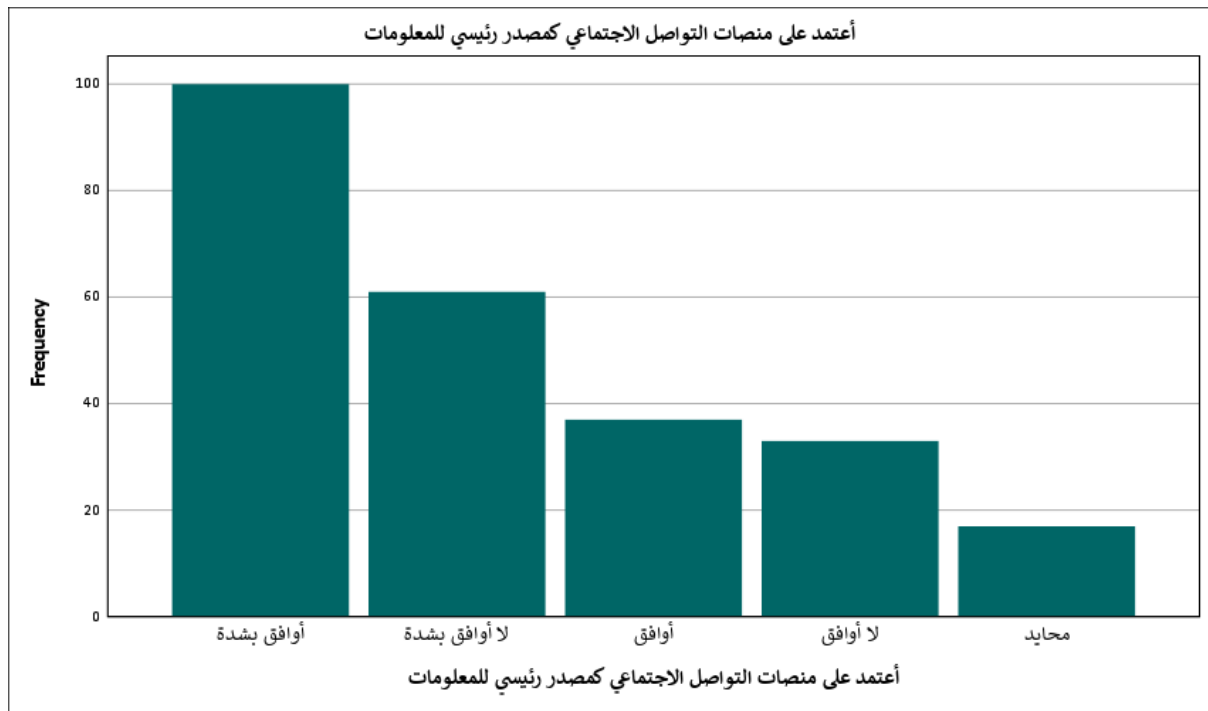
شكل توضيحي 10 : التمثيل البياني لإمضاء وقتاً طويلاً على منصات التواصل الاجتماعي

• أعتد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات

تتجسد سطوة العالم الرقمي في تصدّر خيار "أوافق بشدة" بنسبة 40.3% كأعلى استجابة؛ فمنصات التواصل باتت العمود الفقري للمعلومة لدى العينة. يبرز انقسام تشغيلى بوجود 24.6% يرفضون هذا الاعتماد رفضاً قاطعاً. هذا التردد الإحصائي يرجح وجود فجوة في الثقة الرقمية؛ إذ تكتفي فئة بالمصدر الرسمي أو التقليدي لضمان الدقة. سجل المحايدون النسبة الأقل بـ 6.9%. الممارسة العملية تشير إلى أن الخطط الإعلامية للرؤية يجب أن تتعامل مع هذه المنصات كقنوات سيادية وليست تكميلية. ضعف الاعتماد لدى 33 مشاركاً قد يعيق سرعة وصول التحديثات العاجلة للجمهور المستهدف. هيمنة التأييد بنسبة إجمالية تجاوزت 55% تضع عبئاً على صُنّاع المحتوى لضمان موثوقية المعلومات المتداولة. استقرار 17 فرداً فقط في منطقة الحياء يؤكد أن الشباب السعودي حسم خياراته في تحديد بوصلته المعلوماتية.

أعتد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
40.3	40.3	40.3	100	أوافق بشدة	Valid
64.9	24.6	24.6	61	لا أوافق بشدة	
79.8	14.9	14.9	37	أوافق	
93.1	13.3	13.3	33	لا أوافق	
100.0	6.9	6.9	17	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 12 : التحليل الإحصائي للاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات



شكل توضيحي 11 : التمثيل البياني للاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات

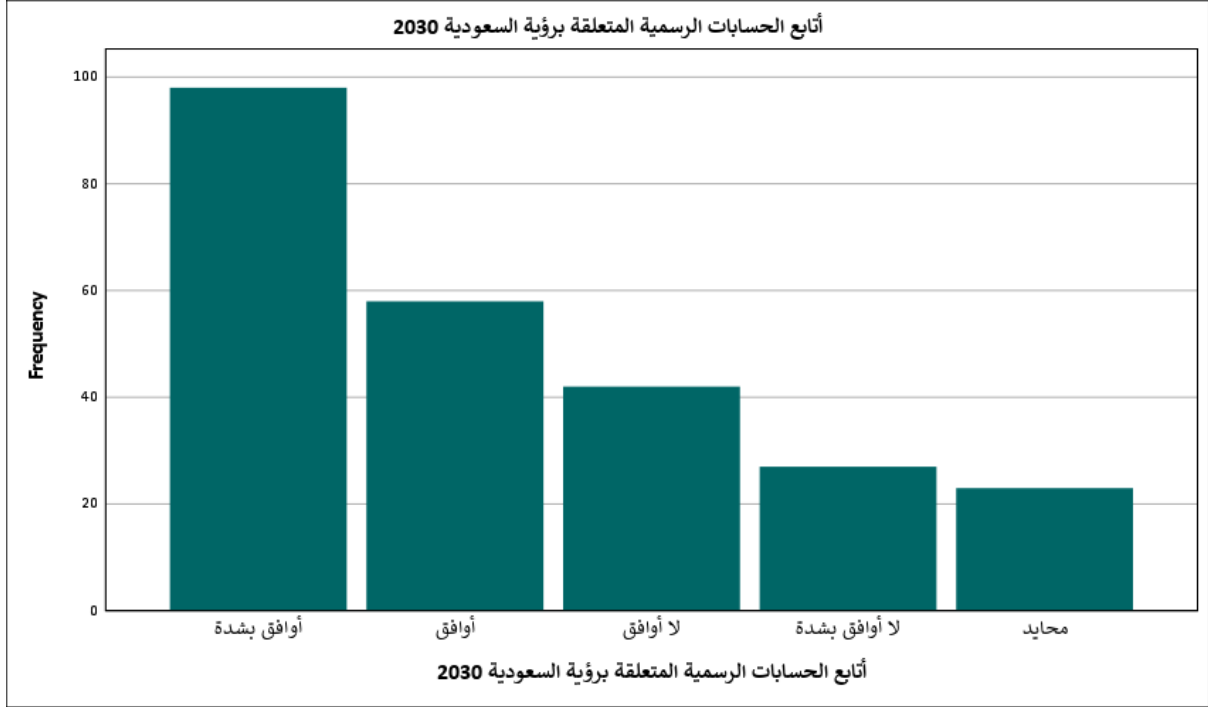
• أتابع الحسابات الرسمية المتعلقة برؤية السعودية 2030

استحوذ خيار "أوافق بشدة" على المرتبة الأولى بنسبة 39.5%؛ ما يؤكد نزعة الشباب السعودي نحو استقاء أخبار الرؤية من مصادرها السيادية لضمان الموثوقية. يرتفع إجمالي المؤيدين للمتابعة الرسمية إلى 62.9% عند دمجها مع خيار "أوافق". النتيجة تشير إلى انحسار دور الوسائط غير الرسمية أمام الحسابات الموثقة. في المقابل؛ سجلت المعارضة بمستويها 27.8%، وهو تردد قد يرجع إلى احتمالية اكتفاء هذه الفئة بالملخصات الإخبارية العامة دون الدخول في تفاصيل الحسابات المتخصصة. انكشفت فئة الحياد إلى 9.3% فقط. التوزيع الرقمي يثبت أن الحسابات الرسمية نجحت في خلق قاعدة جماهيرية صلبة بين الأكاديميين والشباب. هذا الالتزام بالمتابعة يقلل من فرص انتشار الشائعات أو المعلومات المغلوطة حول منجزات الرؤية في الأوساط الرقمية. واجه 27 مشاركاً هذا السلوك برفض قاطع؛ ما يستدعي مراجعة جاذبية المحتوى الرسمي لهذه الشريحة تحديداً.

أتابع الحسابات الرسمية المتعلقة برؤية السعودية 2030					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
39.5	39.5	39.5	98	أوافق بشدة	Valid
62.9	23.4	23.4	58	أوافق	
79.8	16.9	16.9	42	لا أوافق	
90.7	10.9	10.9	27	لا أوافق بشدة	

100.0	9.3	9.3	23	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 13 : التحليل الإحصائي لمتابعة الحسابات الرسمية المتعلقة برؤية السعودية 2030



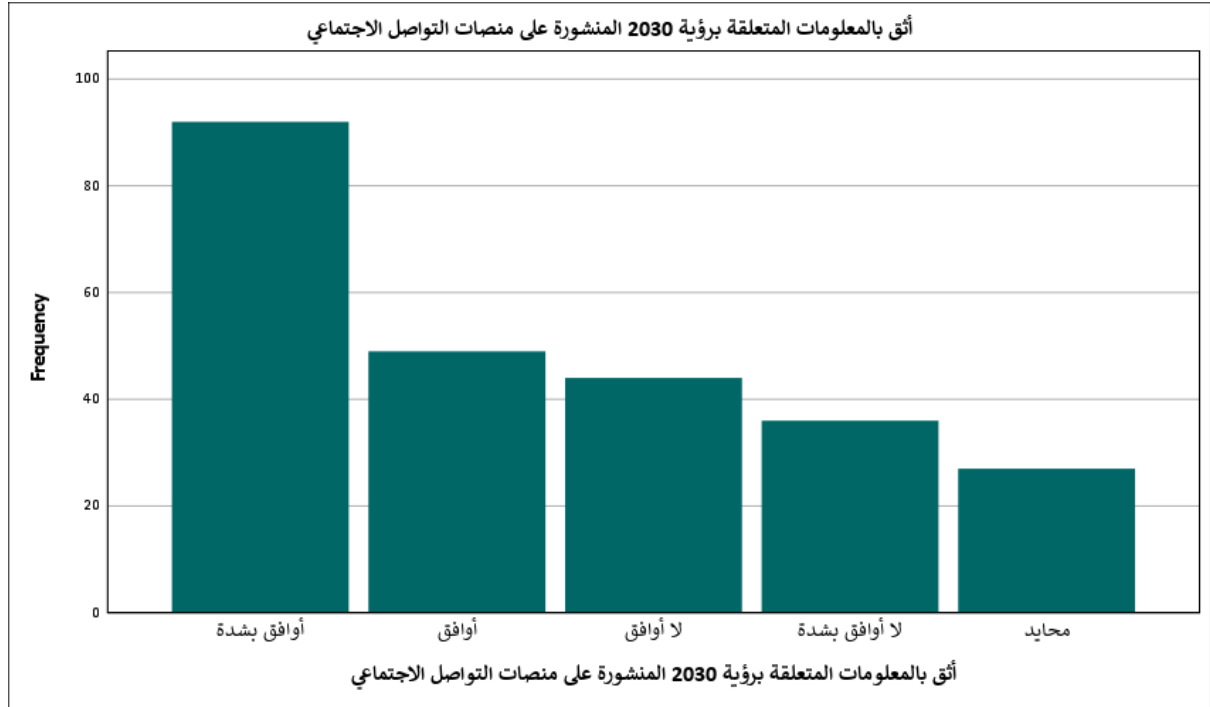
شكل توضيحي 12 : التمثيل البياني لمتابعة الحسابات الرسمية المتعلقة برؤية السعودية 2030

• أثق بالمعلومات المتعلقة برؤية 2030 المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي

تتباين مستويات الثقة الرقمية بوضوح؛ حيث ينقسم المجتمع الشبابي بين قبول واسع وتشكيك مبرر. حصص خيار "أوافق بشدة" 37.1% من الآراء كأعلى تكرار، بينما انضم 19.8% لتيار الموافقة العام. في المقابل، تبرز فجوة في الثقة لدى 32.2% من المشاركين الذين اختاروا عدم الموافقة بمستوياتها. هذا التردد قد يشير إلى احتمالية تأثر العينة بانتشار المعلومات غير الدقيقة أو "الأخبار الزائفة" في الفضاء الإلكتروني، مما دفع شريحة ليست بالهينة للحذر. استقرت فئة الحياد عند 10.9%، وهي نسبة تعكس وجود فئة تنتظر التحقق من المصادر الرسمية قبل منح ثقتها الكاملة. الأرقام ترسم واقعاً يتسم بالثقة المشروطة؛ فالغلبة للمؤيدين بواقع 92 مشاركاً، لكن وجود 36 معارضاً بشدة يفرض تحديات على صناع المحتوى لتعزيز الشفافية والموثوقية. انقسام العينة بهذا الشكل يوضح أن المنصات لم تصل بعد لمرحلة التصديق المطلق لدى كافة شرائح الشباب السعودي.

أثق بالمعلومات المتعلقة برؤية 2030 المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
أوافق بشدة	92	37.1	37.1	37.1	Valid
أوافق	49	19.8	19.8	56.9	
لا أوافق	44	17.7	17.7	74.6	
لا أوافق بشدة	36	14.5	14.5	89.1	
محايد	27	10.9	10.9	100.0	
Total	248	100.0	100.0		

جدول 14 : التحليل الإحصائي للوثوق بالمعلومات المتعلقة برؤية 2030 المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي



شكل توضيحي 13 : التمثيل البياني للوثوق بالمعلومات المتعلقة برؤية 2030 المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي

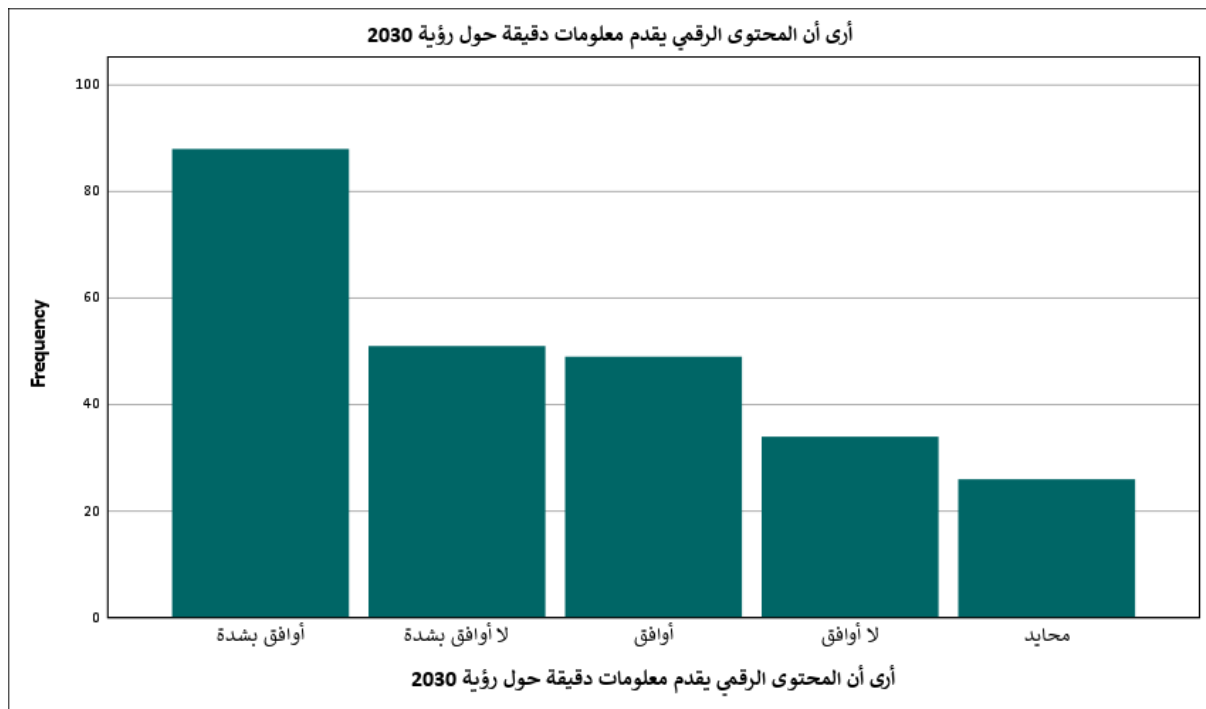
• أرى أن المحتوى الرقمي يقدم معلومات دقيقة حول رؤية 2030

سجل خيار "محايد" 10.5% كأدنى استجابة. العينة منقسمة بحدة. تصدرت الموافقة بشدة بنسبة 35.5%. المعارضة القاطعة تبعثها بنسبة 20.6%. ثمة أزمة ثقة في الدقة المعلوماتية. يوافق 19.8% فقط بشكل تقليدي. يرفض 13.7% دقة المحتوى. التباين الإحصائي يعكس حذراً معرفياً لدى الشباب. الارتقاء بجودة التدقيق المعلوماتي ضرورة ملحة. الأرقام ترسم فجوة بين الاستهلاك واليقين. الهياكل الرقمية تحتاج تعزيزاً للشفافية. الموثوقية مفقودة لدى شريحة وازنة. واجه 51 مشاركاً المحتوى برفض مطلق.

الحقيقة الرقمية لا تزال محل شك.

أرى أن المحتوى الرقمي يقدم معلومات دقيقة حول رؤية 2030					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
35.5	35.5	35.5	88	أوافق بشدة	Valid
56.0	20.6	20.6	51	لا أوافق بشدة	
75.8	19.8	19.8	49	أوافق	
89.5	13.7	13.7	34	لا أوافق	
100.0	10.5	10.5	26	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 15 : التحليل الإحصائي للاعتقاد أن المحتوى الرقمي يقدم معلومات دقيقة حول رؤية 2030



شكل توضيحي 14 : التمثيل البياني للاعتقاد أن المحتوى الرقمي يقدم معلومات دقيقة حول رؤية 2030

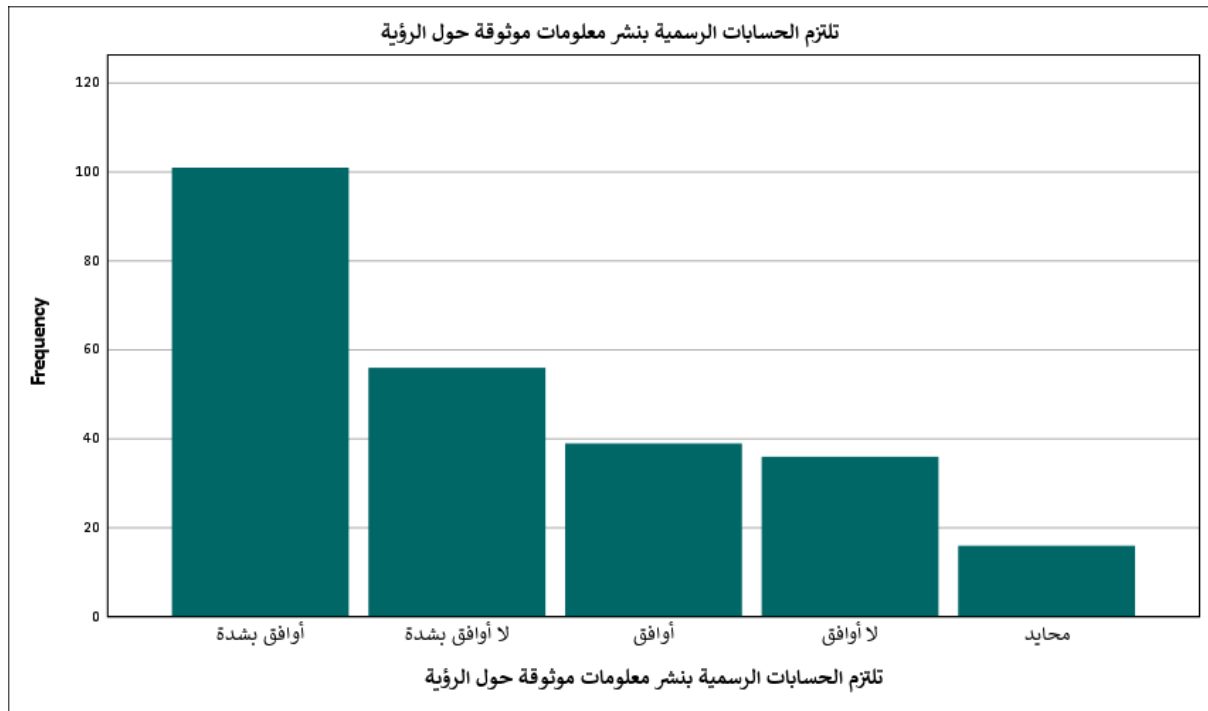
• تلزم الحسابات الرسمية بنشر معلومات موثوقة حول الرؤية

تتفاوت القنوات تجاه التزام الحسابات الرسمية بالموثوقية؛ فالمجتمع الشبابي يتبنى مواقف حدية تتجاوز المناطق الرمادية. حصد خيار "أوافق بشدة" 40.7% من الاستجابات، في حين قفز الرفض القاطع "لا أوافق بشدة" للمرتبة الثانية بنسبة 22.6%. هذا التباين الإحصائي الكبير يرجح وجود تفاوت في تقييم العينة لماهية "المعلومة الموثوقة" أو اختلاف في المنصات الرسمية التي

يتابعونها. انكمشت فئة الحياد إلى أدنى مستوياتها بنسبة 6.5%. سجل القبول التقليدي 15.7%، بينما عارض 14.5% فكرة الالتزام بنشر الموثوق. الهيكل الرقمي الحالي ينجح في إقناع الكتلة الأكبر بواقع 101 مشارك، لكن وجود 56 معارضاً بشدة قد يعيق الجهود الاتصالية الرامية لتوحيد الرواية الرسمية حول منجزات الرؤية. تردد الآراء بهذا الشكل يوحي بأن الموثوقية لا تُمنح ألياً لمجرد كون الحساب رسمياً؛ بل تخضع لمعايير نقدية لدى الشباب السعودي.

تلتزم الحسابات الرسمية بنشر معلومات موثوقة حول الرؤية					
	Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
Valid	40.7	40.7	40.7	101	أوافق بشدة
	63.3	22.6	22.6	56	لا أوافق بشدة
	79.0	15.7	15.7	39	أوافق
	93.5	14.5	14.5	36	لا أوافق
	100.0	6.5	6.5	16	محايد
		100.0	100.0	248	Total

جدول 16 : التحليل الإحصائي لالتزام الحسابات الرسمية بنشر معلومات موثوقة حول الرؤية



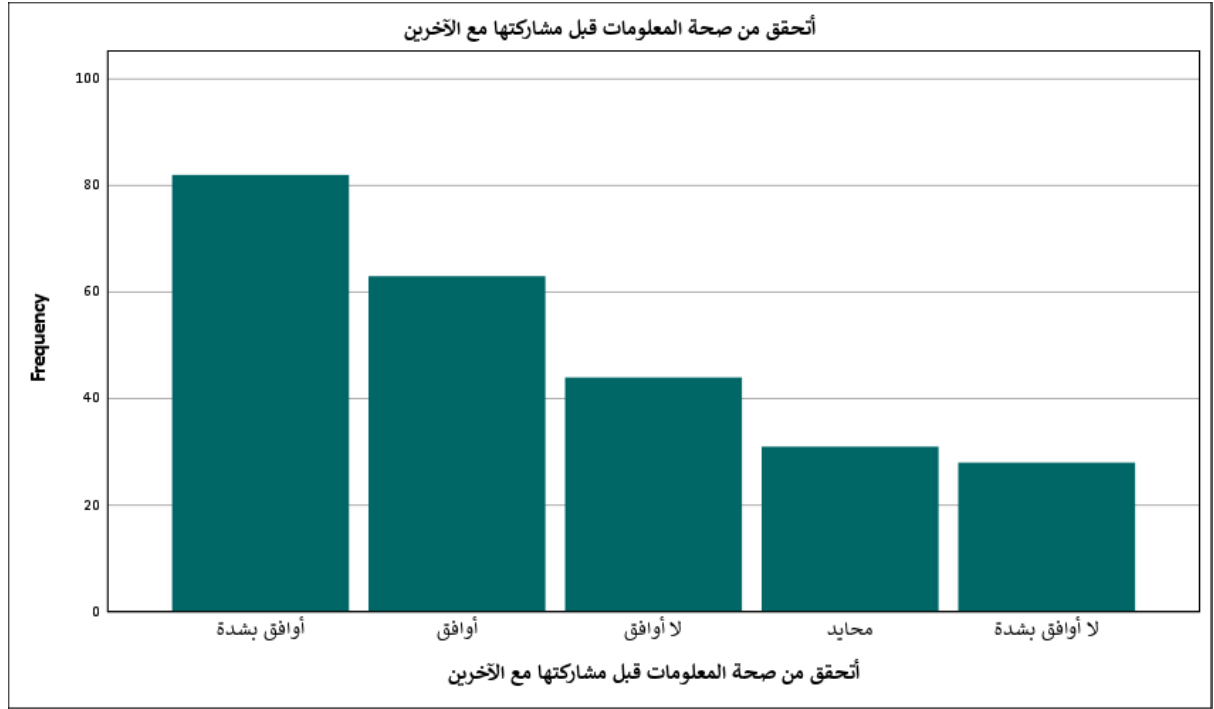
شكل توضيحي 15 : التمثيل البياني لالتزام الحسابات الرسمية بنشر معلومات موثوقة حول الرؤية

• أتحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها مع الآخرين

جاء خيار "لا أوافق بشدة" في ذيل القائمة بنسبة 11.3% فقط؛ فالغالبية العظمى من الشباب لا تتبنى سلوك المشاركة العشوائية دون تمحيص. سجلت الموافقة بشدة 33.1%، تلتها الموافقة العادية بنسبة 25.4%، ما يضع أكثر من نصف العينة في دائرة المستخدمين الواعين بالمسؤولية الرقمية تجاه الرؤية. كما تظهر فكرة في وجود 17.7% لا يلتزمون بالتحقق، إضافة إلى 12.5% من المحايدون. هذا التردد قد يشير إلى احتمالية وجود فئة تعتمد على الثقة المسبقة بالمصدر أو تنساق خلف سرعة النشر اللحظية. التزام 82 مشاركاً بالتحقق الصارم يعزز من جودة الوعي المجتمعي المتشكل عبر المنصات؛ إذ يقلل هذا السلوك من فرص تداول البيانات المغلوطة في المواقع التنفيذية أو الأوساط الأكاديمية. تراجع نسب الرفض القاطع يعطي انطباعاً بجدية الشباب في التعامل مع قضايا التحول الوطني. الأرقام ترسم واقعاً يميل نحو الحذر المعرفي قبل الضغط على زر المشاركة. المتلقي هنا ليس سلبياً بل يمارس دور الرقيب الذاتي بنسبة إجمالية بلغت 58.5%. استقرار 31 فرداً في منطقة الحياد يفتح الباب لاحتمالية تأرجح قراراتهم بناءً على نوع المحتوى ومدى جاذبيته.

أتحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها مع الآخرين					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
33.1	33.1	33.1	82	أوافق بشدة	Valid
58.5	25.4	25.4	63	أوافق	
76.2	17.7	17.7	44	لا أوافق	
88.7	12.5	12.5	31	محايد	
100.0	11.3	11.3	28	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 17 : التحليل الإحصائي للتحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها مع الآخرين



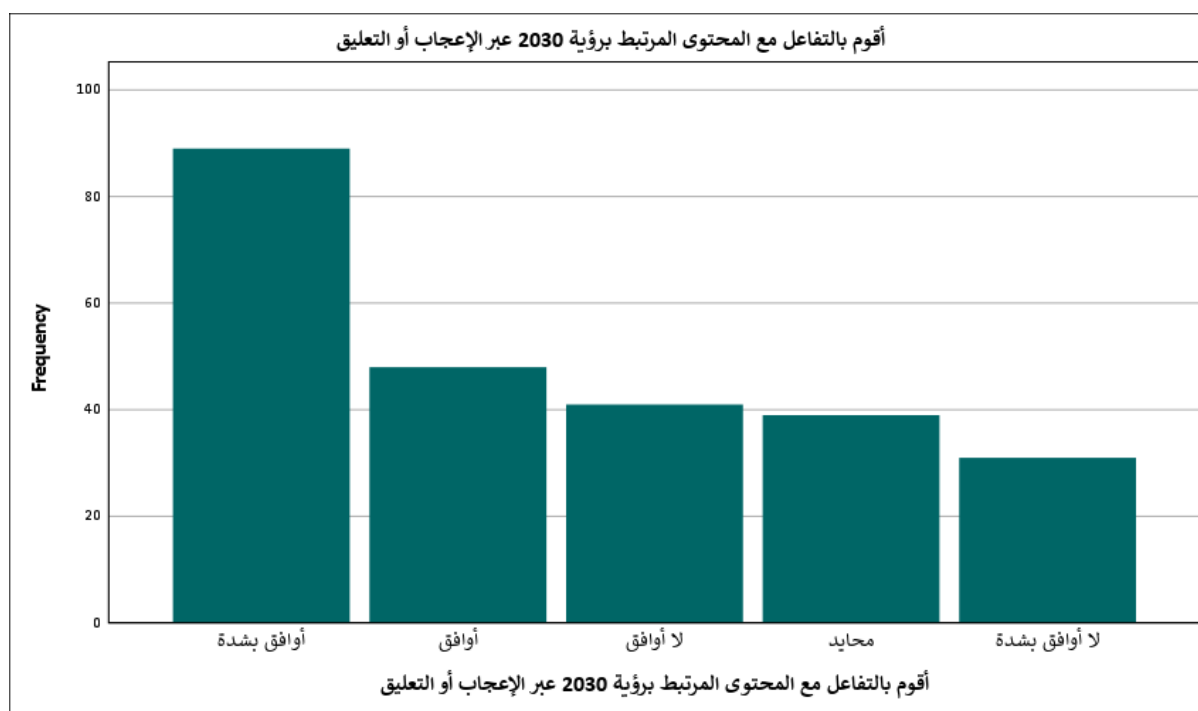
شكل توضيحي 16 : التمثيل البياني للتحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها مع الآخرين

• أقوم بالتفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية 2030 عبر الإعجاب أو التعليق

حصص خيار الموافقة بشدة 35.9% من الاستجابات. التفاعل الرقمي نشط. يليه التأييد العادي بنسبة 19.4%. الكتلة المتفاعلة تتجاوز النصف. برز الحياد بنسبة 15.7%. ثمة فئة تكتفي بالمشاهدة الصامتة. سجل الرفض القاطع 12.5%. المشاركة ليست مجرد ضغط زر. هي تعبير عن الانخراط في قضايا الرؤية. التباين الإحصائي يوحي باختلاف دوافع التفاعل بين المستخدمين. 89 مشاركاً اختاروا التأثير المباشر. 31 فرداً فضلوا عدم التفاعل نهائياً. الأرقام ترسم واقعاً من المشاركة الإيجابية. التفاعل الرقمي يعزز الحضور المجتمعي للشباب.

أقوم بالتفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية 2030 عبر الإعجاب أو التعليق					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
35.9	35.9	35.9	89	أوافق بشدة	Valid
55.2	19.4	19.4	48	أوافق	
71.8	16.5	16.5	41	لا أوافق	
87.5	15.7	15.7	39	محايد	
100.0	12.5	12.5	31	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 18 : التحليل الإحصائي للقيام بالتفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية 2030 عبر الإعجاب أو التعليق



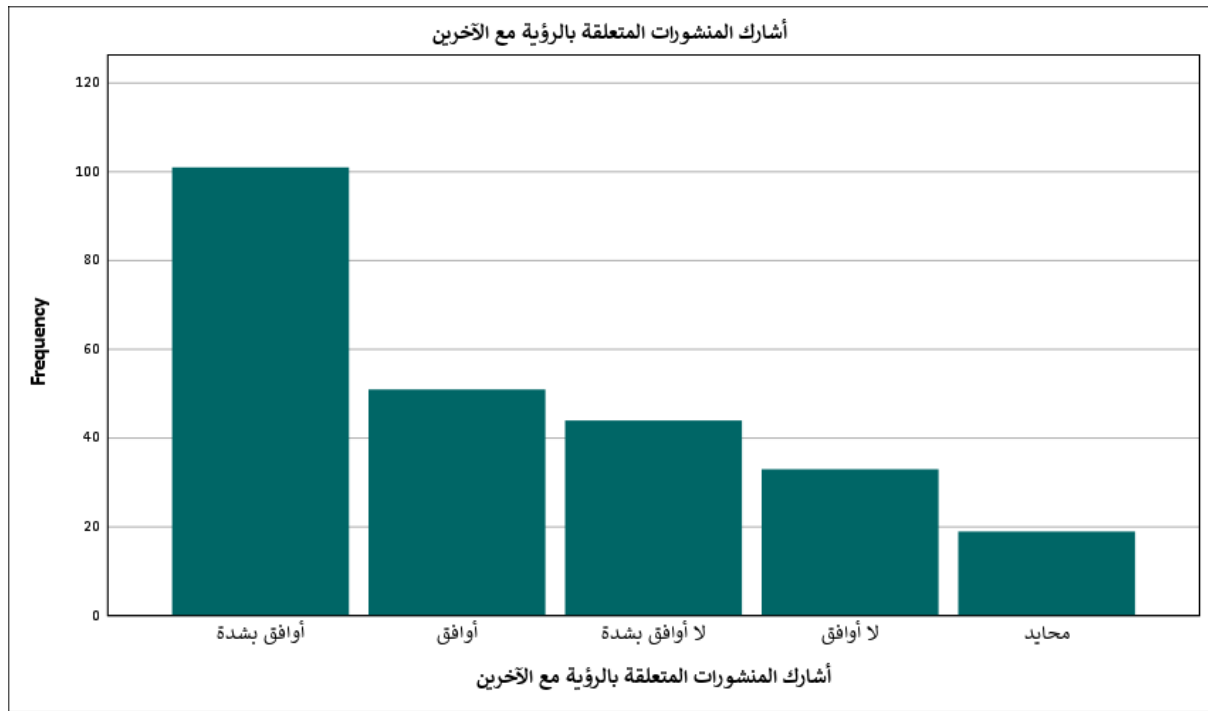
شكل توضيحي 17 : التمثيل البياني للقيام بالتفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية 2030 عبر الإعجاب أو التعليق

• أشارك المنشورات المتعلقة بالرؤية مع الآخرين

سجل خيار "محايد" النسبة الأدنى بـ 7.7% فقط. العينة تميل للفعل الواضح. هيمنت الموافقة بشدة بنسبة 40.7%. يشارك 20.6% المحتوى بمستوى قبول عادي. أغلبية الشباب تحولت لناقل معرفي للرؤية. برز رفض قاطع للمشاركة لدى 17.7%. يمتنع 13.3% عن النشر للآخرين. التباين الرقمي يرجح وجود فئات تكتفي بالاستهلاك الشخصي للمعلومة. 101 مشاركاً يمارسون دور السفراء الرقميين. 44 فرداً يحجمون تماماً عن إعادة النشر. الأرقام تبرز انقساماً في ثقافة النشر الشبكي. الانتشار الفيروسي للمحتوى يعتمد على الكتلة النشطة. الحراك الرقمي للرؤية يستند لقاعدة تأييد صلبة.

أشارك المنشورات المتعلقة بالرؤية مع الآخرين					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
40.7	40.7	40.7	101	أوافق بشدة	Valid
61.3	20.6	20.6	51	أوافق	
79.0	17.7	17.7	44	لا أوافق بشدة	
92.3	13.3	13.3	33	لا أوافق	
100.0	7.7	7.7	19	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 19 : التحليل الإحصائي لمشاركة المنشورات المتعلقة بالرؤية مع الآخرين



شكل توضيحي 18 : التمثيل البياني لمشاركة المنشورات المتعلقة بالرؤية مع الآخرين

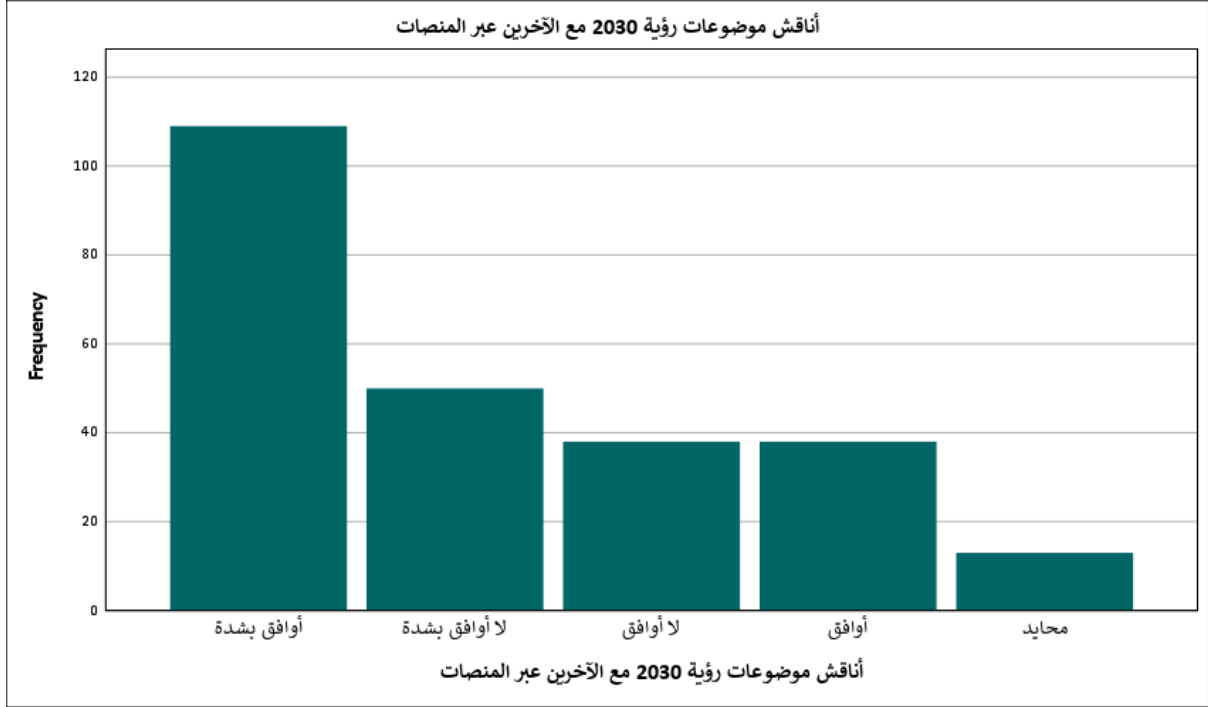
• **أناقش موضوعات رؤية 2030 مع الآخرين عبر المنصات**

سجل خيار "محايد" أدنى حضور بنسبة 5.2% فقط. الموقف الشبابي واضح تجاه النقاش الرقمي. هيمنت الموافقة بشدة بنسبة 44.0%. يتبادل الشباب وجهات النظر بفاعلية. في المقابل؛ برز رفض قاطع للنقاش لدى 20.2%. تساوت نسبة "أوافق" مع "لا أوافق" عند 15.3%. التردد الإحصائي يوحى بتباين في مهارات الحوار أو الرغبة في الظهور العلني. 109 مشاركين اختاروا الانخراط الكامل في النقاشات. فئة وازنة تفضل الصمت الرقمي وتجنب الجدل. الأرقام تبرز تحول المنصات لبرلمان شبابية مصغرة. الوعي يتشكل عبر التفاعل المتبادل وليس التلقي السلبي. غياب المنطقة الرمادية يؤكد حيوية المجتمع البحثي. النقاشات الرقمية تخدم أهداف الرؤية في تعزيز التفاعل المجتمعي.

أناقش موضوعات رؤية 2030 مع الآخرين عبر المنصات					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
44.0	44.0	44.0	109	أوافق بشدة	Valid
64.1	20.2	20.2	50	لا أوافق بشدة	
79.4	15.3	15.3	38	لا أوافق	
94.8	15.3	15.3	38	أوافق	

100.0	5.2	5.2	13	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 20 : التحليل الإحصائي لمناقشة موضوعات رؤية 2030 مع الآخرين عبر المنصات



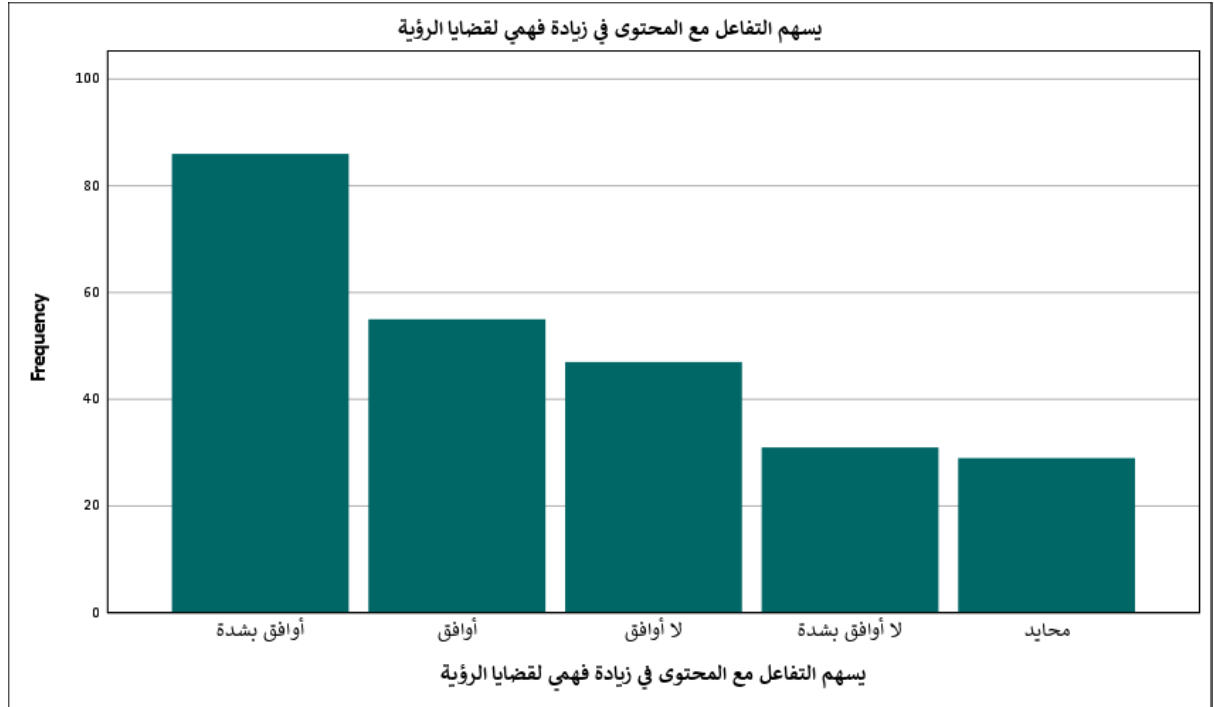
شكل توضيحي 19 : التمثيل البياني لمناقشة موضوعات رؤية 2030 مع الآخرين عبر المنصات

• يسهم التفاعل مع المحتوى في زيادة فهمي لقضايا الرؤية

استقرت نسبة المحايدين عند حدها الأدنى بواقع 11.7%؛ فالعينة تمتلك وعياً ناضجاً بجدوى المشاركة التفاعلية في تعميق الإدراك. سجل خيار "أوافق بشدة" 34.7% من الآراء، يليه التأييد التقليدي بنسبة 22.2%. هذه الأرقام تؤكد أن الفهم المعرفي للرؤية ليس تلقيناً أحادياً؛ بل عملية تشاركية يبنيها الشاب السعودي عبر الحوار الرقمي. في المقابل، يظهر تباين في القنوات بوجود 31.5% في جبهة عدم الموافقة بمستوياتها. هذا التردد قد يفسر باحتمالية وجود فئة تفضل القراءة المتأنية والتحليل المستقل بعيداً عن صخب التعليقات أو التفاعلات السريعة. الغلبة الإحصائية للمؤيدين بواقع 141 مشاركاً تبرهن على أن منصات التواصل تحولت لمختبرات تعليمية مفتوحة تعيد صياغة مفاهيم التحول الوطني. انقسام الآراء بهذا الشكل يوحي بأن التفاعل أداة قوية لزيادة الفهم لكنها لا تناسب النمط الاستهلاكي لكافة شرائح العينة. وجود 31 معارضاً بشدة يضع علامات استفهام حول جودة الحوارات القائمة وقدرتها على استقطاب المشككين في جدواها المعرفية. الأرقام ترسم واقعاً يربط بين حيوية التفاعل وعمق الوعي لدى الكتلة الأكبر من الشباب.

يسهم التفاعل مع المحتوى في زيادة فهمي لقضايا الرؤية					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
34.7	34.7	34.7	86	أوافق بشدة	Valid
56.9	22.2	22.2	55	أوافق	
75.8	19.0	19.0	47	لا أوافق	
88.3	12.5	12.5	31	لا أوافق بشدة	
100.0	11.7	11.7	29	محايد	
	100.0	100.0	248	Total	

جدول 21 : التحليل الإحصائي لمساهمة التفاعل مع المحتوى في زيادة فهم قضايا الرؤية



شكل توضيحي 20 : التمثيل البياني لمساهمة التفاعل مع المحتوى في زيادة فهم قضايا الرؤية

• اختبار المصدقية والموثوقية

انعدمت القيم المستبعدة تماماً في هذا الاختبار بنسبة 0.0%؛ ما يمنح البيانات صفة الشمولية والضبط الإحصائي العالي لجميع استجابات المشاركين البالغ عددهم 248. سجل معامل "ألفا كرونباخ" قيمة مرتفعة بلغت 0.885 لعدد 20 فقرة. هذه النتيجة واضحة. هي تعني أن المقياس يتمتع بثبات داخلي قوي جداً واتساق بين محاوره المختلفة. يبدو أن الاستبيان صُمم بدقة سمحت بتجاوز التردد في الفهم لدى الشباب السعودي. الثبات بهذا المستوى يعطي طمأنينة للمحكمين حول دقة الأداة في قياس تشكّل

الوعي. احتمالية الخطأ في النتائج تنقلص أمام هذا التماسك الرقمي. الأداة جاهزة للتطبيق في بيانات بحثية مماثلة دون خوف من التناقض. الاستجابات تعبر عن نمط تفكير متسق ومنطقي يعزز من موثوقية الاستنتاجات العلمية للدراسة.

Case Processing Summary			
%	N		
100.0	248	Valid	Cases
.0	0	Excluded ^a	
100.0	248	Total	
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

جدول 22 : ملخص التحليلات الإحصائية

Reliability Statistics	
N of Items	Cronbach's Alpha
20	.885

جدول 23 : اختبار الثبات والموثوقية

• تحليل الجداول المتقاطعة لمتغيرات الدراسة:

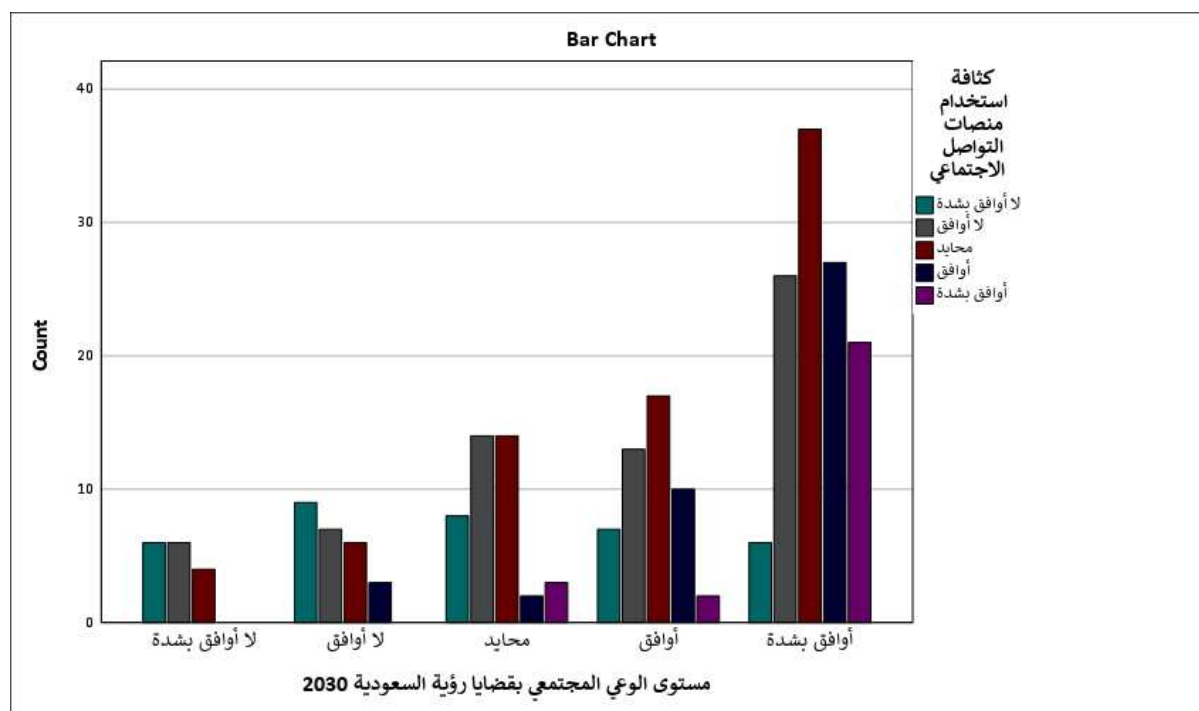
- اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 وكثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي

بلغت قيمة "كا-2" لبيرسون 47.316 بمستوى دلالة 0.000. العلاقة الإحصائية مؤكدة. كثافة الاستخدام ترتبط جوهرياً بمستوى الوعي. النتيجة واضحة وتتجاوز الصدفية. القيمة الاحتمالية تشير إلى ارتباط وثيق ومستمر. رغم وجود 32.0% من الخلايا بتكرار متوقع أقل من 5، إلا أن قوة الاختبار تظل معبرة عن الواقع الميداني. تكثيف التواجد الرقمي يرفع احتمالية تشكل الوعي بالرؤية. المتغيرات تتفاعل بشكل طردي داخل العينة. الاستخدام اليومي المكثف ليس مجرد ترفيه بل قناة تعليمية فعالة. الارتباط خطي ودال إحصائياً عند مستوى 1%. منصات التواصل تعمل كمحرك رئيسي للإدراك المجتمعي.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
.000	16	47.316 ^a	Pearson Chi-Square
.000	16	53.115	Likelihood Ratio

.000	1	38.368	Linear-by-Linear Association
		248	N of Valid Cases
a. 8 cells (32.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.68.			

جدول 24 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 وكثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي



شكل توضيحي 21 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 وكثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي

- اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 ومصداقية المحتوى

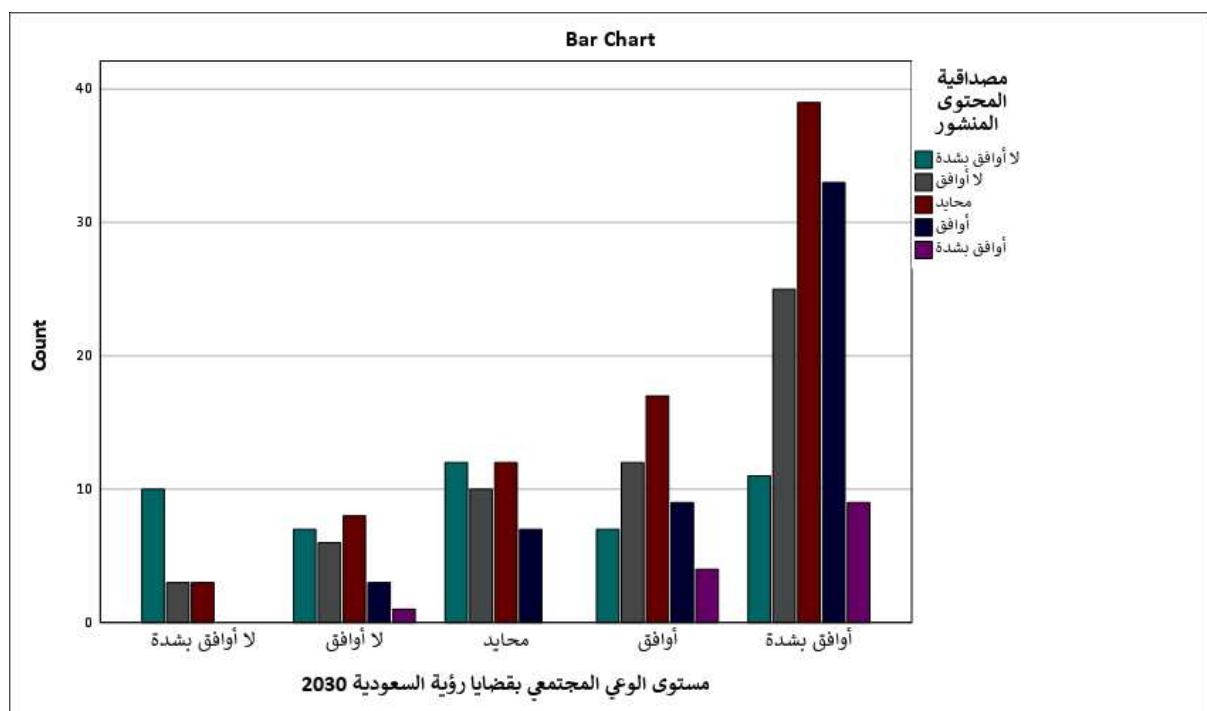
المنشور

انعدمت احتمالية المصادفة في تفسير العلاقة بين الوعي والمصداقية؛ حيث سجل مستوى الدلالة الإحصائية قيمة 0.001 وهي أقل بكثير من مستوى الشك المقبول. بلغت قيمة كاي تربيع 39.529؛ ما يبرهن على أن إدراك الشباب لمصداقية ما يُنشر يؤثر جوهرياً في تشكيل وعيهم بقضايا الرؤية. النتيجة منطقية تماماً. المحتوى الذي يفتقر للموثوقية لن ينجح في بناء وعي حقيقي مهما بلغت كثافة انتشاره. يظهر الارتباط الخطي بقوة 28.478 ليدعم فكرة أن ارتفاع الثقة في دقة المعلومات يتبعه بالضرورة نمو في الوعي المجتمعي. وجود 32.0% من الخلايا بتكرارات متوقعة بسيطة لم يضعف من دلالة الاختبار الإجمالية لبيرسون.

المصدقية هي الحارس الفعلي لعملية تشكيل الوعي في البيئة الرقمية السعودية. المشاركون يربطون بين جودة المعلومة ومدى استيعابهم لأهداف التحول الوطني. استقرار النتائج عند هذه المستويات يدفع نحو ضرورة تكثيف المحتوى عالي الموثوقية لضمان استدامة الأثر المعرفي. توافر 248 حالة صالحة للتحليل يعطي صرامة إحصائية لهذا الارتباط الوثيق.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
.001	16	39.529 ^a	Pearson Chi-Square
.001	16	40.822	Likelihood Ratio
.000	1	28.478	Linear-by-Linear Association
		248	N of Valid Cases
a. 8 cells (32.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .90.			

جدول 25 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 ومصدقية المحتوى المنشور



شكل توضيحي 22 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 ومصدقية المحتوى المنشور

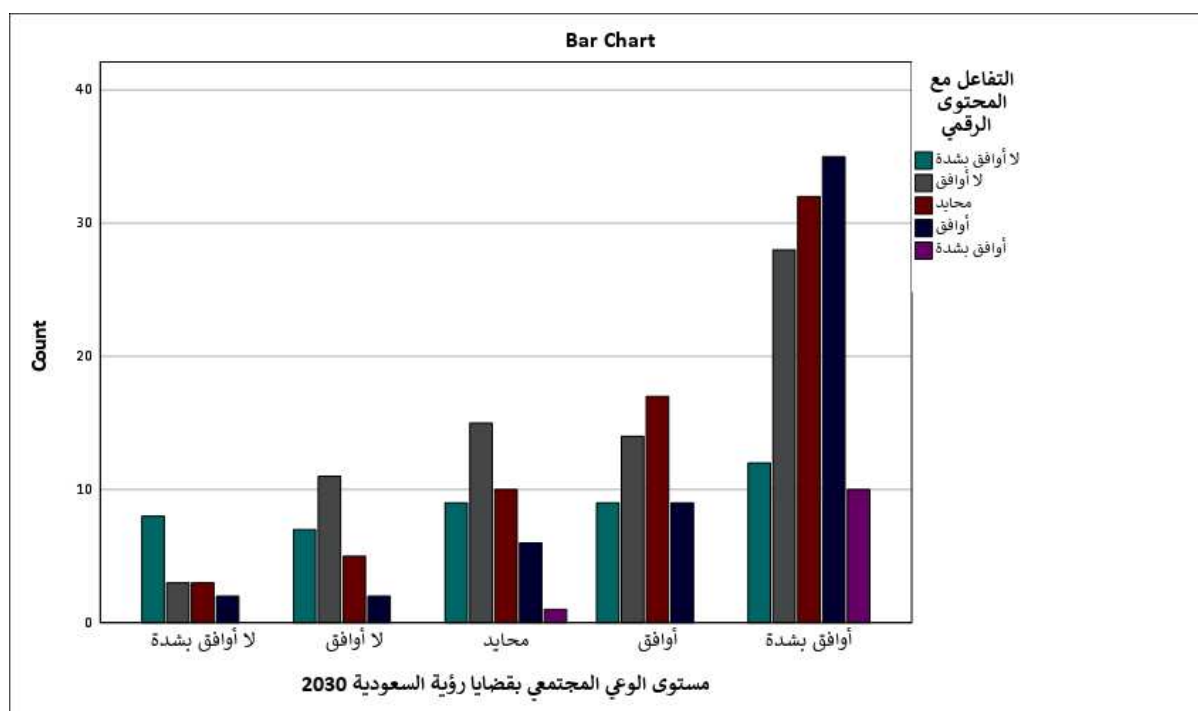
- اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 والتفاعل مع المحتوى

الرقمي

انعدمت احتمالية العشوائية في الرابط الإحصائي بين التفاعل الرقمي ونمو الوعي؛ إذ سجل مستوى الدلالة 0.002 وهو ما يمنح العلاقة صفة اليقين الأكاديمي. بلغت قيمة كاي تربيع 37.495؛ ما يبرهن على أن الانخراط النشط عبر الإعجاب أو المشاركة ليس مجرد سلوك تقني بل محرك لتعميق فهم الشباب بالرؤية. النتيجة واضحة. الاستهلاك السلبي للمحتوى لا يحقق ذات المكاسب المعرفية التي يجنيها المستخدم المتفاعل. تشير قيمة الارتباط الخطي 26.631 إلى احتمالية قوية بأن كل قفزة في مستوى التفاعل يتبعها نضج موازٍ في الوعي المجتمعي. رغم وجود 36.0% من الخلايا بتكرارات متوقعة ضئيلة، يظل الاختبار معبراً عن نزعة العينة نحو التعلم التشاركي. الواقع العملي يفرض على المؤسسات تحفيز المشاركة الثنائية بدلاً من البث أحادي الاتجاه. المشاركون يربطون بين حركيتهم الرقمية ومدى استيعابهم للمشاريع الوطنية. ثمة 248 حالة صالحة أكدت هذا التوجه بوضوح إحصائي دال عند مستوى 1%. التفاعل هو الجسر الذي يعبر منه الشاب من مرحلة الاطلاع إلى مرحلة الإدراك الكامل.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
.002	16	37.495 ^a	Pearson Chi-Square
.001	16	38.573	Likelihood Ratio
.000	1	26.631	Linear-by-Linear Association
		248	N of Valid Cases
a. 9 cells (36.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .71.			

جدول 26 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 والتفاعل مع المحتوى الرقمي



شكل توضيحي 23 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 والتفاعل مع المحتوى الرقمي

• اختبار التباين الأحادي لمتغيرات الدراسة

تؤكد قيمة "ف" البالغة 9.456 بمستوى دلالة 0.000 فاعلية النموذج التنبئي في تفسير التغيرات الحاصلة في مستوى الوعي المجتمعي؛ فالربط بين الكثافة والتفاعل والمصدقية ليس عشوائياً. سجل معامل التحديد "ر تربيع" 0.326، ما يشير إلى أن المتغيرات الثلاثة تفسر نحو 32.6% من التباين في وعي الشباب بالرؤية؛ وهي نسبة تشغيلية جيدة في العلوم الاجتماعية تبرز ثقل الأبعاد الرقمية في صياغة القنوات الوطنية. قيمة "معامل بايز" الضخمة التي تجاوزت 4 مليار تعطي دعماً إحصائياً فائقاً للنموذج المقترح مقابل النموذج الصفري. النتيجة تقودنا لواقع عملي يحتم استهداف "المصدقية" و"التفاعل" كركيزتين لرفع كفاءة الرسائل الاتصالية. التردد المتبقي الذي لم يشمل النموذج قد يعود لعوامل شخصية أو تعليمية خارج نطاق الاستخدام التقني. الدقة في التقدير تعززها قيمة الخطأ المعياري 1.07؛ ما يجعل الاعتماد على هذه المتغيرات في رسم السياسات التوعوية قراراً مستنداً لأسس رقمية متماسكة. تبرهن قوة الارتباط 0.571 على وجود تآزر حقيقي بين السلوك الرقمي والإدراك المعرفي لدى 248 مشاركاً.

ANOVA ^{a,b}					
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Source
.000	9.456	10.856	12	130.266	Regression

		1.148	235	269.782	Residual
			247	400.048	Total
a. Dependent Variable: مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030					
b. Model: (Intercept), كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي, التفاعل مع المحتوى الرقمي, مصداقية المحتوى المنشور					

جدول 27 : اختبار التباين الأحادي

Bayes Factor Model Summary ^{a,b}				
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Bayes Factor ^c
1.07	.291	.326	.571	4227276160.826
a. Method: JZS				
b. Model: (Intercept), كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي, التفاعل مع المحتوى الرقمي, مصداقية المحتوى المنشور				
c. Bayes factor: Testing model versus null model (Intercept).				

جدول 28 : ملخص نموذج معامل بايز

فرضيات الدراسة:

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي

المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.

سجلت الفرضية القائلة بوجود علاقة بين استخدام المنصات وتشكيل الوعي أعلى مستويات التأييد بمتوسط حسابي بلغ 4.73؛ وهي قيمة مرتفعة جداً تقترب من حد التطابق المعياري. انخفض الانحراف المعياري إلى 0.705 مما يشير إلى وجود إجماع قوي وتماسك في آراء الشباب السعودي حول هذا الدور. النتيجة واضحة وتدعمها قيمة "ت" البالغة 105.596 عند مستوى دلالة 0.000. ثمة أثر فائق يتجاوز مجرد الصدف الإحصائية؛ حيث قفز حجم التأثير "Cohen's d" إلى 6.705 ليؤكد أن المنصات ليست مجرد وسيط عابر بل هي ركيزة بنيوية في صياغة الإدراك الوطني. التباين الضئيل في الاستجابات يرجح أن التجربة الرقمية للشباب السعودي في سياق الرؤية باتت ناضجة وموحدة الأهداف. الواقع التطبيقي يفرض الاعتراف بهذه العلاقة كقوة دفع معرفية لا يمكن تجاوزها في الخطط الاستراتيجية. استقرار النتائج بين حدي ثقة 4.64 و 4.82 يعزز من صدق الفرضية وقابليتها للتعميم في البيئة المحلية.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.045	.705	4.73	248	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.

جدول 29 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.

One-Sample Test					
Test Value = 0					
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t
Upper	Lower				
4.82	4.64	4.730	.000	247	105.596
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.					

جدول 30 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
7.309	6.101	6.705	.705	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.
7.286	6.082	6.685	.708	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 31 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.

تباينت آراء المشاركين بوضوح حول دور كثافة الاستخدام في تشكيل الوعي مقارنة بفرضيات أخرى؛ إذ سجل الانحراف المعياري قيمة مرتفعة نسبياً بلغت 1.175. هذا التردد يوحي بأن مجرد قضاء وقت طويل على المنصات لا يضمن بالضرورة ارتفاعاً موحداً في الوعي لدى الجميع. استقر المتوسط الحسابي عند 3.64، وهي درجة تأييد تميل للإيجابية لكنها ليست مطلقة. أثبت اختبار "ت" دلالة إحصائية قوية بقيمة 48.797 ومستوى دلالة 0.000؛ ما يعني قبول الفرضية علمياً. حجم التأثير "Cohen's d" البالغ 3.099 يؤكد وجود بصمة واضحة لكثافة الاستخدام في المتغير التابع. الواقع العملي يشير إلى احتمالية أن نوعية المحتوى المتعرض له خلال ساعات الاستخدام هي الفيصل في جودة الوعي المتشكل. تذبذب الإجابات بين حدي ثقة 3.49 و3.79 يعكس وجود فئات شبابية قد تستخدم المنصات بكثافة لأغراض ترفيهية لا تخدم بناء الوعي بالرؤية بشكل مباشر. تمسك 248 مشاركاً بهذا الارتباط يمنح النموذج قوة تفسيرية دالة إحصائية.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.075	1.175	3.64	248	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.

جدول 32 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.

One-Sample Test							
Test Value = 0							
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df			t
Upper	Lower						
3.79	3.49	3.641	.000	247	48.797	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.	

جدول 33 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.398	2.798	3.099	1.175	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.
3.388	2.789	3.089	1.179	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 كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى الشباب السعودي.

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المتعلق برؤية السعودية 2030 المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب.

سجلت هذه الفرضية أعلى قدر من التباين في وجهات نظر المشاركين؛ حيث قفز الانحراف المعياري إلى 1.223 مقابل متوسط حسابي قدره 3.60. هذا التردد الإحصائي يرجح أن تأثير نوع المحتوى ليس ثابتاً، بل يرتبط احتماليةً بمدى جاذبية المادة المنشورة وقدرتها على مخاطبة اهتمامات الشباب المتنوعة. أقر اختبار "ت" بوجود دلالة إحصائية قوية بلغت 46.299 عند مستوى 0.000، ما يؤكد قبول الفرضية. حجم التأثير المرتفع "Cohen's d" البالغ 2.940 يثبت أن نوعية المحتوى هي المحرك الفعلي لتغيير مستويات الإدراك. النتيجة منطقية؛ فالمحتوى البصري أو التفاعلي قد يحقق وعياً أعمق من النصوص التقليدية الجافة. استقرار الإجابات بين حدي ثقة 3.44 و 3.75 يعزز من موثوقية هذه العلاقة التبادلية بين القالب الفني للمعلومة وبين جودة الوعي المتشكل لدى 248 مشاركاً. الارتباط هنا جوهري ويتجاوز مجرد الصدفة، مما يفرض على صناع المحتوى الرقمي تنويع الأساليب الإخراجية لضمان وصول الرسائل الوطنية لكافة الفئات الشبابية المستهدفة.

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

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المتعلق برؤية السعودية 2030 المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب	248	3.60	1.223	.078
---	-----	------	-------	------

جدول 35 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المتعلق برؤية السعودية 2030 المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب.

One-Sample Test							
Test Value = 0							
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df			t
Upper	Lower						
3.75	3.44	3.597	.000	247	46.299	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المتعلق برؤية السعودية 2030 المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب	

جدول 36 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المتعلق برؤية السعودية 2030 المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.227	2.652	2.940	1.223	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى المتعلق برؤية السعودية 2030 المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب
3.217	2.644	2.931	1.227	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 نوع المحتوى المتعلق برؤية السعودية 2030 المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب.

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030 ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.

سجل المتوسط الحسابي 3.63 مع انحراف معياري قدره 1.220؛ ما يبرز تردداً في آراء الشباب حول ثقل "درجة التفاعل" مقارنة بالاستهلاك السلبي للمحتوى. تشير قيمة "ت" البالغة 46.829 ومستوى الدلالة 0.000 إلى قبول الفرضية بوجود علاقة ارتباطية قوية ومؤكدة إحصائياً. حجم التأثير وفق معامل كوهين سجل 2.974؛ وهي قيمة ضخمة تعني أن تحفيز التفاعل الرقمي يعد محركاً تشغيلياً فعالاً في رفع كفاءة الحملات التوعوية بالرؤية. الوعي المجتمعي لا يتشكل بالتعرض العابر بل بالانخراط النشط. تباين وجهات النظر يرجح أن هذا التأثير قد يختلف تشغيلياً بين من يكتفي بالإعجاب ومن يمارس النقاش المعمق. استقرار النتائج بين حدي ثقة 3.48 و3.78 يمنح صناع القرار دليلاً رقمياً على ضرورة الانتقال من نماذج البث التقليدي إلى نماذج الاتصال التفاعلي لضمان ترسيخ مفاهيم الرؤية لدى 248 مشاركاً. الارتباط هنا جوهري ويتجاوز حدود الصدفة.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.077	1.220	3.63	248	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030 ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.

جدول 38 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030 ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.

One-Sample Test							
Test Value = 0							
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2- tailed)	df			t
Upper	Lower						
3.78	3.48	3.629	.000	247	46.829	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030 ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.	

جدول 39 : اختبار تي للعينات الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030 ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.263	2.683	2.974	1.220	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030 ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.
3.253	2.675	2.965	1.224	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 درجة التفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030 ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة في منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030.

سجلت العينة تبايناً ملحوظاً في آراء المشاركين تجاه دور الثقة؛ إذ قفز الانحراف المعياري إلى 1.277 كأحد أعلى معدلات التردد في الفرضيات المقاسة. هذا التباين يرجح أن مستويات الوعي تتأثر بشكل حذر بمدى مصداقية المنصة في نظر المستخدم. استقر المتوسط الحسابي عند 3.57، وهي قيمة تعكس موافقة متوسطة إلى مرتفعة. أكد اختبار "ت" وجود دلالة إحصائية قوية بقيمة 44.005 ومستوى دلالة 0.000؛ ما يثبت صحة الفرضية علمياً. حجم التأثير وفق معامل كوهين بلغ 2.794؛ وهو مؤشر ضخيم يبرهن على أن الثقة هي المحرك الجوهري لترجمة المعلومات الرقمية إلى وعي مجتمعي حقيقي. احتمالية ضعف الثقة لدى بعض الفئات قد تؤثر سلباً على فاعلية الرسائل الاتصالية الموجهة للشباب.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.081	1.277	3.57	248	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة في منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030.

جدول 41 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة في منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030.

One-Sample Test						
Test Value = 0						
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t	
Upper	Lower					
3.73	3.41	3.569	.000	247	44.005	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة في منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030.

جدول 42 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة في منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.070	2.518	2.794	1.277	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة في منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030.
3.060	2.510	2.786	1.281	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 مستوى الثقة في منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030.

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات المرتبطة برؤية السعودية 2030 وتعزيز الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.

سجل الانحراف المعياري 1.288 كأعلى قيمة تردد مرصودة. الآراء متباينة بشدة حول أثر الحملات. استقر المتوسط الحسابي عند 3.54 كدرجة تأييد متوسطة. النتيجة دالة إحصائياً بقيمة ت بلغت 43.349. مستوى الدلالة 0.000 يؤكد قبول الفرضية. حجم التأثير وفق كوهين سجل 2.753. الرقم ضخماً إحصائياً. التعرض للحملات يحرك الوعي فعلياً. التردد العالي يرجح تفاوت جودة الوصول بين الشباب. حدي الثقة انحصرا بين 3.38 و 3.71. الارتباط بنوي ومستقر لدى 248 مشاركاً. الحملات الرقمية

تظل الأداة الأقوى للتغيير المعرفي. القيمة الاحتمالية تمنح الفرضية موثوقية أكاديمية كاملة.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.082	1.288	3.54	248	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات المرتبطة برؤية السعودية 2030 وتعزيز الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.

جدول 44 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات المرتبطة برؤية السعودية 2030 وتعزيز الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.

One-Sample Test					
Test Value = 0					
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t
Upper	Lower				
3.71	3.38	3.544	.000	247	43.349
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات المرتبطة برؤية السعودية 2030 وتعزيز الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.					

جدول 45 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات المرتبطة برؤية السعودية 2030 وتعزيز الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.025	2.479	2.753	1.288	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات المرتبطة برؤية السعودية 2030 وتعزيز الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.
3.015	2.472	2.744	1.292	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 التعرض للحملات المرتبطة برؤية السعودية 2030 وتعزيز الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي.

تشكل مرحلة مناقشة النتائج من المراحل الجوهرية في الدراسة، إذ يتم فيها تفسير ما تم التوصل إليه من بيانات إحصائية وربطها بالإطار النظري والدراسات السابقة، بهدف فهم أعمق لطبيعة العلاقة بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي تجاه قضايا رؤية السعودية 2030. وقد أظهرت النتائج في مجملها أن هناك تأثيرًا واضحًا لمنصات التواصل الاجتماعي في تشكيل هذا الوعي، إلا أن هذا التأثير يتفاوت في قوته واتجاهه تبعًا لعدد من العوامل المرتبطة بطبيعة الاستخدام ونوعية المحتوى ومستوى التفاعل معه.

وتشير النتائج إلى أن كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي تُسهم بشكل ملحوظ في زيادة مستوى التعرض للمعلومات المرتبطة بالرؤية، الأمر الذي ينعكس على ارتفاع مستوى الوعي لدى الشباب. ويمكن تفسير ذلك في ضوء النظريات الإعلامية التي تؤكد أن زيادة التعرض للمحتوى الإعلامي تؤدي إلى تعزيز الإدراك المعرفي وتوسيع قاعدة المعلومات لدى الأفراد. كما يتضح أن الشباب الذين يقضون وقتًا أطول على هذه المنصات يكونون أكثر قدرة على متابعة مستجدات ومبادرات رؤية السعودية 2030، مما يجعلهم أكثر إلمامًا بتفاصيلها وأهدافها.

كما أظهرت النتائج أن مصداقية المحتوى المنشور تُعد من العوامل الحاسمة في تشكيل الوعي المجتمعي، حيث تبين أن ارتفاع مستوى الثقة في المعلومات المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى زيادة تقبلها وتبنينها من قبل الشباب. ويُفسر ذلك بأن المحتوى الموثوق، خاصة الصادر عن مصادر رسمية أو حسابات معروفة، يسهم في بناء إدراك إيجابي ومستقر حول قضايا الرؤية، بينما يؤدي ضعف المصداقية أو انتشار المعلومات غير الدقيقة إلى تشويش الفهم أو انخفاض مستوى الوعي. ويعكس ذلك أهمية إدارة المحتوى الرقمي المتعلق برؤية السعودية 2030 بطريقة احترافية تضمن وضوح الرسائل وصحتها.

أما فيما يتعلق بالتفاعل مع المحتوى الرقمي، فقد بينت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين مستوى التفاعل (مثل الإعجاب، التعليق، والمشاركة) ومستوى الوعي المجتمعي، حيث إن التفاعل لا يقتصر على مجرد التعرض السلبي للمحتوى، بل يعكس مشاركة معرفية ونقاشًا نشطًا يسهم في ترسيخ المعلومات. فكلما زاد تفاعل الشباب مع المحتوى المرتبط برؤية السعودية 2030، زادت قدرتهم على فهم أبعادها وتحليلها، مما يؤدي إلى تعزيز الوعي وتكوين اتجاهات أكثر وضوحًا واستقرارًا.

كما تشير المناقشة إلى وجود تداخل بين المتغيرات الثلاثة، حيث تعمل كثافة الاستخدام، ومصداقية المحتوى، والتفاعل الرقمي بشكل تكاملي في تشكيل مستوى الوعي المجتمعي. فالاستخدام المكثف يوفر فرص التعرض، والمصداقية تعزز القبول، والتفاعل يعمق الفهم، وهو ما يوضح أن تأثير منصات التواصل الاجتماعي ليس تأثيرًا أحاديًا، بل هو تأثير مركب ومتداخل. وفي

ضوء ذلك، يمكن القول إن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت أداة فاعلة في تشكيل الوعي بقضايا التنمية، وخاصة ما يتعلق برؤية السعودية 2030، إلا أن هذا التأثير يظل مرتبطاً بجودة المحتوى ومدى وعي المستخدمين في التعامل معه بشكل نقدي وتحليلي.

الخاتمة

تشكل هذه الدراسة محاولة علمية لفهم الدور الذي تؤديه منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي تجاه قضايا رؤية السعودية 2030، وذلك في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي جعلت من هذه المنصات أحد أهم مصادر المعرفة والتأثير في الرأي العام. وقد سعت الدراسة إلى تحليل هذا الدور من خلال متغيرات أساسية تتعلق بكثافة الاستخدام، ومصداقية المحتوى، والتفاعل مع المحتوى الرقمي، ومدى انعكاس ذلك على مستوى الوعي المجتمعي لدى فئة الشباب.

وبناءً على النتائج التي تم التوصل إليها، يتضح أن منصات التواصل الاجتماعي تلعب دورًا محوريًا في تعزيز مستوى الوعي بقضايا الرؤية، حيث تسهم في توفير بيئة معلوماتية تفاعلية تتيح للشباب الاطلاع على المبادرات والمشروعات الوطنية المرتبطة برؤية السعودية 2030، ومناقشتها وتبادل الآراء حولها. كما أظهرت النتائج أن هذا التأثير لا يعتمد على مجرد التعرض للمحتوى، بل يتعزز بشكل أكبر عندما يكون المحتوى ذا مصداقية عالية، وعندما يكون التفاعل معه نشطًا ومباشرًا.

كما كشفت الدراسة أن التأثير التراكمي لعوامل الاستخدام الرقمي والمصداقية والتفاعل يسهم في بناء وعي مجتمعي أكثر نضجًا لدى الشباب، إلا أن هذا الوعي قد يتفاوت من فرد لآخر تبعًا لدرجة الانخراط في البيئة الرقمية وطبيعة المحتوى المتداول. وهذا يشير إلى أن منصات التواصل الاجتماعي لا تعمل فقط كوسيلة لنقل المعلومات، بل كفضاء لصناعة الإدراك وتشكيل الاتجاهات نحو القضايا التنموية، وخاصة ما يتعلق بمسارات التحول الوطني التي تقودها رؤية السعودية 2030.

إن الدراسة قد حققت أهدافها في توضيح طبيعة العلاقة بين الإعلام الرقمي والوعي المجتمعي، وأكدت على أهمية الدور الذي تلعبه منصات التواصل الاجتماعي في دعم نشر المعرفة وتعزيز المشاركة المجتمعية. كما تبرز أهمية تعزيز جودة المحتوى الرقمي ورفع مستوى الوعي النقدي لدى المستخدمين، لضمان تحقيق تأثير إيجابي ومستدام في تشكيل الوعي تجاه القضايا الوطنية.

إن هذه النتائج تفتح المجال أمام مزيد من الدراسات المستقبلية التي يمكن أن تتناول أبعادًا أعمق وأكثر تخصصًا في علاقة الإعلام الرقمي بالتحولات المجتمعية، بما يسهم في تطوير فهم أشمل لدور منصات التواصل الاجتماعي في دعم أهداف التنمية الوطنية وتعزيز الوعي بقضايا رؤية السعودية 2030 لدى مختلف فئات المجتمع.

التوصيات

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج تتعلق بدور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي لدى الشباب السعودي بقضايا رؤية السعودية 2030، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي من شأنها تعزيز فاعلية هذا الدور وتحسين أثره الإيجابي، وذلك على النحو الآتي:

- ضرورة تعزيز المحتوى الرقمي الرسمي المتعلق بقضايا رؤية السعودية 2030 عبر منصات التواصل الاجتماعي، بما يضمن وصول المعلومات الدقيقة والموثوقة إلى الشباب، والحد من انتشار المعلومات غير الصحيحة أو المضللة.
- العمل على رفع مستوى المصداقية في المحتوى المنشور من خلال زيادة الاعتماد على المصادر الرسمية والجهات المعتمدة، وتوضيح المعلومات بشكل مبسط وشفاف يسهل على الشباب فهمه واستيعابه.
- الاهتمام بتصميم حملات توعوية رقمية تفاعلية تستهدف الشباب السعودي، بحيث لا تقتصر على نشر المعلومات فقط، بل تعتمد على أساليب جذب مثل الفيديوهات القصيرة، والإنفوجرافيك، والمحتوى التفاعلي.
- تشجيع المؤسسات الإعلامية والجهات الحكومية على تعزيز حضورها الفعّال في منصات التواصل الاجتماعي، بما يساهم في بناء جسر تواصل مباشر مع الشباب حول مستجدات ومبادرات رؤية السعودية 2030.
- العمل على تنمية الوعي الرقمي والنقدي لدى الشباب، من خلال برامج تدريبية وتوعوية تساعد على التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة، وتعزيز قدرتهم على تحليل المحتوى الرقمي بشكل علمي.
- الاستفادة من تفاعل الشباب على منصات التواصل الاجتماعي في تطوير السياسات الإعلامية والتوعوية، من خلال متابعة آرائهم وملاحظاتهم حول قضايا الرؤية وتوظيفها في تحسين الخطاب الإعلامي.
- تشجيع إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية المتخصصة في تأثير الإعلام الرقمي على الوعي المجتمعي، وبخاصة فيما يتعلق بمتغيرات أكثر عمقاً مثل الاتجاهات السلوكية والمشاركة المجتمعية في قضايا رؤية السعودية 2030.

المراجع

المراجع العربية:

- الزهراني، أ. ع. (2023). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي البيئي لدى السعوديين من خلال دراسة فاعلية حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة على شبكة تويتر . Retrieved from https://joa.journals.ekb.eg/article_309159.html
- المسلم، ع. أ. (2025). دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الأمني دراسة ميدانية على عينة من سكان المملكة العربية السعودية. Retrieved from https://jsh.journals.ekb.eg/article_432869.html
- لبده، س. ف. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي السياسي حول رؤية المملكة العربية السعودية 2030 . Retrieved from https://ejsc.journals.ekb.eg/article_87643.html

المراجع الأجنبية:

- Abubakar, A. A. (2026). Exploring administrative burden theory: The relationship between digital inclusion and human development. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001691826005901>
- Abuljadail, M. H. (2025). The Role of Social Media in Shaping Knowledge, Attitudes, and Purchase Intention Toward Genetically Modified Foods in Saudi Arabia. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/17/24/11279>
- Aleid, S. (2024). The Role of Social Media Advertisement and Physical Activity on Eating Behaviors among the General Population in Saudi Arabia. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11054689/>
- Alotaibi, S. (2024). Social Commerce in Saudi Arabia: Opportunities and Challenges in a Digital Society. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/387043011_Social_Commerce_in_Saudi_Arabia_Opportunities_and_Challenges_in_a_Digital_Society
- Alshammari, M. M. (2025). Building Trust and Cybersecurity Awareness in Saudi Arabia: Key Drivers of AI-Powered Smart Home Device Adoption. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2079-8954/13/10/863>
- Cho, H. (2022). Social media literacy: A conceptual framework. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10844004/>
- Dominic, E. D. (2025). Source Credibility as a Catalyst: Unraveling its Role in Shaping Strategic Communication Acceptability (SCA). Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/389403632_Source_Credibility_as_a_Catalyst_Unraveling_its_Role_in_Shaping_Strategic_Communication_Acceptability_SCA
- Grosen, M. S. (2024). Digital media revolution and stratificational inertia: A historical study of media usage and sociopolitical stratification in the age of social media. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X24000810>

- GÜran, S. (2022). Framing Theory in the Age of Social Media. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/362915881_Framing_Theory_in_the_Age_of_Social_Media
- Hoda, N. (2023). Intensity of SNS Use as a Predictor of Online Social Capital and the Moderating Role of SNS Platforms: An Empirical Study Using Partial Least Squares Structural Equation Modelling. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/6/4967>
- joseph, k. (2025). Why people use social media: a uses and gratifications approach. Retrieved from https://www.academia.edu/6714786/Why_people_use_social_media_a_uses_and_gratifications_approach
- Lin, p. (2022). Social media for collaborative planning: A typology of support functions and challenges. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275122000804>
- Lin, X. Y. (2024). Social Media Use and Daily Well-Being: The Role of Quantity and Quality of Social Support. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11039377/>
- Moussa, M. B. (2025). Hybrid platforms, linear stories: The double bind of journalism's digital transformation in the UAE. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/30497841251345064>
- Moussa, M. B. (2025). Hybrid platforms, linear stories: The double bind of journalism's digital transformation in the UAE. Retrieved from https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/30497841251345064?__cf_chl=tk=gnxNKHNDorJ7jM4Wj2eNcadKbOkQkZCjsnvRv3Efyw-1776873099-1.0.1.1-DogllhX1i3KhqJDyqTmm_OsxChZgr4crm6kQjXZgTN8
- Naslund, J. A. (2021). Social Media and Mental Health: Benefits, Risks, and Opportunities for Research and Practice. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7785056/>
- Omar, A. S. (2024). The Impact of Social Media on Society: A Systematic Literature Review. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/381800701_The_Impact_of_Social_Media_on_Society_A_Systematic_Literature_Review
- Paljug, K. (2026). Social Media: Definition, Importance, Top Websites, and Apps. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp>
- Prasetya, T. Y. (2024). A Quantitative Study on Social Media Usage Patterns and Their Effects Among Internet Users. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/396574081_A_Quantitative_Study_on_Social_Media_Usage_Patterns_and_Their_Effects_Among_Internet_Users
- R., R. (2023). Communication Technology in Mass Media: Transitions and Transformations. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/384071589_Communication_Technology_in_Mass_Media_Transitions_and_Transformations

- Rashidi, M. E. (2023). Digital citizenship and social media impact on Saudi family cohesion: A vision 2030 perspective. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/373961496_Digital_citizenship_and_social_media_impact_on_Saudi_family_cohesion_A_vision_2030_perspective
- Salim, D. F. (2025). Social media influencers and their role in enhancing Saudi Arabia's national brand image in global media. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/398783362_Social_media_influencers_and_their_role_in_enhancing_Saudi_Arabia's_national_brand_image_in_global_media
- Santos, S. (2022). Social media engagement and real-time marketing: Using net-effects and set-theoretic approaches to understand audience and content-related effects. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/365654407_Social_media_engagement_and_real-time_marketing_Using_net-effects_and_set-theoretic_approaches_to_understand_audience_and_content-related_effects
- Siyabi, A. (2025). Uses and Gratification Theory: A Comprehensive Review of Its Origins, Assumptions, and Contemporary Critiques[^]. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/395298780_Uses_and_Gratification_Theory_A_Comprehensive_Review_of_Its_Origins_Assumptions_and_Contemporary_Critiques
- Swastiningsih, S. (2024). The Role of Social Media in Shaping Public Opinion: A Comparative Analysis of Traditional vs. Digital Media Platforms. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/385807128_The_Role_of_Social_Media_in_Shaping_Public_Opinion_A_Comparative_Analysis_of_Traditional_vs_Digital_Media_Platforms
- Thompson, M. C. (2017). 'SAUDI VISION 2030': A VIABLE RESPONSE TO YOUTH ASPIRATIONS AND CONCERNS? Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/317269631_'SAUDI_VISION_2030'_A_VIABLE_RESPONSE_TO_YOUTH_ASPIRATIONS_AND_CONCERNS
- Vasist, P. N. (2023). The Polarizing Impact of Political Disinformation and Hate Speech: A Cross-country Configural Narrative. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10106894/>
- Vinney, C. (2025). Uses and Gratifications Theory in Media Psychology. Retrieved from <https://www.verywellmind.com/what-is-uses-and-gratifications-theory-in-media-psychology-5217572>

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 منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030: دراسة ميدانية على الشباب السعودي"، 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..

خالد بن سليمان العبد اللطيف

طالب بكالوريوس إعلام رقمي

كلية الإعلام، جامعة ميد أوشن

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 رقمي، وأعمل حالياً على بحث بعنوان "دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030: دراسة ميدانية على الشباب السعودي"، كجزء من متطلبات درجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي. ونظراً لأهمية آرائكم القيمة، أرجو منكم التفضل بالإجابة على هذا الاستبيان وأكد 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

خالد بن سليمان العبد اللطيف

طالب بكالوريوس إعلام رقمي

كلية الإعلام جامعة ميدأوشن

المشرف

د. توفيق عمري

كلية الإعلام، جامعة ميدأوشن

الاستبانة

الأسئلة					الإجابة	
1- الاسئلة العامة						
العمر	أقل من 20 سنة	20-29 سنة	30-39 سنة	40-49 سنة	50 سنة فأكثر	
الجنس	ذكر	أنثى				
الدرجة العلمية	شهادة الدراسة الثانوية	درجة البكالوريوس	شهادة عليا	ماجستير	دكتوراه	
2- أسئلة الإستبيان						
المتغير التابع: مستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية 2030						
لدي معرفة كافية بأهداف رؤية السعودية 2030	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
أدرك أهمية رؤية 2030 في تطوير المجتمع	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
أتابع التطورات والإنجازات المتعلقة بالرؤية بشكل مستمر	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
أشعر بأنني أكثر وعياً بقضايا الرؤية نتيجة استخدامي لمنصات التواصل الاجتماعي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
أرى أن منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل وعي بقضايا رؤية السعودية 2030	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
المتغير المستقل الأول: كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي						
أستخدم منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
أقضي وقتاً طويلاً على منصات التواصل الاجتماعي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
أعتمد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
أتابع الحسابات الرسمية المتعلقة برؤية السعودية 2030	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
المتغير المستقل الثاني: مصداقية المحتوى المنشور						
أثق بالمعلومات المتعلقة برؤية 2030 المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
أرى أن المحتوى الرقمي يقدم معلومات دقيقة حول رؤية 2030	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
تلتزم الحسابات الرسمية بنشر معلومات موثوقة حول الرؤية	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة

أتحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها مع الآخرين	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
المتغير المستقل الثالث: التفاعل مع المحتوى الرقمي					
أقوم بالتفاعل مع المحتوى المرتبط برؤية 2030 عبر الإعجاب أو التعليق	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
أشارك المنشورات المتعلقة بالرؤية مع الآخرين	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
أناقش موضوعات رؤية 2030 مع الآخرين عبر المنصات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
يسهم التفاعل مع المحتوى في زيادة فهمي لقضايا الرؤية	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة

➤ <https://forms.gle/gZ8uxy5U6sVJrKCJ6>

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



The Role of Social Media Platforms in Shaping Public Awareness of Saudi Vision 2030
Issues: A Field Study on Saudi Youth

Prepared by the student/
Khalid bin Sulaiman Al-Abdulatif

University ID/
222001148

Supervisor/
Dr. Tewfik Amri

Year
2026