

## السمعة الرقمية

### أولاً: أسئلة البحث

1. ما مفهوم السمعة الرقمية؟
2. ما العوامل المؤثرة في تكوين السمعة الرقمية؟
3. ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل السمعة الرقمية؟
4. ما أثر السمعة الرقمية على الأفراد والمؤسسات؟
5. كيف يمكن تحسين وإدارة السمعة الرقمية؟

### ثانياً: أهداف البحث

1. التعرف على مفهوم السمعة الرقمية.
2. تحليل العوامل المؤثرة فيها.
3. دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي.
4. قياس أثر السمعة الرقمية على السلوك.
5. تقديم توصيات لتحسين إدارتها.

### ثالثاً: فرضيات البحث

1. توجد علاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والسمعة الرقمية.
2. تؤثر جودة المحتوى على السمعة الرقمية.
3. تؤثر السمعة الرقمية على قرارات الأفراد والمؤسسات.
4. يساهم الوعي الرقمي في تحسين السمعة الرقمية.

### رابعاً: نموذج البحث

المتغيرات المستقلة:

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
- جودة المحتوى
- الوعي الرقمي

المتغير التابع:

- السمعة الرقمية

العلاقة:

المتغيرات المستقلة تؤثر على السمعة الرقمية.

### خامساً: مكان التطبيق (الدراسة الميدانية)

يقترح تطبيق الدراسة على مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة أو على طلاب الجامعات، وذلك من خلال استبيان إلكتروني لقياس مستوى إدراكهم للسمعة الرقمية.

### سادساً: منهجية البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استبيان لجمع البيانات، ثم تحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية مثل المتوسطات والنسب المئوية.

### سابعاً: مخطط البحث

[استخدام نصي للمخطط]  
وسائل التواصل الاجتماعي  
السمعة الرقمية  
الوعي الرقمي

جودة المحتوى

#### ثامناً: جدول المحتويات

1. المقدمة
2. مشكلة البحث
3. أسئلة البحث
4. أهداف البحث
5. فرضيات البحث
6. الإطار النظري
7. منهجية البحث
8. الدراسة الميدانية
9. النتائج والتوصيات
10. المراجع

#### تاسعاً: المراجع

- Kaplan & Haenlein (2010)
- Fombrun (1996)
- Berthon et al. (2012)
- مقالات علمية حول السمعة الرقمية
- تقارير عن الإعلام الرقمي وإدارة السمعة