

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي "16"

"تأثير خوارزميات المنصات الرقمية على تفضيلات الجمهور وسلوك

المشاهدة" "18"

إعداد: سالمين علي سالمين منيباري "16"

الرقم الأكاديمي: 222000453

إشراف: "16"

د. توفيق عمري

"13" 2026

Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Media

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media

**Title the study "The Impact of Social Media Usage on
the Social Behavior of University Youth: A Field Study"**

Prepared by: name : Salmeen ali munybari

ID: 222000453

Supervised by:

Dr. Tewfik amri

2026

تأثير خوارزميات المنصات الرقمية على تفضيلات الجمهور وسلوك المشاهدة

أولاً: الإشكالية:

تشهد البيئة الإعلامية المعاصرة تحولاً جذرياً نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع، التي تعتمد Netflix وTikTok وYouTube خاصة مع ظهور المنصات الرقمية مثل بشكل أساسي على الخوارزميات في تنظيم وعرض المحتوى للمستخدمين. لم تعد هذه المنصات مجرد وسيلة لنشر المحتوى، بل أصبحت تتحكم بشكل كبير في ما يراه المستخدم، من خلال تحليل بياناته وسلوكه وتفضيلاته. تتمثل المشكلة العلمية في أن خوارزميات هذه المنصات قد أصبحت عاملاً رئيسياً في تشكيل تفضيلات الجمهور، حيث تقوم بتقديم محتوى مخصص بناءً على سلوك المستخدم السابق، مما قد يؤدي إلى تعزيز أنماط مشاهدة معينة وتقليل التعرض لمحتوى متنوع. هذا يثير تساؤلات حول مدى تأثير هذه الخوارزميات على حرية الاختيار لدى المستخدم، وهل أصبح الجمهور متلقياً سلبياً لما تقترحه الأنظمة الذكية

تبرز أهمية دراسة هذه المشكلة في ظل الاعتماد المتزايد على المنصات الرقمية كمصدر رئيسي للمحتوى الإعلامي، مما يجعل فهم تأثير الخوارزميات أمراً ضرورياً، سواء من الناحية الأكاديمية أو العملية، خاصة في مجال الإعلام الرقمي

كما تتجلى العلاقة بين المتغيرات في المتغير المستقل: خوارزميات المنصات الرقمي المتغير التابع: تفضيلات الجمهور وسلوك المشاهدة وبناءً على ما سبق، يمكن صياغة السؤال الرئيسي للدراسة كما يلي :

ما تأثير خوارزميات المنصات الرقمية على تفضيلات الجمهور وسلوك المشاهدة؟ ويتفرع عنه التساؤلات التالية

كيف تؤثر الخوارزميات على اختيار المحتوى لدى المستخدمين؟ ما مدى اعتماد الجمهور على المحتوى المقترح؟

هل تؤدي الخوارزميات إلى تقليل تنوع المحتوى؟
ما أثر الخوارزميات على مدة المشاهدة؟

ثانياً: فرضيات الدراسة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خوارزميات المنصات الرقمية وتفضيلات الجمهور

تؤثر الخوارزميات بشكل مباشر على سلوك المشاهدة
يعتمد المستخدمون بشكل كبير على المحتوى المقترح من قبل الخوارزميات
تؤدي الخوارزميات إلى تقليل تنوع المحتوى المعروض للمستخدم
تساهم الخوارزميات في زيادة مدة المشاهدة لدى المستخدمين

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع:

حدثة الموضوع وارتباطه بالتطور التكنولوجي
الاهتمام الشخصي بالإعلام الرقمي وتأثيره
قلة الدراسات العربية في هذا المجال
الانتشار الكبير للمنصات الرقمية
تأثير الخوارزميات على المجتمع والسلوك الإعلامي

رابعاً: أهمية الدراسة:

إبراز دور الخوارزميات في تشكيل السلوك الإعلامي
إثراء الدراسات في مجال الإعلام الرقمي
تقديم نتائج تفيد الباحثين والمؤسسات الإعلامية
فهم العلاقة بين التكنولوجيا والجمهور

خامساً: أهداف الدراسة:

التعرف على تأثير الخوارزميات على الجمهور
تحليل سلوك المشاهدة لدى المستخدمين
دراسة مدى اعتماد الجمهور على المحتوى المقترح
الكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية للخوارزميات

سادساً: المفاهيم والمصطلحات

1-الخوارزميات

لغويًا: مجموعة خطوات منظمة
اصطلاحًا: نظام حسابي لتحليل البيانات
إجرائيًا: أنظمة رقمية تحدد المحتوى
للمستخدم

2. المنصات الرقمية

مواقع وتطبيقات تقدم محتوى عبر الإنترنت

3. تفضيلات الجمهور

اختيارات المستخدم للمحتوى

4. سلوك المشاهدة

طريقة تفاعل المستخدم مع المحتوى

(سابعًا: الدراسات السابقة (مختصرة – 10 دراسات

الدراسة:

اسم الباحث والسنة: مرية عبدالي، محمد هموش (2026)

الموضوع:

عنوان الدراسة: الذكاء الاصطناعي والجمهور الافتراضي: نحو إعلام ذكي ومخصص

المنهج:

المنهج الوصفي التحليلي (حيث اعتمدت الدراسة على تحليل الظاهرة ووصف دور الذكاء الاصطناعي في الإعلام)

العينة:

لم تعتمد الدراسة على عينة ميدانية محددة، بل هي دراسة نظرية تحليلية (تحليل محتوى ودراسات سابقة).

النتائج:

- يساهم الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى الإعلامي بشكل دقيق.
- يزيد من التفاعل وتحسين تجربة المستخدم.
- قد يؤدي إلى تقليل التفاعل الاجتماعي المباشر نتيجة الاعتماد على البيئة الافتراضية.
- الخوارزميات تتحكم في ما يراه المستخدم وتوجه سلوكه الإعلامي.

الاستفادة:

تفيد هذه الدراسة في:

- فهم دور الخوارزميات في تشكيل سلوك الجمهور
- دعم الجانب النظري لموضوع البحث
- توضيح تأثير الذكاء الاصطناعي على التفاعل الإعلامي
- الاستفادة منها في بناء الإطار النظري وتحليل النتائج

2

الدراسة

1-الباحث والسنة:

هندة سالم ماطوسي، هيفاء إسماعيل عمار (2021)

الموضوع:

عنوان الدراسة: دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة مخرجات التعلم: المنصات الرقمية أنموذجًا

المنهج:

المنهج الوصفي التحليلي (اعتمدت الدراسة على تحليل الظاهرة باستخدام الاستبيان والتحليل الإحصائي)

العينة:

بلغت عينة الدراسة 160 طالبًا من عدة جامعات سعودية

النتائج:

- وجود تأثير إيجابي للمنصات الرقمية على جودة التعلم.
- تحسين المهارات والمعرفة لدى الطلاب.
- تعزيز التفاعل داخل البيئة الافتراضية.
- لكن قد يؤدي الاعتماد على المنصات الرقمية إلى تقليل التواصل المباشر بين الأفراد (استنتاج مرتبط بطبيعة البيئة الافتراضية)

الاستفادة:

تفيد هذه الدراسة في:

- دعم الإطار النظري حول تأثير المنصات الرقمية
- فهم دور الذكاء الاصطناعي في تطوير التعليم
- الاستفادة منها في تفسير نتائج الدراسة الحالية
- إبراز تأثير البيئة الرقمية على أنماط التفاعل

الدراسة

1-الباحث والسنة:

د. عمرو محمد محمود عبد الحميد (2020)

الموضوع:

عنوان الدراسة: توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري

المنهج:

المنهج الوصفي التحليلي (دراسة ميدانية باستخدام الاستبيان والتجربة)

العينة:

عينة عمدية مكونة من 400 مبحوث من متابعي الأخبار الاقتصادية

النتائج:

- نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي.
- قدرة الخوارزميات على التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها بسرعة.
- وجود فروق في إدراك مصداقية المحتوى بين الإنسان والآلة.
- قد يؤدي الاعتماد على الذكاء الاصطناعي والتفاعل الرقمي إلى تقليل التواصل المباشر بين الأفراد (نتيجة مستنبطة من طبيعة الاعتماد على التفاعل الآلي والرقمي).

الاستفادة:

تفيد هذه الدراسة في:

- دعم الإطار النظري حول تأثير الخوارزميات
- فهم دور الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي
- الاستفادة منها في تفسير نتائج الدراسة الحالية
- توضيح تأثير الإعلام الرقمي على سلوك الجمهور

الدراسة

1-الباحث والسنة:

مقعاش يوسف (2025)

الموضوع:

عنوان الدراسة: خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على قيم الجمهور وسلوكياته: دراسة في إطار المقترح النظري الانتقال القيمي اللاواعي(UVTT)

المنهج:

المنهج الوصفي التحليلي (دراسة نظرية تحليلية في إطار نموذج نظري(UVTT)

العينة:

لا تعتمد الدراسة على عينة ميدانية محددة، بل هي دراسة نظرية تحليلية تعتمد على تحليل المفاهيم والنماذج النظرية.

النتائج:

- الخوارزميات تؤثر بشكل عميق على قيم وسلوكيات الجمهور.
- تساهم في ظهور ظواهر مثل غرف الصدى وفقاعات التصفية.
- تؤدي إلى تعزيز التحيزات وتقليل التعرض لوجهات نظر مختلفة.
- تزيد من الانقسام الاجتماعي وتضعف الحوار المجتمعي.
- تؤدي بشكل غير مباشر إلى تقليل التواصل الاجتماعي المباشر بين الأفراد نتيجة الاعتماد على البيئة الرقمية والتفاعل الافتراضي.

الاستفادة:

- تفيد هذه الدراسة في:
- دعم الإطار النظري لموضوع تأثير الخوارزميات
 - فهم آليات تأثير الخوارزميات على القيم والسلوك
 - الاستفادة من نموذج (UVTT) في تفسير النتائج
 - تعزيز التحليل العلمي لظواهر مثل فقاعات التصفية وغرف الصدى

5

الدراسة

1.الباحث والسنة:

Mazari Nacereddine (2025)

الموضوع:

عنوان الدراسة

The Impact of Recommendation Algorithms on News Consumption: A Survey
(تأثير خوارزميات التوصية على استهلاك الأخبار)

المنهج:

المنهج الوصفي المسحي (Survey Method) حيث اعتمدت الدراسة على استبيان إلكتروني لتحليل سلوك المستخدمين وآرائهم

العينة:

بلغت عينة الدراسة 300 مستخدم من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

النتائج:

- اعتماد كبير على منصات التواصل كمصدر للأخبار
- الخوارزميات تحد من تنوع مصادر الأخبار
- تكرار المحتوى وتشابه وجهات النظر
- ظهور ظاهرة فقاعات التصفية (Filter Bubble)
- تقليل التعرض لوجهات نظر مختلفة مما يضعف التفاعل الاجتماعي الحقيقي والتواصل المباشر بين الأفراد

الاستفادة:

- تفيد هذه الدراسة في:
- دعم الجانب النظري لموضوع الخوارزميات وتأثيرها
 - فهم تأثير الخوارزميات على سلوك الجمهور الإعلامي
 - تفسير نتائج الدراسة الحالية خاصة المتعلقة بتقليل التنوع
 - الاستفادة منها في تحليل ظاهرة فقاعات التصفية وتأثيرها على التواصل

6

الدراسة

1.الباحث والسنة:

عمرو محمد محمود عبد الحميد (2022)

الموضوع:

عنوان الدراسة: الاتجاهات الحديثة لبحوث نظريات الاتصال الجماهيري في إطار بيئة الإعلام الرقمي (2016-2021): دراسة تحليلية من المستوى الثاني

المنهج:

المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أسلوب تحليل المستوى الثاني (Secondary Analysis) لتحليل الدراسات السابقة

العينة:

تم تحليل 141 دراسة عربية وأجنبية في مجال الإعلام الرقمي

النتائج:

- وجود اختلاف بين المدارس البحثية في دراسة الإعلام الرقمي
- اعتماد متزايد على المنصات الرقمية في استهلاك المحتوى
- تأثير واضح للإعلام الرقمي على سلوك الجمهور
- ظهور تغيرات في أنماط التفاعل الاجتماعي
- الاعتماد على البيئة الرقمية قد يؤدي إلى ضعف التفاعل الاجتماعي المباشر بين الأفراد نتيجة الاعتماد على الوسائط الرقمية بدل التواصل الواقعي

الاستفادة:

- تفيد هذه الدراسة في:
- دعم الإطار النظري لموضوع الإعلام الرقمي
 - التعرف على الاتجاهات الحديثة في بحوث الاتصال
 - الاستفادة من تحليل الدراسات السابقة في بناء البحث الحالي
 - توظيف النظريات الإعلامية في تفسير تأثير المنصات الرقمية على الجمهور

7

الدراسة

1الباحث والسنة:

د. إيمان المحمدي (2025)

الموضوع:

عنوان الدراسة: الحرب الرقمية: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز حملات التضليل الإعلامي

المنهج:

المنهج الوصفي التحليلي (تحليل ظاهرة الحرب الرقمية وآليات التضليل باستخدام الذكاء الاصطناعي)

العينة:

لا تعتمد الدراسة على عينة بشرية مباشرة، بل هي دراسة تحليلية نظرية تعتمد على تحليل الظاهرة والتقنيات المستخدمة.

النتائج:

- الذكاء الاصطناعي ساهم في انتشار المحتوى المضلل بسرعة كبيرة
- استخدام تقنيات مثل التزييف العميق والروبوتات في التأثير على الجمهور
- زيادة الاستقطاب والتأثير على الرأي العام
- صعوبة التمييز بين الحقيقة والمحتوى المزيف
- الاعتماد على البيئة الرقمية والتفاعل الافتراضي يؤدي إلى ضعف التواصل المباشر بين الأفراد وزيادة العزلة الاجتماعية

الاستفادة:

- تفيد هذه الدراسة في:
- فهم دور الذكاء الاصطناعي في التضليل الإعلامي
 - دعم الإطار النظري حول تأثير الخوارزميات
 - تفسير سلوك الجمهور في البيئة الرقمية
 - الاستفادة منها في تحليل تأثير الإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية

8

الدراسة

1-الباحث والسنة:

هيئة الحكومة الرقمية (2025)

الموضوع:

عنوان الدراسة: الذكاء الاصطناعي التوليدي في أعمال الحكومة الرقمية

المنهج:

- منهج وصفي تحليلي مع استخدام:
- البحوث المكتبية
 - تحليل الوثائق والتقارير
 - مقابلات مع خبراء (22 قائدًا حكوميًا)

العينة:

- لا توجد عينة تقليدية (استبيان)
- تم إجراء مقابلات مع 22 خبيرًا وقائدًا حكوميًا

النتائج:

- الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين الخدمات الحكومية وزيادة الكفاءة
- يساعد في اتخاذ القرار وتحليل البيانات
- يعزز التفاعل الرقمي والخدمات المخصصة
- زيادة الاعتماد على الأتمتة والتفاعل الرقمي
- الاعتماد الكبير على التقنيات الرقمية قد يقلل من التفاعل الإنساني المباشر ويضعف التواصل المباشر بين الأفراد (استنتاج مرتبط بطبيعة الأتمتة والتفاعل الافتراضي)

الاستفادة:

- تفيد هذه الدراسة في:
- دعم الإطار النظري حول الذكاء الاصطناعي والخوارزميات
- فهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البيئة الرقمية
- الاستفادة من نتائجها في تفسير سلوك المستخدم
- توظيفها في تحليل تأثير المنصات الرقمية على التفاعل الاجتماعي

9

الدراسة

1.الباحث والسنة:

ملتقى أسبار – لجنة الشؤون الإعلامية (2023)

الموضوع:

عنوان الدراسة: استشراف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة الإعلام السعودي وقضايا المملكة

المنهج:

المنهج الوصفي التحليلي(اعتمد على تحليل الواقع الإعلامي، وعرض آراء الخبراء والمشاركين، وتحليل التطورات التقنية)

العينة:

- لا توجد عينة ميدانية رقمية محددة، بل اعتمدت الدراسة على:
- نخبة من الخبراء والمختصين
- مشاركات فكرية وتحليلية داخل ملتقى علمي

النتائج:

- الذكاء الاصطناعي يساهم في تطوير الإنتاج الإعلامي وتحليل الجمهور
- يساعد في تخصيص المحتوى وزيادة كفاءة العمل الإعلامي
- وجود تحديات أخلاقية ومهنية مثل التحيز والمصداقية
- الاعتماد على الأنظمة الرقمية والذكاء الاصطناعي في التفاعل الإعلامي
- قد يؤدي هذا الاعتماد إلى تقليل التفاعل الإنساني المباشر والتواصل الواقعي بين الأفراد، نتيجة الاعتماد على الوسائط الرقمية (استنتاج مدعوم بطبيعة التحول الرقمي والتفاعل الافتراضي المذكور في الدراسة)

الاستفادة:

- تفيد هذه الدراسة في:
- دعم الإطار النظري حول الذكاء الاصطناعي والإعلام
 - فهم التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية
 - الاستفادة من آراء الخبراء في تفسير نتائج الدراسة الحالية
 - توظيفها في تحليل تأثير الخوارزميات على سلوك الجمهور

10

الدراسة

1- الباحث والسنة:

مزارى نصر الدين (2024)

الموضوع:

عنوان الدراسة: دور خوارزميات التعلم الآلي في استهداف الإعلانات: تهديد للخصوصية أم ضرورة تجارية؟ (دراسة حالة Facebook Ads)

المنهج:

المنهج الوصفي التحليلي (مع استخدام الاستبيان الإلكتروني لتحليل سلوك المستخدمين)

العينة:

بلغت عينة الدراسة 200 مستخدم نشط على منصة فيسبوك

النتائج:

- الخوارزميات تساهم في تخصيص الإعلانات وزيادة فعاليتها
- تؤثر الإعلانات المستهدفة على سلوك المستخدم وقرارات الشراء

- يشعر المستخدمون بأنهم تحت المراقبة بسبب تتبع بياناتهم
- وجود قلق كبير حول الخصوصية واستخدام البيانات الشخصية
- ظهور فجوة بين وعي المستخدمين وسلوكهم الفعلي
- الاعتماد على التفاعل الرقمي والإعلانات المستهدفة يؤدي إلى تقليل التفاعل الاجتماعي المباشر، نتيجة استبدال التواصل الواقعي بالتفاعل عبر المنصات الرقمية

الاستفادة:

- تفيد هذه الدراسة في:
- دعم موضوع البحث حول تأثير الخوارزميات
- فهم العلاقة بين الإعلانات الرقمية وسلوك المستخدم
- الاستفادة من نتائجها في تفسير بيانات الدراسة الحالية
- توضيح أثر الخصوصية والتفاعل الرقمي على العلاقات الاجتماعية

11

الدراسة

1-الباحث والسنة:

محمد زباني (2024)

الموضوع:

عنوان الدراسة: من الخوارزميات إلى التأثيرات الاجتماعية: دراسة سوسيولوجية لتأثير الذكاء الاصطناعي على التواصل الاجتماعي

المنهج:

المنهج الوصفي التحليلي (دراسة سوسيولوجية تحليلية لآثار الذكاء الاصطناعي على العلاقات الاجتماعية والهوية)

العينة:

لا تعتمد الدراسة على عينة ميدانية محددة، بل هي دراسة نظرية تحليلية تعتمد على تحليل الظاهرة الاجتماعية.

النتائج:

- الخوارزميات تساهم في تخصيص المحتوى وتوجيه سلوك المستخدمين
- تؤثر على تشكيل الهوية الرقمية والعلاقات الاجتماعية
- ظهور ظواهر مثل فقاعات التصفية وتعزيز الآراء المتشابهة

- تقليل التعرض لآراء مختلفة والتنوع الفكري
- التأثير على طبيعة العلاقات الاجتماعية وتحولها إلى علاقات افتراضية
- يؤدي الاعتماد على المنصات الرقمية إلى إضعاف التواصل الاجتماعي المباشر بين الأفراد
- نتيجة التفاعل عبر البيئة الافتراضية بدل الواقع

الاستفادة:

- تفيد هذه الدراسة في:
- دعم الإطار النظري لموضوع تأثير الخوارزميات
- فهم التأثير الاجتماعي للذكاء الاصطناعي على العلاقات
- الاستفادة منها في تفسير نتائج الدراسة الحالية
- تعزيز تحليل ظواهر مثل الهوية الرقمية وفقاعات التصفية

تاسعاً: منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لأنه الأنسب لدراسة الظواهر الإعلامية وتحليلها.

عاشراً: عينة الدراسة

تم اعتماد العينة القصدية وهي عينة يتم اختيارها بناءً على خصائص محددة عدد العينة: (100 – 150) مفردة

الحادي عشر: أدوات جمع البيانات

- الاستبيان الإلكتروني
- تحليل المحتوى
- الملاحظة (إن وجدت)

الثاني عشر: مجالات الدراسة

- المجال المكاني: المنصات الرقمية
- المجال الزمني: 2025 – 2026
- المجال البشري: مستخدمو المنصات الرقمية