

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي
دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المجتمعي بقضايا رؤية السعودية ٢٠٣٠:
دراسة ميدانية على الشباب السعودي

إعداد الطالب/

خالد بن سليمان العبدالله

الرقم الجامعي/

٢٢٢٠٠١١٤٨

إشراف/

د. توفيق عمري

العام الدراسي

٢٠٢٦م

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

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

Prepared by: KHALED SULEMAN AL ABDULLATEF
ID: 222001148

Supervised by:
Dr. Tewfik amri

٢٠٢٦

مشكلة الدراسة الرئيسية:

شهدت رؤية السعودية ٢٠٣٠ 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 مصدرًا أساسيًا 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 ٢٠٣٠ 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 وعيًا معرفيًا قائمًا على الفهم والتحليل، أو وعيًا 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 ٢٠٣٠.

المشكلات المترتبة على المشكلة الرئيسية:

١. احتمالية انتشار المعلومات غير الدقيقة أو الشائعات المتعلقة ببرامج ومبادرات الرؤية عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما قد يؤدي إلى تكوين تصورات خاطئة لدى الشباب.

٢. ضعف التمييز بين المصادر الرسمية وغير الرسمية للمعلومات، وما يترتب عليه من ارتباك في فهم الأهداف الحقيقية للرؤية.

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

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

٥. محدودية الدراسات الميدانية التي تناولت العلاقة بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي بقضايا رؤية السعودية ٢٠٣٠ لدى الشباب السعودي (لبد، ٢٠١٨).

بناءً 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 ٢٠٣٠؟

المرجع:

لبده, س. ف. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي السياسي حول رؤية المملكة العربية السعودية
٢٠٣٠. Retrieved from https://ejsc.journals.ekb.eg/article_87643.html :. 62, 437-500.

الدراسات السابقة:

يسعى بحث (المسلم، ٢٠٢٥) 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 ٦٤١ 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، ٢٠٢٣) 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، ٢٠٢٥) 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 عالميًا في إطار رؤية ٢٠٣٠. 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 ٤٠٠ 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 (٢٠١١) الشامل للعلامة التجارية الوطنية، مما أتاح تفسيرًا منهجيًا في إطار رؤية ٢٠٣٠. وتم تحليل عينة من ٢٠ منشورًا لتركي آل الشيخ تتعلق بأحداث ثقافية رئيسية (مثل موسم الرياض، وMDLBeast، وسباق الفورمولا ١)، 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 تنوع 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 رؤية قيّمة لصناع السياسات والممارسين حول كيفية تعاون الحكومات استراتيجيًا 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 إمكانات المؤثرين وحدودهم كأدوات معاصرة لبناء صورة الدولة، لا سيما في سياق رؤية ٢٠٣٠.

أصبحت الأغذية المعدلة وراثيًا من أكثر الابتكارات إثارةً 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، ٢٠٢٥) 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 ٤٦٧ 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، ٢٠٢٤) المقطعية الإلكترونية إلى تقييم دور إعلانات الطعام على وسائل التواصل الاجتماعي والنشاط البدني في سلوكيات الأكل لدى عموم سكان المملكة العربية السعودية (ن = ٤٧١). جُمعت البيانات من خلال استبيان مُنظَّم، يتألف من أربعة أجزاء: (١) المعلومات الاجتماعية والديموغرافية، (٢) الموقف تجاه وسائل التواصل الاجتماعي، (٣) المعلومات المتعلقة بسلوكيات الأكل، (٤) 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 لوجستي ثنائي متعدد لدراسة العوامل المؤثرة في سلوكيات الأكل غير الصحية. أظهرت النتائج أن حوالي ٧٩,٦٪ 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 = ٤,٨٦). كما كان المشاركون الذين شاهدوا إعلانات الطعام على منصات التواصل الاجتماعي من مرة إلى ثلاث مرات أسبوعيًا (نسبة الأرجحية المعدلة = ٢,٥٨) أو يوميًا (نسبة الأرجحية المعدلة = ٣,٤٩) أكثر عرضةً لاتباع عادات غذائية غير صحية. كذلك، كان المشاركون الذين تزداد شهيتهم لتجربة الأطعمة دائمًا (نسبة الأرجحية المعدلة = ١,٤٢) أو عادةً (نسبة الأرجحية المعدلة = ٢,٨٨) 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، ٢٠٢٣) 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 ٢٠٣٠. 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

تشابه 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 تسهم في نشر المعلومات وتوجيه الرأي العام، حيث أظهرت نتائجها أن هذه المنصات أصبحت أداة فعّالة 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 أيضًا 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 ٢٠٣٠. وتبرز الفجوة البحثية في الحاجة إلى دراسة ميدانية تركز على فئة الشباب باعتبارهم الفئة الأكثر استخدامًا لمنصات التواصل الاجتماعي والأكثر تأثيرًا في تشكيل اتجاهات المجتمع المستقبلية. كما يسعى البحث الحالي إلى الربط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي المجتمعي بقضايا رؤية المملكة ٢٠٣٠، 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.

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

- المراجع الأجنبية:

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/>

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