



جامعة ميدأوشن

كلية الإعلام والتسويق

تخصص ماجستير إعلام رقمي

العنوان باللغة العربية/

فاعلية المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية في التأثير على اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية

العنوان باللغة الإنجليزية/

The effectiveness of short media content on digital platforms in influencing Saudi youth attitudes towards social issues

إعداد الطالبة/

نوره عبد الرحمن

الرقم الجامعي/

253001323

تحت إشراف

أ.د. مهيتاب الرافي

2026م

قائمة المحتويات

3.....	المقدمة.....
5.....	مشكلة الدراسة.....
6.....	أهمية الدراسة.....
8.....	أهداف الدراسة.....
9.....	تساؤلات الدراسة.....
9.....	فرضيات الدراسة.....
10.....	الدراسات السابقة.....
20.....	المنطلقات النظرية للدراسة.....
23.....	المنهجية وطرق البحث.....
24.....	أدوات الدراسة.....
25.....	حدود الدراسة.....
26.....	المراجع.....

المقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات متسارعة في مجال الاتصال والإعلام نتيجة التطور الكبير في تقنيات المعلومات والاتصال وانتشار المنصات الرقمية الحديثة، الأمر الذي أدى إلى تغيرات جوهرية في طبيعة إنتاج المحتوى الإعلامي وأساليب استهلاكه. فلم تعد وسائل الإعلام التقليدية المصدر الوحيد للحصول على الأخبار والمعلومات وتشكيل الآراء، بل أصبحت المنصات الرقمية مثل تطبيقات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والهواتف الذكية فضاءات رئيسية يتفاعل من خلالها الأفراد مع مختلف القضايا والأحداث. وقد أسهم هذا التحول في ظهور أنماط إعلامية جديدة تتسم بالسرعة والاختصار والتفاعلية، ومن أبرزها المحتوى الإعلامي القصير الذي أصبح أحد أكثر أشكال الاتصال انتشارًا بين فئات المجتمع، وخاصة فئة الشباب (Renjith، 2023).

يتميز المحتوى الإعلامي القصير بقدرته على تقديم المعلومات والأفكار في صور مختصرة وجذابة تعتمد على عناصر متنوعة مثل الفيديوهات القصيرة، والصور المتحركة، والنصوص المختزلة، والعناوين المؤثرة، مما يجعله ملائمًا لطبيعة الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية. وقد ساعد انتشار الهواتف الذكية وارتفاع معدلات استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي على تعزيز حضور هذا النوع من المحتوى، حيث أصبح الشباب يتعرضون يوميًا لكم هائل من الرسائل الإعلامية التي تتناول موضوعات اجتماعية وثقافية واقتصادية وسياسية. ومن هنا برزت أهمية دراسة مدى قدرة هذا المحتوى على التأثير في اتجاهات الجمهور، خاصة لدى الشباب الذين يمثلون فئة اجتماعية ذات دور محوري في تشكيل مستقبل المجتمعات (Jiao، 2025).

وتعد القضايا الاجتماعية من أكثر المجالات التي يتأثر فيها الأفراد بالمضامين الإعلامية المختلفة، إذ ترتبط هذه القضايا بسلوكيات المجتمع وقيمه وتوجهاته وأنماط الحياة اليومية لأفراده. فالمحتوى الإعلامي لا يقتصر دوره على نقل المعلومات فقط، بل يمتد إلى تشكيل الإدراك العام، وتكوين المواقف، وتعزيز بعض القيم أو إعادة النظر فيها. ومع الانتشار الواسع للمحتوى القصير عبر المنصات الرقمية، أصبح من الضروري بحث مدى فاعليته في التأثير على وعي الشباب واتجاهاتهم نحو القضايا الاجتماعية المختلفة، سواء من خلال تعزيز المشاركة المجتمعية، أو تغيير بعض الأفكار والمواقف، أو إعادة ترتيب أولويات الاهتمام بالقضايا المطروحة (Criveanu، 2026).

ويكتسب موضوع تأثير المحتوى الإعلامي القصير أهمية خاصة في المجتمع السعودي، نظرًا لما يشهده المجتمع من تغيرات اجتماعية وثقافية متسارعة في ظل التطورات التقنية والتحول المرتبطة برؤية المملكة العربية السعودية 2030، والتي ركزت على تمكين الشباب، وتعزيز المشاركة المجتمعية، وتطوير أنماط الحياة، ودعم التواصل الرقمي. وقد أصبح الشباب السعودي من أكثر الفئات استخدامًا للمنصات الرقمية، الأمر الذي يجعلهم أكثر تعرضًا للمضامين الإعلامية القصيرة التي تقدم لهم بشكل يومي. لذلك فإن دراسة طبيعة هذا التعرض ومدى تأثيره في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا الاجتماعية تعد مجالًا مهمًا لفهم العلاقة بين الإعلام الرقمي وسلوك الشباب (Yin, 2023).

كما أن المحتوى الإعلامي القصير يتميز بخصائص قد تزيد من قدرته التأثيرية، فهو يعتمد غالبًا على أسلوب بسيط وسريع يتناسب مع إيقاع الحياة المعاصرة، ويستخدم عناصر بصرية وسمعية قادرة على جذب الانتباه وتحفيز التفاعل. إضافة إلى ذلك، فإن خاصية المشاركة وإعادة النشر والتعليق التي توفرها المنصات الرقمية تمنح الجمهور دورًا أكبر في تداول الرسائل الإعلامية والمساهمة في انتشارها، مما يحول المتلقي من مجرد مستهلك للمحتوى إلى طرف مشارك في إنتاجه وتوجيهه. وهذا التفاعل قد يؤدي إلى تعزيز تأثير الرسائل الإعلامية في تكوين الاتجاهات الاجتماعية لدى الشباب (Alsaleh, 2024).

وعلى الرغم من الانتشار الواسع للمحتوى الإعلامي القصير، فإن تأثيره ليس بالضرورة متشابهًا لدى جميع الأفراد، إذ قد يختلف تبعًا لعوامل متعددة مثل طبيعة القضية الاجتماعية المطروحة، ومستوى وعي المتلقي، ومصادقية المصدر الإعلامي، ودرجة التفاعل مع المحتوى، والبيئة الاجتماعية والثقافية المحيطة. لذلك فإن دراسة فاعلية هذا النوع من المحتوى تتطلب تحليلًا علميًا يوضح مدى تأثيره الحقيقي في اتجاهات الشباب، وليس فقط قياس حجم انتشاره أو معدلات مشاهدته.

تأتي هذه الدراسة بهدف التعرف على فاعلية المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية في التأثير على اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية، من خلال بحث طبيعة العلاقة بين التعرض لهذا المحتوى وبين تشكيل المواقف والآراء تجاه الموضوعات الاجتماعية المختلفة. كما تسعى الدراسة إلى فهم الدور الذي تؤديه المنصات الرقمية الحديثة في بناء

الوعي الاجتماعي لدى الشباب، والكشف عن مدى قدرة المحتوى الإعلامي القصير على التأثير في إدراكهم للقضايا المجتمعية واتجاهاتهم نحوها (Saulite، 2023).

مشكلة الدراسة

أدى الانتشار المتزايد للمنصات الرقمية الحديثة إلى تحول كبير في طبيعة العملية الإعلامية، حيث أصبح المحتوى الإعلامي القصير أحد أبرز أشكال الاتصال التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات ومتابعة الأحداث والقضايا المختلفة. وقد فرض هذا النوع من المحتوى نفسه كوسيلة إعلامية مؤثرة بسبب اعتماده على السرعة والاختصار والجاذبية البصرية وسهولة الوصول، الأمر الذي جعله يحظى بانتشار واسع بين فئة الشباب تحديداً. ومع تزايد اعتماد الشباب السعودي على المنصات الرقمية، أصبحت هذه المنصات بيئة أساسية لتداول الأفكار والمعلومات والمناقشات المتعلقة بمختلف القضايا الاجتماعية، مما يثير تساؤلات حول مدى قدرة المحتوى الإعلامي القصير على التأثير في اتجاهاتهم وتصوراتهم ومواقفهم تجاه هذه القضايا.

وتتمثل مشكلة الدراسة في وجود حاجة علمية لفهم طبيعة التأثير الذي يحدثه المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية، خاصة في ظل التغيرات الاجتماعية والثقافية المتسارعة التي يشهدها المجتمع. فبالرغم من أن هذا المحتوى أصبح جزءاً من الحياة اليومية للشباب، إلا أن مدى فاعليته في تعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية، أو تغيير المواقف والاتجاهات، أو التأثير على مستوى التفاعل والمشاركة المجتمعية لا يزال بحاجة إلى دراسة وتحليل. كما أن طبيعة المحتوى القصير، بما يتضمنه من رسائل مختزلة ومؤثرات بصرية وسرعة في العرض، قد تؤدي إلى تأثيرات مختلفة؛ فقد تسهم في تسهيل وصول المعلومات ورفع الاهتمام بالقضايا الاجتماعية، وقد تؤدي في بعض الحالات إلى تقديم قضايا معقدة بصورة مبسطة قد تؤثر على فهم الجمهور لها.

وتزداد أهمية هذه المشكلة في ظل كون الشباب السعودي يمثل شريحة أساسية في المجتمع، وأكثر الفئات استخداماً للتقنيات الرقمية وتفاعلاً مع المحتوى المنشور عبرها. فالشباب لا يكتفون بمشاهدة المحتوى الإعلامي القصير، بل يشاركون في نشره والتعليق عليه وإعادة إنتاجه، مما يزيد من احتمالية انتقال الأفكار والاتجاهات الاجتماعية عبر هذه المنصات. ومن

هنا تظهر الحاجة إلى دراسة مدى تأثير هذا المحتوى في بناء المواقف الاجتماعية لدى الشباب، والكشف عن طبيعة العلاقة بين التعرض للمحتوى الإعلامي القصير وبين تكوين الاتجاهات نحو القضايا التي يطرحها (Oguta، 2025).

بناءً على مشكلة الدراسة الرئيسية وما يرتبط بها من مشكلات فرعية، تتمثل صياغة السؤال الرئيسي للدراسة في: ما مدى فاعلية المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية في التأثير على اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية؟

أهمية الدراسة

- الأهمية العلمية للدراسة

تتمثل الأهمية العلمية لهذه الدراسة في أنها تسهم في إثراء المعرفة العلمية المتعلقة بالإعلام الرقمي الحديث، وبخاصة دراسة المحتوى الإعلامي القصير باعتباره نمطاً اتصالياً جديداً فرض نفسه على المشهد الإعلامي المعاصر. وعلى الرغم من الانتشار الواسع للفيديوهات والمنشورات القصيرة عبر المنصات الرقمية، فإن الحاجة ما زالت قائمة لفهم طبيعة تأثيرها في تكوين الاتجاهات الاجتماعية، ومدى قدرتها على التأثير في إدراك الجمهور للقضايا المختلفة، خاصة لدى فئة الشباب.

كما تكتسب الدراسة أهميتها العلمية من ارتباطها بمجال دراسات الإعلام والاتصال الجماهيري، حيث تسعى إلى تحليل العلاقة بين التعرض للمحتوى الإعلامي الرقمي وبين تشكيل الاتجاهات والمواقف لدى الجمهور. فهي لا تركز فقط على حجم استخدام الشباب للمنصات الرقمية، بل تهتم بدراسة الأثر الناتج عن هذا الاستخدام، وكيف يمكن للمضامين الإعلامية القصيرة أن تسهم في تعزيز الوعي الاجتماعي أو تغيير بعض التصورات والاتجاهات نحو القضايا المجتمعية.

وتسهم الدراسة أيضاً في تقديم فهم أعمق لخصائص المحتوى الإعلامي القصير والعوامل التي قد تزيد من فاعليته التأثيرية، مثل سرعة نقل الرسالة، وطريقة تقديم المعلومات، واستخدام العناصر البصرية والسمعية، ومدى التفاعل الذي يحققه المحتوى من خلال الإعجاب والمشاركة والتعليق. ويساعد ذلك الباحثين والمهتمين بمجال الإعلام الرقمي على تطوير نماذج تحليلية أكثر ارتباطاً بواقع الاتصال الحديث.

وتبرز الأهمية العلمية كذلك في تناولها للشباب السعودي باعتبارهم فئة اجتماعية مهمة في ظل التحولات الرقمية والاجتماعية التي يشهدها المجتمع السعودي. فدراسة اتجاهاتهم نحو القضايا الاجتماعية من خلال علاقتهم بالمحتوى الإعلامي القصير توفر إضافة بحثية تساعد على فهم دور الإعلام الرقمي في التأثير على قيم الشباب وتصوراتهم واهتماماتهم المجتمعية.

كما يمكن أن تمثل هذه الدراسة مرجعاً علمياً للباحثين والدارسين في مجالات الإعلام الرقمي، والاتصال الجماهيري، ودراسات الجمهور، من خلال ما تقدمه من نتائج حول العلاقة بين المحتوى الإعلامي القصير واتجاهات الشباب، مما يفتح المجال أمام دراسات مستقبلية تتناول تأثير المنصات الرقمية على شرائح اجتماعية مختلفة (Malik، 2025).

- الأهمية العملية للدراسة

تتضح الأهمية العملية لهذه الدراسة في أنها تقدم نتائج يمكن الاستفادة منها من قبل المؤسسات الإعلامية وصناع المحتوى والجهات المهتمة بالتواصل المجتمعي، وذلك من خلال التعرف على مدى تأثير المحتوى الإعلامي القصير في الشباب السعودي، والعوامل التي تجعل هذا النوع من المحتوى أكثر قدرة على جذب الانتباه والتأثير في المواقف والاتجاهات.

كما تساعد الدراسة الجهات الإعلامية على فهم طبيعة العلاقة بين الشباب والمنصات الرقمية، وتحديد الأساليب الأكثر فاعلية في تقديم الرسائل الاجتماعية عبر المحتوى القصير. فمع ازدياد اعتماد الجمهور على المنصات الرقمية للحصول على المعلومات، أصبحت الحاجة ضرورية إلى إنتاج محتوى إعلامي قادر على تقديم القضايا الاجتماعية بصورة واضحة ومتوازنة ومؤثرة.

وتكتسب الدراسة أهمية عملية من إمكانية مساهمتها في تطوير استراتيجيات الاتصال الاجتماعي، حيث يمكن الاستفادة من نتائجها في تصميم حملات إعلامية رقمية تستهدف الشباب، وتعمل على تعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية المهمة، وتشجيع المشاركة المجتمعية، ودعم السلوكيات الإيجابية. ففهم طريقة تأثير المحتوى القصير يساعد المؤسسات على اختيار الأساليب المناسبة للوصول إلى الجمهور وتحقيق أهداف الرسائل الإعلامية.

تجمع هذه الدراسة بين الجانب العلمي والجانب التطبيقي، حيث تقدم إضافة معرفية حول دور المحتوى الإعلامي القصير في البيئة الرقمية، وفي الوقت نفسه توفر نتائج يمكن توظيفها عملياً لتحسين استخدام الإعلام الرقمي في دعم الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي (Yao، 2025).

أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي للدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على فاعلية المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية في التأثير على اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية، والكشف عن مدى قدرة هذا النوع من المحتوى على تشكيل الوعي والمواقف والتصورات الاجتماعية لدى الشباب.

الأهداف الفرعية للدراسة

1. التعرف على أنماط تعرض الشباب السعودي للمحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية، من حيث معدل الاستخدام، ومدة المتابعة، وأنواع المنصات الأكثر اعتماداً للحصول على هذا المحتوى.
2. رصد طبيعة القضايا الاجتماعية التي يتابعها الشباب السعودي من خلال المحتوى الإعلامي القصير، ومدى اهتمامهم بالموضوعات الاجتماعية المطروحة عبر المنصات الرقمية.
3. قياس مدى تأثير المحتوى الإعلامي القصير في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية، والكشف عن دوره في تغيير أو تعزيز بعض المواقف والآراء.
4. تحديد العوامل المؤثرة في فاعلية المحتوى الإعلامي القصير لدى الشباب السعودي، مثل طريقة تقديم الرسالة، ومصداقية المصدر، ودرجة التفاعل مع المحتوى.
5. التعرف على دور التفاعل الرقمي مع المحتوى الإعلامي القصير في تعزيز الوعي والمشاركة الاجتماعية لدى الشباب السعودي، من خلال التعليقات والمشاركة وإعادة النشر.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي للدراسة

- ما مدى فاعلية المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية في التأثير على اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية؟

الأسئلة الفرعية للدراسة

1. ما أنماط تعرض الشباب السعودي للمحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية؟ وما مستوى استخدامهم لهذه المنصات في متابعة القضايا الاجتماعية؟
2. ما طبيعة القضايا الاجتماعية التي يهتم الشباب السعودي بمتابعتها من خلال المحتوى الإعلامي القصير؟
3. إلى أي مدى يؤثر المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية في اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية؟
4. ما العوامل التي تسهم في زيادة فاعلية المحتوى الإعلامي القصير في التأثير على اتجاهات الشباب السعودي؟
5. ما العلاقة بين مستوى تفاعل الشباب السعودي مع المحتوى الإعلامي القصير وبين مستوى وعيهم ومشاركتهم تجاه القضايا الاجتماعية؟

فرضيات الدراسة

الفرض الرئيسي للدراسة

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية وبين اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية.

الفرضيات الفرعية للدراسة

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب السعودي للمحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية ومستوى اهتمامهم بالقضايا الاجتماعية.

2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المحتوى الإعلامي القصير المتابع وبين اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية المطروحة.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير المحتوى الإعلامي القصير على اتجاهات الشباب السعودي تعزى إلى اختلاف مستوى استخدام المنصات الرقمية.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تفاعل الشباب السعودي مع المحتوى الإعلامي القصير (الإعجاب، التعليق، المشاركة) وبين مستوى تأثير اتجاهاتهم بالقضايا الاجتماعية.
5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصداقية المحتوى الإعلامي القصير المدرك من قبل الشباب السعودي وبين درجة تأثيره في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا الاجتماعية.

الدراسات السابقة

المحور الأول: فاعلية المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية

توضح دراسة (أفنان، 2026) كيف تغير المجتمع السعودي فيما يتعلق باستخدام الشباب لوسائل الإعلام الحديثة، وخاصة منصة تيك توك. وانطلاقاً من فرضية الاستخدامات والإشباع، تسعى الدراسة إلى تحديد مدى اكتساب الشباب السعودي للمعرفة والابتكار من خلال منصة تيك توك. وقد استُخدم استبيان في الدراسة لجمع المعلومات من 433 مستخدمًا سعوديًّا لتيك توك تتراوح أعمارهم بين 18 و41 عامًا. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، أبرزها أن تيك توك قد تطور ليصبح أداة معرفية وثقافية واجتماعية تُساهم في توسيع الآفاق، وتشكيل الرأي العام، ورفع مستوى الوعي. كما أظهرت النتائج وجود مجموعة متنوعة من الأسباب المعرفية والثقافية والاجتماعية التي تدفع الناس إلى تصفح تيك توك. وقد تصدر دافع "تعزيز المعرفة الثقافية في مواضيع متنوعة" القائمة بمتوسط 2.46 ووزن نسبي 82.05%. بالإضافة إلى ذلك، وُجد أن تعرض عينة الدراسة لمنصة تيك توك يرتبط ارتباطاً وثيقاً إحصائياً بزيادة معارفهم، بنسبة تأثير بلغت 11.4%. وفيما يتعلق ببعد الابتكار، اكتُشف أيضاً ارتباط وثيق إحصائياً بين تعرض عينة الدراسة لتيك توك وتحسين الابتكار، حيث استفاد 11% من العينة من تصفح تيك توك. يُشير هذا إلى أن التعرض لتيك توك يؤثر على الابتكار أيضاً،

وإن لم يكن بنفس قدر تأثيره على تعزيز المعرفة. علاوة على ذلك، أظهرت الدراسة أنه على الرغم من أن التأثير لا يزال محدودًا، إلا أن التعرض المنتظم والمكثف للمنصة يرتبط إيجابيًا بزيادة المعرفة والإبداع. وهذا يُتيح استخدام المنصة على نطاق أوسع في البرامج التدريبية والتعليمية، لا سيما بين الفئات العمرية الأكثر نشاطًا، بما في ذلك الفئة العمرية بين 18 و24 عامًا.

هدفت دراسة (السعيطي، 2025) إلى تحديد الاستراتيجيات المستخدمة في ليبيا لإنتاج محتوى رقمي لمنصات التواصل الاجتماعي، والصعوبات التي تواجهها في سبيل تعزيز المصالحة الوطنية. استخدمت هذه الدراسة الوصفية، التي اعتمدت على عينة عشوائية مباشرة مكونة من 446 مستخدمًا لوسائل التواصل الاجتماعي، منهجية المسح. وظّف الباحثون مفهوم الحتمية التكنولوجية، واستخدموا الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. وخلصت الدراسة إلى عدد من الاستنتاجات الهامة، منها: أكد 92.1% من المشاركين أن محتوى وسائل التواصل الاجتماعي بالغ الأهمية للمصالحة الوطنية، مُسلطين الضوء على دوره في تعزيز الهوية الوطنية الليبية والانتماء. كما أشار 69.5% من المشاركين إلى أن محتوى وسائل التواصل الاجتماعي قد يُسهم بفعالية في تعزيز المصالحة الوطنية. في المقابل، لم يُبدِ المشاركون رأيًا قاطعًا بشأن عبارة "إنشاء منصات رقمية للحوار والتفاهم بين مختلف فئات المجتمع". (41.3%) فيما يتعلق بدور إنشاء المحتوى الرقمي في تعزيز المصالحة الوطنية في ليبيا، تقترح الدراسة العمل على الاستفادة من صناع المحتوى الإعلامي الرقمي في دعم جهود المصالحة الوطنية في ليبيا من خلال توفير محتوى متنوع يتماشى مع الدعوة إلى السلام والمصالحة وإعادة التوحيد ويضمن التوصل إلى توافق في الآراء بين الليبيين.

نظراً لأن الوسائط الرقمية، وخاصة منصات التواصل الاجتماعي، تُستخدم عادةً للتفاعل الاجتماعي والترفيه، فإن بعض أعضاء هيئة التدريس الجامعيين يترددون في استخدامها داخل قاعات الدراسة. إلا أن استخدام القنوات الرقمية للتواصل أصبح أمراً شائعاً بين طلاب اليوم. استخدمت دراسة (بكر، 2019) محتوى الوسائط الرقمية المدمج في منصة Edmodo التعليمية والمرتبطة بمحتوى تعليمي، مثل التغريدات وفيديوهات سناب شات. وفي عينة من الطالبات بجامعة الملك عبد العزيز، بحثت الدراسة فعالية استخدام المنصات الرقمية ومحتوى الوسائط الرقمية في مقررات منهجية البحث على مستوى الجامعة. وكان الهدف من الدراسة تحديد كيفية تأثير المنصات الرقمية التعليمية على تفاعل الطالبات مع

زميلاتهن والمدرسين والمحتوى التعليمي. شاركت في مقرر منهجية البحث عينة مكونة من خمس وسبعين طالبة من تخصص العلاقات العامة في كلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز. استخدمت هذه الدراسة منهجية نوعية، تضمنت رصدًا رقمياً لكيفية تفاعل الطالبات مع زميلاتهن والمواد التعليمية على منصة التعلم. أظهرت النتائج أن الطالبات كنّ أكثر انخراطاً في الفصول الدراسية التي تستخدم المنصات الرقمية، وذلك من خلال عدة طرق، منها تنمية التفكير النقدي، وتقديم الملاحظات، والتعبير عن الآراء، وتحفيز الطالبات الخجولات على المشاركة. بالإضافة إلى ذلك، حققت منصتا Edmodo و Kahoot الرقمتان أهدافاً تعليمية متميزة. فبينما عززت Kahoot قدرات الذاكرة، والتعرف على المعرفة السابقة، وتحديد المجالات التي يجد فيها المتعلمون صعوبة في فهم المادة، تفوقت Edmodo في تعزيز التفاعل مع المحتوى التعليمي وتشجيع التعبير عن الأفكار خارج أوقات الدراسة. ولتحسين مخرجات التعلم وتعزيز دافعية الطلاب وانخراطهم في المحتوى الأكاديمي، تقترح الدراسة استخدام المنصات الرقمية في التعليم العالي.

المتغير الثاني: اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية

هدفت دراسة (حمدان، 2019) إلى تحديد آراء مجموعة من الشباب السعودي حول بعض الصعوبات الاجتماعية الراهنة في مجتمعهم، بالإضافة إلى مواقفهم تجاه هذه القضايا، انطلاقاً من فهمهم لدورهم البناء والمفيد في المساهمة في بناء مستقبل مجتمعهم. اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي، حيث كانت المقابلات الأداة الرئيسية. وتألّفت عينة الدراسة من 22 خريجاً جامعياً عاطلاً عن العمل، تم اختيارهم عمداً. وأظهرت النتائج وجود نزعة سلبية عامة في ردود العينة، مما يشير إلى نقص في المعرفة الشاملة بالعمل التطوعي. كما أوضح التقرير أن بعضاً من أكبر المشكلات التي تواجه المجتمع السعودي اليوم هي مشكلات اقتصادية، كالبطالة والتضخم وارتفاع الأسعار. وجاءت أهمية القضايا الأخلاقية في المرتبة التالية. بالإضافة إلى ذلك، تُظهر النتائج رغبة لدى المشاركين في الدراسة في تغيير بعض الأنظمة الثقافية السائدة، مثل مكافحة أنماط السلوك السيئة التي لطالما تعارضت مع منظومة القيم الراسخة، والتي تُعلي من شأن مثل العدل والعمل والنزاهة. فيما يتعلق بالعوائق التي تحول دون إسهام الشباب بشكل بناء في تنمية المجتمع، أكدت نتائج الدراسة وجود عادات متنوعة بين المشاركين، إما أنها تثبط المشاركة الإيجابية أو تعتبرهم أصغر من أن يشاركوا. وأخيراً، يمكن القول إن الشباب على دراية واسعة بمجموعة متنوعة من القضايا المجتمعية الراهنة؛ بل إنهم يختبرون ويفهمون جوانبها المختلفة تماماً.

في سياق رؤية السعودية 2030، سعت دراسة (شبير، 2026) إلى تحديد الاتجاهات الاجتماعية بين الشباب السعودي في المنطقة الشرقية من خلال دراسة آرائهم حول تأخير الزواج، وتنظيم الأسرة، والاستقلالية في الحياة، والتفاعل الاجتماعي، بالإضافة إلى كيفية ارتباط هذه المواقف بعوامل ديموغرافية محددة. شارك في الدراسة عينة مكونة من 438 شابًا وشابة، باستخدام تصميم مسح وصفي. أظهرت النتائج تغيرات واضحة في الديناميكيات الاجتماعية. فقد لوحظ اتجاه إيجابي ملحوظ نحو تنظيم الأسرة، مما يشير إلى تزايد الوعي بتنظيم الأسرة في المجتمع السعودي، بينما كان الاتجاه نحو تأخير الزواج محدودًا. إلى جانب المستويات العالية جدًا من المشاركة الاجتماعية، لا سيما داخل الأسرة، كان هناك أيضًا ازدياد في الميل إلى الاستقلالية في الحياة، مما يدل على الأهمية الدائمة للروابط الأسرية على الرغم من تزايد النزعة نحو الاستقلالية. وكشفت النتائج أنه على الرغم من عدم وجود اختلافات ملحوظة في التفاعل الاجتماعي بين الجنسين، إلا أن النساء كنَّ أكثر ميلًا لتأخير الزواج، واستخدام وسائل تنظيم الأسرة، وتفضيل الاستقلالية في الحياة. لم يكن للدخل تأثير واضح، بينما ارتبط العمر والحالة الاجتماعية بميل أكبر نحو تنظيم الأسرة والاستقلالية في الحياة. من أجل المساعدة في صياغة سياسات اجتماعية أكثر استجابة للتحويلات الحالية، أوصت الدراسة بتطوير برامج دعم الزواج، ورفع مستوى الوعي بتنظيم الأسرة، وتقديم خيارات سكنية مرنة للشباب، ودعم التوازن بين متطلبات العمل والحياة الاجتماعية، وإنشاء آليات دورية لرصد اتجاهات الشباب.

سعت دراسة (محمد، 2024) إلى تتبع آراء الشباب السعودي حول المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، وبيان كيفية تأثير هذه الآراء على منظومة قيمهم، ودراسة العلاقة بين الخصائص الديموغرافية للمستجيبين ومواقفهم تجاه المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي. ولتحقيق ذلك، استُخدمت دراسة استقصائية هادفة على عينة ملائمة مكونة من 200 شاب سعودي تتراوح أعمارهم بين 18 و35 عامًا. وخلصت الدراسة إلى أن ميل عينة الشباب السعودي لمتابعة المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي كان متوسطًا. وبلغت نسبة متابعة المؤثرين على سناب شات 71.50%، وهي الشبكة الاجتماعية الأكثر شيوعًا بين العينة، تليها تيك توك بنسبة 60.50%، ثم تويتر بنسبة 56%. وبشكل عام، تفوقت القيم الاجتماعية على القيم الأخلاقية لدى الشباب السعودي، حيث بلغ متوسط درجات القيم الاجتماعية 2.4950 مقارنةً بـ 2.4150 للقيم الأخلاقية، كما كان رأيهم في مصداقية المؤثرين مرتفعًا. واستنادًا إلى العادات والتقاليد الاجتماعية في المجتمع السعودي، اقترحت الدراسة وضع مدونة سلوك للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي.

المتغير الثالث: المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية

تتناول دراسة (سيد، 2026) شيوع الأفلام القصيرة على المنصات الرقمية وتأثيرها المحتمل على سلوك المراهقين. وقد أثارت ملاحظة الباحث لزيادة تعرض المراهقين لهذا النوع من المحتوى يوميًا مخاوف بشأن ارتباطه بظهور سلوكيات شاذة. تهدف الدراسة إلى استقصاء طبيعة العلاقة بين هذا التعرض والسلوك المنحرف، بالإضافة إلى دراسة المحتوى الذي يشكل آراء المراهقين وقيمهم. تكمن أهمية الدراسة في تركيزها على تأثير المحتوى الرقمي على هذه الفئة العمرية المهمة، مما يساعد في توجيه صانعي السياسات الإعلامية والتعليمية نحو الاستخدام البناء للوسائط الحديثة، مع دعم مبادرات المهتمين بالصحة النفسية والتربية. تسعى الدراسة إلى معالجة عدد من القضايا، أبرزها مدى تعرض المراهقين لهذه الأفلام، والسلوكيات المرتبطة بها، وأسباب مشاهدتهم لها، والاختلافات الديموغرافية في هذه التأثيرات. وقد تم توزيع استبيان إلكتروني على عينة من 200 مراهق مصري كجزء من المنهج الوصفي للدراسة. استُخدمت عدة مقاييس للتعرض والانتباه والسلوك المنحرف لتحليل البيانات. ويُشكّل نموذج التنمية الذاتية الفعّالة ونظرية الاستخدامات والإشباع الأساس النظري لتفسير النتائج.

هدفت دراسة (اللطيف، 2024) إلى تحديد الآثار النفسية والاجتماعية الإيجابية والسلبية لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية، ولا سيما تطبيقات الفيديوها القصيرة. وقد اعتمدت الدراسة على الاستبيانات، ومنهجية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الحضور الاجتماعي. استُخدمت تقنية مجموعات التركيز في هذه الدراسة النوعية والكمية مع عينة من طلاب الجامعات، ووُزّع استبيان على عينة عشوائية تضم أكثر من 200 مستخدم لتطبيقات الفيديوها القصيرة ممن لا يقل عمرهم عن 40 عامًا. تضمن الاستبيان 20 سؤالًا حول تأثير الفيديوها القصيرة. ووفقًا للدراسة، ساعدت التطبيقات المستخدمين على تضييق الوقت والتغلب على مشاعر الوحدة. كما كشفت الدراسة أن الاستمتاع بالمتعة والبهجة، وتجنب التوتر، واستخدام أساليب المناصرة، كانت من أبرز الآثار النفسية الإيجابية. أما الغيرة، وعدم الرضا واليأس، والقلق والانزعاج، والانشغال، والتحرش، والتنمر، فكانت من أكثر الآثار النفسية السلبية شيوعًا. في غضون ذلك، كشف البحث أن أبرز النتائج الاجتماعية الإيجابية تمثلت في... منصة تُسهّل التعلّم عن أشياء جديدة، والتفاعل الاجتماعي، وحملات التوعية، واكتساب المهارات. أما أبرز الآثار الاجتماعية السلبية فتتمثل في تراجع التواصل الاجتماعي في الحياة الواقعية.

وعدم الرضا داخل الأسرة، والشعور بالوحدة، والانطواء، وانخفاض التحصيل الدراسي. وقد تم تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها في سياق دراسات أخرى، واختُتمت بعدد من التوصيات للأخصائيين الاجتماعيين وعلماء النفس، وكذلك للباحثين.

تهدف دراسة (السيد، 2024) إلى تحديد كيفية تأثير المواد الإخبارية على المنصات الرقمية على سوق المحتوى الإخباري التلفزيوني. وانطلاقاً من نظرية استبدال وسائل الإعلام، تسعى الدراسة إلى التحقق من صحة استنتاجاتها. شارك في الاستبانة عينة مكونة من 200 فرد من المجتمع السعودي في المملكة العربية السعودية، وذلك للتعرف على تفضيلاتهم واهتماماتهم ووجهات نظرهم. بعد استخدام برنامج SPSS لتحليل العينة إحصائياً، أظهرت نتائج الدراسة ما يلي: تُعدّ نظرية استبدال وسائل الإعلام، التي تنص على أن وسائل الاتصال الحديثة يمكن أن تحل جزئياً أو كلياً محل وسائل الاتصال التقليدية، أبرز تأثير للمنصات الرقمية على المحتوى الإخباري. وقد شكّل الإقبال الكبير على المنصات الرقمية على حساب القنوات الإخبارية التقليدية في حياة مستهلكي المواد الإخبارية دليلاً على ذلك. تُعتبر فرضية النظرية صحيحة، إذ على عكس المحتوى التلفزيوني، توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين نوع وأسلوب تقديم المحتوى الإخباري ومعدل استهلاكه. وقد تأثر قطاع المحتوى الإخباري التلفزيوني بشكل كبير بهذا الأمر، مما أدى إلى ميل المواد على المنصات الرقمية إلى أن تكون موجزة ومباشرة وبسيطة.

المتغير الرابع: اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية

سعت دراسة (منصور، 2021) إلى تحديد الجوانب الاجتماعية والدينية والسياسية والأكاديمية والاقتصادية للتطرف، بالإضافة إلى مواقف طلاب الجامعات السعودية تجاه التطرف الفكري. كما بحثت الدراسة في كيفية ارتباط هذه الآراء بعدد من العوامل الاجتماعية، بما في ذلك المعدل التراكمي، وحجم الأسرة، والدخل الشهري للأسرة، ونوع الجامعة، ومكان الإقامة. وقد تم اختيار عينة مكونة من 442 طالباً من جامعة القصيم للدراسة باستخدام أسلوب الاختيار العشوائي الطبقي. وتم جمع البيانات من خلال استبيان، وتحليلها باستخدام اختبار مربع كاي، وتحليل التباين الأحادي الاتجاه، والإحصاء الوصفي. ووفقاً لنتائج الدراسة، فإن طلاب الجامعات السعودية لديهم عموماً رأي سلبي تجاه التطرف الفكري. ويُقرّ معظمهم بطبيعته الحقيقية ويرفضون أشكاله المتعددة، لا سيما الأشكال الدينية والاجتماعية التي يعتقدون أنها أكثر

شيوَعًا في الثقافة السعودية. ولم تُلاحظ أي اختلافات ملحوظة في هذا الرأي تبعًا للمعدل التراكمي، أو حجم الأسرة، أو الدخل الشهري للأسرة، أو نوع الجامعة، أو مكان الإقامة. حدد الشباب السعودي عناصر دينية باعتبارها المحرك الرئيسي للتطرف، بما في ذلك المفاهيم الخاطئة وسوء تفسير الدين، وفهم سطحي للنصوص الشرعية الإسلامية لدى بعض الفئات. ثانيًا، ذُكرت أسباب مجتمعية، مثل ضعف الانضباط الأخلاقي، وعدم استقرار الأسرة، وضغط الأقران، لا سيما من الجماعات المتطرفة، والبيئة الاجتماعية الخطرة. ثالثًا، تم رصد قضايا سياسية، منها المواقف الغربية المهيمنة تجاه العرب والمسلمين، والرغبة في مزيد من حرية التعبير. بالإضافة إلى ذلك، تم تحديد بعض المشكلات الأكاديمية، مثل أوجه القصور في الدور التعليمي والتكويني للتعليم الجامعي، بينما ذُكرت مشكلات أخرى، مثل بطالة المراهقين والصعوبات المالية، كعوامل اقتصادية. كشفت الدراسة عن اختلافات في أسباب التطرف تبعًا لحجم الأسرة، والدخل الشهري، ونوع الجامعة، ولكن ليس تبعًا للمعدل التراكمي للطلاب أو موقع سكن الأسرة. تضمنت استنتاجات الدراسة عددًا من التوصيات، بما في ذلك ضرورة تقديم تعريف عملي للتطرف، وتفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تعزيز الوعي الديني بين الشباب من خلال الفهم والتفسير الدقيقين، ومعالجة قضايا التفكك الاجتماعي والأسري، وتحسين البيئة الاجتماعية والسياسية للشباب.

سعت دراسة (محمد ا.، 2023)، باستخدام مزيج من المنهجين الكمي والنوعي، إلى توضيح كيفية إنشاء محتوى مرئي قائم على سرد القصص لدعم صورة المملكة العربية السعودية على تويتر من خلال حساب مركز الاتصال الدولي. أُجريت الدراسة على مراحل متعددة، بدءًا من أسلوب الملاحظة لتحديد مدى ملاءمة العينة لمتغيرات الدراسة. ثم خضعت 120 فيلمًا بحثيًا نُشرت على حساب مركز الاتصال الدولي على تويتر عام 2020 لتحليل المحتوى. استُخدم تحليل المحتوى في كلتا المرحلتين الكمية والنوعية من الدراسة. وتم تحديد المواضيع والمحاور المستخدمة في المواد باستخدام المنهج النوعي. بعد ذلك، استُخدم تحليل المحتوى الكمي لتحديد عمليات التفاعل في التغريدات المنشورة وملاحظة نسبة تكرار المواضيع المطروحة. وفي المرحلة الثانية، أُجريت مقابلات مع مُنشئي المحتوى لاستطلاع آرائهم حول إنشاء مقاطع الفيديو والمواد الأخرى التي من شأنها تعزيز صورة المملكة. بالإضافة إلى ذلك، تم تفسير النتائج باستخدام أسلوب المقابلة بعد تطبيق منهج تحليل المحتوى. تُعد أبرز نتائج الدراسة أن الهدف الرئيسي لصناعة المحتوى في مركز الاتصال الدولي هو تعزيز صورة المملكة. كما أن 63% من إجمالي المحتوى المنشور ركّز على إنجازات الشعب السعودي وجهود الجهات الحكومية، باعتبارها أهم المواضيع

التي سعى المركز إلى التركيز عليها أثناء إنتاج المحتوى. ووفقًا لنتائج المقابلات مع صُنّاع المحتوى، فإن لدى الجمهور انطباعًا إيجابيًا عن المملكة العربية السعودية؛ ويهدف صُنّاع المحتوى إلى تجسيد هذا الانطباع وتعزيزه من خلال تقديم قصص تتسم بالمصداقية التامة. إضافةً إلى ذلك، يعتمد مُقدّمو المحتوى على اختيار قصص تتضمن إنجازات حقيقية ورواة صادقين، حتى وإن لم تكن القصص دقيقة بما يكفي لتُعرض بشكل سطحي.

التعليق على الدراسات السابقة:

- أوجه التشابه في الدراسات السابقة

تشارك الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بدراسة الدور المتزايد للمنصات الرقمية في التأثير على الأفراد والمجتمعات، حيث ركزت معظم الدراسات على التحول الذي أحدثته وسائل الإعلام الحديثة في طبيعة العلاقة بين الجمهور والمحتوى الإعلامي. فقد أكدت هذه الدراسات أن المنصات الرقمية لم تعد مجرد أدوات للترفيه والتواصل، بل أصبحت مصادر أساسية للحصول على المعرفة والمعلومات وتكوين المواقف والاتجاهات.

كما تتفق الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في تناولها للمحتوى الرقمي باعتباره عنصرًا مؤثرًا في تشكيل الوعي الاجتماعي والثقافي لدى المستخدمين، حيث أوضحت مجموعة من الدراسات أن التعرض للمحتوى عبر المنصات الرقمية يمكن أن يسهم في زيادة المعرفة، وتعزيز المشاركة، ورفع مستوى التفاعل مع القضايا المختلفة. وهذا يتوافق مع توجه الدراسة الحالية التي تبحث في مدى قدرة المحتوى الإعلامي القصير على التأثير في اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية.

وتتشابه الدراسات السابقة كذلك في اعتماد عدد كبير منها على المنهجيات الوصفية والمسحية، واستخدام أدوات مثل الاستبيانات والمقابلات وتحليل المحتوى لجمع البيانات، بهدف قياس طبيعة استخدام الجمهور للمنصات الرقمية ومدى تأثيرها في أفكاره وسلوكياته. ويأتي ذلك متوافقًا مع الدراسة الحالية التي تعتمد على المنهجية الكمية بهدف قياس العلاقة بين التعرض للمحتوى الإعلامي القصير واتجاهات الشباب.

كما ظهر اتفاق بين الدراسات السابقة حول أهمية فئة الشباب باعتبارها الأكثر استخدامًا للمنصات الرقمية والأكثر تفاعلاً مع المحتوى المنشور عليها، حيث ركزت العديد من الدراسات على الشباب بوصفهم الفئة الأكثر قدرة على تبني أنماط الاتصال الحديثة والتأثر بالمضامين الرقمية المختلفة.

بالإضافة إلى ذلك، تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الاستناد إلى عدد من النظريات الإعلامية التي تفسر العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، مثل نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تركز على دوافع استخدام الجمهور للمحتوى الإعلامي، ونظريات التأثير الإعلامي التي تهتم بدراسة انعكاسات الرسائل الإعلامية على المعرفة والاتجاهات.

- أوجه الاختلاف في الدراسات السابقة

على الرغم من وجود نقاط تشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية، إلا أن هناك عددًا من الاختلافات التي تميز موضوع الدراسة الحالية. فقد ركزت بعض الدراسات السابقة على تأثير المنصات الرقمية بشكل عام، دون التركيز بشكل مباشر على طبيعة المحتوى الإعلامي القصير باعتباره نمطًا إعلاميًا مستقلًا له خصائصه الخاصة من حيث السرعة والاختصار والجاذبية البصرية.

كما اختلفت الدراسات السابقة في أهدافها؛ فبعضها تناول دور المنصات الرقمية في التعليم وزيادة التفاعل الأكاديمي، بينما ركزت دراسات أخرى على تأثير المحتوى الرقمي في القيم أو السلوكيات أو القضايا الوطنية والاجتماعية. أما الدراسة الحالية فتتجه بشكل أكثر تحديدًا إلى دراسة فاعلية المحتوى الإعلامي القصير في التأثير على اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية.

وتختلف الدراسة الحالية عن بعض الدراسات السابقة من حيث مجتمع الدراسة، حيث تناولت بعض البحوث عينات من طلاب الجامعات أو المراهقين أو مستخدمي وسائل التواصل بشكل عام، بينما تركز الدراسة الحالية على الشباب السعودي باعتبارهم فئة اجتماعية محددة لها خصائصها الثقافية والاجتماعية، وتتأثر بالتحولات الرقمية التي يشهدها المجتمع السعودي.

كما تختلف الدراسة الحالية من حيث الجمع بين متغيرين رئيسيين في إطار واحد؛ وهما فاعلية المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية، واتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية. بينما تناولت بعض الدراسات السابقة أحد المتغيرين بشكل منفصل، مثل دراسة تأثير المحتوى الرقمي أو دراسة اتجاهات الشباب نحو قضايا معينة دون الربط المباشر بين التعرض للمحتوى القصير وبين تشكيل الاتجاهات.

كذلك تختلف الدراسة الحالية في تركيزها على العلاقة التأثيرية بين التعرض للمحتوى الإعلامي القصير وبين تكوين الاتجاهات، وليس فقط وصف الاستخدام أو معرفة درجة الانتشار، فهي تسعى إلى قياس مدى قدرة هذا المحتوى على إحداث تأثير معرفي واتجاهي لدى الشباب.

- الفجوات البحثية التي يميزها البحث الحالي

بالرغم من تعدد الدراسات التي تناولت الإعلام الرقمي والمنصات الاجتماعية، إلا أن هناك مجموعة من الفجوات البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها. وتتمثل أولى هذه الفجوات في محدودية الدراسات التي ركزت بشكل مباشر على المحتوى الإعلامي القصير باعتباره نوعاً إعلامياً حديثاً يختلف عن المحتوى الرقمي التقليدي من حيث طريقة الإنتاج والعرض والاستهلاك. لذلك تسعى الدراسة الحالية إلى تقديم فهم أعمق لطبيعة تأثير هذا الشكل الجديد من المحتوى.

وتتمثل الفجوة الثانية في الحاجة إلى مزيد من الدراسات التي تربط بين المحتوى الإعلامي القصير وبين اتجاهات الشباب نحو القضايا الاجتماعية، حيث ركزت العديد من الدراسات السابقة على الجوانب المعرفية أو التعليمية أو الترفيهية، بينما ما زالت العلاقة بين المحتوى القصير وتكوين المواقف الاجتماعية بحاجة إلى مزيد من البحث والتحليل.

أما الفجوة الثالثة فتتعلق بالسياق المجتمعي، حيث إن بعض الدراسات تناولت تأثير المنصات الرقمية في مجتمعات مختلفة أو عينات محدودة، في حين تحتاج البيئة السعودية إلى مزيد من الدراسات التي تكشف طبيعة تأثير المحتوى الرقمي في ظل التحولات الاجتماعية والثقافية التي يشهدها المجتمع السعودي.

كما تتميز الدراسة الحالية بمحاولة قياس ليس فقط مستوى استخدام الشباب للمنصات الرقمية، بل مدى فاعلية هذا الاستخدام في التأثير على آرائهم ومواقفهم تجاه القضايا الاجتماعية. وهذا يضيف بُعداً تحليلياً يتجاوز وصف الظاهرة إلى تفسير العلاقة بين التعرض الإعلامي والتغير في الاتجاهات.

وتتمثل الفجوة الأخيرة في أن الدراسة الحالية تركز على دور الشباب بوصفهم مستخدمين ومتفاعلين مع المحتوى الإعلامي القصير، وليسوا مجرد متلقين له، حيث أصبح الشباب اليوم يشاركون في إنتاج المحتوى وإعادة نشره وتوجيه انتشاره، مما يجعلهم جزءاً من عملية الاتصال الرقمي الحديثة.

وبناءً على ذلك، تأتي الدراسة الحالية لسد جانب من هذه الفجوات من خلال تقديم دراسة كمية تحليلية تبحث في مدى فاعلية المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية في التأثير على اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية، بما يسهم في فهم دور الإعلام الرقمي الحديث في تشكيل الوعي والمواقف الاجتماعية.

المنطلقات النظرية للدراسة

أحدثت المنصات الرقمية تحولاً كبيراً في طبيعة استهلاك المحتوى الإعلامي، فلم يعد الجمهور ينتظر الرسائل الإعلامية من مصادر محددة فقط، بل أصبح يتعرض يومياً لكم كبير من المضامين المتنوعة التي يتم إنتاجها ونشرها عبر شبكات التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية المختلفة. ومن أبرز أشكال هذا المحتوى انتشاراً في السنوات الأخيرة المحتوى الإعلامي القصير الذي يعتمد على تقديم الرسائل في صورة مختصرة وسريعة مدعومة بالعناصر البصرية والصوتية، بما يتناسب مع طبيعة الاستخدام المتزايد للأجهزة الذكية وتغير عادات الجمهور الإعلامية.

وتأتي أهمية دراسة المحتوى الإعلامي القصير من كونه أصبح وسيلة مؤثرة في تشكيل الوعي العام، خاصة لدى فئة الشباب التي تعد الأكثر استخداماً للمنصات الرقمية والأكثر تفاعلاً مع المحتوى المنشور عبرها. فالمحتوى الإعلامي القصير لا يقتصر دوره على نقل المعلومات، بل يمتد إلى التأثير في طريقة فهم الأفراد للقضايا المختلفة، وتكوين الاتجاهات والمواقف تجاه الموضوعات الاجتماعية والثقافية. ومن هنا ترتبط هذه الدراسة بمحاولة فهم طبيعة التأثير الذي يمارسه المحتوى الإعلامي القصير على اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية.

وتعتمد هذه الدراسة على مجموعة من المنطلقات النظرية المرتبطة بدراسات الإعلام والاتصال، والتي تساعد في تفسير العلاقة بين التعرض للمحتوى الإعلامي الرقمي وبين تشكيل الاتجاهات الاجتماعية لدى الجمهور، وذلك من خلال توظيف عدد من النظريات والمفاهيم التي تفسر آليات التأثير الإعلامي ودور الجمهور في التعامل مع الرسائل الرقمية.

- نظرية الاستخدامات والإشباعات

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات من النظريات المهمة في مجال دراسات الإعلام والاتصال، حيث تنطلق من فكرة أن الجمهور ليس مستقبلاً سلبياً للرسائل الإعلامية، وإنما هو طرف نشط يقوم باختيار الوسائل والمضامين التي تلبي احتياجاته ورغباته المختلفة. ووفقاً لهذا المنظور، فإن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام بهدف تحقيق مجموعة من الإشباعات، مثل الحصول على المعلومات، والترفيه، والتواصل الاجتماعي، وتكوين الآراء والمواقف.

وتتوافق هذه النظرية مع موضوع الدراسة الحالية، حيث إن الشباب السعودي لا يتعرضون للمحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية بصورة عشوائية فقط، بل يختارون متابعة أنواع معينة من المحتوى وفقاً لاهتماماتهم واحتياجاتهم. فقد يتابع بعض الشباب المحتوى المرتبط بالقضايا الاجتماعية بهدف زيادة المعرفة أو فهم المشكلات المجتمعية، بينما قد يتابعه آخرون بهدف الترفيه أو التفاعل مع المجتمع الرقمي.

ومن خلال هذه النظرية يمكن تفسير العلاقة بين استخدام الشباب للمنصات الرقمية وبين تأثير المحتوى الإعلامي القصير على اتجاهاتهم؛ فكلما كان المحتوى قادراً على تحقيق إشباع معين لدى الشباب، زادت احتمالية استمرار تعرضهم له وتأثرهم بالرسائل التي يقدمها. كما تساعد النظرية في تفسير اختلاف درجة التأثير بين الأفراد نتيجة اختلاف دوافع الاستخدام ومستويات التفاعل مع المحتوى (Bhatiasavi, 2024).

- نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة)

تعد نظرية ترتيب الأولويات من النظريات الأساسية في مجال الإعلام، وتقوم على فكرة أن وسائل الإعلام لا تخبر الجمهور بما يفكر فيه فقط، لكنها تساهم في تحديد القضايا التي يولها اهتماماً من خلال زيادة التركيز على موضوعات معينة وإبرازها بصورة متكررة.

وفي إطار هذه الدراسة، يمكن تطبيق نظرية ترتيب الأولويات على المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية، حيث تسهم هذه المنصات في إبراز بعض القضايا الاجتماعية وجعلها أكثر حضوراً في وعي الشباب. فالقضايا التي يتم تناولها بكثرة من خلال الفيديوهات والمنشورات القصيرة قد تصبح أكثر أهمية في نظر الجمهور نتيجة كثافة ظهورها وانتشار النقاشات حولها.

وتساعد هذه النظرية في فهم كيفية مساهمة المحتوى الإعلامي القصير في توجيه انتباه الشباب السعودي نحو قضايا اجتماعية محددة، سواء كانت مرتبطة بالسلوكيات المجتمعية أو العلاقات الاجتماعية أو القضايا المرتبطة بالتغيرات الثقافية. كما توضح أن تكرار طرح موضوع معين عبر المنصات الرقمية قد يؤدي إلى تعزيز إدراك الشباب لأهميته وزيادة تفاعلهم معه (Zeyar، 2025).

- نظرية التأثيرات الإعلامية

تقوم نظريات التأثير الإعلامي على دراسة الطريقة التي تؤثر بها الرسائل الإعلامية في معارف الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم. ويختلف مستوى التأثير باختلاف طبيعة الرسالة الإعلامية، وخصائص الجمهور، والظروف المحيطة بعملية الاتصال. وتكتسب هذه النظرية أهمية خاصة في هذه الدراسة نظراً لأن المحتوى الإعلامي القصير يعتمد على أساليب اتصالية تهدف إلى جذب الانتباه والتأثير السريع، من خلال استخدام الصور والفيديوهات المختصرة والعناصر العاطفية والأساليب الإقناعية. وقد تؤدي هذه الخصائص إلى تأثيرات معرفية تتمثل في زيادة المعلومات حول القضايا الاجتماعية، أو تأثيرات وجدانية تتمثل في تكوين مشاعر ومواقف معينة تجاه هذه القضايا. كما تساعد هذه النظرية في تحليل مدى قدرة المحتوى الإعلامي القصير على إحداث تغيير في اتجاهات الشباب السعودي، سواء من خلال تعزيز اتجاهات موجودة مسبقاً أو تعديل بعض المواقف تجاه قضايا اجتماعية معينة (Sichach، 2024).

- نظرية انتشار الابتكارات

توضح نظرية انتشار الابتكارات كيفية انتقال الأفكار والممارسات الجديدة وانتشارها داخل المجتمع من خلال قنوات الاتصال المختلفة. وتعد المنصات الرقمية من أهم القنوات الحديثة التي تساعد على انتشار الأفكار والمعلومات بسرعة كبيرة، خاصة بين فئة الشباب.

وترتبط هذه النظرية بالدراسة الحالية من خلال اعتبار المحتوى الإعلامي القصير أحد أشكال الاتصال الحديثة التي ساهمت في تغيير أساليب تداول المعلومات والقضايا الاجتماعية. فانتشار هذا النوع من المحتوى لا يعتمد فقط على إنتاج الرسالة، بل أيضًا على مشاركة المستخدمين لها وإعادة نشرها والتفاعل معها، مما يزيد من نطاق تأثيرها وانتشارها بين أفراد المجتمع.

ومن خلال هذه النظرية يمكن تفسير دور الشباب السعودي في عملية تداول المحتوى الإعلامي القصير، حيث لا يكونون مجرد متلقين، بل مشاركين في نشر الرسائل الاجتماعية وإعادة إنتاجها، مما يعزز من إمكانية تأثيرها على الاتجاهات العامة (Ruggiero، 2017).

المنهجية وطرق البحث

تعد المنهجية العلمية الأساس الذي تعتمد عليه الدراسات الأكاديمية للوصول إلى نتائج دقيقة يمكن الاعتماد عليها، حيث تساعد الباحث في تنظيم خطوات البحث وتحديد الأساليب المناسبة لجمع البيانات وتحليلها بما يتوافق مع طبيعة المشكلة البحثية وأهداف الدراسة. وبالنظر إلى موضوع دراسة "فاعلية المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية في التأثير على اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية"، فإن طبيعة الدراسة تتطلب قياس درجة انتشار التعرض لهذا النوع من المحتوى، ورصد العلاقة بين استخدام المنصات الرقمية وبين اتجاهات الشباب نحو القضايا الاجتماعية المختلفة، لذلك تعتمد الدراسة على المنهجية الكمية باعتبارها الأنسب لجمع البيانات من عدد كبير من أفراد العينة وتحليلها إحصائيًا.

- المنهجية الكمية

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكمي الذي يقوم على جمع البيانات الرقمية من أفراد مجتمع الدراسة، وتحويل الآراء والاتجاهات إلى مؤشرات قابلة للقياس والتحليل الإحصائي. ويُعد هذا المنهج مناسباً لدراسة تأثير المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية، لأنه يتيح قياس معدلات تعرض الشباب السعودي لهذا النوع من المحتوى، ومعرفة درجة تأثيره في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا الاجتماعية.

وتساعد المنهجية الكمية في الوصول إلى نتائج أكثر موضوعية من خلال استخدام أدوات قياس محددة، مثل الاستبيانات، وتحليل استجابات أفراد العينة، واستخراج العلاقات بين المتغيرات المختلفة. كما تمكن الباحث من اختبار الفرضيات التي تقوم عليها الدراسة، والكشف عن طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية، والمتغير التابع المتمثل في اتجاهات الشباب السعودي نحو القضايا الاجتماعية.

وتتميز هذه المنهجية بقدرتها على توفير بيانات يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة بدرجة مناسبة، خاصة عند اختيار عينة ممثلة من الشباب السعودي، مما يساهم في الوصول إلى فهم شامل لمدى فاعلية المحتوى الإعلامي القصير وتأثيره في الوعي والاتجاهات الاجتماعية.

أدوات الدراسة

- الاستبيان

تستخدم الدراسة أداة الاستبيان باعتبارها الأداة الأساسية لجمع البيانات من أفراد العينة، وذلك لملاءمتها للمنهج الكمي وقدرتها على قياس الاتجاهات والآراء بشكل منظم. ويتيح الاستبيان جمع عدد كبير من الاستجابات خلال فترة زمنية محددة، مما يساعد على تكوين صورة واضحة عن طبيعة العلاقة بين المحتوى الإعلامي القصير واتجاهات الشباب السعودي. ويتم بناء الاستبيان وفق محاور مرتبطة بأهداف الدراسة، بحيث يشمل مجموعة من الأسئلة التي تقيس عدة جوانب، منها مستوى استخدام المنصات الرقمية، وأنواع المحتوى الإعلامي القصير الذي يتعرض له الشباب، ودرجة التفاعل معه، ومدى

تأثيره في آرائهم واتجاهاتهم نحو القضايا الاجتماعية. كما يعتمد الاستبيان على مقياس مناسب لقياس درجة الموافقة أو الاختلاف مع العبارات المطروحة، بما يسمح بتحويل الآراء إلى بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي.

حدود الدراسة

- الحدود البشرية

تتمثل الحدود البشرية للدراسة في الشباب السعودي المستخدمين للمنصات الرقمية، حيث تركز الدراسة على هذه الفئة باعتبارها الأكثر ارتباطاً بالمحتوى الإعلامي القصير والأكثر تعرضاً للرسائل الرقمية اليومية. ويشمل ذلك الشباب الذين لديهم استخدام فعلي للمنصات الرقمية ويتابعون المحتوى الإعلامي القصير المتعلق بالقضايا الاجتماعية. وقد تم اختيار هذه الفئة نظراً لدورها المهم في المجتمع، ولأن اتجاهاتها ومواقفها تتأثر بدرجات متفاوتة بالمضامين الإعلامية الحديثة، مما يجعلها محل اهتمام عند دراسة تأثير الإعلام الرقمي.

- الحدود الزمانية

تتمثل الحدود الزمانية للدراسة في الفترة التي يتم خلالها تنفيذ الدراسة وجمع البيانات من أفراد العينة. وتركز الدراسة على واقع استخدام المحتوى الإعلامي القصير عبر المنصات الرقمية خلال الفترة الزمنية المحددة لإجراء البحث، بما يسمح برصد طبيعة الاستخدام والتأثيرات المرتبطة به في الوقت الراهن. وتساعد هذه الحدود على دراسة الظاهرة في سياقها الزمني الحالي، خاصة مع التطورات المستمرة في تقنيات الإعلام الرقمي وتغير أنماط استخدام الشباب للمنصات الرقمية.

- الحدود المكانية

تتمثل الحدود المكانية للدراسة في المملكة العربية السعودية، حيث تركز الدراسة على الشباب السعودي المستخدمين للمنصات الرقمية داخل المجتمع السعودي. ويأتي اختيار هذا النطاق المكاني بهدف دراسة تأثير المحتوى الإعلامي القصير في بيئة اجتماعية وثقافية محددة، وتحليل علاقته باتجاهات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في هذا السياق. كما يسمح هذا

التحديد بفهم خصوصية استخدام المنصات الرقمية لدى الشباب السعودي، ومدى تأثير المحتوى المتداول عبرها على وعيهم ومواقفهم الاجتماعية.

المراجع

- المراجع العربية

أفنان. (2026). تأثير المحتوى المرئي القصير عبر منصة تيك توك في تعزيز المعرفة والابتكار لدى الشباب السعودي دراسة مسحية في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع 1-56. Retrieved from

https://journals.ekb.eg/article_488700.html

السعيطي, ع. ا. (2025). The effectiveness of digital media content creation on social media sites in enhancing national reconciliation efforts in Libya "Field Study. Retrieved

from
https://www.researchgate.net/publication/393346543_falyt_snat_almhtwy_alalamy_alrqmy_bmwaq_altwasl_alajtmay_fy_tzyz_jhwd_alsalht_alwtnyt_fy_lybya_drast_mydanytThe_effectiveness_of_digital_media_content_creation_on_social_media_sites_in_enhancing_nati

- السيد, ن. م. (2024). تأثير المحتوى الإخباري في المنصات الرقمية على صناعة المحتوى التلفزيوني الإخباري-347 . Retrieved from https://ejst.journals.ekb.eg/article_358788.html
- اللطيف, خ. إ. (2024). تأثير الفيديوهات القصيرة عبر المنصات الرقمية على الصحة النفسية للجمهور . Retrieved from <https://jalhss.com/index.php/jalhss/article/view/1081>
- بكر, ق. أ. (2019). فاعلية استخدام منصات الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل طلبات المرحلة الجامعية مع مادة مناهج البحث العلمي: دراسة نوعية على عينة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز . Retrieved from <https://search.mandumah.com/Record/1178623>
- حمدان, أ. ب. (2019). اتجاهات الشباب السعودي نحو بعض القضايا الاجتماعية المعاصرة : دراسة نوعية . Retrieved from <https://search.mandumah.com/Record/195028>
- سيد, ب. م. (2026). التعرض لمقاطع الفيديو عبر المنصات الرقمية وعلاقته بالانحرافات السلوكية لدى المراهقين . Retrieved from https://journals.ekb.eg/article_476028.html
- شبيب, س. ب. (2026). تحولات الاتجاهات الاجتماعية لدى الشباب السعودي في ضوء رؤية السعودية 2030: تحليل لأبعاد الزواج والإنجاب والسكن والتفاعل الاجتماعي . Retrieved from https://egjsw.journals.ekb.eg/article_501986.html
- محمد, أ. (2023). صناعة المحتوى الإعلامي لتعزيز صورة المملكة العربية السعودية عبر المنصات الرقمية: دراسة تحليلية للسرد القصصي في حساب مركز التواصل الحكومي على تويتر . Retrieved from <https://search.mandumah.com/Record/1419943>
- محمد, ي. ه. (2024). اتجاهات الشباب السعودي نحو مؤثري المنصات الاجتماعية وتأثيرها على النسق القيمي لديهم: دراسة مسحية . Retrieved from <https://search.mandumah.com/Record/1510348>
- منصور, أ. ع. (2021). اتجاهات الشباب السعودي نحو ظاهرة التطرف الفكري : دراسة اجتماعية على عينة من طلبة جامعة القصيم . Retrieved from <https://search.shamaa.org/FullRecord?ID=279655>

- Alsaleh, A. (2024). The impact of technological advancement on culture and society. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11685575/>
- Bhatiasevi, V. (2024). The uses and gratifications of social media and their impact on social relationships and psychological well-being. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10944947/>
- Criveanu, M. M. (2026). The Impact of Digital Technology on E-Commerce and Sustainable Performance in the EU. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2227-7099/14/1/5>
- Jiao, p. (2025). The relationship between digital technologies and innovation: A review, critique, and research agenda. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X2400177X>
- Malik, N. I. (2025). The Rise of Reels: Analyzing the Communicative Power of Short-Form Videos on Social Media. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/393196199_The_Rise_of_Reels_Analyzing_the_Communicative_Power_of_Short-Form_Videos_on_Social_Media
- Oguta, S. (2025). Modern-Day Social Media Consumption: Trends, Implications, and Future Directions. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/399432674_Modern-Day_Social_Media_Consumption_Trends_Implications_and_Future_Directions
- Renjith. (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
- Ruggiero, T. E. (2017). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/345616860_Uses_and_Gratifications_Theory_in_the_21st_Century
- Saulite, L. (2023). Importance of news media branding in a contemporary media environment. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2199853123002196>

- Sichach, M. (2024). Uses and Gratifications theory - Background, History and Limitations. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4729248
- Yao, M. (2025). The study of the effects of digital media applications in cross-cultural communication in the construction of cultural identity. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001691825005608>
- Yin, L. (2023). The Changing Landscape of Media Communication: An Analysis of the Impact of New Media Marketing on News Consumption and Consumer Behavior. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/377423012_The_Changing_Landscape_of_Media_Communication_An_Analysis_of_the_Impact_of_New_Media_Marketing_on_News_Consumption_and_Consumer_Behavior
- Zeyar. (2025). News Media Effects on Policy Priorities: A Second-Level Agenda-Setting Analysis of Belt and Road Initiative (BRI) Projects in Myanmar. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/1/15>