

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة ميداو شن

كلية الإعلام والتسويق

بكالوريوس الإعلام الرقمي

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي :

تأثير خوارزميات منصة تيك توك على تشكيل تنوع المحتوى الرقمي لدى الشباب في مدينة الرياض - دراسة ميدانية

إعداد الطالب :

الرقم الجامعي ()

إشراف /

د. توفيق عمري

العام الدراسي : 2026م

الفصل الأول التمهيدي : الإطار العام للدراسة

المقدمة :

أصبحت منصّات الفيديو القصير—وفي مقدمتها تيك توك—جزءًا أساسيًا من البنية اليومية لاستهلاك المحتوى الرقمي، ليس بوصفها قنوات "عرض" فحسب، بل بوصفها أنظمة توصية تعمل بصورة مستمرة على "تنظيم" ما يراه المستخدم، وترتيبه، وتكراره، واقتراحه. وتستند تجربة "من أجلك" (For You) إلى آليات خوارزمية تُحوّل التفاعل البسيط (المشاهدة، الإعجاب، المتابعة، مدة التوقف) إلى إشارات تُستخدم في إعادة بناء موجز المحتوى بصورة شديدة الديناميكية، بما يجعل المحتوى المعروض أقرب إلى "مرآة سلوكية" تعكس اهتمامات المستخدم وتعيد إنتاجها عبر مقاطع متتابعة ومتشابهة أو متدرجة موضوعيًا. ويترتب على ذلك أن "تنوع المحتوى" لم يعد ناتجًا فقط عن اختيار المستخدم الواعي، بل أصبح ناتجًا كذلك عن منطق التوصية نفسه، الذي قد يوسّع أفق التعرض لموضوعات جديدة أو يضيقه نحو نطاقات متجانسة.

وتشير الأدبيات الحديثة في أنظمة التوصية إلى أن تخصيص المحتوى يتشكل عبر توازن بين الاستكشاف (عرض محتوى خارج الاهتمام السابق) والاستغلال (تعظيم المحتوى المتوافق مع الاهتمامات المُستدل عليها). وفي سياق تيك توك، قدّمت دراسة تدقيقية (Audit) على توصيات صفحة For You إطارًا لتمييز "الاستكشاف/الاستغلال"، وخلصت إلى أن الخوارزمية "تستغل" اهتمامات المستخدمين في نسبة ملحوظة من توصياتهم المبكرة، مع إبراز أن "الإعجاب" و"المتابعة" من أهم محركات التخصيص (Vombatkere et al., 2024). وفي سياقات أخرى لمنصّات التواصل، تُظهر بحوث قياس التعرض للمحتوى السياسي المتباين أن ترتيب المحتوى خوارزميًا واختيارات المستخدم اللاحقة يمكن أن يقللا معًا من احتمال التعرض لوجهات نظر مغايرة (Bakshy et al., 2015). كما تُبرز دراسات عربية حديثة أن خصائص التوصية قد تسهم في تكثيف "غرف الصدى" وتغذية الاستقطاب عند تركيز التفاعل حول سرديات بعينها، بما ينعكس على شكل التنوع المعروض للمستخدمين (Zamari & Abu Assida, 2025).

وفي المملكة العربية السعودية يتزايد حضور تيك توك في الاستخدام اليومي، خصوصًا بين فئة الشباب، وهو ما يجعل سؤال "التنوع" سؤالًا ذا أهمية علمية وتطبيقية: هل تساهم خوارزميات المنصة في توسيع نطاق المحتوى الذي يصل للمستخدم السعودي (ثقافيًا/معرفيًا/قيميًا/ترفيهيًا)، أم أنها تميل إلى تضيق التعرض عبر تكرار أنماط موضوعية بعينها تبعًا لإشارات التفاعل؟ وتُظهر دراسة ميدانية على طالبات جامعة الملك عبد العزيز أن أنماط التصفح قد تكون مكثفة زمنيًا لدى جزء معتبر من العينة، مع تفضيل مدة فيديوهات قصيرة جدًا وتفاعل مرتفع عبر الإعجاب والحفظ، وهو ما يوفر بيئة

خصبة لتأثيرات التوصية المتراكمة (Mansour, 2023) ومن هنا تتحدد الحاجة إلى دراسة ميدانية سعودية تركز مباشرة على العلاقة بين "آليات/مؤشرات عمل الخوارزمية كما يدركها المستخدم" وبين "مستوى تنوع المحتوى المتشكل في موجزه"، بدل الاكتفاء بآثار الاستخدام العامة.

■ الإشكالية البحثية:

تنبع مشكلة هذه الدراسة من أن البيئة الرقمية في المملكة العربية السعودية أصبحت شبه مكتملة النفاذ، مع كثافة مرتفعة في استخدام الإنترنت والمشاركة في الشبكات الاجتماعية ومشاهدة المحتوى المرئي عبر الإنترنت؛ وهو ما يعني أن "ما يُعرض للمستخدم يوميًا" لم يعد تفصيلًا هامشيًا، بل مدخلًا مؤثرًا في بناء الاهتمامات والمعرفة وأنماط الترفيه والاتجاهات العامة لدى شرائح واسعة من المجتمع (الهيئة العامة للإحصاء، 2025). وفي ظل هذا الاتساع، يغدو تنوع المحتوى الرقمي الذي يصل للمستخدمين قضية اتصالية/مجتمعية بالغة الأهمية، لأن تنوع الموضوعات والمنتجات ووجهات النظر واللغات داخل التدفق اليومي للمحتوى يرتبط بجودة التجربة الرقمية واتساع الأفق المعرفي، بينما قد يقود ضعف التنوع إلى التكرار والانغلاق داخل دوائر محدودة من الاهتمامات.

وتتعدد المشكلة أكثر مع صعود منصات التوصية الخوارزمية التي تعتمد على "تغذية" محتوى آلية لا تُبنى أساسًا على شبكة الأصدقاء، بل على إشارات سلوكية دقيقة تُلتقط لحظة بلحظة (مدة المشاهدة، الإعجابات، التعليقات، المشاركات، المتابعة...)، ثم تُستخدم لترتيب المقاطع في صفحة "For You" بما يعمّق التخصيص ويعيد تشكيل ما يراه المستخدم لاحقًا (TikTok, 2020)؛ (TikTok, n.d.) وقد أقرت المنصة نفسها بأن أحد تحديات محركات التوصية يتمثل في احتمال إنتاج تيار متجانس ومتكرر من المقاطع بما يشبه "فقاعة ترشيح" تحد من اتساع التجربة، وهو ما يضع سؤال التنوع في قلب فهم أثر الخوارزميات، لا على هامشها. (TikTok, 2020)

وتشير الأدبيات العالمية إلى أن العلاقة بين الخوارزميات وتنوع التعرض ليست خطية ولا بسيطة؛ فالنقاش الكلاسيكي حول "فقاعات الترشيح" يؤكد أن التخصيص قد يعزل المستخدم تدريجيًا داخل محتوى يؤكد تفضيلاته ويقلل التعرض للبدائل (Pariser, 2011)، بينما تُظهر دراسات واسعة النطاق أن القيود على التعرض للمحتوى المتنوع قد تنتج عن تفاعل مركّب بين تصميم المنصة وخيارات الأفراد أنفسهم، بما يعني أن تفسير انخفاض التنوع لا يُعزى للخوارزمية وحدها ولا للمستخدم وحده دون تحليل ميداني دقيق. (Bakshy et al., 2015) كما نهت أعمال بحثية إلى ضرورة تعريف "التنوع" بوصفه مفهومًا متعدد الأبعاد (تنوع موضوعي/مصادري/قيمي/ثقافي...)، لأن قياسه بصورة مبسطة قد يؤدي إلى نتائج مضللة حول أثر التوصية الخوارزمية. (Möller et al., 2018)

وتزداد إشكالية القياس في تيك توك تحديدًا لأن المنصة تمزج—وفق ما تكشفه أبحاث حديثة—بين "الاستغلال" لما تعرفه عن اهتمامات المستخدم (عرض المزيد مما يشبه تفضيلاته) وبين "الاستكشاف" عبر تقديم محتوى خارج نطاق الاهتمامات المعروفة لاختبار ميل جديدة أو رفع الاحتفاظ بالمستخدم، وهو ما يجعل تنوع المحتوى الناتج عن الخوارزمية ظاهرة ديناميكية تتغير مع الوقت والسياق وأنماط التفاعل. (Vombatkere et al., 2024) وفي الوقت ذاته، تُظهر دراسات نوعية أن المستخدمين يطوّرون افتراضات وممارسات لمحاولة "إرضاء الخوارزمية" أو توجيهها عبر سلوكيات التفاعل، ما يعني أن التنوع قد يتشكل أيضًا من إدراك المستخدم للخوارزمية وكيفية تعامله معها (Klug et al., 2021). لذلك ظهرت اتجاهات بحثية تركز على تطوير مؤشرات ومعايير أدق لقياس التنوع داخل أنظمة التوصية بدل الاكتفاء بأحكام عامة حول وجوده أو غيابه (Vrijenhoek et al., 2021).

وعلى المستوى العربي والمحلي، ورغم وجود دراسات تناولت تيك توك من زوايا تحليل محتوى المؤثرين وتصنيفات المحتوى، ودراسات عربية ناقشت دور خوارزميات الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام والتلاعب بإدارة المحتوى بما يمس التعددية والتنوع، فإن الفجوة لا تزال قائمة فيما يتعلق بتحديد العلاقة الميدانية المباشرة بين خوارزميات تيك توك—بوصفها نظام ترتيب وتوصية قائم على الإشارات السلوكية—وبين مستوى تنوع المحتوى الذي يتعرض له المستخدمون، سواء على مستوى التنوع المُدرّك (كما يشعر به المستخدم) أو التنوع الفعلي الممكن قياسه عبر مؤشرات مناسبة للسياق. وبناءً على ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في الحاجة إلى فهم ميداني يوضح كيف تسهم خوارزميات منصة تيك توك، عبر آليات التخصيص وإشارات التفاعل والاستكشاف، في تشكيل تنوع المحتوى الرقمي الذي يصل للمستخدمين، وهل يقود هذا التشكيل إلى توسيع دائرة التعرض لموضوعات ومصادر ووجهات نظر متعددة أم إلى إعادة إنتاج تيار متشابه ومتكرر من المحتوى داخل "مسارات مشاهدة" ضيقة.

وانطلاقًا من أن الدراسة تُطبّق ميدانيًا على عينة عشوائية من الشباب (ذكورًا وإناثًا) من مستخدمي تيك توك في مدينة الرياض، فإن السؤال المحوري للدراسة يتمثل في: إلى أي مدى تؤثر خوارزميات منصة تيك توك على تشكيل تنوع المحتوى الرقمي لدى الشباب المستخدمين في مدينة الرياض؟

■ تساؤلات الدراسة :

السؤال الرئيس : ما تأثير خوارزميات تيك توك على تشكيل تنوع المحتوى الرقمي لدى الشباب المستخدمين في مدينة الرياض؟

الأسئلة الفرعية :

- (1) ما مستوى التخصيص الخوارزمي المُدرَك لدى الشباب (مدى شعورهم بأن المحتوى "مصمم لهم")؟
- (2) ما مستوى تنوع المحتوى المُدرَك لدى الشباب (تنوع الموضوعات/المنتجات/وجهات النظر/اللغات)؟
- (3) ما علاقة كثافة الاستخدام (الوقت، تكرار الدخول) بأنماط التنوع/التكرار في المحتوى؟
- (4) كيف تؤثر أنماط تفاعل المستخدم (إعجاب/تعليق/مشاركة/متابعة/مدة مشاهدة) في تنوع المحتوى الذي توصي به الخوارزمية؟
- (5) هل يسهم وعي المستخدم بآليات التوصية وأدوات التحكم (مثل "غير مهتم") في زيادة التنوع وتقليل الانغلاق؟
- (6) هل تختلف العلاقة بين الخوارزمية وتنوع المحتوى باختلاف الخصائص الديموغرافية (العمر، الجنس، التعليم) وخصائص الاهتمام (مجالات المتابعة الأساسية) لدى الشباب في مدينة الرياض؟

■ فروض الدراسة :

- H1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التخصيص الخوارزمي المُدرَك على تيك توك ومستوى تنوع المحتوى المُدرَك لدى الشباب المستخدمين في مدينة الرياض.
- H2 : ترتبط كثافة استخدام تيك توك (الوقت/التكرار) بانخفاض تنوع المحتوى المُدرَك وارتفاع تكرار الموضوعات لدى بعض الشباب المستخدمين في مدينة الرياض.
- H3 : تؤدي زيادة "إشارات التفضيل القوية" (مدة مشاهدة أعلى، إعجابات متكررة لنوع محتوى محدد) إلى تضيق نطاق التنوع عبر تعزيز التوصيات المتشابهة لدى الشباب المستخدمين في مدينة الرياض.
- H4 : يرتبط ارتفاع استخدام أدوات التحكم بالمحتوى (مثل "غير مهتم"/"حظر وسوم"/إدارة المتابعة) بزيادة تنوع المحتوى المُدرَك وتقليل الانغلاق داخل تفضيلات ضيقة لدى الشباب المستخدمين في مدينة الرياض.

H5 : يتوسط نمط التفاعل (الإعجاب/التعليق/المشاركة/المتابعة) العلاقة بين كثافة الاستخدام وتنوع المحتوى؛ أي أن كثافة الاستخدام لا تؤثر في التنوع إلا عبر آليات التفاعل التي تغذي الخوارزمية لدى الشباب المستخدمين في مدينة الرياض.

H6 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تنوع المحتوى المدرك تبعًا للمتغيرات الديموغرافية (العمر/الجنس/التعليم) وخصائص الاهتمام (مجالات المتابعة الأساسية) لدى الشباب المستخدمين في مدينة الرياض.

■ أسباب اختيار الموضوع :

- قلة الدراسات الميدانية المحلية التي تقيس بصورة مباشرة أثر خوارزميات تيك توك على تنوع المحتوى لدى الشباب في مدينة الرياض، مقارنة بكثرة الطرح النظري العام عن الخوارزميات .
- اتساع استخدام منصات الفيديو القصير بين الشباب، وتحول "صفحة من أجلك" إلى نافذة رئيسة للتعرض اليومي للمحتوى، بحيث لم يعد التعرض ناتجًا عن اختيار المستخدم فقط بل عن ترتيب خوارزمي مستمر .
- حداثة الموضوع وجدّته علميًا؛ لأن خوارزميات التوصية تتغير باستمرار، وتظل آثارها على "تنوع التعرض" مجالًا بحثيًا متجددًا .
- دافع علمي يتعلق بتفسير العلاقة المركبة بين سلوك التفاعل (الإعجاب/المتابعة/مدة المشاهدة) وبين ما تقدمه الخوارزمية من محتوى لاحقًا، كما توضح المنصة أن هذه الإشارات تدخل في بناء التوصيات .
- دافع مهني يتمثل في أهمية فهم آليات التوصية لطلبة/ممارسي الإعلام الرقمي وصناع المحتوى والجهات المعنية بالتوعية الإعلامية .
- رغبة الباحث في تطوير أدوات قياس ميدانية (استبانة) تقيس التخصيص الخوارزمي المدرك وتنوع المحتوى المدرك والوعي الخوارزمي بصورة قابلة للتحليل الإحصائي .
- أهمية مدينة الرياض بوصفها بيئة حضرية كثيفة الاستخدام الرقمي وتنوعًا في الاهتمامات، ما يجعلها مناسبة لرصد تباينات التعرض والتفضيل داخل فئة الشباب .
- دافع شخصي/معرفي: اهتمام الباحث بالإعلام الرقمي وبالتحولات التي أحدثتها الخوارزميات في تشكيل الاهتمامات اليومية واتجاهات المتابعة .
- دافع اجتماعي: تنوع المحتوى يرتبط باتساع الأفق المعرفي والثقافي، بينما قد يقود ضعف التنوع إلى التكرار والانغلاق داخل مسارات مشاهدة ضيقة .

■ أهمية الدراسة :

الأهمية العلمية :

- الإسهام في إثراء الأدبيات العربية المرتبطة بأثر أنظمة التوصية الخوارزمية على التعرض للمحتوى، مع تشغيل مفاهيمي/إجرائي لمتغيرات: التخصيص المُدرَك، تنوع المحتوى المُدرَك، الوعي الخوارزمي .

- تقديم نموذج تفسيري يربط بين كثافة الاستخدام وأنماط التفاعل وأدوات التحكم وبين مستوى التنوع .

الأهمية العملية :

- الخروج بتوصيات تساعد الشباب على إدارة تفاعلاتهم وأدوات التحكم بما يدعم تنوع التعرض ويحد من التكرار والانغلاق .
- إفادة المشتغلين بالإعلام الرقمي وصناع المحتوى في فهم كيف ينعكس نمط التفاعل على توجيه الخوارزمية ومسارات الوصول للجمهور .

■ أهداف الدراسة :

- الهدف العام : التعرف على تأثير خوارزميات منصة تيك توك في تشكيل تنوع المحتوى الرقمي لدى الشباب المستخدمين في مدينة الرياض .

الأهداف الفرعية :

- قياس مستوى التخصيص الخوارزمي المُدرَك لدى الشباب في الرياض .
- قياس مستوى تنوع المحتوى المُدرَك (موضوعات/منتجات/وجهات نظر/لغات) .
- تحديد العلاقة بين كثافة الاستخدام وأنماط التنوع/التكرار .
- تحليل أثر أنماط التفاعل في تنوع المحتوى الموصى به .
- اختبار دور الوعي الخوارزمي وأدوات التحكم في زيادة التنوع وتقليل الانغلاق .
- الكشف عن الفروق في التنوع تبعاً للعمر والجنس والتعليم وخصائص الاهتمام .

■ تحديد المفاهيم والمصطلحات :

○ خوارزميات تيك توك :

- مفاهيميًا : نظام توصية يقوم بترتيب واقتراح الفيديوهات في "For You" اعتمادًا على إشارات التفاعل ومعلومات الفيديو وإعدادات الحساب (TikTok, n.d.; TikTok, 2020) .
- إجرائيًا : متوسط استجابات المبحوث على محور "التخصيص الخوارزمي المُدرَك" (بنود التخصيص في الاستبانة) .

○ التخصيص الخوارزمي المُدرَك :

- مفاهيميًا : إدراك المستخدم أن المحتوى المعروض له صُمم وفق تفضيلاته بناءً على سلوكه التفاعلي داخل المنصة. (TikTok, 2020)
- إجرائيًا : المتوسط الحسابي لبنود محور "التخصيص الخوارزمي المُدرَك" (مقياس ليكرت 1-5) .

○ تنوع المحتوى الرقمي :

- مفاهيميًا : درجة تعدد المحتوى الذي يتعرض له المستخدم من حيث الموضوعات والمصادر/المنتجين ووجهات النظر واللغات، بوصفه مفهومًا متعدد الأبعاد (Möller et al., 2018).
- إجرائيًا : المتوسط الحسابي لبنود محور "تنوع المحتوى المُدرَك" بعد عكس البنود العكسية (مقياس ليكرت 1-5) .

○ الوعي الخوارزمي وأدوات التحكم :

- مفاهيميًا : معرفة المستخدم بأن التفاعل يؤثر على التوصيات، وقدرته على استخدام أدوات مثل "غير مهتم" وإلغاء المتابعة لإعادة ضبط الموجز (TikTok, 2020) .
- إجرائيًا : المتوسط الحسابي لبنود محور "الوعي الخوارزمي وأدوات التحكم" (مقياس ليكرت 1-5) .

■ النظريات ذات الصلة بالدراسة وتطبيقها :

○ نظرية الاستخدامات والإشباع :

- تعريف موجز : تركز على نشاط الجمهور في اختيار الوسيلة/المحتوى لإشباع حاجات معرفية وترفيهية واجتماعية ...

- إسقاطها على الدراسة : تفسر دوافع استخدام تيك توك التي تقود إلى أنماط تفاعل مختلفة، وهذه الأنماط تُعد إشارات تُغذي التوصية وتؤثر في تنوع المحتوى .
- نظرية التأثير الإعلامي :
- تعريف موجز : تبحث كيف تؤثر الرسائل/الوسائط في المعرفة والاتجاهات والسلوك .
- إسقاطها على الدراسة : تساعد في تفسير أن تغير مسارات التعرض عبر الخوارزمية (تكرار/تنوع) قد ينعكس على تشكيل الاهتمامات اليومية لدى الشباب .
- نظرية التأطير الإعلامي :
- تعريف موجز : تفترض أن إبراز جوانب معينة من الواقع داخل المحتوى يوجه تفسير الجمهور للقضايا .
- إسقاطها على الدراسة : تفيد في فهم أن الخوارزمية قد تعزز "إطارات" بعينها عبر تكرار نمط معين من المحتوى أو زاوية محددة، بما يؤثر على تنوع وجهات النظر داخل موجز المستخدم .
- منهج ونوع الدراسة :
- نوع الدراسة : وصفية-تفسيرية-تحليلية (دراسة مقطعية) .
- المنهج : المنهج الوصفي المسحي، مع توظيف التحليل الإحصائي الوصفي والاستدلالي لاختبار الفروض .
- عينة الدراسة وتبرير اختيارها :
- نوع العينة : عينة عشوائية من الشباب (ذكورًا وإناثًا) من مستخدمي تيك توك في مدينة الرياض .
- مبررات الاختيار :
- العشوائية تقلل التحيز وتعزز تمثيل مجتمع الدراسة قدر الإمكان .
- فئة الشباب من أكثر الفئات استخدامًا للفيديو القصير وتفاعلاً معه، ما يجعلها مناسبة لاختبار الفروض المرتبطة بالتفاعل والتخصيص والتنوع .
- أدوات جمع البيانات :
- الأداة الرئيسة : استمارة استبيان إلكترونية (Google Forms) .
- عدد الاستمارات الموزعة (...): ، وعدد الاستمارات المسترجعة الصالحة للتحليل (...): :

- محاور الاستبانة : كثافة الاستخدام، أنماط التفاعل، التخصيص المُدرَك، إشارات التفضيل/التكرار، تنوع المحتوى المُدرَك، الوعي الخوارزمي وأدوات التحكم، المتغيرات الديموغرافية وخصائص الاهتمام.

■ الملاحظة :

تُستخدم الملاحظة بوصفها أداة مساندة (عند الحاجة) لتفسير بعض النتائج، عبر رصد عام لتغير توصيات الموجز عند تغيير التفاعل، دون أن تكون الأداة الأساسية للقياس.

■ مجالات الدراسة :

- المجال المكاني : مدينة الرياض .
- المجال الزمني : خلال عام 2026م .
- المجال البشري : الشباب (ذكورًا وإناثًا) من مستخدمي تيك توك في الرياض .

■ الدراسات السابقة :

أولاً- الدراسات العربية :

الدراسة الأولى : دراسة عبد الله زماري ووعد أبو عصيدة لسنة 2025 بعنوان: "بين الصورة والصوت: كيف تعزز خوارزميات تيك توك الاستقطاب السياسي بين الشباب الفلسطيني: سياق العدوان على غزة (2023-2024)". هدفت إلى تفسير دور خوارزميات تيك توك في تعزيز الاستقطاب السياسي وتغذية غرف الصدى بما يحدّ من التعرض المتوازن للرؤى المقابلة، واستخدمت منهجًا نوعيًا متعدد الأدوات (الملاحظة المباشرة، مقابلات معمقة، تحليل موضوعي لعينة من البثوث ذات المحتوى السياسي)، وكانت عينة الدراسة من شباب فلسطينيين مع تحليل محتوى بثوث مباشرة على المنصة، وتوصلت إلى أن خوارزميات تيك توك تسهم في تعميق ظاهرة غرف الصدى والانكفاء حول هويات رقمية لطرفي الاستقطاب، بما يشير إلى تضيق محتمل في "تنوع التعرض" داخل مسارات المشاهدة، وأوصت بتوسيع نطاق الدراسات بعينات أكبر وفئات عمرية مختلفة لفهم أعمق لتأثير الخوارزميات وآليات الحد من الاستقطاب .

الدراسة الثانية : دراسة روزانة الخوالدة وحاتم العلوانة لسنة 2024 بعنوان: "دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني الأردني: معركة سيف القدس أنموذجًا". هدفت إلى قياس وعي المستخدمين بتدخلات الخوارزميات في إدارة المحتوى، والطرق التي

استخدموها للتقليل من تأثير تلك الخوارزميات (مثل التحايل على نظام الإبلاغ/الحجب)، واستخدمت المنهج الوصفي المسحي بالاستبانة، وكانت عينة الدراسة 504 من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى وجود وعي متفاوت بعمل الخوارزميات وإجراءات اتخاذها المستخدمون لتقليل تأثيرها على محتواهم، كما ناقشت الدراسة مستقبل "التعددية الفكرية" في ظل أنظمة الخوارزميات، وأوصت بتعزيز الوعي الخوارزمي وبناء فهم نقدي لتدخلات المنصات.

الدراسة الثالثة : دراسة عمر عطا الله العظامات وميس أنور الزين لسنة 2025 بعنوان: "درجة الإسهام النسبي لإدمان مقاطع الفيديو القصيرة بالقلق الاجتماعي لدى طلبة الجامعة". هدفت إلى فحص العلاقة بين استخدام مقاطع الفيديو القصيرة والقلق الاجتماعي، مع تفسير دور "تخصيص المحتوى" عبر الخوارزميات في تعزيز التفاعل المستمر وزيادة زمن المشاهدة، واستخدمت المنهج الوصفي الارتباطي بالاستبانة، وكانت عينة الدراسة 350 من طلبة الجامعة، وتوصلت إلى أن خوارزميات المنصات (ومنها تيك توك) عبر تقديم محتوى مُخصص يواكب الاهتمامات قد ترفع احتمالات الانغماس وزمن المشاهدة، وأوصت بتعزيز الوعي الرقمي وإرشادات إدارة الوقت لتجنب الانغماس غير المنظم.

الدراسة الرابعة : دراسة سلماني نعيمة لسنة 2025 بعنوان: "الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الصحة النفسية للفرد: دراسة مسحية على عينة من مستخدمي منصة تيك توك". هدفت إلى تحليل أنماط الاستخدام والانعكاسات النفسية المصاحبة لاستخدام تيك توك، واستخدمت المنهج الوصفي مع استبانة، وكانت عينة الدراسة 68 مستخدمًا، وتوصلت إلى ارتباط الاستخدام المفرط بمؤشرات نفسية سلبية، مع الإشارة إلى أن "الخوارزميات الذكية" في المنصة تعزز السلوك الإدماني عبر آليات التحفيز والتوصية، وأوصت ببرامج توعية وممارسات ضبط الاستخدام لتقليل الأثر السلبي للاستخدام المتكرر.

الدراسة الخامسة : دراسة خديجة خير الله عبد الرحمن العظامات لسنة 2022 بعنوان: "تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعة". هدفت إلى قياس أثر استخدام تيك توك على القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الأردنية، واستخدمت المنهج الوصفي بالاستبانة، وكانت العينة النهائية 880 مفردة بعد الاستبعاد، وتوصلت إلى وجود درجة تأثير مرتفعة من وجهة نظر العينة مع فروق تُعزى لبعض المتغيرات الديموغرافية، وأوصت بمتابعة الأسرة لتعامل الأبناء مع المنصة وتقليل السلبيات.

ثانياً- الدراسات الأجنبية :

الدراسة الأولى : دراسة Karan Vombatkere وزملائه لسنة 2024 بعنوان "TikTok and the Art of Personalization: Investigating Exploration and Exploitation on Social Media Feeds".

هدفت إلى قياس "التخصيص" في تغذية تيك توك وتمييز الاستكشاف/الاستغلال داخل التوصيات، واستخدمت إطاراً تحليلياً يجمع بيانات من مستخدمين حقيقيين وتجارب مضبوطة، وتوصلت إلى أن توصيات تيك توك تُظهر درجة واضحة من الاستغلال لما تعرفه عن اهتمامات المستخدم، وأن إشارات مثل الإعجاب والمتابعة من محركات التخصيص، وأوصت بتطوير أدوات تدقيق وشفافية لفهم التخصيص وتأثيره .

الدراسة الثانية : دراسة Eytan Bakshy و Solomon Messing و Lada Adamic لسنة 2015 بعنوان : "Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook".

هدفت إلى قياس التعرض لمحتوى متباين أيديولوجياً وكيف يساهم ترتيب المحتوى واختيارات المستخدم في تقليص/توسيع التعرض للبدائل، واستخدمت تحليل بيانات ضخمة على ملايين المستخدمين، وتوصلت إلى أن "ترتيب الخوارزمية" و"سلوك النقر/الاختيار" يعملان معاً على تشكيل مستوى التعرض المتنوع، وأوصت ضمناً بفهم مزدوج يجمع تأثير التصميم المنصّي مع تفضيلات المستخدم.

الدراسة الثالثة : دراسة Judith Möller وزملائه لسنة 2018 بعنوان "Do not blame it on the algorithm: an empirical assessment of multiple recommender systems and their impact on content diversity".

هدفت إلى تفكيك مفهوم "التنوع" باعتباره متعدد الأبعاد، واختبار كيف تؤثر منطقات توصية مختلفة على أبعاد التنوع داخل التوصيات، واستخدمت بيانات محاكاة/تصنيف محتوى على نطاق واسع، وتوصلت إلى أن أثر التوصية على التنوع ليس أحادي الاتجاه وأن تعريف التنوع وقياسه (موضوعياً/مصادرياً/... إلخ) حاسم للحكم على وجود فقاعة ترشيح من عدمها، وأوصت بالتركيز على مؤشرات قياس دقيقة بدل إطلاق أحكام عامة.

تعقيب على الدراسات السابقة :

تُظهر مراجعة الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة أن "الخوارزمية" لم تعد عنصراً تقنياً محايداً داخل منصّات الفيديو القصير، بل فاعلاً اتصالياً يشارك في تشكيل مسارات التعرض للمحتوى عبر آليات التخصيص القائمة على الإشارات السلوكية للمستخدم. وتقدم الدراسة التدقيقية على تيك توك إطاراً تفسيرياً مهماً يوضح كيف توازن المنصة بين "الاستكشاف" و"الاستغلال" في توصيات صفحة "For You"، وأن إشارات مثل الإعجاب والمتابعة تُعد من أقوى مدخلات بناء التخصيص (Vombatkere

(et al., 2024) وفي السياق نفسه، تؤكد الأدبيات الخاصة بالتعرض للمحتوى المتباين أن أثر الخوارزميات لا يعمل منفردًا؛ بل يتفاعل مع اختيارات المستخدم اللاحقة (النقر/التفاعل/التفضيل)، بما قد يفضي إلى خفض التعرض لبدائل متنوعة مقارنة بما هو "متاح" نظريًا. (Bakshy et al., 2015) كما تدعم أعمال أخرى ضرورة تعريف "تنوع المحتوى" بوصفه مفهومًا متعدد الأبعاد، وأن الحكم على وجود تنوع أو تضيق يتطلب مقاييس دقيقة تتجاوز الانطباعات العامة. (Möller et al., 2018)

وعلى المستوى العربي، تبرز دراسة زماري وأبو عصيدة بوصفها مثالاً واضحاً على توظيف منظور "الخوارزميات وغرف الصدى" في تفسير الاستقطاب السياسي على تيك توك، حيث تربط النتائج بين منطق التوصية ودوائر التعرض المنغلقة داخل سياق حدث سياسي شديد الاستقطاب، بما يعني ضمناً احتمالية تراجع تنوع التعرض للسرديات البديلة داخل مسارات المشاهدة (Zamari & Abu Assida, 2025). وتأتي دراسة الخوالدة والعلالونة لتضيف زاوية مكملّة تتعلق بـ "الوعي الخوارزمي" واستراتيجيات المستخدمين للتقليل من تأثير تدخلات الخوارزميات على المحتوى الذي يرونه أو يتفاعلون معه، وهو ما ينسجم مباشرة مع محور "أدوات التحكم" وفرضية أن وعي المستخدم وإجراءات التحكم قد يرتبطان باتساع أو تضيق التعرض (الخوالدة، 2022/إتاحة رقمية 2024).

ومن ناحية المنهج، يمكن ملاحظة تفاوت واضح بين الدراسات الأجنبية التي تعتمد على تدقيق خوارزمي وبيانات تتبع/تبرع بيانات أو تحليل واسع النطاق، وبين غالبية الدراسات العربية التي تميل إلى المسوح أو الأدوات النوعية، وهو تفاوت يؤثر في "نوع المعرفة" المتولدة: فالتدقيق والبيانات السلوكية تُقارب التخصيص بوصفه "سلوكًا خوارزميًا قابلاً للرصد"، بينما تقارب المسوح إدراك المستخدم وتجربته واستراتيجياته الذاتية. وفي هذا الإطار، تُفيد دراسة الإسهام النسبي لإدمان مقاطع الفيديو القصيرة بالقلق الاجتماعي في إظهار ارتباط الاستخدام المكثف بمنظومات الفيديو القصير وتفسيره بوصفه نمطاً تفاعلياً متكرراً قد يُغذي بدوره إشارات التوصية، لكنها لا تقيس التنوع بوصفه متغيراً تابعاً مباشراً (العظامات والزبن، 2025). وبالمثل، تُفيد دراسة سلماني نعيمة في تثبيت فكرة أن آليات المنصة قد تعزز الانغماس وتزيد زمن التعرض، لكنها تظل أقرب لمدخل الآثار النفسية منها لمدخل "تنوع المحتوى" نفسه (سلماني، 2025).

وعند المقارنة بالدراسة الحالية، يتضح أن الدراسات السابقة غالباً ما تناولت خوارزميات تيك توك عبر مخرجات قريبة مثل الاستقطاب، الانغماس، أو الوعي بالتدخلات الخوارزمية، بينما لم تجعل "تنوع المحتوى الرقمي" محوراً مركزيًا يُقاس بأبعاده المختلفة (تنوع الموضوعات/المنتجات/وجهات النظر/اللغات) مع ربطه مباشرة بمحددات تشغيلية تعكس عمل الخوارزمية كما يدركها المستخدم (التخصيص المُدرَك، إشارات التفضيل القوية، كثافة الاستخدام، نمط التفاعل، وأدوات التحكم). كما

أن السياق السعودي لم يُغطَّ في الدراسات العربية بمستوى يكفي لاستخلاص علاقة ميدانية دقيقة بين مؤشرات عمل الخوارزمية ونتيجة التنوع لدى المستخدمين داخل المملكة، وهو ما يجعل اتجاه دراستنا الحالية أكثر تحديداً واتساقاً مع تساؤلاتها وفروضها المعتمدة .

الفجوة البحثية :

تتمثل الفجوة البحثية في محدودية الدراسات الميدانية العربية - وخاصة في المملكة العربية السعودية- التي تقيس بصورة مباشرة وممنهجة العلاقة بين خوارزميات تيك توك (التخصيص المُدرَك، إشارات التفاعل، وأدوات التحكم) وبين مستوى تنوع المحتوى المُدرَك لدى المستخدمين بأبعاده المتعددة ، مع اختبار الفروق الديموغرافية وأثر كثافة الاستخدام ونمط التفاعل بوصفها متغيرات مفسرة / وسيطة ، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى سده عبر تصميم ميداني يطابق الإشكالية والتساؤلات والفروض المعتمدة .

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

تمهيد

يُعدّ الإطار النظري أساسًا لفهم العلاقة بين خوارزميات التوصية في منصات الإعلام الاجتماعي وبين تشكّل تنوع المحتوى الذي يتعرض له المستخدم. فبدل النظر إلى المحتوى بوصفه نتاجًا لاختيارات الفرد فقط، ينظر هذا الفصل إلى المحتوى بوصفه حصيلة تفاعل مركّب بين: (أ) سلوك المستخدم داخل المنصة (المشاهدة، الإعجاب، المتابعة...)، و(ب) منطق التوصية الخوارزمية الذي يلتقط الإشارات ويعيد ترتيبها في موجز "من أجلك"، و(ج) قدرة المستخدم على التحكم والوعي بآليات التوصية (غير مهم، إلغاء متابعة...)، وهو ما يفتح سؤالًا علميًا حول: هل يقود هذا المنطق إلى توسيع دوائر التعرّض أم إلى تضيقها عبر التكرار والانغلاق داخل اهتمامات ضيقة؟

المبحث الأول :

الخوارزميات في المنصات الرقمية والوساطة الخوارزمية للمحتوى

1) مفهوم الخوارزمية في البيئة الإعلامية الرقمية :

الخوارزمية—في أبسط تعريفاتها—هي سلسلة محدودة من التعليمات والخطوات تُنفّذ بطريقة منظمة لحل مشكلة أو اتخاذ قرار (حطيط، 2021).

وفي بيئة الإعلام الرقمي، لا تُستخدم الخوارزميات لحل مسائل حسابية فقط، بل أصبحت مسؤولة عن الفرز والترتيب والتوصية وتحديد "ما هو مهم" وما هو "أقل صلة" داخل تدفقات المحتوى، وهو ما يمنحها دورًا اتصاليًا مؤثرًا يتجاوز كونها أداة تقنية (فاطمة الزهراء السيد، 2020).

2) أنظمة التوصية Recommendation Systems بوصفها قلب المنصات :

تعتمد منصات الإعلام الاجتماعي الحديثة على "أنظمة توصية" لتقديم محتوى متوقع أن يلقي اهتمام المستخدم، مستندةً إلى إشارات سلوكية. (engagement signals) وقد بيّنت دراسات عربية معاصرة أن "خوارزميات التوصية" تسهم في توجيه المحتوى نحو المستخدمين، بما يؤثر في "تفضيلاتهم الإعلامية" ويعيد تشكيل أولويات المتابعة لدى فئة الشباب بشكل خاص (أبو صخر وعلي، 2026). وتزداد أهمية هذه الفكرة في بحثك لأن "التنوع" لا يقاس فقط بتعدد ما هو موجود في المنصة، بل بتعدد ما يصل فعليًا إلى المستخدم عبر آلية الترتيب والتوصية.

(3) الخوارزمية بوصفها «حارس بوابة» جديدًا :

تتناول أدبيات عربية حديثة التحول من "حارس البوابة التقليدي" (الذي كان يقوم به المحرر/المؤسسة) إلى "حارس بوابة خوارزمي" داخل البيئة الرقمية؛ إذ أصبحت الخوارزميات تقوم بمهام شبيهة: انتقاء، ترتيب، إظهار، إخفاء، وتوجيه التدفق نحو المستخدم (الخوارزميات في البيئة الرقمية...، دون تاريخ عرض؛ حطيط، 2021).

وعليه فإن دراسة أثر خوارزميات تيك توك على تنوع المحتوى تُفهم ضمن منطق "الحراسة / الانتقاء" ولكن بأدوات جديدة: لم يعد القرار تحريريًا فقط، بل صار قرارًا آليًا تراكميًا يتغذى من تفاعل المستخدم نفسه.

(4) منطق التخصيص: الاستغلال والاستكشاف :

يُستخدم مفهوم التخصيص للدلالة على تقديم محتوى "مفصل" على تفضيلات المستخدم، بينما يشير الاستكشاف إلى إدخال محتوى جديد خارج نطاق الاهتمامات المعتادة لاختبار ميول جديدة. وتؤكد دراسات حديثة أن خوارزميات التوصية قد تُنتج "دوائر اهتمام ضيقة (narrow spheres of interest) إذا غلب الاستغلال على الاستكشاف (أبو صخر وعلي، 2026).

وهنا يتصل مفهوم "إشارات التفضيل القوية" (الإجابات المتكررة/مدة المشاهدة/المتابعة) بدراسة التنوع؛ لأن تضخم هذه الإشارات قد يدفع الخوارزمية إلى تعزيز التشابه والتكرار. مثال توضيحي (في سياق تيك توك) :

إذا تفاعل المستخدم بكثافة مع محتوى "الطبخ" (يشاهد للنهاية + يحفظ + يتابع حسابات طبخ)، فمن المتوقع أن ترتفع احتمالية ظهور محتوى طبخ مشابه بكثافة، وقد يقل ظهور محتويات أخرى (تعليم، ثقافة، آراء) ما لم تُفعّل آليات الاستكشاف أو أدوات التحكم.

المبحث الثاني :

خوارزميات تيك توك وآليات صفحة «من أجلك» وأدوات التحكم

1. كيف تُبنى تجربة «من أجلك»؟

توضح وثائق تيك توك أن التوصية بالمحتوى تبدأ منذ إنشاء الحساب؛ إذ قد يُطلب من المستخدم تحديد فئات اهتمام أولية، ثم تُعرض له محتويات رائجة وشائعة "ملائمة لقاعدة واسعة" ومتأثرة بإعدادات الموقع واللغة، ثم تُعاد هندسة التوصيات تدريجيًا مع كل تفاعل (TikTok, n.d.).

وبمجرد أن يبدأ المستخدم بالتفاعل، تصبح تفاعلاته "إشارات" تساعد نظام التوصية في التنبؤ بما قد يهتم به أو لا يهتم به، وقد تؤثر هذه التفاعلات في ترتيب المحتوى وإظهاره (TikTok, n.d.).

2. ما الإشارات التي تعتمد عليها توصيات تيك توك ؟ :

تذكر منصة تيك توك (في محتوى توعوي للمستخدمين) أن أسباب اقتراح فيديو معين قد تتضمن: ما يشاهده المستخدم أو يعجبه أو يشاركه أو يعلق عليه أو يبحث عنه، إضافة للحسابات التي يتابعها، والمحتوى المنشور حديثاً في منطقة المستخدم أو المحتوى الشائع في منطقته (TikTok, 2024). وتفيد هذه النقطة مباشرة في بناء مقاييس الاستبانة لديك: لأن "التخصيص المدرك" عند المستخدم يتشكل غالباً من ملاحظته لتأثير هذه الإشارات على موجزه.

3. أدوات التحكم والشفافية داخل تيك توك :

تقدم المنصة أدوات وميزات (مثل "لماذا هذا الفيديو؟") لشرح أسباب التوصية بفيديو ما، وتشير إلى أن هذه الخطوات تأتي ضمن توجه لزيادة الشفافية ومنح المستخدم أدوات لضبط توصياته (TikTok, 2024).

كما يوضح مركز الدعم أن تفاعلات المستخدم تتضمن أيضاً الإشارات السلبية (تخطي/عدم اهتمام)، وأنها تساعد النظام في توقع ما قد لا يرغب المستخدم في مشاهدته (TikTok, n.d.). وهنا تتأسس فرضيتك (H4) حول أثر أدوات التحكم (غير مهتم/حظر/إلغاء متابعة) في رفع تنوع المحتوى المدرك وتقليل الانغلاق.

شكل توضيحي (دورة التوصية على تيك توك):



المبحث الثالث :

مفهوم تنوع المحتوى الرقمي و أبعاده ومؤشرات قياسه

1. التنوع والتعددية الإعلامية: مدخل عربي :

يرتبط مفهوم التنوع بمدخل "التعددية الإعلامية" و "التنوع الثقافي"، حيث تؤكد بعض الأدبيات العربية أن التعددية الإعلامية تتقاطع مع التنوع الثقافي وحق الفئات المختلفة في التعبير والانتفاع بالمعلومة، بما يعزز الحوار والتفاهم داخل المجتمع (غزال، 2021).

وبالقياس على المنصات الرقمية، لا يكون التنوع مجرد "وجود" محتويات مختلفة على المنصة، بل يتحول إلى سؤال عن: هل يصل هذا التنوع للمستخدم؟ أم يقلص بفعل التوصية؟

2. أبعاد التنوع في هذه الدراسة :

لضمان قياس واقعي للتنوع في تيك توك، يُفضل التعامل معه بوصفه مفهومًا متعدد الأبعاد، يمكن تبسيطه (لأغراض الاستبانة) في أربعة أبعاد رئيسية :

- تنوع الموضوعات : تعليم/ثقافة/ترفيه/رياضة/أخبار/مهارات...
- تنوع المنتجين/المصادر : حسابات متنوعة، مؤثرون مختلفون، مؤسسات/أفراد
- تنوع وجهات النظر: تباين الآراء حول القضية أو الموضوع
- تنوع اللغة/البيئة الثقافية: لهجات/لغات/بيئات داخل السعودية وخارجها

جدول توضيحي (أبعاد التنوع ومؤشرات الاستبانة المقترحة):

البعد	ماذا يعني داخل تيك توك؟	مؤشر استبانة مناسب
تنوع الموضوعات	ظهور موضوعات مختلفة وعدم هيمنة نوع واحد	"تظهر لي موضوعات متعددة"...
تنوع المنتجين	عدم تكرار نفس الحسابات/المؤثرين	"تظهر لي حسابات متنوعة"...
تنوع الآراء	التعرض لرؤى متعددة ومخالفة أحياناً	"أرى آراء متعددة"...
تنوع اللغة/الثقافة	اختلاف لهجات/لغات/بيئات	"يظهر لي محتوى بلغات/لهجات..."

المبحث الرابع :

ظواهر تضيق التنوع: التعرض الانتقائي وفقاعات الترشيح وغرف الصدى

1. التعرض الانتقائي Selective Exposure :

يُعد التعرض الانتقائي من مفاهيم "التأثيرات الانتقائية" في نظريات الاتصال، ويشير إلى ميل الأفراد لاختيار ما ينسجم مع ميولهم واهتماماتهم، وتجنب ما يخالفها. وتظهر الدراسات العربية التطبيقية أن المتغيرات الديموغرافية والدوافع قد ترتبط بمستويات مختلفة من التعرض الانتقائي لمضامين شبكات التواصل (الحربي، 2022).

في سياق تيك توك، يأخذ التعرض الانتقائي شكلاً مزدوجاً: اختيار المستخدم (بحث/ متابعة / تفاعل) + اختيار الخوارزمية (ترتيب/ توصية)، وهو ما يجعل التنوع مرتبطاً بالتفاعل بين الطرفين لا بطرف واحد.

2. فقاعات الترشيح / الفلتر Filter Bubbles :

تعتبر "فقاعات الفلتر" عن حالة يتلقى فيها المستخدم محتوى متقارباً مع تفضيلاته بصورة متكررة، ما يقلل فرص التعرض لبدائل متنوعة. وقد أشارت دراسات عربية تناولت غرف الصدى وفقاعات الفلتر إلى أن المستخدمين يميلون لانتقاء الآراء والمعلومات التي تتطابق مع توجهاتهم، بما يدعم الانغلاق حول دوائر فكرية/اهتمامية محددة (مجلة الجزيرة، 2024).

3. غرف الصدى Echo Chambers :

يمكن تعريف غرف الصدى بأنها نطاق يتم فيه تعزيز الآراء والاعتقادات عبر تفاعلات متكررة مع حسابات أو مصادر تشترك في نفس الميول، بما يقلل الاحتكاك بالمخالف ويقوي القنوات الداخلية (الحارثي، 2021).

وتشير مصادر أكاديمية عربية إلى أن غرف الصدى تضيق نطاق التعرض لوجهات النظر المتنوعة، وتدعم الاستقطاب وتفضيل المعلومات المتوافقة مع الميول (كرور، 2025).

كما توجد دراسات عربية تناولت العوامل المؤثرة في تشكل غرف الصدى لدى الشباب، وأشارت إلى ارتباطها باعتبارات اجتماعية-نفسية واهتمام بالشأن العام وسمات شخصية (دراسة منشورة على منصة EKB، 2024).

المبحث الخامس :

الوعي/الثقافة الخوارزمية وأثرها في إدارة التنوع

1. أمية الخوارزميات والوعي الخوارزمي :

تزايد في الأدبيات العربية الإشارة إلى مفهوم "أمية الخوارزميات" بوصفه فجوة معرفية لدى المستخدم في فهم كيف تُنظم المنصات ما يراه عبر التوصية؛ وقد تناولت دراسة عربية "أمية الخوارزميات بين الشباب" فهم الشباب لخوارزميات وسائل التواصل واستراتيجيات التصفح والتنقل داخلها (ناصيف وبن موسى، 2024).

كما تناولت أدبيات أخرى "الثقافة/المعرفة الخوارزمية" بوصفها قدرة المستخدم على إدراك وجود الخوارزميات وتقدير أثرها، وتطوير استراتيجيات للتعامل معها مثل التفاعل النقدي، والتحقق من المعلومات، وموازنة الفرص والمخاطر (ناصيف، 2024).

2. أدوات التحكم كآلية عملية لكسر الانغلاق :

تؤكد وثائق تيك توك أن إشارات المستخدم تشمل أيضًا الإشارات السلبية (عدم اهتمام/تخطي)، وأنها تدخل في توقع المحتوى المرغوب وغير المرغوب (TikTok, n.d.). ومن منظور الدراسة يمكننا القول أن "الوعي الخوارزمي" لا يُقاس فقط بمعرفة نظرية، بل بقدرة عملية على استخدام أدوات التحكم لتوسيع دائرة التعرض.

المبحث السادس:

النظريات ذات الصلة وتوظيفها في الدراسة

أولاً - نظرية الاستخدامات والإشباع :

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على أن الجمهور نشط ويستخدم الوسيلة لإشباع حاجات (معرفية، ترفيهية، اجتماعية...)، وأن دوافع الاستخدام تؤثر في أنماط التعرض والتفاعل (مكاوي والسيد، 1998).

إسقاطها على الدراسة :

- دوافع الشباب لاستخدام تيك توك (ترفيه/تعلم/فضول/تواصل) تفسر اختلاف كثافة الاستخدام وأنماط التفاعل .
- وبما أن هذه الأنماط تتحول إلى إشارات توصية، فإن النظرية تساعد على فهم كيف تنتقل الدوافع من مستوى نفسي إلى مستوى سلوكي ثم إلى نتيجة خوارزمية (تنوع/تكرار) .

ثانيًا - نظريات التأثير الإعلامي والتأثيرات الانتقائية :

تؤكد أدبيات التأثير الإعلامي أن التأثيرات ليست متجانسة؛ إذ تلعب خصائص الفرد ودوافعه وبيئته دورًا في طبيعة التأثير، كما تتناول أدبيات "التأثيرات الانتقائية" ميول الأفراد لاختيار ما ينسجم مع توجهاتهم (عبد الحميد، 2016؛ مكاوي والسيد، 1998).

إسقاطها على الدراسة :

- تدعم تفسير (H2) و (H5) : كثافة الاستخدام قد لا تقلل التنوع "مباشرة"، بل عبر وسيط هو التفاعل الانتقائي الذي يغذي الخوارزمية.

ثالثًا - نظرية حارس البوابة وتطورها في البيئة الرقمية :

تشرح نظرية حارس البوابة كيف تُنتقى الرسائل قبل وصولها للجمهور، وقد تطورت في البيئة الرقمية لتشمل "حراسة خوارزمية" تقوم بها المنصات عبر أنظمة الترتيب والتوصية (الخوارزميات في البيئة الرقمية...؛ مكاوي والسيد، 1998).

إسقاطها على الدراسة:

- تيك توك لا يمرر كل محتوى متاح للمستخدم، بل يمرر "مختارات" مرتبة، ما يجعل الخوارزمية بوابة فعالة تؤثر في التنوع المتاح فعليًا داخل موجز المستخدم.

رابعًا - نظرية التأطير الإعلامي :

تفترض نظرية التأطير أن طريقة تقديم القضية داخل "إطار" معين توجه تفسير الجمهور لها، وأن الأطر تنظم المعاني وتبرز جوانب وتخفي أخرى. وتشير مواد تعليمية/بحثية عربية إلى ارتباط التأطير بجوفمان (1974) وبامتداداته ضمن بحوث ترتيب الأولويات، وأنه يتجاوز "ما القضايا المهمة؟" إلى "كيف تُقدّم القضايا؟" (نظرية التأطير الإعلامي – مادة جامعية عربية).

إسقاطها على الدراسة :

- في تيك توك، لا يرتبط التأطير فقط بمحتوى الفيديو، بل بتكرار نوع معين من المعالجة عبر التوصية؛ فإذا كانت التوصيات تعزز إطارًا واحدًا (زاوية واحدة) فقد يظهر للمستخدم "تنوع موضوعات" ظاهري لكنه "تأطير واحد" في العمق، ما يضع بعد "تنوع وجهات النظر" في صلب القياس.

المبحث السابع :

النموذج النظري المقترح للدراسة (ربط الإطار النظري بفروضك)

يمكن تلخيص منطق الدراسة في نموذج تفسيري يقوم على أن "تنوع المحتوى المُدرَك" لدى الشباب في الرياض هو نتيجة تفاعل عدة مسارات :

1. التخصيص الخوارزمي المُدرَك → قد يرتبط بتراجع/تحسن التنوع بحسب توازن الاستكشاف/الاستغلال.(H1)
2. كثافة الاستخدام → ترفع حجم الإشارات، وقد تزيد التكرار لدى البعض.(H2)
3. إشارات التفضيل القوية → قد تضيق نطاق الاهتمامات عبر تعزيز التشابه.(H3)
4. أدوات التحكم والوعي الخوارزمي → قد توسع التنوع وتكسر الانغلاق.(H4)
5. نمط التفاعل وسيط يشرح كيف تتحول كثافة الاستخدام إلى أثر على التنوع.(H5)
6. الديموغرافيا وخصائص الاهتمام → تفسر فروقاً في إدراك التنوع.(H6)

شكل مفاهيمي مبسط (يوضع كـ "رسم بياني توضيحي" في البحث):



خلاصة الفصل :

نخلص بالقول أن خوارزميات التوصية ليست عنصرًا تقنيًا محايدًا، بل "فاعل اتصالي" يقوم بوظائف ترتيب/انتقاء/توجيه تشبه حراسة البوابة داخل البيئة الرقمية (الخوارزميات في البيئة الرقمية...؛ Tik Tok, n.d.). كما عرض الفصل مفهوم التنوع بوصفه متعدد الأبعاد، وأوضح كيف يمكن أن يتأثر بالتعرض الانتقائي وفقاعات الفلتر وغرف الصدى (الحارثي، 2021؛ كرور، 2025). وربط الفصل بين النظريات الاتصالية (الاستخدامات والإشباع، التأثيرات الانتقائية، حارس البوابة، التآطير) وبين متغيرات الدراسة، بما يبيئ لاختبار فروض الدراسة ميدانيًا على عينة الشباب في مدينة الرياض.

الفصل الثالث :

عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها

تمهيد :

يهدف هذا الفصل إلى عرض نتائج الاستبانة الإلكترونية وتحليلها تحليلًا وصفيًا، ثم استخلاص الاستنتاجات، وربط النتائج بأهداف الدراسة وفروضها، ومناقشتها في ضوء الإطار النظري. بلغ حجم العينة (68) استجابة في معظم البنود، مع وجود بند واحد بلغ (67) استجابة.

أولاً - الخصائص الديموغرافية للعينة :

جدول (3-1) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة (ن=68)

(أ) الإقامة داخل مدينة الرياض

النسبة %	التكرار	الفئة
86.8	59	نعم
13.2	9	لا

(ب) استخدام تطبيق تيك توك

النسبة %	التكرار	الفئة
95.6	65	نعم
4.4	3	لا

(ج) العمر

النسبة %	التكرار	الفئة
1.5	1	أقل من 18
26.5	18	18-24
36.8	25	25-34
11.8	8	35-44
23.5	16	45 فأكثر

(د) الجنس

النسبة %	التكرار	الفئة
30.9	21	ذكر
69.1	47	أنثى

(هـ) المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	الفئة
19.1	13	ثانوي أو أقل
11.8	8	دبلوم
64.7	44	بكالوريوس
4.4	3	دراسات عليا

قراءة تحليلية :

يتضح أن أغلب المستجيبين مستخدمون لتيك توك (95.6%) و يقيمون في الرياض (86.8%)، وأن نسبة الإناث أعلى من الذكور، وأن المستوى التعليمي الغالب هو البكالوريوس. كما تظهر مشاركة فئات عمرية فوق "الشباب" (+35) بما يستدعي التنبيه عند تعميم النتائج على "الشباب" تحديداً.

ثانياً: نتائج محور أنماط التفاعل داخل تيك توك (بنود السلوك التفاعلي)

اعتمدت هذه البنود مقياساً خماسياً: أبداً/نادراً/أحياناً/غالباً/دائماً (1-5).

جدول (2-3) أنماط التفاعل داخل تيك توك (ن=68)

البند	منخفض (أبداً+نادراً)	متوسط (أحياناً)	مرتفع (غالباً+دائماً)	المتوسط (من 5)
أحفظ المقاطع (Save)	15 (22.1%)	31 (45.6%)	22 (32.3%)	3.16
أتابع حسابات جديدة بعد مقطع أعجبي	24 (35.3%)	30 (44.1%)	14 (20.6%)	2.72
أعيد مشاهدة المقطع أكثر من مرة	18 (26.4%)	42 (61.8%)	8 (11.8%)	2.78
أشاهد الفيديو حتى النهاية غالباً	13 (19.1%)	27 (39.7%)	28 (41.2%)	3.19
أستخدم البحث للوصول لموضوعات محددة	17 (25.0%)	22 (32.4%)	29 (42.6%)	3.31

قراءة تحليلية :

يتضح أن أنماط التفاعل تميل إلى المستوى المتوسط-المرتفع؛ فالبحث داخل تيك توك جاء بأعلى متوسط (3.31)، يليه مشاهدة الفيديو حتى النهاية (3.19)، ثم حفظ المقاطع (3.16). أما متابعة

الحسابات الجديدة وإعادة المشاهدة فجاءتا بمتوسط أقل نسبيًا، ما يشير إلى أن جزءًا من التفاعل يحدث داخل "المشاهدة/البحث/الحفظ" أكثر من كونه انتقالًا دائمًا إلى "المتابعة".

ثالثًا: نتائج محور التخصيص الخوارزمي المُدرَك

مقياس الاستجابة: لا أو افق بشدة/لا أو افق/محايد/أو افق/أو افق بشدة (5-1).

جدول (3-3) التخصيص الخوارزمي المُدرَك (ن=68)

المتوسط	موافق (%/ن)	محايد (%/ن)	غير موافق (%/ن)	البند
3.34	28 (41.2%)	36 (52.9%)	4 (5.9%)	"For You" تعرض محتوى مناسبًا لاهتماماتي
3.60	42 (61.8%)	22 (32.4%)	4 (5.9%)	كلما استخدمت تيك توك أكثر أصبحت التوصيات أدق
3.54	40 (58.8%)	22 (32.4%)	6 (8.8%)	تيك توك يفهم تفضيلاتي بسرعة
3.68	43 (63.2%)	21 (30.9%)	4 (5.9%)	التوصيات تتغير عندما أغير تفاعلي
3.75	45 (66.2%)	18 (26.5%)	5 (7.4%)	متابعتي لحسابات تؤثر على ما يظهر لي
3.85	52 (76.5%)	14 (20.6%)	2 (2.9%)	مدة المشاهدة تؤثر على المحتوى لاحقًا
3.84	53 (77.9%)	10 (14.7%)	5 (7.4%)	أرى كثيرًا محتوى يشبه ما تفاعلت معه سابقًا

ملخص المحور:

بلغ المتوسط العام للتخصيص الخوارزمي المُدرَك (3.66/5)، وهو مستوى مرتفع نسبيًا. وتُعد أعلى عبارتين: أثر مدة المشاهدة وتشابه المحتوى مع التفاعل السابق، وهو ما يدعم تصور "حلقة التغذية الراجعة" التي تُبرزها وثائق تيك توك ونقاشات الوساطة الخوارزمية.

رابعاً : نتائج محور إشارات التفضيل القوية والتكرار/الانغلاق
جدول (4-3) إشارات التفضيل القوية والتكرار (ن=68)

المتوسط	موافق (ن/%)	محايد (ن/%)	غير موافق (ن/%)	البند
3.88	51 (75.0%)	15 (22.1%)	2 (2.9%)	كثرة الإعجاب لنوع معين تجعله يظهر بكثرة
3.76	45 (66.2%)	19 (27.9%)	4 (5.9%)	التوقف عند موضوع يجعل محتواه طاعياً لاحقاً
3.85	51 (75.0%)	13 (19.1%)	4 (5.9%)	أشعر أحياناً أن تيك توك يكرر نفس النوع
3.06	19 (27.9%)	33 (48.5%)	16 (23.5%)	من الصعب تغيير نوع المحتوى حتى لو أردت

ملخص المحور :

المتوسط العام للمحور (3.64/5)، ويظهر أن غالبية العينة ترى أن الإعجاب والتوقف يضاعفان ظهور النوع نفسه (اتفاق مرتفع)، كما أن الشعور بوجود تكرار حاضر بقوة. في المقابل، عبارة "صعوبة تغيير المحتوى" جاءت أكثر حياداً (48.5% محايد) مع موافقة أقل نسبياً، بما يوحي بأن جزءاً من المستخدمين يشعرون بإمكانية "التعديل" بينما آخرون لا يلمسون ذلك بوضوح .

خامساً: نتائج محور تنوع المحتوى المدرك
جدول (5-3) تنوع المحتوى المدرك (ن=68)

المتوسط	موافق (ن/%)	محايد (ن/%)	غير موافق (ن/%)	البند
3.57	42 (61.8%)	18 (26.5%)	8 (11.8%)	تظهر لي موضوعات متعددة ومختلفة
3.38	36 (52.9%)	20 (29.4%)	12 (17.6%)	أعرض لمحتوى جديد لم أكن مهتماً به
3.63	40 (58.8%)	24 (35.3%)	4 (5.9%)	تظهر لي حسابات ومنتجات متنوعة
3.65	44 (64.7%)	21 (30.9%)	3 (4.4%)	لا يقتصر المحتوى على فئة واحدة من المؤثرين
3.53	42 (61.8%)	19 (27.9%)	7 (10.3%)	أرى آراء متعددة حول الموضوع نفسه
3.69	42 (61.8%)	23 (33.8%)	3 (4.4%)	أعرض لوجهات نظر تختلف مع قناعاتي
3.57	40 (58.8%)	22 (32.4%)	6 (8.8%)	يظهر لي محتوى بلغات/لهجات مختلفة
3.78	46 (67.6%)	18 (26.5%)	4 (5.9%)	أرى محتوى من مناطق/ثقافات متعددة

المؤشرات العكسية (تعكس الانغلاق/ضعف التنوع)

المتوسط	موافق (ن/%)	محايد (ن/%)	غير موافق (ن/%)	العبارة العكسية
3.37	31 (45.6%)	28 (41.2%)	9 (13.2%)	أشعر أن موجزي محدود في نطاق ضيق من الموضوعات
3.51	35 (51.5%)	27 (39.7%)	6 (8.8%)	أشعر أن المحتوى متشابه ومتكرر أكثر من كونه متنوعاً

ملخص المحور :

تظهر النتائج صورة "مزدوجة " :

- من جهة، هناك اتفاق ملحوظ على وجود تنوع (موضوعات/منتجون/ثقافات) بمستويات متوسطة إلى مرتفعة.
- ومن جهة أخرى، هناك كذلك ميل واضح للاعتقاد بوجود تشابه وتكرار لدى نسبة معتبرة، وهو ما يتسق مع فكرة أن التنوع في بيئات التوصية ليس ثابتاً وقد يتأرجح بين الاستكشاف والاستغلال.

مؤشر تنوع عام (تقريبي) :

بعد عكس العبارتين السلبيتين، بلغ متوسط مؤشر التنوع الكلي تقريباً (3.41/5)، وهو مستوى متوسط يميل للارتفاع لكنه غير حاسم نحو "تنوع مرتفع جداً" .

سادسًا : نتائج محور الوعي الخوارزمي وأدوات التحكم

جدول (6-3) الوعي الخوارزمي وأدوات التحكم (ن=68، وبند واحد ن=67)

المتوسط	موافق (%/ن)	محايد (%/ن)	غير موافق (%/ن)	البند
3.78	45 (66.2%)	21 (30.9%)	2 (2.9%)	أعرف أن تفاعلي يؤثر على التوصيات
3.74	42 (61.8%)	15 (22.1%)	11 (16.2%)	أستخدم "غير مهتم" /Not interested/
3.88	47 (69.1%)	17 (25.0%)	4 (5.9%)	أقلل التفاعل حتى لا يظهر المحتوى لاحقًا
3.59	43 (63.2%)	19 (27.9%)	6 (8.8%)	ألغي متابعة حسابات تقلل جودة/تنوع المحتوى
3.53	38 (55.9%)	21 (30.9%)	9 (13.2%)	أستخدم الحظر/الإبلاغ/إخفاء محتوى
3.31	32 (47.8%)	27 (40.3%)	8 (11.9%)	أستطيع تعديل موجزي ليصبح أكثر تنوعًا (ن=67)

ملخص المحور :

المتوسط العام للمحور (3.70/5)، ويعكس مستوى جيدًا من الوعي بأن "التفاعل يغذي التوصيات"، مع استخدام عملي لأدوات التحكم (غير مهتم، تقليل التفاعل، إلغاء متابعة). لكن بند "أستطيع تعديل موجزي ليصبح أكثر تنوعًا" جاء بقدر أعلى من الحياد، ما يشير إلى أن التحكم مفهومًا قد يكون أوضح من التحكم كخبرة ناجحة ثابتة لدى كل المستخدمين.

سابعًا : نتائج الأسئلة المفتوحة (تحليل نوعي مختصر)

1. ما الذي يجعل تيك توك يكرر نوعًا معينًا من المحتوى؟

من خلال (39) ردًا، تركزت الإجابات حول محاور متكررة أبرزها :

- التفاعل السلوكي : الإعجاب، مدة المشاهدة، إعادة مشاهدة الفيديو، الحفظ، البحث، المتابعة.
- (مثال متكرر: "تفاعلك مع المحتوى"، "مدة المشاهدة إذا شاهدت المقطع للنهاية").
- الخوارزمية/الذكاء الاصطناعي : تفسير التكرار بأنه نتيجة "تعلم الخوارزمية من السلوك".
- الترنند/المشاهدات العالية : الإشارة إلى أن المحتوى المتكرر قد يكون لأنه "يحصل على مشاهدات عالية".

- تفسير نقدي/اجتماعي: ذكر بعض المشاركين لفكرة "أجندة لتوصيل رسالة" (ظهر عند عدد محدود).
- 2. ما اقتراحات زيادة تنوع المحتوى؟
أبرز المقترحات (39 ردًا):
- إعادة تدريب الخوارزمية عبر تنوع البحث والمتابعة والتفاعل مع أكثر من فئة محتوى، وعدم التركيز على نوع واحد.
- استخدام أدوات التحكم بانتظام (غير مهتم، إلغاء متابعة، تقليل التفاعل مع المحتوى غير المرغوب).
- تحسينات مطلوبة من المنصة: خيار "محتوى عشوائي/متنوع"، تقليل التكرار، وضبط المحتوى بما يتناسب مع العمر.
- توجيه المحتوى نحو الفائدة: الدعوة لإبراز محتوى تعليمي/هادف وطاقة إيجابية.

ثامناً: الاستنتاجات الرئيسية من نتائج الدراسة

1. العينة تُظهر مستوى مرتفعاً من الإدراك بأن التفاعل (مدة المشاهدة، الإعجاب، المتابعة) يغيّر ما يظهر في "For You"، وهو ما يؤكد حضور "الوعي الخوارزمي" لدى غالبية المشاركين.
2. التخصيص الخوارزمي المُدرّك جاء مرتفعاً، خاصة فيما يتعلق بدور مدة المشاهدة وظهور محتوى "يشبه ما تفاعل معه المستخدم".
3. توجد إشارات قوية إلى التكرار لدى جزء معتبر من العينة (اتفاق مرتفع مع "تيك توك يكرر نفس النوع")، مع حياد نسبي حول مدى "صعوبة تغيير" الموجز، ما يوحي بتباين الخبرة بين المستخدمين.
4. تنوع المحتوى المُدرّك جاء متوسطاً يميل للارتفاع في موضوعات المحتوى والمنتجين والثقافات، لكنه يترافق مع شعور غير بسيط بأن المحتوى أحياناً "متشابه ومتكرر".
5. أدوات التحكم (غير مهتم، تقليل التفاعل، إلغاء متابعة) تُستخدم بدرجات جيدة، لكن قدرة المستخدم على "جعل الموجز أكثر تنوعاً متى ما أراد" ليست عالية الحسم، إذ ارتفعت نسبة الحياد فيها.

تاسعاً : مقارنة النتائج بأهداف الدراسة

الهدف 1 : قياس مستوى التخصيص الخوارزمي المدرك

تحقق الهدف وصفيًا؛ إذ بلغ متوسط محور التخصيص (3.66/5)، مع أعلى إدراك لدور مدة المشاهدة وتشابه المحتوى.

الهدف 2 : قياس مستوى تنوع المحتوى المدرك

تحقق الهدف وصفيًا؛ إذ جاءت معظم بنود التنوع بإجابات "موافق" تتراوح غالبًا بين 58%–68%، بينما أظهرت البنود العكسية أن نسبة معتبرة ترى وجود تكرار، ما يعكس تنوعًا غير مطلق.

الهدف 3 : رصد أنماط التفاعل داخل تيك توك

تحقق الهدف؛ إذ أظهرت النتائج أن البحث والمشاهدة للنهاية والحفظ هي سلوكيات بارزة مقارنة بالمتابعة الدائمة.

الهدف 4 : رصد أثر إشارات التفضيل القوية والتكرار

تحقق الهدف؛ إذ اتفق معظم المشاركون أن كثرة الإعجاب/التوقف عند موضوع تقود لتكثيف ظهوره.

الهدف 5 : رصد الوعي الخوارزمي وأدوات التحكم

تحقق الهدف؛ إذ أظهرت النتائج مستوى وعي مرتفع واستخدامًا ملحوظًا لأدوات التحكم.

الهدف 6 : الفروق الديموغرافية

هذا الهدف لا يمكن حسمه إحصائيًا من خلال مخططات النسب وحدها؛ لأنه يتطلب اختبارات فروق (مثل T-test/ANOVA على بيانات فردية بعد تنقيتها وفق شرط "شباب الرياض مستخدمو تيك توك".

عاشراً : مقارنة النتائج بفروض الدراسة (ضمن حدود التحليل المتاح)

H1 : علاقة التخصيص المدرك بتنوع المحتوى المدرك

وصفيًا: التخصيص مرتفع، والتنوع متوسط يميل للارتفاع مع حضور تكرار ملحوظ؛ وهذا قد يوحي بعلاقة غير خطية (تخصيص قوي قد يرفع الملاءمة لكنه قد يرفع التكرار عند بعض المستخدمين). لكن لا يمكن إثبات/نفي العلاقة الإحصائية دون معامل ارتباط بين درجات الأفراد.

H2 : كثافة الاستخدام ترتبط بانخفاض التنوع لدى بعض المستخدمين

البيانات المعروضة لا تتضمن مؤشرات "الوقت/التكرار اليومي"؛ لذا لا يمكن اختبار الفرض في هذه المرحلة. ويمكن الاستعاضة عنه لاحقًا إذا توفرت أسئلة الزمن/التكرار في ملف البيانات الخام.

H3 : إشارات التفضيل القوية تضيق نطاق التنوع عبر تعزيز التوصيات المتشابهة

وصفيًا: توجد موافقة مرتفعة على أن كثرة الإعجاب/التوقف تؤدي لتكرار الظهور، وهو ما يدعم منطق الفرض من حيث الاتجاه.

H4 : أدوات التحكم ترتبط بزيادة التنوع وتقليل الانغلاق

استخدام أدوات التحكم مرتفع نسبيًا، لكن القدرة على "تعديل الموجز ليصبح أكثر تنوعًا" جاءت أقل حسماً (حياد مرتفع)، ما يعني أن اتجاه الفرض ممكن لكنه يحتاج اختباراً إحصائياً يربط "درجة التحكم" بمؤشر التنوع.

الحادي عشر: مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري

تنسق النتائج مع منطق "الوساطة الخوارزمية" الذي يفترض أن موجز المستخدم يتشكل عبر حلقة راجعة: سلوك المستخدم → إشارات → توصيات → تعرض جديد → سلوك جديد. ارتفاع موافقة الباحثين على دور "مدة المشاهدة" و"الإعجاب" ينسجم مع التفسيرات النظرية التي تجعل الإشارات السلوكية مدخلاً رئيساً للتخصيص. كما أن اجتماع مؤشرين متوازنين—إدراك التنوع من جهة، وإدراك التكرار من جهة أخرى—يدعم رؤية أن "التنوع" مفهوم متعدد الأبعاد ومتغير، وليس حالة ثابتة، وقد يتأرجح تبعاً لتوازن الاستكشاف والاستغلال ونمط التفاعل.

كذلك، يظهر أن الوعي الخوارزمي لا يبقى معرفة عامة فقط، بل يمتد إلى ممارسات تحكم (غير مهم/تقليل التفاعل/إلغاء متابعة). غير أن حياد نسبة معتبرة حول "القدرة على جعل الموجز أكثر تنوعاً" متى ما أراد المستخدم "يوحي بأن التحكم ليس مضمون النتائج دائماً، وهو ما يفتح باباً لتفسير تفاوت الخبرة بين المستخدمين (قدرة بعضهم على إدارة التوصيات مقابل شعور آخرين بصعوبة ذلك).

خلاصة الفصل :

تقدم نتائج الدراسة صورة عامة مفادها أن خوارزميات تيك توك—كما يدركها المستخدمون—تعمل بقوة عبر إشارات التفاعل، وتنتج تجربة يتداخل فيها التنوع مع التكرار. وتبرز أدوات التحكم بوصفها عاملاً مساعداً، لكنه ليس كافياً دائماً لإزالة شعور بعض المستخدمين بالانغلاق أو التشابه، الأمر الذي يبرر أهمية اختبار العلاقات إحصائياً لاحقاً على بيانات فردية منقاة وفق مجتمع الدراسة.

الخاتمة :

خلصت الدراسة الميدانية (ن=68) إلى أن تجربة المستخدمين مع تيك توك تُبنى بدرجة كبيرة على منطق التخصيص الخوارزمي القائم على إشارات التفاعل (مدة المشاهدة، الإعجاب، المتابعة...)، وأن المشاركين يدركون بوضوح وجود هذه العلاقة وتأثيرها المباشر على ما يظهر لهم في صفحة "من أجلك". وفي الوقت نفسه، أظهرت النتائج أن "تنوع المحتوى" لدى المستخدمين ليس حالة واحدة ثابتة؛ بل يظهر بوصفه ظاهرة مزدوجة: فهناك إدراك لوجود تنوع في الموضوعات والمنتجات والثقافات، يقابله شعور ملموس لدى جزء معتبر بوجود تشابه وتكرار ونوع من الانغلاق في نطاق محدد من الاهتمامات.

كما أوضحت النتائج أن وعي المستخدمين بالآلية الخوارزمية لا يقتصر على المعرفة العامة، بل ينعكس في سلوكيات تحكم ملموسة مثل استخدام "غير مهتم"، تقليل التفاعل مع محتوى غير مرغوب، وإلغاء متابعة حسابات تقلل الجودة أو التنوع. غير أن قدرة المستخدم على "تعديل موجزه ليصبح أكثر تنوعاً متى ما أراد" لم تكن عالية الحسم، ما يشير إلى تفاوت في خبرة التحكم وفاعليته بين المشاركين، ويؤكد الحاجة إلى تعزيز "الثقافة الخوارزمية" وتطوير أدوات المنصة لزيادة الشفافية ومنح المستخدم تحكماً أكثر فاعلية.

وبناءً على ذلك، فإن الدراسة تعزز فكرة أن خوارزميات تيك توك تؤثر في تشكيل تنوع المحتوى عبر حلقة تغذية راجعة مستمرة (تفاعل → توصية → تعرض → تفاعل)، وأن مخرجات هذه الحلقة تتأرجح بين الاستكشاف (اتساع المحتوى) والاستغلال (تعزيز التشابه). وتبقى الحاجة قائمة لإجراء تحليلات استدلالية على البيانات الفردية المنقاة وفق شروط مجتمع الدراسة (شباب الرياض مستخدمو تيك توك) لاستكمال اختبار الفروض إحصائياً بدقة.

(1) أبرز النتائج :

- (2) أغلب المشاركين يستخدمون تيك توك (95.6%)، ومعظمهم يقيمون في الرياض (86.8%)، مع ظهور فئات عمرية فوق نطاق "الشباب" ضمن العينة، ما يستدعي التنبيه عند التعميم.
- (3) مستوى التخصيص الخوارزمي المُدرَك جاء مرتفعاً نسبياً (متوسط عام $\approx 5/3.66$).
- (4) أعلى مؤشرات التخصيص كانت مرتبطة بـ مدة المشاهدة وظهور محتوى "يشبه ما تفاعل معه المستخدم سابقاً" (مستويات موافقة مرتفعة).
- (5) إشارات التفضيل القوية (خصوصاً الإعجاب والتوقف/المدة تُعد—وفق إدراك المشاركين— سبباً رئيساً في تكثيف ظهور النوع نفسه من المحتوى (اتفاق مرتفع على ذلك).

- (6) تنوع المحتوى المدرك جاء في مستوى "متوسط يميل للارتفاع" عبر أبعاد: تنوع الموضوعات، تنوع المنتجين، تنوع الثقافات/اللغات، وتعدد الآراء.
- (7) بالتوازي، ظهرت مؤشرات واضحة على التكرار والتشابه؛ إذ أفاد جزء معتبر بأن موجزهم قد يبدو متكررًا أو محدودًا في نطاق ضيق.
- (8) مستوى الوعي الخوارزمي وأدوات التحكم جاء جيدًا؛ فغالبية المشاركين يعرفون أن التفاعل يؤثر في التوصيات، ويستخدمون أدوات مثل "غير مهتم"، وتقليل التفاعل، وإلغاء المتابعة.
- (9) رغم ذلك، بقيت القدرة على "جعل الموجز أكثر تنوعًا عند الرغبة" أقل حسمًا (ارتفاع نسبة الحياد)، ما يعني أن التحكم ليس مضمون النتائج لدى الجميع.
- (10) في الأسئلة المفتوحة، تكرر تفسير "التكرار" باعتباره نتيجة مباشرة لتعلم الخوارزمية من سلوك المستخدم (مشاهدة كاملة، إعادة مشاهدة، لايك، حفظ، بحث، متابعة)، بينما ركزت مقترحات "زيادة التنوع" على تنويع التفاعل والبحث والمتابعة واستخدام أدوات التحكم، مع اقتراح إضافة خيار "استكشاف/عشوائي" من المنصة.

أبرز التوصيات :

1. توعية المستخدمين بضرورة تنويع إشارات التفاعل (الإعجاب/المتابعة/البحث) وعدم حصرها في نوع واحد، حتى لا تتعزز دائرة التكرار في صفحة "من أجلك".
2. تشجيع الاستخدام المنتظم لأدوات التحكم داخل تيك توك مثل "غير مهتم"، وإلغاء متابعة الحسابات التي تقلل التنوع، وتقليل التفاعل مع المحتوى غير المرغوب.
3. تعزيز الثقافة/المعرفة الخوارزمية لدى الشباب عبر برامج توعوية مبسطة تشرح كيف تُحوّل المنصة السلوك إلى توصيات وكيف يمكن "إعادة تدريب" الموجز.
4. دعوة تيك توك لتوفير خيار واضح مثل "تنويع الموجز/وضع الاستكشاف" يقلل تكرار المحتوى المتشابه ويزيد فرص ظهور موضوعات جديدة.
5. اقتراح تحسينات على شفافية المنصة عبر توسيع ميزة "لماذا هذا الفيديو؟" وربطها بإشارات محددة (مدة مشاهدة/بحث/إعجاب) لرفع فهم المستخدم لسبب ظهور المحتوى.
6. التوصية بإجراء دراسات لاحقة بعينة منقاة وفق مجتمع البحث (شباب الرياض مستخدمو تيك توك) مع اختبارات إحصائية أدق (علاقات/فروق/وساطة) لدعم تعميم النتائج.

المراجع :

المراجع العربية :

- (1) الهيئة العامة للإحصاء (2025). إحصاءات نفاذ واستخدام تقنية المعلومات والاتصالات للأسر والأفراد 2025. الرياض، المملكة العربية السعودية.
- (2) أبو صخر، حازم فاضل عباس، و علي، أنس قصي نعمان (2026). The Impact of Recommendation Algorithms Embedded in Artificial Intelligence Tools of Social Media on the Media Preferences of Youth: A Field Study. Journal of Al-farahidi's Arts, 10(2) –331. 312 ,doi:10.25130/jfa.conf.10.2.17
- (3) الحارثي، ناصر. (2021، مارس). غرف الصدى ومنصات التواصل الاجتماعي. شباب التفاهم، (78).
- (4) الحربي، سمية سالم. (2022). التعرض الانتقائي لمضامين شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته ببعض المتغيرات الديموغرافية: دراسة وصفية على عينة من طلاب جامعة الملك عبدالعزيز. مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الآداب والعلوم الإنسانية، 30(7)، 505-535.
- (5) الخوالدة، روزانة نايف محمد نور. (2022). دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني الأردني: معركة سيف القدس نموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، كلية الإعلام، إربد، الأردن.
- (6) السيد، فاطمة الزهراء محمد. (2020، 17 فبراير). الخوارزميات وهندسة تفضيلات مستخدمي الإعلام الاجتماعي. مركز الجزيرة للدراسات.
- (7) عبد الحميد، محمد. (2016). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط. 4). القاهرة: عالم الكتب.
- (8) العظامات، خديجة خير الله عبد الرحمن. (2022). تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعة. مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، 46(4)، 185-214 .doi:10.21608/jfees.2022.276893
- (9) العظامات، عمر عطا الله، و الزين، ميس أنور. (2025). درجة الإسهام النسبي لإدمان مقاطع الفيديو القصيرة بالقلق الاجتماعي لدى طلبة الجامعة. المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، 8(3)، 317-357 .doi:10.29009/ijres.8.3.7
- (10) غزال، عبد الرزاق، و بورحلي، وفاء. (2022). دور التعددية الإعلامية والثقافية في تحقيق التنمية المستدامة: مظاهر تفاعل التنوع الثقافي وملامح العلاقة Aleph .، 9(4).

- 11) كروور، زهير. (2025). غرف الصدى في وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة في سياق المستخدمين الجزائريين. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، 12(3)، 613590- . doi:10.53284/2120-012-003-034
- 12) مكاوي، حسن عماد، و السيد، ليلي حسين. (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 13) منصور، حسناء سعد. (2023). تأثير تصفح تطبيق تيك توك على درجة الانتباه والتركيز لدى الشباب السعودي: دراسة شبه تجريبية على طالبات كلية الاتصال والإعلام. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 22(1)، 381-345، doi:10.21608/joa.2023.292494 .
- 14) المستنير، عيسى. (2024). محتوى مؤثري تيك توك في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، 37(37)، 82-47.
- 15) ناصيف، شهد أيمن، و بن موسى، محمد. (2024). أمية الخوارزميات بين الشباب: فهم وتصفح خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 89(89)، 72.33-390344 doi:10.21608/ejsc.2024
- 16) سلماني، نعيمة. (2025). الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الصحة النفسية للفرد: دراسة مسحية على عينة من مستخدمي منصة تيك توك. *مجلة بحوث الاتصال*، 9(1)، 651-665.
- 17) زماري، عبد الله، و أبو عصيدة، وعد (2025). Between Image and Sound: How TikTok Algorithms Enhance Political Polarization Among Palestinian Youth: The Context of the Aggression on Gaza (2023–2025). *Palestine Technical University Research Journal*, 13(04). doi:10.53671/pturj.v13i04.752
- 18) تيك توك (2020). (TikTok). 18 يونيو) How TikTok recommends videos #ForYou. TikTok Newsroom.
- 19) تيك توك. (TikTok). (2022، 21 ديسمبر). كيف تعمل صفحة For You الخاصة بك TikTok Newsroom.
- 20) تيك توك. (TikTok). (دون تاريخ). كيفية توصية TikTok بالمحتوى. TikTok Help Center.

المراجع الأجنبية :

- 21) Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132. doi:10.1126/science.aaa1160
- 22) Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- 23) Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- 24) Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. doi:10.1086/268109
- 25) Klug, D., Qin, Y., Evans, M., & Kaufman, G. (2021). Trick and Please: A mixed-method study on user assumptions about the TikTok algorithm. In *Proceedings of the 13th ACM Web Science Conference (WebSci '21)* (pp. 84–92). ACM. doi:10.1145/3447535.3462512
- 26) Möller, J., Trilling, D., Helberger, N., & van Es, B. (2018). Do not blame it on the algorithm: An empirical assessment of multiple recommender systems and their impact on content diversity. *Information, Communication & Society*, 21(7), 959–977. doi:10.1080/1369118X.2018.1444076
- 27) Napoli, P. M. (1999). Deconstructing the diversity principle. *Journal of Communication*, 49(4), 7–34. doi:10.1111/j.1460-2466.1999.tb02815.x
- 28) Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- 29) Vrijenhoek, S., Kaya, M., Metoui, N., Möller, J., Odijk, D., & Helberger, N. (2021). Recommenders with a mission: Assessing diversity in news recommendations. In *Proceedings of the 2021 Conference on Human Information Interaction and Retrieval (CHIIR '21)* (pp. 173–183). ACM. doi:10.1145/3406522.3446019
- 30) Vombatkere, K., Mousavi, S., Zannettou, S., Roesner, F., & Gummadi, K. P. (2024). TikTok and the art of personalization: Investigating exploration and exploitation on social media feeds. In *Proceedings of The ACM Web Conference 2024 (WWW '24)* (pp. 3789–3797). ACM. doi:10.1145/3589334.3645600