

نموذج

مشروع خطة أطروحة للتسجيل لدرجة الدكتوراه

العنوان باللغة العربية

إدراك المستخدمين السعوديين لدور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي
في تشكيل الرأي العام الإلكتروني: دراسة ميدانية

العنوان باللغة الإنجليزية

**Saudi users' perception of the role of social media
algorithms in shaping online public opinion: a field
study**

ماهر يحيى البواردي

232001441

الإعلام والتسويق

اسم الباحث:

الرقم الأكاديمي:

الكلية:

1446 هـ – 2025 م

مقدمة الدراسة:

يشهد العالم المعاصر تحولات متسارعة في مجال الاتصال الرقمي، حيث أصبحت المنصات الاجتماعية تلعب دورًا مركزيًا في إعادة تشكيل طرق تلقي المعلومات، وتكوين الاتجاهات العامة داخل المجتمعات. ولم يعد الرأي العام يتشكل من خلال الوسائل التقليدية فحسب، بل بات خاضعًا لتأثيرات غير مرئية تمارسها خوارزميات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي، التي تنظم وترتب المحتوى بناءً على البيانات السلوكية والتفاعلية للمستخدمين. هذه الخوارزميات – التي صُممت أساسًا لتحسين تجربة المستخدم – تجاوزت أدوارها التقنية لتصبح لاعبًا ثقافيًا واجتماعيًا وسياسيًا، يُسهم في تشكيل ما يراه الأفراد، ومتى يروه، وكيفية تفاعلهم معه، مما يجعلها أداة فاعلة في التأثير على الرأي العام الإلكتروني.

تشير الدراسات الحديثة إلى أن هذه الخوارزميات لا تعمل بمعزل عن القيم والمحددات المجتمعية، بل تُعيد تشكيلها من خلال خيارات الإظهار والإخفاء للمحتوى. فقد أوضحت كريكت وعائشة (2022) أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي تؤدي دورًا معقدًا في إدارة المحتوى الأخلاقي على منصات التواصل الاجتماعي، فهي تتحكم في تدفق المعلومات بما قد يعزز أو يضعف من قيم معينة. كذلك، وثقت عبد العزيز وأمني فاروق (2025) في دراستهما حول الجمهور المصري وعيًا نسبيًا بتدخل الخوارزميات في إدارة المحتوى، معتبرين أن هذا التدخل الانتقائي قد يُهدد حرية التعبير، خاصة خلال الأزمات.

أما في السياق العربي الأكثر خصوصية، فقد أبرز العلاونة (2024) من خلال دراسته حول معركة "سيف القدس" كيف ساهمت خوارزميات مواقع التواصل في تعزيز روايات معينة على حساب أخرى، مما يؤكد أن هذه الخوارزميات أصبحت فاعلاً إعلاميًا ذا تأثير سياسي حقيقي. من جانب مختلف، سلطت حمدان وإلهام السايح (2024) الضوء على ظاهرة التسول الإلكتروني عبر منصة "تيك توك"، وهي ظاهرة كشفت قدرة الخوارزميات على دعم محتوى غير تقليدي – بل وغير أخلاقي أحياناً – استنادًا إلى معايير التفاعل والجذب لا إلى معايير المسؤولية أو القيم.

وفي ضوء هذا السياق المتداخل بين التقنية والقيم، تبرز الحاجة لدراسة إدراك المستخدمين السعوديين لهذا الدور الخفي والمؤثر. فالمستخدم العادي غالبًا ما يتلقى المحتوى الرقمي دون وعي كافٍ بخوارزميات العرض أو بمعايير التصفية والاختيار، مما يجعل من الضروري الوقوف على مستويات الوعي المعرفي، والنقدي، والسلوكي، والتأثيري لديهم. ومع التوسع الملحوظ في استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي، وازدياد الاعتماد عليها في تشكيل الآراء والمواقف، تصبح هذه الدراسة محاولة لفهم كيف تتفاعل هذه الخوارزميات مع العقل الجمعي السعودي، وكيف يُدرك الأفراد هذا التفاعل في بيئة رقمية تُعيد تعريف السلطة المعلوماتية.

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: "دور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي"
- المتغير التابع: "إدراك المستخدمين السعوديين لتشكيل الرأي العام الإلكتروني"

أبعاد المتغير التابع:

- الإدراك المعرفي
- الإدراك النقدي
- الإدراك السلوكي
- الإدراك التأثيري

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

مشكلة الدراسة:

في ظل التطور المتسارع لتكنولوجيا الاتصال وازدياد الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للمعلومات والتفاعل الاجتماعي، أصبح من اللافت الدور المتنامي الذي تلعبه خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تنظيم وتوجيه ما يُعرض على المستخدمين من محتوى. هذه الخوارزميات لا تعمل بشكل عشوائي، بل تقوم بجمع وتحليل البيانات السلوكية للمستخدمين، ومن ثم تُعيد ترتيب المحتوى وفقاً لما يُتوقع أن يثير تفاعلهم، مما يجعلها عنصراً غير مرئي لكنه شديد التأثير في تشكيل الرأي العام الإلكتروني. وتكمن المشكلة في أن هذا التأثير غالباً ما يكون غير مدرك من قبل المستخدمين، الذين يتلقون المعلومات ضمن بيئة رقمية مصممة خصيصاً لاستهدافهم دون علمهم الكامل بكيفية اختيار أو إقصاء المحتوى الظاهر أمامهم. ومع تصاعد الجدل حول التحيزات الكامنة في تلك الخوارزميات ودورها المحتمل في دعم أو قمع توجهات فكرية معينة، يصبح من الضروري الوقوف على مستوى وعي المستخدمين، خصوصاً في المملكة العربية السعودية، بهذا الدور المؤثر. فهل يدرك المستخدم السعودي أن ما يعرض له من محتوى هو نتاج عمليات خوارزمية مدروسة؟ وهل يعي مدى إمكانية تشكيل آرائه ومواقفه إزاء القضايا العامة من خلال هذه العمليات التقنية؟ تبرز هذه التساؤلات في ظل التفاعل المكثف للمجتمع السعودي مع مواقع التواصل الاجتماعي، مما يحتم الحاجة إلى دراسة ميدانية تقيس وتفسر إدراك الأفراد لدور الخوارزميات في صناعة الرأي العام الإلكتروني، وتكشف عن أبعاد هذا الإدراك وانعكاساته الاجتماعية والإعلامية.

أسئلة الدراسة:

- ما مدى إدراك المستخدمين السعوديين للدور الذي تلعبه خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تنظيم المحتوى المعروض لهم؟
- كيف يقيّم المستخدمون السعوديون تأثير خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل آرائهم حول القضايا العامة؟
- ما طبيعة العلاقة بين وعي المستخدم بالخوارزميات وبين سلوكه التفاعلي على منصات التواصل الاجتماعي؟
- إلى أي مدى يعتقد المستخدمون السعوديون أن الخوارزميات تسهم في توجيه الرأي العام الإلكتروني خلال الأحداث أو الأزمات؟

أهمية الدراسة (النظرية والتطبيقية):

الأهمية النظرية:

تنبع الأهمية النظرية لهذه الدراسة من الحاجة المتزايدة إلى تعميق الفهم العلمي للدور الخفي والمؤثر الذي تؤديه خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، وهو موضوع حديث نسبياً في مجال الدراسات الإعلامية والاجتماعية، خاصة في السياق العربي والخليجي. إذ تسعى هذه الدراسة إلى الإسهام في بناء إطار نظري متكامل يساعد على تفسير العلاقة بين الذكاء الاصطناعي - متمثلاً في الخوارزميات - وسلوك المستخدمين الرقمي، وذلك من خلال دراسة كيفية إدراك المستخدمين السعوديين لهذا الدور غير المرئي الذي تلعبه الخوارزميات في إعادة توجيه المحتوى، وتشكيل المواقف، والتأثير في التصورات الجماعية حول القضايا العامة. كما تضيف هذه الدراسة بعداً جديداً إلى الأدبيات الأكاديمية من خلال تركيزها على السياق الثقافي والاجتماعي للمجتمع السعودي، وهو ما يساعد في بناء نماذج تحليلية تتوافق مع طبيعة الاستخدام المحلي وشبكات العلاقات الرقمية في البيئة الخليجية. إضافة إلى ذلك، فإن تسليط الضوء على مفهوم الإدراك المستخدم كمفهوم مركزي في الدراسة يفتح المجال أمام الباحثين لدراسة مستويات الوعي الرقمي في المجتمعات العربية، وتحديد تأثيرات الذكاء الاصطناعي على تشكيل الوعي الجمعي في البيئة الرقمية.

الأهمية التطبيقية:

أما الأهمية التطبيقية فتتجلى في النتائج المتوقعة التي يمكن أن تسهم في توجيه السياسات العامة وممارسات صناعة المحتوى الرقمي والإعلامي في المملكة العربية السعودية. إذ إن فهم إدراك المستخدمين السعوديين لتأثيرات الخوارزميات يمكن أن يساعد صناع القرار، والجهات التنظيمية، ومطوري التطبيقات الرقمية، في تطوير نماذج عمل أكثر شفافية وعدالة في التعامل مع المحتوى، بما يحقق التوازن بين حرية التعبير والاعتبارات الأخلاقية والمجتمعية. كما أن نتائج هذه الدراسة قد تكون مرجعاً مهماً للمؤسسات الإعلامية في تحسين استراتيجياتها الرقمية، وبناء محتوى يعزز من وعي الجمهور بكيفية عمل الخوارزميات والتفاعل معها بوعي ونقد. وإضافة إلى ذلك، يمكن أن تقدم هذه الدراسة توصيات مهمة لمبادرات التثقيف الإعلامي الرقمي في المؤسسات التعليمية والثقافية، بما يساهم في رفع مستوى الوعي المجتمعي بالتحديات التقنية المرتبطة بالخوارزميات، ويعزز من قدرة المستخدمين على التعامل الواعي مع بيئة التواصل الرقمي.

أهداف الدراسة:

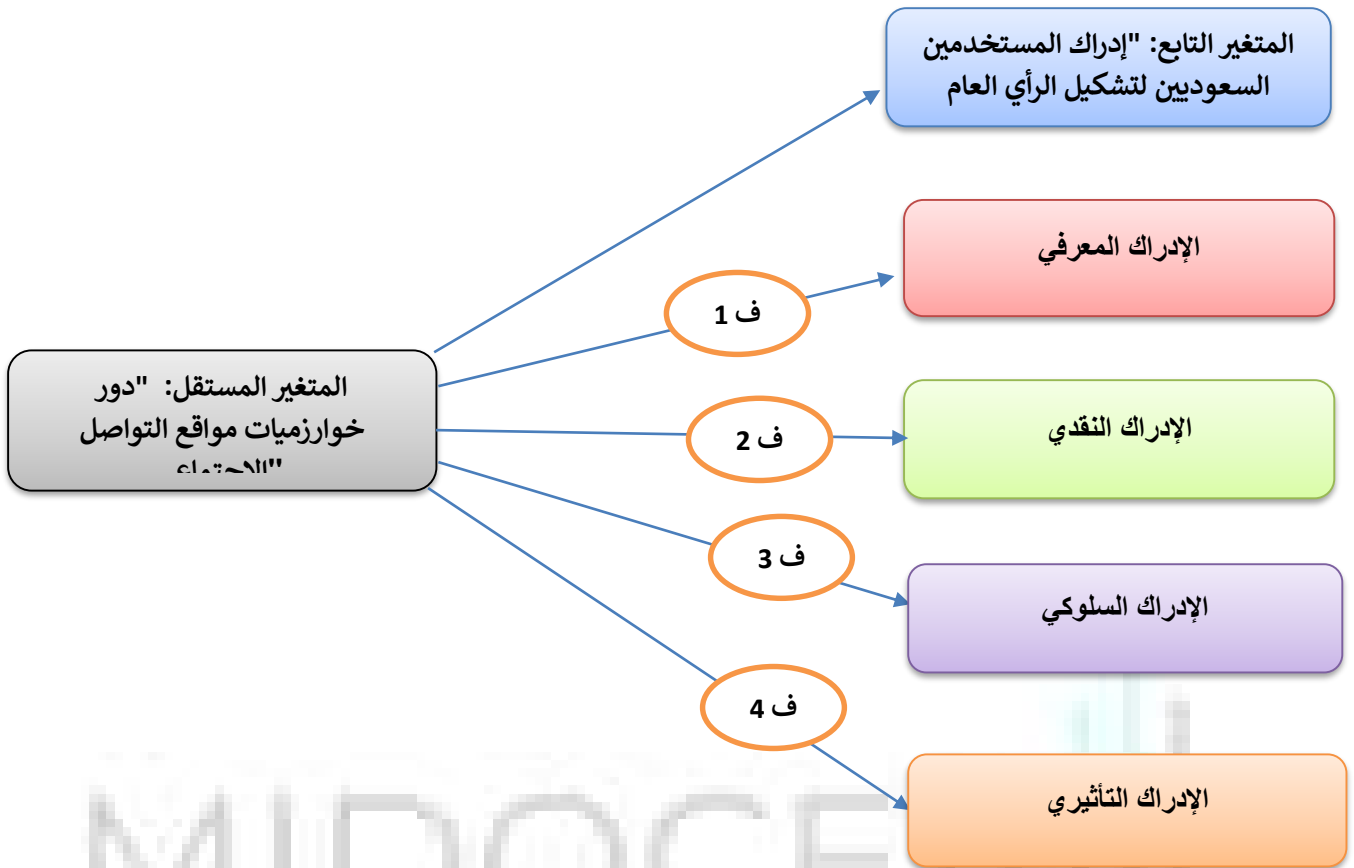
يهدف هذا البحث الى تحقيق مايلي:

- قياس مستوى إدراك المستخدمين السعوديين خلال عام 2025 للدور الذي تلعبه خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تنظيم المحتوى الذي يتعرضون له.
- تحليل مدى تأثير خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل آراء المستخدمين السعوديين حول القضايا العامة، وذلك خلال فترة جمع البيانات الميدانية.
- تحديد العلاقة بين وعي المستخدم السعودي بالخوارزميات وسلوكه التفاعلي على المنصات الرقمية، من خلال دراسة ميدانية قابلة للقياس خلال النصف الثاني من عام 2025.
- استكشاف تصورات المستخدمين السعوديين حول دور خوارزميات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام الإلكتروني أثناء الأزمات، بهدف تقديم مؤشرات قابلة للتطبيق خلال فترة الدراسة.

فرضيات الدراسة:

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي والإدراك المعرفي لدى المستخدمين السعوديين تجاه تشكيل الرأي العام الإلكتروني.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي والإدراك النقدي لدى المستخدمين السعوديين تجاه تشكيل الرأي العام الإلكتروني.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي والإدراك السلوكي لدى المستخدمين السعوديين تجاه تشكيل الرأي العام الإلكتروني.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي والإدراك التأثيري لدى المستخدمين السعوديين تجاه تشكيل الرأي العام الإلكتروني.

نموذج الدراسة:



الدراسات المرجعية:

➤ دراسة (العلالونة، ح.س.ن. (2024). دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني الأردني: نموذج معركة سيف القدس النموذجية.

في دراسة أجراها الباحث ح.س.ن. العلالونة (2024) بعنوان "دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني الأردني: نموذج معركة سيف القدس النموذجية"، سعى المؤلف إلى التعرف على مدى وعي المستخدمين الأردنيين بتأثيرات نظام الخوارزميات في إدارة المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى استكشاف الطرق التي لجأ إليها المستخدمون للتقليل من تأثير هذه الخوارزميات على محتواهم، لا سيما فيما يتعلق بالمحتوى الداعم للقضية الفلسطينية خلال معركة سيف القدس. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، مستخدمة أداة الاستبانة التي وُضعت على عينة مكونة من (504) مستخدمين أردنيين تم اختيارهم بطريقة العينة المتاحة. وأظهرت النتائج أن الفئات العمرية الأصغر سناً أبدت وعياً ومعرفة أكبر بوجود الخوارزميات وتدخلاتها المحتملة في توجيه المحتوى، كما اتضح أن نسبة 49.2% من أفراد العينة أكدوا فعالية أسلوب التحايل على الخوارزميات من خلال كتابة الكلمات الممنوعة بطريقة متقطعة باستخدام النقاط أو الرموز لتفادي الحظر أو تقليل مدى الوصول. وتوصى الدراسة بضرورة استثمار هذا الوعي المتنامي لدى الشباب الأردني من خلال إدماجهم في برامج متخصصة في الأمن الرقمي، والعمل على تعميم مثل هذه البرامج في مختلف المحافظات والفئات العمرية، بهدف دعم محو الأمية الرقمية وتعزيز الوعي بتأثيرات تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الرقمية.

➤ دراسة (وديع العززي، 2019). دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات المغتربين اليمنيين نحو قضايا الوطن.

هدف البحث إلى التعرف على " دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات المغتربين اليمنيين نحو قضايا الوطن". واستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي. وتكونت عينة البحث من 400 مفردة من المغتربين اليمنيين في المملكة العربية السعودية، خلال شهري نوفمبر-ديسمبر 2014م. وتمثلت أدوات البحث في استخدام أداة المسح الميداني، واستبانة لجمع البيانات. وجاءت نتائج البحث مؤكدة على أن أغلب المغتربين اليمنيين تتصفح المواقع الإلكترونية بصفة دائمة وأحياناً وبنسبة (84.7%). كما أكدت على ارتفاع معدل العينة للمواقع الإخبارية الإلكترونية، حيث أن النسبة الأعلى من عينة البحث تتصفح المواقع الإخبارية بشكل يومي بنسبة (47.0%)، ثم جاء على حسب الظروف بنسبة (33.8%)، وبنسبة (8.6%) مرة واحدة في الأسبوع، وبنسبة (5.5%) مرتان في الأسبوع، وبنسبة (5.2%) ثلاث مرات في الأسبوع. وأوصى البحث بضرورة تفعيل دور وسائل الإعلام اليمنية، والمواقع الإخبارية الإلكترونية بشكل خاص، عند طرحها لقضايا المغتربين اليمنيين، وزيادة الاهتمام بقضايا هذه الفئة، وذلك من خلال ربط هذا الطرح بإستراتيجية إعلامية محددة قائمة على تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية. وإجراء المزيد من البحوث حول فئة المغتربين اليمنيين، وعلاقتهم بوسائل الإعلام، ورصد التأثيرات المحتملة لاعتمادهم على وسائل الإعلام، سعياً لإحداث المزيد من التواصل مع هذه الفئة الهامة. كُتب هذا المستخلص من قبل دار المنظومة 2018.

➤ دراسة (مجلة الأندلس مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 2022). العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني دراسة ميدانية: الباحث: وليد أحمد حسين القيداني.

هدفت الدراسة إلى معرفة أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني. وفي سبيل ذلك قام الباحث باستعراض الأدبيات والدراسات السابقة لاستخلاص مجموعة من العوامل التي قام على ضوئها ببناء أداة الدراسة (الاستبيان)، وقد استهدفت الدراسة المجتمع اليمني الساكن في أمانة العاصمة صنعاء. استخدم الباحث المنهج الوصفي، كما تكون مجتمع الدراسة من جميع القاطنين في أمانة العاصمة صنعاء الذين يتوزعون في 10 مديريات هي: (صنعاء القديمة، التحرير، الصافية، آزال، الوحدة، معين، الثورة، بني الحارث، السبعين، شعوب) وقد بلغت عينة الدراسة (400) مفردة موزعة على هذه المديريات وتم توزيع الاستبانة بنسب متساوية على كافة المديريات. خرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها: وجود مجموعة من العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام مرتبطة بعوامل دائمة (شخصية)، والبعض الآخر مرتبط بعوامل (اجتماعية)، فيما ترتبط عوامل أخرى بالعوامل (المؤقتة) وقد تفاوتت أهميتها وتأثيرها في تشكيل الرأي العام من وجهة نظر المجتمع اليمني، وقد تبين أن العوامل الثقافية والدين والانتماء الاجتماعي كعوامل اجتماعية تفاعلية كانت أكثر تأثيراً على الرأي العام، بينما وجد أن وسائل التواصل الاجتماعية وطبيعة الأحداث كعوامل أخرى مؤقتة تلعب دوراً هاماً ومؤثراً في إثارة الرأي العام، وأخيراً لوحظ أن للعوامل الديموغرافية كعوامل شخصية ثابتة دوراً فاعلاً في تحديد مسار الرأي العام اليمني.

➤ دراسة (العساف، & عبد الله عبد المحسن، 2020). اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية السعودية عبر تويتر.

أكدت نتائج الدراسة الحالية أن الرأي العام السعودي يستخدم شبكة تويتر بكثافة لاستقاء المعلومات حول قضايا الهوية الوطنية سواء ما يتعلق منها بالاكشافات الأثرية، وما يتعلق بالموقع الجغرافي أو الاعتماد على الكفاءات السعودية من خلال السعودية، أو ما يتعلق بالقضايا الاجتماعية، وقضايا الانتماء. ويجد الرأي العام السعودي في التدوين المصغر عبر تويتر منصة إلكترونية فعالة في التعبير عن آرائه بشأن القضايا المهمة في المملكة وعلى رأسها قضايا الهوية الوطنية. كما تُشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن تويتر كان لها تأثيرات معرفية، ووجدانية، وسلوكية ملموسة في الرأي العام السعودي بما يتفق مع التراث العلمي السابق الذي يؤكد أن تلك الشبكة قد أحدثت تغييراً في واقع المجتمع السعودي، وأسهمت في مزيد من مشاركة الرأي العام السعودي في مناقشة القضايا المجتمعية المهمة ومن أبرزها قضايا الهوية الوطنية. وقد أثبتت الدراسة الحالية صدقية المقولات العلمية لنموذج تشكيل الاتجاهات Attitude Formation Model، بشأن حجم النقاش حول القضايا المهمة، ومستويات الثقة التي يوليها الرأي العام السعودي في تويتر. فعلى الرغم من التأثيرات المعرفية والوجدانية لتويتر إلا أن الرأي العام السعودي كانت لديه اتجاهات سلبية نحو تلك الشبكة فيما يتعلق بوجود خلط بين الرأي والخبر حال عرضها للموضوعات المتعلقة بالهوية الوطنية السعودية، وكذلك غياب المسؤولية

المهنية والأخلاقية لدى القائمين على توير عن التعرض للقضايا الخلافية التي ترتبط بقضايا الهوية الوطنية بالمملكة. كما تؤكد نتائج الفروض العلمية للدراسة الحالية على وجود ارتباطات إيجابية بين اعتماد الرأي العام على توير واتجاهاته نحو معالجتها-أي شبكة توير- لقضايا الهوية الوطنية السعودية مما يعكس مستويات الوعي المتزايدة لدى الرأي العام السعودي بالإشكاليات المرتبطة بعدم دقة المعلومات التي تتداولها الشبكات الاجتماعية حول القضايا المهمة في المملكة، كما تؤكد النتائج ذاتها صحة المقولات العلمية لنموذج تشكيل الاتجاهات والتي تؤكد على أن خصائص الرأي العام تُعد المتغير الأبرز في تحديد تأثيرات الإعلام الاجتماعي أو البديل ممثلًا في شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها توير.

➤ دراسة (الزهراني، أحمد علي، سالم، & دعاء فتحي. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو رؤية المملكة 2030.

كشف البحث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو رؤية المملكة (2030). عرض الإطار النظري متضمن على مواقع التواصل الاجتماعي، والشباب السعودي، وموقع توير. اعتمد البحث على المنهج المسحي. واختيرت عينة البحث من الشباب السعودي من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي توير، وبلغ عددهم (400) طالب وطالبة من المستويات العمرية والتعليمية المختلفة. واشتملت أدوات البحث على استمارة استقصاء لجميع البيانات التي تقيس الأبعاد والمتغيرات المختلفة للبحث. أكدت نتائج البحث على وجود علاقة بين دوافع تعرض المبحوثين للمضامين التي يتابعونها على موقع توير والخاصة برؤية (2030) والتأثيرات الناتجة (المعرفية والوجدانية والسلوكية)، كما أكدت على وجود علاقة دالة إحصائية بين إدراك الشباب السعودي عينة الدراسة للتفاعلية بموقع توير وإدراكهم لكل من درجة الحضور الاجتماعي التي يحققها الموقع لهم، درجة ثراء الموقع. اختتم البحث بتقديم مجموعة من التوصيات أهمها، ضرورة إطلاع الشباب عما تم تنفيذه من أعمال ومشاريع مدرجة في رؤية (2030) حتى يتم تحفيزهم وإخراج طاقاتهم للاشتراك في تحقيق أهداف الرؤية. كُتب هذا المستخلص من قبل المنظومة 2022

➤ دراسة (نوف خالد العتيبي. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية" توير أنموذجاً"-دراسة ميدانية-المملكة العربية السعودية.

دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في تشكيل اتجاهات الرأي العام بين الطلاب عبد العولكبر أ. الابايسي وزهير ي. الطاهات* الملخص، يتم تلخيص أهداف الدراسة لتكوين معدلات الرأي العام ومستوى استخدام الشبكات الاجتماعية والموضوعات التجارية للمعلومات المتبرية. استخدم الباحثان النهج الوصفي من خلال تصميم الاستبيان لمسح آراء الطلاب، وجمع الحقائق والمعلومات ثم تحليله. خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج التي أبرزت الاستخدام الواسع للشبكات الاجتماعية بين الطلاب، وأصبحت هذه الشبكات مصدرًا للوصول إلى الأخبار والمعلومات التي من شأنها أن تؤثر على تشكيل الرأي العام، والتنافس مع وسائل الإعلام التقليدية والصحافة عبر الإنترنت. أسفرت بعض المعلومات بشكل إيجابي، مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء، والبعض الآخر سلبيًا، مثل محاولة لربط الأحداث الجارية في البلدان المجاورة مع الوضع الداخلي، مما يشك في مصداقية المجتمع المحلي أو شبه الرسمي، وإثارة المظاهرة أو الاحتجاج أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك المجتمع أو الدعوة إلى جميع الأنشطة الحكومية التي حثتها الحكومة.

➤ دراسة (منماني، مباركة، بورقعة، & سمية. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام في قضايا المجتمع-دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيس بوك.

تعبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الاتصال التي فرضت نفسها في الآونة الأخيرة، كما أصبح لها دور كبير في نشر مختلف المستجدات والمواضيع في شتى المجالات، حيث تمثل حلقة وصل بين الجماهير وصناع القرار في ما يخص قضايا المجتمع وتطلعاته، كما أخذ تأثيرها منحا تصاعدي و دورا كبيرا في التحولات الجارية، ومن هنا جاءت دراستنا هذه من أهمية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام وتوجيه المجتمع نحو قضايا محددة وهي دراسة وصفية اعتمدنا فيها على أداة الاستبيان الالكترونية اين توصلت الدراسة الى ان موقع الفيس بوك يساهم في تشكيل الراي العام، كما يساهم في حل العديد من مشاكل المجتمع، وكان ذلك من خلال الاجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام في قضايا المجتمع؟

➤ دراسة (روزانه نايف محمد، & حاتم سليم نهار ال. (2024). دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني الأردني معركة سيف القدس أنموذجاً.

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم وعي المستخدمين الأردنيين فيما يتعلق بتأثيرات الأنظمة الخوارزمية في إدارة المحتوى في شبكات التواصل الاجتماعي، والاستراتيجيات التي استخدموها لتقليل تأثير الخوارزميات على مؤيد الفلسطينيين خلال معركة سيف آندز. الطريقة: تعتمد هذه الدراسة نهجاً وصفيًا، واستخدمت طريقة المسح. تم جمع البيانات المطلوبة باستخدام استبيان موزعة على (504) مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي الأردني خلال معركة سيف الديدان، من خلال العينة المتاحة. النتائج: أظهرت الفئات العمرية الأصغر سناً مستوى أعلى من الوعي والمعرفة حول وجود الخوارزميات المستهدفة على شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها والتدخلات المحتملة. أظهرت النتائج أيضًا أن (49.2 ٪) من المجيبين اتفقوا على أن التحايل على نظام الخوارزميات أثناء عملية النشر من خلال فصل رسائل الكلمات المبلغ عنها في محتواهم باستخدام النقاط والرموز هو أحد أكثر الطرق فعالية: استنادًا إلى الاستثمار في الأدب الشاب، فإن الدراسة تتنافس على الأدب الشاب، حيث توصي بالدرجة على الأدب الشاب. دورات الأمن. ويقترح أيضًا تصميم دورات تدريبية بالتعاون مع مراكز الشباب الحكومية في جميع المحافظين والفئات العمرية المختلفة لتعزيز محو الأمية الرقمية بين شرائح معينة من المجتمع الأردني.

➤ دراسة (فواز طلال العدوان. (2023). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام في الأردن.

لا يمكن فصل دور مواقع التواصل الاجتماعي عن بناء وتشكيل وتوجيه الرأي العام، لذا تهدف هذه الدراسة بالبحث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الأردني، حيث تُشكل مواقع التواصل الاجتماعي في الأردن، مصدر إزعاج غير مسبوق للحكومة، التي أصبحت تعليقات الأردنيين عبر تلك المواقع "الشغل الشاغل" للحكومة الأردنية، ووسائل إعلامها الرسمية، التي لا تتوانى عن استغلال أي فرصة للهجوم عليها. وقد تصاعد الانتقاد الأردني الرسمي؛ الحكومة وإعلامها، مؤخرًا بصورة ملحوظة لمواقع التواصل الاجتماعي، فيما يبدو أنه تمهيد حكومي لسن مجموعة جديدة من القوانين، لتقييد الحريات على هذه المواقع، والتخفيف من تأثيرها في توجيه وتشكيل الرأي العام الأردني. لذا يحاول هذا البحث الإجابة على التساؤل هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في توجيه الرأي العام الأردني؟ وماهي أهم القضايا الرئيسية التي تناولتها مواقع التواصل الاجتماعي وشغلت الرأي العام الأردني؟

➤ دراسة (نوف خالد العتيبي. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية" تويتر أنموذجاً"-دراسة ميدانية-المملكة العربية السعودية.

هدفت الدراسة إلى قياس مدى تأثير الآراء المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر أنموذجاً) على تشكيل اتجاه الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة السعودية للمناصب القيادية، رصد مدى الاهتمام الاجتماعي والأهمية لمدرسة لمحاو الرؤية الخاصة بالمرأة لدى الجمهور السعودي، تحليل دور بعض العوامل (الديموغرافية) في تشكيل الاتجاه نحو تولي المرأة السعودية للمناصب القيادية، معرفة الآراء المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) نحو ماهية المعوقات التي تعيق تولي المرأة السعودية للمناصب القيادية، واتبعت الباحثة المنهج المسح الاجتماعي، وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي، حيث بلغت عينة الدراسة من (300) مفردة من كلا الجنسين وتراوح أعمارهم بين (18-65 سنة)، وتم توزيع الاستبانة عليهم وجمع البيانات وتحليلها، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج: 1- أن متوسط الوقت الذي يقضيه عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا من 4-6 ساعات يوميًا. 2- أن موقع تويتر من مواقع التواصل الاجتماعي المفضل لدى الجمهور السعودي، حيث تبين أن 63% من عينة الدراسة يتابعون المنصة يوميًا. 3- أن أغلبية عينة الدراسة تستخدم منصة تويتر كمصدر للمعلومات والبحث عنها. 4- نستنتج أن لدى مستخدمي منصة تويتر وعي كبير حيث تعددت استخدامات تويتر، وجاء في المرتبة الأولى لمعرفة مستجدات الأمور، وآخر الأحداث والتطورات الحاصلة ومتابعة التغيرات الاجتماعية الحاصلة للمرأة السعودية، كما أنه يساعدهم في تشكيل الرأي العام حول قضية تولي المرأة للمناصب الإدارية. 5- من الإشباع المتحققة لعينة الدراسة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تكوين معلومات كافية حول تولي المرأة للمناصب القيادية، ومشاركة في كتابة آرائهم حول تولي المرأة للمناصب القيادية، ومناقشة

أصدقائهم.6- تولى المرأة للمناصب القيادية لا تتعارض مع قيم وعادات المجتمع السعودي من وجهة نظر عينة الدراسة.7- رؤية 2030 دعمت القضايا التي تولى المرأة للمناصب القيادية.

➤ دراسة (الحمد، & خلف لافي. (2022). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك. وتكمن أهمية هذه الدراسة في سبر غور إحدى المواضيع الإعلامية التي قلما تناولها الباحثون بالدراسة والتقصى والتي تدور حول قدرة هذه المنصات الرقمية على توجيه الشباب نحو تبني فكرة أو قضية محدّدة تساهم في تشكيل الرأي العام السياسي لديهم. ومن خلال تأسيس الإطار النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، تم استخدام منهج المسح على عينة حصصية من طلبة جامعة اليرموك بلغت (400) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن النسبة الأكبر من المبحوثين يعتمدون بدرجة مرتفعة على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية بنسبة (49.3%)، وجاءت "فيسبوك" بمتوسط حسابي (2.27)، و"تويتر" بمتوسط حسابي (1.78). كما اتضح بأن هذه المنصات تساهم في تشكيل الرأي العام السياسي حول الأحداث والقضايا السياسية لدى المبحوثين وبدرجة مرتفعة. وقد تمثلت أبرز أشكال مساهمة هذه الشبكات التواصلية الرقمية في تشكيل الرأي العام السياسي حول الأحداث والقضايا السياسية في "زيادة الوعي السياسي" بمتوسط حسابي (2.21). وتجدر الإشارة إلى أن هنالك علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، ودرجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي، بالإضافة إلى وجود علاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على هذه المنصات الاجتماعية لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية والآثار الناتجة عن هذا الاعتماد. وفي ضوء هذه النتائج، توصي هذه الدراسة بضرورة عقد مؤتمرات وندوات تثقيفية من قبل الجهات المعنية بالشباب لتوعيتهم بالسلبات والإيجابيات للمضامين التي تعرضها شبكات التواصل الاجتماعي، وكيفية التعامل مع هذه الشبكات بالطريقة الصحيحة، ناهيك عن زيادة التفاعل الرقمي من قبل ذوي الاختصاص من أصحاب الخبرات بهدف تناول قضايا سياسية بالمناقشة والحوار بمشاركة الشباب وانخراطهم بفاعلية حتى يتم تشكيل الرأي العام لديهم بحذر ووضوح بعيداً عن التلاعب بأرائهم وتوجيهها باتجاهات مضللة لا تخدم الصالح العام.

➤ دراسة (دليلش وآخرون. (2021). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام خلال الحراك الشعبي الجزائري "الفاسبوك نموذجاً".

من خلال دراستنا لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام خلال الحراك الشعبي الجزائري . فإيسبوك نموذجاً، استطعنا تسليط بعض الضوء على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي عامة، هذه الأهمية برزت من خلال الدور الذي تلعبه هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام، خصوصاً إذا كان ذلك في خضم حركة اجتماعية تعيشها الجزائر منذ 2019 هذه المرحلة يمكن وصفها بالحساسية لما قد يترتب عنها من نتائج على المدينين القريب والبعيد. وقد اتضح من خلال هذه الدراسة، الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تطور طريقة تشكيل الرأي العام موازاة للرأي العام الافتراضي. كما كشفت في المقابل عن الدور الذي تلعبه هذه الشبكات في تطور أساليب الحركات الاجتماعية وخصوصاً في صغتها الجديدة، مما جعل الموضوع أكثر تشعباً ويستنفذ من الجهد والوقت الكثير. لذلك تم حصر موضوع الدراسة في بعض النقاط التي رأيناها تكتسي أهمية وتخدم موضوع الدراسة

➤ دراسة (الدكتور أسامة بن غازي المدني، & أسامة بن غازي المدني. (2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية «تويتر نموذجاً».

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور شبكة التواصل الاجتماعي تويتر في نشر الشائعات بين طالب الجامعات السعوديين، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تعتمد على المنهج المسحي، وأجريت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من الذي يتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي «تويتر» من جامعي (أم القرى- الملك عبد العزيز) وقوامها 400 مفردة، واعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء، وقد توصلت الدراسة إلى:- أنه توجد فروق ذات دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو الشائعات تبعاً لاختلاف الجامعة أم القرى - الملك عبد العزيز)، كما أثبتت الدراسة أيضاً وجود فروق ذات دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو الشائعات تبعاً لاختلاف دوافع التعرض لشبكة «تويتر». Twitter.

➤ دراسة (المدني، & أسامة غازي. (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية جامعة أم القرى نموذجاً.

تهدف الدراسة إلى التحقيق في دور شبكات الاتصالات الاجتماعية في بناء الرأي العام بين الطلاب في الجامعات السعودية. هذه الدراسة وصفية في الطبيعة واستخدمت طريقة المسح. تألفت عينة الدراسة من 200 طالب من جامعة أوم القورا من الكليات العملية والنظرية (كلية العلوم الاجتماعية الكلية للعلوم الطبية- كليات العلوم التطبيقية). تضمنت أدوات الدراسة استبياناً - مقياس إنشاء الرأي العام للطلاب في الجامعات السعودية. أشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة المئوية ذات المستوى العالي في بناء الرأي العام جاءت من الطلاب الذين استخدموا مواقع الاتصالات الاجتماعية التي كانت 41.86 %، حيث كان المستوى المتوسط 55.23 %، في حين أن المستوى المنخفض كان 2.91 %. أظهرت النتائج أيضاً أن هناك فرقاً مختلفاً من الناحية الإحصائية بين متوسط العينة في المقياس في نطاق التواصل الاجتماعي في إشراك العروض العامة. هناك فرق ذي دلالة إحصائية بين متوسط النتيجة لعينة الدراسة في نطاق دور شبكات الاتصال الاجتماعي في استخدام التواصل الاجتماعي من خلال الإنترنت وفقاً لمستوى مختلف الخبرة في استخدام الإنترنت بين المشاركين.

➤ دراسة (حمدي، & البشير. نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في صناعة الرأي العام (دراسة تحليلية لأخبار الحراك الجزائري عبر موقع فيسبوك)

انطلقت هذه الدراسة من إثارة إشكالية إختبار -أثر الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام-، وذلك أثناء فترة الحراك الشعبي، الذي شهدته الجزائر مع مطلع العام 2019، وتم في هذا السياق إختبار هذه الأخبار المنشورة عبر موقع فيسبوك، عن طريق تحليل عينة من منشورات صفحة Fake news DZ، باعتبارها من أكثر الصفحات التي تهتم برصد وكشف الأخبار الكاذبة المتعلقة بمخرجات الحراك الشعبي، كما تم إعداد إختبار رأي الجمهور من فئة الأساتذة الجامعيين، ممن هم في تخصص الصحافة والعلوم السياسية، ولم يكن إختيار مجتمع البحث إعتباطياً، بل كان تحت عدة مبررات، أبرزها ما يتعلق بالظاهرة الإتصالية، التي نحن بصدد مناقشتها، وهي (الأخبار الكاذبة)، وكذا حدود تأثيراتها على الجمهور الإفتراضي بالدرجة الأولى (الرأي العام الإفتراضي أو الإلكتروني)، بالإضافة إلى ذلك كله أن مجتمع البحث هذا، يمتلك زوايا إهتمام حول هذا الموضوع، أكثر من الفئات الأخرى، نظراً لأن الحراك هو ظاهرة تحمل الطابع السياسي الإعلامى بالدرجة الأولى. توصلت الدراسة في الأخير أن هناك أثر للأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الحراك الشعبي على الرأي العام، وتبرّر هذا النتيجة، إستناداً إلى ما تم رصده من حجم هذه الأخبار الكاذبة المنتشرة على هذه الفضاءات، التي تفاعل معها الجمهور، بدعم من حالة الإضطراب وضبابية المشهد السياسي، الذي شهدته الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي، وتراجع دور وسائل الإعلام الرسمية، وعدم تعاملها الحيادي مع مخرجات الحراك الشعبي.

➤ دراسة (عبد الجواد، & نجوان أحمد عاصم. (2024). خوارزميات المنصات الرقمية ودورها في تشكيل الرأي العام (أزمة فلسطين نموذجاً).

لقد غيرت خوارزميات المنصات الإفتراضية بشكل جذري الطريقة التي نتفاعل بها مع المعلومات، فأصبحت تحاكي الوظائف المعرفية للإنسان مثل التفكير والتواصل والإهتمامات المختلفة، وحل المشكلات المعقدة معتمدة على يما يسمى بالخلايا العصبية الرقمية، ففي عصر الإعلام الرقمي، لعبت الخوارزميات دوراً محورياً في تحديد كيفية وصول المعلومات إلى المستخدمين فتنتقل الدراسة من هدف رئيسي وهو التعرف على العلاقة الإفتراضية حول تأثير خوارزميات المنصات الرقمية على الرأي العام وتشكيله، والتعرف على التأثيرات النفسية والاجتماعية للتخصيص الخوارزمي على المستخدمين. فاستخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون لبعض الصفحات على منصات التواصل الاجتماعي الثلاثة (تويتر - إنستجرام - الفيس بوك) مستخدمة أدوات التحليل الاجتماعي لكل منصة مثل لقياس عدد التفاعل Tweet Deck, Brand watch, Social bakers. مثل عدد المتابعين، التغريدات، الإعجابات، والمشاركات، ومن ثم تم اختيار صفحات داعمة للأزمة الفلسطينية وتم عمل تحليل مضمون من قبل الباحثة وهي صفحة الجزيرة فلسطين على منصة تويتر، وصفحة العربية العربية على الفيس بوك، ومنصة أنا العربي على منصة إنستجرام، كما عملت الدراسة تتبع للصفحات والتغريدات التي تم حجب المحتوى لها على منصات الثلاثة منذ بداية الأزمة 7 أكتوبر 2023. وتوصلت نتائج الدراسة إلى الخوارزميات تميل إلى تعزيز فقاعات المعلومات وتقوية التحيز التأكيدي طبقاً لتصفح المستخدم، وأن التخصيص الخوارزمي يؤثر على سلوكيات المستخدمين وتفاعلهم مع المحتوى. مما يؤثر على تشكيل الرأي العام.

❖ دراسة (الدرع، رامي، زهري، & أسماء. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

تهدف هذه الدراسة أساساً إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، وقد اعتمدت هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والشبكات، كما اعتمدت الدراسة الميدانية على المنهج الوصفي التحليلي، وأيضاً على الاستمارة كأداة لجمع البيانات من العينة التي كانت ستشمل في بداية الدراسة وقبل الظروف بسبب فيروس كورونا طلبة كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3، حيث شملت العينة 107 طالب وطالبة من مختلف الأطوار في الكلية. فاكثفنا بالجانب النظري فقط في هاته الدراسة ومن خلال ما تطرقنا له في الفصلين النظريين وهما شبكات التواصل الاجتماعي والرأي العام توصلنا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم وبشكل كبير في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا المجتمع الكبيرة والحساسة في مختلف المجالات، وذلك من خلال ما تتيحه من مجال لمناقشة ومعالجة هاته القضايا بشكل حر ومفتوح.

➤ دراسة (علي عبد الهادي عبد الامير. (2016). اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني ازاء الازمات الامنية.

هدفت الدراسة إلى قياس مدى تأثير الآراء المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي (توتير أنموذجاً) على تشكيل اتجاه الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة السعودية للمناصب القيادية، رصد مدى الاهتمام الاجتماعي والأهمية لمدرسة لمحاو الرؤية الخاصة بالمرأة لدى الجمهور السعودي، تحليل دور بعض العوامل (الديموغرافية) في تشكيل الاتجاه نحو تولي المرأة السعودية للمناصب القيادية، معرفة الآراء المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي (توتير) نحو ماهية المعوقات التي تعيق تولي المرأة السعودية للمناصب القيادية، واتبعت الباحثة المنهج المسح الاجتماعي، وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي، حيث بلغت عينة الدراسة من (300) مفردة من كلا الجنسين وتراوحت أعمارهم بين (18-65 سنة)، وتم توزيع الاستبانة عليهم وجمع البيانات وتحليلها، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج: 1- أن متوسط الوقت الذي يقضيه عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً من 4-6 ساعات يومياً. 2- أن موقع توتير من مواقع التواصل الاجتماعي المفضل لدى الجمهور السعودي، حيث تبين أن 63% من عينة الدراسة يتابعون المنصة يومياً. 3- أن أغلبية عينة الدراسة تستخدم منصة توتير كمصدر للمعلومات والبحث عنها. 4- تستنتج أن لدى مستخدمي منصة توتير وعي كبير حيث تعددت استخدامات توتير، وجاء في المرتبة الأولى لمعرفة مستجدات الأمور، وآخر الأحداث والتطورات الحاصلة ومتابعة التغيرات الاجتماعية الحاصلة للمرأة السعودية، كما أنه يساعدهم في تشكيل الرأي العام حول قضية تولي المرأة للمناصب الإدارية. 5- من الإشباع المتحققة لعينة الدراسة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تكوين معلومات كافية حول تولي المرأة للمناصب القيادية، ومشاركة في كتابة آرائهم حول تولي المرأة للمناصب القيادية، ومناقشة أصدقائهم. 6- تولي المرأة للمناصب القيادية لا تتعارض مع قيم وعادات المجتمع السعودي من وجهة نظر عينة الدراسة. 7- رؤية 2030 دعمت القضايا التي تولي المرأة للمناصب القيادية.

➤ دراسة (فواز طلال العدوان. (2023). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام في الأردن. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية.

لا يمكن فصل دور مواقع التواصل الاجتماعي عن بناء وتشكيل وتوجيه الرأي العام، لذا تهدف هذه الدراسة بالبحث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الأردني، حيث تُشكل مواقع التواصل الاجتماعي في الأردن، مصدر إزعاج غير مسبوق للحكومة، التي أصبحت تعليقات الأردنيين عبر تلك المواقع "الشغل الشاغل" للحكومة الأردنية، ووسائل إعلامها الرسمية، التي لا تتوانى عن استغلال أي فرصة للهجوم عليها. وقد تصاعد الانتقاد الأردني الرسمي؛ الحكومة وإعلامها، مؤخراً بصورة ملحوظة لمواقع التواصل الاجتماعي، فيما يبدو أنه تمهيد حكومي لسن مجموعة جديدة من القوانين، لتقييد الحريات على هذه المواقع، والتخفيف من تأثيرها في توجيه وتشكيل الرأي العام الأردني. لذا يحاول هذا البحث الإجابة على التساؤل هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في توجيه الرأي العام الأردني؟ وماهي أهم القضايا الرئيسية التي تناولتها مواقع التواصل الاجتماعي وشغلت الرأي العام الأردني؟

➤ دراسة (العلاوين، ح. س، ن. دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني الأردني: معركة سيف القدس أنموذجًا).

الأهداف: التعرف إلى مدى وعي المستخدمين الأردنيين بتأثيرات نظام الخوارزميات في إدارة المحتوى في شبكات التواصل الاجتماعي، والطرق التي اتخذوها للتقليل من حجم تأثير الخوارزميات في محتوهم الداعم للقضية الفلسطينية في أثناء معركة سيف القدس. المنهجية: تعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت على المنهج المسحي. تم الحصول على البيانات المطلوبة باستخدام استبانة استجاب لها (504) من المستخدمين الأردنيين لشبكات التواصل الاجتماعي في أثناء معركة سيف القدس، من خلال العينة المتاحة. النتائج: إن الفئات العمرية الأصغر سنًا هي الفئات العمرية الأكثر وعيًا ومعرفة بوجود الخوارزميات الموجهة لدى شبكات التواصل الاجتماعي وبالتالي تأثيرها وإمكانية تدخلاتها. كما بينت النتائج أن (49.2%) من أفراد العينة اتفقوا أن التحايل على نظام الخوارزميات خلال عملية النشر عن طريق الفصل بين حروف الكلمات التي يجري الإبلاغ عنها في محتوهم باستخدام النقاط والرموز كان من أكثر الطرق فعالية. الخلاصة: بالاستناد إلى مؤشر زيادة إدراك المستخدمين الأردنيين الأصغر سنًا بالتدخلات الخوارزمية، توصي الدراسة بالاستثمار بمعرفة الشباب الأردني الأصغر سنًا بهذا المجال من خلال زجهم في دورات أمن رقمي، وتصميم دورات في جميع المحافظات ولمختلف الأعمار بالتعاون مع مراكز الشباب الحكومية لمحو الأمية الرقمية لدى بعض فئات المجتمع الأردني.

➤ دراسة (محمد جواد كاظم عبد العابدي. (2024). دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام حول السياسات النفطية (دراسة وصفية لاستراتيجية وزارة النفط العراقية).

تناولت دراسة محمد جواد كاظم عبد العابدي (2024) بعنوان "دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام حول السياسات النفطية: دراسة وصفية لاستراتيجية وزارة النفط العراقية" موضوع تأثير وسائل الإعلام، وتحديدًا مواقع التواصل الاجتماعي، في تشكيل الرأي العام السعودي خلال الأزمات، وقد اتخذ الباحث من أزمة فيروس كورونا نموذجًا تطبيقيًا للدراسة. وهدفت الدراسة إلى التعرف على آراء الجمهور السعودي وقياس الدور الذي تضطلع به مواقع التواصل في توجيه مواقفهم تجاه الأحداث الجارية، مع التركيز على الحسابات الرسمية وغير الرسمية عبر منصة تويتر. اعتمد الباحث المنهج الوصفي، وقام بتوزيع 350 استبانة على ثلاث فئات مجتمعية تشمل النخب، والمثقفين والإعلاميين، وعامة الجمهور، وتم التحقق من صدق الأداة من خلال عرضها على عدد من المحكمين المتخصصين. وبينت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لعبت دورًا كبيرًا في التأثير على الرأي العام السعودي خلال فترة الأزمات، وخاصة أزمة كورونا، حيث أظهرت النتائج أن أفراد العينة يثقون في محتوى هذه الوسائل ويتبادلون المعلومات فيما بينهم بشكل يومي ولساعات طويلة، مما أدى إلى تشكل مواقف اجتماعية وسلوكية جديدة. كما كشفت النتائج عن وجود توافق إيجابي كبير بين نتائج تحليل المضمون ونتائج الدراسة الميدانية، بما يعزز الفرضية حول التأثير الحقيقي لمنصات التواصل في توجيه الرأي العام في المملكة العربية السعودية وقت الأزمات.

تعقيب الباحث على الدراسات السابقة

عكست الدراسات السابقة تنوعًا جغرافيًا ومنهجيًا في مقارنة موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي وخوارزمياتها على تشكيل الرأي العام، مما يثري القاعدة المعرفية في هذا المجال، ويكشف عن تطورات لافئة في وعي الأفراد تجاه الآليات التقنية التي تتحكم بالمحتوى الرقمي. وقد اتسمت معظم هذه الدراسات بتوجه وصفي-تحليلي، واعتمدت في الغالب على أدوات الاستبيان، وهو أمر يُظهر أهمية الجانب الكمي في استقصاء آراء المستخدمين.

أولاً، تُظهر دراسة العلاونة (2024) وعبد الجواد (2024) وعيًا متناميًا لدى المستخدمين العرب، لا سيما فئة الشباب، بآليات عمل الخوارزميات، وهو وعي تبلور خصوصًا في القضايا ذات الطبيعة السياسية والحقوقية مثل القضية الفلسطينية. وقد ركزت هذه الدراسات على التحايل الواعي من قبل المستخدمين لكسر السيطرة الخوارزمية، مما يعكس تحولًا في موقع المتلقي من مجرد مستقبل سلبي إلى فاعل رقمي قادر على التكيف.

ثانيًا، ركزت بعض الدراسات مثل العز عزي (2019) والقيداني (2022) على المتغيرات الاجتماعية والثقافية وتأثيرها على تشكيل الرأي العام، موضحة أن شبكات التواصل ليست العامل الوحيد، بل تتداخل معها

الانتماءات الثقافية والدينية، والعوامل الديموغرافية، ما يفرض على الباحثين في هذا المجال تبني منظور تكاملي متعدد الأبعاد.

ثالثاً، كشفت دراسات مثل الزهراني والعتيبي (2018 و2021) والعساف (2020) عن دور تويتر في تشكيل توجهات الشباب السعودي تجاه قضايا وطنية واجتماعية، وخاصة ما يتعلق برؤية المملكة 2030 وتمكين المرأة. ومن المثير أن بعض النتائج أظهرت وجود وعي نقدي لدى الجمهور تجاه مصداقية المعلومات المعروضة، ما يعكس تطوراً في التفكير الإعلامي لدى المستخدمين.

رابعاً، تناولت دراسات أخرى مثل منماني وآخرون (2021) والحمد والمديني (2022) دور مواقع مثل فيسبوك في التحشيد المجتمعي وتوجيه الرأي العام، حيث أبرزت النتائج قدرة هذه المنصات على إثارة النقاشات العامة والتفاعل السياسي، إلا أن البعض حذر من التضليل والخطاب العاطفي الذي قد يترافق مع الاستخدام المكثف لهذه الوسائل.

خامساً، على الرغم من وفرة الدراسات، يلاحظ الباحث أن القليل منها فقط ركز على البعد التكنولوجي الصرف، أي كيفية عمل الخوارزميات نفسها ومقدار تحكمها في المحتوى، وهو ما حاولت بعض الدراسات الجديدة مثل دراسة عبد الجواد (2024) الإضاءة عليه من خلال تحليل أدوات مثل TweetDeck وBrandwatch. وتبقى الحاجة قائمة لمزيد من الأبحاث الميدانية في السياق السعودي تحديداً، وهو ما يسعى هذا البحث إلى سدّه.

وجهة نظر الباحث

يستخلص الباحث من هذا العرض المرجعي أن الخوارزميات ليست مجرد أدوات تقنية، بل أدوات أيديولوجية تُسهم في تشكيل الإدراك الجمعي، خاصة عندما تتفاعل مع بيئة إعلامية مفتوحة وتفاعلية مثل تلك التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي. كما أن هناك فرقاً بين الوعي بوجود الخوارزميات، والقدرة على فهم آليات عملها والتعامل معها بفعالية. من هنا تنبع أهمية التركيز في هذا البحث على إدراك المستخدم السعودي، لأنه يمثل حجر الأساس في تشكيل موقفه من المعلومات المتداولة.

إن البيئة السعودية تشهد حالياً حراكاً رقمياً كبيراً في ظل برامج التحول الرقمي ورؤية 2030، ما يستدعي استكشاف مدى نضج هذا الوعي تجاه الخوارزميات، وتحديد ما إذا كان يعكس استخداماً ناقداً أم تلقائياً للمحتوى الرقمي. ولذلك، يتبنى هذا البحث مدخلاً تحليلياً ميدانياً يعكس خصوصية السياق السعودي ويضيف بعداً جديداً للأدبيات السابقة.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

● خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي:

تشير خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي - في سياق هذه الدراسة - إلى مجموعة من القواعد والعمليات البرمجية التي تتحكم في ما يُعرض للمستخدمين من محتوى عبر منصات مثل تويتر وفيسبوك وإنستغرام، وتعمل هذه الخوارزميات على تصفية وترتيب المنشورات بناءً على تفاعلات المستخدم وتفضيلاته وبياناته السلوكية. وتُعد هذه الخوارزميات عاملاً جوهرياً في تشكيل الرأي العام الإلكتروني لأنها تسهم في بناء "فقاعات معلوماتية" تحصر المستخدم ضمن محتوى يتوافق مع معتقداته، مما يؤثر في إدراكه للواقع الرقمي والسياسي والاجتماعي (روزانه نايف محمد، 2024). ويُستخدم هذا المصطلح إجرائياً في هذه الدراسة للإشارة إلى الوظيفة التقريرية للخوارزميات في توجيه المحتوى نحو فئات معينة داخل البيئة الرقمية، وما إذا كان المستخدمون السعوديون واعين بذلك التوجيه في تكوين آرائهم الإلكترونية.

● الرأي العام الإلكتروني:

يعني الرأي العام الإلكتروني، كما تتناوله هذه الدراسة، الاتجاهات والتصورات والمواقف التي يكوّنها الأفراد ضمن الفضاء الرقمي تجاه قضية أو موضوع معين، وتُعبّر عنها عبر المنصات الإلكترونية المختلفة. لم يعد الرأي العام

الإلكتروني مجرد انعكاس للرأي العام التقليدي، بل أصبح كياناً مستقلاً يتشكل من خلال التفاعلات الرقمية الفورية، وتلعب فيه الخوارزميات دوراً في تعزيز أو تهميش بعض الأصوات. وتؤكد دراسات سابقة أن الفضاء الرقمي يُنتج شكلاً جديداً من الحراك الجماعي القائم على المشاركة الإلكترونية وتبادل المعلومات السريع (العبدى، 2021). وتُعرّف الدراسة هذا المصطلح إجرائياً باعتباره مدى تأثر الاتجاهات العامة للمستخدمين السعوديين بما يعرض لهم عبر منصات التواصل الاجتماعي من محتوى يتعلق بقضايا مجتمعية، سياسية أو ثقافية، يتم توجيهه خوارزمياً.

● إدراك المستخدم:

في الإطار الإجرائي لهذه الدراسة، يُقصد بإدراك المستخدم وعيه وفهمه للدور الذي تؤديه خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل المحتوى الذي يراه ويستهلكه إلكترونياً، ومدى وعيه بتأثير هذا المحتوى على آرائه ومواقفه تجاه القضايا العامة. يُعرّف الإدراك هنا على مستويين: معرفي يتصل بفهم الآليات التقنية، وسلوكي يتصل بطريقة التفاعل مع المحتوى الموجه خوارزمياً. ويشير عبد الله الحنتوشي (2025) إلى أهمية إدراك المستخدمين لطبيعة توجيه المحتوى الرقمي، حيث يؤثر الإدراك الواعي أو غير الواعي بشكل مباشر على تشكيل الظواهر الاجتماعية مثل التعصب أو المواقف السياسية. وبذلك، يُستخدم مصطلح "إدراك المستخدم" إجرائياً في هذه الدراسة كمتغير تابع يُقاس من خلال الأبعاد المعرفية، والسلوكية، والنقدية، والتأثيرية.

● الثقة في المنصة:

تشير الثقة في المنصة – وفق الإطار النظري المستخدم – إلى مدى اطمئنان المستخدم لمصداقية المنصة الرقمية ومحتواها، واعتقاده بأن هذه المنصة تقدم معلومات غير منحازة وذات موثوقية. وتلعب هذه الثقة دوراً محورياً في تعزيز نوايا الاستمرار في استخدام المنصات الرقمية، كما تؤثر في مستوى تأثير المستخدم بالرأي العام الموجه داخلها. وقد أظهرت دراسة أسعد عبد الحميد وآخرين (2022) أن الثقة في المنصة الرقمية تعمل كمتغير وسيط بين إدراك القيمة ونوايا الاستخدام، وهو ما يُشير إلى أن الجمهور لا يتأثر فقط بالمحتوى، بل كذلك بمصدر هذا المحتوى ومصداقية المنصة نفسها. وتُعرّف هذه الدراسة "الثقة في المنصة" إجرائياً كمستوى شعور المستخدم السعودي بالاطمئنان لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي وإيمانه بأنها تنقل الحقيقة أو جزءاً منها، دون تحيز واضح.

● تحسين محركات البحث SEO

رغم أن تحسين محركات البحث لا يمثل متغيراً أساسياً في هذه الدراسة، إلا أن تضمينه كمصطلح مفاهيمي يساعد في فهم ديناميكيات ظهور المحتوى الرقمي. ويُقصد به الإجراءات التقنية التي تُتخذ لتحسين ترتيب الصفحات أو المنشورات في نتائج محركات البحث، سواء داخل منصات مثل جوجل أو ضمن منصات التواصل نفسها. وأوضح أبوراوي والباعور والمهرك (2021) أن تحسين الأداء الرقمي في محركات البحث يُسهم في زيادة الوصول إلى المحتوى، ما يجعل من تهئية المحتوى الرقمي أداة خفية لكنها فعالة في تشكيل الرأي العام عبر الإنترنت. لذلك، تتعامل الدراسة مع هذا المصطلح إجرائياً كأحد العوامل التي تعزز أو تقلل من ظهور بعض القضايا أو الاتجاهات، سواء بطريقة تلقائية أو خاضعة لتدخلات برمجية ضمن الخوارزميات.

إجراءات الدراسة:

منهج الدراسة:

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، بوصفه المنهج الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية ذات الطابع المعقد والمتداخل، مثل ظاهرة إدراك المستخدمين السعوديين لدور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني. ويقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة موضوع الدراسة كما هي واقعة في الواقع الاجتماعي، وتحليل أبعادها وعلاقاتها ومؤثراتها الإحصائية، بهدف الوصول إلى فهم عميق لطبيعة العلاقة بين المتغيرات محل الدراسة. ويسمح المنهج الوصفي التحليلي بجمع بيانات كمية ونوعية من عينة الدراسة، وتحليلها إحصائيًا للكشف عن الاتجاهات والأنماط، وهو ما يُسهم في بناء تصور علمي مدعوم بالبيانات حول مدى وعي المستخدمين بالخوارزميات المؤثرة في تشكيل محتواهم الرقمي. كما يُعزز هذا المنهج إمكانية التفسير العلمي للنتائج واستنباط علاقات ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات، ما يضيف على النتائج قوة تفسيرية تسهم في تحقيق أهداف البحث بدقة.

مجتمع وعينة الدراسة:

● مجتمع الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من كافة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي داخل المملكة العربية السعودية، والذين تتوفر لديهم خبرة كافية في استخدام هذه المنصات بشكل متكرر. ويشمل هذا المجتمع فئات متعددة من الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 18 عامًا فما فوق، سواء من الذكور أو الإناث، ممن لديهم نشاط ظاهر في المنصات الرقمية مثل تويتر، فيسبوك، إنستغرام، وسناب شات، ويشاركون في متابعة القضايا العامة أو طرح آرائهم ومواقفهم من خلالها. وتستند أهمية اختيار هذا المجتمع تحديدًا إلى اتساع استخدام السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي واعتمادهم المتزايد عليها كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات والتفاعل المجتمعي، وهو ما يجعلهم أكثر تأثرًا بالخوارزميات الموجهة، وبالتالي أكثر قدرة على تقديم بيانات تعكس مستوى إدراكهم لهذا التأثير في صياغة الرأي العام الإلكتروني.

● عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة باستخدام أسلوب العينة القصدية من بين المستخدمين النشطين لمواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي، بهدف الوصول إلى أفراد يمتلكون الحد الأدنى من الخبرة الرقمية والقدرة على التفاعل النقدي مع المحتوى الرقمي. وقد بلغ حجم العينة 100 مشارك من مختلف الفئات العمرية والتعليمية والمهنية، بما يضمن تمثيلًا متوازنًا قدر الإمكان لخصائص المجتمع الرقمي السعودي. وتم جمع البيانات من هؤلاء المشاركين عبر استبانة إلكترونية صممت بعناية لقياس مستوى إدراكهم لأدوار الخوارزميات في إدارة المحتوى الرقمي وتوجيهه، وتأثير ذلك على تشكيل مواقفهم وآرائهم تجاه القضايا المجتمعية المختلفة. وتُعد هذه العينة كافية لتحقيق أهداف الدراسة، وفقًا للمنهج الوصفي التحليلي المستخدم، كما تسمح بتحليل الفروق الإحصائية بين فئاتها المختلفة للوصول إلى نتائج ذات دلالة علمية.

حدود الدراسة: (المكانية ، الزمانية ، البشرية):

- و الحدود المكانية: تقتصر هذه الدراسة على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي داخل المملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الأكاديمي 2024/2025.
- الحدود البشرية: تشمل الدراسة عينة مكونة من 100 مستخدم ومستخدمين النشطين على مواقع التواصل الاجتماعي.

وسائل جمع بيانات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة الإلكترونية كوسيلة رئيسة لجمع البيانات من أفراد العينة، نظرًا لما توفره من دقة وسهولة في الوصول إلى عدد كبير من المشاركين في وقت زمني قصير، وخاصة ضمن بيئة رقمية تتماشى مع موضوع البحث. وقد تم تصميم الاستبانة بناءً على الأطر النظرية والدراسات السابقة ذات الصلة، لتشمل مجموعة من الفقرات التي تقيس متغير الدراسة المستقل وهو "دور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي"، بالإضافة إلى أبعاد المتغير التابع "إدراك المستخدمين السعوديين لتشكيل الرأي العام الإلكتروني"، والتي تتضمن الإدراك المعرفي، النقدي، السلوكي، والتأثيري. كما راعت الاستبانة صياغة الأسئلة بطريقة مغلقة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، بهدف تسهيل عملية التحليل الإحصائي، وضمان إمكانية قياس اتجاهات وآراء المبحوثين بدقة وموضوعية.

المعالجات الإحصائية المقترحة:

لتحقيق أهداف الدراسة والرد على تساؤلاتها واختبار فرضياتها، سيتم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات. وتشمل هذه المعالجات الإحصائية في المرحلة الأولية حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك لوصف خصائص العينة وتحديد اتجاهات الإجابات العامة. كما سيتم توظيف اختبار "ت" T-test وتحليل التباين الأحادي ANOVA لدراسة الفروق بين متوسطات المجموعات المختلفة داخل العينة. وتعتمد هذه المعالجات على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، بما يضمن دقة التحليل وصحة النتائج المستخلصة من بيانات الدراسة.

خطوات تنفيذ خطة الدراسة:

تم تنفيذ خطة الدراسة وفق تسلسل منهجي دقيق يضمن تحقيق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته. بدأت الخطوة الأولى بتحديد موضوع الدراسة وصياغة عنوان يعكس بوضوح العلاقة بين المتغير المستقل "دور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي" والمتغير التابع "إدراك المستخدمين السعوديين لتشكيل الرأي العام الإلكتروني". تلا ذلك إعداد الإطار النظري للدراسة من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع، بهدف بناء خلفية علمية متينة تعزز من فهم الباحث للمتغيرات والعوامل المؤثرة فيها. بعد ذلك تم تحديد المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره الأنسب لطبيعة الدراسة التي تسعى إلى وصف الظاهرة المدروسة وتحليلها كما تظهر في الواقع الاجتماعي الرقمي.

ثم انتقلت الدراسة إلى تصميم أداة البحث المتمثلة في الاستبانة، والتي تم بناؤها بناءً على مؤشرات علمية ودراسات سابقة، مع مراعاة أن تغطي جميع أبعاد المتغيرات بدقة وموضوعية. بعد الانتهاء من بناء الاستبانة، تم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والدراسات الاجتماعية بهدف التأكد من صلاحيتها وصدقها الظاهري. أعقب ذلك مرحلة تطبيق الأداة على عينة الدراسة التي شملت 100 فرد من المستخدمين السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي، وتم جمع البيانات إلكترونياً لضمان الوصول السريع والفعال إلى المشاركين. عقب جمع البيانات، تم ترميزها وإدخالها إلى برنامج SPSS للبدء في التحليل الإحصائي باستخدام مجموعة من المعالجات المناسبة لطبيعة الفرضيات والأسئلة البحثية. وفي المرحلة النهائية، قام الباحث بتحليل النتائج ومقارنتها بالدراسات السابقة، وصولاً إلى استخلاص الاستنتاجات والتوصيات التي تعكس أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج علمية قابلة للتطبيق في الواقع الإعلامي والاجتماعي السعودي.

المراجع:

- ❖ كريبط، & عائشة. (2022). خوارزميات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي أي دور؟ وأي علاقة؟. مجلة الإعلام والمجتمع. 407-421، (2)6،
- ❖ عبد العزيز، & أماني فاروق. (2025). اتجاهات الجمهور المصري نحو دور خوارزميات الذكاء الاصطناعي المتعلقة بإدارة منشورات الفيس بوك في حجب المحتوى خلال الأزمات. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 295-340، (90)2025
- ❖ العلاونة، ح.س.ن. (2024). دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني الأردني: نموذج معركة سيف القدس النموذجية. دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، 51(3)، 263-293.
- ❖ وديع العززي. (2019). دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات المغتربين اليمنيين نحو قضايا الوطن. مجلة كلية الآداب-جامعة الزقازيق.
- ❖ مجلة الأندلس مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية. (2022). العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني دراسة ميدانية: الباحث: وليد أحمد حسين القيداني. مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 9(53).
- ❖ العساف، & عبد الله عبد المحسن. (2020). اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية السعودية عبر تويتر. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 19(2)، 637-676.
- ❖ الزهراني، أحمد علي، سالم، & دعاء فتحى. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو رؤية المملكة 2030. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2018(65)، 193-279.
- ❖ نوف خالد العتيبي. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية "تويتر أنموذجاً"-دراسة ميدانية-المملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 5(4)، 90-111.
- ❖ حمدان، & إلهام سيد السايح. (2024). ظاهرة التسول الإلكتروني من خلال البث المباشر عبر تطبيق TikTok من وجهة نظر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 393-428، (89)2024،
- ❖ محمد جواد كاظم عبد العابدي. (2024). دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام حول السياسات النفطية (دراسة وصفية لاستراتيجية وزارة النفط العراقية). مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، 154-168، (11)5،
- ❖ منماني، مباركة، بورقعة، & سمية. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام في قضايا المجتمع-دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيس بوك. المعيار، 25(4)، 325-345.
- ❖ روزانه نايف محمد، & حاتم سليم نهار ال. (2024). دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني الأردني معركة سيف القدس أنموذجاً. Social & Dirasat: Human Sciences، 51(3).
- ❖ فواز طلال العدوان. (2023). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام في الأردن. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، 37(2)، 1327-1365.
- ❖ العلاوين، ح. س، ن. دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني الأردني: معركة سيف القدس أنموذجاً. العلوم البشرية والاجتماعية، 51(3)، 263-293.
- ❖ لدرع، رامي، زهري، & أسماء. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام. على عبد الهادي عبد الأمير. (2016). اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني إزاء الازمات الامنية. ALBAHITH ALALAMI، 8(32)، 111-128.
- ❖ فواز طلال العدوان. (2023). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام في الأردن. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، 37(2)، 1327-1365.
- ❖

- ❖ الحماد، & خلف لافي. (2022). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*, 21(2), 487-526.
- ❖ دلبش، عادل، بلحيمر، شحات، & سعاد (مشرفا). (2021). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام خلال الحراك الشعبي الجزائري "الفايسبوك نموذجاً".
- ❖ الدكتور أسامة بن غازي المدني، & أسامة بن غازي المدني. (2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية «تويتر نموذجاً». *جامعة أم القرى (للعلوم الاجتماعية)*, 18, 9-81.
- ❖ المدني، & أسامة غازي. (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية جامعة أم القرى نموذجاً. *Social Sciences & Journal of Arts (JASS)*, 3(2).
- ❖ محمدي، & البشير. نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في صناعة الرأي العام (دراسة تحليلية لأخبار الحراك الجزائري عبر موقع فيسبوك) (Doctoral dissertation, univ-ouargla).
- ❖ عبد الجواد، & نجوان أحمد عاصم. (2024). خوارزميات المنصات الرقمية ودورها في تشكيل الرأي العام (أزمة فلسطين نموذجاً). *مجلة كلية الآداب جامعة الفيوم*, 16(1), 671-727.
- ❖ عبد الله الحنتوشي. (2025). دور حسابات الاندية الرياضية السعودية في وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ظاهرة التعصب لدى الجمهور السعودي. *الجمعية السعودية للإعلام والاتصال*, (41).
- ❖ أسعد عبد الحميد، طلعت، إبراهيم السيد عشري، تامر، أحمد أحمد رجب، & كريم. (2022). دور الثقة في المنصة كمتغير وسيط في العلاقة بين القيمة المدركة لخدمات المواصلات التشاركية ونوايا الاستمرار في استخدام المنصة دراسة تطبيقية على عملاء شركات المواصلات التشاركية في مصر. *المجلة المصرية للدراسات التجارية*, 201-250, 46(3).
- ❖ الرحمن أبو راوي، ي. ع.، الباعور، ع. ا. س.، & المهرك، س. ع. ا. (2021). تحسين سرعة استجابة المواقع الإلكترونية لمحرركات البحث: موقع جامعة مصراته (ليبيا) نموذجاً. *Journal of Information Studies and Technology*, 2021(2), 9.
- ❖ العبدى خيرة. (2021). الاعلام الجديد وصناعة الرأي العام: مقارنة الأدوار العمومية للمتقنين الجزائريين عبر فضاء المدونات الإلكترونية. (Doctoral dissertation).
- ❖ ريغي، خديجة، فلاق شبرة، & صالح. (2022). الشبكات الاجتماعية ودورها في تشكيل الرأي العام. *مجلة العلوم القانونية والاجتماعية*, 783-794, 7(1).
- ❖ كمال، & مها مدحت محمد. (2023). دور الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو التغيرات البيئية والمناخية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*, 181-257, 22(4).
- ❖ سالم، & نصيرة. (2022). الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني. *مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية*, 549-570, 10(3).
- ❖ منماني، مباركة، بورقة، & سمية. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في صناعة الرأي العام أثناء فترة الحراك الجزائري-دراسة ميدانية الفيس بوك نموذجاً. *المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات*, 303-324, 4(4).