

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:

هـ - 2025 م 1447

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.

الدراسات المرجعية:

المحور الأول: دور خوارزميات المنصات الرقمية في تشكيل الرأي العام

اسم الدراسة	الهدف	المنهجية	العينة	النتائج الرئيسية
العلاونة (2024) – دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الأردني: نموذج معركة سيف القدس	التعرف على وعي المستخدمين الأردنيين بتأثير الخوارزميات على المحتوى واستكشاف طرق التحايل لتقليل تأثيرها	منهج وصفي مسحي، باستخدام استبانة	504 مستخدمين أردنيين	الفئات الأصغر سنًا أبدت وعيًا أكبر بالخوارزميات، 49.2% نجحوا في التحايل على الخوارزميات، التوصية بمحو الأمية الرقمية للشباب
عبد الجواد & نجوان (2024) – خوارزميات المنصات الرقمية ودورها في تشكيل الرأي العام (أزمة فلسطين نموذجًا)	التعرف على تأثير الخوارزميات الرقمية على الرأي العام والتأثيرات النفسية والاجتماعية للتخصيص الخوارزمي	تحليل محتوى صفحات تويتر وفيسبوك وإنستجرام باستخدام أدوات التحليل الرقمي	صفحات داعمة للأزمة الفلسطينية	الخوارزميات تعزز فقاعات المعلومات والتحيز التأكدي، تؤثر على سلوكيات وتفاعل المستخدمين، وبالتالي على تشكيل الرأي العام
روزانه & حاتم (2024) – دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الأردني	تقييم وعي المستخدمين الأردنيين بتأثيرات الخوارزميات على المحتوى واستراتيجيات تقليل التأثير	منهج وصفي، مسح	504 مستخدمين أردنيين	الفئات الأصغر سنًا أكثر وعيًا بالخوارزميات، 49.2% نجحوا بالتحايل على الخوارزميات، التوصية بمحو الأمية الرقمية

المحور الثاني: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام العربي

اسم الدراسة	الهدف	المنهجية	العينة	النتائج الرئيسية
وديع العز عزي (2019) – دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات المغتربين اليمنيين	التعرف على دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات المغتربين اليمنيين نحو قضايا الوطن	منهج وصفي تحليلي، استبانة ومسح ميداني	400 مغترب يمني في السعودية	84.7% يتصفحون المواقع بشكل دائم، 47% يوميًا، التوصية بزيادة الاهتمام بقضايا المغتربين وربطها باستراتيجية إعلامية محددة
القيداني (2022) – العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني	معرفة أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام اليمني	منهج وصفي، استبيان	400 مفردة من سكان أمانة العاصمة صنعاء	العوامل الاجتماعية (ثقافة، دين، انتماء) الأكثر تأثيرًا، العوامل المؤقتة مثل وسائل التواصل الطبيعية الأحداث تلعب دورًا هامًا، والديموغرافية تحدد مسار الرأي العام

اسم الدراسة	الهدف	المنهجية	العينة	النتائج الرئيسية
العساف & عبد الله (2020) – اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية عبر تويتر	معرفة استخدام الرأي العام السعودي لتويتر في قضايا الهوية الوطنية	منهج وصفي تحليلي	غير محددة بدقة، عموم مستخدمي تويتر في السعودية	تويتر منصة فعالة للتعبير عن الرأي، تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية، وعي متزايد بالرصد والتلاعب بالمعلومات، تأثير خصائص الرأي العام على استخدام الشبكة
دليلش وآخرون (2021) – دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام خلال الحراك الشعبي الجزائري	دراسة تأثير شبكات التواصل في تشكيل الرأي العام أثناء الحراك الشعبي	منهج وصفي	غير محددة بدقة	الشبكات لعبت دورًا مهمًا في تطور تشكيل الرأي العام الافتراضي وأساليب الحركات الاجتماعية الجديدة
الحَمَاد & البشير – نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على صناعة الرأي العام	اختبار أثر الأخبار الكاذبة على الرأي العام أثناء الحراك الشعبي الجزائري	منهج تحليلي، تحليل منشورات Fake news DZ	أساتذة جامعات في الصحافة والعلوم السياسية	للأخبار الكاذبة أثر على الرأي العام الإلكتروني، خاصة مع اضطراب المشهد السياسي، ضعف دور الإعلام الرسمي

المحور الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب السعودي

اسم الدراسة	الهدف	المنهجية	العينة	النتائج الرئيسية
الزهراني، سالم & دعاء (2018) – دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو رؤية المملكة 2030	قياس تأثير وسائل التواصل على توجهات الشباب نحو رؤية 2030	منهج مسحي، استمارة استقصاء	400 طالب وطالبة من مستخدمي تويتر	علاقة بين التعرض للمضامين وتأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية، التوصية بإطلاع الشباب على المشاريع المنفذة لتحفيز المشاركة
نوف العتيبي (2021) – دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية	قياس تأثير الآراء المتداولة على مواقع التواصل على اتجاه الرأي العام نحو تولي المرأة المناصب القيادية	منهج وصفي مسحي، استبانة	300 مفردة من كلا الجنسين، أعمار 18-65	متوسط استخدام يومي 4-6 ساعات، تويتر الأكثر متابعة، تأثير كبير على تشكيل الرأي العام، رؤية 2030 دعمت تولي المرأة للمناصب

النتائج الرئيسية	العينة	المنهجية	الهدف	اسم الدراسة
41.86% مستوى عالي في بناء الرأي العام، اختلافات إحصائية حسب مستوى خبرة استخدام الإنترنت	200 طالب من جامعة أم القرى، كليات عملية ونظرية	منهج وصفي مسحي، استبيان	التحقيق في دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء الرأي العام بين الطلاب	المدني & أسامة غازي (2016) – دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية
متوسط استخدام يومي 4-6 ساعات، تويت الأثر متابع، تأثير على تشكيل الرأي العام، رؤية 2030 دعمت المشاركة في القضايا	300 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل، أعمار 65-18	منهج مسح اجتماعي، استبانة	قياس تأثير الآراء المتداولة على مواقع التواصل على اتجاه الرأي العام تجاه الأزمات الأمنية	علي عبد الهادي (2016) – اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني

المحور الرابع: وسائل الإعلام التقليدية والرقمية ودورها في الرأي العام

النتائج الرئيسية	العينة	المنهجية	الهدف	اسم الدراسة
مواقع التواصل تؤثر على الرأي العام خلال الأزمات، ثقة عالية بالمحتوى، توافق إيجابي بين تحليل المضمون والنتائج الميدانية	350 من النخب والمثقفين والإعلاميين وعامة الجمهور	منهج وصفي، استبانة	التعرف على دور وسائل الإعلام في توجيه مواقف الجمهور تجاه السياسات النفطية	محمد جواد عبد العادي (2024) – دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام حول السياسات النفطية
منماني، بورقة & سمية (2021) – مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام في قضايا المجتمع	مستخدمو الفيسبوك، عدد غير محدد	منهج وصفي، استبيان إلكتروني	دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه المجتمع نحو قضايا محددة	الفيسبوك يساهم في تشكيل الرأي العام وحل مشاكل المجتمع، يوفر وسيلة للتواصل بين الجماهير وصناع القرار
لدرع، زهري & أسماء (2021) – دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام	107 طلبة إعلام وسمعي بصري، جامعة صالح بوبنيدر	منهج وصفي تحليلي، استمارة	الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام	الشبكات تساهم بشكل كبير في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا الحساسة، من خلال النقاش الحر والمفتوح

تعقيب الباحث على الدراسات السابقة

عكست الدراسات السابقة تنوعاً جغرافياً ومنهجياً في مقارنة موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي وخوارزمياتها على تشكيل الرأي العام، مما يثير القاعدة المعرفية في هذا المجال، ويكشف عن تطورات لافتة 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.

ثالثًا، 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 تطورًا في التفكير الإعلامي لدى المستخدمين.

رابعًا، تناولت دراسات أخرى مثل منماني وآخرون (2021) والحماد والمدني (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.

خامسًا، 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 تحديدًا، 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 فرقًا 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 حاليًا حراكًا رقميًا كبيرًا في ظل برامج التحول الرقمي ورؤية 2030، ما يستدعي استكشاف مدى نضج هذا الوعي تجاه الخوارزميات، وتحديد ما إذا كان يعكس استخدامًا نقادًا أم تلقائيًا للمحتوى الرقمي. ولذلك، يتبنى هذا البحث مدخلًا تحليليًا ميدانيًا يعكس خصوصية السياق السعودي ويضيف بعدًا جديدًا للأدبيات السابقة.

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 وفقًا لما يُتوقع أن يثير تفاعلهم، مما يجعلها عنصرًا غير مرئي لكنه شديد التأثير في تشكيل الرأي العام الإلكتروني.

وتعزز أهمية فهم هذا الدور حقيقة أن عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية قد بلغ 34.1 مليون هوية مستخدم نشطة مع بداية عام 2025، أي ما يمثل حوالي 99.6٪ من إجمالي السكان (Ajel. (n.d.). Ajel.

وبحسب تقرير *Digital 2025*، بلغت نسبة التوغل الاجتماعي في المملكة نحو 99.6٪، مما يدل على مدى الاندماج الرقمي العميق للمجتمع السعودي مع المنصات الرقمية (Kepios; et al. (2025). كما أن تقرير "إنترنت السعودية 2024" الصادر عن هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية يظهر أن تطبيقات التواصل الاجتماعي تحتل مكانة مركزية في الاستخدام الرقمي، إذ يصل استخدام تطبيق واتساب - على سبيل المثال - إلى 92.2٪ من مستخدمي الإنترنت في المملكة. (Kepios; et al. (2025) ومع هذا الانتشار الشامل، تبرز المشكلة في أن التأثير الذي تمارسه الخوارزميات غالبًا ما يكون غير مدرك من قبل المستخدمين، الذين يتلقون المعلومات ضمن بيئة رقمية مصممة لاستهدافهم تلقائيًا، دون وعي كامل بكيفية اختيار أو إخفاء المحتوى المعروض أمامهم. ومع تصاعد الجدل حول التحيزات الكامنة في الخوارزميات ودورها المحتمل في دعم أو قمع توجهات فكرية معينة، يصبح من الضروري الوقوف على مستوى وعي المستخدمين، لا سيما في المملكة العربية السعودية، بهذا الدور المؤثر. فهل يدرك المستخدم السعودي أن ما يُعرض له من محتوى هو نتاج عمليات خوارزمية مدروسة؟ وهل يفهم مدى إمكانية تشكيل آرائه ومواقفه تجاه القضايا العامة من خلال هذه العمليات التقنية؟ تبرز هذه التساؤلات في ظل التفاعل المكثف للمجتمع السعودي مع منصات التواصل الاجتماعي، مما يحتم إجراء دراسة ميدانية تقيس وتفسر إدراك الأفراد لدور الخوارزميات في صناعة الرأي العام الإلكتروني، وتكشف عن أبعاد هذا الإدراك وانعكاساته الاجتماعية والإعلامية.

أسئلة الدراسة:

السؤال الرئيس للدراسة:

ما مدى إدراك المستخدمين السعوديين لدور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني؟

التساؤلات الفرعية:

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

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.

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.

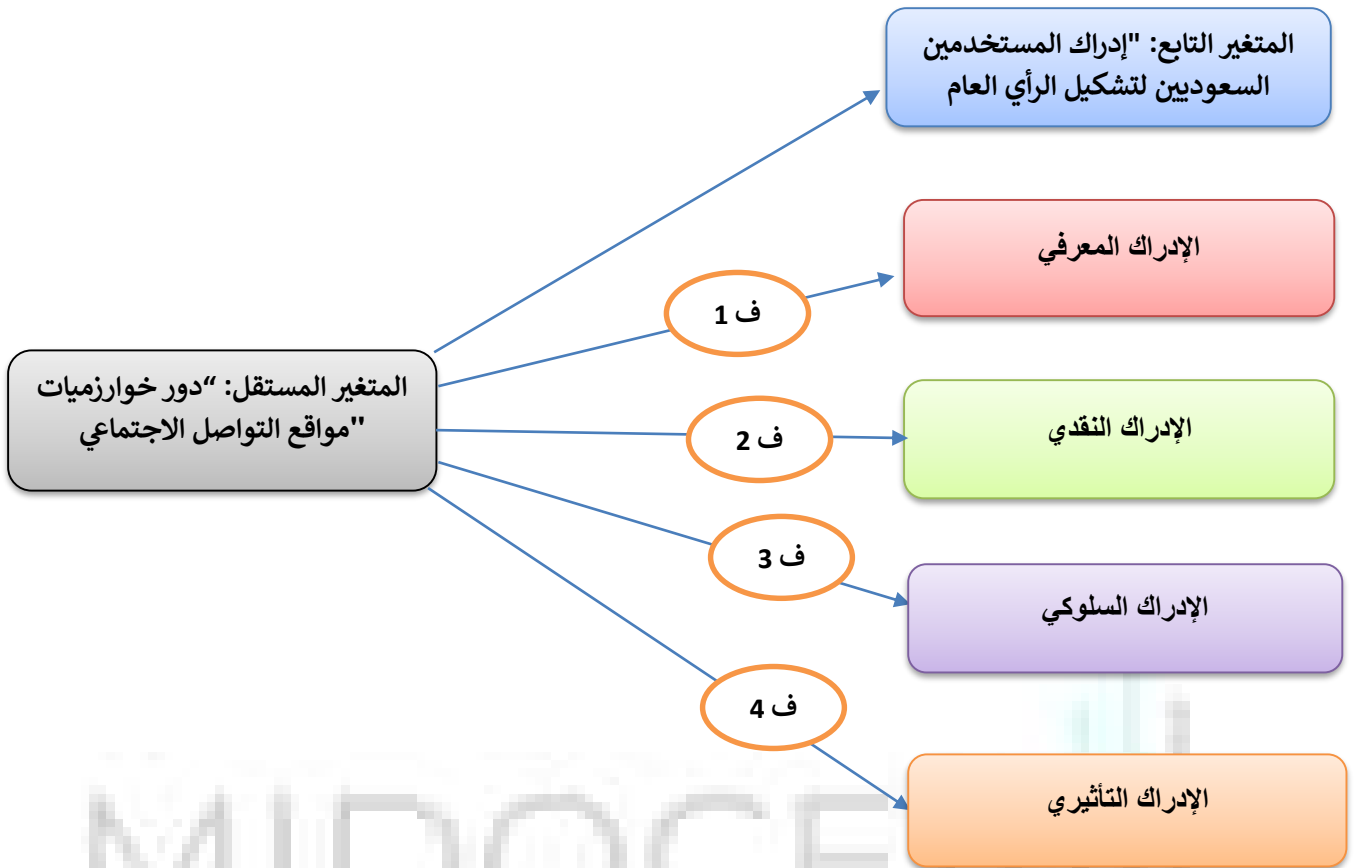
الأهمية العملية:

تتجلى الأهمية العملية لهذه الدراسة في كونها تسهم بشكل مباشر في خدمة المجتمع السعودي من خلال زيادة وعي الأفراد بدور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني. ففهم المستخدمين لتأثيرات هذه الخوارزميات يمكنهم من التعامل مع المحتوى الرقمي بطريقة أكثر وعياً ونقدية، ويقلل من احتمالية الانجراف وراء المعلومات الموجهة أو المحتوى المتحيز. كما يمكن أن تساعد نتائج الدراسة المؤسسات التعليمية والثقافية والإعلامية في تطوير برامج توعوية وتثقيفية تهدف إلى تعزيز مهارات التفكير النقدي الرقمي لدى الجمهور، بما يرفع مستوى الثقافة الرقمية في المجتمع ويُمكن الأفراد من المشاركة الفاعلة والمسؤولة في النقاشات العامة عبر الإنترنت. بالإضافة إلى ذلك، تُوفر الدراسة مؤشرات عملية لصانعي السياسات والمطورين الرقميين لتصميم منصات ومحتوى رقمي أكثر شفافية وعدالة، يوازن بين حرية التعبير وحماية القيم الاجتماعية، ويضمن أن يكون تأثير الخوارزميات على الرأي العام في المملكة أكثر وضوحاً وموضوعية، بما يخدم مصلحة المجتمع ويعزز الوعي الإعلامي الرقمي.

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:



مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي

- التعريف الاصطلاحي: تشير إلى مجموعة من القواعد والعمليات البرمجية التي تتحكم فيما يُعرض للمستخدمين من محتوى عبر منصات مثل تويتر وفيسبوك وإنستغرام، وتعمل على تصفية وترتيب المنشورات بناءً على تفضيلات وتفاعلات المستخدم وبياناته السلوكية (روزانه نايف محمد، 2024).
- التعريف الإجرائي: تُستخدم للإشارة إلى الوظيفة التقريرية للخوارزميات في توجيه المحتوى نحو فئات معينة داخل البيئة الرقمية، وما إذا كان المستخدمون السعوديون واعين لهذا التوجيه في تكوين آرائهم الإلكترونية.

الرأي العام الإلكتروني

- التعريف الاصطلاحي: هو الاتجاهات والتصورات والمواقف التي يكونها الأفراد ضمن الفضاء الرقمي تجاه قضية أو موضوع معين، ويُعبّر عنها عبر المنصات الإلكترونية المختلفة. أصبح الرأي العام الإلكتروني كياناً مستقلاً يتشكل من خلال التفاعلات الرقمية الفورية، وتلعب الخوارزميات دوراً في تعزيز أو تهميش بعض الأصوات (العبدى، 2021).

- التعريف الإجرائي: يُعرّف باعتباره مدى تأثير الاتجاهات العامة للمستخدمين السعوديين بما يُعرض لهم عبر منصات التواصل الاجتماعي من محتوى متعلق بقضايا مجتمعية، سياسية أو ثقافية، يتم توجيهه خوارزمياً.

إدراك المستخدم

- التعريف الاصطلاحي: وعي المستخدم وفهمه للدور الذي تؤديه خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل المحتوى الذي يراه ويستهلكه إلكترونياً، وتأثير هذا المحتوى على آرائه ومواقفه تجاه القضايا العامة (عبد الله الحنتوشي، 2025).
- التعريف الإجرائي: يُستخدم كمقياس تابع يُقاس من خلال الأبعاد المعرفية، والسلوكية، والنقدية، والتأثيرية، ويشير إلى إدراك المستخدم لطبيعة توجيه المحتوى الرقمي.

الثقة في المنصة

- التعريف الاصطلاحي: مدى اطمئنان المستخدم لمصداقية المنصة الرقمية ومحتواها، واعتقاده بأنها تقدم معلومات غير منحازة وموثوقة (أسعد عبد الحميد وآخرون، 2022).
- التعريف الإجرائي: مستوى شعور المستخدم السعودي بالاطمئنان لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي وإيمانه بأنها تنقل الحقيقة أو جزءاً منها دون تحيز واضح، وتأثيره على استمرارية الاستخدام ومدى تأثيره بالرأي العام الإلكتروني.

تحسين محركات البحث (SEO)

- التعريف الاصطلاحي: الإجراءات التقنية التي تُتخذ لتحسين ترتيب الصفحات أو المنشورات في نتائج محركات البحث، سواء داخل جوجل أو ضمن منصات التواصل الاجتماعي (أبوروي، الباعور، المهرك، 2021).
- التعريف الإجرائي: عامل يعزز أو يقلل من ظهور بعض القضايا أو الاتجاهات، سواء بطريقة تلقائية أو عبر تدخلات برمجية ضمن الخوارزميات، ويؤثر على ديناميكيات تكوين الرأي العام الرقمي.

إجراءات الدراسة:

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 التأثري

منهج الدراسة:

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، إذ يُعد الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية المعقدة والمتداخلة، مثل إدراك المستخدمين السعوديين لدور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني. يقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة كما هي في الواقع الاجتماعي، وتحليل أبعادها وعلاقاتها ومؤثراتها الإحصائية للوصول إلى فهم معمق للعلاقة بين المتغيرات. يسمح المنهج بجمع بيانات كمية ونوعية من عينة الدراسة وتحليلها إحصائياً للكشف عن الاتجاهات والأنماط، ما يُسهم في بناء تصور علمي مدعوم بالبيانات حول مدى وعي المستخدمين بالخوارزميات المؤثرة على محتوهم الرقمي. كما يعزز القدرة على التفسير العلمي للنتائج واستنباط علاقات ذات دلالة إحصائية، مما يمنح النتائج قوة تفسيرية دقيقة لتحقيق أهداف البحث. وفي هذا السياق، يُعد منهج المسح بالعينة الأداة الأكثر ملاءمة لتطبيق هذا المنهج، نظرًا لقدرتها على الوصول إلى تمثيل دقيق للمجتمع المستهدف وجمع بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي.

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، الدورية):

- 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 ومستخدمة من السعوديين النشطين على مواقع التواصل الاجتماعي.

نوع الدراسة وطرق جمع البيانات:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يُعد الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية المعقدة والمتداخلة، مثل إدراك المستخدمين السعوديين لدور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني. يسمح هذا المنهج بوصف الظاهرة كما هي في الواقع الاجتماعي، وتحليل العلاقات بين المتغيرات، مع استخدام البيانات الكمية والنوعية لتقديم تفسير علمي موثوق للنتائج.

تم جمع البيانات باستخدام استبانة إلكترونية صُممت خصيصًا لتناسب مع بيئة البحث الرقمية. تحتوي الاستبانة على فقرات لقياس المتغير المستقل "دور خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي" والأبعاد المختلفة للمتغير التابع "إدراك المستخدمين"، وتشمل الإدراك المعرفي، النقدي، السلوكي، والتأثيري. كما تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لضمان قياس دقيق وموضوعي لاتجاهات وآراء المبحوثين، وتسهيل التحليل الإحصائي باستخدام برامج مثل SPSS.

معايير اختيار عينة الدراسة:

تم تحديد عينة الدراسة وفق معايير دقيقة لضمان تمثيل مناسب للظاهرة محل البحث، وتشمل ما يلي:

- الجنسية والموقع: المشاركون سعوديون، ويعيشون في مناطق مختلفة داخل المملكة العربية السعودية.
- السن والفئة العمرية: تتراوح أعمار المشاركين بين 18 و50 سنة، نظرًا لأن هذه الفئة الأكثر نشاطًا على منصات التواصل الاجتماعي.
- الخبرة الرقمية: المشاركون يستخدمون بانتظام منصات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك، إنستغرام).
- القدرة على المشاركة: القدرة على فهم الأسئلة والإجابة عنها عبر الاستبانة الإلكترونية.

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة ضمن هذه المعايير، لضمان تمثيل متوازن للمتغيرات الديموغرافية المختلفة، مع استهداف عدد إجمالي قدره 250 مشاركًا بما يكفي لإجراء التحليل الإحصائي واستنتاج العلاقات بين المتغيرات بدقة.

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:

المراجع العربية:

- ❖ كريبط، & عائشة. (2022). خوارزميات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي أي دور؟ وأي علاقة؟. مجلة الإعلام والمجتمع. 6(2)، 407-421.
- ❖ 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 اليميني دراسة ميدانية: الباحث: وليد أحمد حسين القيداني. مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية. (53)9 ,
- ❖ العساف، & عبد الله عبد المحسن. (2020). اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية السعودية عبر تويتر. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. 637-676 , 19(2) ,
- ❖ الزهراني، أحمد علي، سالم، & دعاء فتحي. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو رؤية المملكة 2030. المجلة المصرية لبحوث الأعلام (65)2018 , 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. 90-111 , 5(4) ,
- ❖ 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 الأعلام. 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 , (11)5 , 154-168.
- ❖ منماني، مباركة، بورقعة، & سمية. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام في قضايا المجتمع-دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيس بوك. المعيار. 325-345 , 25(4) ,
- ❖ روزانه نايف محمد، & حاتم سليم نهار ال. (2024). دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني الأردني معركة سيف القدس أنموذجاً. *Dirasat: Human & Social Sciences*, 51(3).
- ❖ فواز طلال العدوان. (2023). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام في الأردن. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية. 1327-1365 , 37(2) ,
- ❖ العلاوين، ح. س، ن. دور خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني الأردني: معركة سيف القدس أنموذجاً. العلوم البشرية والاجتماعية، 51 (3)، 293-263.
- ❖ 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 ازاء 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. 1327-1365 , 37(2) ,
- ❖ الحماد، & خلف لافي. (2022). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. 487-526 , 21(2) ,
- ❖ دليلش، عادل، بلحيمر، شحات، & سعاد (مشرقا). (2021). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام خلال الحراك الشعبي الجزائري "الفيسبوك 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). 9-81 , 18 ,
- ❖ المدني، & أسامة غازي. (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية جامعة أم القرى نموذجاً. *Journal of Arts & Social Sciences (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. 671-727 , 16(1) ,

- ❖ 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 لمحركات 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, بورقعة, & 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) ,

المراجع الأجنبية:

- Ajel. (n.d.). Ajel. https://ajel.sa/local/43kreojmg3?utm_source
- Kepios; We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Saudi Arabia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-saudi-arabia>