

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**

اسم الباحث: ماهر يحيى البواردي

232001441

الإعلام والتسويق

الرقم الأكاديمي:

الكلية:

1446 هـ – 2025 م

مقدمة الدراسة:

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم، باتت خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا محوريًا في تشكيل السلوك الإعلامي لدى الأفراد، وبالأخص في تشكيل الرأي العام الإلكتروني داخل المجتمعات العربية، ومنها المجتمع السعودي. هذه الخوارزميات لا تقتصر فقط على تنظيم المحتوى وتقديمه للمستخدمين بشكل فردي، بل تمثل نظامًا ذكيًا يؤثر على ما يراه المستخدم، ومتى يراه، وكيفية تفاعله معه، الأمر الذي يعزز من إمكانية توجيه الآراء والتأثير في القرارات الجماعية. إذ تشير الدراسات إلى أن هذه الخوارزميات قادرة على تخصيص المحتوى بناءً على تحليل البيانات الشخصية والتفاعلات السابقة، ما يجعلها أداة فعالة ليس فقط في نقل المعلومات، بل أيضًا في تشكيل التوجهات والميول الفكرية. وقد أكدت كريكت وعائشة (2022) في دراستهما أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي تؤدي دورًا معقدًا في إدارة المحتوى الأخلاقي على منصات التواصل الاجتماعي، حيث أنها لا تعمل بمعزل عن القيم المجتمعية، بل تُعيد تشكيل هذه القيم عبر اختياراتها لما يُعرض ويُخفى. ومن هذا المنطلق، تغدو دراسة إدراك المستخدمين السعوديين لهذه الخوارزميات أمرًا بالغ الأهمية لفهم مدى وعيهم بالتأثير غير المباشر الذي تمارسه هذه الأنظمة التقنية على آرائهم ومواقفهم العامة.

وفي ذات السياق، أصبح من الملحوظ أن دور الخوارزميات لا يقتصر على الجانب التقني فقط، بل يمتد ليشمل أبعادًا سياسية واجتماعية وثقافية، خاصة في أوقات الأزمات، حين تتدخل خوارزميات إدارة المنشورات في فيسبوك، على سبيل المثال، في تصفية أو حجب بعض المحتويات الحساسة. وقد رصدت عبد العزيز وأماني فاروق (2025) في دراستهما توجهات الجمهور المصري نحو هذه الظاهرة، حيث أظهر المشاركون وعيًا نسبيًا بمدى تدخل الخوارزميات في إدارة تدفق المعلومات، واعتبر البعض أن هذا التدخل قد يحمل طابعًا انتقائيًا يهدد حرية التعبير. كما أشار العلاونة (2024) في دراسته حول معركة "سيف القدس" إلى أن خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي قد مارست نوعًا من الهيمنة على الرأي العام الأردني من خلال تعزيز روايات معينة وتغيب أخرى، وهو ما يؤكد أن هذه الخوارزميات أصبحت لاعبًا سياسيًا جديدًا في المشهد الإعلامي العربي. وفي إطار آخر من الاستخدامات غير التقليدية لهذه المنصات، سلطت حمدان وإلهام السايح (2024) الضوء على ظاهرة التسول الإلكتروني عبر تطبيق "تيك توك"، وهي ظاهرة كشفت عن قدرة الخوارزميات على دعم محتوى غير تقليدي وغير أخلاقي أحيانًا بناءً على معايير الجذب والتفاعل، مما يعكس الحاجة إلى مساءلة هذه الأنظمة البرمجية. وعليه، فإن دراسة إدراك المستخدم السعودي لدور هذه الخوارزميات لا يهدف فقط إلى توصيف علاقة تقنية بواقع اجتماعي، بل يتعدى ذلك إلى فحص مستويات الوعي والنقد الذي يمارسه المستخدم تجاه ما يتلقاه من محتوى، وفهم كيف تتشكل قناعاته في بيئة رقمية تتداخل فيها التكنولوجيا مع السياسة والثقافة والاقتصاد.

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 يقيم 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:

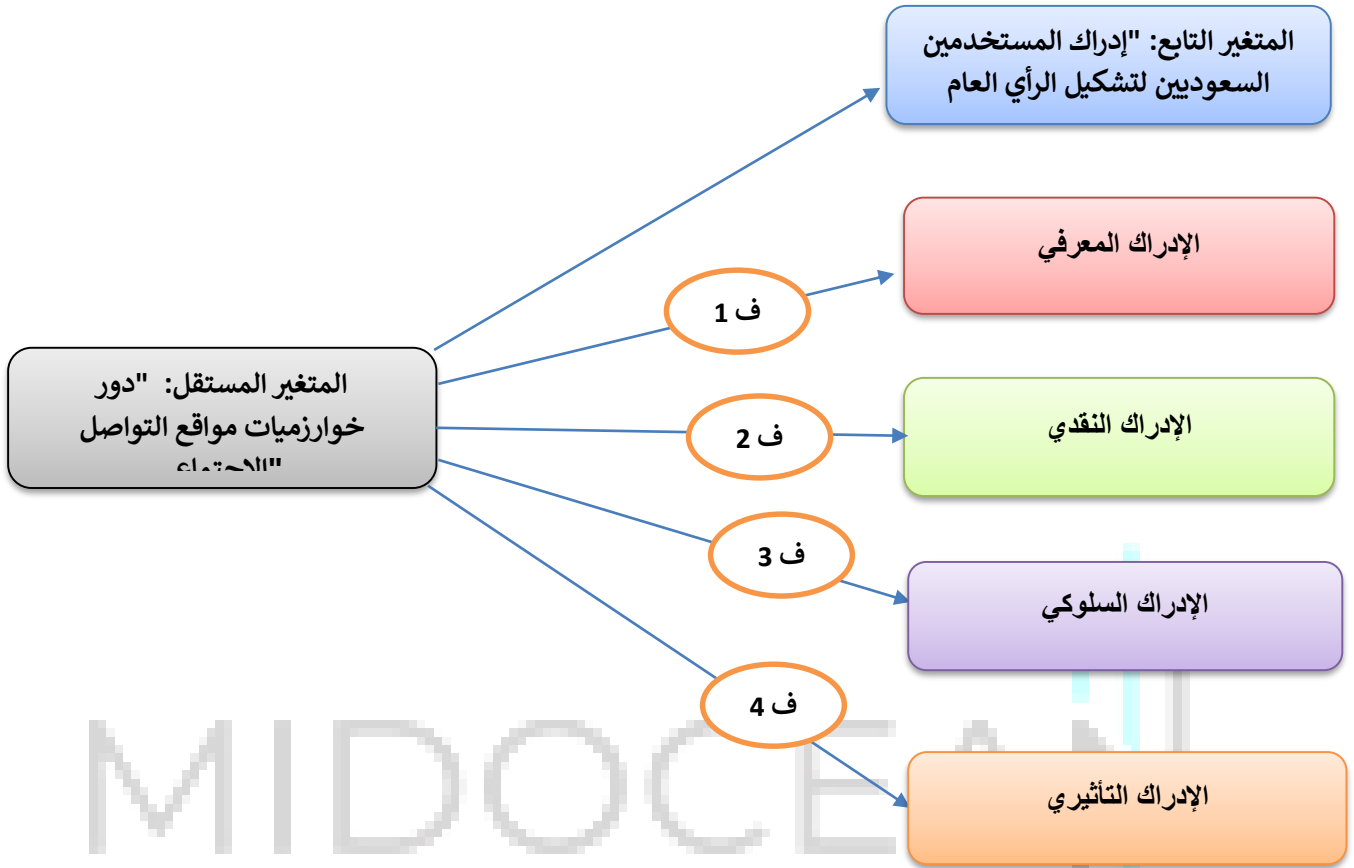
يهدف هذا البحث الى تحقيق مايلي:

- 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:

(المؤلف ، السنة + العنوان + هدف + نتائج)

➤ دراسة (العلاونة، 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. العلاونة (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 (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، وتحديداً مواقع التواصل الاجتماعي، في تشكيل الرأي العام السعودي خلال الأزمات، وقد اتخذ الباحث من أزمة فيروس كورونا نموذجاً تطبيقياً 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 دوراً كبيراً 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 تشكيل 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.

➤ 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.

تناولت دراسة نوف خالد العتيبي (2021) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية - تويتر أنموذجاً: دراسة ميدانية في المملكة العربية السعودية" تأثير الآراء المتداولة على موقع تويتر في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي تجاه قضية تمكين المرأة وتوليها للمناصب القيادية. هدفت الدراسة إلى قياس مدى هذا التأثير، واستكشاف درجة الاهتمام المجتمعي بمحاور رؤية المملكة 2030 المتعلقة بالمرأة، وتحليل تأثير المتغيرات الديموغرافية في تشكيل اتجاهات الجمهور، بالإضافة إلى التعرف على الآراء المنتشرة في تويتر حول المعوقات التي تواجه المرأة في تولي المناصب القيادية. وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي الاجتماعي، واعتمدت على عينة عشوائية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في السعودية بلغ عددها 300 مفردة من الذكور والإناث تتراوح أعمارهم بين 18 و65 سنة. وأظهرت نتائج الدراسة أن أغلب المشاركين يقضون من 4 إلى 6 ساعات يومياً على مواقع التواصل، وأن تويتر هو المنصة الأكثر استخداماً لدى الجمهور بنسبة متباعدة بلغت 63%. كما تبين أن الجمهور يستخدم تويتر للحصول على المعلومات ومتابعة الأحداث والتغيرات الاجتماعية المتعلقة بالمرأة، ما يشير إلى ارتفاع مستوى الوعي لدى المستخدمين، إذ يساعدهم تويتر في تشكيل الرأي العام حول قضايا المرأة، وخاصة ما يتعلق بتوليها المناصب القيادية. وأكدت الدراسة أن الاستخدام المتكرر لتويتر مكن المشاركين من تكوين معلومات كافية حول الموضوع، والتعبير عن آرائهم ومناقشتها مع الآخرين، كما أظهرت النتائج أن تولي المرأة للمناصب القيادية لا يُعدّ متعارضاً مع قيم المجتمع، في حين تمثل رؤية 2030 دعماً واضحاً لتمكين المرأة في هذا السياق.

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 تأثير 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 تهيئة المحتوى الرقمي أداة خفية لكنها فعالة في تشكيل الرأي العام عبر الإنترنت. لذلك، تتعامل الدراسة مع هذا المصطلح إجرائيًا 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 ومؤشراتها 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 محتوهم 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، وفقاً 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 السعوديين النشطين على مواقع التواصل الاجتماعي.

وسائل جمع بيانات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة الإلكترونية كوسيلة رئيسة لجمع البيانات من أفراد العينة، نظراً 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. 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.
- ❖ 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.
- ❖ 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، (4) 5.
- ❖ عبدالله 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، (3) 46.
- ❖ 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.
- ❖ 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).
- ❖ العبدى خيرة. (2021). الاعلام الجديد وصناعة الرأي العام: مقارنة الأدوار العمومية للمثقفين 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، (1) 7.

- ❖ كمال, & مها مدحت محمد. (2023). دور الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو التغيرات البيئية والمناخية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام, 22(4), 181-257.
- ❖ سالم, & نصيرة. (2022). الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني. مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية, 10(3), 549-570.
- ❖ منماني, مباركة, بورقعة, & سمية. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في صناعة الرأي العام أثناء فترة الحراك الجزائري-دراسة ميدانية الفيس بوك نموذجا. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات, 4(4), 303-324.

