

نموذج مشروع خطة أطروحة للتسجيل لدرجة الدكتوراه

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

ماهر يحيى البواردي

232001441

الإعلام والتسويق

اسم الباحث:

الرقم الأكاديمي:

الكلية:



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 كريكط 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 وأماني 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 العلونة (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 إعلامياً 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 – استناداً 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 غالباً 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 يدرك 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

Chapter

02

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؟

Chapter
01

أهمية الدراسة (النظرية والتطبيقية):

الأهمية النظرية:

تتبع 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 التنقيف الإعلامي الرقمي في المؤسسات التعليمية والثقافية، بما يسهم في رفع مستوى الوعي المجتمعي بالتحديات التقنية المرتبطة بالخوارزميات، ويعزز من قدرة المستخدمين على التعامل الواعي مع بيئة التواصل الرقمي.

أهداف الدراسة

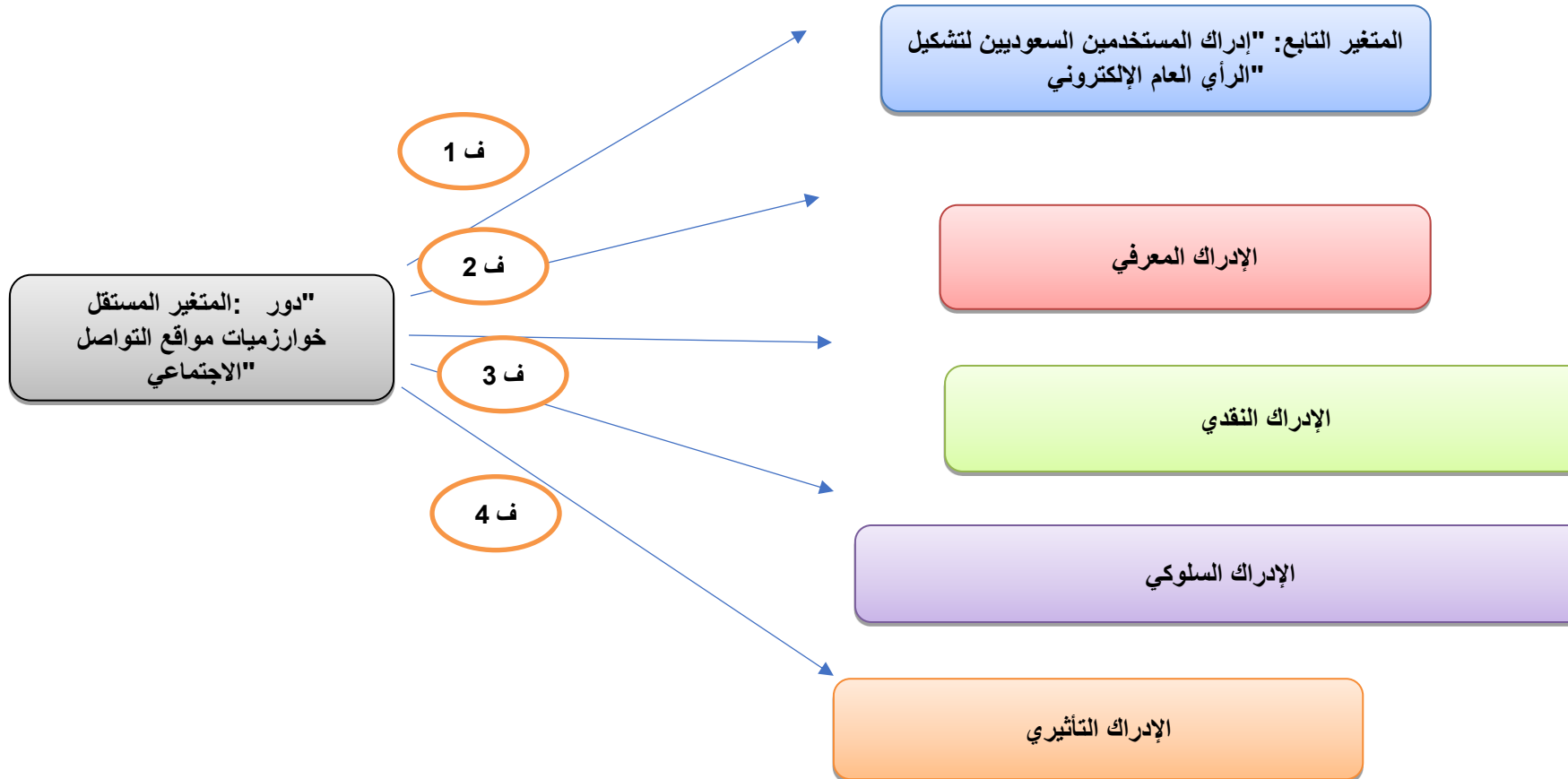
يهدف هذا البحث الى تحقيق مايلي:

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 (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 وُزعت 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. وتوصي 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 العز عزي). (2019). دور المواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل اتجاهات المغتربين اليمنيين نحو قضايا الوطن.

هدف البحث إلى التعرف على " دور المواقع الإخبارية الالكترونية 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. وأوصي البحث بضرورة تفعيل دور وسائل الإعلام اليمنية، والمواقع الإخبارية الالكترونية 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. كتب هذا المستخلص من قبل دار المنظومة 2018.

• دراسة (وديع العز عزي). (2019). دور المواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل اتجاهات المغتربين اليمنيين نحو قضايا الوطن.

هدف البحث إلى التعرف على " دور المواقع الإخبارية الالكترونية 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، وأستبانة لجمع البيانات. وجاءت نتائج البحث مؤكدة على أن أغلب المغتربين اليمنيين تتصفح المواقع الإلكترونية بصفة دائمة وأحياناً وينسبة (84.7%). كما أكدت على ارتفاع معدل العينة للمواقع الإخبارية الالكترونية، 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. وأوصي البحث بضرورة تفعيل دور وسائل الإعلام اليمنية، والمواقع الإخبارية الالكترونية 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 سواءً ما يتعلق منها بالاكشافات الأثرية، وما يتعلق بالموقع الجغرافي أو الاعتماد على الكفاءات السعودية من خلال العودة، أو ما يتعلق بالقضايا الاجتماعية، وقضايا الانتماء. ويجد الرأي العام السعودي في التدوين المصغر عبر تويتر منصة إلكترونية فعّالة في التعبير عن آرائه بشأن القضايا المهمة في المملكة وعلى رأسها قضايا الهوية الوطنية. كما تشير 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 تويتر 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 تويتر واتجاهاته نحو معالجتها-أي شبكة تويتر- 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 تعد المتغير الأبرز في تحديد تأثيرات الإعلام الاجتماعي أو البديل ممثلاً في شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها تويتر.

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.

Chapter

01

الرأي العام الإلكتروني،

كما تتناول هذه الدراسة، الاتجاهات والتصورات والمواقف التي يكونها 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



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. ويُشير 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 لمصادقية 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 ومصادقية 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 أبو راوي 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 إجرائياً كأحد العوامل التي تعزز أو تقلل من ظهور بعض القضايا أو الاتجاهات، سواء بطريقة تلقائية أو خاضعة لتدخلات برمجية ضمن الخوارزميات.

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 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 2025/2024.
- 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، 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 للبدء في التحليل SPSS لضمان الوصول السريع والفعال إلى المشاركين. عقب جمع البيانات، تم ترميزها وإدخالها إلى برنامج 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:

- ❖ كريكت, & عائشة. (2022). خوارزميات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي أي دور؟ وأي علاقة؟. مجلة الإعلام والمجتمع. 407-421, 6(2),
- ❖ 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, 2025(90),
- ❖ 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)، 293-263.
- ❖ وديع العززي. (2019). دور المواقع الإخبارية الالكترونية 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. 637-676, 19(2),
- ❖ الزهراني، أحمد على، سالم، & دعاء فتحي. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو رؤية المملكة 2030. المجلة المصرية لبحوث الإعلام, 193-279, 2018(65),
- ❖ 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 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، 325-345، (4)، 25.
- ❖ 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، (2)، 37.
- ❖ 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.
- ❖ علي عبد الهادي عبد الامير. (2016). اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني ازاء الازمات الامنية. *ALBAHITH ALALAMI*, 8(32), 111-128.