الجمعية السعودية
للعلاقات العامة والإعلان
Saudi Association for
Public Relations & Advertisement

العلاقات العامة والإعلان

مجلة علمية دورية محكمة

العدد الحادي عشر، يناير / أبريل ٢٠٢٦

مجلة علمية دورية محكمة تعنى بأبحاث العلاقات العامة والاتصال التسويقي والإعلان
العدد الحادي عشر
يناير / أبريل ٢٠٢٦م

المشرف العام
رئيس مجلس الإدارة
أ. د عبدالرحمن بن نامي المطيري

رئيس التحرير
د. بندر بن عويض الجعيد

مدير التحرير
د. عبدالله بن جارالله العبدلي

هيئة التحرير

أ.د. عبدالملك بن عبدالعزيز الشلهوب.
أ.د. عبدالله بن عبدالمحسن العساف.
أ.د. يسرا حسني عبدالخالق.
أ.د. حسن محمد حسن منصور.

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي بن جبار الشمري
أ.د. علي عقلة عبدالرحمن نجادات
أ.د. عبدالله خميس الكندي
أ.د. محمد بن فهد الجبير

الرقم الدولي المعياري

الرقم الدولي المعياري (ردمد) ٢٥٨٧-٢٦٧٦
رقم إيداع ٢١٥٣٠/ ١٤٤٥

للتواصل مع إدارة التحرير
الموقع الإلكتروني: sapra.imamu.edu.sa
البريد الإلكتروني: sapra@imamu.edu.sa
هاتف: ٠٠٩٦٦١١٢٥٨٨٠١٨

رؤية المجلة

الريادة والتميز في نشر البحوث والأوراق العلمية المتخصصة في الاتصال والإعلام والعلاقات العامة والإعلان .

رسالة المجلة

تقديم بحوث مميزة وإنتاج المعرفة التي تخدم المجتمع، ودعم الإبداع الفكري والتوظيف الأمثل للتقنية والشراكة المحلية والعالمية الفاعلة، والتميز في تقديم البحوث ذات الأفكار المبتكرة والتي لم يسبق نشرها بمجلات علمية أخرى، والمحكمة بواسطة نخبة من العلماء والخبراء والمتخصصين، والإسهام في إخراج بحوث علمية متميزة، وتتحقق رسالة الجمعية من خلال الالتزام بالمعايير العالمية للتميز في مجالات البحث العلمي.

أهداف المجلة

- نشر الأبحاث العلمية في مجال الاتصال، والإعلام، والعلاقات العامة، وفروعها.
- رفع مستوى الجودة والتميز في مخرجات البحوث العلمية.
- المنافسة مع المجلات الإقليمية والعالمية المتخصصة وتحقيق مراتب متقدمة بين المجلات العلمية المتخصصة.
- التطوير المستمر في أساليب النشر والتحكيم والتبادل العلمي مع المؤسسات العلمية المحلية والدولية.
- استقطاب وتطوير أعضاء هيئة التحرير والمحكمين والأستشاريين المتميزون.
- تعزيز التواصل مع الجامعات والمؤسسات العلمية والبحثية، والمهنية محليًا، واقليميًا وعالميًا.
- نشر تقارير الندوات والمؤتمرات العلمية التي تعقد بإشراف الجمعية أو بمشاركة الجمعية.

قواعد النشر بالمجلة

- أن تكون المواد المقدمة للنشر في إطار الموضوعات التي تُعنى بها المجلة، وتشمل الدراسات والبحوث العلمية المحكمة، وملخصات الرسائل وقراءات الكتب في مجالات الاتصال والإعلام والعلاقات العامة أو أحد فروعها.

- أن يكون البحث أصيلًا ولم يسبق نشره.

- يجب على المولفين الإلتزام بتعديل الملاحظات التي قد ترد من المحكمين.

- يجب على المؤلفين الإفصاح عن الدعم المالي الذي تم الحصول علية لأغراض إتمام الدراسة.

- أن يتبع البحث الأصول العلمية المتعارف عليها، وبخاصة فيما يتعلق بالمنهجية العلمية، والتوثيق، ويراعى الكتابة ببنط (١٤) (Simplified Arabic)، والعناوين الرئيسة والفرعية (Bold)، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢،٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط (Arial).

- يتم رصد المراجع والمصادر في نهاية البحث وفقًا للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل، وفقًا للإشارة إلى المرجع في متن البحث، باتباع أسلوب جمعية علم النفس الأمريكية (APA) للتوثيق.

- إضافة قائمة أخرى للمراجع اللاتينية وفق طريقة DI 31635 .

- أن يكتب البحث بلغة عربية سليمة. (وتقبل المجلة البحوث المكتوبة باللغة الانجليزية والفرنسية).

- ألا يزيد البحث المقدم للنشر عن (٤٥) صفحة A4 ولا يقل عن (٢٥) صفحة وذلك يشمل الجداول والأشكال والرسوم البيانية والصور الفوتوغرافية وبشرط أن تكون مرقمة تسلسليًا ويكون لها عنوان أعلى الجدول أو أسفل الصورة أو الشكل.

- تخضع البحوث العلمية المنشورة للتحكيم العلمي من قبل محكمين تختارهم المجلة ما لم يكن البحث محكمًا من قبل المجالس العلمية في المؤسسات الأكاديمية، أو كان جزءًا من رسالة علمية تمت مناقشتها ومنح صاحبها الدرجة العلمية.

- يقدم الباحث نسخة إلكترونية من بحثه مكتوبة بصيغة (Word).

- لا تعاد البحوث إلى أصحابها.

- تقبل المقالات والبحوث المترجمة، وعروض وقراءات الكتب الصادرة حديثًا شريطة أن يكون موضوعها في إطار ما تعنى به المجلة.

سياسة المجلة

- جميع حقوق الطبع والنشر والملكية للمقالات المنشورة تابعة لمجلة العلاقات العامة والإعلان، والعائدة للجمعية العلمية للعلاقات العامة والإعلان.
- النشر في المجلة يتطلب رسوم إجراءات التحكيم والنشر وقدرها ١٥٠٠ ريال سعودي للدراسة الواحدة (غير مستردة في حال عدم قبول نشر الدراسة).
- لا توجد رسوم اشتراك بالمجلة، وجميع المقالات المنشورة بالمجلة متاحة للقراءة بالمجان على موقع المجلة الإلكتروني.
- تحتوي المجلة بشكل أساسي على مواد علمية بحثية أصلية وأوراق علمية ومراجعات كتب.
- يجب أن يكون المستوى الأكاديمي للدراسات المقدمة للنشر مناسبًا للخريجين و/ أو ما بعد الدكتوراه و/ أو المتخصصين.
- تشترط المجلة الأصالة في الدراسات العلمية المرسلة لها، وتخضع جميع الدراسات والأبحاث لعملية فحص نسبة الاستلال عن طريق برنامج متخصص في كشف الانتحال قبل البدء في عملية التحكيم العلمية بهدف تحديد نسبة الاستلال، وفي حال تبين أن نسبة الاستلال عالية؛ فالمجلة لها الحق في رفض قبول تحكيم الدراسة.

مراجعة المحكمين:

تتبع المجلة العلمية السعودية للعلاقات العامة والإعلان عملية المراجعة المزدوجة العمياء من قبل المحكمين.، وهو نظام مراجعة يتم بموجبه إخفاء هوية مؤلفي الدراسات والأبحاث عن المحكمين المختارين، حيث تتم إزالة جميع التفاصيل التي قد تُمكن المحكم من التعرف على المؤلفين للدراسة قبل إرسالها إلى المحكم، وبالمثل يتم إخفاء هويات المحكمين عن المؤلفين عند إرسال تعليقات المراجعين إلى المؤلفين.

الإفصاح العلمي:

١. يجب على الباحثين والباحثات الكشف لهيئة التحرير بالمجلة عن أي تعارض بالمصالح قد يؤثر على تحكيم البحث المقدم للنشر بالمجلة.

٢. يجب على المُحكم العلمي الالتزام بالإفصاح عن تخصصه العلمي ، واهتماماته، وسيرته الذاتية، وقدرته على تحكيم البحث المرسل من الناحية المنهجية العلمية والشكلية والزمنية.

٣. يجب على المُحكم الالتزام بعدم الإفصاح عن أي معلومات علمية وشخصية قد تضر بأصحاب البحوث، وتضر بالإضافة العلمية لهم، ويترك الأمر للجهة المحكمة للقيام بالإجراء القانوني المناسب.

٤. يجب على المُحكم الالتزام بالإفصاح لهيئة التحرير عن أي خلل يتصل بالأمانة العلمية للأبحاث المقدمة.

المحتويات

بحوث علمية محكمة:

٨ **تحليل خطاب الكراهية عبر منصة «إكس»**

دراسة مقارنة بين التحليل بالذكاء الاصطناعي والتحليل اليدوي (التقليدي)»

إعداد: د.آلاء بكر الشيخ

جامعة الملك عبد العزيز

---

٤٩ **اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل آرائه تجاه القضايا السياسية الدولية**

دراسة في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

إعداد: د. عبدالله مفرح جابر الجابري

جامعة جازان

---

٩٦ **اتجاهات الوعي البيئي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية**

دراسة ميدانية في ضوء نظريتي السلوك المخطط ونموذج القيم والمعتقدات والمعايير

إعداد: د. يوسف عثمان يوسف

جامعة الملك عبد العزيز

د. فتحي حامد بشارة

جامعة حائل

---

١٣٠ **الخوارزميّات وصناعة الفقاعات المعلوماتية على تيك توك**

دراسة نوعية للخطاب السعودي – الفلسطيني

إعداد: د. بندر جابر دوشي

جامعة جازان

كلمة العدد

يسر هيئة تحرير مجلة العلاقات العامة والإعلان -الصادرة عن الجمعية العلمية السعودية للعلاقات العامة والإعلان- أن تضع بين أيديكم العدد الحادي عشر والأول لعام ٢٠٢٦؛ في إطار رسالتها العلمية الهادفة إلى تعزيز البحث الأكاديمي الرصين في مجالات الاتصال والإعلام والعلاقات العامة، ومواكبة التحولات المتسارعة التي يشهدها المشهد الإعلامي في العصر الرقمي.

يأتي هذا العدد في سياق الاهتمام المتزايد بدراسة التحولات الاتصالية التي فرضتها البيئة الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي، وما صاحبها من تغيرات في أنماط إنتاج المحتوى الإعلامي وتداوله وتأثيراته في تشكيل الرأي العام والوعي المجتمعي. وتضمّن العدد مجموعة من الدراسات العلمية المحكمة التي تتناول موضوعات معاصرة، من بينها تأثير منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات والآراء، ودور الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي البيئي، إلى جانب دراسات تحليلية تتناول ظواهر الخطاب الإعلامي في الفضاء الرقمي، وتحليل خطاب الكراهية، ودور الخوارزميات والمنصات الرقمية في تشكيل الفقاعات المعلوماتية والاتجاهات الاتصالية الحديثة.

وتعكس هذه الدراسات تنوعًا في المقاربات النظرية والمنهجية، بما يسهم في إثراء الأدبيات العلمية العربية في مجال الاتصال والإعلام، ويعزز من فهم التحولات العميقة التي يشهدها المجال الإعلامي على المستويات الاجتماعية والثقافية والسياسية. كما تسعى المجلة من خلال نشر هذه الأبحاث إلى الربط بين المعرفة الأكاديمية والتطبيقات المهنية، بما يدعم تطوير ممارسات الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسات المختلفة.

وإذ نثمن إسهامات الباحثين الكرام الذين أثروا هذا العدد بدراساتهم العلمية، فإننا نتقدم بالشكر والتقدير للسادة المحكمين وهيئة التحرير على جهودهم العلمية في تحكيم الأبحاث وضمان جودتها وفق المعايير الأكاديمية المعتمدة، بما يعزز من مكانة المجلة بوصفها منصة علمية تسعى إلى نشر المعرفة الرصينة في حقل الاتصال والإعلام.

ونأمل أن يسهم هذا العدد في دعم الحوار العلمي وتطوير البحث في مجالات العلاقات العامة والإعلام، وأن يشكل إضافة نوعية للباحثين والمهتمين بقضايا الاتصال والإعلام في العالم العربي.

والله الموفق.

رئيس هيئة التحرير

د. بندر بن عويض الجعيد

الأستاذ المشارك بكلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبدالعزيز

تحليل خطاب الكراهية عبر منصة «إكس»

دراسة مقارنة بين التحليل بالذكاء الاصطناعي والتحليل اليدوي (التقليدي)»

إعداد: د.آلاء بكر الشيخ[1]

ملخص الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى تحليل أنماط خطاب الكراهية على منصة إكس Twitter سابقًا من خلال المقارنة بين التحليل اليدوي التقليدي والتحليل الآلي المعتمد على نماذج الذكاء الاصطناعي، وذلك ضمن سياق لغوي وثقافي عربي معقّد. استخدمت الدراسة عينة ضخمة مكوّنة من ٩،٣٥٠ تغريدة جُمعت عبر واجهات X API، وخضعت لعمليات تنظيف ومعالجة مسبقة شملت إزالة الضوضاء، وتوحيد الترميز، وتصفية الحسابات غير البشرية. اعتمد التحليل الآلي على نماذج BERT العربية، في حين أجرى التحليل اليدوي فريقٌ مدرَّب باستخدام نموذج ترميز متسق.

أظهرت النتائج فجوة منهجية واضحة بين المنهجين؛ إذ تفوَّق التحليل الآلي في رصد الأنماط اللفظية المباشرة مثل: الإساءة اللفظية (٢٠٪)، والتحريض على العنف (١٨٪)، والتمييز ضد الفئات المهمشة (١٩٪)، بينما تفوَّق التحليل اليدوي في التقاط الأشكال الضمنية ذات الحمولة الدينية والاجتماعية،

(١) أستاذ العلاقات العامة المشارك بكلية الاتصال والإعلام – جامعة الملك عبد العزيز.

مثل: التشكيك في الثوابت (١٨٪) والدعاء على الغير (١٦٪)، إضافة إلى السخرية من الرموز الثقافية التي استعصت على النماذج الآلية، كما أبرزت النتائج اختلافًا كبيرًا في تصنيف الخطاب الديني والاجتماعي لصالح التحليل اليدوي، مقابل تفوق آلي في الخطاب العنصري والسياسي.

تقدم النظريتان الاجتماعيتان؛ الهوية الاجتماعية (SIT) والهيمنة الاجتماعية (SDT)، إطارًا تفسيريًّا مركزيًّا لفهم أنماط الخطاب المكتشفة؛ إذ تشير النتائج إلى أن خطاب الكراهية يُستخدم لترسيخ الحدود بين المجموعات، وتعزيز التمايز الهوياتي، وإعادة إنتاج التسلسل الهرمي الاجتماعي من خلال التحريض والإقصاء والتخوين، وتؤكد النتائج الحاجة إلى اعتماد مقاربة هجينة تجمع بين القدرات الإحصائية للنماذج الآلية والحساسية الثقافية للتحليل البشري، خصوصًا في البيئات العربية التي تتسم بالتعقيد الدلالي وتنوع اللهجات.

الكلمات المفتاحية: خطاب الكراهية؛ منصة إكس؛ التحليل الآلي؛ الترميز اليدوي؛ نظرية الهوية الاجتماعية

Hate Speech Analysis on the X Platform

A Comparative Study between Artificial Intelligence-Based Analysis and Manual (Traditional) Analysis”

Abstract:

This study examines hate speech dynamics on the social media platform X (formerly Twitter) through a comparative analysis of manual content coding and automated machine-learning-based classification within a complex Arab linguistic and cultural context. A dataset of 9,350 posts was collected using the official X API and subjected to extensive preprocessing, including noise removal, text normalization, and bot filtering. Automated analysis relied on Arabic BERT-based models, while manual coding was conducted by a trained research team using a unified coding protocol.

The results reveal a clear methodological gap between the two approaches. Automated analysis excelled in detecting explicit and surface-level linguistic patterns, such as verbal abuse (20 percent), incitement to violence (18 percent), and discrimination against marginalized groups (19 percent). In contrast, manual analysis outperformed automated models in capturing implicit and culturally embedded expressions, such as questioning social or religious norms (18 percent), malediction (16 percent), sarcasm, coded references, and dialect-specific expressions that machine-learning models struggled to interpret. Manual coding also identified higher rates of religious and social

hate speech, while automated analysis showed stronger performance in identifying racial and political hostility.

Theoretical interpretation using Social Identity Theory (SIT) and Social Dominance Theory (SDT) demonstrates that hate speech on X functions as a tool for reinforcing group boundaries, maintaining symbolic superiority over out-groups, and reproducing hierarchical social orders through exclusion, delegitimization, conspiracy framing, and incitement. The findings underscore the need for a hybrid analytic approach that combines the statistical efficiency of automated models with the contextual sensitivity of human coders, especially in Arabic-speaking environments characterized by high semantic complexity and dialectal diversity

Keywords: Hate Speech; X Platform; Automated Analysis; Manual Coding; Social Identity Theory.

المقدمة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي فضاءً عامًا للتعبير وتبادل الآراء، ورغم دورها في تعزيز التواصل بين الشعوب، فقد وفرت بيئة خصبة لانتشار خطاب الكراهية الرقمي بأشكاله الدينية والعرقية والثقافية والسياسية، وتُظهر الدراسات أن هذا الخطاب يهدد تماسك المجتمعات ويزيد من احتمالات التمييز والاستقطاب، وقد يقود في بعض الحالات إلى العنف عندما يُدمج مع معلومات مضللة تُغذّي التحيزات القائمة (Müller & Schwarz, 2021).

وتُعد منصة «إكس» نموذجًا واضحًا لهذا الجدل؛ حيث تشير تقارير أكاديمية وصحفية إلى ارتفاع معدلات محتوى الكراهية بعد عام ٢٠٢٢ وزيادة نشاط الحسابات الآلية في نشره، كما يُقدّر عدد المستخدمين النشطين شهريًا على المنصة بنحو ٥٨٦ مليون مستخدم مَطلع عام ٢٠٢٥، مع ارتفاع في عدد المستخدمين اليوميين؛ ما يعكس تأثيرها الكبير في تشكيل النقاش العام (Manke, 2025).

ومع ضخامة المحتوى الرقمي، أصبح التحليل البشري وحده غير كافٍ؛ مما يجعل تقنيات الذكاء الاصطناعي ضرورية لتحليل البيانات على نطاق واسع، مع احتفاظ التحليل البشري بأهميته في تفسير السياقات الدقيقة.

وتسعى هذه الدراسة إلى المقارنة بين نتائج التحليل اليدوي والتحليل الآلي، وقياس مدى توافقهما في كشف خطاب الكراهية وتحديد شدته، وصولًا إلى بناء منهج مختلط يجمع بين قدرات الذكاء الاصطناعي ودقة الفهم البشري؛ للحد من خطاب الكراهية، وحماية النسيج الاجتماعي والثقافي.

مشكلة الدراسة

مع اتساع نطاق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتزايد حجم التفاعلات الرقمية، برزت ظاهرة خطاب الكراهية كأحد أخطر التحديات التي تهدد التعايش السلمي والتفاهم الثقافي بين الشعوب؛ ونظرًا إلى تعدد اللغات والسياقات الثقافية الذي يجعل من رصد هذا الخطاب عملية معقدة تحتاج إلى جهد ووقت لا يتسع أحيانًا لطاقة المحلل البشري، وفي ظل التطور التكنولوجي، ظهر الذكاء الاصطناعي كأداة مناسبة في تحليل المحتوى الرقمي، إلا أنّه يظل عرضة لقيود تقنية ومعرفية، في مقابل التحليل اليدوي الذي يتميز بالقدرة على إدراك السياقات الدقيقة لكنه يفتقر إلى الشمولية والسرعة، وتزداد الإشكالية تعقيدًا في السياق العربي؛ حيث يتسم خطاب الكراهية بتعقيدات تعدد الثقافات العربية واللهجات المحلية.

ومن هنا تنبع إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الآتي:

إلى أي مدى يمكن أن يُسهم التحليل بالذكاء الاصطناعي في رصد خطاب الكراهية على منصة «إكس» مقارنة بالتحليل اليدوي، وما أوجه القوة والقصور في كل منهما؟

أهداف الدراسة:

- الكشف عن أنماط خطاب الكراهية الأكثر انتشارًا على منصة X «إكس».
- تصنيف أشكال الكراهية المختلفة السائدة في منصة X «إكس».
- رصد أطروحات الكراهية على منصة X «إكس».
- الكشف عن أنماط الكراهية الاجتماعية على منصة X «إكس».
- مقارنة شاملة بين التحليل اليدوي والتحليل بالذكاء الاصطناعي من حيث الدقة، والسرعة، والقدرة على إدراك السياق.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

١. ما الفئات المستهدفة وأنماط خطاب الكراهية الأكثر انتشارًا على منصة «إكس»، وكيف تُوظَّف الرموز اللغوية والسياقات الثقافية في إنتاجه؟

٢. ما مستويات شدة خطاب الكراهية وأبرز أطروحاته ومظاهره الاجتماعية ضمن المحتوى المنشور على منصة «إكس»؟

٣. ما مدى دقة وموثوقية التحليل الآلي مقارنة بالتحليل اليدوي في تصنيف خطاب الكراهية وكشف دلالاته وسياقاته؟

٤. كيف يمكن بناء منهج مختلط يجمع بين التحليل اليدوي والآلي لتحسين كشف خطاب الكراهية وتفسيره في ضوء الفروق الثقافية واللغوية؟

الإطار النظري (الدراسات السابقة - النظرية)

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات التي تناولت موضوع تحليل خطاب الكراهية في وسائل التواصل الاجتماعي إلى محورين؛ خطاب الكراهية في تحليل محتوى التواصل الاجتماعي ومنصة «إكس»، ودراسات أخرى اهتمت بالمقارنة بين التحليل اليدوي والآلي باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لخطاب الكراهية.

المحور الأول: خطاب الكراهية في تحليل محتوى التواصل الاجتماعي ومنصة «إكس».

هدفت **دراسة عكوش** (٢٠٢٥) إلى تحليل خطاب الكراهية في المواقع الإخبارية المصرية والعربية، ورصد مفردات الإقصاء المتضمنة في المعالجات الخبرية، والكشف عن أثرها على قيم المواطنة لدى الجمهور، واعتمدت الدراسة على منهج كيفي قائم على مدخل تحليل الخطاب ونظرية أفعال الكلام، من خلال تحليل محتوى المعالجات الخبرية المنشورة في عدد من المواقع الإخبارية المصرية والعربية؛ بهدف تفكيك البنى اللغوية والدلالية للخطاب الإعلامي المرتبط بالقضايا والجماعات الحساسة، وأظهرت النتائج أن بعض هذه المعالجات تُسهم في تعميم خطاب الإقصاء وإعادة إنتاج مفردات الكراهية، بما يؤدي إلى إضعاف قيم المواطنة وتعزيز مظاهر الانقسام المجتمعي، كما أكَّدت الدراسة على أهمية تبني إرشادات تحريرية أكثر صرامة في توصيف الجماعات والقضايا الحساسة، للحد من الآثار السلبية للخطاب الإعلامي، وتعزيز القيم الجامعة داخل المجتمع.

تناولت **دراسة شرف والنشار** (٢٠٢٣) أطر تقديم المعلومات الزائفة عن الأزمات المجتمعية والسياسية والاقتصادية، وأثرها في ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت على تحليل محتوى كيفي في إطار نظري لأطر المعلومات الزائفة، ركَّز على استمالات الخطاب العقلانية والعاطفية وأنماط خطاب الكراهية في التفاعلات الرقمية، وأظهرت النتائج تنوع الاستمالات

المستخدمة، خاصة إثارة العاطفة والسخرية واستغلال احتياجات الجمهور، إلى جانب تعدد أشكال خطاب الكراهية بين الشتم والوصم والخطاب التحريضي.

اهتمت **دراسة حبشي** (٢٠٢٣) بالمقارنة بين التحليل اليدوي والتحليل الآلي باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي (Bing Chat وGPT-4 وAilyze) في تحليل تعليقات فيسبوك المكتوبة بالعامية المصرية حول قضية تعديل الدستور، واعتمدت الدراسة على تحليل نصي يدوي وآلي ومقارنة نتائجهما في رصد الدلالات والسياق، وأظهرت النتائج تفوُّق التحليل اليدوي في اكتشاف الدلالات السياقية الدقيقة والسخرية المشفرة، في حين حقق التحليل الآلي كفاءة جيدة في الفرز الأولي واسع النطاق واستخراج الكلمات المفتاحية، لكنه واجه صعوبة نسبية في التعامل مع الاستعارات والسياق الاجتماعي الضمني للعامية المصرية.

هدفت **دراسة إبراهيم** (٢٠٢٣) إلى كشف وتحليل أبعاد خطاب الكراهية والتحريض ضد اللاجئين في مصر على منصة تويتر، ورصد القضايا المحورية في التغريدات المعادية لهم، واعتمدت الدراسة على تحليل محتوى كيفي لتغريدات متعلقة باللاجئين، مع تصنيف أنماط خطاب الكراهية والتحريض، وأظهرت النتائج تصاعد خطاب الوصم الاقتصادي والأمني وربطه باللاجئين، وتعدد مظاهر خطاب الكراهية؛ حيث برز التحريض على الكراهية وتقييد الحقوق بوصفهما النمطين الأكثر حضورًا في الخطاب العدائي.

تناولت **دراسة لبيب** (٢٠٢٣) خطاب الكراهية والعنف في وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، من خلال دراسة تحليلية مقارنة اعتمدت على تحليل محتوى السياسات التحريرية، وتقييم دور التدريب الصحفي، وفهم سياسات المنصات الرقمية، وأظهرت النتائج أن انتشار العنف والكراهية عبر المنابر المختلفة يرتبط بغياب سياسات تحريرية واضحة وضعف التأهيل المهني، مؤكدةً الحاجة إلى تطوير إرشادات تحريرية دقيقة، وتدريب الصحفيين على التحقق واستخدام لغة غير إقصائية، إلى جانب الإلمام بسياسات المنصات الرقمية لتفادي الحذف والمساءلة.

قدّمت **دراسة صديق وأبو الحسن** (٢٠٢٢) تصورًا تطبيقيًّا لدور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية وبناء مجتمع التسامح، من خلال تقديم إرشادات عملية للقائمين بالاتصال وصُنّاع الرسالة الإعلامية، إلى جانب مقترح مقرر تدريسي موجَّه للطلاب، واعتمدت الدراسة على مراجعة الأدبيات ذات الصلة وصياغة توصيات تطبيقية؛ بهدف تعزيز الممارسات الإعلامية المسؤولة، ودعم قيم التسامح، والحد من خطاب الكراهية.

تناولت **دراسة Ayeni** (٢٠٢٥) تحليل خطاب الكراهية في عدد من منصات التواصل الاجتماعي، من

بينها: فيسبوك وتويتر وواتساب، بالاعتماد على مدخل نظرية أفعال الكلام، واعتمدت الدراسة على تحليل كيفي للوظائف التداولية لخطابات الكراهية، مع التركيز على آثارها النفسية والاجتماعية، وأظهرت النتائج أن مستخدمي هذه المنصات يوظفون أفعالًا كلامية ذات طابع إقصائي وتحريضي، بما يُسهم في إلحاق أضرار نفسية واجتماعية بالضحايا، ويعزز مظاهر العداء والانقسام داخل المجتمع.

اهتمت **دراسة خليل** (٢٠٢١) بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحليل مشاعر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الفعلي خلال أزمة جائحة فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على تحليل بيانات ضخم باستخدام خوارزميات تصنيف المشاعر (إيجابي، وسلبي، ومحايد) ونماذج الموضوعات (Topic Modeling)، بعد تطبيق أدوات تنظيف النصوص ومعالجة اللغة الطبيعية، وأظهرت النتائج قدرة التحليل الآلي على تتبع موجات القلق والتضامن، ورصد القضايا البارزة مثل المعلومات الطبية وروايات التضليل، بما يعكس ديناميات التفاعل الرقمي في أوقات الأزمات.

استكشفت **دراسة عبد الله** (٢٠٢٠) خطابات الكراهية الدينية الزائفة على شبكة فيسبوك، من خلال تحليل خطاب صفحات مقارنة الأديان، واعتمدت الدراسة على تحليل كيفي للبنية الإقناعية والاستراتيجيات الخطابية، شملت الانتقاء، والشيطنة، وخلق العدو، وتبرير العنف الرمزي. وأظهرت النتائج أن الكثافة العددية لمنشورات الكراهية جاءت منخفضة نسبيًا، إلا أن خطورتها النوعية ظلَّت مرتفعة؛ نظرًا إلى ما تنطوي عليه من مستويات عالية من التلاعب الخطابي والتحريض غير المباشر.

هدفت **دراسة عبد الرازق** (٢٠٢٠) إلى قياس محددات وعي الشباب المصري بمفهوم خطاب الكراهية وإستراتيجياته عبر الوسائل الرقمية، وتحديد المتغيرات المؤثرة في الوعي، وأظهرت النتائج تباينًا في مستويات الوعي تبعًا للتعليم والتعرّض لمحتوى توعوي، وأن الاعتماد على وسائل التواصل كمصدر وحيد للمعلومات يضعف القدرة على التمييز.

المحور الثاني: الدراسات المقارنة بين التحليل بالذكاء الاصطناعي والتحليل الإنساني لخطاب الكراهية.

قدمت **دراسة Tharindu Kumarage, Amrita Bhattacharjee, Joshua Garland** (٢٠٢٤) دراسة حول تسخير الذكاء الاصطناعي لمكافحة الكراهية عبر الإنترنت: استكشاف التحديات والفرص التي توفرها نماذج اللغة الكبيرة في الكشف عن خطاب الكراهية، وأكدت أن نماذج اللغة الكبيرة (LLMs) تتفوق في العديد من التطبيقات المتنوعة التي تتجاوز توليد اللغة، مثل: الترجمة، والتلخيص، وتحليل المشاعر.

قدّم **Narang, Karki, Chauhan, Garg and Samant** (٢٠٢٤) **دراسة بعنوان Hate Speech Analysis**

and Moderation on Twitter Data using BERT and Ensemble Techniques ركّزت على استخدام الذكاء الاصطناعي المتقدم في تصنيف المحتوى العدائي. استخدم الباحثون المنهج التجريبي؛ حيث قارنوا بين نموذج BERT وتقنيات تجميعية مثل CatBoost تم تحليل آلاف التغريدات العربية والإنجليزية المنشورة خلال عام ٢٠٢٣، والتي جُمعت عبر واجهة برمجة التطبيقات لتويتر، أوضحت النتائج أن النماذج القائمة على BERT حققت دقة بلغت ٩٢٪؛ مما يفوق النماذج التقليدية، وأوصت الدراسة بالاعتماد على الدمج بين الذكاء الاصطناعي والتحليل الإنساني في الإشراف على المحتوى.

تناول **Jikeli and Soemer** (٢٠٢٣) **في دراستهما بعنوان The Value of Manual Annotation in Assessing Trends of Hate Speech on Social Media** مقارنة دقيقة بين التحليل اليدوي والآلي في رصد الخطاب المعادي للسامية على تويتر بعد استحواذ إيلون ماسك عليه، وجمعت آلاف التغريدات خلال أكتوبر ونوفمبر ٢٠٢٢، وأظهرت النتائج ارتفاعًا واضحًا في الخطاب العدائي خلال فترة التغيُّر الإداري، وأكدت أن التحليل اليدوي لا يزال أكثر دقة في فهم السياق الثقافي واللغوي مقارنة بالخوارزميات الآلية، خاصة في الحالات الرمزية أو الساخرة

أجرى **Toktarova, Syrlybay, Myrzakhmetova, Anuarbekova, Rakhimbayeva, Zhylanbaeva and Kerimbekov** (٢٠٢٣) **دراسة موسّعة بعنوان Hate Speech Detection in Social Networks using Machine Learning and Deep Learning Methods** استخدمت نماذج مثل SVM وRandom Forest مقابل LSTM وBiLSTM وCNN لتحليل آلاف التغريدات المجمعة من تويتر. أظهرت النتائج أن نموذج BiLSTM قدّم أعلى أداء في اكتشاف الكراهية بدقة تجاوزت ٩٠٪، بينما كانت النماذج التقليدية أقل كفاءة في فهم السياقات الدلالية. خلُصت الدراسة إلى أن التكامل بين التحليل الآلي والتحليل اليدوي يمكن أن يرفع من مصداقية النتائج.

قدّم **Khandelwal and Aruna** (٢٠٢٢) **دراسة مقارنة بعنوان Comparative Analysis of the Performance of Machine Learning and Transfer Learning Models in Detecting Hate on Twitter**. هدفت الدراسة إلى اختبار مدى تفوق نماذج التعلم الانتقالي مثل BERT على خوارزميات التعلم الآلي التقليدية. بدراسة عينة ضخمة من التغريدات المصنفة بحسب وجود خطاب كراهية، أظهرت النتائج أن نموذج BERT تفوق بشكل ملحوظ في الدقة والاستدعاء، مما يعكس قدرته على فهم العلاقات السياقية في النصوص القصيرة، بينما فشلت النماذج التقليدية في كشف المحتوى الساخر أو المتخفي لغويًا.

أجرى **ElSherief, Ziems, Muchlinski, Anupindi, Seybolt, De Choudhury and Yang** (٢٠٢١) دراسة **بعنوان Latent Hatred: A Benchmark for Understanding Implicit Hate Speech** نُشرت

في Proceedings of the AAAI Conference on Web and Social Media. اعتمد الباحثون المنهج التجريبي التحليلي، وجمعوا أكثر من ٢٢ ألف تغريدة تحتوي على محتوى كراهية ضمني وليس مباشرًا. استخدم الفريق مزيجًا من التحليل اليدوي لتحديد الدلالات، والتحليل الآلي باستخدام نموذج RoBERTa- لتدريب النظام. أوضحت النتائج أن النماذج الآلية كانت ضعيفة في التقاط الكراهية غير الصريحة، وأوصَت الدراسة بضرورة الاستعانة بالمحللين البشريين لتطوير بيانات التدريب.

قام **Salminen, Hopf, Chowdhury, Jung, Almerekhi and Jansen** (٢٠٢٠) **بدراسة شاملة بعنوان Developing an Online Hate Classifier for Multiple Social Media Platforms** تناولت بناء نموذج موحد لرصد خطاب الكراهية، استخدم الباحثون المنهج التجريبي المقارن، واعتمدوا على مزيج من التحليل اليدوي الأولي لتصنيف المحتوى، ومن ثم تدريب نموذج تعلم آلي متعدد الطبقات. شملت العينة أكثر من ٥٠ ألف منشور، وبيَّنت النتائج أن النموذج متعدد المنصات حقق نتائج دقيقة بلغت ٨٨٪ على تويتر، وأظهرت الدراسة أهمية التدريب اليدوي المسبق لضمان اتساق البيانات بين المنصات المختلفة.

التعليق على الدراسات السابقة

أظهرت الدراسات التي تناولت استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل النصوص العربية، مثل: دراسة عادل (٢٠٢٣) ودراسة خليل (٢٠٢١)، أن تحدي معالجة اللغة العامية المصرية هو القيد الأكبر على فعالية نماذج الذكاء الاصطناعي، هذا القيد ضروري لفهمه؛ لأن خطاب الكراهية على منصة «إكس» يعتمد بشكل أساسي على اللغة المحكية غير الرسمية. في المقابل، أوضحت دراسات تحليل المضمون على «إكس»، مثل دراسة إبراهيم (٢٠٢٣) أن خطاب الكراهية المهيمن يتسم بـ الطابع العاطفي الشديد (٦٩,٢٪)، في حين أكدت دراسة أبو السعود (٢٠٢٢) أن انتشار الكراهية يُعزى هيكليًا إلى غياب الرقابة الفعالة وحرية التعبير غير المنضبطة، أما الدراسات التي تناولت الخطاب المؤسسي مثل دراسة عكوش (٢٠٢٥) فقد أثبتت أن التحريض يتخفى في أشكال مهنية معقدة (مثل التحذير أو تقديم المعلومات)؛ مما يمثل تحديًا لغويًا أعمق للذكاء الاصطناعي.

تؤكد هذه الدراسات أن التحليل الآلي باستخدام الذكاء الاصطناعي يُعد أداة فعَّالة في الكشف السريع عن خطاب الكراهية، خصوصًا مع تطور نماذج التعلم العميق. ومع ذلك، فإن التحليل اليدوي التقليدي يظل أساسيًّا لضبط دقة النماذج، خاصة في السياقات الثقافية واللغوية المعقدة مثل اللغة العربية. تتجه معظم الأبحاث الحديثة إلى الدمج المنهجي بين الطريقتين، بحيث يقوم التحليل الآلي بعمليات الفرز الأولي الواسع، ثم يتدخل التحليل اليدوي لتفسير النتائج الدقيقة وضبط المعاني الضمنية.

النظريات المرتبطة بالدراسة

نظرية الهوية الاجتماعية (Social Identity Theory)

طُورَت نظرية الهوية الاجتماعية في أواخر السبعينيات من قبل هنري تاجفيل (Henri Tajfel) وجون تيرنر (John Turner)، كإطار نفسي اجتماعي يفسر كيفية تشكيل الهوية الفردية من خلال الانتماء إلى مجموعات اجتماعية(Tajfel & Turner, 2004).

وتُعد هذه النظرية من أنسب النظريات استخدامًا في تحليل ظواهر التحيز وخطاب الكراهية في الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي.

تقوم النظرية على أن الأفراد يُعرّفون أنفسهم وفقًا لانتمائهم إلى جماعات اجتماعية (دينية، وقومية، وعرقية، وسياسية...)، ويقيسون قيمتهم الذاتية من خلال المكانة النسبية لهذه الجماعات. هذا التصنيف يؤدي إلى التمييز بين «نحن» (in-group) و«هم» (out-group)؛ مما يمهد لظهور مشاعر الكراهية والتحقير والتمييز.

ركزت النظرية على ثلاث عمليات معرفية أساسية:

التصنيف الاجتماعي (Social Categorization): يقوم الأفراد بتصنيف أنفسهم والآخرين في مجموعات؛ مما يؤدي إلى تبسيط الواقع الاجتماعي وتعزيز التمييز بين «نحن» و«هم».

التحديد الاجتماعي (Social Identification): يتبنى الأفراد قيم ومعتقدات مجموعتهم؛ مما يعزز الشعور بالانتماء ويرفع التقدير الذاتي. ومع ذلك، يؤدي هذا إلى حب مفرط للمجموعة الداخلية، وقد يُولد تعصبًا ضد الخارجية، خاصة في سياقات الصراع.

المقارنة الاجتماعية (Social Comparison): يسعى الأفراد إلى تحقيق هوية إيجابية من خلال مقارنة مجموعتهم مع الآخرين؛ مما يدفع إلى تفضيل المجموعة الداخلية وإهانة الخارجية للحفاظ على التميز. هذه العملية تُفسر التحيزات بين المجموعات (Intergroup Bias)؛ حيث يُفضل الأفراد توزيع الموارد غير المتكافئة لصالح «نحن». (Iemers, 2022)

يمكن توظيف نظرية الهوية الاجتماعية في هذه الدراسة عبر المستويين التاليين:

أ. التحليل اليدوي (التقليدي)

من خلال تفسير مضمون الرسائل والتغريدات وتحليل الخطاب المرتبط بتقسيم المستخدمين إلى

جماعات متقابلة، مثل: «نحن – هم»، «المؤمنون – الكفار»، «الأغلبية – الأقلية»، «أعداؤنا»، «أنصارنا»)؛ حيث يتم تحليل اللغة والرموز المستخدمة التي تُعزز الانتماء الجماعي وتبرر الإقصاء أو العنف ضد الآخر.

ب. التحليل الآلي بالذكاء الاصطناعي

تم تدريب النماذج اللغوية (NLP / ML) على اكتشاف مؤشرات «هوية جماعية» في النصوص، مثل: الكلمات التي تدل على «نحن» و«هم»، أو الأوصاف السلبية المرتبطة بالجماعة الأخرى، وذلك طبقًا لما أشارت إليه بعض الدراسات من أن الذكاء الاصطناعي قادر على تحليل الأنماط النفسية والاجتماعية ضمن الخطاب العدائي بدقة تصل إلى أكثر من ٨٠٪، (Ombui, Muchemi & Wagacha, 2021).

نظرية الهيمنة الاجتماعية:

تُعَد نظرية الهيمنة الاجتماعية، التي طورها جيم سيدانيوس وفيليسيا براتو في تسعينيات القرن العشرين، إطارًا نظريًّا قويًّا يهدف إلى تفسير كيفية نشوء واستمرارية التسلسل الهرمي الاجتماعي، والقمع القائم على الجماعات في المجتمعات البشرية. تفترض النظرية أن معظم المجتمعات المستقرة تميل إلى تنظيم نفسها في شكل هرمي؛ حيث تتمتع جماعة مهيمنة واحدة على الأقل بسلطة ومكانة وامتيازات غير متناسبة مقارنة بالجماعات التابعة (Sidanius& Pratto, 1999).

وفقًا للنظرية، يسعى بعض الأفراد أو الجماعات إلى الحفاظ على تفوق جماعاتهم من خلال الأيديولوجيات والسلوكيات التي تبرر التمييز وعدم المساواة، مثل: الخطاب العنصري أو الطائفي أو القومي.

ويفسر التعصب كظاهرة مكتسبة عبر التنشئة الاجتماعية والصراعات الجماعية، وليست فطرية؛ فهي ترتكز على ثلاثة محاور رئيسية: النفسي (الاضطرابات الفردية)، الاجتماعي (الصراعات الجماعية)، والمعرفي (التصنيفات النمطية)

ترتكز النظرية على ثلاثة محاور أساسية:

التوجه نحو الهيمنة الاجتماعية: ميل الأفراد أو الجماعات إلى تبرير تفوق جماعاتهم.

الأساطير المشرعِنة: روايات أو أفكار تبرر اللامساواة والتمييز.

الهياكل الهرمية: المجتمع يتكون من جماعات مهيمنة وأخرى خاضعة، ويتجسد ذلك في اللغة والخطاب.

تطبيق النظرية في دراسة تحليل خطاب الكراهية على منصة «إكس»

توفر نظرية الهيمنة الاجتماعية رؤية تحليلية لفهم خطاب الكراهية، ليس فقط كفعل فردي من أفعال التحيز، بل كأداة وظيفية للحفاظ على النظام الاجتماعي الهرمي القائم أو تعزيزه.

خطاب الكراهية كـ «أسطورة مشَرعِنة»: يمكن النظر إلى خطاب الكراهية على منصة «إكس» باعتباره تجسيدًا عمليًا لـ «الأساطير المعززة للتسلسل الهرمي» (Sidanius & Pratto, 1999)؛ فعندما يتم نشر تغريدات تحرض على الكراهية العنصرية، أو الدينية، أو القومية، فإنها لا تعبر عن كراهية مجردة فحسب، بل تعمل على تبرير الوضع المتدني للجماعات المستهدفة وتصويرها على أنها تستحق التمييز أو الإقصاء، وهذا يتوافق بشكل مباشر مع محددات خطاب الكراهية التي ذكرتها، مثل: «النظرة الاستعلائية» و«التحريض على تقليص الحقوق وإقصاء الأفراد».

التوجه نحو الهيمنة الاجتماعية: يمكن استخدام مستوى التوجه نحو الهيمنة الاجتماعية كمتغير تفسيري رئيسي للتنبؤ بمن سينخرط في نشر خطاب الكراهية. الأفراد ذوو التوجه العالي هم الأكثر احتمالًا لإنتاج واستهلاك وتمرير خطاب الكراهية؛ لأن هذا السلوك يتوافق مع رغبتهم الأيديولوجية في رؤية جماعتهم تهيمن على الجماعات الأخرى.

استهداف الجماعات التابعة: تتنبأ النظرية بأن خطاب الكراهية سيوجه بشكل غير متناسب نحو الجماعات الموجودة بالفعل في أسفل التسلسل الهرمي الاجتماعي (Sidanius & Pratto, 1999). مثل الأقليات العرقية، والدينية، أو المهاجرين. يعمل هذا الخطاب كآلية «للإرهاب المنهجي» الذي يهدف إلى إبقاء هذه الجماعات في وضعها التابع؛ مما يهدد أمنها ويقلص من حقوقها، وهو ما يتماشى مع محددات «تهديد الأمن والسلم الاجتماعي» و«تقليص الحقوق».

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة وصفية لوصف أنماط خطاب الكراهية على منصة إكس، مع تحليل نوعي لمقارنة النتائج.

منهج الدراسة:

تتبنى هذه الدراسة منهجية بحثية قائمة على المنهج المختلط (Mixed Methods)، تجمع بين التحليل

الكمي والتحليل النوعي. يُستخدم التحليل الكمي لقياس كفاءة ودقة نماذج التحليل الآلي في كشف وتصنيف خطاب الكراهية، في حين يركّز التحليل النوعي على فهم السياقات الثقافية واللغوية والدلالات الضمنية للخطاب، بما في ذلك الرموز والتلميحات والسخرية، وقد تم اعتماد هذا المنهج استنادًا إلى دراسات سابقة قارنت بين أساليب التعلم التقليدي (shallow learning) ونماذج التعلم العميق (deep learning) في تحليل خطاب الكراهية على منصة تويتر، وأكدت أهمية الجمع بين الطريقتين لتحقيق نتائج أكثر دقة وشمولية (Pen, Teo, & Wang, 2024).

ويُطبَّق هذا المنهج على مرحلتين متكاملتين؛ تتمثل المرحلة الأولى في الكشف الآلي باستخدام نماذج الذكاء الاصطناعي المعتمدة على التعلم العميق، بينما تعتمد المرحلة الثانية على التحليل اليدوي المنهجي بعد تصميم استمارة تحليل محتوى محكّمة، تهدف إلى تفسير السياقات الثقافية واللغوية التي قد لا تلتقطها الخوارزميات بدقة، كما تعتمد الدراسة على المنهج المقارن لمقارنة نتائج التحليل الآلي بنتائج التحليل اليدوي؛ بهدف تحديد نقاط القوة والقصور في كل منهما، وبيان مجالات تفوق الذكاء الاصطناعي في المعالجة واسعة النطاق مقابل تفوق التحليل البشري في تفسير المعاني الضمنية والسياقات الاجتماعية.

أدوات التحليل وجمع البيانات:

الأداة الرئيسية هي تحليل المحتوى (content analysis)، وهي أداة قياسية في بحوث الإعلام لتصنيف النصوص الرقمية بناءً على معايير محددة، وسيتم التحليل وفقًا للأدوات الآتية:

أولًا: التحليل اليدوي (التقليدي):

يستخدم فيه الباحث استمارة تحليل مضمون لتحليل خطاب الكراهية وفق فئات مسبقة (مثلًا: نوع الكراهية، أطروحات الخطاب، السياق)، يتميز هذا النوع بقدرته على فهم المعاني الضمنية، والتهكم، والسياق الثقافي، إلا أنه يجد صعوبة في التعامل مع البيانات الكمية الكبيرة.

ثانيًا: التحليل الآلي (التحليل بالذكاء الاصطناعي):

يستخدم خوارزميات معالجة اللغة الطبيعية (NLP) وتقنيات التعلم العميق (Deep Learning)؛ لاكتشاف خطاب الكراهية وتصنيفه تلقائيًّا.

يتم استخدام نماذج BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers) أو LSTM (Long Short-Term Memory)؛ حيث تعتمد هذه النماذج على مكتبات مثل TensorFlow في التطبيق

وScikit-learn للتدريب والتقييم، وهذه الأدوات تستخدم في الكشف عن الخطاب المسيء والكراهية عن طريق خوارزميات؛ حيث تُستخدم ميزات مثل TF-IDF لاستخراج السمات النصية المميزة (IEEE, 2024).

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع التغريدات المنشورة على منصة X «إكس» (تويتر سابقًا) للمستخدمين الناطقين باللغة العربية، الذين ينشرون محتويات تتعلق بقضايا اجتماعية أو سياسية.

عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في عينة عمدية من التغريدات على منصة إكس التي تحتوي على مؤشرات لفظية أو سياقية لخطاب الكراهية، وبلغت عينة التغريدات اليدوية (٨٥٠) تغريدة، تم اختيارها بناءً على كلمات مفتاحية مرتبطة بالكراهية (مثل: ألفاظ عنصرية، ودينية، أو سياسية)، أو مصطلحات مسيئة شائعة وقد تحتوي على خطاب كراهية، مثل: التمييز العنصري أو الطائفي أو الطبقي أو الديني أو المذهبي، مع فهم وتحليل السياقات العربية، أما عينة تغريدات التحليل الآلي فبلغت (٨٥٠٠) تغريدة، تم جمعها بواسطة الأدوات والمكتبات التي تم الاستعانة بها.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على تحليل خطاب الكراهية فقط دون التطرق إلى أنواع الخطابات الأخرى (مثل خطاب العنف أو التضليل).

الحدود المكانية: تقتصر على منصة «إكس» (Twitter سابقًا) بوصفها ساحة نشطة للتفاعل الاجتماعي والنقاش العام.

الحدود الزمنية: تمتد فترة جمع البيانات من ١ يناير ٢٠٢٥ إلى ٣٠ أكتوبر ٢٠٢٥. وتم اختيار هذه الفترة نظرًا لما أشارت إليه الإحصاءات من ارتفاع خطاب الكراهية في هذه الفترة في الفئات اللفظية بسبب الانتشار الرقمي (Manke, 2025)

الحدود اللغوية: تشمل الدراسة التغريدات العربية فقط.

الحدود التقنية: يعتمد التحليل الآلي على قدرات النماذج اللغوية المستخدمة، والتي قد تواجه صعوبة في فهم السياقات المحلية أو اللهجات العامية أو السخرية.

طرق جمع البيانات:

استخدام واجهة برمجة التطبيقات (Twitter API / X API)

تم إنشاء حساب مطوّر على منصة X واستخدام واجهات X API الرسمية لجمع البيانات البحثية، مع التركيز على التغريدات المنشورة خلال عام ٢٠٢٥. جرى استخراج البيانات بالاعتماد على مجموعة من الكلمات المفتاحية والوسوم المرتبطة بخطاب الكراهية، إلى جانب استخدام أداة البحث المتقدم في المنصة؛ بهدف ضمان شمولية العينة ضمن الإطار الزمني المحدد، وتقليل احتمالات التحيُّز في الاختيار.

نُفِّذت عملية التجميع البرمجي باستخدام لغة Python عبر مكتبات Tweepy وsnscrape، مع تخزين البيانات في ملفات CSV ومعالجتها داخل بيئة pandas. وفي مرحلة المعالجة اللغوية المسبقة (Pre-processing)، استُخدمت أدوات NLTK وspaCy لإجراء عمليات تقطيع النصوص (tokenization)، والاشتقاق (stemming)، وإزالة كلمات الوقف العربية (stop words). كما جرى توظيف أدوات متخصصة في اللغة العربية، مثل MADAMIRA؛ لمعالجة التعقيد الصرفي والدلالي للنصوص العربية، وتحسين جودة التمثيل اللغوي.

التحليل الآلي:

في مرحلة التحليل الآلي، طُبِّقت نماذج BERT العربية المتقدمة، مثل AraBERT وCAMeL-BERT، لتحليل الأنماط الدلالية وتصنيف خطاب الكراهية؛ لما تتميز به من قدرة عالية على استيعاب السياق اللغوي والمعاني الضمنية مقارنة بالنماذج التقليدية المعتمدة على السمات السطحية، وأَسْهَمَت هذه النماذج في معالجة حجم كبير من البيانات بكفاءة، والكشف الأولي عن مستويات شدة الخطاب وأنماطه.

وبالتوازي مع ذلك، خضع جزء من البيانات لتحليل يدوي منظم، ركّز على تفسير السياقات الثقافية واللغوية، والرموز الضمنية، وأساليب التلميح والسخرية التي قد تعجز النماذج الآلية عن رصدها بدقة، وقد استُخدم التحليل اليدوي بوصفه أداة تَحَقُّق وتفسير مكملة للتحليل الآلي، بما يتيح مقارنة النتائج وقياس مدى التوافق أو الاختلاف بين الطريقتين.

Python Script (10,000 tweets)

Python Copy

```python
# -*- coding: utf-8 -*-
"""
Collect 10,000 Arabic tweets related to hate speech from X (Twitter)
- Time window: January 1, 2025 to October 30, 2025
- Filters out invalid and duplicate tweets
- Saves results into a CSV file
"""

import snscrape.modules.twitter as sntwitter
import pandas as pd
from tqdm import tqdm

# ========== 1) General Settings ==========
TARGET_COUNT = 10000   # <-- updated to 10,000
SINCE_DATE = "2025-01-01"
UNTIL_DATE = "2025-10-30"
EXCLUDE_RETWEETS = True

# ========== 2) Arabic Keywords ==========
KEYWORDS = [
    "ترويع" ,"دعوة للعنف" ,"تحريض" ,"خطاب الكراهية" ,"كراهية",
    "عميل" ,"عمالة" ,"تخوين" ,"خائن" ,"خيانة" ,"تجريم الآخر" ,"تكفير",
    "استقواء أجنبي" ,"متآمر" ,"تآمر" ,"جاسوسية" ,"جاسوس",
    "نابية" ,"إهانة" ,"إهانات" ,"سب" ,"شتائم",
    "تهميش" ,"إقصاء" ,"عنصري" ,"عنصرية" ,"تمييز ديني" ,"تمييز قومي" ,"تمييز عرقي",
    "تحقير" ,"تقليل من قيمة الاخر",
    "تحريض ضد الحكومة" ,"إسقاط النظام" ,"تحريض ضد النظام" ,"عنف سياسي",
```

شكل (١): كود بايثون لجمع ١٠٠٠٠ تغريدة

البحث المتقدم على المنصة للتحليل اليدوي

تم استخدام خاصية البحث المتقدم في X إكس (x_keyword_search-Advanced) لاختيار كلمات دقيقة، تحتوي على كلمات مفتاحية مرتبطة بالكراهية، وتقييد نطاق التاريخ أو اللغة للحصول على عينات أولية للفلترة اليدوية.



975	1962302895933603857	@aah2978,	رهيب و تصميمه لا يعلى عليه لكن ايضا صعوبته غير متوازنه في جزء سفلي من كايليد سهل و الجزء العلوي صعب بشكل غبي ما تقدر تخلصه الا بعدين
976	1962301811953406013	@Lionel243826407,	تليق اريد سببا واحدا مفيدا لحذف اسم رئيس مصري له ماله وهو كثير وعليه ما عليه وهو كثير أيضا عبد الناصر في وجدان الجماهير لايزال حيا
977	1962302596401524836	@abdo_Elgni,	يأم رواية، فالحرب بخواتيمها، كما قالها الناطق الرسمي باسم القوات المسلحة العميد نبيل عبد الله من قبل، ومن يضحك أخيراً يضحك كثيراً، وست
978	1962301159709835483	@AbdulRahma14907,	,أحرق مكامن عهرها وفسادها فالعهر قيد وأنا بدوري سوف أدعس وجه أمك كي أزيد من ذلها وهوانها فدواعكم هو دأنكم وسواكم لن يستفيد
979	1962300588827533764	@poqjaanzswk,	.ناصر قنديل: لو لم يكن هناك اليمن، لشعرنا بالخزي والعار بأننا عرب, Sun, 31 Aug 2025 23:44:52,166,34
980	1962304046808592555	@Ra1OO1,	ما راح يهجد الالم لين اشوفهم محترقين قدامي حي عينك يالقائد احرق.هم بنارك, Sun, 31 Aug 2025 23:58:37,68,1
981	1962303580825641112	@abdo_Elgni,	عرفنا بنى البشر كمان الحسادة وصلت للكداييس, Sun, 31 Aug 2025 23:56:46,81,5
982	1962303750833422844	@Abdalzyz2000,	أخذنا إيكيتيكا و ايزاك بقوه غصب عنك ليفربول قول وفعل مايمزح, Sun, 31 Aug 2025 23:57:26,0,1
983	1962304064143634856	@A87410981,	حسب ما يطلبة المدلل #توثيق_تاريخ_كره_القدم_السعوديه, Sun, 31 Aug 2025 23:58:41,7,4
984	1962303140243427584	@hasan_se15,	نرع ... فُهْلٌ فقيرٌ سائلٌ متطلعٌ حزينٌ كئيبٌ من جلالك فُطرقٌ ... ذليلٌ عليلٌ قلبه متقطّعٌ فؤادي محزونٌ ونوى مشرٌ ... ودمعي مسفوحٌ وقلبي مرقوعٌ"
985	1962302895933603857	@aah2978,	رهيب و تصميمه لا يعلى عليه لكن ايضا صعوبته غير متوازنه في جزء سفلي من كايليد سهل و الجزء العلوي صعب بشكل غبي ما تقدر تخلصه الا بعدين
986	1962301811953406013	@Lionel243826407,	تليق اريد سببا واحدا مفيدا لحذف اسم رئيس مصري له ماله وهو كثير وعليه ما عليه وهو كثير أيضا عبد الناصر في وجدان الجماهير لايزال حيا
987	1962302596401524836	@abdo_Elgni,	يأم رواية، فالحرب بخواتيمها، كما قالها الناطق الرسمي باسم القوات المسلحة العميد نبيل عبد الله من قبل، ومن يضحك أخيراً يضحك كثيراً، وست
988	1962301159709835483	@AbdulRahma14907,	,أحرق مكامن عهرها وفسادها فالعهر قيد وأنا بدوري سوف أدعس وجه أمك كي أزيد من ذلها وهوانها فدواعكم هو دأنكم وسواكم لن يستفيد
989	1962300588827533764	@poqjaanzswk,	.ناصر قنديل: لو لم يكن هناك اليمن، لشعرنا بالخزي والعار بأننا عرب, Sun, 31 Aug 2025 23:44:52,166,34
990	1962304046808592555	@Ra1OO1,	ما راح يهجد الالم لين اشوفهم محترقين قدامي حي عينك يالقائد احرق.هم بنارك, Sun, 31 Aug 2025 23:58:37,68,1
991	1962303580825641112	@abdo_Elgni,	عرفنا بنى البشر كمان الحسادة وصلت للكداييس, Sun, 31 Aug 2025 23:56:46,81,5
992	1962303750833422844	@Abdalzyz2000,	أخذنا إيكيتيكا و ايزاك بقوه غصب عنك ليفربول قول وفعل مايمزح, Sun, 31 Aug 2025 23:57:26,0,1
993	1962304064143634856	@A87410981,	حسب ما يطلبة المدلل #توثيق_تاريخ_كره_القدم_السعوديه, Sun, 31 Aug 2025 23:58:41,7,4
994	1962303140243427584	@hasan_se15,	نرع ... فُهْلٌ فقيرٌ سائلٌ متطلعٌ حزينٌ كئيبٌ من جلالك فُطرقٌ ... ذليلٌ عليلٌ قلبه متقطّعٌ فؤادي محزونٌ ونوى مشرٌ ... ودمعي مسفوحٌ وقلبي مرقوعٌ"
995	1962302895933603857	@aah2978,	رهيب و تصميمه لا يعلى عليه لكن ايضا صعوبته غير متوازنه في جزء سفلي من كايليد سهل و الجزء العلوي صعب بشكل غبي ما تقدر تخلصه الا بعدين
996	1962301811953406013	@Lionel243826407,	تليق اريد سببا واحدا مفيدا لحذف اسم رئيس مصري له ماله وهو كثير وعليه ما عليه وهو كثير أيضا عبد الناصر في وجدان الجماهير لايزال حيا
997	1962302596401524836	@abdo_Elgni,	يأم رواية، فالحرب بخواتيمها، كما قالها الناطق الرسمي باسم القوات المسلحة العميد نبيل عبد الله من قبل، ومن يضحك أخيراً يضحك كثيراً، وست
998	1962301159709835483	@AbdulRahma14907,	,أحرق مكامن عهرها وفسادها فالعهر قيد وأنا بدوري سوف أدعس وجه أمك كي أزيد من ذلها وهوانها فدواعكم هو دأنكم وسواكم لن يستفيد
999	1962300588827533764	@poqjaanzswk,	.ناصر قنديل: لو لم يكن هناك اليمن، لشعرنا بالخزي والعار بأننا عرب, Sun, 31 Aug 2025 23:44:52,166,34
1000	1962304046808592555	@Ra1OO1,	ما راح يهجد الالم لين اشوفهم محترقين قدامي حي عينك يالقائد احرق.هم بنارك, Sun, 31 Aug 2025 23:58:37,68,1

شكل (٢): تجميع تغريدات التحليل اليدوي في ملف إكسيل (١٠٠٠ تغريدة)

خضعت البيانات لسلسلة من إجراءات التنظيف والمعالجة المسبقة لضمان جودة النصوص ودقة التحليل، شملت هذه الإجراءات تنظيف المحتوى النصي عبر إزالة الروابط، والهاشتاجات، والإشارات (@usernames)، والرموز التعبيرية، والكلمات القصيرة (أقل من ثلاثة أحرف)، وعلامات الترقيم غير الضرورية.

كما تم توحيد الكتابة العربية بإزالة التشكيل، وتوحيد الألف والهمزات، ومعالجة الحروف الممدودة والاختلافات الإملائية، إلى جانب توحيد الترميز باستخدام UTF-8 ومعالجة مشكلات encoding، مع تحويل الرموز التعبيرية إلى تمثيل وصفي عند الحاجة.

ولضمان جودة العينة، أُزيلت التغريدات المكررة وإعادات النشر مع الاحتفاظ بالمحتوى الأصلي فقط، واستُبعدت التغريدات غير العربية اعتمادًا على حقل اللغة (lang) وأدوات كشف اللغة، كما جرى استبعاد المحتوى الإعلاني والحسابات الآلية من خلال تحليل أنماط النشر وتكرار المحتوى.

واقتصر التحليل على التغريدات العربية ضمن الإطار الزمني للدراسة، مع اشتراط حد أدنى من التفاعل لضمان تمثيل الخطاب العام. وفي مرحلة التحليل الأولي، حُسبت تكرارات الكلمات باستخدام أدوات بايثون مثل collections.Counter، ثم صُنِّف المحتوى يدويًا داخل بيئة pandas.

التزم البحث بالاعتبارات الأخلاقية من خلال الالتزام بسياسات المنصة، وحماية الخصوصية الرقمية، وعدم تخزين أي بيانات شخصية قد تكشف هوية المستخدمين، مع قصر التحليل على الخطاب العام بوصفه ظاهرة اجتماعية. منهج التحليل:

اعتمدت الدراسة منهجًا متعدد المراحل يبدأ بجمع البيانات إلكترونيًّا ثم التحقق يدويًّا من صلاحيتها قبل تخزينها بصيغة CSV. وفي مرحلة التحليل اللغوي، استُخدمت تقنيات معالجة اللغة الطبيعية (NLP) ونماذج مثل AraBERT، إلى جانب أسلوب Latent Dirichlet Allocation (LDA) لاستخراج الموضوعات المهيمنة. بعد ذلك جرى تصنيف الخطاب ومقارنة نتائج التحليل اليدوي مع التحليل الآلي، مع عرض الفروق الكمية والكيفية في جداول ورسوم بيانية، وربطها بالأدبيات والنظريات ذات الصلة.

بهذا الأسلوب المتكامل، جمعت الدراسة بين دقة التحليل الحسابي وقدرة التفسير البشري على فهم السياقات الثقافية.

مفاهيم الدراسة: (تعريفات إجرائية)

خطاب الكراهية: أي تعبير لمحتوى ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي يسعى إلى التحريض أو التمييز، ويتضمن ألفاظًا أو عبارات أو رموزًا لغوية تعبِّر صراحة أو ضمنًا عن تحقير أو عداء لفرد أو مجتمع بناءً على الهوية الدينية أو العرقية أو السياسية أو الجندرية (النساء أو الأقليات الجنسية).

التحليل اليدوي (التقليدي): هو التحليل الذي يعتمد على الملاحظة البشرية المباشرة للنصوص، وترميزها وفق فئات محددة.

التحليل الآلي: هو التحليل الذي يقوم على توظيف الخوارزميات وتقنيات الذكاء الاصطناعي ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP)؛ لاكتشاف أنماط الكراهية في النصوص الرقمية بشكل آلي.

الذكاء الاصطناعي: مجموعة التقنيات والخوارزميات المستخدمة لتحليل التغريدات على منصة إكس لاكتشاف خطاب الكراهية بشكل آلي، وتشمل تحديد الكلمات المفتاحية، وتحليل المشاعر، والتصنيف الآلي، والتعلُّم العميق.



شكل (٣) سحابة كلمات الكراهية في موقع إكس

نتائج تحليل خطاب الكراهية على موقع إكس (X)

أولًا: سمات المحتوى من حيث الشكل

جدول (١) سمات المحتوى

		التحليل اليدوي (التقليدي)		التحليل الآلي (AI)	
		ك	٪	ك	٪
نوع الحسابات	فردي	٥٧٨	٦٨	٦٢١٠	٧٢
	مؤسسي	٣١	٤	٤٢٥	٥
	إعلامي	١٠٢	١٢	٧٦٥	٩
	مجهول	١٣٩	١٦	١١٩٠	١٤
الإجمالي		٨٥٠	٪١٠٠	٨٥٠٠	٪١٠٠
نوع الخطاب	منشور اصلي	٣٥٥	٤٢	٢٥٥٠	٣٠
	تعليق	١٦٥	١٩	١٧٠٠	٢٠
	رد	١٨٠	٢١	٢٩٧٥	٣٥
	مشاركة	٤٨	٦	٤٢٥	٥
	رأي فردي	١٠٢	١٢	٨٥٠	١٠
الإجمالي		٨٥٠	١٠٠	٨٥٠٠	٪١٠٠
اللغة المستخدمة	عربي فصحى	١٥٣	١٨	٤٢٧٥	٥٠
	عامية	٥١٠	٦٠	٢٢٠٠	٢٦
	مزيج	١٨٧	٢٢	٢٠٢٥	٢٤
الإجمالي		٨٥٠	٪١٠٠	٨٥٠٠	٪١٠٠

		التحليل اليدوي (التقليدي)		التحليل الآلي (AI)	
		ك	٪	ك	٪
الأسلوب التعبيري	مباشر	٣٩١	٤٦	٥٢٥٠	٦٢
	غير مباشر	١٣٦	١٦	١١٧٥	١٤
	ساخر	١٧٠	٢٠	٨٠٠	٩
	رمزي	٦٨	٨	٦٩٥	٨
	تهكمي	٨٥	١٠	٥٨٠	٧
الإجمالي		٨٥٠	٪١٠٠	٨٥٠٠	٪١٠٠
الأسلوب التعبيري	صورة	٢٣٨	٢٨	٢٥٥٠	٣٠
	فيديو	١٧٠	٢٠	١٧٠٠	٢٠
	رسم	٥١	٦	٤٢٥	٥
	رمز تعبيري	٢٠٤	٢٤	٢١٢٥	٢٥
	ميم	١٨٧	٢٢	١٧٠٠	٢٠
الإجمالي		٨٥٠	٪١٠٠	٨٥٠٠	٪١٠٠

استنادًا إلى جدول ١ تكشف النتائج عن اختلافات واضحة بين التحليل الآلي والتحليل اليدوي، تعكس حدود الخوارزميات وقوة التفسير البشري في البيئة العربية.

١. نوع الحساب:

يرصد التحليل الآلي نسبة أعلى من الحسابات الفردية (٧٢٪ مقابل ٦٨٪)، بينما ينخفض أداؤه في الحسابات الإعلامية والمجهولة، وهي الفئات التي غالبًا ما تستخدم تلميحات ثقافية وخطابًا غير مباشر يصعب على الخوارزميات تفسيره. في المقابل، يُظهر التحليل اليدوي قدرة أكبر على تتبع هذه الحسابات، مستفيدًا من فهم أعمق للسياق الاجتماعي (Bengochea-González, 2022).

٢. نوع الخطاب:

يتفوق التحليل الآلي في تصنيف الردود كخطاب كراهية (٣٥٪ مقابل ٢١٪) نتيجة تتبعه الديناميكيات التفاعلية داخل سلاسل الحوار، في حين يتفوق التحليل اليدوي في المنشورات الأصلية (٤٢٪ مقابل

٣٠٪)؛ نظرًا لاعتماده على القراءة السياقية الشاملة. هذا التباين يتسق مع دراسات توضح فجوة الخوارزميات في فهم الخطاب المعقد (Ljubešić, Mozetič & Kralj Novak, 2023).

٣. اللغة المستخدمة:

تعكس النتائج تحيزًا لغويًا واضحًا في النماذج الآلية لصالح الفصحى (٥٠٪ مقابل ١٨٪)، مقابل ضعف كبير في اللهجات العامية (٢٦٪ مقابل ٦٠٪)، وهي لهجات تحمل مفردات محلية يصعب على نماذج BERT وأشباهها تفسيرها بدقة (Jahan & Oussalah, 2023; Toliyat & Filatova, 2025). في المقابل، يتفوق التحليل اليدوي بفضل قدرته على تحليل الإشارات الثقافية واللهجية.

٤. الأسلوب التعبيري:

يرصد التحليل الآلي الأسلوب المباشر بمعدل أعلى (٦٢٪ مقابل ٤٦٪)، في حين ينخفض أداؤه تجاه السخرية والتهكم، وهي أساليب تعتمد على الإيحاء والنبرة والسياق الثقافي (Nascimento et al., 2023) أما التحليل اليدوي فيحقق اتفاقًا أعلى في هذه الأساليب (Giorgi, Cima, Fagni, Avvenuti & Cresci, 2024).

٥. الوسائط المساعدة:

يظهر تقارب عام بين المنهجين؛ فالتحليل الآلي يتفوق قليلًا في الصور والرموز التعبيرية نتيجة تطور نماذج الرؤية الحاسوبية، لكنه يضعف أمام الميمات والرسوم ذات الرموز الثقافية المشفرة (Gongane, Munot & Anuse, 2022). بينما يحافظ التحليل اليدوي على أداء أعلى في الوسائط المرتبطة بالسياق الثقافي (Ljubešić et al., 2023).

ثانيًا: أنواع خطاب الكراهية

جدول (٢) أنواع خطاب الكراهية

	التحليل اليدوي (التقليدي)		التحليل الآلي (AI)		ملحوظات
	ك	٪	ك	٪	
ديني	٢٢٠	٢٦	١٢٧٥	١٥	تفوق التحليل اليدوي في فهم التلميحات الدينية المشفرة والسياقات الثقافية (مثل التكفير).

	التحليل اليدوي (التقليدي)		التحليل الآلي (AI)		ملحوظات
	ك	٪	ك	٪	
سياسي	١٢٠	١٤	١٧٠٠	٢٠	تقارب نسبي، مع تفوق الآلة في الكشف عن المفردات الصريحة (مثل «خائن» و«عميل»).
اجتماعي	٢١٠	٢٥	١٠٢٠	١٢	تفوق التحليل اليدوي في إدراك السخرية والتنمر والخطاب الضمني الذي يستهدف الفئات الاجتماعية.
الأصل العرقي	١٠٠	١٢	١٧٠٠	٢٠	تفوق التحليل الآلي في رصد الأنماط اللفظية المباشرة المرتبطة بالانتماء العرقي أو القومي.
الكراهية العامة والعنصرية	٢٠٠	٢٤	٢٨٠٥	٣٣	تفوق التحليل الآلي في الكشف عن الكلمات المفتاحية الصريحة للتمييز والإقصاء.
الإجمالي	٨٥٠	٪١٠٠	٨٥٠٠	٪١٠٠	

تُبيِّن بيانات الجدول أن تحليل خطاب الكراهية في المنصة يكشف عن فروق جوهرية بين منهجَي التحليل اليدوي والآلي، وتعكس طبيعة الخطاب العربي وتشابكه الديني والسياسي والاجتماعي.

١. التفوق النوعي لكل من التحليل اليدوي والآلي:

يُظهر التحليل اليدوي قدرة أعلى على التقاط الخطاب الديني والاجتماعي؛ إذ بلغت نسبة الخطاب الديني المكتشف ٢٦٪ (٢٢٠ حالة)، والاجتماعي ٢٥٪ (٢١٠ حالات) من إجمالي العينة (٨٥٠). ويرجع ذلك إلى اعتماد هذه الخطابات على التلميحات والاستعارات والرموز الدينية والاجتماعية التي تتطلب فهمًا عميقًا للسياق المحلي.

في المقابل، يتفوق التحليل الآلي في الفئات التي تعتمد على مفردات صريحة وأنماط لغوية مباشرة، مثل: «العنصرية والكراهية العامة» التي بلغت ٣٣٪ (٢٨٠٥ حالة)، والخطاب العرقي والقومي بنسبة ٢٠٪ (١٧٠٠ حالة) مقابل ١٢٪ فقط في التحليل اليدوي. هذا التفوق ناتج عن قدرة النماذج الآلية (مثل BERT) على رصد الكلمات المفتاحية وأنماط التحيز اللفظي المتكررة.

أما الخطاب السياسي فظهرت نسب متقاربة نسبيًا: ٢٠٪ في التحليل الآلي و١٤٪ في اليدوي؛ نظرًا لكون الخطاب السياسي يجمع بين مفردات مباشرة («خائن»، «عميل») يسهل رصدها آليًا، وبين سياقات جيوسياسية تحتاج تفسيرًا بشريًا (Ngwainmbi, 2021).

٢. الكراهية الدينية:

كشفت النتائج عن حضور مرتفع لخطاب نزع الشرعية الدينية عبر التكفير والإدانة العقدية، باستخدام مفردات مثل «كافر»، «منافق»، «ملحد»، واتهامات «نشر البدع» أو «الخروج عن الإسلام»، ويتضمن هذا الخطاب تحريضًا صريحًا أو ضمنيًّا على الإقصاء الديني، كما ظهر خطاب الإسلاموفوبيا في وصف المسلمين بـ «إرهابي»، «داعشي»، وخطاب معادٍ للمسيحيين («نجس»، «صليبي») واليهود («قاتل الأنبياء»)؛ فعلى سبيل المثال، وردت تغريدة تقول: «هؤلاء كفار لا يمثلون الدين، ومكانهم خارج المجتمع»، في حين جاء في منشور آخر: «كل من يخالفنا في العقيدة هو منافق يستحق الإقصاء».

هذا النمط يعكس اعتماد الخطاب الديني على رموز تاريخية ودلالات ثقافية لا تلتقطها الخوارزميات بسهولة؛ مما يفسر تفوق التحليل اليدوي.

٣. الكراهية السياسية:

برزت أنماط التخوين والعمالة والتآمر بوصفها أبرز أدوات نزع الشرعية السياسية، من خلال مفردات مثل «خائن»، «عميل»، «جاسوس»، وربط الخصوم بجهات أجنبية («مدعوم من الخارج»، «بتمويل أجنبي»)، كما ظهرت إشارات مباشرة إلى «شبكات استخباراتية» أو «مؤامرات خارجية».

ومن الأمثلة النصية على ذلك تغريدة جاء فيها: «هذا السياسي عميل للخارج ويعمل ضد مصلحة الوطن»، وأخرى تصف طرفًا سياسيًّا بأنه «جزء من مؤامرة دولية تستهدف الدولة».

وتفسر هذه السمات ارتفاع نسبة الخطاب السياسي في التحليل الآلي (٢٠٪)؛ بسبب اعتماده على كلمات مباشرة، مع استمرار الحاجة إلى التحليل اليدوي لفهم البنية الإيحائية لهذا الخطاب.

٤. الكراهية العامة والعنصرية:

كشف التحليل عن وجود واضح لخطابات تُنكر القيمة الإنسانية لخصوم معينين عبر مفردات مثل: «حيوانات»، «خنازير»، «قذرة»، إضافة إلى أوصاف عنصرية («عبد»، «زنجي»، «بدوي متخلف»)، كما ظهر خطاب معادٍ للآسيويين («فيروسي»، «صيني وسخ»)، خاصة خلال جائحة كورونا.

وتتضمن هذه الفئة دعوات صريحة للإقصاء: «لا مكان لهم بيننا»، «لا يستحقون المواطنة».

وقد وردت تغريدة تصف فئة اجتماعية بأنها «مجموعة من الحيوانات التي لا تستحق العيش بيننا»، بينما جاء في منشور آخر: «هؤلاء لا يستحقون أي حقوق ولا مكان لهم في هذا البلد».

الطبيعة المباشرة لهذا الخطاب تفسر تفوق الخوارزميات في رصده بنسبة ٣٣٪. المقارنة الشاملة بين التحليل اليدوي والآلي.

تبرز النتائج نمطًا منهجيًّا مستقرًا:

- **التحليل الآلي:** يتفوق في كشف الفئات المباشرة المعتمدة على الكلمات المفتاحية الواضحة: العنصرية (٣٣٪)، العرقية (٢٠٪)، السياسية (٢٠٪).

وتعكس هذه النتيجة قوة النماذج في رصد الأنماط اللفظية الصريحة المعتمدة على البُنى اللغوية.

- **التحليل اليدوي:** يتفوق في الخطابات المعقدة التي تتطلب فهمًا للسياق الديني والاجتماعي والثقافي، مثل: الديني (٢٦٪)، الاجتماعي (٢٥٪).

حيث تعتمد هذه الخطابات على الاستعارات والتلميحات والقرائن الدلالية التي لا تُفهم دون خبرة بشرية.

٥. التفسير الكيفي للفروق بين المنهجين:

يعتمد التحليل الآلي على نماذج تعلُّم عميق تركّز على الأنماط الإحصائية والتراكيب السطحية؛ لذا ينجح في التقاط مفردات العنف والتمييز مثل «قتل»، «عنصري»، «طائفي»، وفي الفئات العرقية والسياسية التي تتضمن كلمات مباشرة («حكومة»، «شعب»، «معارضة»).

في المقابل، يتفوق التحليل اليدوي في الحالات التي تعتمد على دلالات غير مباشرة، مثل:

- التلميحات الدينية المستترة («إسلام» في سياق تحريضي)
- الإشارات الاجتماعية الرمزية («طبقة» كأداة للإقصاء)
- السخرية السياسية المغلفة
- التنمر غير المباشر

وتؤكد هذه الفروق أن الجمع بين المنهجين ضروري للحصول على صورة شاملة ودقيقة لخطاب الكراهية في البيئات العربية، نظرًا لتعقيد السياقات اللغوية والثقافية والدينية في المحتوى.

ثالثًا: أشكال خطاب الكراهية (أنماط التعبير اللفظي والسلوكي)

جدول (٣) أشكال خطاب الكراهية

	التحليل اليدوي (التقليدي)		التحليل الآلي (AI)	
	ك	٪	ك	٪
إساءة لفظية وشتائم	١٢٠	١٤	١٧٠٠	٢٠
التحريض على العنف	١٠٠	١٢	١٥٠٠	١٨
التمييز ضد الفئات المهمشة	١١٠	١٣	١٦٠٠	١٩
التشكيك في الثوابت	١٥٠	١٨	١٠٠٠	١٢
دعاء على الغير	١٤٠	١٦	٩٥٠	١١
صور أو رسومات تخرج عن القيم والعادات الاجتماعية	١٢٠	١٤	١٢٠٠	١٤
سخرية وتحقير	١١٠	١٣	٥٥٠	٦
الإجمالي	٨٥٠	٪١٠٠	٨٥٠٠	٪١٠٠

يُظهر جدول (٣) تمايزًا واضحًا بين أداء التحليل اليدوي والتحليل الآلي في رصد أنماط خطاب الكراهية على منصة إكس؛ حيث يكشف التحليل الآلي تفوقًا ملحوظًا في الفئات اللفظية المباشرة، خصوصًا الإساءة اللفظية (٢٠٪) والتحريض على العنف (١٨٪) والتمييز ضد الفئات المهمشة (١٩٪)، وهي أنماط تعتمد على مفردات واضحة يسهل على النماذج التقاطها عبر مطابقة الأنماط اللفظية.

ومن أمثلة الإساءة اللفظية المباشرة: «أنتم أغبياء ولا تفهمون شيئًا»، و«يجب التخلص منهم بالقوة» في فئة التحريض على العنف.

بينما يتقدم التحليل اليدوي في الفئات التي تستند إلى دلالات ثقافية وسياقية معقدة، أبرزها التشكيك في الثوابت (١٨٪) والدعاء على الغير (١٦٪)،

فعلى سبيل المثال، وردت صياغات دعاء على الغير مثل: «حسبي الله فيهم، سيأتيهم العقاب عاجلًا أو آجلًا»، وهي عبارات تحمل شحنة كراهية لا تظهر صراحة كتحريض مباشر.

وهي أنماط يصعب على الخوارزميات تفسيرها لأنها لا تعتمد على كلمات صريحة بقدر اعتمادها على إيحاءات دينية واجتماعية مرتبطة بالسياق المحلي، كما يتفوق التحليل اليدوي في رصد السخرية

والتحقير (١٣٪ مقابل ٦٪)؛ نظرًا إلى حاجتها لفهم النبرة والسياق الثقافي والرموز الاجتماعية التي لا تُقرأ مباشرة من النص.

أما الفئات البصرية مثل الصور والرسومات فجاءت متقاربة بين المنهجين (١٤٪)؛ لكونها تعتمد على التعرف المباشر على المحتوى دون الحاجة إلى تفسير لغوي عميق.

الفئات اللغوية الرئيسة لخطاب الكراهية

١. **الإساءة اللفظية والتحقير:** تضمنت شتائم وإهانات مباشرة، وأوصافًا تحط من إنسانية الآخر مثل «حيوانات»، «خنازير»، إضافة إلى السخرية من مظهر أو لهجة أو انتماء ديني أو اجتماعي.

٢. **التحريض على العنف:** شمل دعوات صريحة أو ضمنية لاستخدام القوة، مثل «يجب ضربهم»، «تدميرهم»، أو نشر تهديدات مباشرة («سيحدث مجزرة»، «احذروا منهم»).

٣. **التشكيك في الثوابت:** تضمن السخرية من الرموز الوطنية والاجتماعية، أو الطعن في القانون، أو الدعوة إلى الفوضى مثل: «دعوا الناس يتحاربون».

٤. **التمييز ضد الفئات المهمشة:** ظهر في تعميمات سلبية ضد النساء («ناقصات عقل ودين»)، والتمييز الطبقي («الخدم»، «الأخدام»)، وصور نمطية تحط من قيمة الفقراء.

٥. **الدعاء على الغير:** شمل عبارات تتمنى الضرر أو الهلاك للآخرين، وهو نمط يصعب على آليات التحليل الآلي رصد دلالاته لارتباطه بالسياق الديني والعاطفي.

خلاصة مقارنة المناهج

- التحليل الآلي يتفوق في رصد المحتوى الصريح المبني على كلمات مباشرة؛ مثل: الإساءة، والتحريض، والتمييز.
- التحليل اليدوي يتفوق في فهم الخطاب المعتمد على التلميحات الدينية والاجتماعية والسياقات الثقافية.
- الفئات البصرية متقاربة لعدم حاجتها إلى تفسير لغوي معقد.

رابعًا: خصائص الخطاب والسياق الثقافي واللغوي (طريقة التعبير عن الكراهية)

جدول (٤) طريقة التعبير عن الكراهية

	التحليل اليدوي (التقليدي)		التحليل الآلي (AI)		ملحوظات
	ك	٪	ك	٪	
استخدام ألفاظ كراهية بشكل مباشر وصريح	٨٥	١٠	٢١٢٥	٥٢	تفوق الآلة في رصد المفردات الصريحة والتهديدات المباشرة.
وجود رموز أو صور ذات دلالة كراهية	٣٤	٤	٩٣٥	١١	تفوق نسبي للآلة في رصد الألفاظ المتكررة في مجموعات البيانات.
توظيف السخرية أو التهكم والاستهزاء بدلًا من التصريح	١٧٠	٢٠	٨٥٠	١٠	تفوق التحليل اليدوي في فهم التناقض السياقي للسخرية والتهكم.
استخدام ألفاظ وإشارات دينية أو ثقافية	١٠٢	١٢	١٧٠٠	٢٠	تفوق التحليل اليدوي في فك شفرة الإشارات الثقافية الضمنية.
وجود استعارات / أمثال شعبية	١٣٦	١٦	٦٨٠	٨	تفوق التحليل اليدوي في التعامل مع القواعد البلاغية.
استخدام لهجة محلية / عامية	١١٩	١٤	٥٩٥	٧	تفوق التحليل اليدوي في التعامل مع تعدد اللهجات العربية.
الإجمالي	٨٥٠	١٠٠	٨٥٠٠	١٠٠	

تُظهر النتائج فروقًا جوهرية تعكس طبيعة كل منهج وحدود قدرته على التعامل مع تعقيدات خطاب الكراهية في البيئة العربية، فقد تفوق التحليل اليدوي بوضوح في رصد الأشكال الضمنية والسياقية، مثل: السخرية (٢٠٪)، والاستعارات (١٦٪)، والإشارات الرمزية (١٨٪)، واللهجات (١٤٪)، ومن الأمثلة على السخرية قول أحد المستخدمين: «طبعًا هؤلاء عباقرة زمانهم، لا يُشق لهم غبار»، في سياق تهكمي واضح يستهدف فئة بعينها.

وهي أنماط تستند إلى معرفة دقيقة بالثقافة واللغة المحلية، كما تمَكَّن التحليل اليدوي من التقاط (١٢٪) من الألفاظ الدينية والثقافية التي يصعب على النماذج الآلية تفسيرها، رغم محدوديته في الألفاظ المباشرة (١٠٪) والرموز (٤٪).

في المقابل، تفوق التحليل الآلي في الفئات اللفظية الصريحة، مثل تغريدات من قبيل: «سنطردهم بالقوة»، أو «هؤلاء إرهابيون يجب القضاء عليهم»، وهي صياغات لفظية صريحة يسهل على النماذج رصدها.

حيث سجل أعلى نسب في الألفاظ المباشرة (٢٥٪)، والعبارات الدينية والثقافية الواضحة (٢٠٪)، والرموز التعبيرية (١١٪)، والخطاب السياسي المباشر (١٠٪)، مستفيدًا من خوارزميات التعلم العميق وقدرتها على التقاط الأنماط اللفظية المتكررة. إلا أن أداءه تراجع في المحتوى الضمني مثل: السخرية (١٠٪) والاستعارات (٨٪) نتيجة غياب فهم السياق الثقافي.

على مستوى فئات الخطاب، كشفت النتائج عن حضور واسع للألفاظ المسيئة المباشرة، بما في ذلك الشتائم، والإهانات، والألفاظ السوقية، إضافة إلى القذف واتهام الأفراد بصفات مسيئة، كما برزت تغريدات تتضمن تهديدًا مباشرًا أو ضمنيًّا، سواء جسديًّا أو نفسيًّا أو اجتماعيًّا، تعكس تصاعد العنف الرمزي على المنصة.

كما ظهر خطاب التكفير والأحكام الدينية المتطرفة بشكل واضح، عبر تكفير الأفراد، واتهامهم بالزندقة أو البدعة، أو الاستهزاء بالشعائر والرموز الدينية، وهي أنماط يصعب على النماذج الآلية التفريق فيها بين الحكم الشرعي والخطاب التحريضي.

خامسًا: أطروحات الكراهية

جدول (٥) أطروحات الكراهية

	التحليل اليدوي (التقليدي)		التحليل الآلي (AI)	
	ك	٪	ك	٪
التحريض على العداء والترويع	٨٠	٩	١٧٠٠	٢٠
التحريض ضد شخصيات عامة سياسية أو مجتمعية	٧٠	٨	٨٥٠	١٠
التحريض ضد الأنظمة الحاكمة أو السلطات	٦٠	٧	١٢٧٥	١٥
الدعوة إلى تجاوز القانون	٥٠	٦	٨٥٠	١٠

	التحليل اليدوي (التقليدي)		التحليل الآلي (AI)	
	ك	٪	ك	٪
التخوين واتهامات العمالة والتآمر	١٠٠	١٢	١٧٠٠	٢٠
إثارة التمييز العرقي أو القومي أو الديني	١٢٠	١٤	١٢٧٥	١٥
الإقصاء أو التهميش لفئة معينة	١٥٠	٪١٨	٦٨٠	٨
تلميحات ساخرة تحمل إيحاءً بالازدراء	٢٢٠	٢٦	١٧٠	٢
الإجمالي	٨٥٠	١٠٠	٨٥٠٠	٪١٠٠

تعكس أطروحات الكراهية أنماطًا متكررة من التحريض والترويع ونزع الشرعية السياسية والاجتماعية، ومن الأمثلة النصية على أطروحة التحريض على العداء قول أحد المستخدمين: «لا تأمنوا لهم، فهم خطر على المجتمع»، بينما جاء في خطاب التحريض ضد السلطات: (القانون لا يعني شيئًا ويجب تجاوزه بالقوة).

النتائج الكمية للمقارنة بين التحليل اليدوي (التقليدي) والتحليل الآلي (AI):

يُظهر جدول (٥) تباينًا جوهريًا بين التحليل اليدوي والتحليل الآلي في قدرة كل منهما على رصد أطروحات الكراهية على منصة إكس؛ إذ يكشف التحليل الآلي تفوقًا واضحًا في الأنماط اللفظية المباشرة، بينما يبرز التحليل اليدوي في الخطابات الضمنية والسياقية التي تتطلب فهمًا عميقًا للهويات الثقافية واللهجات المحلية.

١. النتائج الكمية:

أظهر التحليل الآلي أعلى معدلاته في الأطروحات الصريحة مثل:

- التحريض على العداء والترويع: ٢٠٪ (١٧٠٠ حالة)، مقابل ٩٪ يدويًّا.
- التخوين واتهامات العمالة والتآمر: ٢٠٪ (١٧٠٠ حالة)، مقابل ١٢٪
- التحريض ضد الأنظمة والسلطات: ١٥٪ (١٢٧٥ حالة)، مقابل ٧٪

وترجع هذه النسب إلى كفاءة نماذج التعلم العميق في التقاط الكلمات المفتاحية المباشرة ذات الدلالة التحريضية، وهو ما أكدته دراسة Hasan, Masum, Rony, Arpita, & Rabeya (٢٠٢٥) التي رصدت تفوقًا نسبته ٤٠٪ للنماذج الآلية في التصنيف اللفظي المباشر.

في المقابل، حقق التحليل اليدوي أعلى درجاته في الفئات التي تعتمد على التلميح والرمز:

- التلميحات الساخرة ذات الإيحاءات الازدرائية ٢٦٪ (٢٢٠ حالة)، مقابل ٢٪ فقط آليًا.
- الإقصاء أو التهميش لفئة معينة: ١٨٪ (١٥٠ حالة)، مقابل ٨٪
- إثارة التمييز العرقي أو القومي أو الديني: ١٤٪، مقابل ١٥٪ آليًا.

ويُعزى هذا التفوق إلى قدرة الباحث البشري على تحليل البنى الرمزية الدقيقة، وفهم السياق الثقافي واللغوي الذي تتعثر فيه الخوارزميات.

٢. التفسير الكيفي للفروق بين المنهجين:

تفوق التحليل الآلي يعود إلى اعتماده على مطابقة الأنماط عالية التكرار والتعرف الإحصائي على المفردات المرتبطة بالعنف أو التخوين؛ مما يجعله أكثر فعالية في رصد الأطروحات المباشرة، لكنه يظل أقل قدرة في قراءة الديناميكيات الثقافية واللهجية، خصوصًا في المجتمعات العربية ذات التنوع اللغوي العالي؛ حيث تخفق الخوارزميات في التقاط ما بين ٢٠–٣٠٪ من الإشارات الضمنية.

أما التحليل اليدوي فيتميز بقدرته على تفسير التعبيرات المشفَّرة، مثل:

- السخرية ذات الحمولة الطائفية.
- الإقصاء غير المعلن.
- الاستعارات الراسخة في الثقافة المحلية.

وهي تعبيرات غالبًا لا تحتوي على ألفاظ صريحة، لكنها تحمل دلالات اجتماعية أو سياسية قوية، كما تكشف خبرة الباحثين فروقًا دقيقة في اللهجات (العراقية، والسودانية، واليمنية، وغيرها) لا تستطيع النماذج الآلية تمييزها دون تدريب متخصص.

٣. الفئات الدلالية البارزة:

أظهر التحليل حضورًا لافتًا لثلاث فئات رئيسية:

١. التحريض على العداء والترويع: ويضم خطابات تدعو إلى الإقصاء والعنف باستخدام عبارات مثل: الطرد والتحريض على الإيذاء؛ ما يعكس تحولًا نحو العنف الرمزي الذي يتجاوز الإهانة اللفظية.

٢. الخطاب المتطرف: ويشمل مواقف أيديولوجية دينية أو سياسية أو عرقية تهدف إلى نزع الشرعية عن الآخر، وتهديد وجوده الرمزي أو الاجتماعي.

٣. التخوين والعمالة والتآمر: حيث تكررت الإشارات إلى «العمالة» و«الجاسوسية»، وربط الأفراد أو الجماعات بجهات معادية؛ ما يعكس انتشار خطاب المؤامرة بوصفه نمطًا مهيمنًا في النزاعات الرقمية.

سادسًا: تقييم شدة خطاب الكراهية

جدول (٦) تقييم شدة الخطاب (درجة الكراهية)

	التحليل اليدوي (التقليدي)		التحليل الآلي (AI)	
	ك	٪	ك	٪
منخفض (سخرية أو تلميح غير مباشر)	٣٤٠	٤٠	١٧٠٠	٢٠
متوسط (إهانة أو ازدراء مباشر دون تحريض)	٢٩٨	٣٥	٢٥٥٠	٣٠
مرتفع (تحريض مباشر على العنف أو الإقصاء أو التحقير)	٢١٢	٪٢٥	٤٢٥٠	٥٠
الإجمالي	٨٥٠	١٠٠	٨٥٠٠	١٠٠

يكشف جدول (٦) عن تباينات واضحة بين التحليل اليدوي والتحليل الآلي في تصنيف مستويات شدة خطاب الكراهية على منصة إكس، ويُظهر التوزيع العام ثلاثة مستويات رئيسية: منخفض، ومتوسط، ومرتفع، مع اختلاف دلالي في طريقة رصد كل مستوى وفقًا لطبيعة المنهج المُستخدم.

١. النتائج الكمية:

جاءت الفئة المنخفضة أعلى في التحليل اليدوي بنسبة ٤٠٪ (٣٤٠ حالة)، مقابل ٢٠٪ فقط في التحليل الآلي، ويعكس ذلك قدرة المراجع البشري على التقاط التلميحات غير المباشرة، بما في ذلك السخرية والإشارات الثقافية التي لا تتضمن ألفاظًا صريحة.

أما الفئة المتوسطة فقد سجل التحليل الآلي نسبة ٣٠٪ (٢٥٥٠ حالة) مقابل ٣٥٪ يدويًا، وهو ما يعكس افتقار النماذج الآلية لفهم النبرة والسياق، مقابل قدرة بشرية أعلى على تفسير الازدراء غير المباشر أو التحقير الضمني،

وتظهر الفروق الأكبر في الفئة المرتفعة، إذ رصد التحليل الآلي ٥٠٪ (٤٢٥٠ حالة)، مقارنة بـ ٢٥٪ فقط يدويًّا، ويُعزى هذا التفوق إلى قدرة الخوارزميات على اكتشاف المفردات التحريضية المباشرة ذات المخاطر العالية، مثل: عبارات العنف أو الإقصاء الصريح.

٢. تحليل مستويات الشدة:

يتضح من النتائج أن:

- المستوى المنخفض يمثل إشارات ضمنية أو ساخرة لا تُستخدم فيها ألفاظ جارحة بشكل مباشر.
- المستوى المتوسط يضم عبارات تحمل ازدراءً أو استهدافًا غير مباشر، من دون تحريض صريح.
- المستوى المرتفع يرتبط بتعبيرات مباشرة تشمل التحريض على العنف، وخطاب الإقصاء، والاتهامات التي تُجرّد الجماعات من قيمتها الإنسانية.

٣. الفروق بين التحليل اليدوي والآلي:

- **تفوق التحليل الآلي في الفئة المرتفعة:** اكتشف النظام ضعف ما اكتشفه التحليل اليدوي تقريبًا (٥٠٪ مقابل ٢٥٪)، ويعود هذا إلى كفاءة نماذج التعلم العميق في معالجة البيانات الضخمة ورصد كلمات التحريض الواضحة، مثل: «اقتلوا»، «إبادة»، «طرد»، وهو ما يجعلها أكثر حساسية للمحتوى عالي الخطورة.
- **تفوق التحليل اليدوي في الفئة المنخفضة:** اعتماد التحليل اليدوي على فهم دلالات السياق، واللهجة، والنبرة، مكَّنَه من التقاط الإيحاءات الدقيقة التي لا تُفهم من خلال الكلمات وحدها، مثل: السخرية بلهجة محلية أو تعبير شعبي يحمل معنى اجتماعيًّا مهينًا. هذه الطبقات الدلالية لا تزال خارج نطاق قدرات النماذج الآلية.
- **تباين الأداء في الفئة المتوسطة:** يميل التحليل اليدوي إلى دقة أعلى في تفسير العبارات الرمزية أو الازدراء غير المباشر، بينما يستند التحليل الآلي إلى التكرار الإحصائي للكلمات؛ ما يؤدي إلى تصنيف نصوص غير ضارة ضمن الخطاب المتوسط بسبب تشابه سطحي في المفردات.

٤. التفسير الكيفي للفروق:

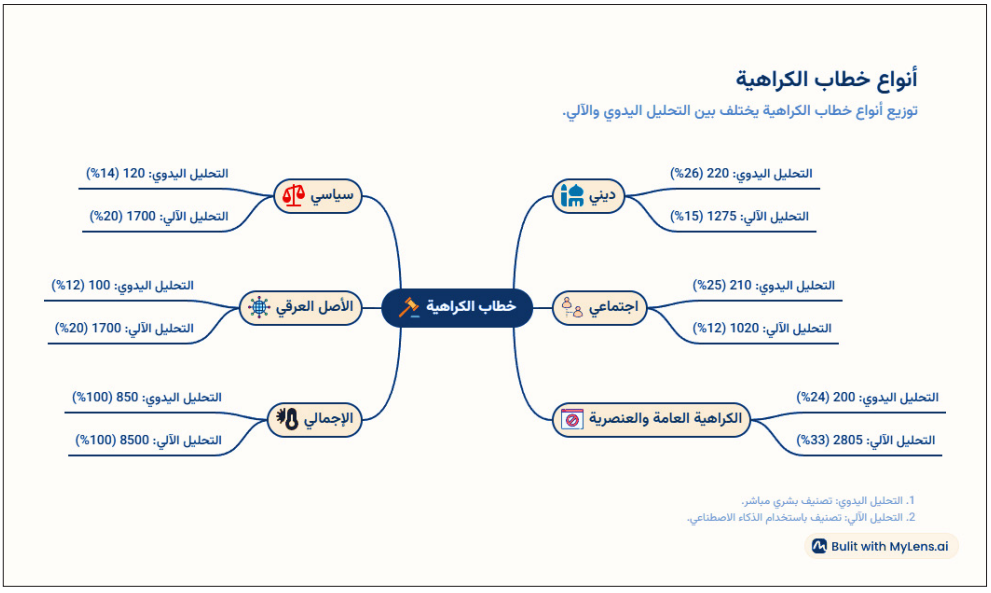
توضح النتائج أن التحليل الآلي قوي في رصد المحتوى المباشر لكنه محدود في فهم الإشارات الثقافية العميقة، خصوصًا في بيئة لغوية معقدة مثل العربية التي تتنوع فيها اللهجات، والاستعارات، والإحالات الدينية والاجتماعية. وتشير التقديرات إلى أن الخوارزميات تُخْفِق في نحو ٢٠٪ من التلميحات ذات الطابع غير المباشر.

أما التحليل اليدوي فيتميز بقدرة أعلى على التقاط الفروق الدقيقة وتفسير السياق، مع معدل خطأ أقل يقدَّر بـ ١٠٪، لكنه يظل مقيدًا بالوقت وصعوبة معالجة كميات كبيرة من البيانات مقارنة بالتحليل الآلي.

المناقشة

مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة ونظريتي الهوية الاجتماعية والهيمنة الاجتماعية:

تُظهر النتائج فجوة واضحة بين قدرات التحليل البشري والتحليل الآلي في رصد خطاب الكراهية على منصة «إكس»، وهي فجوة ترتبط بطبيعة اللغة العربية وتنوع سياقاتها الثقافية والدينية والاجتماعية، كما تعكس أداءً متفاوتًا لأنماط التحليل تبعًا لمدى اعتماد الخطاب على الإيحاءات أو التصريح، الأمر الذي ينسجم مع ما أكدته الأدبيات الحديثة حول محدودية النماذج الآلية في فهم المضامين الضمنية مقابل قوتها في التقاط الأنماط اللفظية المباشرة.



شكل (٤): الفجوة بين التحليل البشري والآلي في رصد خطاب الكراهية: تأثير السياق الديني والاجتماعي في المجتمعات العربية

أولًا: مناقشة أنواع خطاب الكراهية في ضوء الدراسات السابقة:

أظهرت النتائج تفوق التحليل اليدوي في رصد الخطاب الديني والاجتماعي؛ حيث كشف عن ٢٦٪ من الخطاب الديني و٢٥٪ من الخطاب الاجتماعي، مقابل أداء محدود للنماذج الآلية في هذه الفئات، ويتسق هذا مع دراسات أثبتت أن الخطاب الديني في السياق العربي يعتمد على إشارات عقائدية ضمنية

مثل التكفير، ونزع الشرعية، والإيحاءات الطائفية، التي لا تتعرف عليها النماذج المدربة أساسًا على بيانات غربية (Albadi et al., 2018; Alsafari et al., 2020). أما الخطاب الاجتماعي، الذي يعتمد على السخرية والتنمر والازدراء، فقد أكد Pereira-Kohatsu et al. (٢٠١٩) أنه من أكثر الأنماط اعتمادًا على السياق، ولهذا يلتقطه الإنسان بدقة أكبر.

في المقابل، يتفوق التحليل الآلي بشكل ملحوظ في الخطاب العنصري والعام (٣٣٪ و٢٠٪) لأنه يعتمد على أنماط لفظية مباشرة يسهل على النماذج مثل BERT رصدها، وقد بينت الأدبيات أن أداء النماذج يصل إلى دقة تفوق ٨٠٪ في المهام القائمة على الكلمات المفتاحية (Chared et al., 2024; Glazkova, 2023). ورغم هذا، تظهر فجوة قدرها ١١–١٣٪ بين التحليلين لصالح الترميز البشري في الفئات ذات الطابع الرمزي أو الديني (Cohen, 2025)؛ مما يعكس تحدي التدريب المحدود على التنوع اللهجي والثقافي العربي.

ثانيًا: تفسير النتائج في ضوء نظرية الهوية الاجتماعية (SIT):

تقدم نظرية الهوية الاجتماعية إطارًا قويًّا لفهم تصاعد الأنماط الدينية والاجتماعية والعرقية، وتشير SIT إلى أن الأفراد يعززون هوية مجموعتهم الداخلية عبر تمييز سلبي تجاه المجموعات الخارجية، وهو ما يتجلى بوضوح في الخطاب الديني (مثل التكفير ونزع الشرعية) والخطاب الاجتماعي (مثل السخرية والتنمر والوصم)؛ حيث يُستخدم الخطاب كآلية لتعزيز «التفوق الرمزي» للمجموعة الداخلية.

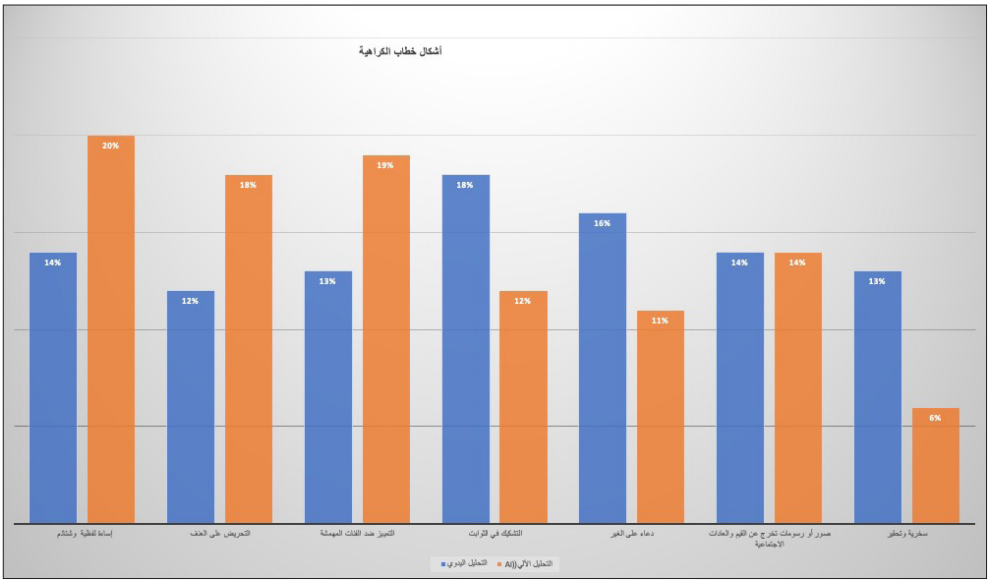
كما تعكس نسبة الخطاب العنصري المرتفعة في التحليل الآلي (٣٣٪) عمليات «تهديد الهوية»، وهي آلية تزداد عندما يشعر الأفراد بأن جماعتهم مهددة، فيلجؤون إلى لغة الإقصاء والعداء (Seaman, 2008; Gamperer, 2023). وهذا ينسجم مع نتائج (Van Houtven, Acquah, Obermaier, Saleem, & Schmuck, 2024) التي تربط بين الكراهية الرقمية والدفاع عن الهوية الجمعية.

ثالثًا: تفسير النتائج في ضوء نظرية الهيمنة الاجتماعية (SDT):

في سياق نظرية الهيمنة الاجتماعية، يصبح خطاب الكراهية أداة لإدامة التسلسل الهرمي بين المجموعات، وتوضح النتائج أن فئات مثل التحريض على العداء والعنف (٢٠٪) والتخوين واتهامات العمالة (٢٠٪) تمثل آليات لإعادة إنتاج الهيمنة وإقصاء المجموعات المستهدفة، وقد أوضح Pratto & Stewart (٢٠١١) أن الخطاب العدائي يُسهم في إضفاء الشرعية على السيطرة الرمزية والسياسية.

كما يشير انتشار خطاب التمييز ضد الفئات المهمشة (١٩٪ آلي) إلى دور الكراهية في ترسيخ عدم المساواة؛ حيث تُستخدم الإهانات العرقية والطبقية لتبرير الإقصاء من المجال العام، وتنسجم

هذه النتيجة مع فرضيات SDT حول استخدام الخطاب العدائي للحفاظ على الامتيازات الاجتماعية (Schrader, Jolley, Jolley, & Douglas, 2025).



شكل (٥): أشكال خطاب الكراهية

رابعًا: مناقشة أشكال خطاب الكراهية (أنماط التعبير):

تُظهر النتائج اتجاهين متمايزين:

١. تفوُّق التحليل الآلي في الأنماط اللفظية المباشرة

سجل التحليل الآلي نسبًا مرتفعة في:

- الإساءة اللفظية (٢٠٪)
- التحريض على العنف (١٨٪)
- التمييز ضد الفئات المهمشة (١٩٪)

وهي نتائج تتماشى مع الدراسات التي تؤكد قدرة النماذج على اكتشاف الكلمات المفتاحية، خاصة في الأنماط المباشرة (Toktarova et al., 2023). إذ تعتمد هذه النماذج على التعرف الإحصائي السريع للشتائم والتهديدات والتعبيرات العنصرية.

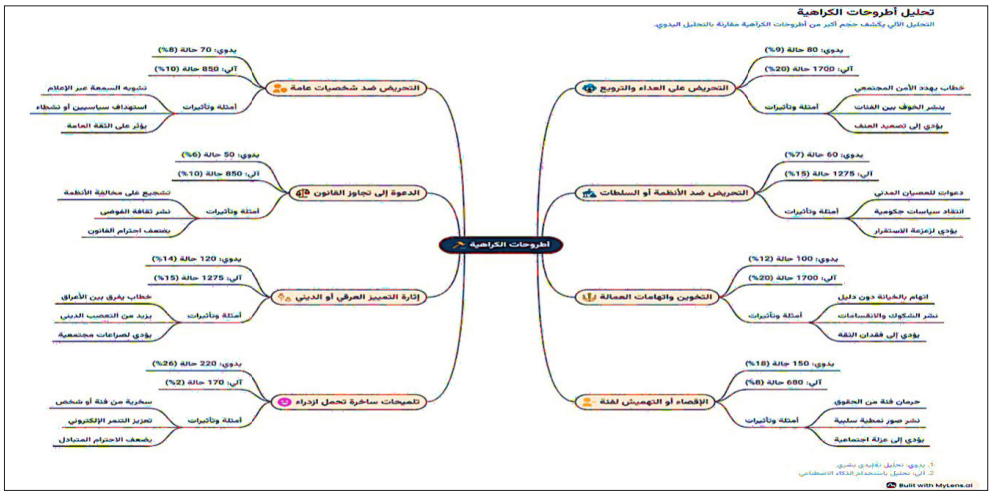
٢. تفوق التحليل اليدوي في الأنماط الضمنية والمشفّرة

أظهر التحليل اليدوي أداءً أعلى في:

- التشكيك في الثوابت (١٨٪)
- الدعاء على الغير (١٦٪)
- السخرية والتهكم

وهي فئات تكشف ضعف الخوارزميات في فهم الاستعارات والإشارات الثقافية أو الدينية، وقد أظهرت دراسة Pasta (٢٠٢٣) ومقاربات حديثة أن التحليل اليدوي يحقق استدعاء أعلى بنسبة ١٥–٢٠٪ في المحتوى المشفر بسبب قدرته على تفسير الرموز الدلالية المتجذرة في الخطاب العربي.

خامسًا: مناقشة أطروحات الكراهية:



شكل (٧): تحليل أطروحات الكراهية

تكشف النتائج أن الخطاب السياسي والعرقي والديني على المنصة يعتمد على أطروحات تتراوح بين التحريض المباشر والخطاب الضمني، وقد بيَّن التحليل الآلي تفوقًا في:

- التحريض على العداء (٢٠٪)
- التخوين واتهامات العمالة (٢٠٪)
- التحريض ضد الأنظمة (١٥٪)

في حين برع التحليل اليدوي في رصد:

- التلميحات الساخرة (٢٦٪)
- الإقصاء الضمني (١٨٪)

وتشير هذه الفروق إلى أن الخطاب الصريح يُرصد بسهولة لأن أنماطه اللفظية ثابتة، بينما يتطلب الخطاب الضمني فهمًا أعمق للهويات الاجتماعية والصراعات الطائفية والقبلية، خاصة في اللهجات العربية المتنوعة (RazA & Rehman, 2025).

مناقشة أطروحات الكراهية

خلاصة المناقشة:

تكشف النتائج أن خطاب الكراهية على «إكس» لا يُنتج بوصفه تعبيرًا لغويًا فقط، بل بوصفه أداة اجتماعية لإعادة تشكيل الهوية وتعزيز الهيمنة بين المجموعات.

ويتضح أن:

- الخوارزميات تتفوق في الأنماط اللفظية المباشرة.
- والتحليل البشري يتفوق في الأنماط الضمنية والسياقية.
- والسياق العربي يضيف طبقة تعقيد لا تزال النماذج الآلية عاجزة عن فهمها بالكامل.

وهذا يبرز الحاجة إلى نماذج هجينة تجمع بين قوة الحوسبة الآلية وخبرة التفسير البشري، خصوصًا في البيئات اللغوية والثقافية ذات التعقيد العالي مثل البيئة العربية.

حدود الدراسة

على الرغم من اعتماد هذه الدراسة منهجية مختلطة تجمع بين التحليل الآلي والتحليل اليدوي، فإنها لا تخلو من بعض الحدود المنهجية التي ينبغي أخذها في الاعتبار عند تفسير النتائج. أولًا، اقتصرت البيانات على منصة X وخلال إطار زمني محدد (عام ٢٠٢٥)، وهو ما قد يحد من تعميم النتائج على منصات تواصل اجتماعي أخرى تختلف في بنيتها الخطابية وآليات التفاعل. ثانيًا، تعتمد دقة التحليل الآلي على أداء النماذج اللغوية المستخدمة، والتي رغم تطورها، قد تعجز عن التقاط بعض الدلالات الثقافية العميقة، مثل السخرية المركبة أو التلميحات الدينية والاجتماعية غير المباشرة، خاصة في السياق العربي متعدد اللهجات.

كما أن التحليل اليدوي، رغم تفوقه في تفسير السياقات المعقدة، يظل عرضة لاحتمالات التحيز الذاتي للمحللين واختلاف التأويل، حتى مع استخدام استمارة تحليل محتوى محكَّمة. إضافة إلى ذلك، فإن عملية تصنيف خطاب الكراهية نفسها تخضع لحدود مفاهيمية؛ نظرًا لتداخل بعض الفئات الخطابية بين النقد الحاد وخطاب الكراهية، وهو ما قد يؤثر في دقة الفصل بينهما في بعض الحالات الحدّية. وأخيرًا، لم تتناول الدراسة تحليل الشبكات الاجتماعية أو ديناميكيات انتشار الخطاب (Network Analysis)، الأمر الذي يحد من فهم آليات تضخيم خطاب الكراهية وانتشاره داخل المنصة.

ولا تقلل هذه الحدود من القيمة العلمية للدراسة، بل تفتح آفاقًا لبحوث مستقبلية يمكن أن توسِّع نطاق التحليل ليشمل منصات متعددة، وفترات زمنية أطول، ونماذج لغوية أكثر تخصصًا في اللهجات العربية، إضافة إلى دمج تحليل الشبكات والتفاعل الرقمي لفهم خطاب الكراهية بوصفه ظاهرة اجتماعية ديناميكية.

التوصيات

١. توصي الدراسة باعتماد منهج تحليلي هجين يجمع بين دقة التحليل الآلي وسياقية التحليل اليدوي، بما يضمن توازنًا بين الكفاءة التقنية والفهم الثقافي.

٢. يجب تدريب أنظمة الذكاء الاصطناعي على بيانات تمثِّل البيئة اللغوية العربية وسياقاتها الثقافية لتقليل الانحياز الخوارزمي الذي يؤدي إلى «هيمنة تقنية» غير مقصودة.

٣. تقترح الدراسة إجراء تحليل طولي (Longitudinal) لتتبع تطور خطاب الكراهية عبر الزمن وربطه بالتحولات السياسية والاجتماعية والخوارزمية داخل المنصات.

٤. توصي الدراسة المؤسسات الإعلامية والأكاديمية بإطلاق برامج توعوية تهدف إلى الحد من الكراهية الرقمية عبر تعزيز الوعي بخطورة اللغة العدائية على التماسك الاجتماعي.

٥. ينبغي تطوير أطر تنظيمية تراعي الخصوصية الثقافية للمجتمعات العربية في تصنيف المحتوى العدائي، بدل الاعتماد المطلق على خوارزميات ذات طابع غربي عام.

المصادر والمراجع

- Abdelsamie, M. M. (2024). A comprehensive review on Arabic offensive language and hate speech detection. Social Network Analysis and Mining, 14(1). https://link.springer.com/article/10.1007/s13278-024-01258-1
- Ahmad, A. (2024). Hate speech detection in the Arabic language. PLoS One, 19(3). https://pmc.ncbi.

nlm.nih.gov/articles/PMC10912174/

- Albadi, N., Kurdi, M., & Mishra, S. (2018). Are they our brothers? Analysis and detection of religious hate speech in the Arabic twittersphere. In 2018 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM). https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8508247/
- Alsafari, S., Sadaoui, S., & Mouhoub, M. (2020). Hate and offensive speech detection on Arabic social media. Online Social Networks and Media, 19. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2468696420300379
- Ayeni, A. C. (2025). Speech Act Analysis of Hate Utterances on Selected Social Media Platforms in Nigeria. International Journal of Innovative Research and Development.
- Bengochea-González, C., et al. (2022). Hate speech analysis as a function of ideology: Emotional and cognitive effects. Revista Comunicar, 71, 45-57. https://www.revistacomunicar.com/html/71/en/71-2022-03.html
- Chared, Z., Jantet, C., Ravix, C., et al. (2025). AI-driven detection of hate speech on social media: A case study in the French language. Cluster Computing, 28, 811. https://doi.org/10.1007/s10586-025-05553-0
- Cohen, J. (2025, February 12). A platform problem: Hate speech and bots still thriving on X. USC Viterbi School of Engineering. https://viterbischool.usc.edu/news/2025/02/a-platform-problem-hate-speech-and-bots-still-thriving-on-x/
- Ellemers, N. (n.d.). Social identity theory. Britannica. Retrieved January 23, 2022, from https://www.britannica.com
- ElSherief, M., Ziems, C., Muchlinski, D., Anupindi, V., Seybolt, J., De Choudhury, M., & Yang, D. (2021). Latent hatred: A benchmark for understanding implicit hate speech. arXiv:2109.05322. https://doi.org/10.48550/arXiv.2109.05322
- Gamperer, S. A. (2023). Mediation of hate crime: The role of social identity and intergroup contact (Master's thesis, University of Helsinki). https://helda.helsinki.fi/items/ad5a80c4-1fae-4cd5-b781-b776eb862d78
- Giorgi, T., Cima, L., Fagni, T., Avvenuti, M., & Cresci, S. (2024). Human and LLM biases in hate speech annotations: A socio-demographic analysis of annotators and targets.
- Glazkova, A. (2023). A comparison of text preprocessing techniques for hate and offensive speech detection in Twitter. Social Network Analysis and Mining, 13(1). https://link.springer.com/article/10.1007/s13278-023-01156-y
- Gongane, V. U., Munot, M. V., & Anuse, A. D. (2022). Detection and moderation of detrimental content on social media platforms: Current status and future directions. Social Network Analysis and Mining, 12(1), 129. https://doi.org/10.1007/s13278-022-00951-3
- Hasan, M. N., Masum, A. H., Rony, S. H., Arpita, H. D., & Rabeya, T. (2025). Advancing online safety: AI-powered hate speech and offensive language detection in social media. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/392217088_Advancing_Online_Safety_AI-Powered_Hate_Speech_and_Offensive_Language_Detection_in_Social_Media
-
- IEEE. (2024). Comparative analysis of hate speech detection. https://ink.library.smu.edu.sg/context/sis_research/article/10164/viewcontent/IEEE_CAI_2024_Comparative_Analysis_of_Hate_Speech_

Detection_2024_Jan__4_.pdf

- Jahan, M. S., & Oussalah, M. (2023). A systematic review of hate speech automatic detection using natural language processing. Neurocomputing, 546, 126232. https://doi.org/10.1016/j.neucom.2022.12.232
- Jikeli, G., & Soemer, K. (2023). The value of manual annotation in assessing trends of hate speech on social media. Journal of Computational Social Science, 6(2), 943-971.
- C. Kentmen-Cin, «Hate Speech on Social Media: A Systemic Narrative Review,» Societies, vol. 14, no. 10, 2025. https://www.mdpi.com/2076-0760/14/10/610
- Khandelwal, S., & Aruna, M. (2022, April). Comparative analysis of the performance of machine learning and transfer learning models in detecting hate on Twitter. In 2022 2nd International Conference on Advance Computing and Innovative Technologies in Engineering (ICACITE) (pp. 1097-1100). IEEE.
- Kumarage, T., Bhattacharjee, A., & Garland, J. (2024). Harnessing artificial intelligence to combat online hate: Exploring the challenges and opportunities of large language models in hate speech detection. arXiv:2403.08035. https://doi.org/10.48550/arXiv.2403.08035
- Ljubešić, N., Mozetič, I., & Kralj Novak, P. (2023). Quantifying the impact of context on the quality of manual hate speech annotation. Natural Language Engineering, 29(6), 1481-1494. https://doi.org/10.1017/S1351324922000353
- Manke, K. (2025, February 13). Study finds persistent spike in hate speech on X. Berkeley News. https://news.berkeley.edu/2025/02/13/study-finds-persistent-spike-in-hate-speech-on-x/
- Mawdoo3. (n.d.). The concept of social identity theory.
- Müller, K., & Schwarz, C. (2021). Fanning the flames of hate: Social media and hate crime. Journal of the European Economic Association.
- Narang, S., Karki, S., Chauhan, S., Garg, K., & Samant, S. S. (2024, June). Hate speech analysis and moderation on Twitter data using BERT and ensemble techniques. In 2024 15th International Conference on Computing Communication and Networking Technologies (ICCCNT) (pp. 1-6). IEEE.
- Ngwainmbi, E. (2021). Hate speech and Caucasian nationalism in Western democracies: Flashing light on the invisible ghost. European Journal of Development Studies. https://doi.org/10.24018/ejdevelop.2021.1.3.39
- Ombui, E., Muchemi, L., & Wagacha, P. (2021). Psychosocial features for identifying hate speech in social media text. Journal of Education, Society and Behavioural Science. https://doi.org/10.9734/jesbs/2021/v34i1230382
- Pasta, S. (2023). Hate speech research: Algorithmic and qualitative evaluations. A case study of anti-Gypsy hate on Twitter. Research on Education and Media, 15(1), 130-139. https://doi.org/10.2478/rem-2023-0017
- Pereira-Kohatsu, J. C., Quijano-Sánchez, L., & Liberatore, F. (2019). Detecting and monitoring hate speech in Twitter. Sensors, 19(21), 4654. https://www.mdpi.com/1424-8220/19/21/4654
- Rahma, A., Azab, S. S., & Mohammed, A. (2023). A comprehensive survey on Arabic sarcasm detection: Approaches, challenges and future trends. IEEE Access, 11. https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/10049545/
- Raza Ur Rehman, H. M. (2025). Detecting hate in diversity: A survey of multilingual code-mixed hate speech detection. Journal of Big Data, 12(1). https://journalofbigdata.springeropen.com/

articles/10.1186/s40537-025-01167-w

- Salminen, J., Hopf, M., Chowdhury, S. A., Jung, S. G., Almerekhi, H., & Jansen, B. J. (2020). Developing an online hate classifier for multiple social media platforms. Human-centric Computing and Information Sciences, 10(1), 1-34.
- Schrader, T., Jolley, D., Jolley, R. P., & Douglas, K. M. (2025). Upholding social hierarchies: Social dominance orientation moderates the link between intergroup conspiracy exposure and violent extremism. Group Processes & Intergroup Relations. https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/13684302241247985
- Seaman, J. (2008). Hate speech and identity politics: A situationalist proposal. Florida State University Law Review, 36(1). https://ir.law.fsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1133&context=lr
- Sidanius, J., & Pratto, F. (1999). Social dominance: An intergroup theory of social hierarchy and oppression. Cambridge University Press.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The social identity theory of intergroup behavior. In Political psychology (pp. 276-293). Psychology Press.
- Toktarova, A., Syrlybay, D., Myrzakhmetova, B., Anuarbekova, G., Rakhimbayeva, G., Zhylanbaeva, B., … & Kerimbekov, M. (2023). Hate speech detection in social networks using machine learning and deep learning methods. International Journal of Advanced Computer Science and Applications, 14(5).
- Toliyat, A., & Filatova, E. (2025). Inter-annotator agreement and its reflection in LLMs and responsible AI. The International FLAIRS Conference Proceedings, 38. https://doi.org/10.32473/flairs.38.1.139049
- Van Houtven, E., Acquah, S. B., Obermaier, M., Saleem, M., & Schmuck, D. (2024). 'You got my back?' Severity and counter-speech in online hate speech toward minority groups. Media Psychology, 27(6). https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15213269.2023.2298684
- Wich, M., Widmer, C., Hagerer, G. J., & Groh, G. (2021). Investigating annotator bias in abusive language datasets. Technical University of Munich.
- Yoder, M., Ng, L., Brown, D., & Carley, K. (2022). How hate speech varies by target identity: A computational analysis (pp. 27-39). https://doi.org/10.48550/arxiv.2210.10839

اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل آرائه تجاه القضايا السياسية الدولية

دراسة في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

إعداد: د. عبدالله مفرح جابر الجابري[1]

ملخص الدراسة:

في ظل التحوّلات الرقمية المتسارعة والانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي بين مختلف الفئات الاجتماعية، هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور تلك المنصات في تشكيل الرأي العام في المملكة العربية السعودية تجاه القضايا والأحداث السياسية الدولية. وانطلقت الدراسة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبارها الإطار النظري الرئيس، واعتمدت على المنهج الوصفي، واستخدمَت أداة الاستبانة لجمع البيانات من عينة عشوائية مكونة من (٢٠٠) مشارك من المواطنين السعوديين. أظهرت النتائج أن غالبية المشاركين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي يوميًا، وأن منصات مثل سناب شات، ومنصة «إكس»، وتيك توك، تتصدّر قائمة المنصات الأكثر استخدامًا. تبين أيضًا أن أكثر من نصف أفراد العينة يتابعون القضايا السياسية الدولية عبر هذه المنصات، ويعتمد معظمهم عليها بدرجات متفاوتة لفهم تلك القضايا. وأكدت نتائج اختبار الفرضيات وجود علاقة طردية دالّة إحصائيًا

---

(١) الأستاذ المساعد ببرنامج الصحافة والنشر الإلكتروني قسم العلوم الاجتماعية بكلية الفنون والعلوم الإنسانية- جامعة جازان.

بين الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي وزيادة الوعي السياسي، وكذلك بين التعرض للمحتوى السياسي وحدّة المواقف والمشاعر السياسية. كما كشفت النتائج أيضًا أن نسبة معتبرة من المشاركين غيرت آراءها السياسية أو كوّنت آراءً جديدة نتيجة تفاعلها مع المحتوى السياسي على هذه المنصات. وخلصت الدراسة إلى أن منصات التواصل الاجتماعي فاعلٌ رئيسٌ في تشكيل الرأي العام السعودي حول القضايا السياسية الدولية، سواء على المستوى المعرفي أو الوجداني، وهذا ما يستدعي اهتمامَ صانعي القرار والباحثين بتأثيراتها المتنامية في المجال السياسي.

الكلمات المفتاحية: تشكيل الرأي العام، منصات التواصل الاجتماعي، القضايا والأحداث السياسية الدولية.

The Saudi public's reliance on social media platforms in shaping their views toward international political issues

A study in light of Media Dependency Theory

Abstract:

Amid rapid digital transformations and the widespread use of social media platforms across diverse social groups, this study explores the role of these platforms in shaping public opinion in the Kingdom of Saudi Arabia regarding global political issues and events. Grounded in Media Dependency Theory as the main theoretical framework, the study adopted a descriptive correlational approach. Data were collected through a questionnaire distributed to a random sample of 200 Saudi citizens who actively use social media.

The findings indicate that the majority of participants use social media platforms daily, with Snapchat, X (formerly Twitter), and TikTok ranking among the most popular. More than half of the respondents reported following global political issues through these platforms, and most stated that they rely on them to varying degrees to understand such issues. Statistical analysis confirmed a significant positive correlation between reliance on social media and increased political awareness, as well as between exposure to political content and the intensity of political attitudes and emotions. The results also showed that a considerable proportion of participants either developed new opinions or changed existing ones as a result of engaging with political content on these platforms.

The study concludes that social media represents a central factor in shaping Saudi public opinion on global political issues, influencing both cognitive and affective

dimensions. These findings underscore the need for policymakers and researchers to pay closer attention to the growing political implications of social media use in the Saudi context.

Keywords: Shaping public opinion, Social media platforms, global political issues.

مقدمة :

مع التسارع الكبير في وتيرة التقدّم التكنولوجي وتنامي قنوات التواصل الرقمية، يبرز بوضوح التغيّر المستمر في سلوكيات مستخدمي هذه المنصات تجاه مختلف القضايا والمشكلات على الصعيدين العالمي عمومًا، والسعودي خصوصًا. ولعلّ أبرز ما يُلاحظ في هذا السياق هو التأثير المباشر لمنصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، لا سيّما فيما يتعلق بالقضايا السياسية الدولية التي تؤثر في الجميع ويتأثر بها الأفراد والمجتمعات على حد سواء. واستنادًا إلى العديد من الإحصاءات، تبين وجود تحوّل جذري في سلوكيات مستخدمي التكنولوجيا الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، إذ أثرت هذه المنصات وبصورة هائلة في حياة الأفراد والمجتمعات، وقد تجلى ذلك التأثير في الارتفاع الملحوظ لأعداد المستخدمين النشطين؛ ما أثر بصورة مباشرة على تشكيل آرائهم ووجهات نظرهم، وخصوصًا حول القضايا السياسية الدولية. على سبيل المثال، يشير تقرير «DataRe-portal» الصادر عن فريق كيبيوس إلى أنّ عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بلغ مع مطلع عام ٢٠٢٥ نحو ٥,٢٤ مليار مستخدم حول العالم، أي ما يعادل ٦٣,٩٪ من إجمالي سكان العالم، وأن العام ٢٠٢٤ شهد انضمام ٢٠٦ ملايين مستخدم جديد إلى هذه المنصات، أي بمعدل نمو سنوي قدره ٤,١٪، وبمتوسط يقارب ٦,٥ مستخدم جديد كل ثانية. وأشارت الإحصاءات أيضًا إلى أنّ ٩٤,٢٪ من مستخدمي الإنترنت عالميًا يواظبون على استخدام منصات التواصل الاجتماعي شهريًا. وفي السياق نفسه، أوضح تقرير Statista لعام ٢٠٢٥ أن المستخدمين السعوديين باتوا أكثر نشاطًا من أي وقت مضى؛ إذ احتلت المملكة المرتبة الثانية عالميًا من حيث معدل انتشار الإنترنت المرتفع، عام ٢٠٢٢.

توضح هذه الإحصاءات الدور الكبير لمنصات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالقضايا والأحداث السياسية الدولية؛ إذ تتيح للمستخدمين الوصول إلى كمّ ضخم من المعلومات والأخبار من مصادر متنوعة، إضافة إلى التفاعل مع المحتوى المنشور والمشاركة في النقاشات، وهذا ما يسهم في تشكيل الرأي العام حول القضايا المختلفة؛ إذ تؤثر آراء المؤثرين والخبراء، بالإضافة إلى آراء الأصدقاء والمعارف، في أفكار الأفراد واتجاهاتهم.

تتيح هذه المنصات أيضًا فرصًا للتواصل مع أشخاص من خلفيات ثقافية واجتماعية متنوعة، وتفسح المجال للأصوات المختلفة للتعبير عن آرائها بحرية؛ ما يوسّع آفاق المستخدمين، ويعزز تبنّيهم لآراء

أكثر انفتاحًا وتنويرًا، ويسهم في خلق حوار مجتمعي أكثر تنوعًا، قد يمتد أثر الرأي العام المتشكل من خلاله ليؤثر مباشرة في صانعي القرار ويدفعهم إلى اتخاذ مواقف أو إجراءات محددة.

واللافت في منصات التواصل الاجتماعي اختلافُها في طبيعة نشر المعلومات والتواصل، فعلى سبيل المثال، يعدّ «واتساب» أداة للتواصل المباشر بين الأفراد، في حين تؤدي منصات مثل «إكس» و«إنستغرام» دورًا أوسع في نشر الأخبار والآراء، بينما أضاف ظهور منصات جديدة، مثل «تيك توك»، بُعدًا آخر جديدًا للتفاعل الاجتماعي؛ إذ مكّن المستخدمين من مشاركة مقاطع فيديو قصيرة تعبر عن آرائهم بأسلوب أكثر جاذبية.

ومع أنّ لمنصات التواصل الاجتماعي أثرًا إيجابيًا في تشكيل الرأي العام، إلا أنها قد تواجه تحديات عديدة، مثل: انتشار الأخبار الكاذبة والشائعات، وإمكانية التلاعب بالمعلومات، إضافة إلى التأثيرات الخارجية التي يمكن أن تسهم في زيادة الاستقطاب والانقسام في المجتمع الواحد.

مشكلة الدراسة:

يتّضح مما سبق أنّ لمنصات التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة وتأثيرات مباشرة في وعي الجماهير واتجاهاتهم وآرائهم حول القضايا المجتمعية المختلفة، لا سيّما القضايا والأحداث السياسية الدولية، باعتبارها فضاءً افتراضيًا مفتوحًا على المجتمعات الدولية. لذا، بات من الضروري فهم تأثيرها على الرأي العام السعودي، لا سيما في ظل التحولات الجيوسياسية الدولية وما يصاحبها من أزمات وصراعات، وهذا ما يستدعي فهم وإدراك آليات تشكيل الرأي العام؛ بغية صياغة سياسات إعلامية أكثر فعالية تجاه ما يدور في العالم من حولنا. ومن هنا تبرز أهمية دراسة دور منصات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في تشكيل الرأي العام السعودي، خصوصًا تجاه القضايا والأحداث السياسية الدولية.

لقد أصبحت منصات التواصل الاجتماعي اليوم قوة مؤثرة في تشكيل الرأي العام على مستوى العالم، بما في ذلك المملكة العربية السعودية. ومع أن الدراسات التي تناولت هذا الموضوع عديدة، إلا أن هناك فجوة معرفية واضحة فيما يتعلق بعمق التأثير وآليات عمل هذه المنصات في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية الدولية في السعودية. وتكمن خطورة هذه الفجوة في الحاجة إلى فهم أدقّ لكيفية تفاعل الجماهير السعودية مع المعلومات السياسية الدولية المتاحة على هذه المنصات، وكيفية انعكاس تلك التفاعلات على آرائهم واتجاهاتهم السياسية.

بناءً على ذلك، تتحدد إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السعودي حول القضايا والأحداث السياسية الدولية؟

أهمية الدراسة:

تكتسب دراسة «اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل آرائه تجاه القضايا السياسية الدولية» أهمية بالغة في ظل التحولات الرقمية الكبيرة وغير المسبوقة التي يشهدها العالم، خاصة بعد تزايد تأثير هذه المنصات الملحوظ على مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك المجال السياسي. وتتضح أهمية هذه الدراسة من خلال بُعدين رئيسين، هما:

أولًا: الأهمية النظرية

١. تشكل الدراسة الحالية قاعدة معرفية علمية هامة للباحثين المهتمين بدراسة تأثير منصات التواصل الاجتماعي في الرأي العام عمومًا، والرأي العام السعودي خصوصًا.

٢. يمكن للدراسة الحالية أن تفتح آفاقًا جديدة للبحث في مجالات جديدة، مثل تأثير الذكاء الاصطناعي في منصات التواصل الاجتماعي، وأثر ذلك في تشكيل الرأي العام.

٣. على الرغم من كثرة الدراسات التي تناولت منصات التواصل الاجتماعي، إلا أنّ هناك ندرةً في الأبحاث التي تدرس الآليات والتأثيرات التي تمارسها هذه المنصات في تشكيل الرأي العام في السياق السعودي على وجه الخصوص، ولا سيما فيما يتعلق بالقضايا السياسية الدولية .وتسعى هذه الدراسة إلى سدّ هذه الفجوة البحثية من خلال تقديم تحليل علمي قائم على بيانات ميدانية.

ثانيًا: الأهمية التطبيقية

١. يمكن للنتائج التي تسفر عنها هذه الدراسة أن تساعد صنّاع القرار في تطوير سياسات إعلامية رقمية أكثر فعالية، فمن خلال فهم كيفية تفاعل الأفراد مع المعلومات السياسية المتاحة على هذه المنصات، يمكن تصميم حملات توعوية وتثقيفية أكثر تأثيرًا في الرأي العام السعودي.

٢. يمكن للنتائج أن تسهم في حماية الأمن الوطني، من خلال فهم كيفية استغلال منصات التواصل الاجتماعي لأغراض التضليل السياسي والتأثير على الرأي العام، وذلك بالكشف عن الاتجاهات السائدة في الرأي العام السعودي تجاه القضايا السياسية الدولية.

٣. من خلال توصيات الدراسة، يمكن أن نفهم آليات انتشار المعلومات المضللة على منصات التواصل الاجتماعي، فنسهم بذلك في تطوير استراتيجيات مكافحتها، مثل العمل على رفع مستوى وعي المستخدمين بأهمية التحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها.

أهداف الدراسة:

١. تحديد أنماط استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة من حيث كثافة الاستخدام اليومي والتصفح.

٢. رصد المنصات والمصادر والأشكال المفضلة للمحتوى السياسي لدى عينة الدراسة.

٣. تحديد مدى اعتماد عينة الدراسة على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر لفهم القضايا السياسية الدولية.

٤. الكشف عن التأثير المتصوَّر لمنصات التواصل الاجتماعي على آراء ومواقف عينة الدراسة تجاه القضايا السياسية الدولية.

٥. الكشف عن مدى ثقة عينة الدراسة بالمعلومات السياسية المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

المحور الأول: أنماط الاستخدام والمحتوى

- السؤال الأول: ما أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة، من حيث كثافة الاستخدام اليومي وعدد مرات التصفح؟
- السؤال الثاني: ما المنصات والمصادر الأكثر استخدامًا، وما الأشكال المفضلة للمحتوى السياسي لدى أفراد عينة الدراسة؟

المحور الثاني: التأثيرات المتصوّرة والثقة

- السؤال الأول: إلى أي مدى يعتمد أفراد العينة على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر لفهم القضايا السياسية الدولية؟
- السؤال الثاني: ما التأثير المتصوَّر لمنصات التواصل الاجتماعي على آراء ومواقف أفراد العينة تجاه القضايا السياسية الدولية؟
- السؤال الثالث: ما مستوى ثقة أفراد العينة في المعلومات السياسية المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

الإطار المعرفي للدراسة:

أولًا: المفاهيم السائدة حول منصات التواصل الاجتماعي

ينظر الأشخاص بشكل متزايد إلى تطبيقات منصات التواصل الاجتماعي باعتبارها جزءًا مهمًا من حياتهم اليومية، ومن المرجح أن ينقلوا تفاعلاتهم الحياتية إلى هذه المنصات الافتراضية (مثل: فيسبوك، وإنستغرام، ولينكد إن، وإكس... إلخ). وينعكس هذا بدوره إيجابًا على توجهاتهم وسلوكياتهم تجاه مختلف أشكال التكنولوجيا. وتُعد منصات التواصل الاجتماعي واحدة من أكثر التطبيقات فعالية وتأثيرًا؛ فقد دُمجت تدريجيًا في معظم جوانب حياة الإنسان (الحياة الاجتماعية، والحياة الاقتصادية، وقطاع التعليم، والحياة السياسية).

وتُعرّف منصات التواصل الاجتماعي بأنها: مجموعة من تطبيقات الإنترنت التي بُنيت باستخدام تكنولوجيا الويب ٢,٠، وتتيح للمستخدمين إنتاج المحتوى الاتصالي وتبادله؛ أي تُمكنهم من إنشاء صفحات -ملفات شخصية- تربطهم بأصدقائهم ومعارفهم، وتتيح لهم التواصل عبر تبادل الرسائل أو التعليقات، إضافة إلى مشاركة الصور أو ملفات الفيديو أو الملفات الصوتية. (Algharabat, Rana, & Dwivedi, 2017).

وقد أوضح (Blackshaw,2006) أن منصات التواصل الاجتماعي قد غيرّت أدوات واستراتيجيات التواصل بين الأفراد، وأسهمت في ظهور مصطلحات ومفاهيم جديدة، أبرزها:

١. المستخدم المنتج للمحتوى User Generated Contact UGC.

٢. العميل المنتج للوسيلة Customer Generated Media CGMC.

وقد ساعدت هذه المنصات في توفير مصادر متعددة للمعلومات، وأصبح المستخدمون من يختارون القضايا والموضوعات التي يتناقشون حولها ويتبادلون بشأنها الآراء والاتجاهات، وبات المستخدم قادرًا على تحديد واختيار الموضوع والتوقيت والجمهور الذي سيتعامل معه، وهذا ما يطلق عليه مفهوم المستخدم المنتج للمحتوى (UGC). بينما يشير مفهوم العميل المنتج للوسيلة (CGM) إلى اختيار المستخدم المنصة التي تناسبه، سواء أكانت شبكات اجتماعية، أم مدونات، أو غيرها من منصات التواصل الاجتماعي الأخرى.

ومن هذا المنطلق، نستطيع القول: «إن منصات التواصل الاجتماعي قد دمجت بين دور القائم بالاتصال من جهة، والمحتوى الذي يُنتجه الجمهور من جهة أخرى، من خلال المناقشات التي تتم بين الطرفين سواءً في الفضاء الرقمي (Online) أو خارجه (Offline)، وتتيح للمستخدمين التعرف إلى اهتمامات

بعضهم من خلال مشاركتهم الموضوعات والقضايا التي تُثير اهتمام كل منهم، إضافة إلى تبادل الصور ومقاطع الفيديو والتعليق عليها». (علاء الدين، ٢٠٢٠، ص ص ١١- ١٢).

وتتميز منصات التواصل الاجتماعي عن غيرها من المنصات الرقمية بكونها تفاعلية؛ إذ لا يقتصر دور المستخدمين فيها على استهلاك المحتوى، بل يشاركون أيضًا بفاعلية في إنتاجه ونشره. تمنح هذه الخاصية الفريدة حتى الأفراد غير المختصين في مجال الإعلام القدرة على إنتاج المعلومات ومشاركتها مع الآخرين.

وتتسم هذه المنصات كذلك بتنوع جمهورها من حيث الفئات العمرية؛ إذ يبدأ الأطفال باستخدام الأجهزة الذكية في سن مبكرة جدًا، بينما يقضي المراهقون أوقاتًا طويلة على هذه المنصات للتواصل مع أقرانهم. أما طلاب الجامعات، فيمضون ما يقارب ٢٠ ساعة أسبوعيًا في استخدامها. وتشير استطلاعات الرأي إلى أنّ ٩٨,٣٪ من المشاركين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي بانتظام، حتى أصبح غياب الوجود فيها بمنزلة عزلة اجتماعية. وفي المقابل، فإن كبار السن أقل استخدامًا للتكنولوجيا مقارنة بالفئات الأخرى، إلا أن معدلات استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي تشهد نموًا مطردًا. (Polanco-Levicán & Salvo-Garrido, 2022, p. 8807).

العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام:

يُعدّ الإعلام في عصرنا الراهن القوة الرئيسة في حسم العديد من القضايا الجوهرية داخل المجتمع. ومع التطور التكنولوجي الهائل منذ تسعينيات القرن الماضي، وما نتج عنه من انفجار معلوماتي وثورة اتصالية غيرت أساليب انتقال المعرفة وتخزينها، برزت منصات إعلام جديدة عُرفت بمنصات التواصل الاجتماعي. لم يقتصر دور هذه المنصات على ما كانت تنهض به منصات الإعلام التقليدية، بل تجاوزت ذلك لتسهم في إنتاج الوعي وتشكيل الفكر واستمالة الآراء وتوجيه الرأي العام وصناعة القرار؛ فقد أصبح المستخدم يتفاعل مع المحتوى الرقمي من خلال الاطلاع والتعليق والمشاركة، ما يتيح له تكوين رؤى وأفكار حول القضايا المختلفة. وهكذا غدت كل من منصة «يوتيوب»، و«فيسبوك»، و«تويتر/إكس»، وغيرها من المنصات الرقمية؛ قادرةً على التأثير في الرأي العام المحلي والدولي على حد سواء. وأسهمت هذه المنصات في إدخال مفهوم جديد للتواصل الاجتماعي يقوم على التفاعل المباشر بين المستخدمين، لا سيما في المجال السياسي، حيث يشارك الأفراد في النقاشات المتعلقة بالقضايا التي تمسّ حياتهم اليومية.

ونظرًا لما يتيحه الفضاء السيبراني من محتوى واسع وحريات أكبر في التعبير، بات الناشطون والجماهير يتبادلون المؤشرات والدلالات حول كسب قضية سياسية أو خسارتها، ويحولونها إلى موضوعات للنقاش

العام. يُجسّد هذا التفاعل ما يُعرف بالفضاء العام الافتراضي، الذي يقترب في مضمونه من مفهوم «الفضاء العمومي». ومن هنا يمكن القول: «إن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت مجالًا افتراضيًا مفتوحًا يشارك فيه الأفراد بفاعلية في تشكيل الرأي العام، سواء بصورة إيجابية أو سلبية، تبعًا لطبيعة الأفكار والآراء المطروحة». (ريغي، وفلاق، ٢٠٢٢، ٧٨٣-٧٩٤)

ولكن، كيف تُشكل منصات التواصل الاجتماعي الرأي العام تجاه القضايا السياسية؟

يمثل الرأي العام محصلة آراء غالبية أفراد المجتمع، وهو نتاج تفاعل معقد بين عوامل متعددة ومتشابكة تتأثر ببعضها ديناميكيًا، بحيث ينعكس تأثير كل عنصر منها على الآخر؛ فالإنسان يتأثر ابتداءً من أسرته، مرورًا بالدين والعادات والتقاليد والقيم، وصولًا إلى المؤسسات التعليمية، والنظام السياسي القائم، والأصدقاء، والجماعات المرجعية، والرسائل الاتصالية. ومن الصعب فهم طبيعة الرأي العام في أي مجتمع ما لم تُفهم القوى المادية والاجتماعية التي تشكل شخصية أفراده، وتؤثر في معتقداتهم واتجاهاتهم.

وفي هذا السياق، تُعد شبكات التواصل الاجتماعي إحدى أبرز أدوات التأثير في الوعي السياسي وتشكيل الرأي العام؛ إذ توفّر بيئة غنية بالمعلومات تتجاوز بكثير ما تقدمه منصات الإعلام التقليدية.

ويُعدّ الرأي العام السياسي المتشكل نتيجة إثارة القضايا السياسية الدولية عبر هذه المنصات، من الموضوعات التي استقطبت اهتمام الباحثين في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكذلك السياسيين وصنّاع القرار؛ نظرًا لأهمية الوعي السياسي في إعداد المواطنين وتأهيلهم لفهم الخطط والسياسات العامة والمشاركة فيها، فضلًا عن تنمية الثقافة السياسية؛ بما يعزز الانتماء السياسي ويدعم استقرار المجتمع وتماسكه وتقدّمه.

وتُعد شبكات التواصل الاجتماعي فضاءً افتراضيًا لممارسة شكل جديد من التنشئة السياسية الذاتية، التي تسهم في تكوين رأي عام غير موجه بشكل مباشر من جهة أو مؤسسة معينة، سواء رسمية أو غير رسمية. وعلى الرغم من وجود مواقع رسمية وصفحات للأحزاب السياسية على هذه المنصات، إلا أن تأثيرها يظل محدودًا في تشكيل الرأي العام مقارنة بتأثير التفاعلات الحرة بين الأفراد. وقد أظهرت الدراسات وجود علاقة طردية بين مستوى الوعي السياسي لدى الأفراد وتقبُّلهم للأفكار الجديدة؛ إذ إن الأفراد الأكثر وعيًا سياسيًا غالبًا ما يتعرضون لمصادر متعددة ومتنوعة من المعلومات تمكّنهم من التحليل والفهم والتطوير، بما يعود بالنفع على مجتمعاتهم. (الحماد، ٢٠٢٢، ٤٨٧-٥٢٦)

الدراسات السابقة:

١. دراسة (صابر، ٢٠١٨)، **بعنوان: وسائط الإعلام الجديدة ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى المجتمع المدني الجزائري.** هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور الوسائط الإعلامية الجديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى منظمات المجتمع المدني في الجزائر، من خلال رصد العلاقة بين استخدام هذه الوسائط ومستوى الوعي السياسي لدى الناشطين، ضمن إطار الدراسات الوصفية التحليلية. واعتمدت الدراسة منهج المسح بالعينة، حيث جُمعت البيانات عبر تحليل مضمون عينة من صفحات منظمات المجتمع المدني على موقع فيسبوك، إلى جانب مسح مستخدمي هذه الوسائط من الناشطين، باستخدام استمارة تحليل المضمون واستبانة إلكترونية. وأظهرت النتائج أن المحتوى المنشور يتسم بطابع تقني وبصري واضح، مع اعتماد كبير على الصور والفيديوهات، كما أسهمت الصفحات في أرشفة أنشطة المنظمات ومتابعة مستجداتها، وتصدرت روابط يوتيوب أكثر الروابط تداولًا. وكشفت الدراسة عن حضور لافت للقضايا السياسية العربية والدولية في المنشورات، وتنوع أهدافها بين التأييد السياسي وتشكيل الاتجاهات، في حين برزت التعليقات كأداة رئيسة للتفاعل وقياس الرأي العام الافتراضي. كما تبين أن أفراد العينة يستمدون معلوماتهم السياسية أساسًا من مواقع الفيديو، تليها مواقع التواصل الاجتماعي، مع استمرار اعتماد بعضهم على القنوات التلفزيونية..

٢. دراسة (Kruse, Norris & Flinchum, 2018)، **بعنوان: وسائل التواصل الاجتماعي كمجال عام؟ السياسة على وسائل التواصل الاجتماعي.** تناولت هذه الدراسة انتشار وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها منصات رقمية يتفاعل من خلالها ملايين المستخدمين عالميًا، وما صاحب ذلك من تصورات ترى في هذه المنصات تعزيزًا لعودة مفهوم «المجال العام» الذي صاغه الفيلسوف الألماني يورغن هابرماس. وسعت الدراسة إلى اختبار مدى صحة هذا الادعاء، من خلال منهجية نوعية اعتمدت على مقابلات متعمقة مع عينة من أفراد ينتمون إلى جيل الألفية وجيل إكس، نظرًا لتأثر هذين الجيلين بشكل بارز بوسائل التواصل الاجتماعي. وتمثلت أهم نتائج الدراسة في أن وسائل التواصل الاجتماعي، على الرغم من شعبيتها الجارفة، لا تسهم بالضرورة في تعزيز المجال العام كما تصوّره هابرماس، وأن المشاركين في الدراسة يتجنبون الخوض في النقاشات السياسية عبر الإنترنت، وهذا ما يتعارض مع جوهر العمل التواصلي الذي يقوم عليه مفهوم المجال العام. وعَزت الدراسة هذا العزوف إلى تداخل مجموعة من العوامل، أبرزها: الخوف من المضايقات والرقابة الوظيفية، والميل إلى التفاعل داخل دوائر متجانسة سياسيًا، والنظر إلى هذه الوسائل باعتبارها فضاءً للتفاعلات الإيجابية فقط.

٣. دراسة (فيضي، ٢٠٢٠)، **بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تشكيل الرأي العام**

إزاء القضايا السياسية. سعت الدراسة إلى تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل على تأطير عملية التواصل بين فئات المجتمع الكبير وصناعة رأي عام متفاعل، انطلاقًا من أن الرأي العام يمثل في جوهره عملية تفاعل اجتماعي لها مقوماتها ونتائجها المتعددة. استخدم الباحث المنهج الوصفي من حيث النوع، واستخدم المنهج المسحي لدراسة المجتمع عبر أداة الاستبانة التي وزِّعت عشوائيًا على العينة المكوّنة من ٤٠٠ مبحوث من سكان محافظة بغداد من متصفحي مواقع التواصل الاجتماعي. أثبتت الدراسة مدى اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات، حتى أصبحت هذه المنصات بمثابة قناة إعلامية متكاملة لنقل الأخبار والمعلومات. وقد لاحظ الباحث أنّ الجمهور، وبنسبة كبيرة، يعتمد على الأخبار المصورة «اليوتيوب»، ما يشير إلى عزوفه عن القراءة واعتماده على الصورة. أظهرت النتائج أيضًا أنّ استخدام تويتر محدود ويقتصر على النخب وحملة الشهادات العليا، بينما كان الاعتماد الأكبر على فيسبوك الذي يوفر تواصلًا معرفيًا أوسع بفضل اعتماده على الوسائط البصرية، ويُعد المنصة الأكثر استخدامًا بشكل يومي مقارنة ببقية المنصات الأخرى. أيضًا، كشفت الدراسة أن بعض المستخدمين يعانون من الإدمان على تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة، الأمر الذي يستدعي -من وجهة نظر الباحث- تدخل الدولة لتوجيه الشباب نحو أعمال بنّاءة تخدم المجتمع.

٤. دراسة (العتيبي، ٢٠٢١)، بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية «تويتر أنموذجًا» - دراسة ميدانية - المملكة العربية السعودية. هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الآراء المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا منصة تويتر، في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية، وسعت إلى رصد الاهتمام الاجتماعي والأهمية المدركة لقضايا المرأة في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠، والتعرف إلى أبرز المعوقات التي يرى الجمهور أنها تحدّ من وصول المرأة إلى المناصب العليا. اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي الاجتماعي، واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات من عينة عشوائية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي تكوّنت من (٣٠٠) مفردة من الذكور والإناث، تراوحت أعمارهم بين (١٨-٦٥) سنة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، كان أهمها ما يلي:

- يقضي أفراد العينة ما بين (٤-٦) ساعات يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي، وتُعَدّ منصة تويتر المنصة المفضلة لدى الجمهور السعودي بنسبة متابعة يومية بلغت (٦٣٪).
- وجود وعي كبير لدى مستخدمي منصة تويتر، مع تعدّد استخدامات هذه المنصة، وكان الدافع الأول للاستخدام «متابعة مستجدات الأمور، وآخر الأحداث والتطورات الحاصلة، ومعرفة التغيرات الاجتماعية المتعلقة بالمرأة السعودية، والمساهمة في تشكيل الرأي العام حول قضية تولي المرأة للمناصب الإدارية».

- أن تولي المرأة للمناصب القيادية لا يتعارض مع قيم وعادات المجتمع السعودي، وأن رؤية ٢٠٣٠ دعمت القضايا التي تولي المرأة المناصب القيادية.

٥. دراسة (الحماد، ٢٠٢٢)، بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك. هدفت الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك. اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على منصات الإعلام، واستُخدم منهج المسح على عينة عشوائية من طلبة جامعة اليرموك تكوّنت من (٤٠٠) مفردة. أظهرت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من المبحوثين يعتمدون بدرجة مرتفعة على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، بنسبة (٤٩,٣٪)، وجاءت منصة «فيسبوك» في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٢,٢٧)، تلتها منصة «تويتر» بمتوسط حسابي (١,٧٨). اتضح أيضًا أن هذه المنصات تسهم بدرجة مرتفعة في تشكيل الرأي العام السياسي لدى المبحوثين، وقد تمثل أبرز أشكال هذه المساهمة في «زيادة الوعي السياسي»، بمتوسط حسابي (٢,٢١). وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، ودرجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي، كما أظهرت وجود علاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على هذه المنصات الاجتماعية لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية والآثار الناتجة عن هذا الاعتماد.

٦. دراسة (العدوان، ٢٠٢٣)، بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام في الأردن. هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الأردن، والكشف عن أبرز القضايا التي تناولتها وشغلت اهتمام الجمهور، وذلك في إطار دراسة وصفية تحليلية سعت إلى وصف هذا الدور وتحليله. وتوصلت الدراسة إلى أن منصات التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل واضح في تكوين رأي عام إيجابي تجاه قضايا المجتمع المختلفة، وأصبحت مصدرًا رئيسًا للمعلومات لما توفره من كمّ كبير ومتنوع من المعطيات، كما ساعدت في ربط المجتمعات وتجاوز الحدود السياسية والجغرافية، رغم ما صاحب ذلك من آثار سلبية تمثلت في تفتيت بعض البنى الاجتماعية والتأثير السلبي في وعي الشباب. وأظهرت النتائج أن هذه المنصات أحدثت تحولًا جوهريًا في المشهد الإعلامي عبر إتاحة المجال لفاعلين جدد للتأثير في الرأي العام بلغة قريبة من الجمهور، مع بروز محتوى غير ملائم أخلاقيًا يحظى بمتابعة واسعة، إضافة إلى أن التفاعل الآني كان من أبرز أسباب تفضيل الجمهور لها على الإعلام التقليدي، مما جعلها تشكل بيئة جديدة لصناعة وتوليد الرأي العام حول مختلف القضايا.

٧. دراسة (Shanza Ehsan, 2025)، بعنوان: وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتأييد السياسي وتشكيل الرأي العام. أجرى الباحث دراسة منهجية بعنوان «وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للدعوة السياسية وتشكيل الرأي العام»، واعتمدت الدراسة على منهج المراجعة المنهجية (Systematic Lit-erature Review) باستخدام إطار PRISMA، حيث قام بفحص ١٥ دراسة منشورة بين عامي ٢٠١٨ – ٢٠٢٤ حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية وتكوين الرأي العام. هدفت الدراسة إلى تحليل كيفية توظيف المنصات الرقمية في دعم الحراك السياسي، وتعزيز التعبئة الجماهيرية، وتأثيرها على الفئات الشابة والمهمّشة، إضافة إلى الكشف عن جانبها المزدوج بين تعزيز المشاركة السياسية وزيادة الاستقطاب والمعلومات المضلّلة. وتوصلت النتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت محركًا مركزيًا للخطاب السياسي من خلال تمكين المستخدمين من إنتاج المحتوى السياسي ونشره، والالتفاف على الوسائط التقليدية، وهو ما ظهر في حركات عالمية مثل #BlackLivesMatter و #MeToo. كما أكدت الدراسة أن هذه المنصات تعزز الشفافية وتسهّل تنظيم الاحتجاجات والتعبئة الشعبية، لكنها في المقابل تساهم في انتشار الأخبار الزائفة بصورة أسرع من المحتوى الحقيقي، إضافة إلى تكوين غرف صدى تزيد من الانقسام السياسي وتضعف الحوار العام. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز التربية الإعلامية الرقمية، وإجراء بحوث مستقبلية تعتمد على مقاربات طولية ومقارنات ثقافية لدراسة التأثير المستمر لوسائل التواصل الاجتماعي على السلوك السياسي. وتُبرز هذه الدراسة أهميتها من خلال تقديمها تصورًا شاملًا وحديثًا للدور المتنامي لوسائل التواصل الاجتماعي في التفاعل السياسي، مع تحليل متوازن للآثار الإيجابية والسلبية؛ مما يجعلها مصدرًا مهمًا لفهم التفاعل بين التكنولوجيا والمشاركة الديمقراطية.

٨. دراسة (Meshcheryakov, 2025)، بعنوان: تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية. قدم الباحث أطروحة بحثية تناولت أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى الشباب في الولايات المتحدة. اعتمدت الدراسة على منهج كمي باستخدام استبانة إلكترونية تضمّنت ١١٩ مشاركًا من فئة الشباب (معظمهم بولايات كاليفورنيا)، وجرى تحليل البيانات باستخدام نماذج الانحدار الخطي (OLS). هدفت الدراسة إلى فحص العلاقة بين مقدار الوقت الذي يقضيه المستخدمون على المنصات الاجتماعية وبين سلوكيات المشاركة السياسية، مثل: التصويت، حضور الاحتجاجات، التبرع السياسي، أو العمل في الحملات الانتخابية. وأظهرت النتائج أن زيادة الاستخدام العام لوسائل التواصل الاجتماعي لا ترتبط زيادةً دالة بالمشاركة السياسية إجمالًا، غير أن الدراسة وجدت دلائل على أن الاستخدام المكثف قد يرتبط بزيادة احتمال العمل في الحملات السياسية، بينما الارتباط بين انخفاض الاستخدام وزيادة احتمالية التبرع السياسي كان واضحًا. كما

بينـت النتائـج أن النسـاء وذوي الدخل المنخفض كانوا أكثر ميلًا للمشـاركة السياسـية مقارنة بغيرهم. وأكدت الدراسة وجود تحولات في المنصات المفضلة لدى الشباب، مع تراجع استخدام منصات تقليدية مثل Facebook مقابل صعود TikTok و.Instagram وأوصى الباحث بتوسـيع نطاق الدراسـات المستقبلية لتشـمل عينـات أكثر تمثيلًا واسـتخدام مقاييـس أدق للسـلوك السياسـي لتقييـم آثار المنصـات الرقمية المتغيرة.

٩. دراسة (الخضيري، ٢٠٢٥)، بعنوان: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام. تناولت هذه الدراسـة دور وسـائل التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام، باعتباره أحد أهم عناصر التأثير في صناعة القرار السياسي والاجتماعي. اعتمد الباحث على المنهج الوثائقي من خلال مراجعة الأدبيـات والدراسـات السـابقة ذات الصلـة، بهـدف تحليـل أبعـاد الـرأي العـام وطـرق قياسـه والعوامل المؤثـرة فيـه. أبرزت النتائج أن منصـات التواصل الاجتماعي تجاوزت دورهـا التقليدي لتصبح من أهم أدوات تشـكيل وحشـد الرأي العام، وأن الاهتمام المتزايد بالرأي العام في العصر الحديث يرتبط بتعدد وسـائل الاتصال وتزايد الأحداث الاجتماعية والسياسـية والاقتصادية في المجتمعات العربية والغربية. كمـا شـددت الدراسـة على ضـرورة التعامل الواعي مع الرأي العـام من قبل صناع القـرار، وتأهيل كوادر متخصصـة لإدارة الأزمـات الناتجـة عن التأثيرات السـلبية، إضافة إلى تدريب العاملين على اسـتخدام التقنيـات الحديثـة لمراقبـة الظاهـرة والحد من مخاطر الشـائعات. تُظهر هذه الدراسـة أهمية وسـائل التواصـل الاجتماعـي كأداة مركزية في إعادة تشـكيل أنماط التفاعل السياسـي والاجتماعي، وتؤكد على الحاجـة إلى اسـتراتيجيات علمية لمواجهة التحديـات المرتبطة بالرأي العام في ظل التطور التكنولوجي المتسارع.

الاستفادة من الدراسات السابقة وعلاقتها بالدراسة الحالية:

لا شك في أن الدراسات السابقة مرجع مهم للدراسة الحالية؛ إذ أَثْرَت البحث بمعلومات قيمة، وساعدت في تعميق فهم الباحث لموضوع «دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السعودي حول القضايا والأحداث السياسية الدولية».

- دراسة العدوان (٢٠٢٣): تتقاطع مع موضوع البحث الحالي في الهدف الرئيس المتمثل في الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، مع اختلاف مجال التطبيق (الأردن مقابل السعودية)، حيث نجد في تركيز دراسة العدوان على القضايا التي شغلت الرأي العام الأردني مثالًا لتحديد طبيعة القضايا التي تشغل الرأي العام العربي والسعودي.

- دراسة (الحماد، ٢٠٢٢): قدمت لنا نموذجًا قيمًا في كيفية قياس تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال التركيز على درجة اعتماد المبحوثين على هذه الشبكات، ودراسة العلاقة بين هذا الاعتماد وتشكيل الرأي العام السياسي.
- دراسة (العتيبي، ٢٠٢١): تُعد ذات صلة مباشرة ووثيقة بالدراسة الحالية من حيث السياق السعودي؛ إذ تناولت قضية محلية محددة (تولي المرأة للمناصب القيادية) عبر منصة تويتر. وتمثل نتائجها إضافة نوعية للبحث الحالي من حيث إبراز دور منصة تويتر في تشكيل الرأي العام.
- دراسة (فيضي، ٢٠٢٠): تضيف بُعدًا تحليليًا مهمًا من خلال تناولها لآليات «تأطير» التواصل وصناعة الرأي العام المتفاعل، مع تسليط الضوء على المنصات الأكثر تأثيرًا، مثل يوتيوب وتويتر، وهذا ما يعزز فهم طبيعة المنصات المؤثرة على الرأي العام السعودي تجاه القضايا الدولية.
- دراسة (صابر، ٢٠١٨): قدّمت لنا نموذجًا لكيفية تأثير هذه الوسائط على الوعي السياسي لدى فئة معينة من المجتمع، وهذا ما يُمكن الاستفادة منه في دراسة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على فئات مختلفة من المجتمع السعودي.
- دراسة (Kruse, Norris & Flinchum, 2018): قدّمت رؤية مُتعمقة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي كمجال عام في تعزيز النقاش السياسي، مُبرِزةً التحديات المرتبطة بالعزوف عن النقاش السياسي عبر الإنترنت، مثل الخوف من المضايقات والانخراط فقط مع الآخرين المشابهين سياسيًا.

وعمومًا، قدمت كل الدراسات السابقة قاعدة بيانات هامة للبحث الحالي حيث ساعدت في تحديد العديد من الجوانب، ومنها: توضيح المشكلة البحثية وتعميق فهمها، اختيار المنهجية الملائمة، إعداد الاستبانة، تحديد الأهداف البحثية وصياغتها بدقة وكذلك الأسئلة البحثية والفرضيات، التعرف على أهم المراجع العربية والأجنبية، وكذلك ساهمت في إجراء مقارنات منهجية بين نتائجها ونتائج الدراسة الحالية.

المفاهيم والتعريفات الإجرائية:

منصات التواصل الاجتماعي: هي منصات رقمية تفاعلية، تُمكّن المستخدمين من إنشاء المحتوى ومشاركته بمختلف أشكاله (نص - فيديو - صور - إنفوجرافيك - رسوم بيانية - إلخ)، والتفاعل مع هذا المحتوى من خلال الإعجابات والتعليقات والمشاركات، وتكوين شبكات اجتماعية افتراضية تُسهم في تبادل المعلومات والآراء. (Kaplan & Haenlein, 2010)

الرأي العام: يمثل الرأي العام مجموعة من الآراء والمواقف والمعتقدات التي يتبناها قطاع كبير من

الجمهور تجاه قضية معينة في فترة زمنية محددة، ويُعبَّر عنها بشكل علني أو ضمني عبر منصات التواصل الاجتماعي، سواء من خلال المحتوى المنشور أو التفاعلات بين المستخدمين (تعليقات – إعجابات – مشاركات) أو من خلال تأثير المؤثرين. (Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro, 2018)

القضايا والأحداث السياسية الدولية: يُقصد بالقضايا والأحداث السياسية الدولية تلك الموضوعات والأخبار والتقارير السياسية ذات الطابع الدولي، والتي تتعلق بالعلاقات بين الدول، والسياسات الخارجية، والقرارات الدولية، والأزمات والصراعات الدولية، والتي تُنشر عبر الوسائل الإخبارية المختلفة، ويتفاعل معها مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي في السعودية. (Baylis, Smith, & Owens, 2017).

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعود البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى عام ١٩٧٤، حين قدّمت الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملاؤها ورقة بحثية بعنوان «منظور المعلومات»، دعوا فيها إلى الانتقال من النظر إلى وسائل الإعلام كأداة إقناع فحسب، إلى عدِّها نظامًا معلوماتيًا يمتلك قوة تنبع من اعتماد الأفراد والجماعات على المصادر النادرة للمعلومات التي تحتكرها هذه الوسائل. (المفلح، ٢٠١٤، ص١١٥)

وتعد هذه النظرية «نظرية بيئية»؛ إذ تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبًا عضويًا مترابط الأجزاء، فتبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية الصغيرة والكبيرة ببعضها، ثم تحاول تفسير العلاقات المتبادلة بينها. وفي هذا الإطار، يُنظر إلى وسائل الإعلام على أنها جزء هامّ من النسيج الاجتماعي للمجتمعات الحديثة، بما لها من علاقات متداخلة مع الأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى. وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع، وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة، وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة. وكما يوحي اسم النظرية، فإن العلاقة الرئيسة التي تحكم هذا التفاعل هي علاقة الاعتماد، سواء بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي ككل، أو بين الجمهور وأحد أجزائه الإعلامية، مثل الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما. (صالح، ٢٠١٩، ص٥٢)

ويرصد أصحاب هذه النظرية آثار اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على النحو التالي:

١. الآثار المعرفية:

١. إزالة الغموض: تسهم وسائل الإعلام في تقليل الغموض الناتج عن نقص المعلومات الكافية لفهم

الحدث، وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث. أيضًا تؤثر هذه الوسائل في إدراك الجمهور للأهمية النسبية التي تُمنح لبعض القضايا، وفي بناء منظومة قيمه ومعتقداته.

٢. تكوين الاتجاهات: يستخدم الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع. وقد أسهمت وسائل الإعلام في تكوين وبناء مواقف الجمهور تجاه قضايا مثل: المشكلات البيئة، وأزمات الطاقة، والفساد السياسي، والدعاية لرموز سياسية أو دينية أو علمية أو رياضية جديدة، وتنظيم الأسرة. وتجدر الإشارة إلى دور العوامل الانتقائية في هذه العملية. (إسماعيل، ٢٠١٦، ص١٦)

٣. ترتيب الأولويات: ترتّب وسائل الإعلام أولويات الجمهور تجاه القضايا البارزة دون غيرها، ويصنّف الجمهور اهتماماته وفقًا لذلك، ويركز على المعلومات التي يمكن توظيفها وفقًا لاختلافاته الفردية.

٤. اتساع المعتقدات: تساعد وسائل الإعلام الجمهور على توسيع مداركه ومعتقداته من خلال تعريفه بأشخاص وأماكن وأحداث جديدة. وتنظَّم هذه المعتقدات ضمن فئات ترتبط بالأسرة، أو الدين، أو السياسة، بما يعكس الاهتمامات الأساسية للأنشطة الاجتماعية. (المفلح، ٢٠١٤، ص١٢٧)

٥. القيم: هي مجموعة من المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها، مثل: الأمانة – الحرية – المساواة – التسامح. (مكاوي، ١٩٩٨، ص٣٢٧)

٢. الآثار الوجدانية:

١. الفتور العاطفي: يُظنُّ أن لكثرة التعرض المكثف والمستمر للعنف في وسائل الإعلام تأثيرًا كتأثير المخدر، يؤدي إلى الشعور بالتبلد، وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين حين وقوع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي.

٢. الخوف والقلق: يتولد هذا الشعور لدى الفرد نتيجة التعرض المستمر للأحداث السيئة السلبية في وسائل الإعلام، مثل أخبار المجاعات والاضطهاد؛ إذ تولّد هذه الأحداث لدى المتلقين مشاعر الخوف من أن يواجهوا المصير نفسه، وتدفعهم إلى حالة من القلق الدائم.

٣. الدعم المعنوي والاغتراب: تؤثر الأخبار الإيجابية إيجابًا في رفع الروح المعنوية لدى القارئ، بينما تؤثر الأخبار السلبية سلبًا، فتدفعه إلى الإحساس بالاغتراب. (إسماعيل، ٢٠١٦، ص١٧)

٣. الآثار السلوكية:

تشير الآثار السلوكية إلى الأفعال والسلوكيات الظاهرة التي يصدرها الفرد نتيجة التعرض لوسائل

الإعلام، وغالبًا ما تكون نتيجة للآثار المعرفية والوجدانية السابقة، وتشمل ما يلي:

الفعالية: وتعني اتباع الفرد سلوكًا جديدًا نتيجة تعرضه لرسالة إعلامية معينة.

عدم الفعالية أو (الخمول): وهو الامتناع عن اتباع سلوك طبيعي ومعتاد نتيجة التعرض لرسالة إعلامية معينة. (عامر، ٢٠١٦، ص٧٥)

ويتضح من مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام أن الأفراد يعتمدون على هذه الوسائل لأن لديهم أهدافًا معينة يسعون إلى تحقيقها، ويستلزم بعضُ هذه الأهداف الحصولَ على معلومات من المصادر التي تسيطر عليها وسائل الإعلام، مثل:

- الفهم: ويعني التعلم واكتساب الخبرات، ومعرفة الذات، والفهم الاجتماعي من خلال الاطلاع على العالم أو الجماعات من حولنا وتفسير المعلومات المتاحة.
- التوجيه: ويشير إلى توجيه السلوكيات اليومية، مثل اتخاذ قرارات الشراء، اختيار الملابس، الحفاظ على اللياقة البدنية، أو الحصول على إرشادات حول كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
- التسلية: وتشمل التسلية المنعزلة، مثل الراحة، والاسترخاء، والاستشارة، والتسلية الاجتماعية، مثل الذهاب إلى السينما، أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء، أو مشاهدة التلفاز مع الأسرة. (صالح، مرجع سابق، ص٥٥)

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تستند نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى مجموعة من الفروض، يمكن إيجازها كما يلي:

١. كلما كانت المعلومات المقدَّمة عبر وسائل الإعلام ذات أهمية بالنسبة للجمهور، زاد اعتماده على هذه الوسائل لانتقاء المعلومات.

٢. يختلف الجمهور من حيث درجة الاعتماد على وسائل الإعلام نتيجة لاختلاف أهداف أفراده ومصالحهم وحاجاتهم الفردية، إضافة إلى المتغيرات الديموغرافية.

٣. كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في انتقاء المعلومات، زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل عليه.

٤. هناك اختلافات في حجم التأثير المعرفي بين المعتمد على وسائل الإعلام والمستخدم لها، فكلما كان الاعتماد مركزًا وقويًا، كانت الآثار المعرفية مؤثرة، وزاد اهتمام الفرد وانشغاله بهذه الوسائل.

٥. كلما زادت المجتمعات تعقيدًا وتشابكًا، زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام خارج إطار مجموعاته. (عامر، ٢٠١٦، ص٧٣)

ميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- تمنح القوة والسيطرة لوسائل الإعلام على مصادر المعلومات، عكس المفهوم السائد الذي يشير إلى أن وسائل الإعلام بحد ذاتها هي القوية.
- تساعد الأفراد في تحقيق أهدافهم الشخصية.
- تركز على العلاقات بين النظم ومكوناتها.
- تعدّ المجتمع مركبًا من مجموعة من الأفراد.
- تُفسّر سلوك كل جزء من تركيب هذا المجتمع على حدة لمعرفة ارتباط هذه العلاقات مع بعضها.
- تعدّ نظرية شاملة ومتكاملة للعلاقات بين وسائل الإعلام والرأي العام، حسب علماء الاتصال.
- تضم عناصر من علم الاجتماع وعلم النفس.
- تفسّر العلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، ما يؤدي إلى تكامل هذه الأنظمة المختلفة مع بعضها.
- تجمع العناصر الرئيسة لنظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية التأثير.
- تقدّم إطارًا فلسفيًا يجمع ما بين الاهتمام بمضمون الرسائل والتأثير الذي يصيب الجمهور.
- تسعى لفهم العلاقة بين الجمهور والإعلام.
- تجيب عن السؤال: لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام؟
- تسعى لاختبار العلاقة بين الأجزاء وتوضيحها في ضوء طبيعة العلاقة بين عناصر النظام ككل. (نوري، ٢٠٢٠، ص٤٨).

الانتقادات الموجهة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

١. جزم النظرية المسبق بتأثُّر الجماهير بمضامين وسائل الإعلام، وإهمالها للقدرة الانتقائية للأفراد وتأثرهم بوسائط اجتماعية أخرى، مثل الأصدقاء والجماعات المرجعية وغيرها.

٢. تركز معظم البحوث والدراسات على المستوى الفردي، فتَدرس أبعاد وآثار الاعتماد الناتجة عن استخدام الأفراد للوسائل المختلفة، دون إعطاء الاهتمام الكافي للنظام الاجتماعي والجماعات.

٣. لم توضح النظرية ما إذا كان هناك مستوى مثالي من الاعتماد على وسائل الإعلام، وما إذا كانت وسائل الإعلام الجديدة تزيد من اعتماد الجمهور أم تقلل منه وتجعلهم أكثر استقلالية. (الدجيلي، والكناني، ٢٠١٨، ص٧٩)

كيف يمكن الاستفادة من هذه النظرية؟

بناءً على ما سبق، يمكن القول: إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي أداة قوية لفهم العلاقة بين الجمهور (المتمثل في المجتمع السعودي) ووسائل الإعلام (المتمثلة في منصات التواصل الاجتماعي)، خاصة في سياق الدراسة الحالية حول دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السعودي تجاه القضايا السياسية الدولية. وتساعد هذه النظرية المختصين في التحقق من مدى اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول القضايا السياسية الدولية وتكوين آراء بشأنها.

ويمكن من خلالها تحديد مستوى الاعتماد كما يلي:

١. الاعتماد المعرفي: يشير إلى مدى اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بالقضايا والأحداث السياسية الدولية، وفهم هذه القضايا وتفسيرها.

٢. الاعتماد الوجداني: يشير إلى مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي في مشاعر الجمهور السعودي ومواقفه تجاه القضايا السياسية الدولية، مثل الخوف والقلق والغضب والأمل.

٣. الاعتماد السلوكي: يشير إلى مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي في سلوك الجمهور السعودي، مثل المشاركة في النقاشات السياسية، والتعبير عن الآراء.

فرضيات الدراسة:

بناءً على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، أمكن وضع الفروض التالية:

١. كلما زاد اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول القضايا والأحداث السياسية الدولية، زاد فهمه لهذه القضايا.

٢. توجد علاقة ارتباطية بين درجة تعرض الجمهور السعودي للمحتوى السياسي عبر منصات التواصل الاجتماعي، والتأثيرات المعرفية والسلوكية المترتبة على هذا التعرض.

الفرضية الفرعية ٢ (أ): «توجد علاقة ارتباطية طردية بين درجة تعرض الجمهور السعودي للمحتوى السياسي على منصات التواصل الاجتماعي، ومستوى تصورهم الذاتي لتأثر اتجاهاتهم السياسية».

الفرضية الفرعية ٢ (ب): «توجد علاقة ارتباطية طردية بين درجة تعرض الجمهور السعودي للمحتوى السياسي على منصات التواصل الاجتماعي، واحتمالية إبلاغهم عن تغيير آرائهم الفعلية في القضايا السياسية العالمية».

الفرضية الفرعية ٢ (ج): «توجد علاقة ارتباطية طردية بين مستوى تصور الجمهور الذاتي لتأثر اتجاهاتهم السياسية، واحتمالية إبلاغهم عن تغيير آرائهم الفعلية».

٣. «توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية، والتأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد في اتجاهاتهم السياسية».

الفرضية الفرعية ٣ (أ): «توجد علاقة ارتباطية طردية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية، وتصورهم لحدوث تأثيرات أكثر عمقًا على آرائهم (كتكوين آراء جديدة أو تغيير آراء قائمة)».

الفرضية الفرعية ٣ (ب): «توجد علاقة ارتباطية طردية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية، واحتمالية إبلاغهم عن تغيير آرائهم الفعلية في القضايا السياسية العالمية».

منهجية الدراسة

يهدف هذا الجزء إلى عرض وتوضيح الإجراءات المنهجية التي اتُّبعت لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها واختبار فرضياتها المتعلقة بدور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى المجتمع السعودي حول القضايا السياسية الدولية. يتضمن هذا الفصل وصفًا تفصيليًا لمنهج الدراسة، ومجتمع وعينة الدراسة وكيفية اختيارها، وأداة الدراسة المستخدمة وكيفية بنائها والطرق المتبعة للتحقق من صدقها وثباتها، بالإضافة إلى الأساليب الإحصائية التي استُخدمت في تحليل البيانات.

الإطار الإجرائي للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تقوم بجمع معلومات كثيرة تؤدي إلى وصف ظاهرة محددة بدقة من واقع الإحصاءات التي يجب أن تعكس الواقع الفعلي للظاهرة (بركات، ٢٠١٢، ص.١٠٥)، حيث تستهدف هذه الدراسة وصف وتحليل الرأي العام السعودي تجاه القضايا السياسية الدولية.

منهج الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة الحالية، اعتُمد على المنهج الوصفي الارتباطي (Descriptive Correlational Approach). يُعد المنهج الوصفي مناسبًا لهذه الدراسة لأنه يهدف إلى وصف خصائص الظاهرة المدروسة (استخدام منصات التواصل الاجتماعي، والتعرض للمحتوى السياسي، والتأثيرات المتصورة) كما هي في الواقع، وتحديد طبيعة العلاقة بين متغيراتها. أما الجانب الارتباطي في المنهج، فيسعى إلى الكشف عن درجة واتجاه العلاقة بين المتغيرات المستقلة (مثل درجة الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي والتعرض للمحتوى السياسي)، والمتغيرات التابعة (مثل فهم القضايا السياسية، وتكوّن الآراء والمواقف، وتغيير الرأي).

عينة الدراسة:

تألفت عينة الدراسة من المواطنين السعوديين البالغين (١٨ سنة فأكثر) من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية. ونظرًا لاتساع حجم مجتمع الدراسة وصعوبة حصره بشكل دقيق، تم اختيار عينة ممثلة لهذا المجتمع. اختيرت عينة عشوائية من مجتمع الدراسة، وبلغ حجم العينة النهائية التي حُلِّلت بياناتها (٢٠٠) مشارك ومشاركة. وُزِّعت الاستبانة إلكترونيًا عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة لضمان الوصول إلى شريحة واسعة ومتنوعة من المستخدمين. وقد روعي في جمع البيانات الحصول على مشاركين من مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية ومناطق المملكة، قدر الإمكان؛ لتعزيز تمثيل العينة لمجتمع الدراسة. ويبين الجدول (١) الخصائص الديموغرافية التفصيلية لعينة الدراسة:

جدول (١): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (٪)
العمر	١٨-٢٤ سنة	٥٣	٢٦,٥
	٢٥-٣٤ سنة	٥٨	٢٩
	٣٥-٤٤ سنة	٤٧	٢٣,٥
	٤٥-٥٤ سنة	٢٥	١٢,٥
	٥٥ سنة فأكثر	١٧	٨,٥
الجنس	أنثى	٨١	٤٠,٥
	ذكر	١١٩	٥٩,٥
المؤهل الدراسي	الثانوية العامة	٢٥	١٢,٥
	دبلوم	٢٢	١١
	بكالوريوس	١٠٠	٥٠
	ماجستير	٢٩	١٤,٥
	دكتوراه	٢٠	١٠
	لا يوجد	٤	٢
الدخل الشهري	أقل من ٥٠٠٠ ريال	٤٢	٢١
	٥٠٠٠-١٠٠٠٠ ريال	٤١	٢٠,٥
	١٠٠٠٠-١٥٠٠٠ ريال	٤٣	٢١,٥
	١٥٠٠٠-٢٠٠٠٠ ريال	٢١	١٠,٥
	٢٠٠٠٠ ريال فأكثر	١٧	٨,٥
	لا يوجد	٣٦	١٨
المجموع		٢٠٠	١٠٠

يوضح الجدول (١) توزيع العينة حسب العمر والجنس والمؤهل الدراسي والدخل الشهري.

- حسب العمر: كانت الفئة العمرية الشابة الأكثر تمثيلًا؛ إذ شكلت فئة (٢٥-٣٤ سنة) النسبة الأكبر بواقع (٢٩٪)، تليها مباشرة فئة (١٨-٢٤ سنة) بنسبة (٢٦,٥٪). وتشير هذه النسب إلى أن

أغلبية المشاركين (٥٥,٥٪) هم من الشباب الذين تقل أعمارهم عن ٣٥ عامًا، بينما كانت نسبة المشاركين في الفئة العمرية (٥٥ سنة فأكثر) الأقل، بنسبة (٨,٥٪).

- حسب الجنس: أظهرت النتائج أن الذكور يشكلون أكثرية العينة، بنسبة (٥٩,٥٪)، مقابل (٤٠,٥٪) للإناث.
- حسب المؤهل الدراسي: كانت شهادة البكالوريوس المؤهل الأكثر شيوعًا بين أفراد العينة؛ فقد حصل عليها نصف المشاركين بنسبة (٥٠٪)، تلاهم حملة شهادة الماجستير بنسبة (١٤,٥٪)، ثم الثانوية العامة بنسبة (١٢,٥٪)، والدبلوم بنسبة (١١٪)، والدكتوراة بنسبة (١٠٪). أما الذين أفادوا بعدم وجود مؤهل دراسي، فكانت نسبتهم الأقل (٢٪).
- حسب الدخل الشهري: أظهرت النتائج توزيعًا متنوعًا للمشاركين؛ فقد كانت أعلى نسبة لفئة الدخل (١٠٠٠٠-١٥٠٠٠ ريال) بواقع (٢١,٥٪)، تلتها مباشرة فئة (أقل من ٥٠٠٠ ريال) بنسبة (٢١٪)، ثم فئة (٥٠٠٠-١٠٠٠٠ ريال) بنسبة (٢٠,٥٪). وجاءت نسبة من أفادوا بعدم وجود دخل شهري (١٨٪)، بينما كانت النسب الأقل لفئات الدخل الأعلى: (١٥٠٠٠-٢٠٠٠٠ ريال، بنسبة ١٠,٥٪، و٢٠٠٠٠ ريال فأكثر، بنسبة ٨,٥٪).

أداة الدراسة:

تشكل أدوات جمع البيانات ركيزة أساسية في إجراء أي بحث علمي؛ إذ تؤدي دورًا محوريًا في توفير المعطيات اللازمة لتحليل الظواهر وفهم أبعادها. وتتسم هذه الأدوات بتنوعها وتباينها تبعًا لطبيعة الدراسة وأهدافها المنشودة، ويشمل ذلك -على سبيل المثال لا الحصر- المقابلات، والملاحظة، والاستبانات.

في سياق الدراسة الحالية، اعتُمد على الاستبانة أداةً رئيسة لجمع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة. وصمّمت الاستبانة بعد مراجعة الأدبيات النظرية والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وبناءً على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي استندت إليها الدراسة. وقد مرت عملية بناء الاستبانة بالمراحل التالية:

١. تصميم الاستبانة:

اشتملت الاستبانة في صورتها النهائية على عدة أقسام رئيسة:

- **القسم الأول:** المعلومات الديموغرافية: وتتضمن متغيرات أساسية، مثل: العمر، الجنس، المؤهل

الدراسي، الدخل الشهري.

- **القسم الثاني:** أسئلة حول استخدام منصات التواصل الاجتماعي: وتتضمن أسئلة حول مدى استخدام منصات التواصل، وعدد مرات التصفح، والمنصات المفضلة، والأجهزة المستخدمة، ونوع المحتوى المتابع.
- **القسم الثالث:** أسئلة حول المحتوى السياسي: وتتضمن أسئلة حول متابعة القضايا السياسية الدولية، ومدى الاعتماد على منصات التواصل لفهمها، ومصادر الأخبار السياسية، وشكل المحتوى السياسي المتفاعل معه، وتصورات حول الوسيلة الأكثر تأثيرًا.
- **القسم الرابع:** أسئلة حول تأثير منصات التواصل الاجتماعي: وتتضمن أسئلة حول الثقة بالمعلومات السياسية، وتأثير منصات التواصل على الآراء والمواقف، ونوع هذا التأثير، وتأثيرها على فهم القضايا، وكيفية التصرف عند مواجهة معلومات متضاربة، وتغيير الرأي بسببها.

٢. صدق أداة الدراسة (Validity):

للتحقق من صدق الاستبانة، اتُّبعت الإجراءات التالية:

الصدق الظاهري (Face Validity) / صدق المحكمين: عُرضت الاستبانة في صورتها الأولية على اثنين من المحكّمين المختصين في مجال الإعلام ومناهج البحث العلمي. طُلب من المحكّمين إبداء آرائهم وملاحظاتهم حول مدى وضوح الفقرات، وسلامتها اللغوية، ومدى ملاءمتها لأهداف الدراسة، وانتمائها إلى المحاور المختلفة، وتقديم أية مقترحات يرونها مناسبة للتعديل أو الحذف أو الإضافة. وفي ضوء ملاحظات المحكّمين، أجريت التعديلات اللازمة على الاستبانة لتصبح في صورتها النهائية.

إجراءات الدراسة:

بعد التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة، اتُّبعت الخطوات التالية في تنفيذ الدراسة:

- تحويل الاستبانة إلى نسخة إلكترونية باستخدام Google Forms.
- توزيع رابط الاستبانة الإلكترونية على أفراد العينة المستهدفة عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة وقنوات الاتصال المتاحة.
- تحديد فترة زمنية لجمع البيانات، بداية من ١ إبريل ٢٠٢٥ وحتى نهاية ٣٠ إبريل ٢٠٢٥.
- بعد انتهاء مدة جمع البيانات، جُمعت الردود وفُرِّغت استعدادًا للتحليل الإحصائي.

أساليب التحليل الإحصائي:

لتحليل البيانات التي جُمعت والإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها، استُخدم برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، الإصدار رقم ٢٧. وقد وُظّفت الأساليب الإحصائية التالية:

الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistics): استُخدمت التكرارات (Frequencies) والنسب المئوية (Percentages) لوصف خصائص عينة الدراسة الديموغرافية وتحليل إجابات المشاركين عن أسئلة الاستبانة المختلفة المتعلقة بأنماط استخدام منصات التواصل الاجتماعي، واستهلاك المحتوى السياسي، وتصورات التأثير. وحُسبت المتوسطات الحسابية (Means) والانحرافات المعيارية (Standard Deviations) للمتغيرات المقيسة على مقاييس ليكرت.

- معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's Rank Correlation Coefficient - Rho): استُخدم لاختبار الفرضيات المتعلقة بوجود وقوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات الترتيبية في الدراسة، مثل العلاقة بين درجة الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي وفهم القضايا السياسية، وبين التعرض للمحتوى السياسي وتأثيره على الآراء والمواقف.
- مستوى الدلالة (Significance Level): اعتُمد مستوى دلالة ($\alpha \leq ٠,٠٥$) أو ($\alpha \leq ٠,٠١$) للحكم على مدى جوهرية الفروق أو العلاقات الإحصائية.

نتائج الدراسة

يهدف هذا الفصل إلى عرض وتحليل البيانات التي جُمعت من خلال استبانة الدراسة، بهدف الإجابة عن تساؤلات البحث واختبار فرضياته.

المحور الأول: الفروق في استجابات عينة الدراسة تبعًا للمتغيرات الديموغرافية

استهدف هذا المحور الكشف عما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الآراء والمواقف السياسية للمبحوثين تعزى لخصائصهم الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل الدراسي، الدخل الشهري).

أولًا: الفروق تبعًا لمتغير الجنس

للتعرف على دلالة الفروق بين متوسطات استجابات عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الجنس، تم

استخدام اختبار (T-test) للعينات المستقلة، والجدول التالي يوضح النتائج:

جدول (٢): نتائج اختبار (T-test) لدلالة الفروق تبعًا لمتغير الجنس

النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
أنثى	٢,٢٥	٠,٩٦٧	١,٤٨٠	٠,١٤٠
ذكر	٢,٤٦	٠,٩٤٩		

يتضح من الجدول رقم ٢عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) في درجة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الآراء والمواقف تعزى لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة الدلالة (٠,١٤٠). وهذا يشير إلى تقارب مستوى التأثر بين الذكور والإناث.

ثانيًا: الفروق تبعًا لمتغير العمر

للتعرف على دلالة الفروق تبعًا لمتغير العمر، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول رقم ٣ يوضح النتائج.

جدول (٣): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق تبعًا لمتغير العمر

العمر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
١٨- ٢٤ سنة	٢,٤٩	٠,٩١٢	بين المجموعات	٤,٥٩٥	٤	١,١٤٩	١,٢٤٥	٠,٢٩٣
٢٥ - ٣٤ سنة	٢,١٦	١,٠٤٠	داخل المجموعات	١٧٩,٩٦٠	١٩٥	٠,٩٢٣		
٣٥ - ٤٤ سنة	٢,٣٨	٠,٨٧٤	الكلي	١٨٤,٥٥٥	١٩٩			
٤٥ - ٥٤ سنة	٢,٤٨	٠,٨٧٢						
٥٥ سنة فأكثر	٢,١٢	١,١٦٦						

تشير النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة الدلالة (٠,٢٩٣)، مما يدل على أن تأثير منصات التواصل الاجتماعي على تشكيل المواقف السياسية يمتد ليشمل مختلف الفئات العمرية دون تباين جوهري.

ثالثًا: الفروق تبعًا لمتغير المؤهل الدراسي

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للمؤهل الدراسي، والجدول رقم ٤ يوضح النتائج.

جدول (٤): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق تبعًا للمؤهل الدراسي

المؤهل الدراسي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
لا يوجد	١,٧٥	٠,٩٥٧	بين المجموعات	١٨,٣٨٩	٥	٣,٦٧٨	٤,٢٩٤	٠,٠٠١ ××
الثانوية العامة	١,٩٢	٠,٩٥٤	داخل المجموعات	١٦٦,١٦٦	١٩٤	٠,٨٥٧		
دبلوم	١,٩١	٠,٨١١	الكلي	١٨٤,٥٥٥	١٩٩			
بكالوريوس	٢,٣٧	٠,٩٣٩						
ماجستير	٢,٨٦	٠,٩١٥						
دكتوراه	٢,٥٠	٠,٩٤٦						

×× **دال إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١.**

يتضح من النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) تعزى لمتغير المؤهل الدراسي، حيث بلغت قيمة الدلالة (٠,٠٠١). ولتحديد اتجاه الفروق، تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Bonferroni)، وأظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائيًا بين حملة شهادة الماجستير من جهة، وحملة كل من الثانوية العامة والدبلوم من جهة أخرى، وذلك لصالح حملة الماجستير (بمتوسط حسابي ٢,٨٦). بلغ فرق المتوسط بين الماجستير والثانوية العامة (٠,٩٤٢) عند مستوى دلالة (٠,٠٠٤)، وبلغ فرق المتوسط بين الماجستير والدبلوم (٠,٩٥٣) عند مستوى دلالة (٠,٠٠٥). وهذا يعني أن حملة شهادة الماجستير هم الأكثر تأثرًا بمنصات التواصل الاجتماعي في آرائهم السياسية مقارنة بالمستويات التعليمية الأقل (الثانوية والدبلوم)، بينما لم تظهر فروق دالة بين باقي المستويات التعليمية.

رابعًا: الفروق تبعًا لمتغير الدخل الشهري

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للدخل الشهري، والجدول رقم ٥ يوضح النتائج.

جدول (٥): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق تبعًا للدخل الشهري

الدخل الشهري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
لا يوجد	٢,١١	٠,٩١٩	بين المجموعات	٥,٥٠٦	٥	١,١٠١	١,١٩٣	٠,٣١٤
أقل من ٥٠٠٠	٢,٣١	٠,٩٥٠	داخل المجموعات	١٧٩,٠٤٩	١٩٤	٠,٩٢٣		
٥٠٠٠-١٠٠٠٠	٢,٤١	١,٠٧٢	الكلي	١٨٤,٥٥٥	١٩٩			
١٠٠٠٠-١٥٠٠٠	٢,٥٨	٠,٨٥٢						
١٥٠٠٠-٢٠٠٠٠	٢,١٤	٠,٩١٠						
٢٠٠٠٠ فأكثر	٢,٢٩	١,١٠٥						

بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) تعزى لمتغير الدخل الشهري، حيث بلغت قيمة الدلالة (٠,٣١٤)، مما يشير إلى أن العامل الاقتصادي لا يلعب دورًا مؤثرًا في درجة تأثر الأفراد بالمحتوى السياسي عبر المنصات.

المحور الثاني: استخدام منصات التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول (٦) أنماط استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة.

جدول (٦): أنماط استخدام منصات التواصل الاجتماعي

السؤال	الفئة/الخيار	التكرار	النسبة المئوية (٪)
استخدام منصات التواصل الاجتماعي يوميًا	نعم	١٨٧	٩٣,٥
	أحيانًا	١٣	٦,٥
عدد مرات التصفح في اليوم	مرة واحدة	٢	١
	مرات٣-١	٢٩	١٤,٥
	٦-٤ مرات	٤٩	٢٤,٥
	أكثر من ٦ مرات	١٢٠	٦٠

السؤال	الفئة/الخيار	التكرار	النسبة المئوية (٪)
منصات التواصل المفضلة	سناب شات	١٣١	٦٥,٥
	منصة إكس (تويتر سابقًا)	١٢٨	٦٤
	تيك توك	١١١	٥٥,٥
	يوتيوب	٨٦	٤٣
	إنستجرام	٦٩	٣٤,٥
	فيسبوك	١١	٥,٥
	واتساب	٨	٤
	تليجرام	١	٠,٥
الأجهزة المستخدمة	الجوال	١٩٦	٩٨
	الكمبيوتر المحمول (اللابتوب)	٢٥	١٢,٥
	الكمبيوتر اللوحي (التابلت/آيباد)	٢٤	١٢
	الكمبيوتر المكتبي	١٠	٥
نوع المحتوى المتابَع غالبًا	الأخبار والمعلومات العامة	١٦٠	٨٠
	الترفيه (الأفلام والموسيقى والفن)	١٣٤	٦٧
	الأحداث السياسية	١٠٦	٥٣
	الرياضة	٩٩	٤٩,٥

أوضحت النتائج، كما يشير الجدول (٦)، أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي يكاد يكون شاملًا؛ إذ أفادت الغالبية العظمى من المشاركين (٩٣,٥٪) باستخدامهم لهذه المنصات في حياتهم اليومية، بينما يستخدمها آخرون أحيانًا، بنسبة (٦,٥٪)، ما يؤكد الانتشار الواسع لهذه المنصات بين أفراد العينة. وفيما يتعلق بعدد مرات التصفح في اليوم، أظهرت النتائج كثافة عالية في الاستخدام؛ إذ أفاد (٦٠٪) من المشاركين بتصفّح منصات التواصل الاجتماعي أكثر من ٦ مرات يوميًا، تلتهم الفئة التي تتصفح ٤–٦ مرات بنسبة (٢٤,٥٪)، ثم الفئة التي تتصفح من ١–٣ مرات بنسبة (١٤,٥٪)، بينما كانت نسبة من يتصفحونها مرة واحدة فقط الأقل (١٪).

أما عن منصات التواصل الاجتماعي المفضلة، فقد احتلت منصة سناب شات المرتبة الأولى بنسبة

(٦٥,٥٪)، تلتها بفارق ضئيل منصة إكس (تويتر سابقًا) بنسبة (٦٤٪)، وجاء التيك توك في المرتبة الثالثة بنسبة (٥٥,٥٪)، ثم اليوتيوب بنسبة (٤٣٪)، وإنستجرام بنسبة (٣٤,٥٪). وكانت منصات فيسبوك (٥,٥٪)، وواتساب (٤٪)، وتليجرام (٠,٥٪) الأقل تفضيلًا بشكل ملحوظ بين أفراد العينة، وقد يعود ذلك إلى عدم وضع الواتساب وتليجرام ضمن خيارات الإجابة عن هذا السؤال، فقد رُكِّز بشكل أكبر على برامج التواصل الاجتماعي التي يُنشر ويُقدم فيها المحتوى الإخباري المتعلق بالأحداث والقضايا السياسية الدولية. أما ما يخص الأجهزة المستخدمة في تصفح منصات التواصل الاجتماعي، فقد كان الجوال الجهاز المهيمن بشكل واضح، فقد استخدمه (٩٨٪) من المشاركين، وجاء استخدام الحاسوب المحمول (اللابتوب) بنسبة (١٢,٥٪)، واستخدام الحاسوب اللوحي (التابلت/آيباد) بنسبة (١٢٪)، واستخدام الحاسوب المكتبي بنسبة (٥٪)، ما يعكس الاتجاه العام نحو استخدام الأجهزة المحمولة للوصول إلى هذه المنصات.

وأخيرًا، عند النظر إلى نوع المحتوى المتابَع غالبًا، نجد أن «الأخبار والمعلومات العامة» قد تصدّرت القائمة بنسبة (٨٠٪)، ما يشير إلى اهتمام كبير لدى العينة بهذا النوع من المحتوى. تلا ذلك النوع من المحتوى «الترفيهي (الأفلام والموسيقى والفن)»، بنسبة (٦٧٪)، ثم «الأحداث السياسية»، بنسبة (٥٣٪)، ثمّ «الرياضة» بنسبة (٤٩,٥٪). تعكس هذه النتائج تنوع اهتمامات المستخدمين، مع ميل واضح نحو المحتوى الإخباري، والمعلوماتي، والترفيهي والسياسي.

المحور الثالث: المحتوى السياسي

يستعرض الجدول (٧) متابعة المحتوى السياسي عبر منصات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة.

جدول (٧): متابعة المحتوى السياسي عبر منصات التواصل الاجتماعي

السؤال	الفئة/الخيار	التكرار	النسبة المئوية (٪)
متابعة القضايا السياسية الدولية على منصات التواصل	نعم	١٠٩	٥٤,٥
	أحيانًا	٦٢	٣١
	لا	٢٩	١٤,٥

السؤال	الفئة/الخيار	التكرار	النسبة المئوية (٪)
مدى الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي لفهم القضايا السياسية الدولية	أعتمد عليها بشكل كبير	٥٧	٢٨,٥
	أعتمد عليها إلى حد ما	١٠١	٥٠,٥
	لا أعتمد عليها	٤٢	٢١
المصادر الرئيسة للأخبار السياسية	حسابات إخبارية رسمية	١٦٠	٨٠
	مقاطع فيديو ومنشورات متداولة	٦٦	٣٣
	حسابات شخصية لمحللين سياسيين	٦٥	٣٢,٥
	حسابات إخبارية خاصة (غير رسمية)	٢٩	١٤,٥
	مشاهير التواصل الاجتماعي	٢٠	١٠
	حسابات شخصية لأصدقاء ومعارف	١٠	٥
شكل المحتوى السياسي المتفاعل معه	الأخبار العاجلة	١٣٤	٦٧
	مقاطع الفيديو	٩٠	٤٥
	تحليلات الرأي	٧٣	٣٦,٥
	الصور	٣٥	١٧,٥
	النصوص	٢٠	١٠
	المنشورات الساخرة	١٨	٩
	الرسوم البيانية	١٣	٦,٥
	البيانات الرسمية	١	٠,٥
الوسيلة الأكثر تأثيرًا على الرأي العام السياسي في السعودية	منصة إكس	١٣٧	٦٨,٥
	تيك توك	٢٦	١٣
	سناب شات	١٨	٩
	يوتيوب	١١	٥,٥
	إنستجرام	٦	٣
	فيسبوك	٢	١

يوضح الجدول (٧)، المتعلق بمتابعة القضايا والأحداث السياسية الدولية، أن أكثر من نصف المشاركين (٥٤,٥٪) يتابعون تلك القضايا بانتظام، بينما ذكر (٣١٪) من المشاركين أنهم يتابعونها أحيانًا. وكانت نسبة من أجابوا بلا (١٤,٥٪)، ما يشير إلى أن غالبية العينة (٨٥,٥٪) تتابع المحتوى السياسي بدرجة ما. أما عن مدى الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي لفهم القضايا والأحداث السياسية الدولية، فقد أشار (٥٠,٥٪) من المشاركين إلى أنهم يعتمدون عليها إلى حد ما، بينما يعتمد (٢٨,٥٪) منهم عليها بشكل كبير، وكانت نسبة من لا يعتمدون عليها (٢١٪). تؤكد هذه النتائج أن منصات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا كبيرًا كمصدر لفهم الأحداث السياسية لدى جزء كبير من العينة.

وفيما يتعلق بالمصادر الرئيسة للأخبار السياسية الدولية على هذه المنصات، فقد أوضحت النتائج أن الحسابات الإخبارية الرسمية تتصدر القائمة بفارق كبير؛ إذ يعتمد عليها (٨٠٪) من المشاركين، تلتها مقاطع الفيديو والمنشورات المتداولة بنسبة (٣٣٪)، ثم الحسابات الشخصية لمحللين سياسيين بنسبة (٣٢,٥٪). في المقابل، كانت الحسابات الإخبارية الخاصة (غير الرسمية) بنسبة (١٤,٥٪)، ومشاهير التواصل الاجتماعي بنسبة (١٠٪)، والحسابات الشخصية لأصدقاء ومعارف بنسبة (٥٪)، الأقل شيوعًا كمصادر رئيسة.

وعند السؤال عن شكل المحتوى السياسي الذي يتفاعل معه المستجيبون، جاءت الأخبار العاجلة في المقدمة؛ فقد تفاعل معها (٦٧٪) من أفراد العينة، تلتها مقاطع الفيديو بنسبة (٤٥٪)، ثم تحليلات الرأي بنسبة (٣٦,٥٪). وكانت الأشكال الأخرى، مثل الصور (١٧,٥٪)، والنصوص (١٠٪)، والمنشورات الساخرة (٩٪)، والرسوم البيانية (٦,٥٪)، والبيانات الرسمية (٠,٥٪)، الأقل تفاعلًا.

أخيرًا، عند سؤال المشاركين عن رأيهم حول الوسيلة الأكثر تأثيرًا على تشكيل الرأي العام السياسي في السعودية، أوضحت غالبية العينة؛ (٦٨,٥٪) من المشاركين، أن منصة إكس هي الأكثر تأثيرًا، وجاء التيك توك في المرتبة الثانية بنسبة (١٣٪)، تلاه سناب شات بنسبة (٩٪)، ثم اليوتيوب بنسبة (٥,٥٪)، وإنستجرام بنسبة (٣٪)، وفيسبوك بنسبة (١٪).

المحور الرابع: تأثيرات منصات التواصل الاجتماعي

يتناول الجدول (٨) تصورات عينة الدراسة حول تأثير منصات التواصل الاجتماعي على آرائهم وفهمهم للموضوعات والأحداث السياسية الدولية، بالإضافة إلى مدى ثقتهم بالمعلومات المتداولة من خلالها.

جدول (٨): تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الآراء والفهم السياسي والثقة

السؤال	الفئة/الخيار	التكرار	النسبة المئوية (٪)
الثقة بالمعلومات السياسية المقدمة في منصات التواصل الاجتماعي	أثق بها إلى حد ما	١٢٨	٦٤
	لا أثق بها	٣٣	١٦,٥
	لا أهتم	٢٧	١٣,٥
	أثق بها تمامًا	١٢	٦
تأثير منصات التواصل الاجتماعي على آرائك ومواقفك السياسية	نعم، بشكل محدود	٦٥	٣٢,٥
	ربما	٦٥	٣٢,٥
	لا تؤثر	٤٦	٢٣
	نعم، بشكل كبير	٢٤	١٢
ما نوع التأثير؟	لا يوجد تأثير ملحوظ	٥٨	٢٩
	تُعزز آرائي الحالية	٢٥	١٢,٥
	تجعلني متشككًا في الآراء الأخرى	٢٢	١١
	تتغير آرائي بشكل مباشر	١٢	٦
	تتكون لدي آراء جديدة	٨٣	٤١,٥
تأثير منصات التواصل الاجتماعي على فهمك للقضايا السياسية	تزيد من فهمي بشكل محدود	٧٢	٣٦
	تزيد من فهمي بشكل كبير	٥٩	٢٩,٥
	لا تؤثر على فهمي	٤١	٢٠,٥
	ربما	٢٦	١٣
	تقلل من فهمي	٢	١
كيف تتصرف عند مواجهة معلومات سياسية متضاربة؟	أبحث عن مصادر أخرى للتحقق	٩٥	٤٧,٥
	أتجاهل المعلومات المتضاربة	٥٦	٢٨
	أتابع الإعلام التقليدي	٤٥	٢٢,٥
	أشارك المعلومات المتضاربة مع الآخرين دون معرفة	٤	٢

هل غيرت رأيك بقضية سياسية بسبب معلومات من منصات التواصل الاجتماعي؟	أحيانًا	٦٥	٣٢,٥
	نعم	٥٩	٢٩,٥
	لا	٤٠	٢٠
	لا أتذكر	٣٦	١٨

يوضح الجدول (٨) العديد من العوامل المرتبطة بمنصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الرأي العام تجاه القضايا والأحداث السياسية الدولية.

فيما يتعلق بالثقة بالمعلومات السياسية المستقاة من منصات التواصل الاجتماعي، أفادت النسبة الأكبر من المشاركين (٦٤٪) بأنهم يثقون بها إلى حد ما، بينما ذكر (١٦,٥٪) من المشاركين أنهم لا يثقون بها، وأعرب (١٣,٥٪) من المشاركين عن عدم اهتمامهم، وكانت نسبة من يثقون بها تمامًا الأقل (٦٪).

أما عن تأثير منصات التواصل الاجتماعي على آرائهم ومواقفهم تجاه القضايا السياسية الدولية، فقد انقسمت الآراء؛ فرأى (٣٢,٥٪) من المشاركين أنها تؤثر بشكل محدود، وأجاب عدد المشاركين نفسه بنسبة (٣٢,٥٪) بـ «ربما»، فيما ذكر (٢٣٪) من المشاركين أنها لا تؤثر، ويعتقد (١٢٪) من المشاركين أنها تؤثر بشكل كبير.

وعند السؤال عن نوع التأثير، أوضحت النتائج أن تبني آراء جديدة هو النوع الأكثر شيوعًا؛ فقد اختاره (٤١,٥٪) من المشاركين، تلاه خيار «لا يوجد تأثير ملحوظ» بنسبة (٢٩٪)، ثم «تُعزز آرائي الحالية» بنسبة (١٢,٥٪)، و«تجعلني متشككًا في الآراء الأخرى» بنسبة (١١٪)، وأخيرًا «تتغير آرائي بشكل مباشر» بنسبة (٦٪).

وفيما يخص تأثير منصات التواصل الاجتماعي على فهم القضايا السياسية الدولية، فقد أشار (٣٦٪) من أفراد العينة إلى أنها تسهم في زيادة فهمهم بشكل محدود، وأشار (٢٩,٥٪) من المشاركين إلى أنها تزيد من فهمهم بشكل كبير، بينما رأى (٢٠,٥٪) من المشاركين أنها لا تؤثر على فهمهم، وأجاب (١٣٪) من أفراد العينة بـ «ربما»، في حين كانت نسبة من اعتقدوا أنها تقلل من فهمهم ضئيلة جدًا (١٪).

أما فيما يتعلق بكيفية التعامل مع المعلومات السياسية المتضاربة على منصات التواصل الاجتماعي، فقد أفادت النسبة الأكبر من المشاركين (٤٧,٥٪) بأنها تبحث عن مصادر أخرى للتحقق من صحة المعلومات، في حين يلجأ (٢٨٪) من المشاركين إلى تجاهل المعلومات المتضاربة، بينما يتابع (٢٢,٥٪) من المشاركين الإعلام التقليدي في مثل هذه الحالات. وكانت نسبة من «يشاركون المعلومات المتضاربة مع الآخرين دون معرفة» الأقل بنسبة (٢٪).

أخيرًا، عند سؤال المشاركين عما إذا كانوا قد غيروا آراءهم في قضية سياسية عالمية بسبب معلومات تلقوها من منصات التواصل الاجتماعي، أفاد (٣٢,٥٪) منهم بأن ذلك حدث أحيانًا، و(٢٩,٥٪) منهم أجابوا بنعم، بينما ذكر (٢٠٪) من المشاركين الإجابة لا، و(١٨٪) من المشاركين ذكروا الإجابة لا أتذكر. تشير هذه النسبة المجمعة (٦٢٪ لمن أجابوا بنعم أو أحيانًا) إلى أن لمنصات التواصل الاجتماعي دورًا ملموسًا في تغيير آراء جزء كبير من عينة الدراسة حول القضايا والأحداث السياسية الدولية.

اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية ١: كلما زاد اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول القضايا والأحداث السياسية الدولية، زاد فهمه لهذه القضايا.

لاختبار هذه الفرضية، تم إجراء اختبار معامل ارتباط سبيرمان بين كلّ من المتغير المستقل (الاعتماد)، ويمثله سؤال المحور الثاني، رقم ٢: «إلى أي مدى تعتمد على منصات التواصل الاجتماعي لفهم القضايا السياسية الدولية؟» (مقياس ترتيبي: لا أعتمد عليها، أعتمد عليها إلى حد ما، أعتمد عليها بشكل كبير)، والمتغير التابع (الفهم)، ويمثله سؤال المحور الثالث، رقم ٤: «هل تعتقد أن منصات التواصل الاجتماعي تؤثر على فهمك للقضايا السياسية الدولية؟» (مقياس ترتيبي بعد التنظيف: تقلل من فهمي، لا تؤثر على فهمي، ربما، تزيد من فهمي بشكل محدود، تزيد من فهمي بشكل كبير).

جدول (٩): الإحصاءات الوصفية ونتائج ارتباط سبيرمان للعلاقة بين الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها المتصور على الفهم

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الحد الأدنى	الحد الأقصى
مدى الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي لفهم القضايا السياسية الدولية	٢,٠٧	٠,٧٠١	١	٣
تأثير منصات التواصل الاجتماعي على فهم القضايا السياسية الدولية	٣,٧٣	١,١٢٥	١	٥
نتائج ارتباط سبيرمان (Rho) بين المتغيرين	**معامل الارتباط**		**مستوى الدلالة**	
معامل الارتباط	٠,٤٩٣		٠,٠٠٠**	

يستعرض الجدول (٩) الإحصاءات الوصفية للمتغيرين الأساسيين في الفرضية الأولى ونتائج اختبار الارتباط بينهما. يُظهر المتوسط الحسابي لمدى اعتماد المشاركين على منصات التواصل الاجتماعي

لفهم القضايا السياسية الدولية (٢,٠٧ بانحراف معياري ٠,٧٠١) أن درجة الاعتماد تميل نحو الاعتماد إلى حد ما في المجمل. وفي المقابل، بلغ المتوسط الحسابي لمتغير تأثير منصات التواصل الاجتماعي على فهمهم للقضايا السياسية (٣,٧٣ بانحراف معياري ١,١٢٥)، ما يعكس تصورًا عامًا بأن هذه المنصات تؤثر على فهمهم بدرجة تقترب من زيادة الفهم بشكل محدود.

على الجانب الآخر، أظهرت نتائج اختبار ارتباط سبيرمان (Rho) وجود علاقة ارتباط طردية (إيجابية) متوسطة القوة ودالة إحصائيًا (معامل الارتباط = ٠,٤٩٣، ومستوى الدلالة = ٠,٠٠٠) بين متغير «مدى الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي لفهم القضايا السياسية الدولية» ومتغير «تأثير منصات التواصل الاجتماعي على فهم القضايا السياسية الدولية». وتشير هذه النتيجة الهامة إلى أنه كلما زاد اعتماد أفراد العينة على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات وفهم الأحداث السياسية الدولية، زاد تصورهم وإدراكهم لمساهمة هذه المنصات بشكل إيجابي وفعال في تعميق وزيادة مستوى فهمهم واستيعابهم لهذه القضايا. وبالتالي، تقدم هذه النتيجة دعمًا إحصائيًا قويًا لفرضية الدراسة الأولى.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (الحماد، ٢٠٢٢) التي وجدت أن النسبة الأكبر من المبحوثين يعتمدون بدرجة مرتفعة على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، وأن هذه المنصات تسهم في تشكيل رأيهم العام السياسي، بما في ذلك «زيادة الوعي السياسي». وتتسق النتيجة أيضًا مع نتائج دراسة (فيضي، ٢٠٢٠) التي أثبتت مدى اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات، وبيّنت أن هذه المواقع باتت تشكل قناة إعلامية متكاملة لنقل الأخبار والمعلومات. ومع أن دراسة (صابر، ٢٠١٨) ركزت على تشكيل الوعي السياسي لدى المجتمع المدني الجزائري، إلا أنها أشارت أيضًا إلى أن المعلومات السياسية تُستقى من وسائط الإعلام الجديد (بما فيها يوتيوب ومواقع التواصل). وتشير هذه النتائج مجتمعة إلى أن الاعتماد المتزايد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات يمكن أن يرتبط بزيادة الفهم والوعي بالقضايا المطروحة، وهذا ما تدعمه نظرية الاعتماد على منصات الإعلام التي تفترض أنه كلما زاد اعتماد الأفراد على وسيلة معينة لتلبية احتياجاتهم المعرفية، زاد تأثير تلك الوسيلة عليهم.

الفرضية ٢: توجد علاقة ارتباطية بين درجة تعرض الجمهور السعودي للمحتوى السياسي عبر منصات التواصل الاجتماعي، والتأثيرات المعرفية والسلوكية المترتبة على هذا التعرض.

وللتحقق من صحة هذا الفرض الرئيس، تم تقسيمه إلى الفروض الفرعية التالية واختبارها إحصائيًا:

- الفرضية الفرعية ٢ (أ): «توجد علاقة ارتباطية طردية بين درجة تعرض الجمهور السعودي

للمحتوى السياسي على منصات التواصل الاجتماعي، ومستوى تصورهم الذاتي لتأثر اتجاهاتهم السياسية».

- الفرضية الفرعية ٢ (ب): «توجد علاقة ارتباطية طردية بين درجة تعرض الجمهور السعودي للمحتوى السياسي على منصات التواصل الاجتماعي، واحتمالية إبلاغهم عن تغيير آرائهم الفعلية في القضايا السياسية العالمية».
- الفرضية الفرعية ٢ (ج): «توجد علاقة ارتباطية طردية بين مستوى تصور الجمهور الذاتي لتأثر اتجاهاتهم السياسية، واحتمالية إبلاغهم عن تغيير آرائهم الفعلية».

لاختبار هذه الفرضيات، تم إجراء اختبار معامل ارتباط سبيرمان بين المتغيرات المذكورة، ويوضح الجدول (١٠) النتائج الوصفية واختبارات الارتباط:

الجدول (١٠): الإحصاءات الوصفية ونتائج ارتباط سبيرمان للعلاقة بين التعرض للمحتوى السياسي وتأثيراته (التصور الذاتي وتغيير الرأي)

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل ارتباط سبيرمان (Rho)	مستوى الدلالة
متابعة القضايا والأحداث السياسية الدولية (مؤشر للتعرض للمحتوى السياسي)	٢,٤٠	٠,٧٣٠	–	–
التصور الذاتي لتأثر الاتجاهات السياسية (هل تؤثر المنصات على آرائك؟) [١]	٢,٣٤	٠,٩٦٣	٠,٤٥١	٠,٠٠٠ **
تغيير الرأي الفعلي في قضية سياسية (هل سبق لك أن غيرت رأيك؟) [١]	٢,٧٢	١,٠٩٥	٠,٣٥٣	٠,٠٠٠ **
الارتباط بين التصور الذاتي لتأثر الاتجاهات وتغيير الرأي الفعلي			٠,٥٦١	٠,٠٠٠ **

(١) يمثل معامل الارتباط مع متابعة القضايا والأحداث السياسية الدولية (مؤشر للتعرض للمحتوى السياسي). ** دال إحصائيًا عند مستوى ٠,٠١

أوضحت نتائج اختبار معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's Rho) صحة الفرضيات الفرعية الثلاث، وبالتالي قبول الفرض الرئيس الثاني. أولًا فيما يتعلق بالفرضية الفرعية ٢ (أ): أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة ودالة إحصائيًا عند مستوى (٠,٠١) بين «متابعة القضايا والأحداث السياسية» (التعرض) و«التصور الذاتي لتأثر الاتجاهات السياسية»؛ حيث بلغ معامل الارتباط

(٠,٤٥١). تشير هذه النتيجة إلى أنه كلما زاد تعرض الجمهور للمحتوى السياسي عبر المنصات، زاد شعورهم وإدراكهم بأن آراءهم ومواقفهم السياسية تتأثر بما يشاهدونه.

ثانيًا فيما يتعلق بالفرضية الفرعية ٢ (ب): بينت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة ودالة إحصائيًا عند مستوى (٠,٠١) بين «متابعة القضايا والأحداث السياسية» (التعرض) و«تغيير الرأي الفعلي»؛ حيث بلغ معامل الارتباط (٠,٣٥٣). وهذا يعني أن زيادة التعرض للمحتوى السياسي ترتبط بزيادة احتمالية قيام الأفراد بتغيير آرائهم فعليًا تجاه القضايا السياسية الدولية.

وأخيرًا فيما يتعلق بالفرضية الفرعية ٢ (ج): كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية قوية نسبيًا ودالة إحصائيًا بين «التصور الذاتي لتأثر الاتجاهات السياسية» و«تغيير الرأي الفعلي»؛ حيث بلغ معامل الارتباط (٠,٥٦١). وتعد هذه العلاقة الأقوى بين متغيرات هذه الفرضية.

تؤكد النتائج السابقة صحة الفرضية الثانية بفروعها الثلاثة، وتكشف عن آلية التأثير التي يمارسها التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وبشكل لافت، تم رصد أقوى علاقة ارتباطية (معامل الارتباط= ٠,٥٦١، مستوى الدلالة= ٠,٠٠١) بين التصور الذاتي للتأثر وتغيير الرأي الفعلي، مما يعني أن الأفراد الذين يدركون ويشعرون بأن آراءهم تتأثر بالمنصات هم الأكثر قابلية للإبلاغ عن تغييرات حقيقية في مواقفهم. ويمكن تفسير ذلك بأن الوعي المعرفي بالتأثير يعزز القدرة على استدعاء وتحديد تلك التغييرات السلوكية.

وبالتالي، يمكن القول: إن التعرض للمحتوى لا يؤثر على تغيير الرأي بشكل مباشر فقط، بل يسهم أيضًا في بناء تصور ذاتي لدى الجمهور حول هذا التأثير، وهذا التصور بدوره يرتبط ارتباطًا قويًا بالتغيير الفعلي في الآراء. هذه النتائج مجتمعةً تقدم دعمًا قويًا للفرضية الثانية وتوضح الأبعاد المختلفة لتأثير منصات التواصل على اتجاهات الجمهور. وتأتي هذه النتيجة متسقة مع نتائج دراسة (العدوان، ٢٠٢٣) التي ذكرت أن منصات التواصل الاجتماعي استطاعت الإسهام في تكوين رأي عام إيجابي تجاه قضايا المجتمع المختلفة، وأنها أصبحت بمثابة «مطبخ جديد» لصناعة وتوليد رأي عام. أيضًا، أيضًا يدعم تأكيدُ دراسة (الحماد، ٢٠٢٢) على وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية ودرجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي، ما توصلت إليه الدراسة الحالية، وهو أن التعرض للمحتوى يؤدي إلى تكوين المواقف. وذكرت دراسة (فيضي، ٢٠٢٠) أن مواقع التواصل تعمل على تأطير عملية التواصل وصناعة رأي عام متفاعل. بينما لم تتناول دراسة (Chadwick, 2019) هذا الجانب بشكل مباشر، إلا أن تحذيرها من قدرة الإعلام الرقمي على تشكيل الرأي العام بطرقٍ «مُختلّة» يشير إلى قوة تأثير هذا التعرض. وأكدت دراسة (صابر، ٢٠١٨) على أن القضايا السياسية العربية والدولية تأخذ حيزًا كبيرًا على صفحات فيسبوك،

وأن المنشورات تهدف إلى التأييد السياسي وتشكيل الاتجاهات، ما يعني أن التعرض لهذا المحتوى يهدف إلى إحداث تأثير في المواقف. وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن هذا التأثير يترجم إلى شعور بحدة المواقف وتغيير في الآراء لدى الجمهور السعودي.

الفرضية ٣: «توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية، والتأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد في اتجاهاتهم السياسية».

وللتحقق من صحة هذا الفرض الرئيس، تم تقسيمه إلى الفروض الفرعية التالية واختبارها إحصائيًا:

- الفرضية الفرعية ٣ (أ): «توجد علاقة ارتباطية طردية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية، وتصورهم لحدوث تأثيرات أكثر عمقًا على آرائهم (كتكوين آراء جديدة أو تغيير آراء قائمة)».
- الفرضية الفرعية ٣ (ب): «توجد علاقة ارتباطية طردية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية، واحتمالية إبلاغهم عن تغيير آرائهم الفعلية في القضايا السياسية العالمية».

لاختبار هذه الفرضيات، تم إجراء اختبار معامل ارتباط سبيرمان بين متغير «الاعتماد» ومتغيرات «التأثير»، ويوضح الجدول (١١) النتائج الوصفية واختبارات الارتباط:

جدول (١١): الإحصاءات الوصفية ونتائج ارتباط سبيرمان للمتغيرات المتعلقة بالاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الآراء

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل ارتباط سبيرمان (Rho)	مستوى الدلالة
درجة الاعتماد على منصات التواصل لفهم القضايا السياسية	٢,٠٧	٠,٧٠١	–	–
نوع التأثير المتصور على الآراء السياسية (عمق التأثير)	٢,٨٣	١,٣٨٦	٠,٤١٠	٠,٠٠٠**
تغيير الرأي الفعلي في قضية سياسية (هل سبق لك أن غيرت رأيك؟)	٢,٧٢	١,٠٩٥	٠,٤٣٧	٠,٠٠٠**

معامل ارتباط سبيرمان (Rho) مع متابعة القضايا والأحداث السياسية

أوضحت نتائج اختبار معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's Rho) صحة الفرضيات الفرعية، مما يدعم قبول الفرض الرئيس الثالث، وذلك وفقًا للتفصيل التالي:

فيما يتعلق بالفرضية الفرعية ٣ (أ): كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة ودالة إحصائيًا عند مستوى (٠,٠١) بين درجة الاعتماد على منصات التواصل ونوع التأثير المتصور على الآراء؛ حيث بلغ معامل الارتباط (٠,٤١٠). تتوافق هذه النتيجة تمامًا مع الفرضية المقترحة، وتعني أنه كلما زاد اعتماد الأفراد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للمعلومات السياسية الدولية، زاد ميلهم للإبلاغ عن تأثيرات أكثر عمقًا وتحولًا في آرائهم، مثل تكوين آراء جديدة لم تكن موجودة مسبقًا أو تغيير الآراء القائمة، بدلًا من مجرد تعزيز الآراء الحالية.

وفيما يتعلق بالفرضية الفرعية ٣ (ب): أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا عند مستوى (٠,٠١) بين درجة الاعتماد على منصات التواصل وتغيير الرأي الفعلي؛ حيث بلغ معامل الارتباط (٠,٤٣٧). تدعم هذه النتيجة صحة الفرضية وتؤكد أن الأفراد الذين يعتمدون بشكل أكبر على هذه المنصات لاستقاء المعلومات السياسية هم الأكثر عرضة للإبلاغ عن حدوث تغيير فعلي وحقيقي في آرائهم تجاه القضايا الدولية.

بناءً على هذه النتائج، يتضح أن الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي لا يقتصر دوره على التزويد بالمعلومات فحسب، بل يمتد ليكون عاملًا مؤثرًا في تشكيل وإعادة تشكيل البنية المعرفية والاتجاهات السياسية للجمهور السعودي. فالارتباط الدال إحصائيًا في الفرضيتين الفرعيتين (٠,٤١٠ و ٠,٤٣٧) يقدم دليلًا قويًا على أن هذا الاعتماد يؤدي إلى تأثيرات ملموسة تتجاوز مجرد المتابعة السطحية، لتصل إلى حد إحداث تغيير في الآراء والمواقف السياسية، وهو ما يتسق مع جوهر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

تدعم هذه النتائج ما توصلت إليه دراسة (الحماد، ٢٠٢٢) من وجود علاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على هذه المنصات الاجتماعية لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية والآثار الناتجة عن هذا الاعتماد؛ إذ تشير الدراسة الحالية إلى أن من بين هذه الآثار: التأثير على نوع الرأي المتكون واحتمالية تغييره. أيضًا، تتسق نتائج دراسة (العدوان، ٢٠٢٣) التي أشارت إلى دور منصات التواصل في «تكوين رأي عام إيجابي»، وكونها «مطبخًا جديدًا لصناعة وتوليد رأي عام»، مع فكرة أن الاعتماد على هذه المنصات يؤدي إلى تكوين آراء جديدة أو تغييرها. أما دراسة (العتيبي، ٢٠٢١)، فقد ركزّت على قضية محددة (تولي المرأة للمناصب القيادية)، إلا أن نتائجها التي أظهرت أن منصة تويتر تساعد المستخدمين في «تشكيل الرأي العام» حول القضية، وأن من الإشباعات المتحققة «تكوين معلومات كافية» و«المشاركة في كتابة الآراء» و«مناقشة الأصدقاء»، تشير بشكل غير مباشر إلى أن الاعتماد على المنصة للحصول

على معلومات حول قضية ما يمكن أن يؤدي إلى تأثير على الرأي وتعبير محتمل عنه. ومع أن دراسة (Kruse, Norris & Flinchum, 2018) وجدت أن المشاركين يتجنبون الخوض في النقاشات السياسية عبر الإنترنت لأسباب متعددة، إلا أن هذا لا ينفي أن الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات يمكن أن يؤدي إلى تغيير في الآراء الشخصية حتى لو لم يُعبَّر عنها علنًا على تلك المنصات. وتشير الدراسة الحالية إلى أن هذا التأثير على الآراء وتغييرها يحدث بالفعل نتيجة الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي.

الملخص والتوصيات

ملخص النتائج:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى المجتمع السعودي حول القضايا والأحداث السياسية الدولية. وبناءً على تحليل البيانات التي جُمعت من عينة قوامها ٢٠٠ مشارك، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة، التي يمكن تلخيص أبرزها فيما يلي:

الخصائص الديموغرافية وأنماط الاستخدام:

- أظهرت النتائج أن فئة الشباب (١٨-٣٤ سنة) هي الأكثر استخدامًا لمنصات التواصل الاجتماعي ومتابعةً لمحتواها، بزيادة طفيفة للذكور وحملة شهادة البكالوريوس.
- يستخدم غالبية أفراد العينة منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي ومكثف (أكثر من ٦ مرات يوميًا)، ويعدّ الهاتف المحمول الأداة الرئيسة للتصفح.
- تُعد منصتا سناب شات وإكس المنصتين الأكثر تفضيلًا عمومًا، بينما تتصدر منصة إكس كوسيلة يُعتقد أنها الأكثر تأثيرًا في تشكيل الرأي العام تجاه الأحداث والقضايا السياسية الدولية.
- يتابع المستخدمون محتوى متنوعًا، مع اهتمام كبير بالأخبار والمعلومات العامة والمحتوى الترفيهي والأحداث السياسية.
- استهلاك المحتوى السياسي وتأثيراته:
- يتابع غالبية أفراد العينة (بشكل منتظم أو أحيانًا) القضايا السياسية الدولية عبر منصات التواصل الاجتماعي، ويعتمد جزء كبير منهم على هذه المنصات إلى حد ما أو بشكل كبير لفهم تلك القضايا.

- تعدّ الحسابات الإخبارية الرسمية المصدر الرئيس الموثوق للأخبار السياسية، تليها مقاطع الفيديو والمنشورات المتداولة.
- يثق غالبية المشاركين إلى حد ما بالمعلومات السياسية المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي، مع لجوء نسبة كبيرة منهم إلى البحث عن مصادر أخرى للتحقق عندما تكون هنالك معلومات متضاربة.
- أفاد جزء كبير من العينة بأن منصات التواصل الاجتماعي تؤثر على آرائهم ومواقفهم السياسية (بشكل محدود أو ربما)، وأن تكوين آراء جديدة هو أبرز أنواع هذا التأثير.
- يظنّ غالبية المشاركين أن منصات التواصل الاجتماعي تسهم في زيادة فهمهم للقضايا السياسية (بشكل كبير أو محدود)، وأقرّ ما يقارب ثلثي العينة بأنهم غيّروا آراءهم السياسية بسبب معلومات من هذه المنصات.

نتائج اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: أُثبت وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة القوة ودالة إحصائيًا بين مدى اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول القضايا والأحداث السياسية الدولية، وزيادة فهمه لهذه القضايا.

الفرضية الثانية: أُثبت وجود علاقة ارتباط طردية دالة إحصائيًا بين زيادة تعرض الجمهور السعودي للأخبار والمحتوى السياسي على منصات التواصل الاجتماعي، وزيادة حدة المشاعر والمواقف المتكوّنة لديه تجاه القضايا السياسية الدولية (ممثلة بالتأثير على الآراء وتغييرها).

الفرضية الثالثة: أُثبت وجود علاقة ارتباط طردية دالة إحصائيًا بين زيادة اعتماد الجمهور السعودي على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية، وزيادة التأثير المتصور لهذه المنصات على آرائه (مثل تكوين آراء جديدة أو تغيير آراء قائمة)، واحتمالية إبلاغه عن تغيير آرائه السياسية فعليًا.

تشير هذه النتائج مجتمعة إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا فاعلًا ومؤثرًا في كيفية حصول الجمهور السعودي على المعلومات السياسية، وفي تشكيل فهمه وآرائه ومواقفه تجاه القضايا السياسية الدولية، الأمر الذي يتسق مع مبادئ نظرية الاعتماد على منصات الإعلام.

توصيات الدراسة:

بناءً على نتائج الدراسة الحالية، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي قد تسهم في تعزيز الجوانب الإيجابية لمنصات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي وتقليل سلبياتها المحتملة، وهي:

أولًا: للمستخدمين (الجمهور)

- تنمية مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات، وتشجيع المستخدمين على عدم التسليم بكل ما يُنشر على منصات التواصل الاجتماعي، وتنمية قدرتهم على تقييم مصداقية المصادر والتمييز بين الأخبار الصحيحة والشائعات أو المعلومات المضللة قبل تكوين الآراء أو مشاركة المحتوى.
- حث المستخدمين على عدم الاعتماد على مصدر واحد أو نوع واحد من الحسابات للحصول على المعلومات حول القضايا والأحداث السياسية الدولية، والسعي للاطلاع على وجهات نظر متعددة ومقارنتها بما يرد في منصات الإعلام التقليدية الموثوقة.
- توعية المستخدمين بأهمية الاستخدام المسؤول لمنصات التواصل الاجتماعي، وتجنب الانجرار وراء الاستقطاب أو نشر خطاب الكراهية، والمساهمة في خلق بيئة نقاش صحية وبنّاءة.

ثانيًا: للمؤسسات الإعلامية الرسمية

- على المؤسسات الإعلامية الرسمية تطوير استراتيجياتها الرقمية لتكون أكثر جاذبية وتفاعلية على منصات التواصل الاجتماعي لتقديم محتوى دقيق وموثوق حول الأحداث السياسية الدولية بلغة وأشكال تتناسب مع طبيعة هذه المنصات وجمهورها الشاب.
- تطوير آليات سريعة وفعالة لرصد الشائعات والمعلومات المغلوطة المتعلقة بالقضايا السياسية الدولية والرد عليها وتصحيحها عبر المنصات نفسها التي تنتشر فيها للمساهمة في تكوين رأي عام صحيح حول هذه القضايا.
- العمل مع منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز شفافية الخوارزميات وآليات انتشار المحتوى، وتطوير سياسات واضحة للتعامل مع المحتوى المضلل وخطاب الكراهية دون المساس بحرية التعبير المسؤولة.

ثالثًا: للمؤسسات التعليمية

- تعزيز مفاهيم الوعي الإعلامي والمعلوماتي ضمن المناهج الدراسية في المرحلة قبل الجامعية؛

لتمكين الشباب من التعامل النقدي والواعي مع المحتوى الإعلامي الرقمي، بما في ذلك المحتوى السياسي.

- تنظيم ورش عمل وندوات توعوية، وإقامة أنشطة تثقيفية للطلاب والجمهور العام حول كيفية الاستخدام الآمن والفعال لمنصات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات وتقييمها.

رابعًا: للباحثين والأكاديميين

- تشجيع الباحثين على إجراء المزيد من الدراسات الكمية والنوعية لاستكشاف جوانب أخرى لتأثير منصات التواصل الاجتماعي على الرأي العام السياسي في السياق السعودي.
- استخدام مناهج بحثية متنوعة، مثل توظيف المناهج البحثية المختلطة (Mixed Methods) التي تجمع بين التحليل الكمي والنوعي (مثل تحليل المضمون، المقابلات المتعمقة، مجموعات التركيز) للحصول على فهم أعمق للظاهرة.

المصادر والمراجع

المراجع العربية:

- إسماعيل، عزيزة إبراهيم مصطفي. (٢٠٢٠)، محددات تشكيل الخطاب الصحفي لقضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية وعلاقته باتجاهات المرأة نحو قضاياها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، تخصص صحافة وإذاعة وتليفزيون، مصر.
- العتيبي، نوف خالد. (٢٠٢١). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية «تويتر أنموذجًا» – دراسة ميدانية – المملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٥(٤)، ٩٠-١١١.
- الحماد، خلف لافي. (٢٠٢٢). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ٢١(٢)، ٤٨٧-٥٢٦.
- الدجيلي، أحمد مهدي، والكناني، محسن جلوب، (٢٠١٨)، التلفزيون وتعزيز الوعي الصحي، المنهل للنشر والتوزيع، الأردن: عمان.
- بركات، عبد العزيز. (٢٠١٢). مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- ريغي، خديجة، وفلاق، شبرة صالح. (٢٠٢٢). الشبكات الاجتماعية ودورها في تشكيل الرأي العام. مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، ٧(١)، ٧٨٣-٧٩٤.
- صابر، لامية. (٢٠١٨). وسائط الإعلام الجديد ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى المجتمع المدني

الجزائري: دراسة استطلاعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

- صالح، عصام الدين مصطفى. (٢٠١٩)، الصحافة في مهب الإعلام البديل وحرية تداول المعلومات، دار الفكر الجامعي، مصر: الإسكندرية.
- عامر، فتحي حسين. (٢٠١٦)، علم النفس الإعلامي، العربي للنشر والتوزيع، مصر: القاهرة.
- الخضيري، ع. ب. ع. (٢٠٢٥). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام. مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، ٦(١١). https://doi.org/10.53796/hnsj611/28
- العدوان، على فواز طلال. (٢٠٢٣). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام في الأردن. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، ٣٧(٢)، ١٣٢٧-١٣٦٥.
- علاء الدين، نيرمين. (٢٠٢٠)، إدارة إستراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، مصر: القاهرة، ص ١١- ١٢.
- فيضي، أنمار وحيد. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تشكيل الرأي العام إزاء القضايا السياسية دراسة مسحية لجمهور مدينة بغداد وللمدة من (١/١/٢٠١٩) إلى (١٠/٢/٢٠١٩)، مجلة الآداب، ع١٣٤، ٥٣٥-٥٥٢. DOI: https://doi.org/10.31977/011341074.
- المفلح، خضرة عمر. (٢٠١٤)، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، الأردن: عمان، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلى. (١٩٩٨)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- نوري، علاء نجاح، (٢٠٢٠)، المعرفة السياسية في الإذاعات الدولية الموجهة، المنهل للنشر والتوزيع، الأردن: عمان.

المراجع الأجنبية:

- Algharabat, A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. Telematics and Informatics, 1 34(7), 1177-1190.
- Blackshaw, P. (2006). Consumer-generated media (CGM) 101: Word-of-mouth in the age of the Web-fortified consumer. Nielsen BuzzMetrics.
- Baylis, J., Smith, S., & Owens, P. (2017). The globalization of world politics: An introduction to international relations. Oxford University Press.
- DataReportal. (n.d.). *Global social media statistics*. https://datareportal.com/social-media-users
- Glynn, C. J., Herbst, S., O'Keefe, G. J., & Shapiro, R. Y. (2018). *Public opinion.* Routledge.
- Ehsan, S. (2025). Social media as a tool for political advocacy and public opinion formation: Systematic literature review.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1), 59-68.
- Kruse, L. M., Norris, D. R., & Flinchum, J. R. (2018). Social media as a public sphere? Politics on social media. The Sociological Quarterly, 59(1), 62-84. doi.org/10.1080/00380253.2017.1383143
- Meshcheryakov, N. (2025). The impact of social media usage on political participation (Senior The-

sis, University of California, Irvine).

- Polanco-Levicán, K., & Salvo-Garrido, S. (2022). Understanding Social Media Literacy: A Systematic Review of the Concept and Its Competences. International Journal of Environmental Research and Public Health, 19(14), 8807. doi.org/10.3390/ijerph19148807
- Saleh, S. (2025, January 9). Social media usage in Saudi Arabia - statistics & facts [Website]. Statista. https://www.statista.com/topics/9947/social-media-usage-in-saudi-arabia/#topicOverview

اتجاهات الوعي البيئي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية

دراسة ميدانية في ضوء نظريتي السلوك المخطط ونموذج القيم والمعتقدات والمعايير

إعداد: د. يوسف عثمان يوسف[1]
د. فتحي حامد بشارة[2]

ملخص الدراسة:

هذه الدراسة بعنوان «اتجاهات الوعي البيئي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية»، وقد هدفت إلى تحليل العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى الوعي والسلوك البيئي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية. اعتمد البحث على منهج وصفي- تحليلي، باستخدام استبانة إلكترونية موجهة لعينة حجمها(N=٣٨٠)، واشتمل على مقاييس مركبة للقيم البيئية (الأنانية، الإيثارية، الحيوية)، والاتجاهات، والوعي، واستراتيجيات التكيف، والسلوك البيئي.

أظهرت نتائج الاختبارات الإحصائية (t-test, ANOVA، ارتباط بيرسون، الانحدار الخطي، PLS-SEM)، أن القيم الحيوية والإيثارية تعزز الاتجاهات البيئية، بينما القيم الأنانية غير مؤثرة. كما تبين أن الاتجاهات والتعرض يعززان الوعي، وأن الوعي هو أقوى متنبئ مباشر بالسلوك البيئي، يليه الاتجاهات.

(١) أستاذ مساعد بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز.

(٢) أستاذ مساعد بكلية الآداب والفنون - جامعة حائل

في المقابل، لم تُسجل فروق دالة بأن اختلاف الجنس أو العمر يؤثران على الوعي والسلوك البيئي. وأكد التحليل النوعي أن التوعية والإعلام يمثلان المدخل الأساسي لأي تغيير بيئي. وتوصي الدراسة بضرورة تكثيف حملات التوعية البيئية عبر وسائل التواصل، وتطوير محتوى إعلامي يركز على الحلول العملية لتعزيز الوعي، مع إشراك الشباب في مبادرات رقمية والمشاركة المجتمعية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، التعرض الإعلامي، الوعي البيئي، نظرية السلوك المخطط، نموذج القيم والمعتقدات والمعايير.

Environmental awareness trends among social media users in Saudi Arabia

A field study in light of the theories of planned behavior and the values, beliefs, and norms model

Abstract:

This study is entitled: Environmental awareness trends among social media users in Saudi Arabia, this study aims to analyze the relationship between social media exposure and individuals' environmental awareness and behavior in Saudi Arabia. A descriptive-analytical approach was employed using an online survey with a sample of (N=380). The questionnaire included composite measures of environmental values (egoistic, altruistic, biospheric), attitudes, awareness, adaptation strategies, and pro-environmental behavior.

Statistical analyses (t-test, ANOVA, Pearson correlation, multiple regression, PLS-SEM) revealed that biospheric and altruistic values significantly enhanced environmental attitudes, while egoistic values had no effect. Attitudes and exposure positively influenced awareness, which emerged as the strongest predictor of pro-environmental behavior, followed by attitudes. No significant differences were found across gender or age groups. Qualitative analysis further highlighted that awareness and communication are perceived as key drivers of environmental change. The study recommends intensifying environmental awareness campaigns through social media, developing solution-oriented content, and engaging young people in digital initiatives to foster awareness and community participation.

Keywords: social media, media exposure, environmental awareness, theory of planned behavior (TPB), values beliefs and norms model (VBN)

المقدمة:

تواجه المجتمعات المعاصرة تحديات بيئية متفاقمة، تشمل: ارتفاع معدلات التلوث، وتغير المناخ، واستنزاف الموارد الطبيعية؛ ما أفرز حاجة ملحة لإعادة النظر في ممارسات الأفراد والجماعات ودور السياسات العامة في تعزيز الاستدامة البيئية، وبناءً على ذلك تبلورت استجابات دولية عديدة لمجابهة تلك التحديات، أبرزها: اتفاقية باريس للمناخ، وأهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠. وعلى المستوى الوطني، تبنت المملكة العربية السعودية إطارًا استراتيجيًّا طموحًا عبر رؤية ٢٠٣٠، قدمت برامج وطنية طموحة، مثل: مبادرة السعودية الخضراء، ومشروعات الطاقة المتجددة، وإدارة الموارد، بما يعكس انتقالًا نحو نموذج تنموي يرتكز على الوعي البيئي والممارسات المستدامة.

وبالتوازي مع التحولات البيئية، تزايد دور التوعية الرقمية من خلال المنصات الرقمية، بوصفها فضاءً مؤثرًا في تشكيل الوعي والسلوك العام، فقد أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أبرز قنوات تداول المعرفة البيئية والتعبئة المجتمعية حول القضايا والأنشطة البيئية، سواء عبر الحملات الرسمية التي تطلقها المؤسسات، أو من خلال المبادرات الفردية للناشطين والمؤثرين، لكن ما يزال الأثر الفعلي للتعرض البيئي الرقمي محل نقاش علمي؛ إذ تشير بعض الدراسات إلى دوره في تعزيز الاتجاهات ونوايا السلوك، بينما تذهب أخرى إلى أن تأثيره يظل معرفيًّا دون أن يتطور إلى سلوك بيئي ملموس.

في هذا السياق، تبرز أهمية الاستناد إلى أطر نظرية راسخة لفهم السلوك البيئي، من أبرزها نظرية السلوك المخطط (TPB) التي طورها Ajzen (١٩٩١)، والتي تفترض أن السلوك الإنساني يتحدد إلى حد كبير من خلال النوايا السلوكية الناتجة عن المواقف تجاه السلوك، والضغوط المعيارية الاجتماعية، ومدى إدراك الفرد لقدرته على التحكم بالسلوك. ووفقًا لهذه النظرية، فإن تبني الأفراد لسلوكيات بيئية مرهونٌ بمدى إيجابية اتجاهاتهم نحو البيئة، وشعورهم بوجود دعم اجتماعي، وإدراكهم لقدرتهم على تنفيذ هذه السلوكيات عمليًّا.

أما النموذج الآخر، وهو نموذج القيم – المعتقدات – المعايير (VBN) الذي قدمه Stern وزملاؤه (١٩٩٩)، فيركز على البعد القيمي – الأخلاقي في تفسير السلوك البيئي؛ إذ ينطلق من القيم (الإيثارية، الأنانية، الحيوية) التي تحدد حساسية الأفراد تجاه القضايا البيئية، مرورًا بالمعتقدات البيئية والوعي بالعواقب وإسناد المسؤولية، وصولًا إلى المعايير الشخصية التي تشكل شعور الفرد بالالتزام الأخلاقي تجاه السلوك البيئي. ويفترض هذا النموذج أن الأفراد الذين يدركون التهديدات البيئية ويشعرون بالمسؤولية الشخصية لمواجهتها، سيكونون أكثر ميلًا لتبني سلوكيات مستدامة.

من خلال الجمع بين هذين الإطارين النظريين، يمكن بناء تصور متكامل يربط بين التعرض الإعلامي

عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والقيم والاتجاهات والمعتقدات التي تشكل أساس الوعي والسلوك البيئي. فبينما يوضح TPB آلية تشكّل النوايا والسلوك من خلال المواقف والمعايير والتحكم المدرك، يضيف VBN البعد القيمي والأخلاقي الذي يفسر دافعية الأفراد نحو السلوك البيئي.

مشكلة الدراسة:

شهد العالم خلال العقود الأخيرة اهتمامًا ملحوظًا بالقضايا البيئية نتيجة تسارع تغير المناخ، وزيادة معدلات التلوث، واستنزاف الموارد الطبيعية، والتهديدات المستمرة للتوازن البيئي على المستويين العالمي والمحلي. وقد انعكس هذا الاهتمام في الخطابات السياسية والبرامج الحكومية والمبادرات الدولية، مثل اتفاقية باريس للمناخ وأهداف التنمية المستدامة، فضلًا عن المبادرات المحلية التي تسعى إلى تعزيز السلوكيات الصديقة للبيئة والحد من الممارسات الضارة.

أما من الناحية الإعلامية، فتبرز ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل خاص، كأدوات مؤثرة في تشكيل قيم ومواقف وسلوكيات الأفراد. أصبحت مواقع مثل فيسبوك ومنصة إكس وإنستغرام وتيك توك منصات رئيسة لتداول المعلومات البيئية، من حملات التوعية الرسمية إلى المبادرات الفردية من قبل المؤثرين والنشطاء البيئيين. ومع ذلك، فإن تأثير هذه المنصات على الوعي البيئي وسلوك الأفراد لا يزال موضوعًا مثيرًا للجدل ولم يتم حله، فبينما يعتقد البعض أنها تساهم في زيادة الوعي وتغيير السلوك. أثناء مشاركة المحتوى الإيجابي، يرى آخرون أنه لا يتجاوز إثارة الاهتمام اللحظي أو تقديم معرفة سطحية، لا تنعكس بالضرورة على السلوك العملي.

ومن هذا المنطق، تظهر حاجة ملحة لدراسة ميدانية تسعى إلى الكشف عن العلاقة بين التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي والوعي والسلوك البيئي، مع مراعاة دور القيم والاهتمامات والمواقف كمتغيرات وسيطة أو تفسيرية لهذه العلاقة. سيساعد الفهم الشامل لهذه العلاقة في توضيح ما إذا كان التعرض لوسائل الإعلام من خلال وسائل التواصل الاجتماعي يعزز بالفعل السلوك البيئي المستدام، أو ما إذا كان تأثيره يقتصر على تطوير المعرفة بدلًا من ترجمته إلى ممارسة عملية.

بناءً على ما سبق، تتمثل مشكلة البحث في محاولة الإجابة عن التساؤل الرئيس: إلى أي مدى يساهم التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل الوعي والسلوك البيئي لدى الأفراد بالمملكة العربية السعودية؟ وما الدور الذي تلعبه القيم والاهتمامات والاتجاهات البيئية في هذه العلاقة؟

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من تناولها العلاقة بين التعرض لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي

ومستويات الوعي والسلوك البيئي لدى الأفراد في المملكة العربية السعودية، مع اختبار دور القيم والاتجاهات كعوامل وسيطة، وتبرز أهمية الدراسة في جانبين رئيسين:

أولًا: الأهمية النظرية:

تسهم الدراسة في تعزيز الأدبيات العلمية المتعلقة بالسلوك البيئي من خلال دمج إطارين نظريين بارزين، هما: نظرية السلوك المخطط، ونموذج القيم والمعتقدات والمعايير، مما يتيح فهمًا أشمل للآليات الإدراكية والقيمية التي تشكل السلوك البيئي.

كما تقدم الدراسة تحليلًا لدور القيم البيئية (الأنانية، الإيثارية، الحيوية) في تفسير الاتجاهات والوعي البيئي، لسد فجوة معرفية متعلقة بمحدودية الدراسات العربية التي تربط بين الأبعاد القيمية والسلوك البيئي.

أضف إلى ذلك، فإن الدراسة تثري المعرفة العلمية في مجال الاتصال البيئي الرقمي عبر اختبار العلاقة بين التعرض الإعلامي للمحتوى البيئي عبر المنصات الاجتماعية ومستوى الوعي السلوكي، مما يضفي بُعدًا معاصرًا في تفسير السلوك البيئي في ظل التحول الإعلامي نحو الفضاء الرقمي.

وكذلك تساهم نتائج الدراسة في التأسيس لنماذج تفسيرية مستقبلية، يمكن اعتمادها في بحوث تتناول التأثير الوسيط للوعي والاتجاهات واستراتيجيات التكيف في تفسير السلوك البيئي في المجتمعات العربية.

ثانيًا: الأهمية التطبيقية:

تساعد نتائج الدراسة صانعي السياسيات البيئية والجهات الإعلامية في تصميم حملات توعوية رقمية أكثر فاعلية، بالاعتماد على فهم عملي لدور مواقع التواصل في تشكيل الوعي والسلوك البيئي.

كما توفر الدراسة أدلة عملية يمكن توظيفها في تطوير محتوى بيئي إعلامي موجه، يعزز تبني سلوكيات مستدامة، مع التركيز على الفئات الأكثر تفاعلًا مع المنصات الاجتماعية.

وأخيرًا، تعزز الدراسة قدرة المؤسسات والجهات الحكومية على تقييم أثر المبادرات البيئية الرقمية ضمن رؤية المملكة ٢٠٣٠، لا سيما مبادرات «السعودية الخضراء»، والمشروعات الوطنية في إدارة الموارد والطاقة.

أهداف الدراسة:

من أهم الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها:

- قياس مستوى الوعي البيئي والسلوك البيئي لدى أفراد العينة.

- تحليل أثر القيم والمخاوف البيئية (أنانية، إيثارية، حيوية) في الاتجاهات البيئية.
- استكشاف دور التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي.
- اختبار تأثير الاتجاهات والوعي على استراتيجيات التكيف والسلوك البيئي.
- استكشاف الفروق الديموغرافية (الجنس/ العمر) في تشكيل الوعي والسلوك.

التساؤلات البحثية:

وبناءً على ما سبق توضيحه من مشكلة وأهداف، فإننا نحاول الإجابة عن بعض الأسئلة التي تحقق هذه الأهداف:

- ما مستوى الوعي البيئي لدى أفراد العينة؟
- ما طبيعة العلاقة بين القيم البيئية (الأنانية، الإيثارية، الحيوية) والاتجاهات البيئية؟
- ما دور التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي؟
- ما أثر الاتجاهات والوعي في تشكيل استراتيجيات التكيف والسلوك البيئي؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الوعي والسلوك البيئي باختلاف الجنس أو العمر؟

فرضيات الدراسة:

تم التركيز على خمس فرضيات لبناء الدراسة التطبيقية لهذه الدراسة، وهي:

- **الفرضية الأولى (H1)**: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين القيم الحيوية والقيم الإيثارية وبين الاتجاهات البيئية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.
- **الفرضية الثانية (H2)**: مستوى التعرض لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي له تأثير إيجابي ودالّ إحصائيًّا في مستوى الوعي البيئي لدى الأفراد.
- **الفرضية الثالثة (H3)**: تؤثر الاتجاهات البيئية إيجابًا وبصورة دالة إحصائيًّا في كل من الوعي البيئي واستراتيجيات التكيف البيئي.
- **الفرضية الرابعة (H4)**: يسهم الوعي البيئي بشكل إيجابي ودالّ إحصائيًّا في تبني السلوكيات البيئية المستدامة.
- **الفرضية الخامسة (H5)**: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي البيئي والسلوك البيئي تُعزى إلى متغيري الجنس أو العمر لدى عينة الدراسة.

منهجية الدراسة:

البند	التفاصيل
نوع الدراسة	وصفي – تحليلي، يهدف إلى وصف مستويات الوعي والسلوك البيئي وتحليل العلاقات بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، والقيم، والاتجاهات، والسلوك.
أداة الدراسة	استبانة إلكترونية قائمة على مقياس ليكرت الخماسي (١ = لا أوافق بشدة إلى ٥ = أوافق بشدة)، تتضمن محاور: القيم البيئية (EGO,ALT,BIO)، الاتجاهات (ATT)، الوعي (AWARE)، التعرض الإعلامي (MEXP)، استراتيجيات التكيف (ADAPT)، السلوك البيئي (BEH)، بالإضافة إلى أسئلة ديموغرافية وأسئلة مفتوحة.
صدق وثبات الأداة	الثبات: كرونباخ ألفا (٠,٧٦٩ – ٠,٨٦٧) = ثبات جيد إلى ممتاز. صدق البناء: تحليل عاملي استكشافي (EFA) وتوكيدي (CFA) أكد توافق الأداة مع الأبعاد النظرية. – صدق التلاقي (AVE > ٠,٥٠) والموثوقية المركبة (CR > ٠,٧٥).
العينة	عينة قصدية متعددة المراحل من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، بلغ حجمها (N= ٣٨٠) مفردة.
الفترة الزمنية	أجريت الدراسة خلال الفترة الممتدة من شهر يونيو حتى شهر سبتمبر ٢٠٢٥م، وهي فترة تضمنت أنشطة ومبادرات بيئية على منصات التواصل الاجتماعي، مما أتاح الحصول على بيانات ميدانية تعكس مستويات الوعي والسلوك البيئي، في سياق تفاعلي نشط.
التحليلات الإحصائية	– الإحصاءات الوصفية (المتوسطات، الانحراف المعياري، فواصل الثقة). – اختبارات الفروق:(t-test) لقياس الفروق بين الجنسين، و(ANOVA) لقياس الفروق العمرية. – معاملات ارتباط بيرسون: للكشف عن العلاقات الثنائية. – الانحدار الخطي المتعدد: للتنبؤ بالسلوك البيئي. – نمذجة المعادلات الهيكلية (PLS-SEM): لاختبار العلاقات السببية بين المتغيرات الكامنة. – تحليل نوعي لإجابات الأسئلة المفتوحة.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: غزالة (٢٠٢٥)، السلوك البيئي كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة، المجلة الليبية للدراسات الأكاديمية. هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير القيم الاجتماعية (المسؤولية، التعاون، النظافة...) على السلوك البيئي لطلاب الجامعات. واستخدمت عينة من طلبة جامعة بنغازي،

باستخدام المنهج الوصفي الميداني، وأداة الدراسة كانت الاستبانة. من أهم نتائج الدراسة: أن هناك علاقة بين قيم معينة (المسؤولية والتعاون) والسلوك البيئي. القيم الفردية أو الملائمة أقل تأثيرًا. وتدعم الدراسة الفرضية القائلة بأن القيم تمثل محددًا رئيسًا للسلوك البيئي، والذي يتوافق مع نموذج VBN، ويسلط الضوء على أهمية دمج نظام القيم في تفسير السلوك.

الدراسة الثانية: Peiró-Signes (٢٠٢٥)، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الوعي البيئي: تحليل تأثير المعالجة الحدية لاستخدام WeChat في الصين، BMC Public Health. هدفت الدراسة إلى استكشاف كيفية أن تعرض الجيل (Z) في إيطاليا للحملات البيئية على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على التزامهم بأفعال الاستدامة البيئية، ودور المعرفة البيئية في هذه العلاقة. تم جمع البيانات من خلال استبانة شملت ٣٣٢ شابًا في إيطاليا. وتم تحليل البيانات باستخدام منهجين تحليليين: نموذج المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) وتحليل المقارنة النوعية الغامضة (fsQCA). وأظهرت النتائج أن التفاعل مع الحملات البيئية على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل كبير على الالتزام البيئي للجيل (Z)، والأهم من ذلك أن الدراسة وجدت أن المعرفة بالقضايا البيئية تعمل كعامل وسيط مهم؛ فالتأثير يكون أقوى لدى الشباب الذين لديهم مستوى عالٍ من التعليم والمعرفة البيئية. وهذا يؤكد على أن الحملات الإعلامية يجب أن تكون مصحوبة بجهود لزيادة المعرفة لتحقيق أقصى تأثير.

الدراسة الثالثة: Carvalho (٢٠٢٤)، استكشاف محددات وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز السلوك المؤيد للبيئة، Fronties. تهدف الدراسة لشرح كيفية تطور عوامل وسائل التواصل الاجتماعي على المنصات (الاستخدام، المشاركة، المحتوى الذي ينشئه المستخدم ...) المواقف والمعايير الذاتية والنيات ثم السلوك البيئي. وتكونت العينة من عينتين كبيرتين من تايوان (SEM لـ ١٢٠٠ مشارك + شبكات عصبية ANN لـ ٦٠٢)؛ VBSEM وANN لزيادة القدرة التنبؤية. واستخدمت الدراسة النموذج (النماذج): TPB + نظرية الأثر الاجتماعي؛ لدراسة دور التحكم السلوكي المتصور كمعدل لعلاقة النية بالسلوك. ومن أهم نتائج الدراسة أن عوامل الاتصال لها تأثير قوي على تكوين المواقف والمعايير الذاتية، وتتوسط النية في العلاقة مع السلوك؛ وأن التحكم السلوكي المدرك يعزز انتقال النية إلى سلوك فعلي. كما أظهرت الدراسة أن تصميم الحملات البيئية الرقمية يجب أن يهدف إلى تعزيز المعايير الذاتية والشعور بالقدرة، مع توظيف المؤثرين الاجتماعيين الرقميين.

الدراسة الرابعة: Liao(٢٠٢٤)، استكشاف محددات وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز السلوك المؤيد للبيئة: رؤى من نظرية الأثر الاجتماعي ونظرية السلوك المخطط، Fronties. هدفت هذه الدراسة إلى فهم كيفية تأثير محددات وسائل التواصل الاجتماعي على السلوك الفعلي، وذلك من خلال دمج نظريتين رئيستين: نظرية السلوك المخطط (TPB) ونظرية التأثير الاجتماعي. واستخدمت

الدراسة نهجًا منهجيًا مزدوجًا: نموذج المعادلات الهيكلية القائم على التباين (VBSEM) على عينة من ١٢٠٠ مشارك من تايوان، والشبكات العصبية الاصطناعية (ANN) على عينة من ٦٠٢ مشارك لزيادة الدقة التنبؤية. وأكدت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على المواقف البيئية والمعايير الذاتية. ومع ذلك، فإن النية السلوكية لا تتحول دائمًا إلى سلوك فعلي. العامل الحاسم الذي وجدته الدراسة هو أن التحكم السلوكي المدرك –وهو مدى اعتقاد الشخص بقدرته على أداء السلوك– كلما زاد التحكم زادت احتمالية تحول النية إلى فعل، وهذا يفسر الفجوة بين الوعي والسلوك.

الدراسة الخامسة: Mamun (٢٠٢٣)، أثر التعرض للمعلومات البيئية على منصات الاتصال في نوايا المشاركة البيئية، PLOS ONE. الهدف من الدراسة اختبار التأثير المباشر وغير المباشر لتعرض الشباب للمعلومات البيئية عبر WeChat وXiaohongshu على نية الانخراط في السلوكيات البيئية (إعادة التدوير، والنقل العام، والانخراط في مجموعات خضراء). واعتمدت الدراسة على مسح بشبكة الإنترنت لـ ٢٩١ شابا (١٨–٢٥ عامًا) في الصين، بجانب تحليلات الانحدار الهرمي ونمذجة الوساطة. وتضمنت الإطار الموسع لـ TPB التحكم السلوكي المتصور والتوجه والخوف من التهديد (FV) كآليات وسيطة. ومن أهم نتائج الدراسة: أن التعرض للمحتوى البيئي يزيد من التحكم السلوكي المتصور والتوجه المؤيد للبيئة، ويؤثر بشكل إيجابي على نية المشاركة؛ يعمل التحكم السلوكي والتوجيه كوسطاء؛ لا يظهر الخوف وساطة متسقة. كما تدعم النتائج TPB وتظهر أن رفع الكفاءة والاتجاهات المتصورة عبر محتوى وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من نوايا السلوك البيئي، مع توصية بتحسين جودة الرسائل البيئية على المنصات.

الدراسة السادسة: Almulhim & Abubakar (٢٠٢١)، فهم الوعي البيئي العام والمواقف تجاه الانتقال إلى الاقتصاد الدائري في السعودية، sustainabilit. هدفت هذه الدراسة إلى فهم مستوى الوعي البيئي العام والمواقف تجاه الانتقال إلى الاقتصاد الدائري في المملكة العربية السعودية، وتحديدًا في منطقة الدمام الحضرية، واعتمدت على أداة الاستبانة، بالتطبيق على ٤٠٢ من سكان منطقة الدمام الحضرية. وجدت الدراسة أن المستجيبين لديهم فهم محدود للمفاهيم البيئية الأوسع مثل «الاقتصاد الدائري»، على الرغم من أنهم يحملون مواقف إيجابية تجاه ممارسات محددة، مثل فصل القمامة وإعادة التدوير. واتضح أن مستوى الوعي يرتبط إيجابًا بمستوى التعليم، بينما يرتبط الميل نحو السلوك البيئي بالعمر. وتبين أن تركيز معظم المشاركين على العوامل البيئية المتعلقة بتقليل استهلاك الطاقة والمياه بسبب توفير المال. كما أنهم ينظرون للعوامل البيئية من منظور سلامتهم وصحتهم الشخصية.

الدراسة السابعة: راشد الدوسري (٢٠١٨)، فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي، شبكة

المعلومات العربية. الهدف من الدراسة قياس فاعلية الإعلام الجديد في رفع الوعي البيئي لدى الشباب، وتحديد المعوقات التي تحد من تأثيره. أما عينة الدراسة فشملت (٢٠٣) طلاب من جامعة سطام، مستخدمة المنهج الوصفي المسحي، واستبانة ميدانية. وكان من أهم نتائج الدراسة: أن وسائل الإعلام الجديدة هي وسيلة مهمة لنشر الوعي. وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حسب العمر أو المستوى التعليمي، فقط الاختلافات في التخصص ومستوى الاهتمام البيئي. وأن وسائل الإعلام الجديدة تعد قناة فعالة للتوعية، لكن جودة المحتوى هي التحدي الأكبر، ويجب توجيهها نحو حلول عملية وقابلة للتطبيق.

التحليل النقدي للدراسات السابقة:

يتضح من مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة أن الاهتمام بالسلوك والوعي البيئي يتنامى بدرجة ملحوظة في الأدبيات الحديثة، خاصة مع توسع دور الإعلام الرقمي في نشر القضايا البيئية. وقد تباينت الدراسات من حيث المناهج والأطر النظرية والمتغيرات المدروسة وطرق تحليل البيانات، الأمر الذي يبرز الحاجة إلى تحليلات منهجية تربط البعد الإعلامي بالقيم والاتجاهات والسلوك، وهو ما تحاول هذه الدراسة معالجته.

تناولت بعض الدراسات تأثير القيم الاجتماعية في السلوك البيئي مثل غزالة (٢٠٢٥)، وأظهرت دور قيم المسؤولية والتعاون في تعزيز السلوك البيئي، ما ينسجم مع نموذج VBN، لكنها لم تربط هذه القيم بالتعرض الإعلامي أو العوامل الرقمية الحديثة.

دراسة (Peiró-Signes, 2025) أكدت أن التعرض للحملات الإعلامية المتعلقة بالموضوعات البيئية على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على الشباب في إيطاليا، وعلى التزامهم بأفعال الاستدامة البيئية. أما الدراسة التي تناولت عوامل المشاركة الاجتماعية عبر المنصات وتأثيرها على المواقف والمعايير والنوايا (Carvalho, 2024)، فقد أضافت بُعدًا مهمًا يتمثل في دور المعايير الاجتماعية وتأثير الشبكات الرقمية على تكوين الاتجاهات، إلا أنها لم تتناول الأبعاد القيمية العميقة أو الوعي البيئي كمتغير تفسيري للسلوك الفعلي. وجاءت دراسة (Liao, 2024) لتؤكد أهمية التحكم السلوكي المدرك على احتمالية تحول النية إلى فعل.

في حين ركّزت بعض الدراسات على تأثير التعرض للمحتوى البيئي على نوايا المشاركة والسلوك، كما في دراسة Mamun (2023) التي أظهرت أن التعرض للمحتوى على المنصات الرقمية يعزز النية السلوكية عبر متغيرات وسيطة مثل التحكم السلوكي المتصور، ما يدعم الإطار السلوكي لنظرية TPB. ومع ذلك، اقتصرت الدراسة على النوايا أكثر من السلوك الفعلي، كما أنها أجريت في سياق ثقافي مختلف.

الدراسات العربية، مثل الدوسري (٢٠١٨) ركزت على فاعلية الإعلام الجديد في نشر الوعي البيئي، وأكدت أهمية المنصات الرقمية كقناة للتوعية، لكنها اعتمدت على منهج وصفي بسيط دون بناء نموذج تفسيري شامل يربط بين القيم والاتجاهات والسلوك، ما يجعل تأثير الإعلام في السلوك العملي غير محسوم. في حين أن دراسة (Almulhim & Abubakar, 2021) أكدت وجود إطار للوعي البيئي لدى الجمهور.

بوجه عام، ركزت الدراسات السابقة، إما على البعد القيمي والأخلاقي للسلوك البيئي، أو على الأثر الإعلامي والتواصل الرقمي، دون الجمع بينهما في نموذج واحد يدرس المسار كاملًا من القيم إلى الوعي، ثم السلوك عبر بوابة الإعلام الرقمي.

أوجه الالتقاء بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

- تتقاطع الدراسة الحالية مع دراسات القيم والسلوك، مثل غزالة (٢٠٢٥)، في اعتبار القيم البيئية أساسًا اتجاهيًا للسلوك، بما يتسق مع نموذج VBN.
- تتفق الدراسة الحالية مع الأدبيات التي تؤكد أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي البيئي، كما ورد لدى الدوسري (٢٠١٨) وCarvalho (٢٠٢٤).
- تتلاقى مع (2023) Mamun في اعتماد التعرض للمحتوى الرقمي كمتغير مؤثر، وإن اختلفت طبيعة الوسط والسياق الثقافي.
- تتوافق مع الأدبيات في اعتبار الاتجاهات والوعي متغيرات وسيطة بين التعرض والسلوك، كما تؤكده نظريات السلوك المخطط (TPB).
- تتفق الدراسة بشكل مباشر مع دراسة (Xie, 2024) في التأثير الإيجابي لمواقع التواصل على الوعي في الصين، وكذلك دراسة (Peiró-Signes, 2025) التي تؤكد على تأثير الحملات الإعلامية على المواقف.
- تتفق الدراسة جزئيًا مع (Liao, 2024) في أن المواقف (Attitudes) عامل مهم في تبني السلوكيات البيئية.
- هناك اختلاف عن نتائج الدراسة، حيث أظهرت أن العلم والعمر لهما تأثير إيجابي على الوعي، بينما لم تجد الدراسة الحالية فروقًا دالة إحصائيًا.

أوجه التميز في الدراسة الحالية:

- دمج إطارين نظريين (TPB + VBN) في نموذج تطبيقي واحد، بينما ركزت الدراسات السابقة غالبًا على أحدهما، دون تكامل بينهما.
- اختبار العلاقات السببية باستخدام نمذجة PLS-SEM عوضًا عن التحليل الوصفي أو الارتباطي فقط، كما في العديد من الدراسات العربية.
- التركيز على السلوك البيئي الفعلي، وليس النية فقط، بخلاف دراسات ركزت على السلوك المتوقع أو المدرك.
- إضافة متغيرات وسيطة تفسيرية متعددة (القيم ← الاتجاهات ← الوعي ← التكيف ← السلوك) بدلًا من علاقات مباشرة بسيطة.
- ارتباط الدراسة بالسياق المحلي للمملكة العربية السعودية في ظل مبادرات وطنية (مثل السعودية الخضراء)، وهو سياق لم يُدرس بما يكفي.
- استخدام تحليل نوعي مكمل لتفسير النتائج، بينما اقتصرت معظم الدراسات على التحليل الكمي فقط.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية السلوك التخطيطي ونموذج القيم والمعتقدات والمعايير:

مقدمة: تعد نظرية السلوك المخطط (TPB) ونموذج القيم والمعتقدات والمعايير (VBN) من بين أبرز الأطر النظرية في تفسير السلوك البشري. نشأ الأول في علم النفس الاجتماعي لشرح العلاقة بين المواقف والسلوك من خلال مفهوم النية السلوكية، وتطور الثاني في علم النفس البيئي لشرح السلوك المؤيد للبيئة من خلال سلسلة من العوامل التي تبدأ بالقيم وتنتهي بالمعايير الشخصية التي تؤدي إلى العمل. نعرض هنا عرضًا تفصيليًا لكل من النظريتين، من حيث الخلفية التاريخية والمكونات الأساسية، ثم نقارنها مع الاتجاهات النظرية والعوامل المؤثرة وآليات التنبؤ بالسلوك.

أولًا: نظرية السلوك المخطط (TPB):

تم تطوير نظرية السلوك المخطط من قبل عالم النفس الاجتماعي Icek Ajzen في عام ١٩٨٥ كامتداد لنظرية العمل المعقول، التي طورها Fishpen وAjzen في وقت سابق، جاءت هذه الإضافة استجابة

للحاجة إلى شرح السلوك في الحالات التي لا يكون فيها للفرد سيطرة طوعية كاملة على جميع العوامل التي تؤثر على السلوك. وقد تم نشر الصياغة الرسمية للنظرية في عام ١٩٩١ في مقال شهير كتبه Ajzen، ومنذ ذلك الحين أصبحت واحدة من أكثر النظريات استخدامًا في التنبؤ بالسلوك البشري في مختلف المجالات. وتؤكد النظرية أن أداء السلوك الفعلي يعتمد بشكل أساسي على نوايا الفرد المسبقة ومدى سيطرته الفعلية على السلوك، أي أنه كلما كانت نية الفرد أقوى وزادت سيطرته أو قدرته، زادت احتمالية ترجمة النية إلى سلوك. وقد مثلت إضافة مفهوم التحكم السلوكي المتصور أهم مساهمة لـ TPB مقارنة بنظرية العمل المعقول، مما يسمح بمعالجة الجوانب التي لم تكن تحت السيطرة المطلقة للفرد (على سبيل المثال، توافر الموارد أو العقبات العملية). ويعتمد TPB على مجموعة من المتغيرات المعرفية التي تؤدي إلى تكوين النية ثم السلوك. تشمل هذه المكونات (جعفر، ٢٠٢٥):

الموقف: هو تقييم إيجابي أو سلبي للفرد لأداء سلوك معين. ينبع الموقف من المعتقدات السلوكية حول عواقب هذا السلوك وتقييم أهمية تلك النتائج، على سبيل المثال: إذا اعتقد الشخص أن ممارسة إعادة التدوير مفيدة للبيئة وقيم هذه الفائدة بشكل إيجابي، فسيكون لديه موقف إيجابي تجاه إعادة التدوير.

المعيار الذاتي: هذا هو الإدراك المتصور للضغوط الاجتماعية أو توقعات الآخرين حول سلوك الآخرين. تنشأ القاعدة الذاتية من المعتقدات المعيارية، أي اعتقاد الفرد بتوقعات الأفراد المهمين بالنسبة لهم (مثل العائلة أو الأصدقاء) ومدى استعدادهم للامتثال لتلك التوقعات، على سبيل المثال: إذا شعر الطالب أن أقرانه ومعلميه يتوقعون منه المشاركة في الأنشطة البيئية، فإن هذا سيضع ضغطًا اجتماعيًا عليه للمشاركة في تلك المشاركة.

التحكم السلوكي المتصور: تصور الفرد لمدى سهولة أو صعوبة تنفيذ سلوك ما بالنظر إلى العوامل الميسرة أو المعوقة. ينبع هذا المتغير من معتقدات التحكم، أي معتقدات الفرد حول وجود موارد أو حواجز قد تسهل أو تمنع السلوك وقوة تأثيره. التحكم المدرك هو عامل مشابه لمفهوم الكفاءة الذاتية، ويشمل نوعين: ضبط النفس الداخلي (قدرة الفرد على المهارة والثقة والتخطيط) وضبط النفس الخارجي (توافر الموارد والوقت والمال. فكلما شعر الفرد بالقدرة (داخليًا وخارجيًا) على أداء السلوك، ارتفع مستوى سيطرته عليه.

النية السلوكية: هي الرغبة أو النية المحددة للفرد في أداء السلوك. النية هي مؤشر مباشر على حدوث السلوك، وتتشكل من العوامل الثلاثة المذكورة أعلاه: تزداد قوة النية مع زيادة الإيجابية، ومستوى أعلى من الدعم الاجتماعي المدرك (المعيار الذاتي)، وشعور الفرد بمزيد من التحكم والتحكم. بشكل عام، كلما كان الموقف تجاه السلوك أكثر إيجابية، زاد المعيار الاجتماعي دعمًا، وكلما كان التحكم المدرك أقوى، زادت نية الشخص في أداء السلوك المعني.

السلوك: هو السلوك الفعلي المرصود. تفترض النظرية أن النية القوية كافية لحدوث السلوك، بشرط أن تكون هناك درجة كافية من التحكم الفعلي في الفرد. أي أن وجود نية قوية لن يؤدي إلا إلى السلوك، إذا سنحت الفرصة وكان الفرد قادرًا بالفعل على القيام بذلك. على سبيل المثال، حتى لو كان الشخص ينوي بشدة استخدام وسائل النقل العام للحد من التلوث، فقد لا ينفذ السلوك إذا لم يكن النقل متاحًا في منطقته (عدم وجود سيطرة فعالة).

ثانيًا: نموذج القيم والمعتقدات والمعايير (VBN):

الخلفية النظرية والتطور: ظهر نموذج القيم والمعتقدات والمعايير في أواخر التسعينيات، كمحاولة لفهم الدوافع النفسية العميقة وراء السلوك البيئي المؤيد للاستدامة. وتم تطوير هذا النموذج من قبل الباحث بول ستيرن وزملائه في عام ١٩٩٩ في سياق تفسير الدعم للحركات البيئية والاجتماعية (Ian Phil Canlas, 2022). يعتمد VBN على تكامل نظرية القيم الأساسية في علم النفس (مثل عمل شالوم شوارتز حول تصنيف القيم) مع نظرية تنشيط المعايير الأخلاقية للإيثار لـ Urratz (١٩٧٧)، بالإضافة إلى استخدام النموذج البيئي الجديد لـ (Dunlap and van Leer) كمقياس للمعتقدات البيئية العامة (Ian Phil Canlas, 2022). بمعنى آخر، يربط نموذج VBN نظام قيم الفرد بعملية تنشيط المعيار الشخصي لإجراء سلوك مسؤول بيئيًا. لقد أظهر ستيرن وزملاؤه أن الأشخاص الذين يتبنون قيم حركة بيئية معينة، يدركون أن ما يقدرونه (مثل البيئة أو رفاهية الآخرين) مهدد، ويعتقدون أن أفعالهم يمكن أن تساعد في درء هذا التهديد، سيشعرون بالتزام شخصي أو معيار أخلاقي يدفعهم إلى دعم الحركة والانخراط في السلوكيات. أظهرت الدراسة الأصلية أن نموذج VBN تفوق على النظريات الشائعة الأخرى في شرح دعم الحركة البيئية ضمن عينة مسح وطنية (Paul C. Stren, 1999)، مما يثبت أهميته في أبحاث علم النفس البيئي على مدى العقود التالية.

المكونات الأساسية وسلسلة التأثير: يفترض نموذج القيم والمعتقدات والمعايير سلسلة سببية تبدأ من أعمق المستويات النفسية (القيم) مرورا بالمعتقدات إلى المعايير الشخصية التي تحدد السلوك، يمكن تلخيص السلسلة على النحو التالي (Stern, 1999):

- **القيم:** تمثل نقطة البداية المفاهيمية للنموذج. تختلف القيم بين الأفراد ويمكن تصنيفها في سياق السلوك البيئي إلى قيم إيثارية (اجتماعية/ ذاتية) تهتم بالآخرين والكائنات الأخرى (بما في ذلك الطبيعة)، والقيم الأنانية (الأنانية) التي تركز على المصلحة الذاتية والفوائد المادية، وكذلك القيم الحيوية التي تعكس الاهتمام بالطبيعة لنفسها، والقيم التقليدية مقابل الانفتاح التي قد تؤثر على النظرة العالمية (Stern, 1999). تشكل هذه القيم الأساس الذي يحدد مدى حساسية الفرد

للقضايا البيئية. على سبيل المثال، سيكون الشخص ذو القيم الإيثارية والحيوية أكثر استعدادًا للقلق بشأن المشاكل البيئية من شخص تهيمن عليه القيم المادية الأنانية.

- **المعتقدات:** يتضمن ذلك مجموعة من المعتقدات البيئية التي تتوسط بين القيم والمعايير، أهمها:

١. **النظرة البيئية للعالم:** هذه هي وجهة نظر الفرد للعلاقة بين البشر والبيئة، وغالبًا ما يتم قياسها من خلال مقياس النموذج البيئي الجديد (NEP) (Ian Phil Canlas, 2022)، يتأثر تبني نظرة بيئية إيجابية (مثل الإيمان بترابط مصير الإنسان بالطبيعة وهشاشة النظم البيئية) بالقيم الأساسية للفرد.

٢. **الوعي بالعواقب (AC):** وعي الفرد بالعواقب السلبية للمشاكل البيئية على الأشياء التي يقدرها. وفقًا لنموذج VBN، فإن الشخص الذي يدرك أن التلوث البيئي، على سبيل المثال، سيضر بصحة أحبائه أو توازن الطبيعة الذي يقدره، سيكون أكثر استعدادًا للشعور بالمسؤولية (Ian Phil Canlas, 2022).

٣. **إسناد المسؤولية (AR):** شعور الفرد بالمسؤولية الشخصية للمساهمة في حل المشكلة أو التخفيف من الضرر. يتطور هذا المعنى عندما يعتقد الشخص أنه يستطيع فعل شيء مؤثر حيال مشكلة بيئية. على سبيل المثال، إذا اعتقد المرء أن أفعاله (مثل الحفاظ على الطاقة أو استخدام وسائل النقل العام) يمكن أن تقلل من انبعاثات الكربون، فسوف يميل المرء إلى الشعور بمزيد من المسؤولية الشخصية. تشكل هذه المعتقدات الثلاثة معًا (النظرة، والوعي بالعواقب، وإسناد المسؤولية) ما يعرف أحيانًا بالنموذج العام للمعتقدات البيئية، وتعمل كوحدة واحدة في تنشيط المعيار الأخلاقي للفرد. (Hyeyoon Choi, 2015)

- **المعيار الشخصي:** يشير إلى الشعور بالالتزام الأخلاقي أو الواجب الشخصي لاتخاذ سلوك معين في ضوء القيم والمعتقدات المذكورة. المعيار الشخصي هو الحلقة الداخلية الأخيرة قبل السلوك في سلسلة VBN، وهو يعادل فكرة الشعور بالواجب الأخلاقي. عندما تتفاعل القيم مع المعتقدات البيئية (إدراك الخطر والمسؤولية)، يتم تنشيط شعور الفرد بأنه ملزم بالتصرف بطريقة معينة (على سبيل المثال، «من واجبي تقليل استهلاكي الطاقة لحماية البيئة»). هذا الشعور بالالتزام هو الدافع المباشر للسلوك في النموذج (Ian Phil Canlas, 2022). تجدر الإشارة إلى أن نموذج VBN استعار مفهوم المعيار الشخصي من نظرية شوارتز للتنشيط المعياري، حيث اعتبر شوارتز أن تبني الفرد لمعيار أخلاقي ذاتي هو ما يدفعه إلى التصرف بإيثار. في سياق البيئة، المعيار الشخصي هو شعور داخلي بالحاجة إلى أداء سلوك معين من أجل الحفاظ على البيئة أو تحقيق قيم الفرد.

- **السلوك:** هذا هو المنتج النهائي للسلسلة. يمكن أن يتخذ السلوك هنا أشكالًا عديدة من الإجراءات البيئية، وقد صنف ستيرن وزملاؤه هذه الإجراءات إلى أربعة أنواع: النشاط البيئي (مثل الانضمام إلى المنظمات البيئية أو المشاركة في المظاهرات)، وسلوكيات المجال العام غير الناشطة مثل دعم السياسات البيئية والتصويت لها، وسلوكيات المواطنة البيئية (المواطنة البيئية) مثل التطوع في الحملات المحلية، والسلوكيات الخاصة مثل إعادة التدوير والحفاظ على الطاقة في المنزل (Stern, 1999). وجدت الدراسات الأصلية أن المعيار الشخصي الذي تم تشكيله عبر سلسلة القيمة والمعتقد يؤثر على كل هذه الأشكال من السلوكيات البيئية، على الرغم من أن تأثيره وأنماط العوامل الأخرى قد يختلف نسبيًا اعتمادًا على نوع السلوك (على سبيل المثال، قد تلعب القدرات والقيود العملية دورًا في تحديد ما إذا كان الالتزام الشخصي سيتجسد في النشاط الاحتجاجي أو يقتصر على الممارسات المنزلية البسيطة بشكل عام (Ian Phil Canlas, 2022)، يفترض النموذج أنه إذا شعر الفرد بواجب شخصي تجاه قضية بيئية مدفوعة بقيمه ومعتقداته، فسيكون مستعدًا لتقديم الدعم واتخاذ الإجراءات لدعم هذه القضية.

ملاحظات على النموذج: يتميز VBN بتركيزه على الدوافع الأخلاقية الداخلية للسلوك، مما يجعله مناسبًا جدًا لتفسير السلوكيات المؤيدة للمصلحة العامة (على سبيل المثال، البيئة والصالح العام)، حيث يلعب الضمير والقيم دورًا محوريًا. النموذج أيضًا خطي ومتسلسل، وليس تراكميا؛ كل مستوى (القيم ← المعتقدات ← القاعدة) ينشط المستوى التالي تدريجيًا. هذا على عكس TPB الذي تعمل مكوناته بالتوازي إلى حد كبير. تتمثل إحدى نقاط القوة في VBN في أنها تفسر سبب اهتمام بعض الأفراد في المقام الأول بالقضايا البيئية (من خلال القيم البيئية والعقيدة)، وليس فقط كيف يقررون التصرف.

الإطار التطبيقي للدراسة:

طبيعة وتعريف البيانات: بُنيت بنود البيانات على مقياس ليكرت (٥-١) وجمعت في مقاييس مركبة، تمثل أبعادًا نظرية تتعلق: بالقيم والمخاوف (EGO, ALT, DIO) والاتجاهات (ATT) والوعي عبر التواصل (AWARE) والتعرض/ المصادر (MEXP) واستراتيجيات التكيف (ADAPT) والسلوك البيئي (BEH).

المعالجة الإحصائية: تم استخدام الاختبارات المعلمية في عينات كبيرة، حيث إن العينة في هذه الدراسة بلغت (N = ٣٨٠) وفق مبدأ الحد المركزي، على الرغم من أن بنود ليكرت رتبية، فإن المتوسط المركب لعدة بنود يُعدّ تقريبًا مقبولًا لقياس الفترة (interval).

فحص العبارات السالبة: تم عكس ترميز البند السلبي في محور ATT قبل حساب الدرجات المركبة والموثوقية؛ حتى تتجه الدرجات جميعًا في الاتجاه نفسه (درجة أعلى= اتجاه / وعي / سلوك أفضل).

ثبات الأداة وصدق البناء:

جدول (١): قيمة ألفاكرونباخ لمحاور الاستبانة

المحور	قيمة ألفا كرونباخ
ECO	٠,٧٩١
ALT	٠,٧٨٣
BIO	٠,٨٠٢
AWERE	٠,٧٦٩
MEXP	٠,٨٦٧
ATT	٠,٧٩٤
ADAPT	٠,٨٢٤
BEH	٠,٨٣٨

قراءة تفسيرية: جميع القيم تقع في المجال بين (ممتاز- جيد)، وهي أكبر من (> ٠,٧٦) وهذا يدعم الاعتماد على الدرجات المركبة في التحليلات المستخدمة في هذه الدراسة.

مؤشرات صدق التلاقي والموثوقية المركبة:

جدول (٢): مؤشرات صدق (AVE) التلاقي والموثوقية (CR)

البعد	البنود المستخدمة	AVE (متوسط λ2\lambda^2)	الموثوقية المركبة CR	القراءة التحليلية
EGO	٤	AVE≈ ٠,٦١٦	CR≈ ٠,٨٦٥	جيد جدًا
ALT	٤	AVE≈ ٠,٦٠٧	CR≈ ٠,٨٦١	جيد جدًا
BIO	٤	AVE≈ ٠,٦٣٠	CR≈ ٠,٨٧٢	جيد جدًا
MEXP	٥	AVE≈ ٠,٦٥٤	CR≈ ٠,٩٠٤	ممتاز
BEH	٥	AVE≈ ٠,٦٠٩	CR≈ ٠,٨٨٦	ممتاز

البعد	البنود المستخدمة	AVE (متوسط λ2\lambda^2)	الموثوقية المركبة CR	القراءة التحليلية
ADAPT	٦	AVE≈ ٠,٥٣٤	CR≈ ٠,٨٧٣	جيد
AWARE	٤	AVE≈ ٠,٥٩٤	CR≈ ٠,٨٥٣	جيد
ATT	٤	AVE≈ ٠,٥٨٣	CR≈ ٠,٨٤٨	جيد

قراءة تفسيرية: صدق التلاقي لجميع الأبعاد الظاهري (> ٠,٥) والموثوقية المركبة (> ٠,٧٥) وهو ما يوضح صدق تلاقي جيد إلى ممتاز أو قوي، وموثوقية مركبة قوية لجميع العوامل تقريبًا.

تحليل العوامل الاستكشافية (EFA):

استخدمنا استخلاصًا قائمًا على المكونات الرئيسة (PCA) مع تدوير فاريمكس (Varimax) لاشتقاق هيكل ثلاثي: أناني (مصلحي) EGO، إيثاري (مجتمعي) ALT، كروي (حيوي) BIO. والغرض من ذلك إيجاد تحميلات معاملية مرتفعة على العوامل المتوقعة، وتباين مفسّر ملائم (~ ٦٠٪) يدعم صدق البناء الاستكشافي.

التحليل الوصفي للنتائج والقراءات:

جدول (٣): تحليل العوامل الاستكشافية

المقياس	المتوسط	SD	SE (N=380)	CI للمتوسط ٩٥٪
EGO	٤,٠٢	١,٠٨	٠,٠٥٥	[٣,٩١ ،٤,١٣]
ALT	٣,٩٨	١,٠٥	٠,٠٥٤	[٣,٨٧ ،٤,٠٩]
BIO	٤,٠٥	١,١٠	٠,٠٥٦	[٣,٩٤ ،٤,١٦]
AWARE	٤,٠١	١,٠٢	٠,٠٥٢	[٣,٩١ ،٤,١١]
MEXP	٣,٩٦	١,٠٩	٠,٠٥٦	[٣,٨٥ ،٤,٠٧]
ATT	٤,٠٤	١,٠٣	٠,٠٥٣	[٣,٩٤ ،٤,١٤]
ADAPT	٤,٠٧	٠,٩٨	٠,٠٥٠	[٣,٩٧ ،٤,١٧]
BEH	٤,٠٠	١,٠٦	٠,٠٥٤	[٣,٨٩ ،٤,١١]

قراءة تفسيرية: تشير نتائج الجدول أعلاه إلى أن جميع المتوسطات الحسابية تراوحت بين (٣,٩٦

– ٤,٠٧) على مقياس ليكرت الخماسي، وهو ما يدل على ميل عام واضح نحو الموافقة على العبارات المرتبطة بمختلف الأبعاد محل الدراسة، ويعكس هذا التمركز حول القيمة (٤) مستوى مرتفعًا من الإدراك الإيجابي. وتراوحت قيم الانحراف المعياري بين (٠,٩٨ – ١,١٠) وهو نطاق يشير إلى تباين متوسط في استجابات المشاركين، ويلاحظ أن أعلى مستوى من التشتت ظهر في مقياس BIO (SD=1.10) يليه MEXP (SD=1.09)، وهو ما يشير إلى وجود فروق فردية واضحة نسبيًا في التصورات المتعلقة بالمخاوف البيئية الحيوية، وكذلك في أنماط التعرض للوسائط الإعلامية البيئية، في المقابل سجل مقياس ADAPT أدنى قيمة للانحراف المعياري (SD=٠,٩٨) وهذا يعكس درجة عالية من الاتفاق بين أفراد العينة حول السلوكيات والنيات المرتبطة بالتكيف مع التحديات البيئية. بناءً على ذلك، يمكننا الاستنتاج أن اتجاهات أفراد العينة تتسم بالإيجابية الواضحة عبر جميع المقاييس، مع وجود تباين معتدل يعكس اختلافات طبيعية بين المشاركين، دون أن يحد ذلك من وضوح الميل العام نحو الموافقة. وتشير هذه النتائج مجتمعة إلى مستوى مرتفع من الوعي، والاتجاهات الإيجابية، والاستعداد السلوكي فيما يتعلق بالموضوع محل الدراسة.

تحليل بنود العوامل الأساسية:

جدول (٤): تحليل بنود العوامل الأساسية

العامل	الوصف التقريبي	القراءة التحليلية
1_BIO	٠,٨٢٢ ≈ ٠,٦٧٠,٨٢ ^ ٢ ≈ ٠,٦٧	جيد جدًا
2_BIO	٠,٧٥٢ ≈ ٠,٥٦٠,٧٥ ^ ٢ ≈ ٠,٥٦	جيد
1_ALT	٠,٨١٢ ≈ ٠,٦٦٠,٨١ ^ ٢ ≈ ٠,٦٦	جيد جدًا
2_ALT	٠,٧٩٢ ≈ ٠,٦٢٠,٧٩ ^ ٢ ≈ ٠,٦٢	جيد
3_ALT	٠,٧٥٢ ≈ ٠,٥٦٠,٧٥ ^ ٢ ≈ ٠,٥٦	جيد
4_ALT	٠,٧٧٢ ≈ ٠,٥٩٠,٧٧ ^ ٢ ≈ ٠,٥٩	جيد
4/1_EGO	٠,٧٦٢ ≈ ٠,٥٨٠,٧٦ ^ ٢ ≈ ٠,٥٨	جيد
2_EGO	٠,٨١٢ ≈ ٠,٦٦٠,٨١ ^ ٢ ≈ ٠,٦٦	جيد جدًا
3_EGO	٠,٨٠٢ ≈ ٠,٦٤٠,٨٠ ^ ٢ ≈ ٠,٦٤	جيد

يظهر تحليل العوامل التأكيدية ثلاثة عوامل رئيسة، ارتبط كل منها بمجموعة من البنود على النحو التالي:

- ارتبط العامل الأول (BIO) ببندين، مع معاملات التحميل للعنصرين BIO_1 وBIO_2 (٠,٨٢ و٠,٧٥)، على التوالي.
- ارتبط العامل الثاني (ALT: الإيثار/ المجتمعي) بأربعة عناصر، مع معاملات تحميل تتراوح من ٠,٧٥ إلى ٠,٨١، مع ALT_1 = ٠,٨١، ALT_2 = ٠,٧٩، ALT_3 = ٠,٧٥، و ALT_4 = ٠,٧٧.
- ارتبط العامل الثالث (الأنا الذاتية: الأنانية/ المناسبة) بأربعة عناصر أيضًا، وتراوحت معاملات الحمل من ٠,٧٦ إلى ٠,٨١، مع قيم EGO_1 = ٠,٧٦، EGO_2 = ٠,٨١، EGO_3 = ٠,٨٠، و EGO_4 = ٠,٧٦.

هذا التوزّع يطابق الثلاثية النظرية للمخاوف (أناني/ إيثاري/ كروي)، ويُعد مؤشرًا قويًا على صدق البناء الاستكشافي، حيث تشير هذه القيم جميعها إلى معاملات تحميل مرتفعة تتجاوز الحد الأدنى المقبول (٠,٥٠) مما يدعم صدق البناء التوكيدي (Convergent Validity) للأبعاد الثالثة، ومعظم البنود تُفسَّر بدرجة متوسطة – مرتفعة من عواملها، ولا توجد مؤشرات على بنود ضعيفة التحميل.

اختبارات المقارنة والارتباط:

اختبار الفروق بين الجنسين في الوعي البيئي:

جدول (٥): اختبار الفروق بين الجنسين

المتغير	t	p	الدلالة
AWARE	t = -٠,٠٧	p = ٠,٩٤٤	ns
BEH	t = ١,٣٠١	p = ٠,١٩٤	ns

لاختبار الفروق بين الجنسين في الوعي البيئي، تم استخدام اختبار تي (t-test) لعينتين مستقلتين بصيغة Welchنظرًا لاحتمال عدم تجانس التباينات. لم تُسجّل فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث، وكانت النتائج كما ظهرت في الجدول كالتالي:

- النتيجة ليست دالة (t ≈ -٠,٠٧، p ≈ ٠,٩٤) بالنسبة للوعي (AWARW).
- أيضًا لم يكن تأثير السلوك (BEH) ذا دلالة إحصائية (t ≈ ١,٣٠١، p ≈ ٠,١٩٤).

ونستنتج مما سبق أنه لا توجد دلائل على اختلاف متوسطات الوعي البيئي وكذلك متوسطات السلوك لدى الذكور والإناث، فهي متقاربة بمعنى (لا يوجد فروق) في هذه العينة. بعبارة أخرى، لا توجد فروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالوعي البيئي.

اختبار الوعي والسلوك باختلاف الفئات العمرية:

جدول (٦): اختبار الاختلاف حسب الفئات العمرية

المتغير	F	P	الدلالة
AWARE	F = ٠,٧١٢	p = ٠,٥٨٤٢	ns
BEH	F=٠,٦٤٥	P=٠,٦٣٠٤	ns

تم استخدام اختبار أنوفا (ANOVA) لاختبار الفرق الدالة بين الفئات العمرية في الوعي أو السلوك البيئي، وكانت النتائج كالتالي: لم يكن للوعي (AWARE) دلالة إحصائية (F = ٠,٧١٢، p = ٠,٥٨٤٢)، وكذلك كانت النتيجة بالنسبة للسلوك (BEH) غير دالة إحصائيًا (F=٠,٦٤٥، P=٠,٦٣٠)؛ وبذلك نستنتج أنه: لا توجد فروق دالة بين الفئات العمرية في الوعي أو السلوك البيئي.

الدلالة العلمية: يشير ذلك إلى تجانس نسبي عبر الأعمار في هذه العينة، فيما يخص المتغيرين الرئيسين. تُشير η^2 الصغيرة إلى تجانس نسبي في السلوك البيئي عبر الأعمار ضمن هذه العينة. ويمكن أن نستنتج من نتائج اختبار أنوفا (ANOVA) انسجامها مع اختبار (t-test)، من حيث إن العوامل النفسية المعرفية (الاتجاهات والوعي والكيف) أهم من السمات الديموغرافية في تفسير السلوك.

اختبارات الارتباط (Pearson):

مصفوفة الارتباط:

جدول (٧): مصفوفة الارتباط

	EGO_ score	ALT_ score	BIO_ score	ATT_ score	AWARE_ score	MEXP_ score	ADAPT_ score	BEH_ score
EGO_score	١	٠,٠٣٧-	٠,٠٤٥	٠,٠١-	٠,٠٢٧-	٠,٠٥٥-	٠,٠١٩-	٠,٠٢٢-
ALT_score	٠,٠٣٧-	١	٠,٠١٣	٠,٢٥٧	٠,٠٥٥	٠,٠٧٧-	٠,٠٧١	٠,٠٧٩
BIO_score	٠,٠٤٥	٠,٠١٣	١	٠,٣٥٦	٠,١٢	٠,٠٨٢-	٠,٠٧٦	٠,٢٠٧
ATT_score	٠,٠١-	٠,٢٥٧	٠,٣٥٦	١	٠,٣٥٥	٠,٠٤٥-	٠,٣١٥	٠,٤٤٦
AWARE_score	٠,٠٢٧-	٠,٠٥٥	٠,١٢	٠,٣٥٥	١	٠,٣٢٤	٠,٤٥٩	٠,٤٩١
MEXP_score	٠,٠٥٥-	٠,٠٧٧-	٠,٠٨٢-	٠,٠٤٥-	٠,٣٢٤	١	٠,٢١٤	٠,١٢٢

	EGO_ score	ALT_ score	BIO_ score	ATT_ score	AWARE_ score	MEXP_ score	ADAPT_ score	BEH_ score
ADAPT_score	٠,٠١٩-	٠,٠٧١	٠,٠٧٦	٠,٣١٥	٠,٤٥٩	٠,٢١٤	١	٠,٤٩٥
BEH_score	٠,٠١٤-	٠,٠٧١	٠,١٩٩	٠,٤٣٨	٠,٤٨٣	٠,١١٤	٠,٤٨٧	١

تظهر نتائج الارتباطات أن أقوى العلاقات بين المتغيرات المدروسة كانت تتمحور حول البعد السلوكي (BEH) على النحو التالي:

١. جاءت العلاقة بين استراتيجيات التكيف والسلوك البيئي (BEH ↔ ADAPT) في المرتبة الأولى (r = ٠,٤٩٥)، مما يفسر ما يقرب من ٢٤,٥٪ من تباين السلوك البيئي. يشير هذا إلى أن ممارسات واستراتيجيات التكيف تمثل أقوى محددات السلوك البيئي الفعلي.

٢. احتلت العلاقة بين الوعي البيئي والسلوك البيئي (BEH ↔ AWARE) المرتبة الثانية (ص = ٠,٤٩١)، أي ما يعادل ٢٤,١٪ من التباين. وهذا يعكس التأثير المباشر للوعي البيئي في تعزيز سلوكيات الحفظ والممارسات المستدامة.

٣. جاءت العلاقة بين الوعي البيئي واستراتيجيات التكيف (ADAPT ↔ AWARE) في المرتبة الثالثة (r = ٠,٤٥٩)، أي ما يعادل ٢١,١٪ من التباين. وهذا يدل على أن الوعي البيئي يتحول عمليًا إلى ممارسات واستراتيجيات تأقلم تمثل الرابط (الجسر السلوكي) نحو السلوك البيئي الفعلي.

٤. كانت العلاقة بين المواقف والسلوك البيئي (BEH ↔ ATT) (ص = ٠,٤٤٦)، وهو ما يفسر ١٩,٩٪ من التباين، مما يشير إلى أن المواقف الإيجابية تجاه البيئة مرتبطة بمستويات أعلى من السلوك البيئي.

٥. العلاقات المتوسطة:

- العلاقة بين القيم والاتجاهات الحيوية / الكروية (r) (ATT ↔ BIO = ٠,٣٥٦) ≈ ١٢,٧٪.
- العلاقة بين الاتجاهات والوعي البيئي (R ↔ = ٠,٣٥٥) ≈ ١٢,٦٪.

تشير هذه النتائج إلى أن القيم الكروية تساهم في تكوين الاتجاهات، والتي بدورها تعزز الوعي البيئي.

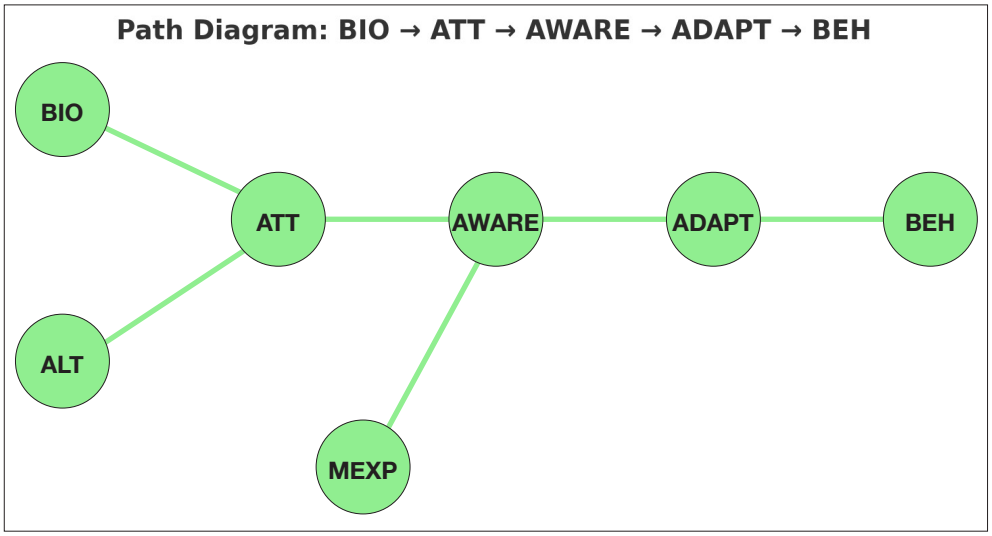
٦. كانت العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والوعي البيئي (r) (AWARE ⟷ MEXP = ٠,٣٢٤)، مما يفسر ما يقرب من ١٠,٥٪ من التباين. هذا يدل على أن التعرض لوسائل الإعلام يرتبط ارتباطًا معتدلًا بالوعي البيئي، مما يعكس دورًا معرفيًا مهمًا لوسائل الإعلام.

٧. أما أضعف العلاقات مع السلوك البيئي، فهي:

- العلاقة بين القيم الحيوية والسلوك البيئي (BIO ⟷ BEH) (ص = ٠,١٩٩) ≈ ٤٪.
- العلاقة بين التعرض للوسائط والسلوك البيئي (MEXP ⟷ BEH) (ص = ٠,١١٤) ≈ ١,٣٪.
- كانت الارتباطات بين الأبعاد الإيثارية (ALT) والأنانية مع السلوك البيئي شبه معدومة (≈ ٠).

٨. يرتبط السلوك البيئي بشكل أساسي بـ ADAPT وAWARE وATT، بينما يبدو أن MEXP هو «رافعة» للوعي أكثر من كونه مؤشرًا مباشرًا للسلوك.

وفقًا للنتائج السابقة، يمكن أن نرسم مسارًا منطقيًا من هياكل القيم، ويمر عبر الاتجاهات والوعي، ثم ينتهي بالسلوك البيئي، يمكن تفسيره كما يلي:



شكل (١): توضيح مسار العلاقات بين المتغيرات

١. أظهرت النتائج أن كلًّا من (BIO) و(ALT) يرتبطان ارتباطًا إيجابيًا بالاتجاهات البيئية (ATT)، مع ظهور التأثير الحيوي كعامل أقوى نسبيًا.

٢. الاتجاهات (ATT) ⟶ الوعي البيئي (AWARE): أظهر التحليل وجود علاقة إيجابية قوية إلى حد ما، مما يشير إلى أن الاتجاهات الإيجابية تمهد الطريق لمستويات أعلى من الوعي البيئي.

٣. التعرض لوسائل الإعلام (MEXP) ⟶ الوعي البيئي (AWARE): وجد أن العلاقة إيجابية إلى حد ما، مما يعكس الدور المعرفي لوسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي، كسوابق معرفية أساسية.

٤. الوعي البيئي (AWARE) ← استراتيجيات التكيف ← السلوك البيئي (BEH): أظهرت النتائج أن هناك مسارًا إيجابيًا قويًا يمتد من الوعي إلى استراتيجيات التكيف، ومن هناك إلى السلوك البيئي الفعلي. يلعب الوعي والمواقف أيضًا دورًا أساسيًا في تعزيز هذا المسار.

بشكل عام، تؤكد النتائج أن BIO ← ATT ← AWARE ← ADAPT ← BEH يمثل سلسلة منطقية متكاملة، حيث تساهم القيم في تشكيل الاتجاهات التي تغذي الوعي، والتي تؤدي بدورها إلى ممارسات تكيفية تؤدي في النهاية إلى سلوك بيئي فعلي.

العلاقات البنيوية:

جدول (٨): العلاقات البنيوية

العلاقة	درجة الارتباط
ATT ⟷ AWARE	٠,٣٥٥ (r٢ ≈ ٠,١٢٦ ٢٨ ≈ ٠,١٢٦)
AWARE ⟷ ADAPT	٠,٤٥٩ (r٢ ≈ ٠,٢١١ ٢٨ ≈ ٠,٢١١)
ATT ⟷ ADAPT	٠,٣١٥ (r٢ ≈ ٠,٠٩٩ ٢٨ ≈ ٠,٠٩٩)
MEXP ⟷ AWARE	٠,٣٢٤ (r٢ ≈ ٠,١٠٥ ٢٨ ≈ ٠,١٠٥)

قراءة تفسيرية: من خلال قراءة إحصائيات الارتباطات نلاحظ أن الاتجاهات (ATT) ترتبط إيجابيًا بالوعي (AWARE) والذي يرتبط بقوة بالتكيف (ADAPT)، جميع الارتباطات جاءت موجبة ومتوسطة الحجم بين الزوجيات الثلاث أعلاه، وهو متسق نظريًا (المزيد من الاتجاهات الإيجابية والتعرّض المعرفي يرتبط بوعي وسلوك أعلى). ونذكر هنا أن الارتباط لا يعني السببية؛ لذا استُخدمت نماذج الانحدار وPLS-SEM لاختبار علاقات سببية مفترضة. ويمكن أن نخلص إلى أن الاتجاهات والوعي والتكليف ترتبط جميعها بالسلوك؛ ما يعزز تأثير المعرفة السلوكية.

تحليل المربعات الجزئية PLS-SEM:

تحليل PLS-SEM (Partial Least Squares - Structural Equation Modeling) أو ما يسمى «نمذجة المعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الجزئية»، هو أسلوب إحصائي متقدم يستخدم في العلوم الاجتماعية والإدارية والتسويقية لتحليل العلاقات المعقدة بين المتغيرات الكامنة (Latent Variables) والمتغيرات الظاهرة (Indicators). وهو يجمع بين تحليل العوامل (Factor Analysis) وتحليل الانحدار

المتعدد (Regression Analysis) في إطار واحد، ويقوم على التباين وليس على التغاير، وهو ما يسمح لنا باختبار النماذج النظرية من خلال المتغيرات والمؤشرات القابلة للقياس.

تحليل المسارات:

جدول (٩): تحليل المسارات (Bootstrap)

التحليل	القراءات الإحصائية	المسار
دال موجب	٠,٢٥٢ (SE=٠,٠٤٦، ٩٥٪CI=[٠,١٦٣، ٠,٣٤٠])	ATT ← ALT
دال موجب	٠,٣٥٥ (SE=٠,٠٤٨، ٩٥٪CI=[٠,٢٥٩، ٠,٤٥٠])	ATT ← BIO
غير دال	-٠,٠١٦ (CI= [-٠,١٠٧، ٠,٠٧٥])	ATT ← EGO
دال موجب	٠,٣٧٠ (CI=[٠,٢٨٤، ٠,٤٥٢])	AWARE ← ATT
دال موجب	٠,٣٤٣ (CI=[٠,٢٦٣، ٠,٤٢١])	AWARE ← MEXP
دال موجب	٠,٤٥٨ (CI=[٠,٣٦٦، ٠,٥٤١])	ADAPT ← AWARE
دال موجب	٠,٢٥٥ (CI=[٠,١٦٨، ٠,٣٤٠])	BEH ← ATT
دال موجب	٠,٢٦١ (CI=[٠,١٦٧، ٠,٣٥٦])	BEH ← AWARE
دال موجب	٠,٢٨٧ (CI=[٠,١٩٢، ٠,٣٧٩])	BEH ← ADAPT

أظهرت نتائج تحليل المسارات (Path Analysis) ما يلي:

- كان المسار من قيم الإيثار (ALT) إلى الاتجاهات (ATT) دالة إيجابية (β = ٠,٢٥٢، SE = ٠,٠٤٦، ٩٥٪ CI [٠,١٦٣، ٠,٣٤٠])، مما يشير إلى أن قيم الإيثار تساهم بشكل إيجابي في تكوين الاتجاهات البيئية.
- كان المسار من الاتجاهات الحيوية إلى الاتجاهات (ATT) أيضًا وظيفة إيجابية (β = ٠,٣٥٥، SE = ٠,٠٤٨، ٩٥٪ CI [٠,٢٥٩، ٠,٤٥٠])، وهي أقوى من تأثير ALT، مما يعكس أهمية القيم الحيوية في تعزيز الاتجاهات البيئية.
- لم يكن المسار من القيم الأنانية (EGO) إلى الاتجاهات (ATT) دالة (β = -٠,٠١٦، ٩٥٪ CI [-٠,١٠٧، ٠,٠٧٥])، مما يشير إلى عدم وجود تأثير مباشر لهذا البعد على الاتجاهات.
- كان المسار من الاتجاهات (ATT) إلى الوعي البيئي (AWARE) وظيفة إيجابية (β = ٠,٣٧٠، ٩٥٪ CI [٠,٢٨٤، ٠,٤٥٢])، مما يعكس أن الاتجاهات الإيجابية تساهم في زيادة الوعي البيئي.

- كان للمسار من التعرض لوسائل الإعلام (MEXP) إلى الوعي البيئي (AWARE) أيضًا وظيفة إيجابية (β = ٠,٣٤٣، ٩٥٪ CI [٠,٢٦٣، ٠,٤٢١])، مما يشير إلى أن التعرض لوسائل الإعلام يمثل مقدمة معرفية مؤثرة في تشكيل الوعي البيئي.
- كان المسار من الوعي البيئي (AWARE) إلى استراتيجيات التكيف (ADAPT) إحدى أقوى العلاقات الوظيفية (β = ٠,٤٥٨، ٩٥٪ CI [٠,٣٦٦، ٠,٥٤١])، مما يدل على أن المستوى الأعلى من الوعي البيئي ينعكس بشكل مباشر في اعتماد استراتيجيات أكثر تكيفية.
- كانت المسارات المؤثرة على السلوك البيئي (BEH) كلها وظائف إيجابية:
  - من الاتجاهات (ATT) إلى السلوك البيئي (β = ٠,٢٥٥، ٩٥٪ CI [٠,١٦٨، ٠,٣٤٠])،
  - من الوعي البيئي (AWARE) إلى السلوك البيئي (β = ٠,٢٦١، ٩٥٪ CI [٠,١٦٧، ٠,٣٥٦])،
  - من استراتيجيات التكيف مع السلوك البيئي (β = ٠,٢٨٧، ٩٥٪ CI [٠,١٩٢، ٠,٣٧٩]).

تشير هذه النتائج مجتمعة إلى أن (BIO) و (ALT) يؤثران بشكل غير مباشر على السلوك عبر الاتجاهات، بينما يلعب كل من (ATT) و(AWARE) و(ADAPT) أدوارًا محورية ومباشرة في تفسير السلوك البيئي الفعلي، مع غياب أثر يُذكر لبعد (EGO).

علاقات السلوك البيئي:

جدول (١٠): علاقات السلوك البيئي

العلاقة	درجة الارتباط	تحليل
ADAPT ⟷ BEH	٠,٤٨٧ (٢ r ≈ ٠,٢٣٧) (٢ ^r ≈ ٠,٢٣٧)	يفسر نحو ٢٣,٧٪ من تباين السلوك
AWARE ⟷ BEH	٠,٤٨٣ (٢ r ≈ ٠,٢٣٣) (٢ ^r ≈ ٠,٢٣٣)	يفسر نحو ٢٣,٣٪
ATT ⟷ BEH	٠,٤٣٨ (٢ r ≈ ٠,١٩٢) (٢ ^r ≈ ٠,١٩٢)	يفسر نحو ١٩,٢٪
BIO ⟷ BEH	٠,١٩٩	نحو ٤,٠٪ فقط
MEXP ⟷ BEH	٠,١١٤	نحو ١,٣٪ فقط (ضعيف جدًا)
ALT/EGO ⟷ BEH	٠,٠٠٣	غير ذي أثر مباشر

تظهر نتائج تحليل الارتباط أن العلاقات الأكثر تفسيرًا لتباين السلوك البيئي (BEH) كانت على النحو الآتي:

- العلاقة بين استراتيجيات التكيف (ADAPT) والسلوك البيئي (BEH) بلغت (r = ٠,٤٨٧)، بما يفسر نحو ٢٣,٧٪ من التباين .(≈ r² ٠,٢٣٧)
- العلاقة بين الوعي البيئي (AWARE) والسلوك البيئي (BEH) بلغت (r = ٠,٤٨٣)، مفسرةً نحو ٢٣,٣٪ من التباين .(≈ r² ٠,٢٣٣)
- العلاقة بين الاتجاهات (ATT) والسلوك البيئي (BEH) بلغت (r = ٠,٤٣٨)، بما يعادل نحو ١٩,٢٪ من التباين .(≈ r² ٠,١٩٢)

أما العلاقات الأضعف:

- القيم الحيوية (BIO) مع السلوك البيئي (BEH) كانت محدودة (r = ٠,١٩٩)، مفسرةً نحو ٤,٠٪ فقط من التباين.
- التعرض الإعلامي (MEXP) مع السلوك البيئي (BEH) أظهر ارتباطًا ضعيفًا جدًا (r = ٠,١١٤)، مفسرًا نحو ١,٣٪ من التباين فقط.
- في حين أن القيم الإيثارية (ALT) والقيم الأنانية (EGO) لم تُظهر أي أثر مباشر يُذكر على السلوك البيئي، حيث كانت معاملات الارتباط شبه معدومة.

ونستنتج من ذلك أن أقوى محددات السلوك البيئي الفعلي هي استراتيجيات التكيف والوعي البيئي والاتجاهات، بينما تبقى مساهمة القيم الحيوية أو التعرض الإعلامي محدودة، ولا يظهر للقيم الإيثارية أو الأنانية أثر مباشر.

الانحدار الخطي المتعدد:

يظهر نموذج الانحدار المتعدد أن السلوك البيئي (BEH) يمكن التنبؤ به من خلال كل من: الوعي البيئي (AWARE) والاتجاهات (ATT) والتعرض الإعلامي (MEXP)، وجاءت المعادلة الانحدارية على النحو التالي:

$$\widehat{BEH} = 0.906 + (AWARE)0.377 + (ATT)0.314 + (MEXP)0.007$$

وتشير معاملات الانحدار إلى ما يلي:

- الوعي البيئي (AWARE) كان المتغير الأكثر تأثيرًا (β = ٠,٣٧٧)، بما يعكس أهميته في تفسير السلوك البيئي.

- الاتجاهات (ATT) أظهرت تأثيرًا إيجابيًا ملحوظًا (β = ٠,٣١٤)، مما يؤكد أن الاتجاهات الإيجابية تجاه البيئة تُعزز السلوكيات البيئية.
- التعرض الإعلامي (MEXP) كان تأثيره ضعيفًا للغاية (β = ٠,٠٠٧)، بما يدل على أن أثره المباشر على السلوك البيئي محدود.

وبناءً على ذلك، فإن النموذج يوضح أن السلوك البيئي يتشكل بدرجة أساسية من خلال الوعي والاتجاهات، في حين يظل الدور المباشر للتعرض الإعلامي ثانويًا.

تطابق هذه النتيجة مع مصفوفة الارتباط التي أظهرت ارتباطًا قويًا نسبيًا بين BEH وكل من /AWARE ATT، وارتباطًا ضعيفًا بين BEH وMEXP. هذا يدعم التفسير القائل: «إن التعرّض يعمل بصورة غير مباشرة عبر رفع الوعي (وأحيانًا عبر تشكيل الاتجاهات)، لا كأثر مباشر على السلوك.»

التحليل النوعي:

التوزيع النسبي للموضوعات التي ذكرت بواسطة المشاركين في الأسئلة المفتوحة للاستبانة

جدول (١١): التحليل النوعي للأسئلة المفتوحة

الموضوع	عدد مرات الذكر	النسبة
التوعية والإعلام	٣٨٠	٤٩,٨٪
تلوث الهواء/ عوادم المركبات	٧٣	٩,٦٪
عدم صلاحية المياه للشرب	٤٥	٥,٩٪
العواصف الغبارية	٤٤	٥,٨٪
التلوث الصناعي	٤٤	٥,٨٪
النفايات/ الفرز وإعادة التدوير	٣٨	٥,٠٪
حماية الحياة الطبيعية	٣٨	٥,٠٪
الطاقة المتجددة	٣٥	٤,٦٪
قلة المساحات الخضراء	٣٤	٤,٥٪
النقل العام	٣٢	٤,٢٪

(التوعية والإعلام) احتلاله الصدارة بنسبة ٤٩,٨٪ من جميع الذِّكر (٧٦٣/٣٨٠)، ما يعني أن كل

المجيبين تقريبًا أشاروا إليه مرةً واحدة على الأقل (٣٨٠ ذكرًا = ١٠٠٪ من حجم العينة). وهذا يوحي أن المشاركين يرون المعرفة والاتصال حجر الزاوية لأي تغيير سلوكي/ سياساتي. موضوع (تلوّث الهواء/العوادم) يتصدر القضايا البيئية الموضوعية (٩,٦٪)، يليه العواصف الغبارية (٥,٨٪) والتلوث الصناعي (٥,٨٪). وهذا يتسق مع بيئات حضرية/ شبه قاحلة، حيث تمتزج مصادر الملوثات المرورية والصناعية مع عوامل طبيعية (الغبار). شحّ المياه (٥,٩٪)، النفايات/الفرز (٥,٠٪)، قلّة المساحات الخضراء (٤,٥٪) تظهر كأولويات تالية؛ وهي محاور تتطلب بنى تحتية وسلوكيات معًا. الطاقة المتجددة (٤,٦٪) والنقل العام (٤,٢٪)، يظهران كمسارات حلّ متصوَّرة لدى الجمهور، لا كمشكلات فقط، وهي إشارة إيجابية لوجود تصوّر بنّاء لدى المجيبين.

ويمكن المواءمة بين التحليل النوعي والكمي، حيث نجد في التحليلات الكمية السابقة أن الوعي (AWARE) واستراتيجيات التكيّف (ADAPT) والاتجاهات (ATT) أقوى متنبئات للسلوك(BEH)؛ وتتجلى هنا نقطة التقاء حاسمة بين النتائج الكمية والنوعية؛ ففي حين أظهر التحليل الكمي أن الوعي (AWARE) هو أحد أقوى المتنبئات بالسلوك البيئي، جاءت النتائج النوعية لتؤكد هذه الأهمية، حيث كانت «التوعية والاتصال» هي المطلب الأكثر إلحاحًا من قبل المشاركين. هذا التوافق يبرهن على أن الجمهور لا يدرك أهمية التوعية فحسب، بل يطالب بها لمدخل أساسي لتمكينه من تبني سلوكيات بيئية أفضل، وهو ما يتسق تمامًا مع دورها المحوري كمتغير مؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في النموذج الإحصائي.

نتائج الدراسة:

أظهرت نتائج التحليلات الإحصائية والكمية والنوعية ما يلي:

١. تحليل المتوسطات والانحرافات المعيارية: أظهرت النتائج أن جميع أبعاد الدراسة (القيم البيئية: الأنا، الإيثار BIO ،ALT، اتجاهات AAWARE ،ATT، التعرض لوسائل الإعلام، استراتيجيات التكيف، السلوك البيئي BEH) قد تركزت عند متوسط مرتفع (M = ٤، SD ≈ ١,٠٤). يشير هذا إلى مستوى مرتفع من الوعي والاتجاهات الإيجابية والاستعداد السلوكي فيما يتعلق بالموضوعات محل الدراسة.

٢. اختبارات الفرق (اختبار t وANOVA): أظهرت نتائج اختبار (t) لعينتين مستقلتين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستويات الوعي (t = −٠,٠٧، p = .٩٤٤)، أو السلوك البيئي (t = ١,٣٠، p = .١٩٤). كما أظهرت نتائج اختبار ANOVA أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في كل من الوعي (F = ٠,٧١، p = .٥٨٤) والسلوك البيئي

(F = ٠,٦٥، p = .٦٣٠). يشير هذا إلى أن العوامل الديموغرافية (الجنس والعمر) كان لهما تأثير ضئيل على الوعي والسلوك البيئي. وهذه النتيجة تدعم الفرضية الخامسة (H5) التي نصت على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي والسلوك البيئي تعزى إلى الجنس أو العمر.

- تحليل الارتباط (Pearson's r): أظهرت مصفوفة الارتباط أن أقوى محددات السلوك البيئي كانت استراتيجيات التكيف (r = ٠,٤٩٥، P. < ٠١)، تليها مستويات الوعي البيئي (r = .٤٩١، ٠,٠ > p. ٠١)، ثم الاتجاهات (r = .٤٤٦، ٠,٠ > p. ٠١)، أما القيم الحيوية (BIO) والتعرض لوسائل الإعلام (MEXP) فقد أظهرت ارتباطات ضعيفة مع السلوك (r= .١٩٩، r = .١١٤، على التوالي)، بينما لم يكن للقيم الأنانية (EGO) والإيثار (ALT) أي تأثير مباشر تقريبًا على السلوك البيئي. وتتسق هذه النتائج مع الفرضية الثالثة (H3) التي نصت على تأثير الاتجاهات في السلوك عبر استراتيجيات التكيف، وكذلك مع الفرضية الرابعة (H4) التي افترضت أن الوعي يؤثر إيجابًا في السلوك.

٣. تحليل الانحدار المتعدد: أظهر نموذج الانحدار أن الوعي البيئي كان أقوى متنبئ بالسلوك البيئي (β = .٣٧٧، p < ٠,٠٠١)، يليه الاتجاهات (β = .٣١٤، p < ٠,٠٠١)، بينما كان تأثير التعرض للوسائط ضعيفًا وغير معنوي (β = .٠٠٧، p > ٠,٠٥). وهذه النتائج تدعم أيضًا الفرضية الثالثة (H3) والرابعة (H4)، في المقابل لم يتم دعم الأثر المباشر للتعرض الإعلامي على السلوك.

٤. نتائج تحليل المسار (PLS-SEM):

- كان للقيم الحيوية (BIO) والإيثار (ALT) تأثيرات إيجابية ذات دلالة إحصائية على الاتجاهات البيئية (β = .٣٥٥، β = .٢٥٢، على التوالي)، بينما لم تكن للقيم الأنانية (EGO) أي تأثير دال على الاتجاهات (β = -.٠١٦، ns). وهذا يدعم الفرضية الأولى (H1) للدراسة.
- أثرت الاتجاهات بشكل إيجابي على الوعي البيئي (β = ٠,٣٧٠، P < ٠,٠٠١)، والتعرض لوسائل الإعلام بشكل معتدل (β = ٠,٣٤٣، P < ٠,٠٠١). وهذه النتائج تدعم الفرضية الثانية (H2) الخاصة بالتعرض الإعلامي والثالثة (H3) حول دور الاتجاهات، وتوكد على الفرضية الثالثة (H3).
- ارتبط الوعي البيئي ارتباطًا وثيقًا باستراتيجيات التكيف (β = .٤٥٨، P < .٠٠١)، والتي بدورها ارتبطت بالسلوك البيئي (β = ٠,٢٨٧، P < ٠,٠٠١)، كما ظهر أيضًا أن السلوك البيئي يتأثر بشكل مباشر بكل من الاتجاهات (β = .٢٥٥، P < .٠٠١) والوعي (β = .٢٦١، p < .٠٠١). وهذه النتائج تدعم بشكل إضافي الفرضيتين الثالثة (H3) والرابعة (H4).

٥. التحليل النوعي: أكدت الردود على الأسئلة المفتوحة أن الوعي والمعلومات هما المدخلات الرئيسة للتغير البيئي (ذكرت بنسبة ٤٩,٨٪). كما حدد المشاركون أبرز القضايا البيئية في تلوث الهواء (٩,٦٪) وندرة المياه (٥,٩٪) والتلوث الصناعي (٥,٨٪) والعواصف الغبارية (٥,٨٪). بالإضافة إلى ذلك، ظهرت الطاقة المتجددة (٤,٦٪) والنقل العام (٤,٢٪) كحلول مطلوبة، بالإضافة إلى كونها قضايا أساسية.

توصيات الدراسة:

أولًا: توصيات موجهة لصناع المحتوى والإعلام البيئي:

١. تعزيز المحتوى البيئي التوعوي عبر منصات التواصل الاجتماعي، مع التركيز على إنتاج محتوى عملي وحلولي، يتضمن إرشادات قابلة للتطبيق، وليس مجرد معلومات عامة.

٢. تحويل الرسائل البيئية من سرديات معرفية إلى حملات سلوكية تستهدف تغيير العادات اليومية للمستخدمين، مثل: إعادة التدوير، وترشيد الطاقة، وتقليل البلاستيك.

٣. الاستفادة من المؤثرين الرقميين والحملات التفاعلية لزيادة التأثير الاجتماعي والمعياري في تبني السلوكيات البيئية؛ نظرًا لأثر المعايير الاجتماعية في النماذج السلوكية الحديثة.

ثانيًا: توصيات لجهات التعليم والمؤسسات الأكاديمية:

١. دمج موضوعات الوعي والسلوك البيئي في المناهج الجامعية والمدرسية ضمن مقررات مهارات الحياة، الإعلام، الجغرافيا، والاستدامة.

٢. تنفيذ أنشطة تطبيقية داخل الجامعات تركز على التدريب العملي، مثل: حملات الفرز وإعادة التدوير، الحدائق الجامعية، والمبادرات البيئية الخضراء.

٣. تشجيع البحث العلمي متعدد التخصصات، الذي يدمج الإعلام الرقمي بعلم النفس البيئي والاتصال والإدارة البيئية.

ثالثًا: توصيات للجهات الحكومية والقطاع العام:

١. إطلاق مبادرات وطنية رقمية مستدامة تتماشى مع رؤية السعودية ٢٠٣٠ وبرامج «السعودية الخضراء»؛ بهدف رفع الوعي والممارسة البيئية في المجتمع.

٢. تطوير منصات حكومية تفاعلية تمكّن المواطنين من الإبلاغ البيئي والمشاركة في الحلول المجتمعية (مثل تتبع النفايات، جودة الهواء، أو حملات التشجير).

٣. توثيق أثر الحملات الإعلامية الحكومية، من خلال دراسات تقييم أثر قبل - بعد، لضمان فاعلية التدخلات وتوجيه تطويرها.

رابعًا: توصيات للباحثين والدراسات المستقبلية:

١. التوسع بدراسة نماذج تفسيرية تجمع بين القيم والاتجاهات والتعرض الإعلامي والسلوك الفعلي عبر عينات أوسع ومقارنات دولية.

٢. قياس الفروق الثقافية والجغرافية بين المدن والمناطق الريفية لفهم تأثير السياق المحلي في الوعي والسلوك البيئي.

٣. استخدام أساليب بحث تجريبية وطولية لتحديد العلاقة السببية بين التعرض الإعلامي والسلوك، وليس الارتباط فقط.

٤. دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي والمحتوى التوليدي على تشكيل الوعي البيئي، وخاصة المحتوى المعزز بصريًا والموجَّه خوارزميًا.

المصادر والمراجع

أولًا: المراجع العربية:

إمام، أيمن؛ حمد، وإرادة (٢٠٢٣). تغريدات التحول: التحقيق في العمران التكتيكي والتفاعلات الاجتماعية في مبادرة كورنيش جدة الملون، مجلة الاستدامة.

جعفر، منى محمد؛ البلوشي، حياة إبراهيم (مارس، ٢٠٢٥). استخدام نظرية السلوك المخطط للتنبؤ بشراء المستهلك الكويتي للملابس التي تحافظ على البيئة. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، ٧٤٦-٧٥٩.

حسين، حنان (٢٠١٥). دور وسائل الإعلام في تنمية الاهتمام البيئي لدى الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (١٤)، ٤١٣-٥١٦.

خشمون، عواطف؛ بوربيع، جمال (٢٠٢١). مساهمة التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي «الفيسبوك نموذجًا»: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى.

الدوسري، راشد هادي (٢٠١٨). فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي، رسالة ماجستير، أكاديمية نايف العسكرية، شبكة المعلومات العربية التربوية.

ذباح، توفيق؛ وآنسة، الشكير (٢٠٢٠). المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة عبر وسائل الإعلام الجديد، مجلة الدراسات الإعلامية، (١٠)، ٣١٧-٣٣٥.

سفري، يوسف؛ وآخرون (٢٠١٥). تحليل أسباب الفيضانات المفاجئة في مدينة جدة (المملكة العربية السعودية) لعامي ٢٠٠٩ و٢٠١١ باستخدام بيانات الاستشعار عن بعد متعددة المستشعرات ونظم المعلومات الجغرافية. الجيوماتيكس، المخاطر الطبيعية، ٧(٣)، ١٠١٨-١٠٤٢.

شفيقة، مهري (٢٠١٦). الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع فيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، (١٣)، ١٩٩-٢١٧.

عبد الله، بندر مبارك، وآخرون (٢٠١٨). آليات تنمية الوعي البيئي لأطفال مؤسسة الرعاية الاجتماعية بدولة الكويت، مجلة الدراسات والبحوث البيئية، (٨)، ٦٢٢-٦٣٣.

غزالة، عبد الله عثمان (٢٠٢٥). السلوك البيئي كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة. المجلة الليبية للدراسات الأكاديمية المعاصرة، ٣٤٦-٣٦٠.

القاسم، أحمد، وآخرون (٢٠٢٤). تقييم الوعي بالمخاطر الصحية البيئية من أجل الاستدامة: مسح للبالغين في السعودية، الاستدامة، ١٦، ٥٩٣.

مبارك، ودرويش (٢٠١٤). استخدام تويتر لجمع مجموعة متعددة اللهجات من العربية. وقائع ورشة عمل EMNLP لعام ٢٠١٤ حول معالجة اللغة الطبيعية بالعربية (ANLP) (ص. ١-٧)

ثانيًا: المراجع الأجنبية:

- AlMaghlouth, M Shrouq (2022) Environmental sustainability in online media discourse in Saudi Arabia: A corpusbased study of keyness intertextuality and interdiscursivity. PLoS ONE 17 (11)
- Almulhim, A. I., & Abubakar, I. R. (2021). Understanding Public Environmental Awareness and Attitudes toward Circular Economy Transition in Saudi Arabia. Sustainability.
- Carvalho, C. (2024). Exploring social media determinants in fostering pro-environmental behavior. fronties, pp. 1-19.
- Ghazali, E. M., et al. (2019). Pro-Environmental Behaviours and Value-Belief-Norm Theory: Assessing Unobserved Heterogeneity of Two Ethnic Groups. Sustainability.
- Grzyb, T.; Kulczyk, S.; Derek, M.; Woz´niak, E(2021). Using social media to assess recreation across urban green spaces in times of abrupt change. Ecosyst. Serv, 49.
- Hamad, E.; Khlifah, H. (2021). What are People Saying in Light of the COVID-19 Pandemic: An

Exploratory Content Analysis of Mental Health-Related Twitter Posts during the Quarantine Outbreak. Msalek Leg. Linguist. Humanist. Stud. 10,pp. 41-72.

- Hamid, Ansiya; Jabin, Ismat; Afdal, Naeem (2022) Towards an Environmentally Friendly Future: A Media Discourse-Based Analysis of the Saudi Green Initiative, Cyril and Methodius University Journal, Volume 7.
- Hyeyoon Choi, J. J. (2015, Oct). Application of the extended VBN theory to understand comsumers' decisions about green hotels. ReseachGate, pp. 87-95.
- Ian Phil Canlas, M. K. (2022, Jan 2). More Than Twenty Years of Value-Belief-Norm Theory of Environmentalis. Interdisciplinaty Journal of Environmental and Science Education.
- Liao, C. H. (2024). Exploring social media determinants in fostering pro-environmental behavior: insights from social impact theory and the theory of planned behavior. Frontiers in Psychology.
- Lobo, S., & Abid, A. F. (2020). The Role of Social Media in Intrastakeholder Strategies to Influence Decision Making in a UK Infrastructure Megaproject: Crossrailm 2. Project Management Journal, 51, 96-119.
- Mamun, A. A. (2023). The effect of social media enviromental information exposure on the intention to participate in pro-environmental behavior. PLOS ONE, pp. 1-21.
- Paul C. Stren, T. D. (1999). A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movement. Contributing to Education through Digital Access to Research, pp. 81-97.
- Peiró-Signes, Á., et al. (2025). Exposure to social media pro-environmental campaigns and its impact on Generation Z's commitment to environmental sustainability actions. Sustainable Futures.
- Roberts, H.; Sadler, J.; Chapman, L. (2019) The value of Twitter data for determining the emotional responses of people to urban green spaces: A case study and critical evaluation. Urban Stud. 56, pp. 818-835.
- Stern, P. C. (1999). A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movement. Reseach.
- Xie, P., Zhang, Y., Chen, R., Lin, Z., & Lu, N. (2024). Social media's impact on environmental awareness: a marginal treatment effect analysis of WeChat usage in China. BMC Public Health.

Algorithms and the Making of Echo Chambers on TikTok

A Qualitative Study of the Saudi-Palestinian Discourse

By: Bandar Jaber Dawshi(1)

Abstract

This is a qualitative examination of the role TikTok's algorithm plays in creating political echo chambers with the discourse about Saudi Arabia's backing for the Palestinian cause and its critical role as a case study. Applying a descriptive qualitative research design, the study analyses TikTok's "For You" Page, and examines popular videos simultaneously and closely both through multimodal analysis of videos and through a data-driven, audience-oriented analysis to find meaning. The results unveil a systematic algorithmic bias: the content using affective and partisan framings patriotic symbolism, humanitarian appeals is systematically amplified, leading to high level of engagement and further indoctrination of a similar ideological outlook. Meantime, neutral or factual content is often difficult for the algorithm to take up and is pretty heavily marginalized. This structure reveals the platform's systemic role in driving polarization. The essay contends that, at its core, this situation results from the intersection of algorithmic preference-driven personalization with human cognitive biases, supporting well established theories of selective exposure, the spiral of silence, and the fragmentation of the public sphere. The paper then considers implications for digital media literacy

(1) Assistant Professor in the Department of Social Sciences, Jazan University

programmes in the Arab context, platform governance models, as well as strategic strategies for communication between Saudi and Arab media. This research, albeit narrow in scope, contributes to the fields of algorithmic governance as well as online political communication, by providing theoretical, methodological and practical lessons from a context that is critically understudied in the context of non-Western society.

Keywords: TikTok; Echo Chambers; Algorithmic Personalization; Political Communication; Saudi-Palestinian Relations; Affective Polarization; Digital Middle East; Spiral of Silence.

الخوارزميّات وصناعة الفقاعات المعلوماتية على تيك توك
دراسة نوعية للخطاب السعودي - الفلسطيني

إعداد: د. بندر جابر دوشي (٢)

ملخص الدراسة:

تقدم هذه الدراسة فحصًا نوعيًّا لدور خوارزمية منصة تيك توك في تشكيل الفقاعات السياسية المغلقة (Echo Chambers)، من خلال اتخاذ الخطاب حول دعم المملكة العربية السعودية للقضية الفلسطينية ودورها المحوري، بوصفه دراسة حالة. بالاعتماد على منهج وصفي- نوعي، تحلل الدراسة صفحة «لك» (For You) في تيك توك، وتفحص مجموعة من الفيديوهات الشائعة، من خلال تحليل متعدد الوسائط (Multimodal Analysis) للفيديوهات، إضافةً إلى تحليل قائم على البيانات، وموجّه نحو الجمهور للوصول إلى الدلالات والمعاني.

تكشف النتائج عن وجود انحياز خوارزمي ممنهج: إذ يتم تضخيم المحتوى الذي يوظّف العاطفة والانحيازات الأيديولوجية والرموز الوطنية والنداءات الإنسانية بشكل منتظم؛ مما يؤدي إلى ارتفاع معدلات التفاعل وتعزيز تبني رؤية أيديولوجية متقاربة. في المقابل، يجد المحتوى المحايد أو القائم على الحقائق صعوبة في الانتشار عبر خوارزمية تيك توك، ويتم تهميشه بشكل ملحوظ. تكشف هذه البنية عن الدور البنيوي للمنصة في تعزيز الاستقطاب. وتفسر الدراسة بأن هذا الوضع ناتج أساسًا عن التقاطع بين التخصيص الخوارزمي القائم على التفضيلات وبين الانحيازات الإدراكية البشرية، بما ينسجم مع نظريات راسخة، مثل: التعرض الانتقائي (Selective Exposure)، دوامة الصمت (Spiral of Silence)، وتفكك المجال العام (Fragmentation of the Public Sphere).

(٢) أستاذ مساعد، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة جازان.

وتُختتم الورقة بمناقشة التداعيات المتعلقة ببرامج التربية على الإعلام الرقمي في السياق العربي، ونماذج حوكمة المنصات الرقمية، والاستراتيجيات الإعلامية بين السعودية والإعلام العربي. وعلى الرغم من محدودية نطاق الدراسة، فإنها تساهم في حقلَي حوكمة الخوارزميات والاتصال السياسي الرقمي، من خلال تقديم دروس نظرية ومنهجية وتطبيقية مستمدة من سياق غير غربي، يُعدّ إلى حد كبير غير مستكشف في الأدبيات.

Introduction

The global emergence of social media platforms has irreversibly reshaped political communication landscapes. Against the hierarchical gatekeeping of old media, these platforms are characterized by decentralized production, algorithmic curation, and participatory consumption. Because it enables new types of civic voice, this shift has also accelerated concerns about misinformation, polarization, and public sphere fragmentation (Allcott & Gentzkow, 2017; Persily & Tucker, 2020). TikTok is distinctive through the entwinement of short-form video, recommender systems, and multimodal visuality. Its 'For You Page' is the primary content discovery mechanism, sorting through incessant streams of video to individual user behaviors.

Most importantly, the algorithm of TikTok is an "active architectural agency" with effects on meaning creation, systematically arranging contents in relation to their possibility of optimizing interactions (Bucher, 2018; Schellewald, 2023)." These processes have been found to be of great relevance in political communication in the Arab Middle East due to the high penetration of social media platforms, in addition to public broadcasting. TikTok has obtained record penetration across the region with Saudi Arabia being one of its largest user bases globally (GSMA, 2023). The platform has moved beyond entertainment to being a central place of identity performance and digital activism by Arab youth (Khalil & Smidt, 2021; Zaid, 2022)."

TikTok has achieved unprecedented penetration in the region, with Saudi Arabia constituting one of its largest and most engaged user bases worldwide. Recent industry data indicates that by early 2025, Saudi Arabia attained 34.1 million social media user accounts, constituting 99.6% of the total population. TikTok holds a preeminent status in the Kingdom, with a penetration rate of 138.2% among the adult demographic. The elevated usage rate signifies the platform's transition from mere entertainment to a pivotal arena for identity expression and digital activism among Arab youth.

The combination of personalization through algorithms and politically fraught discourse makes the Saudi-Palestinian situation one that is of high significance in terms of case study. Its deep-seated nature in geopolitical regions related to identity offers a location with high potential to examine how the architectural influence of TikTok interacts with contentious political discourse.

Within this digital ecosystem, it is vital to distinguish between two foundational concepts: Filter Bubbles and Echo Chambers. As conceptualized by Pariser (2011), a Filter Bubble is an individual's personal ecosystem of information categorized by algorithms that selectively guess what information a user would like to see based on past behavior. In contrast, an Echo Chamber, as defined by Sunstein (2018), is a social environment where users encounter only beliefs or opinions that coincide with their own, while dissenting views are systematically marginalized or delegitimized. This study specifically investigates how TikTok's recommendation algorithm facilitates the transition from individual filter bubbles to collective, politically charged echo chambers." There is large-scale empirical evidence to imply that social media algorithms routinely privilege ideologically consistent and emotionally resonant content, reinforcing confirmation biases and cross-cutting aversion to exposure (Bakshy et al., 2015; Barberá, 2020). TikTok's marketing-driven, engagement-oriented design likely intensifies these forces, and there are serious questions about its contribution to the formation of inward-looking groups around polarizing political topics. However, research on TikTok-centered phenomena is still in its infancy even in non-Western contexts. Existing literature identifies TikTok's capacity to form 'affective publics' (Abidin, 2021), imitation-based groups (Zulli & Zulli, 2020), and hybrid participatory politics (Literat & Kligler-Vilenchik, 2021). However, surprisingly few studies have investigated the algorithmic amplification of politics in discussion on TikTok in the Arab region, especially in relation to issues intersecting with trans-nationalism in terms of religion, politics, and other forms of geopolitical discourse. This is especially pressing in view of what appears to be the platform's ability to influence the formation of publics, along with the platform's popularity in the Arab youth demographic.

While existing literature identifies TikTok's capacity to form 'affective publics' and 'imitation groups', there remains a critical gap in understanding how the platform's algorithmic architecture interacts with geopolitically sensitive topics like Saudi-Palestinian relations. To address this, the current study integrates multiple communication theories—including Selective Exposure, Uses and Gratifications, and the Spiral of Silence—to construct a multi-layered analytical framework. This framework allows for a rigorous examination of how algorithmic personalization feeds into human cognitive biases to drive polarization.

The research in question fills the gap in this area by means of a qualitative multimodal analysis of Saudi-Palestinian relations on TikTok. It takes account of how the algorithmic rationale of TikTok intersects with user practice to produce echo chamber effects, and how, specifically, content is framed, circulated, and received. By means of the application of thematic coding, multimodal analysis of audiovisual elements, and attention to engagement patterns, the research provides a comprehensive account of echo chamber creation on TikTok.

This paper makes three contributions in terms of content. First, it theorizes echo chambers and filter bubbles in a manner transposed to TikTok—a platform whose audiovisual, algorithm-driven nature distinguishes it from earlier text-based social media platforms. Second, the paper offers methodological innovation in the form

of its multimodal and engagement analysis integrated framework that encapsulates the multi-layered richness of communication on TikTok. Third, it delivers practical lessons for media literacy initiatives, platform governance policies, and strategic communication strategies that can be applied to Saudi Arabia and the broader Arab world. The organization of the paper is as follows: The second section is a review of social media, algorithms, and echo chambers, with a particular emphasis on new studies of TikTok and the Middle East. Next comes the theoretical framework which helps situate the discussion in the current discourse of theories on communication. The results section is followed by the discussion of the findings in relation to the disputes surrounding the concept of algorithmic governance, and then comes the conclusion. Lastly, the conclusion holds significant explanations with respect to implications of the discussion. This study does not aim to evaluate the foreign policies of states; rather, it focuses on analyzing the algorithmic mechanisms and the socio-digital discourse as manifested on the platform.

Literature Review

Digital Platforms and Political Communication

Digital platforms have fundamentally restructured the environment of political communication by displacing traditional gate-keeping institutions. While early scholarship emphasized the democratic potential of these networks for civic activism (Castells, 2012; Tufekci, 2017), contemporary debates focus increasingly on their multifaceted nature, particularly regarding polarization and fragmentation. Recent studies in 2024 and 2025 suggest that this duality has intensified; for instance, Biswas and Lin (2025) argue that platform-driven engagement during recent global elections has significantly exacerbated the spread of high-arousal, divisive content. The central mechanism behind this shift is the 'algorithmic broker'. Platforms are now recognized as active 'stewards' that shape cultural and political meaning through opaque curation processes (Gillespie, 2018). Personalization algorithms often prioritize engagement over content diversity, leading to what Noble (2018) describes as systemic biases. Building on these debates, Zhou (2024) highlights that TikTok's specific recommendation logic creates 'hyper-personalized' feedback loops that are more effective at narrowing ideological exposure than earlier platforms. This evolving landscape of algorithmic governance underscores the need to examine how platform architecture actively incentivizes certain political narratives over others.

Social networks have profoundly altered the political discussion environment, particularly in terms of displacing the former gate-keeping function of public institutions and major news media. Scholars argue that social networks promote the emergence of new civic activities and network-activism (Castells, 2012; Tufekci, 2017). For example, during the course of the Arab Spring movement, social networks such as Twitter and Facebook played a crucial role in organizing protests, enhancing the public display of opposition

viewpoints, and spreading opposition narratives (Howard & Hussain, 2013). On the other hand, worries have also escalated concerning the destructive external effects of such web platforms. There has been empirical evidence regarding their contribution to the dissemination of disinformation, polarization, and ideational fragmentation (Allcott & Gentzkow, 2017; Tucker et al., 2018). Researchers regard social media platforms as often representing a complex in terms of their capacity to facilitate and damage deliberation in democracies.

Algorithms and the Political Dimensions of Personalization

A growing body of scholarly literature examines the influence of algorithms as powerful brokers of information. Gillespie (2018) argues that platforms are the Internet's stewards and thereby shape the prominence of content and subtly create cultural meaning. Bucher (2018) shows that personalization through algorithms is most often driven by measures of engagement and preferentially optimizes for the type of content most likely to prompt a response rather than diversity. Noble (2018) highlights the way that search and recommendatory algorithms perpetuate systemic injustice and carry on what she terms "algorithms of oppression."

TikTok serves as a prominent illustration of these dynamics by means of its intricately customized For You Page (FYP), which adapts content streams to suit the preferences of individual users. Research indicates that TikTok's algorithm engenders feedback loops, whereby users' previous interactions bolster the kinds of content they are likely to encounter subsequently (Kaye et al., 2022). "Hyper-personalization" represents such a phenomenon, which raises concerns with respect to ideological narrowing and the threat of an 'echo chamber' effect, especially in relation to politically charged matters.

Echo Chambers and Filter Bubbles

The debate surrounding Echo Chambers and Filter Bubbles has shifted from purely algorithmic isolation to the social and emotional reinforcement of viewpoints. While early scholars like Pariser (2011) and Sunstein (2018) focused on text-based platforms, recent research in 2024 and 2025 emphasizes the unique role of short-form video in intensifying these dynamics. Situmorang and Ritonga (2025) argue that the multimodal nature of TikTok—combining music, visual effects, and rapid editing—creates a more resilient form of echo chamber based on 'aesthetic alignment' rather than just information sharing.

The ideas of "echo chamber" and "filter bubble" play important parts in discussions of digital polarization. Pariser (2011) first framed the filter bubble by describing how algorithmic personalization constrains the exposure of individuals to a diverse set of opinions. Sun stein (2001, 2018) defined echo chambers as social environments in which dissenting views were delegitimized or marginalized. Nonetheless, evidence

from various studies has confirmed the applicability of such events. Bakshy, Messing, & Adamic (2015) identified the Facebook newsfeed algorithm's effect in reducing visible ideologically diverse content.

Barberá (2020) demonstrated how platforms facilitate ideologically separatist worldview acceleration, linking platform algorithms with their usage. However, some scholars argue against the deterministic view. Dubois & Blank (2018) argue that often, the effect of the echo chamber phenomenon might be reduced when taking into consideration the actions of agent-centric influences and the consumption of multiple platforms. Nonetheless, in critical political settings, even some degree of isolation can produce significant effects.

In the context of political dissent, TikTok has evolved from a youth entertainment site into a sophisticated space for 'affective publics' (Abidin, 2021). Recent studies by Prasetiyo et al. (2025) suggest that the platform's algorithm actively rewards 'high-arousal' content, which often translates into polarized political messaging. This is particularly evident in the Arab world, where digital platforms serve as primary channels for bypassing traditional media narratives. While Al-Rawi (2021) and Abokhodair (2023) highlighted the use of TikTok for national identity in the Gulf, Çakıcı (2025) notes that during geopolitical crises, these narratives can quickly coalesce into rigid ideological bubbles that marginalize neutral or factual reporting.

TikTok in the Middle East. Research regarding TikTok in relation to the Middle East alongside Western cultures is, as of current understanding, in the infancy stage. Al-Rawi (2021) examines Gulf influencers' usage of TikTok in relation to the usage of-national narratives, integrating elements of both entertainment and social and political matters. El-Nawawy & Khamis (2022) examine the usage of Arab youth in activating support campaigns on the platform, specifically in relation to the Palestinian cause, and identify the platform's capacity to 'hybridize' aesthetic trends with politics. Abokhodair (2023) further expands on such with data evidence showing the platform's usage in producing 'narratives' in relation to Saudi youth in crisis.

Saudi-Palestinian debate and digital media. The narrative of the Saudi-Palestinian relationship plays a pivotal role in the political consciousness of Arab. Arab media has traditionally emphasized solidarity narratives rooted in "shared identity and resistance" (Lynch, 2019). But today, we have a more decentralized discourse where individuals, influencers and grassroots activists have a greater influence as the new conversation takes place online. Khamis and Vaughn (2021) demonstrate how Arab communities are turning increasingly to digital platforms for political expression, eschewing traditional state narratives while bypassing them on the ground. This is a notable gap, given the symbolic and geopolitical significance of the matter and TikTok's surging influence with its share of Saudi and Arab youth (Statista, 2023). Larger changes in regional political communication are impacted by this dynamic.

Research gap and contribution:

Three key lines of scholarship contribute to this research: (1) social media and political communication, (2) algorithmic personalization and governance, and (3) echo chambers and polarization. Collectively these literatures contribute important insights, but when you consider the context of TikTok, they reveal a significant gap—especially within the non-Western context. This void is especially significant in light of TikTok's unique features: its video-first approach to media, highly personalized recommendation system, and capacity for virality through affective content. Many echo chamber researchers have examined traditional text-based sites such as Twitter or Facebook, missing how audiovisual narratives and algorithmic curation converge to create polarization in visually oriented platforms. This study seeks to contribute to filling this lacuna using a qualitative, multimodal analysis of TikTok content and answering three critical questions: How does TikTok's algorithm amplify certain political framings over others? What role do multimodal elements (audio, visual, and textual) play in creating echo chambers? And, in what ways are these dynamics played out in the specific Saudi-Palestinian discourse?

Theoretical Framework

Establishing the Theoretical Bridge:

The transition from identifying digital trends to understanding their sociopolitical impact requires a robust theoretical foundation. This study does not merely observe TikTok interactions; rather, it seeks to analyze them through the lens of established communication theories that explain the interplay between platform architecture and human psychology. By synthesizing Selective Exposure, Uses and Gratifications, and the Spiral of Silence, the research constructs a multi-level analytical framework. This framework provides the necessary "operational link" to understand how algorithmic bias systematically transforms individual content preferences into rigid, polarized echo chambers.

Key Theoretical Pillars:

Before declaring a synthesized framework, it is essential to define the core theories that underpin this analysis: Selective Exposure & Confirmation Bias: Following the foundations laid by Festinger (1957) and Stroud (2011), this theory posits that individuals actively seek information that reinforces their existing beliefs while avoiding dissonant views. On TikTok, this human inclination is weaponized by the "For You" algorithm, which creates a reinforcement feedback loop by serving users an increasingly narrow stream of ideologically aligned content.

The Filter Bubble (Algorithmic Curation): As defined by Pariser (2011), the Filter Bubble

represents a state of intellectual isolation where a platform's algorithm selectively guesses what information a user would like to see based on past behavior. This study examines how TikTok's "hyper-personalization" intensifies this bubble, making the discovery of diverse viewpoints nearly impossible within the Saudi-Palestinian discourse.

Uses and Gratifications (U&G): This approach shifts the focus to what users do with media. For Arab youth, TikTok provides psychological gratifications of belonging and identity performance, where participating in politically charged "trends" becomes a tool for creative self-expression and collective solidarity.

The Spiral of Silence: Noelle-Neumann's (1974) theory explains how individuals remain silent when they perceive their opinion to be in the minority for fear of social isolation. In the TikTok ecosystem, visible engagement metrics (likes and shares) act as "visible mediators" of opinion climate, effectively silencing dissenting voices within pro-Saudi or pro-Palestinian content bubbles.

The Operational Link: Structure vs. Agency:

The central argument of this framework is the synergy between Algorithmic Structure (the platform's logic) and Human Agency (user choice). While users exercise agency through their likes and shares, the algorithm reacts by narrowing the information environment. This creates a "closed cycle" where algorithmic personalization and social pressure (Spiral of Silence) mutually enhance one another, leading to the formation of "Affective Publics"—communities driven by emotional resonance rather than rational deliberation.

Spiral of Silence in Algorithmic Publics:

Noelle-Neumann (1974) spiral of silence theory helps explain how a perceived majority opinion creates a negative influence on responding to dissenting views. On TikTok, this dynamic plays out in visible engagement metrics (likes, shares, comments) and algorithmic ranking that render minority perspectives seem socially marginal. Users who encounter hostile reactions or minimal interaction drop off social media conversations rapidly (Gearhart & Zhang, 2015). In Saudi-Palestinian discourse, it leads to a visible hierarchy which is dominated by majority-oriented speech, and leaves in its wake critical voices. The Fragmentation of Publics and Affective Publics. TikTok's architecture fundamentally undermines Habermas' (1989) conception of the public sphere as a site for rational-critical conversation. What Papacharissi described as "affective publics" that the platform enabled—emotionally charged communities in which there is no deliberative discourse on the merits of the debate on the issue. This is a paradigm shift from rationality to emotional resonance as the main currency in political communication, with serious implications for democratic deliberation.

A Towards an Integrated Multimodal-Algorithmic Framework

This paper integrates these theoretical perspectives and makes a conceptual linkage that recognizes TikTok-specific peculiarities: This synthesis, which is based on a nuanced reading of how TikTok's algorithmic personalisation and multimodal design coexist with human psychological inclinations, and how the two shape echo chambers on geopolitically charged topics, like Saudi-Palestinian relationship, can be integrated into a more holistic approach.

Methodology

Research Design: A Qualitative Phenomenological Framework. This research employs a qualitative phenomenological framework. This shift is crucial as it enables the research to transcend mere description and concentrate on the "essence" of the lived digital experience within TikTok's ecosystem. By employing this methodology, the study may more effectively analyze how users derive political significance from the integration of visual, aural, and computational cues, which are pivotal to the creation of echo chambers.

Strategy for Collecting and Sampling Data.

A purposive sample technique was utilized to select 75 TikTok videos pertaining to Saudi-Palestinian ties. Data collection occurred throughout a defined timeframe from 7 October 2023 to October 2025. The sample size is concentrated, although it is methodologically validated by the idea of theme saturation. In phenomenological research, saturation occurs when supplementary data fails to yield novel conceptual insights into the multimodal and affective dynamics of the discourse. This sample size enables the "thick description" essential for examining intricate semiotic levels that a more extensive, automated dataset might neglect.

Protocol for Reducing Algorithmic and Personalization Bias:

To make sure that the observed algorithmic bias is a pattern throughout the whole platform and not just the researcher's own past, a strict de-personalization methodology was put in place: Setting up a neutral account: To keep existing personalization from affecting the "For You" Page (FYP), a fresh TikTok account was made with no previous watch history, likes, or following creators. Technical Safety Measures: The data was collected in Incognito or Private mode, and all ad IDs and cache were deleted after each session. Geographic Verification: Because TikTok is sensitive to location, a Virtual Private Network (VPN) was used to make it look like the app was being used from several neutral IP addresses in the area. This way, the results show a larger algorithmic trend instead of a bias from the researcher.

Data Analysis Framework

The study utilizes a hybrid coding approach, integrating deductive codes from the theoretical framework with inductive codes emerging from the data. Analysis is triangulated through three complementary streams: Multimodal Analysis: Examining visual symbols, auditory cues, and editing styles. Engagement Metrics: Using views, likes, and shares as indicators of algorithmic amplification. Thematic Comment Analysis: Tracking the "Spiral of Silence" through user reactions to identify how dissent is socially sanctioned within these bubbles.

Data Collection

Sampling Technique and Procedure

A purposive sampling strategy was employed to identify TikTok videos addressing Saudi-Palestinian relations. The sample was sourced using relevant Arabic and English hashtags, including #SaudiPalestine, #KSAForPalestine, #FreePalestine, and #السعودية___فلسطين. Subsequently, snowball sampling was utilized to discover interconnected content through shared audio tracks, influencer networks, and algorithmic recommendations (Bene, 2021). The final dataset comprised 75 videos, selected based on three primary criteria, as detailed in Table 1.

Table 1: Video Selection Criteria

Criterion	Description
Topical Relevance	Direct or indirect reference to Saudi-Palestinian relations.
Discursive Framing	A clear pro-Saudi, pro-Palestinian, or neutral/informative orientation.
Algorithmic Visibility	Demonstrable platform amplification via engagement metrics (views, likes, shares).

Data Documentation

Each video was systematically recorded in a Video Collection Log to ensure methodological transparency and facilitate replication (Miles et al., 2014). The log documented the elements outlined in Table 2.

Table 2: Data Documentation Schema

Documented Element	Details
Video ID & URL	Unique identifier and source link.
Content & Narration	Description of the narrative and visual content.
Discursive Framing	Classification as Pro-Saudi, Pro-Palestinian, or Neutral.
Major Themes & Hashtags	Key topics and associated hashtags.
Engagement Metrics	Views, likes, shares, and comment counts.
Multimodal Features	Visual composition, audio elements, and editing techniques.

Data Analysis

Coding Framework

The analysis adopted a hybrid coding approach, integrating both deductive and inductive strategies (Saldaña, 2021). Initial deductive codes were derived from the theoretical framework, while inductive codes emerged directly from the data, as summarized in Table 3.

Table 3: Hybrid Coding Approach

Code Type	Source	Examples
Deductive Codes	Theoretical Framework	Affective framing, algorithmic cues, confirmation bias, spiral of silence.
Inductive Codes	Empirical Data	Humor as political commentary, transnational solidarity expressions.

Framework of Analysis

Multimodal Analysis

Video content was examined through three interrelated semiotic modes (Kress, 2010), with a specific focus on how they generate the affective resonance necessary for echo chamber formation. The analytical framework for this is presented in Table 4.

Table 4: Multimodal Analysis Framework

Semiotic Mode	Analytical Focus
Visual Layer	National symbols, religious iconography, protest footage, facial expressions.
Auditory Layer	Background music, religious recitations, voice tone, sound effects.
Editing Layer	Pacing, transitions, text overlays, filter applications.

Engagement and Comment Analysis

Engagement metrics (views, shares) served as indicators of algorithmic promotion (Bishop, 2019). A thematic analysis of user comments was conducted, employing the taxonomy in Table 5 to systematically track spiral of silence dynamics (Ziegele & Jost, 2020).

Table 5: Comment Analysis Taxonomy

Category	Description
Reinforcement	Comments that adopt and reinforce the video's core message.
Dissent	Comments that present counter-arguments or criticism.
Discrediting	Comments that attack the source's credibility or the message's validity.
Emotional Expression	Comments expressing affective reactions (e.g., anger, pride, solidarity).

Ethical Considerations & Research Rigor

Ethical Considerations

the study adhered to the Association of Internet Researchers (AoIR) ethical guidelines (Markham & Buchanan, 2012). Key measures included:

- Anonymization: Replacing usernames with pseudonyms.
- Content Paraphrasing: Altering sensitive comments to prevent traceability.
- Secure Data Management: Storing all collected data in encrypted form.
- Cultural Reflexivity: Conscious consideration of researcher positionality regarding politically sensitive content.

Trustworthiness and Rigor

Methodological rigor was established using multiple validation approaches (Lincoln & Guba, 1985; Tracy, 2010), as detailed in Table 6.

Table 6: Criteria for Trustworthiness and Validation Strategies

Criterion	Validation Strategy
Credibility	Triangulation of data from videos, metrics, and comments.
Dependability	Maintenance of a clear audit trail for all analytical decisions.
Confirmability	Use of reflexive journaling to monitor researcher bias.
Transferability	Provision of thick description to allow for analytical generalization.

Inter-coder reliability was ensured by having two researchers independently code a 20% subsample, achieving a high agreement level (Cohen's $\kappa = 0.82$) (McHugh, 2012), which guaranteed consistent code application.

Analysis and Results

The research uses the qualitative descriptive approach combined with the analysis of engagement statistics and comments from the targets of the posts. The three-fold approach proves very effective for analysis associated with the effects of the Saudi-Palestinian context within the online environment established by the unique features of the TikTok Platform, which simultaneously serves as an aesthetic and a social sphere for the participants.

With a video analysis of about 75 videos, selected using both purposed and snowball sampling methods, the hybrid approach to coding integrated the process of employing deductive codes based on theoretical frameworks alongside the development of inductive codes from the data collected. By taking an integral approach to the video's visual, auditory, and editing aspects, alongside the quantitative analysis of video performances such as views and shares, and the inferential aspects such as the reinforcement and dissent within the body of the viewers, the hybrid approach offers intricate levels of information concerning the processes at play within the formation of ideological homogeneity on the platform and makes possible the development of theoretical frameworks based on the inferred 'why' within the formation of the non-Western, visual-centric echo chambers on the platform.

Findings and Case Studies: Overview of Dominant Patterns

Multimodal analysis of 75 TikTok videos revealed a consistent algorithmic bias toward affective and ideologically aligned content, which systematically marginalized neutral narratives. The investigation identified three core themes that define the relationship between user-generated content, algorithmic curation, and audience reinforcement in shaping Saudi-Palestinian discourse:

Theme	Description	Key Observations
Emotional Resonance (Primary Driver)	Content rooted in patriotic imagery, humanitarian appeals, or religious symbolism attracted significantly higher engagement and algorithmic reach compared to factual or objective material.	Demonstrated the platform's preferential treatment of emotionally charged content over neutral information.
Multimodal Affect Amplification	The most viral narratives leveraged integrated multimodal strategies: visual symbols (flags, protest imagery), auditory cues (anthems, Quranic recitations), and stylistic editing (somber filters, dynamic transitions) to create what Papacharissi (2015) terms "affective publics."	Showed how combined sensory elements generate more potent emotional responses and facilitate rapid content dissemination.
Audience-Driven Chamber Reinforcement	Comment sections predominantly functioned as echo chambers where video narratives received overwhelming support while dissent was actively dismissed, leaving minimal space for neutral perspectives—a clear manifestation of the spiral of silence (Noelle-Neumann, 1974).	Revealed how audience participation strengthens ideological homogeneity through social reinforcement mechanisms.

Case Study 1: Pro-Saudi Framing and Nationalist Affirmation.

Content & Multimodal Strategy: A viral video showed a story about how a Saudi individual requested a Palestinian flag, but was turned down by a Palestinian YouTuber, resulting in a screenshot of him being given a Saudi flag proudly presented. The power of the video comes from pairing the two flags and the emotional storyline of national worthiness.

- Engagement & Algorithmic Amplification:
- Views: ~1,000,000
- Likes: ~183,000
- Shares: ~2,300
- Audience Engagement & Echo Chamber: Comments were concentrated very much in statements of Saudi pride (e.g., “Long live Saudi Arabia”) and unity (≈95%). Individual dissenting comments were brushed aside, or otherwise reacted to with a sneering/hostile tone, and dissenting views were squashed.

Interpretation: This scenario illustrates selective access and confirmation bias in which the algorithm served up nationalist images to an audience of satisfied viewers in a feedback loop of exposure and frequency. In fact, social punishment of dissent in the comments shows nicely the spiral of silence in action in which a homogeneous identity based community is upheld.

Affective Content: From a phenomenological perspective, the combination of national symbols and emotive audio creates a heightened sense of belonging that transcends factual information. This triggers a synergistic feedback loop: while user preference (agency) initiates the engagement, the algorithm (structure) weaponizes this data to reinforce the boundaries of the echo chamber, effectively marginalizing any potential for neutral deliberation.

Case Study 1: Pro-Saudi Framing and Nationalist Affirmation

Analysis Dimension	**Findings and Evidence**
Content & Multimodal Strategy	A viral video depicted a story where a Saudi individual was refused a Palestinian flag by a Palestinian YouTuber, culminating in the proud presentation of a Saudi flag. The narrative’s power stemmed from the visual juxtaposition of the two flags combined with an emotional storyline centered on national worthiness and pride.
Engagement & Algorithmic Amplification	• Views: ~1,000,000 • Likes: ~183,000 • Shares: ~2,300 The high engagement metrics indicate significant algorithmic amplification and reach.

Analysis Dimension	Findings and Evidence
Audience Engagement & Echo Chamber	Comments were overwhelmingly concentrated (≈95%) in expressions of Saudi pride (e.g., "Long live Saudi Arabia") and national unity. Isolated dissenting comments were either dismissed or met with a hostile and sneering tone, effectively squashing counter-narratives.
Interpretation & Theoretical Link	This case exemplifies selective exposure and confirmation bias, where the algorithm fed nationalist content to a receptive audience, creating a self-reinforcing feedback loop. The social punishment of dissent in the comments is a clear manifestation of the spiral of silence, demonstrating how a homogeneous, identity-based community is policed and maintained.

Case Study 2: Pro-Palestinian Framing and Humanitarian Mobilisation.

Content & Multimodal Strategy: Another widely circulated video with some heavy lifting was slow, somber editing using dark filters and melancholy Western music with disturbing footage of children in Gaza. The name is "They Are Only Children". This multimodal construction was carefully designed to evoke both pity and a feeling of moral outrage.

· Engagement & Algorithmic Amplification:

· Views: ~5,300,000

· Likes: ~4,120,000

· Shares: ~363,000

Audience Response & Echo Chamber Dynamics: The comment section was a site of shared grieving and moral unison, an echo chamber where prayers and expressions of unity were articulated in terms of religious and pan-Arab duty and solidarity. The critical comments were exceptionally rare and heavily voted down. There were also reactions characterized by anger, with accusations of negligence on the part of Arab nations, abandoning Palestinians to be slaughtered by the Israelis. There were also reactions that were angry with the connection between Saudi Arabia and the United States, an ally of the Israelis. The content was interpreted by many commenters as a critique of the perceived inaction of some Arab governments.

Interpretation: The huge virality of the video further amplifies how TikTok's algorithm favors strong emotions, highlighting material that can boost publics with an emotional nature. By enabling the crowd to be involved or involved, encouraged to engage, and driven by the confirmation bias, the system propagates more of the content, producing a vicious cycle that marginalizes dispassionate discourse.

Phenomenological Interpretation: Through a phenomenological lens, the somber multimodal construction—melancholy music and distressing imagery evokes a profound sense of humanitarian outrage and shared grief. This emotional resonance acts as the primary 'phenomenon' connecting the user to the content. As users engage through a sense of moral duty (agency), the algorithm (structure) weaponizes this emotional intensity to amplify the content within a pro-Palestinian affective public, further insulating the audience from alternative political or neutral framings.

Case Study 2: Pro-Palestinian Framing and Humanitarian Mobilisation

Analysis Dimension	Findings and Evidence
Content & Multimodal Strategy	A widely circulated video titled "They Are Only Children" employed slow, somber editing with dark filters and melancholy music, paired with distressing footage of children in Gaza. This deliberate multimodal construction was designed to evoke profound pity and moral outrage.
Engagement & Algorithmic Amplification	• Views: ~5,3 Million • Likes: ~4,12 Million • Shares: ~363,000 The exceptionally high engagement metrics, particularly the like-to-view ratio, demonstrate massive algorithmic amplification and viral reach.
Audience Response & Echo Chamber Dynamics	The comment section functioned as a space for shared grieving and moral unison—an echo chamber where prayers and expressions of solidarity were framed through religious and pan-Arab duty. Critically dissenting comments were exceptionally rare and heavily downvoted when they appeared.
Interpretation & Theoretical Link	The video's extreme virality confirms that TikTok's algorithm prioritizes high-arousal emotions, systematically promoting content that creates affective publics. By leveraging confirmation bias and encouraging mass engagement, the platform creates a self-reinforcing cycle that circulates more emotionally charged content, effectively marginalizing dispassionate or neutral discourse.

Case Study 3: The Difficulty of Neutral Framing Seeing.

Content & Multimodal Strategy: A news channel video distills the simple message of Saudi diplomatic statements with press conference clips/neutral narration and factual text subtitling — without emotional music or dramatic editing.

Engagement and Algorithmic Amplification:

- Views: ~120,000
- Likes: ~20,000
- Shares: ~1,041

Audience Response & Echo Chamber Dynamics: Comments were more varied and praised and accused of "bias." While they appreciated neutrality, those perspectives did not translate into high engagement stats for algorithmic promotion.

Interpretation: The case illustrates TikTok's structural bias against deliberative content: a structural bias. If in this particular platform ecology it was built for affective resonance, rational and fact-based narratives of a Habermasian public sphere kind fit into here are algorithmically repressed, going nowhere near being influential.

Neutral Content: The marginalization of neutral framing reveals TikTok's structural bias against rational-critical debate. In the absence of affective triggers (high-arousal music or imagery), the algorithm fails to find the 'engagement fuel' necessary for amplification. This confirms that the platform's architecture is fundamentally designed for emotional resonance rather than informative discourse, leading to the systematic suppression of the Habermasian public sphere."

Case Study 3: The Marginalization of Neutral Framing

Analysis Dimension	**Findings and Evidence**
Content & Multimodal Strategy	A news channel video presented Saudi diplomatic statements using press conference clips, neutral narration, and factual text subtitles. The production deliberately avoided emotional music or dramatic editing, maintaining a strictly informational tone.
Engagement & Algorithmic Amplification	• Views: ~120,000 • Likes: ~20,000 • Shares: ~1,041 The significantly lower engagement metrics demonstrate limited algorithmic amplification compared to emotionally charged content.

Analysis Dimension	Findings and Evidence
Audience Response & Echo Chamber Dynamics	Comments displayed greater variety, with some viewers praising the neutrality while others accused it of "bias." Despite appreciation for factual reporting, these perspectives failed to generate the high engagement required for substantial algorithmic promotion.
Interpretation & Theoretical Link	This case reveals TikTok's structural bias against deliberative content. Within a platform ecology engineered for affective resonance, rational and fact-based narratives—reminiscent of a Habermasian public sphere—are algorithmically suppressed, preventing them from achieving significant influence or reach.

.Comparison of Comparative Analysis and Theoretical Synthesis.

Comparative Analysis of Case Studies

Conversation/ Analysis	Pro-Saudi Case	Pro-Palestinian Case	Neutral Case
Framing	Nationalist Identity	Humanitarian Appeal	Factual Deliberation
Multimodal Strategy	Symbolic (Flags, Narrative)	Affective (Music and Imagery)	Informative (Clips, Text)
Algorithmic Outcome	High Amplification	Extreme Virality	Low Visibility
Echo Chamber Strength	Strong (Identity-based)	Strong (Morals-based)	Weak (Diverse com

Theoretical Concept	Core Argument	Underlying Mechanism
Emotion as Algorithmic Fuel	The platform's design systematically rewards emotional intensity - be it national pride or humanitarian outrage - creating an economy of visibility that prioritizes affect.	Emotional charge (sentimental intensity) becomes the primary currency for algorithmic amplification, marginalizing rational-deliberative content.

Theoretical Concept	Core Argument	Underlying Mechanism
The Synergy of Modalities	Echo chambers are not just ideological but are multimodal constructions that are more affectively potent and resilient.	The combination of specific visuals, sounds, and editing styles serves as both an identity marker and a powerful affective trigger.
The Spiral of Silence as a 'Visible Mediator'	Comment sections act as a visible "opinion climate" that actively homogenizes debate and sanctions dissent.	Supportive comments are disproportionately prominent, creating a perception of majority opinion that discourages and neutralizes opposing views.
Algorithmic-Personalization Feedback Loop	User engagement metrics directly train the algorithm, creating a self-reinforcing cycle that deepens ideological clustering and polarization.	Engagement (likes, shares, watch time) on ideologically consistent content acts as input, leading the algorithm to recommend more of the same, further narrowing the user's exposure.

Discussion

The Interaction of Structure and Agency in Algorithmic Polarization A key discovery of this study is the synergistic interplay between TikTok's algorithmic framework and the user's cognitive biases. In contrast to technological determinism, which perceives users as passive recipients of computational outputs, our findings indicate that Saudi and Arab users demonstrate considerable 'architectural agency' through their engagement patterns. Through the actions of enjoying, sharing, and re-utilizing particular affective audio content, users generate the foundational data that 'educates' the algorithm to emphasize emotional resonance rather than factual analysis.

Once the computer discerns these preferences, its structural authority prevails, establishing a reinforcing feedback cycle. This leads to the creation of 'Algorithmic Echo Chambers,' wherein the platform's logic systematically undermines the Habermasian public sphere—an atmosphere ideally conducive to rational-critical discourse. Within the framework of Saudi-Palestinian dialogue, this indicates that although users generate political sentiments, the platform's architecture guarantees their insulation from opposing or neutral viewpoints, thereby exacerbating social division.

TikTok's algorithmic and multimodal affordances converge to produce echo chambers

around the politically fraught Saudi-Palestinian conversation, as was shown in this study. The platform both promotes new types of youth expression and solidarity and perpetuates ideological homogeneity in its practices, and relegates deliberative communication to the margins. This paper positions these results in wider theoretical debates on algorithmic governance and political communication and introduces the practical implications for media literacy, platform regulation, and regional media strategy.

The Algorithmic Affective Economy:

Emotion as Currency. The habitual superiority of emotionally engaging content indicates an essential aspect of the TikTok environment—that it runs on an affective economy where emotional intensity functions as the key currency for attention from the algorithm. This correlates well with the underlying paradox of digital journalism, according to which the concerns of the platform's engagement metrics conflict directly with the journalistic imperatives of balance and veracity, as argued by researchers Alencar and Deuze (2020).

By routinely outpacing emotionally appealing content - via nationalist symbols, humanitarian themes, or religious metaphors - TikTok's ecosystem reveals an essential feature of this world: an affective economy, in which emotional intensity is the principal currency of algorithmic exposure. This insight extends Bishop's (2019) notion of "algorithmic gossip," indicating that TikTok's algorithm is not reactive to engagement but actively fosters a landscape in which high-arousal emotions are systematically incentivized. And this creates a cycle of virality that is a virtuous cycle and a cycle of hostility for neutral discourse. Affective content produces compelling engagement signals (shares, repeat views, high completion rates) that the algorithm reads as positive feedback, magnifying the signal. Neutral content fails to engage such strong signals at all, meaning it becomes subject to algorithmic suppression. This structural bias undermines Habermas' values of rational-critical debate, and in doing so makes emotional resonances - not truth on the ground (or logic, reason) - the decisive factor behind its reach and impact.

Reinforcing Echo Chambers: The Algorithm-Sociality Nexus

The results shed light on the significant interaction between personalization algorithms and the social process, which mutually enhance the effects of the echo chambers. A closed cycle starts in the following three interlocked ways. On the one hand, selected exposure and the confirmation bias cause the users to be inclined to their own ideas, preferring content conforming to their pre-defined worldview (Stroud, 2011). On the other hand, the algorithm recognizes the affinity for the content and further promotes the dissemination of the ideologically consistent information. Finally, users are embolden not to share their contrarian views because of the risk of exclusion from society (Noelle-Neumann, 1974).

However, it's the multifaceted intensification of such processes on the TikTok platform that makes it distinct in the sense that the emotional appeal constructed through the combination of musical, pictoral, and narrative elements of the platform proves far more effective than the purely text-based nature of other platforms at increasing in-group identity, such that the contradictory belief is seen not only as an error, but an affront to one's emotional experience.

The Transformation of the Public Sphere:

This transformation of the public sphere has profound implications for political communication. As Vaccari and Chadwick (2020) note, the combination of emotional resonance and algorithmic amplification creates fertile ground for disinformation campaigns that exploit affective vulnerabilities. In the Saudi-Palestinian context, this manifests not necessarily as 'fake news' but as selective emotional framing that simplifies complex geopolitical realities into binary narratives of solidarity and opposition."

From Deliberation to Affective Solidarity. The almost invisibility of neutral, fact-based content in our findings points to a deep-seated shift in the digital public sphere. TikTok, according to Papacharissi (2015), serves to build and maintain, or at least develop around what Papacharissi (2015) terms 'affective publics', or spaces in which political belonging emerges from the feeling and the sense of aesthetic alignment rather than through rational deliberation. This marks a change of orientation of the Habermasian (1989) model. The "public" on TikTok is not a single area of debate — it is a constellation of emotionally charged micro-publics. Although this can help to put more marginalized voices to the fore and engender powerful modes of cohesion, it risks Balkanizing public conversation to non-communicating "tribal emotional" communities that are harder and harder to comprehend on the basis of different ideologies.

Practical Implications and Recommendations. Changing Digital Media Literacy:

A focus on traditional media literacy as source credibility alone does not cut it. For this age of algorithmic curation, literacy should also involve:

Towards a Critical Digital Citizenship Education

An effective digital literacy practice should focus on three primary skills. The first skill relates to the development of algorithmic awareness, which should be used for the purpose of educating users on the importance of recommendation algorithms in influencing their information networks. The second skill involves the development of multimodal criticality through the training of users on the analysis of the process by which auditory and visual aspects such as music, images, and editing techniques are used in the development of emotional narratives.

Redefining Platform Governance

Platforms such as TikTok operate as active participants within the formation of public discourse, as opposed to mere conduits (Gillespie, 2018). Therefore, the three aspects of interventions via policy and design must therefore focus on the following: Firstly, they must offer greater transparency in their algorithmic processes and allow for meaningful levels of control for their users to be able to shape their respective algorithmic feeds. They must therefore support the idea of deliberative content through the addition of algorithmic values that are not limited to public engagement metrics, potentially introducing the concept of a 'civic mode' for the algorithmic feeds of the users. Lastly, for the intervention to be successful at combating misinformation, there must be involvement from local fact-checkers who are able to address content from a certain culture without propounding their own 'Western' standards.

Adaptation for Regional Media Strategy:

Implications for the stakeholders involved in the Arab Media

Saudi and Arab media stakeholders must therefore be able to create strategies utilizing the vernacular style of Tiktok while still adhering to journalistic standards. Such an approach entails the ability to effectively tell geopolitical stories through the unique aesthetic of the platform without having to diminish the facts for the sake of adherence to the platform's clickbait formulae. A hybrid approach must thus be used for the effective combination of emotive storytelling and facts for greater public engagement and the establishment of credibility.

Theoretical Contributions and Future Directions

Numerous key contributions emerge from this research for the existing body of literature in academia. Firstly, this study lends empiric support for the idea of affective publics by illustrating a manner in which affective publics are constructed based on the underlying interaction between algorithms, modality, as well as other associated processes in non-Western settings. In this regard, the proposed study also expands the existing concept of the 'echo chambers' since the findings suggest the presence of 'echo chambers' within the visual platform of 'TikTok' where the chambers are ideologically informed, in addition to affectively multimodal, thus having the possibility of persisting within an even more closed setting than previously suggested by the literature available today.

Limitations & Future Research Directions:

Despite the many qualitative insights provided by this study, the investigation has a few limitations. Since the research uses public information and the sample was

spontaneously selected for studying the same issue, the results lack generalizability. However, the results provide leads for possible future studies. Designs studying the development of narratives over time, comparing results from diverse geopolitical

Conclusion

This study employs a phenomenological technique to demonstrate how TikTok's algorithmic structure and multimodal capabilities converge to create echo chambers in the Saudi-Palestinian conversation. This study enhances the current body of literature in three significant ways: It initially characterizes emotion as algorithmic fuel. The platform operates within a "emotional economy" where intensity—expressed through nationalism or humanitarian indignation—serves as the principal currency for visibility, hence marginalizing rational deliberative discourse. Secondly, it emphasizes the relationship between algorithms and sociality (Structure versus Agency). We illustrate a self-sustaining cycle in which algorithmic personalization and user agency enhance one another, establishing a feedback loop that amplifies the consequences of the echo chamber. Thirdly, it recognizes the emergence of artistic tribalism. The platform's multimedia components (music, filters, and editing) enable the expression of political affinities through sensory aesthetics rather than solely through words, cultivating robust, non-Western, visually-oriented echo chambers.

Theoretical and Practical Ramifications

This study theoretically positions "affective publics" inside a visual, non-Western framework, illustrating the intersection of global platform logics with local political narratives. By including 2024-2025 viewpoints, it offers a relevant paradigm for comprehending algorithmic governance in the Middle East. The results provide a framework for digital media literacy. It emphasizes the necessity for "algorithmic awareness" to enable users—particularly Arab youth—to traverse these emotionally charged environments while being open to varied viewpoints.

Final Reflection: The Paradox of Algorithms

This research elucidates the fundamental paradox of algorithmic curation: although TikTok democratizes political expression and facilitates creative activity, it concurrently fragments the public realm and exacerbates polarization. Resolving this challenge necessitates a collaborative endeavor. Researchers must persist in developing novel approaches to investigate obscure algorithmic systems, while legislators should advocate for enhanced transparency and user autonomy. As platform dynamics profoundly transform political communication in the 21st century, understanding the interaction of algorithms, emotions, and identity is essential for creating inclusive and healthier digital public spaces.

Constraints of the Study this investigation is fundamentally exploratory. The qualitative design and the unique sample size of 75 videos indicate that the findings reflect the dynamics of this dataset and cannot be extrapolated to the broader Saudi-Palestinian conversation or the platform's total content. Further research is required to corroborate these trends in larger, representative groups.

References

- Abidin, C. (2021). Mapping Internet celebrity on TikTok: Affective publics and platform vernaculars. *Social Media + Society*, *7*(1), 1-8.
- Abokhodair, N. (2023). Saudi youth and TikTok: Identity, politics, and algorithmic cultures. *Journal of Middle East Media*, *19*(2), 45-67.
- Airoldi, M. (2022). The ethnography of algorithms. *Big Data & Society*, *9*(1). https://doi.org/10.1177/20539517221084509
- Alencar, A., & Deuze, M. (2020). Digital journalism and platform dynamics. *Digital Journalism*, *8*(5), 555-561.
- Al-Rawi, A. (2021). TikTok and national identity in the Gulf. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, *14*(2), 123-142.
- Bansal, R. (2024). Echo Chambers and Algorithmic Bias: The Homogenization of Online Culture in a Smart Society. *SHS Web of Conferences*, 105(05001).
- Barberá, P. (2020). Social media, echo chambers, and political polarization. *Annual Review of Political Science*, *23*, 419-439.
- Biswas, A., Lin, Y., et al. (2025). Toxic politics and TikTok engagement in the 2024 elections. *Misinformation Review*.
- Bucher, T. (2018). *If…then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Çakıcı, Z. (2025). TikTok as a Political Communication Medium: An Examination of the United Nations. *Journal of Communication Theory & Research*, 69(69), 136-156.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. Polity Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Saudi Arabia*. Global Digital Insights.
- Dubois, E., & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: The moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society*, *21*(5), 729-745.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT Press.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications* (pp. 19-32). SAGE Publications.

- Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. Routledge.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. New York University Press.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, *24*(2), 43-51.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Books.
- Prasetiyo, B., et al. (2025). Algorithmic echo chamber as a challenge of Digital citizenship in discourse polarization on TikTok. *ResearchGate*.
- Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers* (4th ed.). SAGE Publications.
- Situmorang, T. P., & Ritonga, A. D. (2025). TikTok and Politics: A Bibliometric Mapping of Research Trends. *Studies in Media and Communication*, 13(3), 212-224.
- Statista. (2025). *TikTok penetration in Saudi Arabia 2024-2025* [Data set]. Statista.
- Stroud, N. J. (2011). *Niche news: The politics of news choice*. Oxford University Press.
- Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Tracy, S. J. (2010). Qualitative quality: Eight “big-tent” criteria for excellent qualitative research. *Qualitative Inquiry*, *16*(10), 837-851.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and disinformation: Exploring the impact of synthetic political video. *Social Media + Society*, *6*(1).
- Zhou, M. (2024). The Algorithmic Broker: Understanding Hyper-personalization on TikTok. *Journal of Digital Media*.
- Zulli, D. J., & Zulli, J. (2020). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on TikTok. *New Media & Society*, *22*(11), 2096-2116.

Contents

Peer-reviewed scientific research:

8 **Hate Speech Analysis on the X Platform**

A Comparative Study between Artificial Intelligence-Based Analysis and Manual (Traditional) Analysis"

By: Dr. Alaa Bakr Al-Sheikh
King Abdulaziz University

---

49 **The Saudi public's reliance on social media platforms in shaping their views toward international political issues**

A study in light of Media Dependency Theory

By: Dr. Abdullah Mofareh Jaber Aljabri
Jazan University

---

96 **Environmental awareness trends among social media users in Saudi Arabia**

A field study in light of the theories of planned behavior and the values, beliefs, and norms model

By: Dr. Youssef Othman Youssef
King Abdulaziz University
Dr. Fathi Hamed Bishara
University of Hail

---

130 **Algorithms and the Making of Echo Chambers on TikTok**

A Qualitative Study of the Saudi-Palestinian Discourse

By: Bandar Jaber Dawshi
Jazan University

الجمعية السعودية
للعلاقات العامة والإعلان
Saudi Association for
Public Relations & Advertisement

Public Relations & Advertising

Periodical Magazine

Issue 11, January - April 2026