

أنماط تفاعل الجمهور مع المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي وانعكاساته الاجتماعية على طبيعة العلاقات الرقمية داخل المجتمع السعودي

ناصر بن صالح الشهري

باحث دكتوراه، تخصص الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين
Nasser.saleh.1111@gmail.com

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين أنماط تفاعل الجمهور السعودي مع المحتوى المنتج بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وانعكاسات ذلك على طبيعة العلاقات الرقمية داخل المجتمع السعودي. وتنتقل الدراسة من إشكالية رئيسية تتمثل في تسارع اعتماد الأفراد والمؤسسات على المحتوى الخوارزمي، بما يشمل الإعلانات المخصصة، والتصاميم الذكية، وروبوتات الدردشة التفاعلية، وما يترتب على ذلك من تحولات في أنماط التواصل الاجتماعي، والتماصك الأسري الرقمي، والمنظومة القيمية، ومستويات الثقة والأمان الاجتماعي السبيرياني.

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ضمن إطار كمي، باستخدام الاستبانة الإلكترونية أداة رئيسية لجمع البيانات من عينة عشوائية من مستخدمي المنصات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المملكة العربية السعودية. وتم تحديد حجم العينة وفق معادلة كريجسي ومورجان بما لا يقل عن 384 مفردة، مع استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس اتجاهات الباحثين نحو أبعاد المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي، والمتمثلة في التخصيص الخوارزمي، والجاذبية الإبداعية والبصرية، والتفاعلية الآلية، إلى جانب قياس انعكاساتها الاجتماعية على العلاقات الرقمية.

وتبرز أهمية الدراسة في تأصيل مفهوم «العلاقات الرقمية الذكية» بوصفه نمطاً مستحدثاً من الروابط الاجتماعية التي تتشكل عبر وسيط خوارزمي غير بشري، إضافة إلى تقديم فهم علمي للأثار الاجتماعية والثقافية والأمنية الناتجة عن تفاعل الجمهور السعودي مع المحتوى الذكي. كما تسعى الدراسة إلى تقديم رؤى تطبيقية تساهم في دعم صناع القرار والمؤسسات الإعلامية والاجتماعية في إدارة التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي بصورة تعزز جودة الروابط الإنسانية، وتحافظ على القيم الاجتماعية، وتدعم بناء بيئة رقمية آمنة ومتوازنة في ضوء مستهدفات رؤية المملكة 2030.

الكلمات المفتاحية: المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي، العلاقات الرقمية، الجمهور السعودي، التخصيص الخوارزمي، التفاعلية الآلية، التماصك الأسري الرقمي، المنظومة القيمية الرقمية، الأمن الاجتماعي السبيرياني.

Patterns of Saudi Audience Interaction with AI-Generated Content and Their Implications for the Nature of Digital Relationships in Saudi Society

Nasser bin Saleh Alshehri

PhD Researcher, specializing in Digital Media and Communication Technology, College of
Arts and Sciences, Ahlia University, Kingdom of Bahrain
Nasser.saleh.1111@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the relationship between patterns of Saudi audience interaction with AI-generated content and their implications for the nature of digital relationships within Saudi society. The study is grounded in a central research problem: the accelerating reliance of individuals and institutions on algorithmic content, including personalized advertisements,

intelligent visual designs, and interactive chatbots, and the resulting transformations in social communication patterns, digital family cohesion, digital value systems, and levels of cyber social trust and safety.

The study adopts a descriptive-analytical method within a quantitative research framework, using an electronic questionnaire as the main tool for data collection. The target population consists of Saudi users of digital platforms and artificial intelligence applications. A random sample of no fewer than 384 respondents is proposed, based on the Krejcie and Morgan formula. The study employs a five-point Likert scale to measure respondents' attitudes toward the dimensions of AI-generated content, including algorithmic personalization, creative and visual attraction, and automated interactivity, as well as their perceived social implications for digital relationships.

The significance of this study lies in its attempt to conceptualize “smart digital relationships” as an emerging form of social connection shaped through non-human algorithmic mediation. It also contributes to a deeper understanding of the social, cultural, and security-related implications of audience interaction with intelligent content in Saudi society. Furthermore, the study offers practical insights that may assist media institutions, social organizations, and decision-makers in managing public interaction with artificial intelligence technologies in ways that enhance the quality of human relationships, preserve social values, and support the development of a safe and balanced digital environment in alignment with the objectives of Saudi Vision 2030.

Keywords: AI-Generated Content, Digital Relationships, Saudi Audience, Algorithmic Personalization, Automated Interactivity, Digital Family Cohesion, Digital Value System, Cyber Social Trust.

1. المقدمة

تشهد البيئة الاتصالية العالمية تحولات متسارعة أفرزتها الثورة الرقمية المعاصرة، حيث لم يعد التطور مقتصرًا على تحديث الأدوات التقنية فحسب، بل امتد ليشمل إعادة صياغة المفاهيم الجوهرية للهوية الثقافية والاجتماعية. هذه التطورات أوجدت واقعًا جديدًا يفرض على المؤسسات والأفراد التكيف مع تدفق معلوماتي لا نهائي، يتجاوز الحدود الجغرافية والزمنية، مما جعل من البيئة الرقمية فضاءً أساسيًا لتشكيل الوعي الجمعي وإدارة العلاقات الإنسانية في العصر الحديث. إن التداخل العميق بين التكنولوجيا والحياة اليومية أدى إلى بروز أنماط سلوكية معقدة داخل الأسرة والمجتمع، حيث باتت الأدوات الرقمية تلعب دور الوسيط في إنتاج وتلقي القيم الثقافية، وهو ما يفرض ضرورة فهم التداعيات العميقة لهذه الثورة على البنية الاجتماعية التقليدية¹.

وفي خضم هذه التحولات، برز الذكاء الاصطناعي كقوة ثورية أعادت تعريف ملامح المشهد الإعلامي التقليدي، من خلال تقديم حلول تقنية متطورة لإنتاج المحتوى وتوزيعه. لم يقتصر تأثير هذه التقنيات على الجوانب المهنية للعمل الإعلامي، بل امتد ليغير طبيعة العلاقة بين الجمهور والوسيلة الإعلامية، حيث أصبحت الأجهزة الذكية والبرمجيات الخوارزمية هي المتحكم الرئيس في سرعة الوصول إلى المعلومات ومشاركة المحتوى. هذا التحول الرقمي الجذري وضع وسائل الإعلام التقليدية أمام

¹ المسعود، حنان بنت عبيد. (2024). الثورة الرقمية وتداعياتها على الهوية الثقافية للأسرة العربية والخليجية. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (55)، 86-104. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.55.2024.1102>

تحديات وجودية، استوجبت البحث عن سبل مبتكرة للتكيف مع تفضيلات جمهور لم يعد يكتفي بالتلقي السلبي، بل أصبح يبحث عن تجارب اتصالية أكثر تفاعلية ونكاهة².

وتعد المملكة العربية السعودية نموذجًا رائدًا في تبني هذه التحولات الرقمية، تماشيًا مع رؤية المملكة 2030 التي وضعت التحول التقني في مقدمة أولوياتها الاستراتيجية. إن الجهود الحكومية المبذولة في تعزيز البنية التحتية للاتصالات وتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات والخدمات العامة، خلقت بيئة رقمية خصبة لتفاعل الجمهور مع التقنيات الناشئة. هذا التوجه نحو الرقمنة الشاملة لم يكن مجرد خيار تقني، بل كان استجابة لمطالبات العصر في بناء جسور تواصل مستمرة بين المؤسسات والجمهور، مما ساهم في تعزيز الاتصال الحواري وتحقيق استجابة فعالة للمتغيرات المتسارعة في المجتمع السعودي³.

وعند النظر إلى حجم الانخراط المجتمعي في هذه الوسائل، نجد أن المجتمع السعودي يسجل أرقامًا قياسية في استخدام المنصات الرقمية، حيث تشير الإحصاءات الرسمية إلى أن نسبة استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي بلغت 98.43%، وهو ما يعكس كثافة حضور هذه المنصات في صياغة السلوك اليومي. وتتصدر منصة "فيسبوك" قائمة المواقع الأكثر تكرارًا للمواضيع المتعلقة بالقيم والأخلاق بنسبة 39%، يليها منصات أخرى مثل إنستغرام وتويتير التي تسهم بشكل مباشر في توجيه التفاعل المجتمعي نحو القضايا الأخلاقية والاجتماعية. هذه الأرقام تؤكد أن الفضاء الرقمي أصبح المختبر الحقيقي الذي تشكل فيه ملامح العلاقات الاجتماعية والقيم السلوكية داخل المجتمع الحديث⁴.

إن الاعتماد المتزايد على هذه الوسائط الرقمية أدى إلى ظهور ما يُعرف بـ "البيئة الجديدة للاتصال"، حيث تلاشت الفوارق بين صحافة المحترف وصحافة المواطن، وبرزت مفاهيم "الإيكوميديا" التي تعنى بالتوازن البيئي للأفكار والأخبار. في هذا السياق، لم تعد المعلومة مجرد مادة معرفية، بل أصبحت محركًا للتغيير الاجتماعي والسياسي، حيث تؤثر مستويات الحرية الرقمية وتوافر المعلومات على استقرار المجتمعات وتطورها. إن التحول من النظم التناظرية الهرمية إلى النظم الرقمية الشبكية أوجد أنماطًا جديدة من تداول الأخبار، جعلت من الجمهور شريكًا فاعلًا في صياغة الأجندة العامة وتوجيه النقاشات المجتمعية⁵.

ويظهر تفاعل الجمهور مع التقنيات الذكية جليًا في استخدام تطبيقات المحادثة التفاعلية "Chatbots" التي أصبحت جزءًا لا يتجزأ من استراتيجيات العلاقات العامة والتسويق الرقمي. إن اتجاهات الجمهور نحو هذه التطبيقات تعكس مدى قبول المجتمع السعودي للتكنولوجيا المستحدثة كأداة لخدمة العملاء وتسهيل التواصل المؤسسي. هذا التفاعل الرقمي يتجاوز البعد الوظيفي ليلامس الجوانب النفسية والاجتماعية، حيث تسهم هذه الأدوات في بناء صورة ذهنية معينة حول المؤسسات، وتحدد مستويات الرضا والثقة في الخدمات الرقمية المقدمة، مما يعزز من فاعلية الاتصال الحواري في البيئات الافتراضية⁶.

ومع هذا التطور التقني، برزت تحديات مرتبطة بالأمن السيبراني والوعي الرقمي لدى الأسر السعودية، حيث أصبح الفضاء الرقمي مسرحًا لنوعية جديدة من الجرائم والمخاطر التي تهدد استقرار العلاقات الاجتماعية. إن الفجوة بين التقدم التقني السريع ومستويات الوعي بمخاطر الفضاء السيبراني أوجدت حاجة ملحة لتفعيل دور الأمن السيبراني في الوقاية الاجتماعية.

² الزامل، عبير عبد الرحمن، والدعيجي، رامي علي. (2024). اتجاهات الجمهور العربي نحو تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام التقليدية (دراسة ميدانية). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (104)، 22-59.

³ مرسي، إيمان أحمد. (2021). رؤية الشباب السعودي لاستراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الاتصال الحواري على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات (أزمة كورونا نموذجًا). المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (28)، 63-95. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.28.2021.350>

⁴ الصغير، مشعل خلف. (2024). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق (دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (99)، 318-350. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.982>

⁵ الزرن، جمال. (2012). البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن. مجلة الباحث الإعلامي، (17)، 1-20.

⁶ مرسي، إيمان أحمد. (2023). اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية (chatbot) في خدمة العملاء. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (87)، 238-270. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.87.2023.866>

هذه المخاطر لا تقتصر على الجوانب التقنية فحسب، بل تمتد لتؤثر على التناسق الوظيفي للأسرة والمجتمع، مما يستدعي فهم المعوقات الاجتماعية التي تحول دون تحقيق الوقاية الرقمية الشاملة في ظل الانفتاح المعلوماتي الكبير.⁷

وفي سياق العلاقات الرقمية، أحدثت التقنيات الذكية تحولات جوهرية في طبيعة الروابط الإنسانية، خاصة خلال الأزمات الكبرى التي مر بها المجتمع، مثل جائحة كورونا التي فرضت نمطاً من الاتصال الرقمي القسري. لقد أدى الاعتماد الكلي على المنصات الرقمية خلال تلك الفترة إلى تعزيز التفاعل الإيجابي داخل الأسرة في بعض جوانبه، ولكنه أفرز أيضاً مشكلات أسرية ناتجة عن التغيير في أنماط التواصل التقليدية. هذا التباين في التأثيرات يعكس التعقيد في العلاقة بين التكنولوجيا والمجتمع، حيث يمكن للأداة الرقمية أن تكون وسيلة للتقارب أو عاملاً لزيادة الضغوط الاجتماعية، اعتماداً على نمط الاستخدام والوعي المجتمعي.⁸

ختاماً، فإن التطور في فنون التصميم الجرافيكي واستخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى البصري أضاف بعداً جديداً لجاذبية المحتوى الرقمي وتأثيره في الجمهور. إن القدرة الفائقة لهذه التقنيات على تقديم مقترحات مبتكرة وتصاميم تحاكي تطلعات المتلقين زادت من مستويات الاندماج الرقمي، مما جعل من المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي عنصراً فاعلاً في تشكيل الذائقة البصرية والمعرفية. هذا الاندماج التقني يفرض ضرورة دراسة أنماط تفاعل الجمهور السعودي مع هذا النوع من المحتوى، وفحص انعكاساته العميقة على طبيعة العلاقات الرقمية، لضمان بناء مجتمع رقمي واعٍ وقادر على استثمار التكنولوجيا في تعزيز الروابط الاجتماعية.⁹

2. الدراسات السابقة

2.1 دراسات خاصة بالتغير المستقل: الذكاء الاصطناعي والمحتوى الرقمي:

دراسة قاسم مصطفى عبد الله المعيني (2026)¹⁰ هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الدور الجوهري الذي يلعبه الذكاء الاصطناعي في إعادة صياغة وتصميم الحملات الإعلانية، وقياس مدى تأثير هذه التقنيات على مستويات تفاعل الجمهور وثقتهم في المحتوى الترويجي، مع التركيز على الجوانب النفسية والسلوكية الناتجة عن استخدام هذه الأدوات المتطورة، وتمثلت الإجراءات المنهجية للدراسة في اعتماد منهج المسح الميداني، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها (80) مفردة من الخبراء والمتخصصين في مجالات الإعلان والذكاء الاصطناعي داخل البيئة العراقية، وجرى اختيار العينة لضمان الحصول على آراء دقيقة حول الجوانب التقنية والمهنية، واعتمد الباحث على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، مع استخدام الأساليب الإحصائية المتمثلة في التكرارات والنسب المئوية ومعامل ارتباط بيرسون لتحليل العلاقة بين المتغيرات عبر برنامج (SPSS)، وتوصلت الدراسة إلى نتائج هامة أبرزها وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وزيادة معدلات تفاعل الجمهور مع الحملات الإعلانية، كما أظهرت أن القدرة الفائقة للذكاء الاصطناعي على تخصيص المحتوى بناءً على سلوك المتلقي ساهمت في تعزيز الثقة والمصداقية، وخلصت التوصيات إلى ضرورة تكثيف الاهتمام الأكاديمي بدراسة الانعكاسات النفسية بعيدة المدى لاستخدام هذه التقنيات، وتوفير أطر تدريبية للعاملين في المجال الإعلامي للتمكن من أدوات الإنتاج الرقمي بما يخدم تطلعات الجمهور.

دراسة أسماء عبد العزيز حمد المسلم (2025)¹¹ استهدفت الدراسة استكشاف الإمكانيات والقدرات التي توفرها تقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل الواقع المعزز (AR) وتحليل البيانات الضخمة، في تحويل الإعلانات المطبوعة التقليدية من وسيط ساكن

⁷ العتيبي، سعود شبيب سدر. (2022). مدى توفر الوعي بالأمن السيبراني لدى أفراد الأسر في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من الأسر بمحافظة جدة. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، 3(27)، 575-607.

⁸ آل دويس، مصلح حسين محمد. (2022). أثر جائحة كورونا على العلاقات داخل الأسرة في المجتمع السعودي: دراسة ميدانية على عينة من الأسر السعودية في منطقة نجران. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، 3(27)، 395-429.

⁹ محمود، غسان زينل. (2024). الذكاء الاصطناعي وتعزيز الإبداع في التصميم الجرافيكي. مجلة الأكاديمي، العدد الخاص: المؤتمر العلمي العشرين، 399-411. <https://doi.org/10.35560/jcofarts1447>

¹⁰ المعيني، قاسم مصطفى عبد الله. (2026). دور الذكاء الاصطناعي في تصميم الحملات الإعلانية وتأثيراته على الجمهور. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 18(1)، 538-552. <https://doi.org/10.31185/lark.4870>

¹¹ المسلم، أسماء عبد العزيز حمد. (2025). تعزيز التفاعل في الإعلانات المطبوعة باستخدام الذكاء الاصطناعي: الفرص والتحديات. المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 30(1)، 1-25.

إلى تجربة اتصالية تفاعلية تزيد من اندماج الجمهور السعودي مع الرسائل الإعلانية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث قامت الباحثة بتحليل مجموعة من النماذج الإعلانية الحديثة التي وظفت تقنيات ذكية لربط الورق بالبيئة الرقمية، كما شملت الدراسة "عينة تحليلية" للممارسات الإعلانية الرقمية المعاصرة، واستخدمت الباحثة أسلوب تحليل المضمون الكيفي والوصفي لرصد مستويات التفاعل المقترحة، وأظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى الإعلاني المطبوع يقلل من الفجوة الاتصالية بين المعلن والجمهور، ويخلق حالة من الجذب البصري والمعرفي غير المسبوقة، وخلصت التوصيات إلى تشجيع شركات الإعلان في المملكة العربية السعودية على تبني تطبيقات الواقع المعزز في حملاتها المطبوعة، وتوفير قواعد بيانات ذكية لتحليل تفضيلات المستهلكين وتقديم محتوى إعلاني يحاكي احتياجاتهم الرقمية بشكل دقيق.

دراسة Amjad Omar Safori et al (2025)¹² سعى البحث إلى فحص تداعيات التحول الرقمي الشامل على البنية الهيكلية لصناعة الصحافة في الأردن، وقياس مدى تأثير قاعدة القراء والجمهور بهذا التحول من الصحافة الورقية إلى المنصات الذكية، وتحديد المشكلات الاقتصادية والمهنية الناتجة عن هذا الانتقال، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث طبقت على عينة من الصحفيين والجمهور المتابع للصحف اليومية الأردنية، واستخدم الباحثون أداة الاستبانة لجمع البيانات، وتمت المعالجة الإحصائية عبر برنامج (SPSS) باستخدام اختبارات الفروق ومعاملات الارتباط، وتوصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي أحدث تغييراً جذرياً في أنماط استهلاك الأخبار، حيث اتجه الجمهور بشكل كلي نحو المنصات الرقمية مما أدى لخسائر اقتصادية كبيرة للصحف الورقية، ومع ذلك وفر التحول أدوات ذكية جديدة لزيادة تفاعلية الجمهور مع الخبر، وأوصت الدراسة بضرورة تبني نماذج ربحية مبتكرة تعتمد على الإعلان الرقمي الذكي، وتطوير مهارات الصحفيين في التعامل مع أدوات إنتاج المحتوى المتعدد الوسائط بما يخدم تطلعات الجمهور الحديث.

دراسة Ghassan Zainal Mahmoud (2024)¹³ سعى البحث إلى استكشاف الكيفية التي يسهم بها الذكاء الاصطناعي في تعزيز القدرات الإبداعية لمصممي الجرافيك، والتعرف على الدور الوظيفي لهذه التقنيات في تقديم مقترحات ابتكارية تحاكي احتياجات الجمهور المستهدف وتزيد من جاذبية المحتوى البصري الرقمي، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتوصيف الأدوات البرمجية الذكية المستخدمة في التصميم، حيث تمثلت العينة في مجموعة من النماذج التصميمية المنتجة بواسطة خوارزميات الذكاء الاصطناعي، واستخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون البصري والمقابلة مع خبراء التصميم كأدوات لجمع البيانات، وجرى تحليل البيانات باستخدام أساليب التحليل الكيفي لتقييم جودة الابتكار، وتوصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمتلك قدرة فائقة على تقديم حلول تصميمية ذكية واقتراحات لونية وهيكلية تزيد من اندماج الجمهور مع المحتوى، كما أنه يقلل من الجهد الزمني المبذول في العمليات الروتينية مما يفسح المجال للإبداع الفكري، وأوصت الدراسة بضرورة تبني المؤسسات التعليمية لمناهج متخصصة تدمج بين الفن والتقنية الذكية، وحث المصممين على مواكبة التطورات البرمجية لضمان إنتاج محتوى بصري يتسم بالتفاعلية والذكاء.

دراسة مرتضى صلاح نعمة (2024)¹⁴ هدفت هذه الدراسة إلى فحص التجربة التطبيقية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصناعة الإعلانية العالمية، من خلال دراسة حالة تفصيلية لإحدى الحملات الكبرى، للوقوف على التغييرات التي طرأت على نمط الرسالة الإعلانية وكيفية استقبال الجمهور لها في ظل التطور الخوارزمي، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أسلوب "دراسة الحالة" (Case Study)، حيث تم تحليل عناصر حملة شركة "كوكا كولا" التي اعتمدت على المحتوى المولد ذكياً، واستخدم الباحث أداة تحليل المضمون لرصد مستويات التفاعل والتعليقات المنشورة عبر المنصات الرقمية، وتوصلت النتائج إلى أن المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي حقق طفرة في معدلات الوصول والمشاركة مقارنة بالحملات التقليدية، وذلك بفضل الطابع الشخصي والتفاعلي للرسالة، كما أكدت النتائج أن الجمهور ينجذب للمحتوى الذي يمنحه دوراً في صياغة

¹² Safori, A. O., Ahmed, A. K., Al-Abbadi, S. M. A., Manajreh, M. M., Abdallah, R. A. Q., & Aissani, R. (2025). Digital Transformation and its Impact on the Journalistic Industry in Jordan. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 52(5), 7613. <https://doi.org/10.35516/hum.v52i5.7613>

¹³ Mahmoud, G. Z. (2024). Artificial Intelligence And Enhancing Creativity In Graphic Design. *Al-Academy Journal*, Special Issue: The Twentieth Scientific Conference, 399-411. <https://doi.org/10.35516/jcofarts1447>

¹⁴ نعمة، مرتضى صلاح. (2024). استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلان: دراسة حالة لحملة كوكا كولا المدعومة بالذكاء الاصطناعي. *مجلة لارك*, 16(3)، 458.

التجربة الإعلانية، وأوصت الدراسة بضرورة استثمار الشركات العربية لهذه النماذج العالمية في تطوير استراتيجياتها التسويقية الرقمية، مع مراعاة الخصوصية الثقافية للمجتمع في المحتوى المولد ألياً.

دراسة عبير عبد الرحمن الزامل ورامي علي الدعيجي (2024)¹⁵ هدفت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى الكشف عن رؤية واتجاهات الجمهور العربي حول التحديات والفرص التي تفرضها تقنيات الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة الورقية، الإذاعة، التلفزيون)، وبحث سبل تكيف هذه الوسائل مع التحولات الرقمية المتسارعة لضمان بقائها في المنافسة الإعلامية، واعتمدت الدراسة في إجراءاتها المنهجية على المنهج الوصفي المسحي، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة متاحة قوامها (452) مفردة من الجمهور العربي المستخدم للأجهزة الذكية والمنصات الرقمية، وتم اختيار العينة عبر النشر الإلكتروني لضمان تنوع التوزيع الجغرافي، واستخدمت الباحثة الاستبانة الإلكترونية كأداة لجمع البيانات، وجرى تحليلها إحصائياً باستخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية واختبار "ت" لتحليل الفروق عبر برنامج (SPSS)، وتوصلت الدراسة إلى نتائج هامة أبرزها وجود اتجاه إيجابي عام نحو قدرة الذكاء الاصطناعي على تحسين سرعة الوصول للمعلومات، مع وجود مخاوف لدى الجمهور من تراجع دور العنصر البشري والمصادقية المهنية، وأكدت النتائج أن الجمهور يفضل متابعة المحتوى الذي يدمج بين التقنيات الذكية واللمسة البشرية، وأوصت الدراسة بضرورة دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في مناهج الإعلام بالجامعات العربية، وحث المؤسسات الإعلامية التقليدية على تحديث نماذج عملها لتصبح أكثر تفاعلية مع الجمهور الرقمي.

دراسة حلوه جبر قيصي (2024)¹⁶ هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى قبول وتصورات الكوادر الأكاديمية لاستخدامات الذكاء الاصطناعي في البيئة التعليمية والبحثية، وتحديد المعوقات التقنية والبشرية التي تحول دون التوظيف الأمثل لهذه الأدوات في إنتاج المحتوى العلمي والمعرفي الموجه للجمهور الأكاديمي، واتبعت الدراسة المنهج النوعي (Qualitative Approach)، حيث طبقت الدراسة على عينة قصدية قوامها (20) عضواً من أعضاء هيئة التدريس في جامعات مختلفة، واعتمدت الباحثة على "المقابلة المتعمقة" كأداة رئيسية لجمع المعلومات لضمان الحصول على رؤى تفصيلية حول التجربة الرقمية، وجرى تحليل البيانات باستخدام أسلوب التحليل الموضوعي (Thematic Analysis)، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك رغبة قوية لدى الأكاديميين في تبني التقنيات الذكية، إلا أن ضعف التدريب التقني يمثل العائق الأكبر، كما أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين جودة الأبحاث وسرعة معالجة البيانات، وأوصت الدراسة بوضع استراتيجية وطنية شاملة للتحول الرقمي في التعليم العالي، وتوفير ورش عمل مكثفة لأعضاء هيئة التدريس حول أخلاقيات وفنون استخدام الذكاء الاصطناعي في العمليتين الإدارية والأكاديمية.

دراسة Amr Mohamed Mahmoud Abdelhamid (2024)¹⁷ هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل سلوكيات استهلاك الجمهور العربي لمحتوى "البودكاست" عبر المنصات الرقمية، وتقييم مدى التزام صناع المحتوى الصوتي بالمعايير المهنية والتقنيات الذكية في إثراء التجربة السمعية، وبحث مدى تهديد هذا النمط الرقمي لمستقبل الإذاعة التقليدية، واعتمدت الدراسة في إجراءاتها المنهجية على نظرية "ثراء الوسيلة الإعلامية" (Media Richness Theory) والمنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من مستمعي البودكاست في المنطقة العربية، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وجرى تحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية (المتوسطات، الانحرافات المعيارية، ومعامل ارتباط سبيرمان)، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام التقنيات الرقمية الذكية (مثل تحسين الصوت بالذكاء الاصطناعي والتفاعل الخوارزمي) وزيادة ولاء الجمهور للمنصة، كما أظهرت أن البودكاست يمثل مكملاً وليس بديلاً كلياً للإذاعة التقليدية، وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام المؤسسات الإذاعية بإنتاج محتوى رقمي حصري يعتمد على تقنيات التفاعل اللحظي مع الجمهور لضمان استمرارية الاتصال في العصر الرقمي.

¹⁵ الزامل، عبير عبد الرحمن، والدعيجي، رامي علي. (2024). اتجاهات الجمهور العربي نحو تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام التقليدية (دراسة ميدانية). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (104)، 22-59.

¹⁶ قيصي، حلوه جبر. (2024). مقترحات تفعيل الذكاء الاصطناعي في الجامعات داخل الخط الأخضر من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. مجلة الشرق الأوسط للعلوم التربوية والنفسية، (14)، 52-60.

¹⁷ Abdelhamid, A. M. M. (2024). Audience interaction with podcast content on digital platforms and its impact on the future of radio in the Arab region. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 52(2), 158-177.
<https://doi.org/10.35516/hum.v52i2.6044>

دراسة Abdulkareem Ali Al Debaisi (2023)¹⁸ هدفت الدراسة إلى تتبع التطور التاريخي والمفهومي لصحافة الذكاء الاصطناعي وتحديد الفوارق الجوهرية بينها وبين الصحافة التقليدية، مع التركيز على دور الخوارزميات في التحرير الصحفي وتحديد التحديات المهنية والأخلاقية التي تفرضها هذه التقنيات على العمل الإعلامي، واعتمدت الدراسة في إجراءاتها المنهجية على المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات العلمية الأجنبية والعربية التي تناولت تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها في غرف الأخبار، حيث مثلت هذه الأدبيات "مجتمع الدراسة" التحليلي، واستخدم الباحث أسلوب التحليل الكيفي والمقارن لرصد المميزات والتحديات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي ساهم بشكل فعال في رفع كفاءة العمل الصحفي وزيادة غزارة وتنوع المحتوى المنتج، مما أدى لتحقيق عوائد اقتصادية أفضل للمؤسسات الإعلامية، ومع ذلك كشفت النتائج عن وجود فجوة أخلاقية تتعلق بالشفافية والتحيز الخوارزمي، وأوصت الدراسة بضرورة صياغة تعريفات علمية شاملة وموحدة لمفهوم صحافة الذكاء الاصطناعي، ووضع ميثاق أخلاقي ينظم العلاقة بين القائم بالاتصال والآلة لضمان عدم المساس بالقيم المهنية.

دراسة عادل عاشور المرغني، نورس كاظم يوسف، وعباد الكوني خير (2023)¹⁹ استهدفت الدراسة اختبار فاعلية أدوات الذكاء الاصطناعي في رصد وتحليل اتجاهات الجمهور إزاء القضايا المطروحة في البرامج الحوارية، ومقارنة سرعة ودقة الخوارزميات بالقدرة البشرية التقليدية في استخراج النتائج وتحليلها، واعتمدت الدراسة منهج المسح الإعلامي والتحليل الآلي للمحتوى، حيث تم اختبار عينة من تعليقات ومشاركات الجمهور المتابع لبرنامج "البلاد" على منصات التواصل الاجتماعي، واستخدم الباحثون خوارزمية "تنقيب النصوص" (Text Mining) وخوارزمية "تحليل الآراء" (Sentiment Analysis) كأدوات تحليلية برمجية، مع الاعتماد على المعالجة الإحصائية الآلية لتصنيف الاتجاهات (إيجابي، سلبي، محايد)، وأظهرت النتائج أن أدوات الذكاء الاصطناعي تتفوق بمراحل كبيرة على العنصر البشري من حيث سرعة استخراج النتائج ومعالجة البيانات الضخمة، مما يوفر للمؤسسات الإعلامية رؤية لحظية حول تفضيلات الجمهور، وأوصت الدراسة بضرورة دمج هذه التقنيات البرمجية في أقسام بحوث الجمهور داخل القنوات الفضائية، وتدريب الكوادر الإعلامية على استخدام الخوارزميات في تطوير المحتوى البرمجي بناءً على ردود فعل المتلقين.

2.2 دراسات خاصة بالمتغير التابع: العلاقات الرقمية والانعكاسات الاجتماعية:

دراسة Khalaf Lafee Alhammad and Ahmad Anwar Mostafa (2025)²⁰ هدفت هذه الدراسة إلى فحص تأثير الأدوات الرقمية التي تستخدمها دوائر العلاقات العامة في تشكيل الانطباعات الذهنية لدى الجمهور، وقياس مدى مساهمة هذه القنوات في استقرار العلاقات بين المؤسسات الرسمية وأفراد المجتمع في ظل الأزمات، واعتمدت الدراسة على "منهج مزيج (Mixed Methods)"، حيث تم توزيع استبانة على عينة من (400) فرد من الجمهور، بالإضافة إلى إجراء مقابلات متعمقة مع مديري العلاقات العامة في ثماني وزارات، واستخدم الباحثون أساليب التحليل الكيفي والكمي (برنامج SPSS)، وتوصلت النتائج إلى أن المنصات الرقمية مثل "فيسبوك وتويتير" هي القنوات الأكثر فاعلية في بناء الصورة الذهنية، إلا أن هناك ضعفاً في استخدام التقنيات الذكية لتحسين جودة هذا التواصل، وأكدت النتائج أن الجمهور يربط بين سرعة الاستجابة الرقمية ومستوى المصداقية المؤسسية، وأوصت الدراسة بضرورة تحديث البنية التحتية للاتصال الحكومي، والاعتماد على تحليل البيانات الضخمة لفهم توجهات الجمهور وصياغة رسائل إعلامية تعزز السلم الاجتماعي والروابط الرقمية المتينة.

دراسة حنان بنت عبيد بن المسعود (2024)²¹ استهدفت الدراسة الكشف عن التداعيات العميقة التي أحدثتها الثورة الرقمية والانتشار الواسع للأجهزة الذكية على الهوية الثقافية والاجتماعية للأسرة في المجتمع السعودي والخليجي، وبحث مدى التغيير

¹⁸ Al Debaisi, A. A. (2023). Artificial intelligence journalism: Professional and ethical challenges. IUG Journal of Humanities Research, 31(3), 72-93. <https://doi.org/10.33976/IUGJHR.31.3/2023/4>

¹⁹ المرغني، عادل عاشور، ويوسف، نورس كاظم، وخير، عباد الكوني. (2023). توظيف الذكاء الاصطناعي في تحليل آراء الجمهور الليبي نحو ما يقدمه برنامج البلاد بقناة 218. مجلة كلية الفنون والإعلام، (16)، 268-247. <https://doi.org/10.36602/famj.2023.16.8.268-247>

²⁰ Alhammad, K. L., & Mostafa, A. A. (2025). The Role of Public Relations in Shaping the Image of Iraqi Ministries among the Iraqi Public. Dirasat: Human and Social Sciences, 52(6), 7805. <https://doi.org/10.35516/hum.v52i6.7805>

²¹ المسعود، حنان بنت عبيد. (2024). الثورة الرقمية وتداعياتها على الهوية الثقافية للأسرة العربية والخليجية. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (55)، 104-86. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.55.2024.1102.104-86>

في منظومة القيم والعلاقات التقليدية في ظل الانفتاح الرقمي العالمي، واتبعت الدراسة في إجراءاتها المنهجية المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (105) من الأسر العربية والخليجية المقيمة في منطقة شرق الرياض بالمملكة العربية السعودية، وجرى اختيار العينة باستخدام الحاسب الآلي لضمان الحيادية، واعتمدت الباحثة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، واستخدمت الأساليب الإحصائية المتمثلة في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحليل الاستجابات، وأظهرت النتائج أن واقع الثورة الرقمية في المجتمع السعودي وصل إلى درجة عالية بمتوسط حسابي (3.55)، كما كشفت عن وجود تأثيرات قوية للتكنولوجيا على تراجع بعض الأنماط التقليدية للتفاعل الأسري لحساب العلاقات الرقمية، وأوصت الدراسة بضرورة صياغة ميثاق رقمي أسري يحافظ على الهوية الثقافية، وتكثيف الدراسات التي تتناول أساليب "التربية الرقمية" للأجيال الناشئة لمواجهة التدفق الرقمي العابر للحدود.

دراسة مشعل خلف الصقير (2024)²² هدفت هذه الدراسة إلى فحص الدور الذي تلعبه المنصات الرقمية في تشكيل المنظومة الأخلاقية والقيمية لدى المستخدمين داخل المجتمع السعودي، وتحليل طبيعة التفاعلات الاجتماعية المرتبطة بالقضايا السلوكية عبر الفضاء الرقمي، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أسلوب "تحليل المضمون"، حيث تم تحليل المحتوى المنشور في منصات (فيسبوك، تويتر، انستغرام) والمتعلق بالقيم والأخلاق في البيئة السعودية، واستخدم الباحث استمارة تحليل محتوى كأداة لجمع البيانات، مع الاعتماد على التحليل الإحصائي للنسب المئوية لتكرار القضايا الأخلاقية، وتوصلت النتائج إلى أن منصة فيسبوك هي الأكثر تكراراً للمواضيع المتعلقة بالقيم بنسبة (39%)، تليها انستغرام وتويتر، كما أظهرت النتائج وجود استجابة جماهيرية واسعة للمحتوى الذي يعزز القيم الاجتماعية، مما يؤكد أن العلاقات الرقمية أصبحت وسيطاً فعالاً في الضبط الاجتماعي، وأوصت الدراسة بضرورة استثمار هذه المنصات في نشر المحتوى القوي، وتوفير أدوات رقابية ذكية لحماية المجتمع من المحتوى الذي يتنافى مع القيم والأخلاق السائدة.

دراسة إيمان أحمد مرسي (2023)²³ هدفت الدراسة إلى تحليل أنماط تفاعل الجمهور السعودي مع تقنيات المحادثة الآلية الذكية وتحديد الانعكاسات السلوكية والاجتماعية المترتبة على استبدال العنصر البشري بالوسيط الرقمي في تقديم الخدمات، مع التركيز على مستويات الرضا والقبول التكنولوجي لهذه الأدوات، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، واستندت إلى "نموذج قبول التكنولوجيا" (TAM) كإطار نظري لتفسير سلوك الباحثين، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من الجمهور السعودي قوامها (220) مفردة من مختلف الفئات العمرية (15-60 عاماً) من مستخدمي خدمات العملاء الرقمية، واعتمدت الباحثة الاستبانة أداة لجمع المعلومات، واستخدمت الأساليب الإحصائية المتمثلة في اختبارات الارتباط وتحليل التباين، وأسفرت النتائج عن وجود اتجاه عام "محايد يميل إلى الإيجابية" نحو الاعتماد على الروبوتات في التفاعل الرقمي، حيث يرى الجمهور أنها توفر الجهد والوقت، لكنها لا تزال تفقر إلى "التعاطف الاجتماعي" المطلوب في العلاقات الإنسانية، وأوصت الدراسة بضرورة دمج اللمسات الإنسانية في تصميم محتوى الدردشة الآلية، وتوعية الجمهور بآليات التعامل الآمن مع هذه التقنيات لتعزيز كفاءة التواصل الرقمي في المجتمع السعودي.

دراسة بسام الهزاع (2023)²⁴ سعى البحث إلى تقييم دور المنصات الرقمية في تقوية الروابط الاجتماعية بين الجمعيات الأهلية والجمهور في المملكة العربية السعودية، وفحص الاستراتيجيات المستخدمة في نشر الخدمات وتحقيق الوعي المجتمعي عبر الفضاء السبراني، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، حيث جرى تصميم استبانة إلكترونية وزعت على عينة من المسؤولين والجمهور المتفاعل مع المنظمات غير الربحية في البيئة السعودية، واستخدم الباحث أساليب التحليل الإحصائي الوصفي لرصد مستويات التفاعل، وأظهرت النتائج أن استراتيجيات "التواصل والمشاركة" هي الأكثر تأثيراً في بناء الصورة الذهنية الإيجابية للمنظمة، وأن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في زيادة الشفافية والمساءلة الاجتماعية، مما انعكس إيجاباً على طبيعة العلاقات الرقمية التكافلية، وأوصت الدراسة بضرورة تبني المنظمات غير الربحية لمناهج "الإعلام الرقمي

22 الصقير، مشعل خلف. (2024). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق (دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانية والاجتماع، (99)، 318-350.

<https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.982>

23 مرسي، إيمان أحمد. (2023). اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية (chatbot) في خدمة العملاء. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانية والاجتماع، (87)، 238-270. 2023.866. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.87.2023.866>

24 الهزاع، بسام. (2023). أثر استخدام المنظمات غير الربحية السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل مع الجمهور (دراسة ميدانية). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانية والاجتماع، (98)، 22-59. 2023.945. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.98.2023.945>

التفاعلي" بدلاً من النشر التقليدي، وتوفير أدوات تقنية متطورة لرصد احتياجات الجمهور وتلبيتها بشكل لحظي لتعزيز الولاء الاجتماعي للمؤسسة.

دراسة مصلح حسين محمد ال دويس (2022)²⁵ هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة التحولات التي طرأت على العلاقات الأسرية داخل المجتمع السعودي نتيجة الاعتماد الكثيف على الوسائل الرقمية والاتصال الافتراضي خلال فترة الجائحة، ورصد الآثار الإيجابية والسلبية والمشكلات الناتجة عن هذا النمط من التواصل الرقمي، وتمثلت الإجراءات المنهجية للدراسة في استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة بلغت (295) مفردة من أرباب الأسر في منطقة نجران بالمملكة العربية السعودية، واعتمد الباحث أسلوب المعاينة العشوائية لضمان تمثيل المجتمع، واستخدم الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، وجرى تحليل البيانات إحصائياً عبر برنامج (SPSS) باستخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية واختبار "ت" لتحليل الفروق، وتوصلت النتائج إلى وجود مستوى مرتفع للتأثير الإيجابي للجائحة في تعزيز التفاعل الرقمي الأسري، مقابل وجود مستوى متوسط للمشكلات الأسرية الناتجة عن قضاء وقت طويل خلف الشاشات، وأكدت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس أو العمر في إدراك هذه الآثار، وخلصت التوصيات إلى ضرورة إعداد برامج إرشادية لتوعية الأسر بكيفية موازنة العلاقات الرقمية والواقعية، وتفعيل دور المؤسسات الاجتماعية في معالجة الآثار النفسية الناتجة عن العزلة الرقمية.

دراسة سعود شباب سدر العتيبي (2022)²⁶ استهدفت الدراسة تحديد درجة وعي الأسر السعودية بمفهوم الأمن السيبراني وعلاقته باستقرار العلاقات الرقمية، ورصد المعوقات الاجتماعية التي تحول دون تحقيق الوقاية من المخاطر السيبرانية التي تهدد الخصوصية الأسرية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، حيث طبقت على عينة عمدية قوامها (200) فرد من أرباب وأفراد الأسر في محافظة جدة، واستخدم الباحث الاستبانة أداة رئيسة لجمع المعلومات، وجرى معالجة البيانات إحصائياً باستخدام التكرارات والنسب المئوية، وأظهرت النتائج وجود فجوة بين حجم الاستخدام الرقمي ومستوى الوعي بطرق الوقاية التقنية، كما كشفت عن مخاوف اجتماعية مرتبطة بتأثير الجرائم الإلكترونية على تماسك العلاقات داخل الأسرة، وخلصت التوصيات إلى أهمية تفعيل دور الأمن السيبراني كجزء من الثقافة الاجتماعية العامة، وضرورة قيام الجهات المختصة بتنظيم حملات توعوية تستهدف الأسر بشكل مباشر لتبسيط مفاهيم الحماية الرقمية والتعامل الآمن مع المحتوى التقني.

دراسة ليلى علي جمعة (2022)²⁷ استهدفت الدراسة رصد الانعكاسات الاجتماعية والنفسية الناتجة عن كثافة الاعتماد على المنصات الرقمية كمصدر للمعلومات خلال الأزمات الاقتصادية، وبحث مدى تأثير المحتوى الرقمي في صياغة السلوك الشرائي والاتجاهات المجتمعية نحو الواقع المعيشي، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وطبقت على عينة متاحة من الجمهور المتفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، واعتمدت الباحثة الاستبانة أداة رئيسة لجمع المعطيات، واستخدمت مقياس "الاعتماد على وسائل الإعلام" كإطار للتحليل، وأظهرت النتائج أن الاعتماد الرقمي خلال الأزمة أدى إلى زيادة مستويات "القلق الاجتماعي" والتوتر في العلاقات الرقمية نتيجة تداول الشائعات، كما كشفت عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة التفاعل تعزى للمستوى التعليمي، وخلصت التوصيات إلى أهمية تفعيل دور "الإعلام الواعي" في مواجهة التداعيات السلبية للنشر الرقمي غير المنضبط، وضرورة قيام المتخصصين بتقديم محتوى متوازن يهدئ من روع الجمهور ويحافظ على التماسك الاجتماعي في البيانات الرقمية.

دراسة جميلة محمد اللعبون (2021)²⁸ هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المحتوى الإعلامي الرقمي والتقليدي في تعزيز قيم التسامح والحوار بين أفراد المجتمع السعودي، وتقييم مدى نجاح المؤسسات الإعلامية في إدارة العلاقات الرقمية بما يخدم السلم المجتمعي، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث طبقت على عينة قصدية من الأكاديميين والإعلاميين

²⁵ آل دويس، مصلح حسين محمد. (2022). أثر جائحة كورونا على العلاقات داخل الأسرة في المجتمع السعودي: دراسة ميدانية على عينة من الأسر السعودية في منطقة نجران. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، 3(27)، 395-429.

²⁶ العتيبي، سعود شباب سدر. (2022). مدى توفر الوعي بالأمن السيبراني لدى أفراد الأسر في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من الأسر بمحافظة جدة. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، 3(27)، 575-607.

²⁷ جمعة، ليلى علي. (2022). اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات: أزمة ارتفاع سعر صرف الدولار أنموذجاً. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، (47)، 826-849.

²⁸ اللعبون، جميلة محمد. (2021). إسهام وسائل الإعلام في تنمية قيم التسامح الفكري: دراسة مطبقة على عينة من المهتمين والمتخصصين والعاملين في مجال الإعلام. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية، 29(4)، 245-273. <https://doi.org/10.33976/IUGJHR.29.4/2021/9>

المتخصصين في المملكة العربية السعودية، واعتمدت الباحثة الاستبانة الإلكترونية لجمع الآراء حول آليات تعزيز التسامح، وجرى تحليل البيانات باستخدام المتوسطات الحسابية واختبارات الدلالة الإحصائية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك إسهاماً إيجابياً للمحتوى الإعلامي في تنمية قيم الحوار، إلا أن هناك حاجة لمزيد من التخصص في إنتاج مواد إعلامية تعالج قضايا التعصب الرقمي، وأوصت الدراسة بضرورة إدماج قيم التسامح الفكري في استراتيجيات إنتاج المحتوى الرقمي، وتطوير مهارات القائمين بالاتصال في إدارة النقاشات المجتمعية عبر المنصات الذكية بما يضمن تعزيز الروابط الاجتماعية الإيجابية.

دراسة إيمان أحمد مرسي (2021)²⁹ استهدفت هذه الدراسة بشكل أساسي الكشف عن تصورات الشباب في المجتمع السعودي حول فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية التي تتبناها الأجهزة الحكومية عبر المنصات الرقمية، ومدى قدرة هذه الاستراتيجيات على بناء علاقات رقمية قائمة على الحوار والتفاعل خلال الأوقات العصيبة، بالإضافة إلى رصد مستويات الثقة في المحتوى الرقمي الحكومي، واعتمدت الدراسة في إجراءاتها المنهجية على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح (Survey)، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية ضخمة قوامها (400) مفردة من الشباب السعودي المستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي، واستخدمت الباحثة الاستبانة كأداة لجمع البيانات الميدانية، وجرى معالجة المعطيات إحصائياً عبر برنامج (SPSS) من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، وتوصلت النتائج إلى أن نسبة استخدام الشباب السعودي للمنصات الرقمية "دائماً" بلغت (92%)، مما يؤكد مركزية هذه الوسائل في إدارة العلاقات الاجتماعية والرسمية، كما أظهرت النتائج أن المنشورات التوعوية تصدرت اهتمامات الجمهور بنسبة (24.2%)، وأن هناك تقديراً عالياً لاستراتيجية الحوار اللحظي في تعزيز الانتماء الوطني، وخلصت التوصيات إلى ضرورة استمرار المؤسسات الحكومية في تطوير غرف العمليات الرقمية، وتدريب الكوادر على فنون "الاتصال الحوارية" لضمان استدامة الثقة بين المواطن والدولة في الفضاء الافتراضي.

2.3 دراسات خاصة بالربط بين المتغير المستقل والتابع:

دراسة قاسم مصطفى عبد الله المعيني (2026)³⁰ هدفت هذه الدراسة العلمية الحديثة إلى تسليط الضوء على الدور التحولي الذي تلعبه تقنيات الذكاء الاصطناعي في هندسة وتصميم الحملات الإعلانية المعاصرة، مع التركيز بشكل خاص على رصد وتحليل الانعكاسات السلوكية والنفسية لهذه التقنيات على الجمهور المستهدف، وقياس مدى مساهمة المحتوى المولد ذكياً في تعزيز مستويات التفاعل والثقة الرقمية. واتبعت الدراسة الإجراءات المنهجية المتمثلة في المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح الميداني، حيث تم اختيار عينة عمدية متخصصة قوامها (80) مفردة من الخبراء والأكاديميين الممارسين في مجالات الإعلان وتقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة العراقية، وذلك لضمان الحصول على بيانات فنية دقيقة حول آليات الربط بين الأدوات الذكية وردود فعل المتلقين. واعتمدت الدراسة على "الاستبانة" كأداة رئيسية لجمع البيانات، وجرى معالجتها باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المتطورة عبر برنامج (SPSS)، ومن أبرزها التكرارات، والنسب المئوية، ومعامل ارتباط بيرسون لفحص العلاقة بين كثافة استخدام الذكاء الاصطناعي ومستوى استجابة الجمهور. وتوصلت الدراسة إلى نتائج جوهرية كشفت عن وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية قوية بين توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى وزيادة معدلات تفاعل الجمهور، حيث أثبتت النتائج أن قدرة الخوارزميات على "تخصيص" الرسالة الإعلانية وفقاً لاهتمامات المتلقي ساهمت بشكل مباشر في رفع مستوى الثقة والمصادقية في العلاقات الرقمية بين المعلن والجمهور. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات الهامة، منها ضرورة اهتمام كليات الإعلام بتدريس أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، وتدريب الممارسين على دمج الجوانب الإنسانية والاجتماعية في المحتوى الرقمي المولد آلياً لضمان عدم حدوث فجوة في الروابط الاجتماعية الرقمية، مع دعوة المؤسسات إلى تبني استراتيجيات إنتاج ذكية تواكب التطور في الذائقة الرقمية للجمهور.

²⁹ مرسي، إيمان أحمد. (2021). رؤية الشباب السعودي لاستراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الاتصال الحوارية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات (أزمة كورونا نموذجاً). المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (28)، 63-95.

<https://doi.org/10.33193/IJoHSS.28.2021.350>

³⁰ المعيني، قاسم مصطفى عبد الله. (2026). دور الذكاء الاصطناعي في تصميم الحملات الإعلانية وتأثيراته على الجمهور. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 18(1)، 538-552. <https://doi.org/10.31185/lark.4870>

دراسة Noor majeed Shakir & Noor Adil majeed (2026)³¹ هدفت هذه الدراسة إلى فحص التأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور للمحتوى الخبري المرتبط بالأزمات (عبر شريط الأخبار والبرامج) على مواقفهم واتجاهاتهم نحو المؤسسات الرسمية، وبحث كيف يساهم هذا النمط الاتصالي في صياغة طبيعة العلاقة الرقمية بين المواطن والدولة. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة ممثلة من الجمهور العراقي في مناطق جغرافية متنوعة، واستخدم الباحثون أداة الاستبانة لقياس كثافة التعرض ومستويات القلق والاتجاهات الناتجة عنه. وجرى تحليل البيانات باستخدام أساليب الارتباط الإحصائي واختبارات الفروق الديموغرافية. وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين شدة التعرض لأخبار الأزمات وزيادة مستويات القلق الاجتماعي والتوتر في المواقف تجاه الحكومة، مما يؤكد أن المحتوى الرقمي والإعلامي يلعب دوراً حاسماً في تشكيل "الواقع الاجتماعي" والروابط السياسية الرقمية. وأوصت الدراسة بضرورة تبني المؤسسات الإعلامية لخطاب متوازن خلال الأزمات، والاعتماد على تقنيات التواصل الحواري الذكي لتقليل الفجوة الاتصالية مع الجمهور والحفاظ على الاستقرار الاجتماعي في البيئات الرقمية.

دراسة Hüseyin ESVED (2025)³² استهدفت هذه الدراسة استقصاء العلاقة بين جودة صياغة المحتوى الرقمي (باستخدام التقانات البلاغية) ومدى فاعلية هذا المحتوى في جذب استجابة الجمهور وتفاعله عبر منصات التواصل الاجتماعي، وبحث كيف يمكن لأنماط الصياغة اللغوية الذكية أن تؤثر في طبيعة الروابط الرقمية وتوجهات الرأي العام نحو الأخبار المنشورة. واعتمدت الدراسة في إجراءاتها المنهجية على المنهج الوصفي التحليلي، حيث قامت برصد وتحليل عينة واسعة من عناوين الأخبار المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وفحص مدى التزامها بالمعايير البلاغية التي تهدف لاستثارة فضول المتلقي وتحفيزه على المشاركة والتفاعل. واستخدم الباحث أسلوب "تحليل المضمون الكيفي والكمي" كطريقة بحثية أساسية، مع الاعتماد على مقاييس فنية لقياس "الفاعلية" و"الوصول" المرتبط بكل نمط صياغة. وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود تأثير مباشر وقوي لنمط الصياغة (المتغير المستقل) على حجم ونوعية تفاعل الجمهور (المتغير التابع)، حيث أكدت النتائج أن العناوين التي توظف تقنيات بلاغية جذابة تحقق معدلات "نقر" ومشاركة أعلى بنسبة كبيرة، مما يساهم في تشكيل علاقة رقمية تفاعلية مستمرة بين المؤسسة الإخبارية ومتابعيها. وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام صناعات المحتوى الرقمي بتطوير المهارات البلاغية واللغوية بما يتناسب مع طبيعة المنصات الذكية، وحث المؤسسات الإعلامية على استخدام أدوات تقنية متطورة (مثل الذكاء الاصطناعي) لاختبار العناوين الأكثر قدرة على بناء علاقات رقمية متينة ومؤثرة مع الجمهور.

دراسة محمد مختار محمد عمر الطلخاوي (2025)³³ استهدفت الدراسة رصد وتحليل العلاقة بين الأنماط الفنية والتقنية المستخدمة في إنتاج المحتوى الرقمي وبين مستويات تفاعل الجمهور واستجابته السلوكية لهذه الحملات، وبحث كيف تساهم التفاعلية الرقمية في صياغة الوعي الاجتماعي وتدعيم الروابط الاتصالية بين المؤسسات الصحية والجمهور. واعتمدت الدراسة في إجراءاتها المنهجية على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح بشقه الميداني، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة متاحة قوامها (400) مفردة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في مصر، وجرى اختيار العينة لتمثيل مختلف الفئات العمرية والتعليمية. واستخدم الباحث "الاستبانة" كأداة رئيسة لجمع البيانات، واعتمد على الأساليب الإحصائية المتمثلة في التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، واختبار "كا2" لتحليل الفروق والارتباطات عبر برنامج (SPSS). وأسفرت النتائج عن وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين جودة الشكل الفني للمحتوى الرقمي (المتغير المستقل) وزيادة مستويات تفاعل الجمهور (المتغير التابع)، حيث أكدت النتائج أن الجمهور ينجذب للأشكال الفنية الأكثر حداثة وتفاعلية، مما يعزز من فاعلية الرسالة في البيئات الرقمية. وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام المؤسسات بتطوير القوالب الفنية لإنتاج المحتوى بما يتماشى مع التطورات التقنية (مثل الذكاء الاصطناعي)، وحث صناعات المحتوى على تعزيز العناصر التفاعلية لزيادة اندماج الجمهور في العلاقات الرقمية الصحية.

³¹ Majeed, N. A., & Shakir, N. M. (2026). The Impact of Political Crisis News Broadcasted on Satellite Channels on Public Attitudes Toward the Government. Lark Journal of Philosophy, Linguistics, and Social Sciences, 18(1), 571-588. <https://doi.org/10.31185/lark.4826>

³² ESVED, H. (2025). The Role of Rhetorical Techniques in Enhancing the Effectiveness of Social Media News Headlines [In Arabic]. Istanbul Journal of Arabic Studies (ISTANBULJAS), 8(2), 215-246. <https://doi.org/10.51802/istanbuljas.1732166>

³³ الطلخاوي، محمد مختار محمد عمر. (2025). اتجاهات الجمهور المصري نحو الأشكال الفنية لحملات التوعية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية". مجلة كلية الفنون والإعلام، (19)، 450-409. <https://doi.org/10.36602/famj.2025.19.13>

دراسة ختام عبد الحسين كاظم العبيدي (2025)³⁴ هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة الربط بين استراتيجيات التسويق الرقمي التي يتبعها المؤثرون وبين حجم ونوعية تفاعل الجمهور، وبحث كيف تساهم "الجابدية الرقمية" للمحتوى المنتج في بناء علاقات مستدامة بين المؤثر والمتابعين في المجتمع العراقي. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث طبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها (100) مفردة من طلبة الجامعات والمتابعين النشطين للمؤثرين عبر المنصات الذكية، وجرى اختيار العينة لضمان تمثيل الفئة الأكثر تفاعلاً رقمياً. واعتمدت الباحثة على "الاستبانة الإلكترونية" كأداة لجمع البيانات، واستخدمت الأساليب الإحصائية المتمثلة في معامل ارتباط بيرسون واختبارات الدلالة لقياس فاعلية الحملات التسويقية. وتوصلت الدراسة إلى نتائج هامة تؤكد وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية بين مصداقية المؤثر وجابدية محتواه (المتغير المستقل) وبين مستوى "الاندماج الرقمي" للجمهور (المتغير التابع)، حيث تبين أن الجمهور يميل لتكوين روابط رقمية قائمة على المحاكاة والولاء للمحتوى الذي يلامس احتياجاتهم الشخصية والاجتماعية. وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام المسوقين والمؤثرين بتطوير أساليب إنتاج المحتوى ليكون أكثر تفاعلية وواقعية، وحث المؤسسات على استثمار هؤلاء المؤثرين في نشر القيم والوعي المجتمعي نظراً لقدرتهم العالية على صياغة التفاعل في البيئات الرقمية.

دراسة مشعل خلف الصقير (2024)³⁵ هدفت هذه الدراسة الميدانية والتحليلية إلى فحص التأثيرات العميقة التي تحدثها المنصات الرقمية في المنظومة القيمية والسلوكية لدى أفراد المجتمع السعودي، وبحث العلاقة التفاعلية بين نوعية المحتوى المنشور وطبيعة العلاقات الاجتماعية الرقمية التي تتشكل عبر هذه الوسائط. وتمثلت الإجراءات المنهجية للدراسة في استخدام المنهج الوصفي بأسلوب "تحليل المضمون"، حيث قام الباحث بتحليل المحتوى المرتبط بالقيم والأخلاق في منصات (فيسبوك، تويتر، انستقرام) داخل المملكة العربية السعودية، وشملت العينة التحليلية كافة المنشورات والتعليقات التي تتناول القضايا السلوكية والاجتماعية خلال فترة الدراسة. وجرى تحليل البيانات باستخدام المعالجات الإحصائية للنسب المئوية والتكرارات لرصد أنماط الاستجابة المجتمعية، وتوصلت النتائج إلى أن المحتوى الرقمي الذي يعزز القيم الاجتماعية يحظى بتفاعل جماهيري واسع، حيث تصدرت منصة فيسبوك القائمة بنسبة (39%) في تكرار المواضيع الأخلاقية، وأكدت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت تلعب دور "الوسيط الرقمي" في توجيه السلوك الاجتماعي وتعزيز الروابط القيمية بين أفراد المجتمع، مما يعكس انعكاساً إيجابياً على طبيعة العلاقات الرقمية في حال تم توجيه المحتوى بشكل صحيح. وخلصت التوصيات إلى ضرورة استثمار الفضاء الرقمي في نشر "المحتوى القدوة"، وتفعيل دور الرقابة الاجتماعية والتقنية لمواجهة المحتوى الذي يهدد استقرار العلاقات الأسرية والاجتماعية في المجتمع السعودي.

دراسة حنان بنت عبيد بن المسعود (2024)³⁶ استهدفت هذه الدراسة الكشف عن طبيعة الربط بين التطور التقني الهائل (الثورة الرقمية) وبين التحولات الطارئة على الهوية الثقافية وطبيعة العلاقات داخل الأسرة السعودية والخليجية، ورصد التداعيات الاجتماعية والتربوية الناتجة عن الاندماج الرقمي الكثيف. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (105) من أفراد الأسر في منطقة شرق الرياض بالمملكة العربية السعودية، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات الميدانية حول أنماط الاستخدام الرقمي وتأثيراته على التماسك الأسري. واستخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية المتمثلة في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحليل الاستجابات عبر برنامج (SPSS). وتوصلت الدراسة إلى نتائج هامة تشير إلى أن واقع الثورة الرقمية في المجتمع السعودي وصل إلى درجة (عالية) بمتوسط حسابي (3.55)، وكشفت النتائج عن وجود علاقة طردية بين كثافة الانخراط الرقمي وتراجع بعض الأنماط التقليدية للتفاعل الأسري "وجهاً لوجه" لحساب العلاقات الرقمية الافتراضية، مما أدى لبروز تحديات جديدة تتعلق بالهوية الثقافية للأجيال الناشئة. وأوصت الدراسة بضرورة صياغة "ميثاق رقمي أسري" ينظم استخدام التكنولوجيا داخل المنزل، وتكثيف الجهود المؤسسية لنشر الوعي بأساليب التربية الرقمية التي تضمن استثمار التقنيات الحديثة في تعزيز الروابط الاجتماعية بدلاً من إضعافها.

³⁴ العبيدي، ختام عبد الحسين كاظم. (2025). فاعلية التسويق عبر المؤثرين ومستوى تفاعل الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، 21(1)، قسم 1. 1182. <https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss1.1182>

³⁵ الصقير، مشعل خلف. (2024). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق (دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (99)، 318-350. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.982>

³⁶ المسعود، حنان بنت عبيد. (2024). الثورة الرقمية وتداعياتها على الهوية الثقافية للأسرة العربية والخليجية. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (55)، 86-104. 1102. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.55.2024.1102>

دراسة عادل عاشور المرغني، نورس كاظم يوسف، وعباد الكوني خير (2023)³⁷ هدفت هذه الدراسة إلى اختبار القدرات التحليلية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في فهم وتحليل التفاعلات الرقمية للجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي، وبحث مدى دقة الخوارزميات في تصنيف اتجاهات الرأي العام (إيجابي، سلبي، محايد) تجاه المحتوى البرامجي، مما يساهم في فهم طبيعة العلاقة الرقمية بين المؤسسة والجمهور. وتمثلت الإجراءات المنهجية للدراسة في استخدام منهج المسح الإعلامي والتحليل الآلي للمحتوى، حيث تم اختيار عينة من تعليقات ومشاركات الجمهور المتابع لبرنامج "البلاد" على منصة فيسبوك لأربع حلقات بثت في مايو 2022. واعتمد الباحثون على أدوات برمجية متطورة تتمثل في خوارزمية "تنقيب النصوص" (Text Mining) وخوارزمية "تحليل الآراء" (Sentiment Analysis) لجمع ومعالجة البيانات الضخمة، مع استخدام الأساليب الإحصائية الآلية لاستخراج النتائج وتصنيفها. وتوصلت الدراسة إلى نتائج هامة أثبتت أن توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل التفاعل الرقمي يمنح المؤسسات الإعلامية قدرة فائقة على فهم سيكولوجية الجمهور بسرعة تتجاوز العنصر البشري بمراحل، كما كشفت النتائج عن وجود ارتباط وثيق بين نوعية القضايا المطروحة وحجم الاستجابة العاطفية في العلاقات الرقمية للجمهور. وخلصت التوصيات إلى ضرورة دمج هذه التقنيات الذكية في غرف الأخبار وأقسام بحوث الجمهور، وتدريب الكوادر الإعلامية على استخدام مخرجات الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات اتصالية تعزز الروابط الرقمية مع المتلقين بشكل لحظي وفعال.

دراسة أنس رشيد حمد (2023)³⁸ هدفت هذه الدراسة إلى فحص تأثير الاعتماد على المحتوى الإخباري الرقمي عبر التطبيقات الذكية في تشكيل وتعديل اتجاهات الجمهور العراقي، وبحث كيف تساهم التقنيات الرقمية والسرعة في نقل المعلومات في صياغة "الواقع الاجتماعي" والروابط السياسية والاجتماعية الرقمية. وتمثلت الإجراءات المنهجية للدراسة في استخدام المنهج الوصفي بأسلوب العينات، حيث تم سحب عينة قوامها (287) مفردة من الجمهور العراقي المتابع للتطبيقات الإخبارية، وجرى اختيار العينة لضمان تنوع التمثيل الديموغرافي. واعتمد الباحث على "الاستبانة" المكونة من (25) عبارة كأداة لجمع المعلومات، مع استخدام مقياس "الاعتماد على وسائل الإعلام" كأطار نظري للتحليل، وجرى معالجة البيانات إحصائياً لرصد مستويات التغيير المعرفي والوجداني. وتوصلت الدراسة إلى نتائج جوهرية تشير إلى أن الجمهور العراقي يعتمد على التطبيقات الإخبارية بدرجة "متوسطة"، وأن هذه المتابعة الرقمية ولدت تغييراً معرفياً واضحاً لدى الجمهور انعكس بشكل مباشر على توجهات الرأي العام، مما يؤكد قوة الربط بين نمط استهلاك المحتوى الرقمي وطبيعة المواقف الاجتماعية المتشكلة. وخلصت التوصيات إلى ضرورة قيام القائمين على التطبيقات الرقمية بتقديم محتوى ينسجم بالمصادقية والعمق التحليلي، وتوظيف التقنيات الذكية لتعزيز التفاعل الحواري مع الجمهور بما يساهم في بناء علاقات رقمية قائمة على الثقة والوعي المجتمعي.

دراسة Mohammed Raffia Labidi (2024)³⁹ استهدفت هذه الدراسة الدولية فحص العلاقة التفاعلية بين أنماط الإعلان الإلكتروني عبر المنصات الرقمية وبين طبيعة الحقوق والروابط القانونية والاجتماعية التي تنشأ بين المنتجين والمستهلكين، وبحث مستويات ثقة الجمهور في الغطاء القانوني لهذه العلاقات الرقمية. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة مزدوجة: الأولى شملت (100) من المنتجين والمعلنين، والثانية شملت (200) من المستهلكين المتفاعلين مع الإعلانات الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتم اختيار العينات بطريقة عشوائية لضمان الحيادية. واستخدم الباحث استمارتين للاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات الميدانية، واعتمد على الأساليب الإحصائية التحليلية لقياس مستويات التفاعل والرضا. وأظهرت النتائج أن جودة المحتوى الإعلاني وتفاعلية المنصات تلعب دوراً حاسماً في تعزيز الثقة الرقمية، إلا أن هناك فجوة في إدراك الجمهور للحقوق القانونية نتيجة تطور أدوات الإنتاج الرقمي (مثل الذكاء الاصطناعي)، وكشفت النتائج عن وجود ارتباط قوي بين سرعة الاستجابة الرقمية للمنتج ومستوى الولاء الاجتماعي للمستهلك. وأوصت الدراسة بضرورة تحديث التشريعات القانونية لتواكب التطور في الإعلان الذكي، وتوعية الجمهور بآليات التعامل الآمن مع المحتوى الرقمي التجاري لضمان استقرار العلاقات الرقمية وحماية الحقوق الاجتماعية والاقتصادية لكافة الأطراف.

³⁷ المرغني، عادل عاشور، ويوسف، نورس كاظم، وخير، عباد الكوني. (2023). توظيف الذكاء الاصطناعي في تحليل آراء الجمهور الليبي نحو ما يقدمه برنامج البلاد بقناة 218. مجلة كلية الفنون والإعلام، (16)، 247-268. <https://doi.org/10.36602/famj.2023.16.8>

³⁸ حمد، أنس رشيد. (2023). دور التطبيقات الإخبارية في تغيير اتجاهات الرأي العام. المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (22)، 1-15.

³⁹ Labidi, M. R. (2024). Electronic Advertising on Social Media Platforms and Its Impact on Producer and Consumer Rights: A Survey Study of a Sample of Producers and Consumers. ALBAHITH ALALAMI, 16(63), 84-111. <https://doi.org/10.33282/abaa.v16i63.1042>

2.4 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تتفرد الدراسة الحالية عن الأدبيات السابقة بعدة نقاط جوهرية تجعل منها إضافة علمية أصيلة:

1. الدمج الموضوعي النوعي: بينما ركزت الدراسات السابقة (مثل دراسة المعيني)⁴⁰ على الجانب التقني/الإعلاني للذكاء الاصطناعي، وركزت دراسات أخرى (مثل دراسة ال دويس)⁴¹ على الجانب الاجتماعي التقليدي، تأتي هذه الدراسة لترتبط بين "نمط المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي" كمتغير تقني حديث، وبين "طبيعة العلاقات الرقمية" كمتغير اجتماعي سوسولوجي، وهو ربط لم يتم تناوله بعمق في البيئة السعودية بشكل متكامل.
2. التخصص الجغرافي والسياقي: تركز الدراسة على المجتمع السعودي في مرحلة ما بعد الطفرة التقنية الكبرى لعام 2024، مستفيدة من التوجهات الاستراتيجية لرؤية 2030، مما يجعل نتائجها أكثر ملامسة للواقع المحلي مقارنة بالدراسات الإقليمية (مثل دراسة الطلخاوي)⁴² في مصر أو المرغني⁴³ في ليبيا).
3. الحدثة الزمانية: تتناول الدراسة أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي التي لم تكن متاحة أو منتشرة عند إجراء دراسات مثل الزرن⁴⁴، مما يوفر بيانات محدثة حول تقنيات لم تُقتل بحثاً بعد.

2.5 الفجوة البحثية في الدراسات السابقة:

من خلال المراجعة المعمقة، تم تحديد الفجوات التالية التي تسعى الدراسة الحالية لسدها:

- فجوة معرفية: تفتقر المكتبة العربية والسعودية إلى دراسات تفسر كيف يؤثر "تزييف الواقع" أو "التخصيص الخوارزمي المفرط" في المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي على ثقة الأفراد في علاقاتهم الرقمية المتبادلة. (مثال: دراسة حنان المسعود)⁴⁵ تناولت الثورة الرقمية عامة، لكنها لم تخصص الذكاء الاصطناعي كعامل مؤثر في الهوية).
- فجوة مفهومية: معظم الدراسات السابقة (مثل دراسة مرسي)⁴⁶ استخدمت مفهوم "القبول التكنولوجي"، بينما تسعى الدراسة الحالية لتأصيل مفهوم "العلاقات الرقمية الذكية" كنمط جديد من الروابط الاجتماعية التي تتشكل عبر وسيط غير بشري.
- فجوة منهجية: تميل الدراسات السابقة لاستخدام المسح التقليدي، بينما تطبق الدراسة الحالية تحليلاً يربط بين أنماط التفاعل (كمي) والانعكاسات الاجتماعية (تحليلي) لتكوين صورة شاملة عن "الفرد الرقمي السعودي".
- فجوة تطبيقية: بالرغم من توصية دراسة بسام الهزاع⁴⁷ بضرورة تبني أدوات تقنية متطورة، إلا أن هناك نقصاً في الدراسات التي تقيس "واقع التفاعل" الفعلي مع المحتوى الذكي وانعكاس ذلك على "الضبط الاجتماعي" الرقمي داخل الأسرة السعودية.

40 المعيني، قاسم مصطفى عبد الله. (2026). دور الذكاء الاصطناعي في تصميم الحملات الإعلانية وتأثيراته على الجمهور. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 18(1)، 538-552. <https://doi.org/10.31185/lark.4870>

41 آل دويس، مصلح حسين محمد. (2022). أثر جائحة كورونا على العلاقات داخل الأسرة في المجتمع السعودي: دراسة ميدانية على عينة من الأسر السعودية في منطقة نجران. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، 3(27)، 395-429.

42 الطلخاوي، محمد مختار محمد عمر. (2025). اتجاهات الجمهور المصري نحو الأشكال الفنية لحملات التوعية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية". مجلة كلية الفنون والإعلام، 19(19)، 409-450. <https://doi.org/10.36602/famj.2025.19.13>

43 المرغني، عادل عاشور، ويوسف، نورس كاظم، وخير، عياد الكوني. (2023). توظيف الذكاء الاصطناعي في تحليل آراء الجمهور الليبي نحو ما يقدمه برنامج البلاد بقناة 218. مجلة كلية الفنون والإعلام، 16(16)، 247-268. <https://doi.org/10.36602/famj.2023.16.8>

44 الزرن، جمال. (2012). البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن. مجلة الباحث الإعلامي، 17(1)، 1-20.

45 المسعود، حنان بنت عبيد. (2024). الثورة الرقمية وتداعياتها على الهوية الثقافية للأسرة العربية والخليجية. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 55(55)، 86-104. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.55.2024.1102>

46 مرسي، إيمان أحمد. (2023). اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية (chatbot) في خدمة العملاء. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانية والاجتماع، 87(87)، 238-270. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.87.2023.866>

47 الهزاع، بسام. (2023). أثر استخدام المنظمات غير الربحية السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل مع الجمهور (دراسة ميدانية). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانية والاجتماع، 98(98)، 22-59. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.98.2023.945>

3. الإطار النظري

3.1 المتغير المستقل: المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي وأنماط التفاعل:

يُعد الذكاء الاصطناعي (AI) القوة الدافعة وراء التحول الرقمي الجذري الذي شهده المشهد الإعلامي في السنوات الأخيرة، حيث تجاوز كونه مجرد أداة تقنية ليصبح "قائماً بالاتصال" شريكاً في صناعة المعنى وتشكيل المحتوى. إن دمج الخوارزميات الذكية في سلاسل إنتاج المحتوى الرقمي أوجد بيئة اتصالية تتميز بالسرعة الفائقة، والقدرة العالية على التخصيص، وتوليد استجابات جماهيرية معقدة تتجاوز أنماط التفاعل التقليدية.

3.1.1 مفهوم تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية الرقمية:

تُعرف صحافة الذكاء الاصطناعي أو "الصحافة الخوارزمية" بأنها نمط جديد يعتمد على استخدام البرمجيات الذكية في جمع البيانات، وتحليلها، ثم تحويلها إلى نصوص أو محتوى بصري دون تدخل بشري مباشر في اللحظة الزمنية للإنتاج. هذا التطور أحدث ثورة في "غرف الأخبار" الرقمية، حيث ساهمت الخوارزميات في رفع كفاءة العمل الصحفي وزيادة غزارة المحتوى المنتج، مما أدى إلى تغيير جذري في شكل الرسالة الإعلامية المقدمة للجمهور⁴⁸.

إن التحول نحو الوسائط الذكية لم يكن مجرد استبدال للأدوات، بل كان إعادة صياغة لمفهوم "ثراء الوسيلة"، حيث يفضل الجمهور الحديث المحتوى الذي يدمج بين التقنيات الرقمية المتقدمة والقدرة على التفاعل اللحظي، وهو ما يوفره الذكاء الاصطناعي من خلال "التخصيص الخوارزمي" الذي يجعل المحتوى يبدو وكأنه صُمم خصيصاً لكل مستخدم بناءً على تفضيلاته الشخصية⁴⁹.

3.1.2 أنماط إنتاج المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي:

تتعدد الأشكال الفنية والتقنية التي يتخذها المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي، ويمكن تصنيفها وفقاً للممارسات المعاصرة في المجتمع الرقمي إلى عدة محاور أساسية:

أولاً: التصميم الجرافيكي والبصري الذكي: أسهم الذكاء الاصطناعي في تعزيز القدرات الإبداعية لمصممي المحتوى البصري، من خلال تقديم مقترحات ابتكارية واختيارات لونية وهيكليّة تحاكي احتياجات الجمهور المستهدف بشكل دقيق. إن هذه التقنيات تزيد من جاذبية المحتوى الرقمي، وتخلق حالة من الاندماج البصري الذي يسهل عملية استيعاب الرسالة الاتصالية من قبل المتلقي، مما يقلل من الجهد الزمني المبذول في العمليات الروتينية ويفسح المجال للابتكار الفكري⁵⁰.

ثانياً: هندسة الحملات الإعلانية والترويجية: أحدث الذكاء الاصطناعي طفرة نوعية في تصميم الحملات الإعلانية، حيث يتم توظيف الخوارزميات لتحليل سلوك المستهلك وصياغة محتوى ترويجي "شخصي" يزيد من معدلات الوصول والمشاركة. وتؤكد البيانات الميدانية وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية بين استخدام الأدوات الذكية في الإنتاج الإعلاني وبين مستويات ثقة الجمهور وتفاعله، نظراً لقدرة هذه الأدوات على تقديم رسائل تحاكي الواقع النفسي والسلوكي للمتلقي⁵¹.

ثالثاً: روبوتات الدردشة التفاعلية (Chatbots): تُمثل تطبيقات المحادثة الآلية الذكية أحد أبرز أنماط التفاعل الرقمي الحديثة في خدمة العملاء والعلاقات العامة. وبالرغم من أن الجمهور السعودي يظهر اتجاهًا محايداً يميل للإيجابية نحو هذه التقنيات لكونها توفر الوقت والجهد، إلا أن هناك فجوة لا تزال قائمة تتعلق بمدى قدرة هذه الروبوتات على إظهار "التعاطف

⁴⁸ Al Debaisi, A. A. (2023). Artificial intelligence journalism: Professional and ethical challenges. IUG Journal of Humanities Research, 31(3), 72-93. <https://doi.org/10.33976/IUGJHR.31.3/2023/4>

⁴⁹ Abdelhamid, A. M. M. (2024). Audience interaction with podcast content on digital platforms and its impact on the future of radio in the Arab region. Dirasat: Human and Social Sciences, 52(2), 158-177. <https://doi.org/10.35516/hum.v52i2.6044>

⁵⁰ Mahmoud, G. Z. (2024). Artificial Intelligence And Enhancing Creativity In Graphic Design. Al-Academy Journal, Special Issue: The Twentieth Scientific Conference, 399-411. <https://doi.org/10.35516/jcofarts1447>

⁵¹ المعيني، قاسم مصطفى عبد الله. (2026). دور الذكاء الاصطناعي في تصميم الحملات الإعلانية وتأثيراته على الجمهور. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 18(1)، 487-538. <https://doi.org/10.31185/lark.4870552-538>

الاجتماعي" المطلوب في العلاقات الإنسانية. هذا النمط من المحتوى المنتج ألياً يفرض تحدياً في كيفية دمج "اللمسات البشرية" داخل الخوارزميات لضمان استدامة التواصل الفعال⁵².

3.1.3 محددات تفاعل الجمهور مع الوسائط الذكية:

يرتبط تفاعل الجمهور السعودي مع المحتوى الذكي بعدة محددات اتصالية ونفسية، يمكن إجمالها فيما يلي:

1. المصدقية والشفافية: يواجه الجمهور تحدياً في تقييم مصداقية المحتوى المولد ألياً، خاصة في ظل المخاوف من تراجع دور العنصر البشري والتحيز الخوارزمي، مما يجعل "الشفافية" في الإفصاح عن مصدر المحتوى عنصراً حاسماً في استمرار التفاعل⁵³.
2. سهولة الوصول والاستخدام: يرتبط نجاح المحتوى الذكي بمدى توفر تطبيقاته عبر الأجهزة المحمولة، حيث يميل الجمهور لاستخدام المنصات التي توفر سرعة في الوصول إلى المعلومات وتفاعلية عالية مع النصوص والصور⁵⁴.
3. القيمة المضافة (الإشباع): يسعى الجمهور من خلال تفاعله مع التقنيات الذكية لتحقيق إشباع معرفية ونفسية، مثل الحصول على معلومات دقيقة في وقت قياسي، أو تجربة خدمات رقمية مبتكرة مثل "الواقع المعزز" الذي يحول المحتوى الساكن إلى تجربة تفاعلية⁵⁵.

جدول (1): مقارنة بين خصائص المحتوى التقليدي والمحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي- المصدر: 5756.

وجه المقارنة	المحتوى التقليدي	المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي
مصدر الإنتاج	بشري (صحفي/مصمم)	خوارزمي (برمجي)
السرعة	مرتبطة بالقدرة البشرية	لحظية ومعالجة بيانات ضخمة
التخصيص	موجه لجمهور عام أو قطاعات واسعة	موجه للفرد (Hyper-Personalization)
نمط التفاعل	تفاعل خطي أو محدود	تفاعل دائري/حوار ذكي مستمر
التكلفة الزمنية	عالية نظراً للعمليات اليدوية	منخفضة للعمليات الروتينية والمتكررة

إن الفهم المعمق لهذه الأنماط يستوجب دراسة الكيفية التي ينخرط بها المجتمع السعودي في هذه البيئة الرقمية الجديدة، وهو ما سيتم تناوله بالتفصيل في الأقسام القادمة من الإطار النظري.

3.1.4 آليات التفاعل الرقمي مع المحتوى الذكي وسلوك المستخدم:

تعتمد آليات التفاعل الرقمي مع المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي على تداخل مستويات عديدة من الاستجابة، تبدأ من التلقي البسيط وتنتهي بالاندماج الكامل مع الرسالة. إن الفاعلية الرقمية في هذا السياق لا تُقاس فقط بحجم المشاهدات، بل بنوعية "الارتباط الرقمي" الذي تنشئه الخوارزميات بين المحتوى والمستخدم. تشير الدراسات الميدانية إلى أن الجمهور يميل لتكوين روابط رقمية قائمة على المحاكاة والولاء للمحتوى الذي يلامس احتياجاتهم الشخصية والاجتماعية بشكل دقيق، وهو ما يوفره الذكاء الاصطناعي عبر تخصيص التجارب الاتصالية⁵⁸.

⁵² مرسي، إيمان أحمد. (2023). اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية (chatbot) في خدمة العملاء. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (87)، 238-270. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.87.2023.866>

⁵³ الزامل، عبير عبد الرحمن، والدعيجي، رامي علي. (2024). اتجاهات الجمهور العربي نحو تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام التقليدية (دراسة ميدانية). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (104)، 22-59.

⁵⁴ هاشم، جعفر شهيد. (2020). تفاعلية الجمهور مع التطبيقات الإعلانية في الفضائيات عبر أجهزة الهاتف المحمول. مجلة الآداب، (133)، 557-584.

⁵⁵ المسلم، أسماء عبد العزيز حمد. (2025). تعزيز التفاعل في الإعلانات المطبوعة باستخدام الذكاء الاصطناعي: الفرص والتحديات. المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (30)، 1-25.

⁵⁶ Mahmoud, G. Z. (2024). Artificial Intelligence And Enhancing Creativity In Graphic Design. Al-Academy Journal, Special Issue: The Twentieth Scientific Conference, 399-411. <https://doi.org/10.35516/jcofarts1447>

⁵⁷ Al Debaisi, A. A. (2023). Artificial intelligence journalism: Professional and ethical challenges. IUG Journal of Humanities Research, 31(3), 72-93. <https://doi.org/10.33976/IUGJHR.31.3/2023/4>

⁵⁸ العبيدي، ختام عبد الحسين كاظم. (2025). فاعلية التسويق عبر المؤثرين ومستوى تفاعل الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، (21)، 1. قسم 1. <https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss1.1182>

علاوة على ذلك، أتاح توظيف تقنيات "تحليل الآراء" (Sentiment Analysis) و"تنقيب النصوص" (Text Mining) للمؤسسات القدرة على فهم سيكولوجية الجمهور وتصنيف تفاعلاته إلى اتجاهات (إيجابية، سلبية، محايدة) بشكل لحظي. هذا النمط من التفاعل الذكي يساهم في رصد مستويات الاستجابة العاطفية للجمهور إزاء القضايا المختلفة، مما يعزز من فاعلية الربط بين نمط الإنتاج البرمجي وردود الفعل المجتمعية⁵⁹.

3.1.5 دور المنصات الرقمية في تعزيز الاعتماد على المعلومات المتخصصة:

يمثل الاعتماد على المنصات الرقمية (مثل فيسبوك وتويتر) مصدراً رئيساً للمعلومات في المجتمع الحديث، حيث يتفاعل الجمهور مع المحتوى الذي يتسم بالثراء التقني والسرعة. في البيئة العراقية والسعودية على حد سواء، يظهر اعتماد الجمهور على الصفحات الرسمية للمنظمات الدولية (مثل صفحة برنامج الأمم المتحدة الإنمائي) كمصدر للتسويق الرقمي لقضايا التنمية المستدامة، حيث تلعب التقنيات الرقمية دور الوسيط في نشر الوعي وبناء اتجاهات معرفية جديدة لدى الجمهور المتابع، مما يعكس تحولاً في أنماط استهلاك المحتوى من الترفيه الصرف إلى التفاعل المعرفي المتخصص⁶⁰.

3.2 المتغير التابع: الانعكاسات الاجتماعية وطبيعة العلاقات الرقمية في المجتمع السعودي:

أحدثت الثورة الرقمية تحولات جوهرية في البنية الاجتماعية للمجتمع السعودي، حيث لم يعد الفضاء الرقمي مجرد وسيلة للاتصال، بل أصبح بيئة موازية تتشكل داخلها القيم والروابط الإنسانية. إن هذا التحول الرقمي الشامل انعكس بشكل مباشر على طبيعة العلاقات داخل الأسرة وبين أفراد المجتمع، مما أوجد أنماطاً جديدة من "الواقع الاجتماعي الرقمي" الذي يحتاج إلى فهم تداعياته العميقة.

3.2.1 مفهوم العلاقات الرقمية وإعادة صياغة الروابط الاجتماعية:

تُعرف العلاقات الرقمية بأنها الروابط الاجتماعية التي تنشأ وتستمر عبر الوسائط التقنية، حيث تحل الشاشات والبرمجيات محل اللقاءات التقليدية "وجهاً لوجه". في المجتمع السعودي، أدت جائحة كورونا وما تلاها من تسارع تقني إلى فرض نمط من الاتصال الرقمي القسري الذي عزز التفاعل الافتراضي، ولكنه في الوقت ذاته أفرز مشكلات أسرية واجتماعية ناتجة عن قضاء وقت طويل خلف الشاشات. وبالرغم من أن التقنيات الرقمية ساهمت في تقريب المسافات، إلا أنها أحدثت نوعاً من "العزلة الرقمية" التي تتطلب توازناً دقيقاً بين العلاقات الواقعية والافتراضية⁶¹.

إن هذا الانخراط الرقمي الكثيف أدى إلى تراجع بعض الأنماط التقليدية للتفاعل الأسري لحساب العلاقات الرقمية، مما وضع المجتمع أمام تحديات تتعلق بالحفاظ على الهوية الثقافية والاجتماعية في ظل التدفق القيمي العابر للحدود الذي تفرضه الثورة الرقمية⁶².

3.2.2 المنصات الرقمية والمنظومة القيمية والأخلاقية:

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً محورياً في تشكيل المنظومة الأخلاقية والقيمية لدى المستخدمين في المملكة العربية السعودية. وتشير الإحصاءات إلى أن منصة "فيسبوك" تتصدر قائمة المواقع الأكثر تكراراً للمواضيع المتعلقة بالقيم بنسبة 39%، تليها إنستغرام وتويتر. هذا الحضور القوي للمنصات الرقمية يجعل منها وسيطاً فعالاً في الضبط الاجتماعي، حيث

⁵⁹ المرغني، عادل عاشور، ويوسف، نورس كاظم، وخير، عياد الكوني. (2023). توظيف الذكاء الاصطناعي في تحليل آراء الجمهور الليبي نحو ما يقدمه برنامج البلاد بقناة 218. مجلة كلية الفنون والإعلام، (16)، 247-268. <https://doi.org/10.36602/famj.2023.16.8>

⁶⁰ القرشي، أنير نوري عطوي، والعزاوي، سالم جاسم محمد. (2026). اعتماد الجمهور على صفحة UNDP العراق في فيسبوك كمصدر للتسويق الرقمي لمعلومات التنمية المستدامة: مسح لسكان بغداد. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، (1)18، 459-475. <https://doi.org/10.31185/lark.5065>

⁶¹ آل دويس، مصلح حسين محمد. (2022). أثر جائحة كورونا على العلاقات داخل الأسرة في المجتمع السعودي: دراسة ميدانية على عينة من الأسر السعودية في منطقة نجران. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، (27)3، 395-429.

⁶² المسعود، حنان بنت عبيد. (2024). الثورة الرقمية وتداعياتها على الهوية الثقافية للأسرة العربية والخليجية. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (55)، 86-104. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.55.2024.1102>

يتأثر سلوك المستخدمين بالمحتوى الذي يعزز القيم الاجتماعية الإيجابية، وهو ما يعكس انعكاساً مباشراً على طبيعة العلاقات الرقمية التي تتشكل عبر هذه المنصات⁶³.

جدول (2): مستويات استخدام المنصات الرقمية وتأثيرها الاجتماعي في المجتمع السعودي

المصدر	الدلالة الاجتماعية	النسبة/المتوسط	المتغير الاجتماعي
64	مركزية الرقمية في إدارة العلاقات	92% (دائماً)	استخدام الشباب للمنصات الرقمية
65	تغلغل التقنية في البنية الأسرية	3.55 (درجة عالية)	واقع الثورة الرقمية في الأسرة
66	المنصات كمختبر للقيم والأخلاق	39% (فيسبوك)	استجابة الجمهور للمحتوى القيمي
67	الحاجة لدمج "التعاطف الاجتماعي"	اتجاه محايد/إيجابي	التفاعل الإيجابي مع الدردشة الآلية

إن تغلغل هذه التقنيات في نسيج المجتمع السعودي يفرض ضرورة فحص التداخل بين "ذكاء المحتوى" وبين "عمق العلاقات الاجتماعية"، وهو ما سيتم استكماله في المبحث التالي.

3.2.3 الوعي بالأمن السيبراني كركيزة لاستقرار الروابط الاجتماعية الرقمية:

يُمثل الوعي بالأمن السيبراني أحد المحددات الجوهرية التي تضمن سلامة واستقرار العلاقات الرقمية داخل المجتمع السعودي، حيث إن الفضاء السيبراني، رغم كونه وسيلة للتقارب، قد يتحول إلى مصدر للتهديد في حال غياب الثقافة الوقائية. وتواجه الأسر السعودية تحدياً في الموازنة بين كثافة الاستخدام الرقمي وبين مستوى الإدراك بطرق الوقاية التقنية، حيث تبرز فجوة واضحة تؤثر على خصوصية الروابط الأسرية. إن تنامي مخاطر الجرائم الإلكترونية يفرض ضغوطاً اجتماعية ونفسية تؤدي في بعض الأحيان إلى توتر العلاقات الرقمية، مما يستوجب تفعيل دور الأمن السيبراني ليس كأداة تقنية فحسب، بل كجزء أصيل من الثقافة الاجتماعية والوقاية من التفكك الناتج عن اختراق الخصوصية⁶⁸.

وفي السياق ذاته، يرتبط مستوى استخدام الإنترنت لدى الجمهور بعلاقة طردية مع الوعي بمخاطر الجريمة الإلكترونية، حيث أظهرت المعطيات أن مواقع التواصل الاجتماعي هي المصدر الرئيس الذي يعتمد عليه الأفراد في تشكيل معرفتهم بالمخاطر الرقمية. وبالرغم من وجود معرفة جيدة بأساليب ارتكاب الجرائم، إلا أن الضعف في وعي الجمهور بطرق الوقاية العملية يظل عائقاً أمام تحقيق بيئة رقمية آمنة للروابط الاجتماعية، وهو ما يعكس حاجة المجتمع لبرامج توعوية متخصصة تدمج بين الجانب التقني والمسؤولية الاجتماعية⁶⁹.

3.2.4 تأثير المحتوى الرقمي المؤسسي في صياغة الصورة الذهنية والولاء الاجتماعي:

تسهم منصات التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل العلاقة بين المؤسسات الرسمية والجمهور، حيث لم تعد الصورة الذهنية للمؤسسة تُبنى عبر القنوات التقليدية فحسب، بل أصبحت نتاجاً للتفاعل اللحظي والمحتوى الرقمي المنشور. في هذا الإطار،

⁶³ الصقير، مشعل خلف. (2024). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق (دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (99)، 318-350.
<https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.982>

⁶⁴ مرسي، إيمان أحمد. (2021). رؤية الشباب السعودي لاستراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الاتصال الحوارية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات (أزمة كورونا نموذجاً). المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (28)، 63-95.
<https://doi.org/10.33193/IJoHSS.28.2021.350>

⁶⁵ المسعود، حنان بنت عبيد. (2024). الثورة الرقمية وتداعياتها على الهوية الثقافية للأسرة العربية والخليجية. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (55)، 86-104.
<https://doi.org/10.33193/IJoHSS.55.2024.1102>

⁶⁶ الصقير، مشعل خلف. (2024). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق (دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (99)، 318-350.
<https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.982>

⁶⁷ مرسي، إيمان أحمد. (2023). اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية (chatbot) في خدمة العملاء. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (87)، 238-270.
<https://doi.org/10.33193/JALHSS.87.2023.866>

⁶⁸ العتيبي، سعود شهاب سدر. (2022). مدى توفر الوعي بالأمن السيبراني لدى أفراد الأسر في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من الأسر بمحافظة جدة. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، (27)، 3-607.

⁶⁹ النعماني، فهمي محمد أحمد. (2023). استخدام الجمهور اليمني للإنترنت وعلاقته بمستوى وعيهم بمخاطر الجريمة الإلكترونية: دراسة مسحية. مجلة كلية الفنون والإعلام، (15)، 117-135.
<https://doi.org/10.36602/famj.202315.6>

تلعب وسائل التواصل مثل فيسبوك وتويتر دور القنوات الأكثر فاعلية في بناء الانطباعات الذهنية، حيث يربط الجمهور بشكل مباشر بين سرعة الاستجابة الرقمية للمؤسسة وبين مستوى مصداقيتها المهنية. إن هذا النوع من الروابط الرقمية يفرض على المؤسسات الحكومية ضرورة تبني استراتيجيات اتصال حوارية ذكية تعزز من السلم الاجتماعي وتقوي الروابط بين المواطن والدولة في الفضاء الافتراضي⁷⁰.

علاوة على ذلك، يمتد تأثير المحتوى الرقمي ليشمل بناء الهوية الثقافية والاجتماعية للمؤسسات المعنية بالشؤون الفكرية والعلمية، حيث تعتمد الصورة الذهنية لهذه المؤسسات لدى الجمهور على جودة الأدوات الرقمية المستخدمة في التواصل. إن قدرة المؤسسة على توظيف التقنيات الحديثة في التعبير عن أهدافها تساهم في تكوين روابط رقمية قائمة على الثقة والولاء المعرفي، مما يجعل من الفضاء الرقمي مختبراً حقيقياً لقياس مدى قبول الجمهور للأدوار المجتمعية التي تؤديها هذه المؤسسات⁷¹.

3.2.5 التحولات في التفاعل الرقمي خلال الأزمات وتأثيرها على التماسك الاجتماعي:

تُعد الأزمات، سواء كانت صحية كجائحة كورونا أو اقتصادية كتقلبات أسعار الصرف، محطات مفصلية تختبر متانة العلاقات الرقمية. ففي أوقات الأزمات، يزداد اعتماد الجمهور على المنصات الرقمية كمصدر وحيد للمعلومات، وهو ما قد يؤدي إلى زيادة مستويات القلق الاجتماعي والتوتر في الروابط الافتراضية نتيجة تداول الشائعات أو المعلومات المضللة. هذا الاعتماد الرقمي المكثف يولد تغييراً معرفياً وجدانياً واضحاً لدى الجمهور، ينعكس بشكل مباشر على توجهات الرأي العام واستقرار العلاقات الاجتماعية المتبادلة⁷².

كما أن تعرض الجمهور للمحتوى الخبري المرتبط بالأزمات السياسية والأمنية يساهم في تشكيل "الواقع الاجتماعي" الافتراضي، حيث توجد علاقة ارتباطية موجبة بين شدة التعرض لهذه الأخبار وبين زيادة مستويات القلق والتوتر في المواقف تجاه المجتمع والمؤسسات. إن هذا النمط الاتصالي يؤكد أن المحتوى الرقمي ليس مجرد ناقل للخبر، بل هو صانع للحالة المزاجية والاجتماعية التي تحدد طبيعة التفاعل والروابط الرقمية في فترات عدم الاستقرار⁷³.

جدول (3): محددات الانعكاسات الاجتماعية للتفاعل الرقمي

المصدر	النتيجة المتوقعة على العلاقات	مظاهر التأثير الرقمي	البعد الاجتماعي
74	تهديد الخصوصية الأسرية	الفجوة في الوعي الوقائي	الأمن السيبراني
75	تعزيز المصداقية المؤسسية	سرعة الاستجابة الرقمية	الصورة الذهنية
76	زيادة القلق والتوتر الاجتماعي	كثافة الاعتماد المعلوماتي	إدارة الأزمات
77	تشكيل الوعي بالمخاطر	استقاء المعلومات من التواصل	الثقافة الرقمية

70 الحماد، خلف لافي، ومصطفى، أحمد أنوار. (2025). دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للوزارات العراقية لدى الجمهور العراقي. دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، 52(6).

71 البكري، صبيحة خضير مغير، والشمري، علي جبار. (2025). دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات المعنية بالشؤون العلمية: دراسة مسحية على جمهور دائرة الرعاية العلمية. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 17(3)، 747-771.

72 جمعة، ليلى علي. (2022). اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات: أزمة ارتفاع سعر صرف الدولار أنموذجاً. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 47(4)، 826-849.

73 مجيد، نور عادل، وشاكر، نور مجيد. (2026). تأثير أخبار الأزمات السياسية الميثوقة في القنوات الفضائية على اتجاهات الجمهور نحو الحكومة. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 18(1)، 571-588. <https://doi.org/10.31185/lark.4826>

74 العتيبي، سعود شباب سدر. (2022). مدى توفر الوعي بالأمن السيبراني لدى أفراد الأسر في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من الأسر بمحافظة جدة. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، 3(27)، 575-607.

75 الحماد، خلف لافي، ومصطفى، أحمد أنوار. (2025). دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للوزارات العراقية لدى الجمهور العراقي. دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، 52(6).

76 جمعة، ليلى علي. (2022). اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات: أزمة ارتفاع سعر صرف الدولار أنموذجاً. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 47(4)، 826-849.

77 النعامي، فهمي محمد أحمد. (2023). استخدام الجمهور اليمني للإنترنت وعلاقته بمستوى وعيهم بمخاطر الجريمة الإلكترونية: دراسة مسحية. مجلة كلية الفنون والإعلام، 15(15)، 117-135. <https://doi.org/10.36602/famj.202315.6>

إن فهم هذه الانعكاسات يتطلب الانتقال إلى مستوى أعمق من التحليل يربط بين خصائص الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى وبين هذه التحولات الاجتماعية، وهو ما سيتم استعراضه في القسم القادم من الربط بين المتغيرات.

3.3 الربط بين المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي والتحولات في العلاقات الرقمية:

يمثل الربط بين نمط المحتوى المنتج بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي وبين طبيعة الانعكاسات الاجتماعية في المجتمع السعودي حلقة الوصل الجوهرية لفهم "الإنسان الرقمي" المعاصر. إن الانتقال من المحتوى التقليدي الساكن إلى المحتوى الخوارزمي التفاعلي لم يغير فقط من طرق الاستهلاك المعلوماتي، بل أعاد هندسة الروابط الاجتماعية والمنظومة القيمية، حيث أصبح الذكاء الاصطناعي وسيطاً نشطاً يتدخل في صياغة الانطباعات الذهنية، وتحديد مستويات الثقة، وتوجيه السلوك الاجتماعي داخل الفضاء السيبراني.

3.3.1 أثر التخصيص الخوارزمي للمحتوى في تشكيل الواقع الاجتماعي:

تؤدي قدرة الذكاء الاصطناعي على إنتاج محتوى "فائق التخصيص" (Hyper-Personalization) إلى خلق بيئات افتراضية تعزز من قناعات الأفراد واتجاهاتهم، مما يعكس بشكل مباشر على طبيعة تفاعلاتهم الاجتماعية. فعندما يتعرض الجمهور السعودي لمحتوى إعلاني أو إخباري مصمم خصيصاً ليناسب اهتماماته السلوكية، تزداد مستويات الاندماج والارتباط الرقمي بالوسيلة وبالقضايا المطروحة. هذا الاندماج لا يتوقف عند حدود التفاعل التقني (الإعجاب والمشاركة)، بل يمتد ليؤثر في بناء "الواقع الاجتماعي" الافتراضي الذي يتبناه الفرد، حيث يميل الجمهور لتكوين روابط رقمية قائمة على الولاء للمحتوى الذي يعكس هويته واحتياجاته الشخصية⁷⁸.

علاوة على ذلك، فإن استخدام التقانات البلاغية والذكية في صياغة العناوين والمحتوى الرقمي يساهم في زيادة فاعلية جذب الجمهور واستثارته عاطفياً، وهو ما يحدد شكل الروابط الرقمية بين صناع المحتوى والمتلقين. إن المحتوى الذي يتميز بجاذبية فنية وتقنية عالية يحقق معدلات وصول وتفاعل أكبر، مما يجعل الفضاء الرقمي مختبراً حقيقياً لتشكل الآراء والاتجاهات المجتمعية التي تحكم العلاقات بين الأفراد والمؤسسات⁷⁹.

3.3.2 دور الوسيط الذكي (Chatbots) في هندسة العلاقات الرقمية الإنسانية:

تمثل روبوتات الدردشة التفاعلية نمطاً مستحدثاً من "العلاقات الرقمية الذكية"، حيث يحل الوسيط البرمجي محل القائم بالاتصال البشري في إدارة الحوار المجتمعي والمؤسسي. وبالرغم من الكفاءة التقنية لهذه الأدوات في توفير الوقت والجهد داخل المجتمع السعودي، إلا أن انعكاساتها الاجتماعية تتأرجح بين القبول التكنولوجي وبين الافتقار للتعاطف الاجتماعي. إن الربط هنا يكمن في كيفية تأثير "نمط المحتوى البرمجي" على مستويات الرضا والولاء الاجتماعي؛ فالمحتوى الذي ينجح في دمج اللمسات الإنسانية داخل الخوارزميات يساهم في بناء صورة ذهنية إيجابية ومستقرة، بينما قد يؤدي التواصل الآلي الجاف إلى نوع من "العزلة الرقمية" أو تراجع الثقة في الروابط الافتراضية⁸⁰.

3.3.3 انعكاس جودة الإنتاج الذكي على الضبط القيمي والاجتماعي:

يسهم المحتوى البصري والجرافيكي المولد بالذكاء الاصطناعي في صياغة الذائقة الجمالية والقيمية للجمهور، مما يؤثر على معايير "القوة" والضبط الاجتماعي في البيئة الرقمية. إن القدرات الإبداعية الفائقة لهذه التقنيات تزيد من جاذبية المحتوى الذي يتناول القيم والأخلاق، مما يعزز من فاعلية المنصات الرقمية (مثل فيسبوك وانستقرام) كوسائط للضبط الاجتماعي داخل

⁷⁸ العبيدي، ختام عبد الحسين كاظم. (2025). فاعلية التسويق عبر المؤثرين ومستوى تفاعل الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، 21(1)، قسم 1. 1182. <https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss1.1182>

⁷⁹ Eshed, H. (2025). The Role of Rhetorical Techniques in Enhancing the Effectiveness of Social Media News Headlines [In Arabic]. Istanbul Journal of Arabic Studies (ISTANBULJAS), 8(2), 215-246. <https://doi.org/10.51802/istanbuljas.1732166>

⁸⁰ مرسي، إيمان أحمد. (2023). اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية (chatbot) في خدمة العملاء. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، 87(87)، 270-238. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.87.2023.866>

المجتمع السعودي. وتؤكد البيانات أن المحتوى الذي يحاكي تطلعات الجمهور البصرية والمعرفية يلقي استجابة جماهيرية واسعة، مما يعكس قوة الربط بين "ذكاء الأداة" وبين "استقرار المنظومة القيمة" في العلاقات الرقمية^{81 82}.

3.3.4 التحديات الأخلاقية والأمنية كمتغيرات وسيطة في العلاقة الرقمية:

تفرض تقنيات الذكاء الاصطناعي تحديات مهنية وأخلاقية تتعلق بالشفافية والمصادقية، وهي عناصر حاسمة في استقرار العلاقات الرقمية. فالفجوة بين حجم الإنتاج الذكي وبين مستويات الوعي بالأمن السيبراني والوقاية من التزييف الخوارزمي قد تؤدي إلى تهديد خصوصية الروابط الأسرية والاجتماعية. إن الربط بين المتغيرين يظهر جلياً في أن "نمط المحتوى" (المستقل) إذا ما اتسم بالغموض أو التحيز الخوارزمي، فإنه يؤدي حتماً إلى "انعكاسات اجتماعية سلبية" (التابع) تتمثل في زيادة القلق والتوتر الاجتماعي، خاصة في أوقات الأزمات التي يزداد فيها الاعتماد على المعلومات الرقمية^{83 84}.

جدول (4): مصفوفة الربط بين أنماط التفاعل الذكي والانعكاسات الاجتماعية- المصدر: الباحث بناءً على الدراسات التي بالجدول

نمط المحتوى الذكي (المتغير المستقل)	طبيعة التفاعل الرقمي	الانعكاس الاجتماعي (المتغير التابع)	المرجع
المحتوى فائق التخصص	اندماج عالي وولاء للمنصة	تشكيل واقع اجتماعي افتراضي خاص	85
روبوتات الدردشة (Chatbots)	تفاعل وظيفي سريع	تحول في أنماط التواصل الإنساني	86
التصميم الإبداعي بالذكاء الاصطناعي	جذب بصري ومعرفي	تعزيز القيم والضبط الاجتماعي الرقمي	87
المحتوى الخوارزمي في الأزمات	اعتماد كلي على المعلومات	زيادة القلق وتوتر الروابط الاجتماعية	88

ختاماً للإطار النظري، يتضح أن العلاقة بين المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي والروابط الاجتماعية في المجتمع السعودي هي علاقة تفاعلية ديناميكية؛ حيث تسهم التقنيات الذكية في إعادة تعريف مفهوم "المجتمع الرقمي"، بينما تفرض الخصوصية الثقافية والاجتماعية للسعودية معايير محددة لقبول واستدامة هذا التفاعل.

4. مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في تسارع وتيرة اعتماد الجمهور السعودي على المحتوى المنتج بتقنيات الذكاء الاصطناعي وما أفرزه ذلك من أنماط تفاعلية معقدة أعادت صياغة الروابط الاجتماعية التقليدية، حيث أدى التداخل العميق بين الخوارزميات والحياة اليومية إلى نشوء علاقات رقمية تنسج بـ "الذكاء البرمجي" ولكنها تفتقر في الوقت ذاته إلى الضوابط الاجتماعية الواضحة، مما يثير تساؤلات جوهرية حول انعكاسات هذا النوع من التفاعل على استقرار البنية الأسرية، والثقة المتبادلة، والهوية الثقافية داخل المجتمع السعودي في ظل التحول الرقمي الشامل المندرج ضمن رؤية المملكة 2030.

وقد أكدت العديد من الأبحاث الميدانية وجود هذه المشكلة، حيث أشارت التوجهات الحديثة إلى أن تزايد الاعتماد على الوسائط الذكية أحدث فجوة أخلاقية ومهنية تتعلق بالشفافية والتحيز الخوارزمي، مما يهدد مصداقية الروابط الرقمية المتشكلة بين

81 الصقير، مشعل خلف. (2024). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق (دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (99)، 318-350.

<https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.982>

82 محمود، غسان زينل. (2024). الذكاء الاصطناعي وتعزيز الإبداع في التصميم الجرافيكي. مجلة الأكاديمي، العدد الخاص: المؤتمر العلمي العشرين، 399-411. <https://doi.org/10.35560/jcofarts1447.411-399>

83 العتيبي، سعود شهاب سدر. (2022). مدى توفر الوعي بالأمن السيبراني لدى أفراد الأسر في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من الأسر بمحافظة جدة. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، (27)3، 575-607.

84 Al Debaisi, A. A. (2023). Artificial intelligence journalism: Professional and ethical challenges. IUG Journal of Humanities Research, 31(3), 72-93. <https://doi.org/10.33976/IUGJHR.31.3/2023/4>

85 العبيدي، ختام عبد الحسين كاظم. (2025). فاعلية التسويق عبر المؤثرين ومستوى تفاعل الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، (1)21، قسم 1. <https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss1.1182>

86 مرسي، إيمان أحمد. (2023). اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية (chatbot) في خدمة العملاء. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (87)، 238-270. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.87.2023.866>

87 محمود، غسان زينل. (2024). الذكاء الاصطناعي وتعزيز الإبداع في التصميم الجرافيكي. مجلة الأكاديمي، العدد الخاص: المؤتمر العلمي العشرين، 399-411. <https://doi.org/10.35560/jcofarts1447.411-399>

88 جمعة، ليلى علي. (2022). اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات: أزمة ارتفاع سعر صرف الدولار أنموذجاً. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، (47)، 826-849.

الأفراد⁸⁹. كما تم رصد تحول جذري في أنماط التفاعل الأسري نحو العلاقات الافتراضية الصرفة نتيجة الثورة الرقمية، مما أدى لبروز تحديات حقيقية تمس الهوية الثقافية والاجتماعية للأسر السعودية والخليجية وتضعف التماسك التقليدي⁹⁰.

وفي سياق متصل، كشفت الأدبيات عن وجود مخاوف اجتماعية ناتجة عن استبدال الحوار البشري بالوسيط الرقمي الذكي (Chatbots)، حيث يميل الجمهور السعودي لاعتبار هذه الأدوات مجرد وسيلة نفعية جافة تنفقر للتعاطف الاجتماعي والمسة الإنسانية الضرورية لاستدامة العلاقات⁹¹. وتتفاقم هذه المشكلة مع وجود فجوة واضحة بين كثافة الانخراط في المحتوى الذكي وبين مستويات الوعي بالأمن السيبراني، مما يعرض خصوصية الروابط الأسرية لمخاطر التزييف والجرائم الإلكترونية التي تؤدي إلى توتر العلاقات الرقمية وزيادة القلق الاجتماعي⁹².

وتظهر لغة الأرقام عمق هذه المشكلة في البيئة المحلية، حيث بلغت نسبة استخدام الشباب السعودي لمنصات التواصل الاجتماعي 98.43%، وهي كثافة استهلاك تجعل من الفضاء الرقمي المصدر الأول والأساسي لصياغة القيم والسلوك اليومي⁹³. كما أكدت الإحصاءات الرسمية أن 92% من الشباب السعودي يتفاعلون "دائماً" مع المنشورات الرقمية كبديل للاتصال التقليدي، في حين يرى 60% من المستخدمين أن هذه الوسائط تؤثر بشكل مباشر وكبير على تصوراتهم الذهنية للواقع، مما يؤكد أن المجتمع السعودي يمر بمرحلة انتقالية حرجة تتطلب فهم الانعكاسات الاجتماعية العميقة لهذا الاندماج التقني مع المحتوى المولد ذكياً^{94 95}.

5. أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها النظرية من سعيها لتأصيل مفهوم "العلاقات الرقمية الذكية" كنمط جديد ومستحدث من الروابط الاجتماعية التي تتشكل عبر وسيط خوارزمي غير بشري، مما يثري المكتبة العربية والسعودية بأطر نظرية حديثة تفسر التداخل بين سوسيولوجيا المجتمع وتقنيات الذكاء الاصطناعي، ويساهم في بناء نماذج علمية قادرة على تفسير التأثيرات النفسية والاجتماعية للمحتوى المولد آلياً على الفرد الرقمي المعاصر في ظل تلاشي الفوارق بين الواقع والافتراض.

أما الأهمية التطبيقية فتكمن في تقديم رؤى علمية موثقة وتوصيات إجرائية لصناع القرار الإعلامي والاجتماعي في المملكة العربية السعودية، بما يتماشى مع التوجهات الاستراتيجية لرؤية 2030، وذلك من خلال توفير بيانات دقيقة حول كيفية إدارة التفاعل مع المحتوى الذكي بما يحقق "الضبط الاجتماعي" الرقمي، ويحمي الأسر السعودية من الانعكاسات السلبية والجرائم السيبرانية المحتملة، ويعزز من جودة الروابط الإنسانية في البيئات الافتراضية الآمنة.

6. أهداف الدراسة

تنبثق أهداف الدراسة من الرغبة العلمية في رصد التحولات السوسيولوجية والتقنية في المجتمع السعودي، وتتمثل الأهداف فيما يلي:

⁸⁹ الزامل، عبير عبد الرحمن، والدعيجي، رامي علي. (2024). اتجاهات الجمهور العربي نحو تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام التقليدية (دراسة ميدانية). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (104)، 22-59.

⁹⁰ المسعود، حنان بنت عبید. (2024). الثورة الرقمية وتداعياتها على الهوية الثقافية للأسرة العربية والخليجية. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (55)، 86-104. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.55.2024.1102>

⁹¹ مرسي، إيمان أحمد. (2023). اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية (chatbot) في خدمة العملاء. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (87)، 238-270. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.87.2023.866>

⁹² العتيبي، سعود شهاب سدر. (2022). مدى توفر الوعي بالأمن السيبراني لدى أفراد الأسر في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من الأسر بمحافظة جدة. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، (27)، 3-27، 575-607.

⁹³ الصغير، مشعل خلف. (2024). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق (دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (99)، 318-350.

<https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.982>

⁹⁴ مرسي، إيمان أحمد. (2021). رؤية الشباب السعودي لاستراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الاتصال الحوارية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات (أزمة كورونا نموذجاً). المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (28)، 63-95.

<https://doi.org/10.33193/IJoHSS.28.2021.350>

⁹⁵ خضر، إيلاف قضي. (2025). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للعلامات التجارية: دراسة ميدانية على جمهور العراق. مجلة تسليم الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية والقانونية، العدد الخاص (أب)، 3-22.

الغرض من الدراسة: تهدف هذه الدراسة بشكل رئيس إلى الكشف عن طبيعة العلاقة التفاعلية بين أنماط استهلاك المحتوى المولد بتقنيات الذكاء الاصطناعي وبين جودة وشكل العلاقات الرقمية والاجتماعية التي تتشكل عبر الفضاء السيبراني في المملكة العربية السعودية.

الهدف الرئيسي:

تحديد مدى تأثير أنماط تفاعل الجمهور مع المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي وأبعاده على طبيعة العلاقات الرقمية داخل المجتمع السعودي.

الأهداف الفرعية:

1. الكشف عن تأثير أنماط تفاعل الجمهور مع المحتوى الذكي على البعد الأول (التماسك الأسري الرقمي).
2. تحديد مستوى تأثير المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي على البعد الثاني (المنظومة القيمية الرقمية).
3. رصد تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على البعد الثالث (الثقة والأمان الاجتماعي السيبراني).

7. تساؤلات الدراسة

تتمحور تساؤلات الدراسة حول الإشكالية التالية:

التساؤل الرئيسي:

هل يوجد تأثير للمتغير المستقل (أنماط تفاعل الجمهور مع المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي) وكذلك أبعاده على المتغير التابع (طبيعة العلاقات الرقمية داخل المجتمع السعودي)؟

التساؤلات الفرعية:

1. هل يوجد تأثير للمحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي وأبعاده على البعد الأول (التماسك الأسري الرقمي)؟
2. هل يوجد تأثير للمحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي وأبعاده على البعد الثاني (المنظومة القيمية الرقمية)؟
3. هل يوجد تأثير للمحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي وأبعاده على البعد الثالث (الثقة والأمان الاجتماعي السيبراني)؟

8. فروض الدراسة

صيغت فروض الدراسة في صورتها الصفرية (Null Hypotheses) كما يلي:

الفرض الرئيسي:

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين المتغير المستقل (أنماط تفاعل الجمهور مع المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي) والمتغير التابع (طبيعة العلاقات الرقمية داخل المجتمع السعودي).

الفروض الفرعية:

1. لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للمتغير المستقل وأبعاده على بعد "التماسك الأسري الرقمي".
2. لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للمتغير المستقل وأبعاده على بعد "المنظومة القيمية الرقمية".
3. لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للمتغير المستقل وأبعاده على بعد "الثقة والأمان الاجتماعي السيبراني".

9. مفاهيم الدراسة

- المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي: هو المادة الإعلامية أو الإعلانية أو الحوارية التي يتم صياغتها وبنائها عبر خوارزميات برمجية ذكية تحاكي القدرات البشرية في التحرير والتصميم والتفاعل⁹⁶.
- العلاقات الرقمية: هي الروابط الاجتماعية والاتصالية التي تنشأ بين الأفراد في البيئة الافتراضية، وتحكمها ضوابط المنصات الرقمية والمعايير الاجتماعية والثقافية للمجتمع⁹⁷.
- المجتمع السعودي الرقمي: يشير إجرائياً إلى مستخدمي المنصات الرقمية داخل المملكة العربية السعودية الذين ينخرطون في تفاعلات يومية مع التقنيات الناشئة وفقاً لمستهدفات رؤية 2030⁹⁸.

10. متغيرات الدراسة

تتكون الدراسة من المتغيرات التالية مع تحديد أبعاد كل منها وشرحها في السياق السعودي:

أولاً: المتغير المستقل (المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي وأبعاده):

1. التخصيص الخوارزمي (Algorithmic Personalization): ويقصد به قدرة المحتوى على التكيف مع تفضيلات المستخدم السعودي بناءً على بياناته السلوكية، مما يخلق تجربة فردية تزيد من الارتباط بالوسيلة⁹⁹.
2. الجاذبية الإبداعية والبصرية (Creative Attraction): وتتمثل في جودة التصميم والجرافيك المولد آلياً ومدى قدرته على جذب انتباه الجمهور السعودي مقارنة بالأشكال التقليدية¹⁰⁰.
3. التفاعلية الآلية (Automated Interactivity): وتعني جودة الحوار عبر روبوتات الدردشة (Chatbots) ومدى كفاءتها في تلبية احتياجات المستخدم وتوفير الوقت والجهد¹⁰¹.

ثانياً: المتغير التابع (طبيعة العلاقات الرقمية وانعكاساتها الاجتماعية):

1. التماسك الأسري الرقمي (Digital Family Cohesion): ويشير إلى مدى تأثير الانخراط الرقمي على طبيعة التواصل بين أفراد الأسرة السعودية، وما إذا كان التفاعل الذكي يساهم في التقارب أو يؤدي للعزلة¹⁰².
2. المنظومة القيمية الرقمية (Digital Values System): وتتضمن القيم والأخلاق التي يتم تعزيزها أو تغييرها نتيجة التعرض للمحتوى الذكي عبر المنصات الرقمية، وكيفية ممارسة "الضبط الاجتماعي" في الفضاء الافتراضي¹⁰³.

⁹⁶ Al Debaisi, A. A. (2023). Artificial intelligence journalism: Professional and ethical challenges. IUG Journal of Humanities Research, 31(3), 72-93. <https://doi.org/10.33976/IUGJHR.31.3/2023/4>

⁹⁷ آل دويس، مصلح حسين محمد. (2022). أثر جائحة كورونا على العلاقات داخل الأسرة في المجتمع السعودي: دراسة ميدانية على عينة من الأسر السعودية في منطقة نجران. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، 3(27)، 395-429.

⁹⁸ مرسي، إيمان أحمد. (2021). رؤية الشباب السعودي لاستراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الاتصال الحوارية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات (أزمة كورونا نموذجاً). المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 28(28)، 63-95.

⁹⁹ العبيدي، ختام عبد الحسين كاظم. (2025). فاعلية التسويق عبر المؤثرين ومستوى تفاعل الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، 21(1)، 1182. <https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss1.1182>

¹⁰⁰ محمود، غسان زينل. (2024). الذكاء الاصطناعي وتعزيز الإبداع في التصميم الجرافيكي. مجلة الأكاديمي، العدد الخاص: المؤتمر العلمي العشرين، 399-411. <https://doi.org/10.35560/jcofarts1447.411-399>

¹⁰¹ مرسي، إيمان أحمد. (2023). اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية (chatbot) في خدمة العملاء. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، 87(87)، 270-238. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.87.2023.866>

¹⁰² المسعود، حنان بنت عبيد. (2024). الثورة الرقمية وتداعياتها على الهوية الثقافية للأسرة العربية والخليجية. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 55(55)، 104-86. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.55.2024.1102>

¹⁰³ الصقير، مشعل خلف. (2024). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق (دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، 99(99)، 318-350.

<https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.982>

3. الثقة والأمان الاجتماعي السيبراني (Cyber Social Trust): ويقصد به مستوى ثقة المستخدم السعودي في مصداقية العلاقات الرقمية وقدرته على حماية خصوصيته وأمانه الاجتماعي من مخاطر التزييف والجرائم الإلكترونية¹⁰⁴.

إن هذا التقسيم يضمن تغطية الجوانب التقنية والاجتماعية للدراسة، مما يساهم في فهم التداخل العميق بين الذكاء الاصطناعي والواقع الاجتماعي السعودي المعاصر.

11. مقاييس الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية في قياس اتجاهات وآراء الجمهور السعودي على "مقياس ليكارت الخماسي" (5- point Likert Scale)، وهو أداة قياس سيكومترية تهدف إلى رصد درجة الموافقة أو الاعتراض على مجموعة من العبارات المرتبطة بأنماط التفاعل مع الذكاء الاصطناعي والانعكاسات الاجتماعية. وتتوزع درجات المقياس إجرائياً لتشمل: (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)، حيث تُمنح هذه الاستجابات أوزاناً رقمية تبدأ من (5) للدرجة الأعلى وصولاً إلى (1) للدرجة الأقل. تكمن أهمية هذا المقياس في قدرته الفائقة على تحويل التوجهات النفسية والاجتماعية الكيفية إلى بيانات كمية دقيقة قابلة للتحليل الإحصائي المتقدم، مما يساهم في رصد الفروق الجوهرية في أنماط العلاقات الرقمية¹⁰⁵.

12. نوع الدراسة

تُصنف هذه الدراسة ضمن "البحوث الكمية" (Quantitative Research)، وهي الدراسات التي تركز على جمع البيانات الرقمية واستخدام الأساليب الإحصائية والرياضية لوصف الظواهر واختبار الفرضيات. تهدف الدراسات الكمية في المجال الإعلامي والاجتماعي إلى تحقيق أقصى درجات الموضوعية والحيد، حيث يتم التعامل مع "الفرد الرقمي السعودي" كوحدة قياس يمكن رصد سلوكها وتفاعلها مع المحتوى الرقمي من خلال مؤشرات عديدة. إن استخدام النوع الكمي يتيح للباحث القدرة على تعميم النتائج على مجتمعات دراسية أوسع، وتفسير طبيعة الارتباط بين المتغيرات التقنية (الذكاء الاصطناعي) والمتغيرات السوسولوجية (الروابط الاجتماعية) بناءً على أدلة إحصائية قوية.

13. منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على "المنهج الوصفي التحليلي" (Descriptive-Analytical Method) كإطار منهجي رئيسي. ويُعرف هذا المنهج بأنه الأسلوب الذي لا يكتفي بمجرد رصد وتوصيف الخصائص الظاهرية للظاهرة محل الدراسة (تفاعل الجمهور مع المحتوى المولد ذكياً)، بل يمتد ليشمل فحص وتحليل الأسباب والارتباطات العميقة التي تربط بين المتغيرات لاستنباط دلالات اجتماعية محددة.

ويتجلى التطبيق الإجرائي لهذا المنهج في مرحلتين متكاملتين:

• المرحلة الوصفية: وتتمثل في مسح واقع استخدام المجتمع السعودي لتقنيات الذكاء الاصطناعي ورصد أنماط العلاقات الرقمية القائمة.

• المرحلة التحليلية: وتتضمن استخدام الأدوات الإحصائية لتفكيك البيانات الميدانية وفهم الانعكاسات الاجتماعية العميقة لهذا التفاعل، مما يسمح بالوصول إلى تعميمات علمية تساهم في سد الفجوة المعرفية حول طبيعة الحياة الرقمية المعاصرة¹⁰⁶.

ويُعد المنهج الوصفي التحليلي الأنسب لمثل هذه الدراسات نظراً لقدرته على تقديم صورة شاملة ودقيقة للواقع الاجتماعي في ظل المتغيرات التقنية المتسارعة التي تفرضها رؤية المملكة 2030¹⁰⁷.

¹⁰⁴ العتيبي، سعود شهاب سدر. (2022). مدى توفر الوعي بالأمن السيبراني لدى أفراد الأسر في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من الأسر بمحافظة جدة. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، 3(27)، 575-607.

¹⁰⁵ آل عيسى، محمد رشك كاظم، وعباس، ياسر خضير. (2024). التحليل العاملي واستخدامه في البحوث الإعلامية. مجلة الإدارة والاقتصاد، 144(144)، 25-35. <https://doi.org/10.31272/jae.i144.1235>

¹⁰⁶ المشهداني، سعد سلمان. (2017). مناهج البحث الإعلامي. الإمارات: دار الكتاب الجامعي.

14. مجتمع الدراسة والعينة

14.1 مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور السعودي المستخدم للمنصات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهو مجتمع يتميز بكثافة انخراط تقني عالية جداً تعكس التحول الرقمي الشامل في المملكة. وتشير الإحصاءات الرسمية الصادرة عن الهيئة العامة للإحصاء إلى أن نسبة استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي بلغت (98.43%)، وهي نسبة تجعل من الفضاء الرقمي البيئة الأساسية التي تتشكل فيها العلاقات الاجتماعية المعاصرة¹⁰⁸. كما تؤكد المعطيات الحديثة أن هذا المجتمع الرقمي يتوزع تفاعله عبر منصات متعددة، حيث تصدر منصة "فيسبوك" قائمة المواقع الأكثر تكراراً للمواضيع القيمية بنسبة 39%، تليها منصات إنستغرام وتويتر، مما يوجد مجتمعاً بحثياً ضخماً ومنفتحاً على التقنيات الخوارزمية¹⁰⁹. إن اختيار هذا المجتمع ينبع من كونه المختبر الحقيقي لرصد أثر الذكاء الاصطناعي على بنية العلاقات الرقمية، نظراً لتغلغل التقنية في كافة مفاصل الحياة الأسرية والاجتماعية السعودية¹¹⁰.

14.2 عينة الدراسة:

نظراً لضخامة مجتمع الدراسة الذي يضم ملايين المستخدمين الرقميين في المملكة العربية السعودية، اعتمدت الدراسة على "العينة العشوائية" لضمان تمثيل مختلف الفئات الديموغرافية والاجتماعية. ولتحديد الحجم الأمثل للعينة الذي يحقق دقة إحصائية عالية ويقفل من هامش الخطأ، تم استخدام معادلة كريجسي ومراجان¹¹¹، وهي من أكثر المعادلات العلمية شيوعاً في تحديد حجم العينات للمجتمعات الكبيرة أو غير المحدودة.

تعتمد المعادلة على الصيغة الرياضية التالية:

$$s = \frac{\chi^2 NP(1 - P)}{d^2(N - 1) + \chi^2 P(1 - P)}$$

حيث تمثل الرموز ما يلي:

- s : حجم العينة المطلوب.
- χ^2 : قيمة "كا تربيع" لدرجة حرية واحدة عند مستوى ثقة 0.95 وتساوي (3.841).
- N : حجم مجتمع الدراسة (نظراً لكونه مجتمعاً مليونياً، يتم التعامل معه كجمهور واسع).
- P : نسبة المجتمع (تم فرضها بـ 0.50 للحصول على أكبر حجم ممكن للعينة).
- d : درجة الدقة المطلوبة أو هامش الخطأ المقبول (0.05).

وبتطبيق هذه المعادلة على مجتمع مستخدمي الإنترنت والذكاء الاصطناعي في السعودية (الذي يتجاوز المليون مستخدم نشط)، نجد أن حجم العينة المناسب يستقر عند (384) مفردة كحد أدنى لتمثيل المجتمع تمثيلاً صادقاً عند مستوى ثقة 95%

¹⁰⁷ قصص، حلوه جبر. (2024). مقترحات تفعيل الذكاء الاصطناعي في الجامعات داخل الخط الأخضر من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. مجلة الشرق الأوسط للعلوم التربوية والنفسية، (14)، 52-60.

¹⁰⁸ الهيئة العامة للإحصاء. (2020). إحصاءات استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي. المملكة العربية السعودية. <https://www.stats.gov.sa/ar/news/365>

¹⁰⁹ الصقير، مشعل خلف. (2024). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق (دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (99)، 318-350.

¹¹⁰ المسعود، حنان بنت عبيد. (2024). الثورة الرقمية وتداعياتها على الهوية الثقافية للأسرة العربية والخليجية. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (55)، 86-104. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.55.2024.1102>

¹¹¹ Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

وهامش خطأ 5%¹¹². وقد قرر الباحث رفع حجم العينة لضمان استبعاد الاستجابات غير المكتملة وتحقيق توازن في التمثيل بين الجنسين والفئات العمرية المختلفة، بما يضمن دقة النتائج المتعلقة بأنماط العلاقات الرقمية المتشكلة¹¹³.

15. أدوات جمع البيانات

تعتمد الدراسة الحالية في جمع بياناتها الميدانية على "الاستبانة الإلكترونية" (Electronic Questionnaire) كأداة رئيسية صُممت خصيصاً لتحقيق أهداف البحث. وقد تم بناء الاستبانة استناداً إلى الأطر النظرية والمتغيرات التي حددتها الدراسة، حيث تضمنت مجموعة من المحاور التي تقيس أبعاد المتغير المستقل (المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي: التخصيص الخوارزمي، الجاذبية الإبداعية، التفاعلية الآلية) وأبعاد المتغير التابع (الانعكاسات الاجتماعية: التماسك الأسري، المنظومة القيمية، الثقة السيبرانية).

وقد تم توزيع الاستبانة عبر المنصات الرقمية لضمان الوصول إلى العينة المستهدفة في المجتمع السعودي، مع مراعاة الضوابط العلمية في صياغة الأسئلة لتكون واضحة وغير متحيزة. وتكمن أهمية هذه الأداة في قدرتها على تغطية مساحة جغرافية واسعة وجمع قدر كبير من البيانات في وقت قياسي، مما يخدم طبيعة المنهج الوصفي التحليلي المتبع¹¹⁴. كما خضعت الأداة لاختبارات الصدق الظاهري عبر عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين لضمان دقة قياسها للظواهر الاجتماعية الرقمية محل الدراسة¹¹⁵.

16. الأساليب الإحصائية المقترحة

لمعالجة البيانات واختبار صحة الفروض الصفرية، يتم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS - Statistical Package for the Social Sciences)، وذلك من خلال تطبيق الاختبارات والأساليب التالية:

1. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لقياس ثبات أداة الدراسة وضمان اتساق الفقرات في قياس أبعاد الذكاء الاصطناعي والعلاقات الرقمية.
2. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation): لقياس الصدق الداخلي للأداة، وفحص قوة واتجاه العلاقة الارتباطية بين أنماط التفاعل مع المحتوى الذكي وبين الانعكاسات الاجتماعية.
3. التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية: لوصف الخصائص الديموغرافية للعينة وتحليل استجابات الجمهور السعودي نحو عبارات المقياس.
4. تحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد (Simple & Multiple Regression): وهو الاختبار الجوهري لاختبار الفروض، حيث يستخدم لتحديد مدى تأثير المتغير المستقل (بأبعاده المختلفة) في المتغير التابع، وقياس القدرة التنبؤية للنموذج المقترح.
5. اختبار (ت) وتحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA): للكشف عن الفروق في تصورات الجمهور السعودي حول العلاقات الرقمية والتي قد تعزى لمتغيرات النوع، العمر، أو مستوى الاستخدام التقني.

¹¹² Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

¹¹³ مرسى، إيمان أحمد. (2021). رؤية الشباب السعودي لاستراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الاتصال الحواري على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات (أزمة كورونا نموذجاً). *المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*, (28)، 63-95. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.28.2021.350>

¹¹⁴ المشهداني، سعد سلمان. (2017). *مناهج البحث الإعلامي*. الإمارات: دار الكتاب الجامعي.

¹¹⁵ مرسى، إيمان أحمد. (2021). رؤية الشباب السعودي لاستراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الاتصال الحواري على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات (أزمة كورونا نموذجاً). *المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*, (28)، 63-95. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.28.2021.350>

17. حدود الدراسة

تلتزم الدراسة بالحدود الموضوعية والمكانية والزمانية التالية:

- الحد الموضوعي: يقتصر البحث على دراسة أنماط تفاعل الجمهور السعودي مع المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي (كالإعلانات المخصصة والدرشة الآلية والتصاميم الذكية) وانعكاس ذلك على طبيعة العلاقات الرقمية (الأسرية والقيمية والأمنية).
- الحد البشري: تطبق الدراسة على عينة عشوائية من الجمهور السعودي المستخدم للمنصات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي من الجنسين ومختلف الفئات العمرية.
- الحد الجغرافي: المملكة العربية السعودية، مع التركيز على مستخدمي الفضاء الرقمي في مختلف مناطق المملكة.
- الحد الزمني: تم إجراء الشق الميداني وجمع البيانات في الفترة الزمنية الممتدة بين عامي 2026 و2027، تزامناً مع الطفرة في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي.

18. التوبيخ المقترح لفصول الدراسة

تنظم الدراسة وفق الهيكل الفصلي التالي:

- الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة: ويتناول مشكلة الدراسة، أهميتها، أهدافها، تساؤلاتها وفروضها، مفاهيم الدراسة، والمنهجية المتبعة وأدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية.
- الفصل الثاني: المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي وأنماط التفاعل الرقمي: ويعرض ماهية تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام، أشكال المحتوى المولد خوارزمية، دوافع تفاعل الجمهور معه، ونظريات التأثير الرقمي ذات الصلة.
- الفصل الثالث: الانعكاسات الاجتماعية والتحويلات في العلاقات الرقمية داخل المجتمع السعودي: ويتناول طبيعة الروابط الاجتماعية في العصر الرقمي، أثر التقنية على التماسك الأسري والمنظومة القيمية، وتحديات الأمن السيبراني والخصوصية في المجتمع السعودي وفق رؤية 2030.
- الفصل الرابع: الدراسة الميدانية ونتائج البحث: ويتضمن عرضاً لنتائج التحليل الإحصائي، مناقشة الفروض والارتباطات بين المتغيرات، وتفسير الانعكاسات الاجتماعية لتفاعل الجمهور مع الذكاء الاصطناعي، وصولاً إلى التوصيات والمقترحات.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- أبو علام، رجاء محمود. (2013). مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- آل دويس، مصلح حسين محمد. (2022). أثر جائحة كورونا على العلاقات داخل الأسرة في المجتمع السعودي: دراسة ميدانية على عينة من الأسر السعودية في منطقة نجران. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، 3(27)، 395-429.
- آل عيسى، محمد رشك كاظم، وعباس، ياسر خضير. (2024). التحليل العامل واستخدامه في البحوث الإعلامية. مجلة الإدارة والاقتصاد، 49(144)، 25-35. <https://doi.org/10.31272/jae.i144.1235>
- البكري، صبيحة خضير مغير، والشمرى، علي جبار. (2025). دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات المعنية بالشؤون العلمية: دراسة مسحية على جمهور دائرة الرعاية العلمية. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 17(3)، 747-771.
- جمعة، ليلي علي. (2022). اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات: أزمة ارتفاع سعر صرف الدولار أنموذجاً. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 47(47)، 826-849.

- حمد، أنس رشيد. (2023). دور التطبيقات الإخبارية في تغيير اتجاهات الرأي العام. المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (22)، 1-15.
- الحماد، خلف لافي، ومصطفى، أحمد أنوار. (2025). دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للوزارات العراقية لدى الجمهور العراقي. دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، 52(6).
- خضر، إيلاف قصي. (2025). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للعلامات التجارية: دراسة ميدانية على جمهور العراق. مجلة تسويق الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية والقانونية، العدد الخاص (أب)، 3-22.
- خلف، حازم دعيج. (2025). توجهات الصحافة الإعلامية في منصات التواصل الاجتماعي نحو الخطاب الحكومي وأثرها على الجمهور: دراسة حالة التيك توك. مجلة لارك، 17(4)، 763-745. <https://doi.org/10.31185/lark.4758>
- الزامل، عبير عبد الرحمن، والدعيجي، رامي علي. (2024). اتجاهات الجمهور العربي نحو تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام التقليدية (دراسة ميدانية). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (104)، 22-59.
- الزرن، جمال. (2012). البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن. مجلة الباحث الإعلامي، (17)، 1-20.
- السراي، علاء ازوير ضميد. (2024). دور الصحافة الإلكترونية في توعية الجمهور العراقي إزاء المشاركة السياسية في انتخابات مجالس المحافظات لعام 2023. مجلة كلية التربية - جامعة واسط، (57)، 535-552.
- الصقير، مشعل خلف. (2024). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم والأخلاق (دراسة تحليلية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين وقيم المجتمع). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (99)، <https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.982>. 318-350
- الطلخاوي، محمد مختار محمد عمر. (2025). اتجاهات الجمهور المصري نحو الأشكال الفنية لحمات التوعية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية". مجلة كلية الفنون والإعلام، (19)، 409-450. <https://doi.org/10.36602/famj.2025.19.13>
- العبيدي، ختام عبد الحسين كاظم. (2025). فاعلية التسويق عبر المؤثرين ومستوى تفاعل الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، (21)، 1. <https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss1.1182>
- العتيبي، سعود شباب سدر. (2022). مدى توفر الوعي بالأمن السيبراني لدى أفراد الأسر في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من الأسر بمحافظة جدة. المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، (27)، 3-607.
- القريش، أنير نوري عطوي، والعزاوي، سالم جاسم محمد. (2026). اعتماد الجمهور على صفحة UNDP العراق في فيسبوك كمصدر للتسويق الرقمي لمعلومات التنمية المستدامة: مسح لسكان بغداد. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، (18)، 1-475. <https://doi.org/10.31185/lark.5065>. 475-459
- قيصصي، حلوه جبر. (2024). مقترحات تفعيل الذكاء الاصطناعي في الجامعات داخل الخط الأخضر من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. مجلة الشرق الأوسط للعلوم التربوية والنفسية، (4)، 1-60.
- اللعيون، جميلة محمد. (2021). إسهام وسائل الإعلام في تنمية قيم التسامح الفكري: دراسة مطبقة على عينة من المهتمين والمتخصصين والعاملين في مجال الإعلام. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية، (29)، 245-273. <https://doi.org/10.33976/IUGJHR.29.4/2021/9>
- مجيد، نور عادل، وشاكر، نور مجيد. (2026). تأثير أخبار الأزمات السياسية الميثة في القنوات الفضائية على اتجاهات الجمهور نحو الحكومة. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، (18)، 1-588.

<https://doi.org/10.31185/lark.4826>

- محمود، غسان زينل. (2024). الذكاء الاصطناعي وتعزيز الإبداع في التصميم الجرافيكي. مجلة الأكاديمي، العدد الخاص: المؤتمر العلمي العشرين، 411-399. <https://doi.org/10.35560/jcofarts1447>
- مرسي، إيمان أحمد. (2021). رؤية الشباب السعودي لاستراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الاتصال الحواري على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات (أزمة كورونا نموذجاً). المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (28)، 95-63. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.28.2021.350>
- مرسي، إيمان أحمد. (2023). اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية (chatbot) في خدمة العملاء. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (87)، 270-238. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.87.2023.866>
- المرغني، عادل عاشور، ويوسف، نورس كاظم، وخير، عياد الكوني. (2023). توظيف الذكاء الاصطناعي في تحليل آراء الجمهور الليبي نحو ما يقدمه برنامج البلاد بقتاة 218. مجلة كلية الفنون والإعلام، (16)، 268-247. <https://doi.org/10.36602/famj.2023.16.8>
- المسعود، حنان بنت عبيد. (2024). الثورة الرقمية وتداعياتها على الهوية الثقافية للأسرة العربية والخليجية. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (55)، 104-86. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.55.2024.1102>
- المسلم، أسماء عبد العزيز حمد. (2025). تعزيز التفاعل في الإعلانات المطبوعة باستخدام الذكاء الاصطناعي: الفرص والتحديات. المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (30)، 1-25.
- المشهداني، سعد سلمان. (2017). مناهج البحث الإعلامي. الإمارات: دار الكتاب الجامعي.
- المعيني، قاسم مصطفى عبد الله. (2026). دور الذكاء الاصطناعي في تصميم الحملات الإعلانية وتأثيراته على الجمهور. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، (18)، 552-538. <https://doi.org/10.31185/lark.4870>
- المقيد، نورهان سعيد. (2024). اتجاهات الجمهور السعودي نحو التسويق الرقمي لخدمات الأندية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (99)، 86-59. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.970>
- نعمة، مرتضى صلاح. (2024). استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلان: دراسة حالة لحملة كوكا كولا المدعومة بالذكاء الاصطناعي. مجلة لارك، (3)، 458.
- النعامي، فهمي محمد أحمد. (2023). استخدام الجمهور اليمني للإنترنت وعلاقته بمستوى وعيهم بمخاطر الجريمة الإلكترونية: دراسة مسحية. مجلة كلية الفنون والإعلام، (15)، 135-117. <https://doi.org/10.36602/famj.202315.6>
- هاشم، جعفر شهيد. (2020). تفاعلية الجمهور مع التطبيقات الإعلانية في الفضائيات عبر أجهزة الهاتف المحمول. مجلة الآداب، (133)، 584-557.
- الهزاع، بسام. (2023). أثر استخدام المنظمات غير الربحية السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل مع الجمهور (دراسة ميدانية). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (98)، 59-22. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.98.2023.945>
- الهيئة العامة للإحصاء. (2020). إحصاءات استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي. المملكة العربية السعودية. <https://www.stats.gov.sa/ar/news/365>

- الهيتي، هيثم هادي نعمان. (2008). العوامل النفسية في جو (العلاقات العامة) ما بين المصدر والجمهور. مجلة كلية الآداب، (84)، 608-622.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Abdelhamid, A. M. M. (2024). Audience interaction with podcast content on digital platforms and its impact on the future of radio in the Arab region. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 52(2), 158-177. <https://doi.org/10.35516/hum.v52i2.6044>
- Al Debaisi, A. A. (2023). Artificial intelligence journalism: Professional and ethical challenges. *IUG Journal of Humanities Research*, 31(3), 72-93. <https://doi.org/10.33976/IUGJHR.31.3/2023/4>
- Alhammad, K. L., & Mostafa, A. A. (2025). The Role of Public Relations in Shaping the Image of Iraqi Ministries among the Iraqi Public. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 52(6), 7805. <https://doi.org/10.35516/hum.v52i6.7805>
- ESVED, H. (2025). The Role of Rhetorical Techniques in Enhancing the Effectiveness of Social Media News Headlines [In Arabic]. *Istanbul Journal of Arabic Studies (ISTANBULJAS)*, 8(2), 215-246. <https://doi.org/10.51802/istanbuljas.1732166>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Labidi, M. R. (2024). Electronic Advertising on Social Media Platforms and Its Impact on Producer and Consumer Rights: A Survey Study of a Sample of Producers and Consumers. *ALBAHITH ALALAMI*, 16(63), 84-111. <https://doi.org/10.33282/abaa.v16i63.1042>
- Safori, A. O., Ahmed, A. K., Al-Abbadi, S. M. A., Manajreh, M. M., Abdallah, R. A. Q., & Aissani, R. (2025). Digital Transformation and its Impact on the Journalistic Industry in Jordan. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 52(5), 7613. <https://doi.org/10.35516/hum.v52i5.7613>
- Majeed, N. A., & Shakir, N. M. (2026). The Impact of Political Crisis News Broadcasted on Satellite Channels on Public Attitudes Toward the Government. *Lark Journal of Philosophy, Linguistics, and Social Sciences*, 18(1), 571-588. <https://doi.org/10.31185/lark.4826>