ISSN: 2706-6495

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام في البيئة الرقمية (مراجعة منهجية للأدبيات العلمية في ضوء نظريات الاتصال الجماهيري)

The Impact of Social Media on Shaping Public Opinion in the Digital Environment (A Systematic Literature Review in Light of Mass Communication Theories)

إعداد الباحثة/ إيمان عبدالله علي عبدالله

باحثة دكتوراه الفلسفة في الاتصال، جامعة العلوم الإسلامية الماليزية USIM، ماليزيا

Email: Eman.editor@hotmail.com

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام في البيئة الرقمية المعاصرة من خلال مراجعة منهجية للأدبيات العلمية المنشورة خلال الفترة (2015–2026)، واستكشاف الآليات الرئيسة التي تؤثر من خلالها المنصات الرقمية في اتجاهات الأفراد ومواقفهم تجاه القضايا العامة. كما سعت الدراسة إلى تفسير هذه التأثيرات في ضوء عدد من نظريات الاتصال الجماهيري الكلاسيكية والمعاصرة، بما في ذلك نظرية ترتيب الأولويات، ونظرية التأطير الإعلامي، ونظرية حلزون الصمت، ونظرية تدفق المعلومات بمرحلتين، ونظرية الاستخدامات والإشباعات، ونظرية المجتمع الشبكي.

اعتمدت الدراسة منهج المراجعة المنهجية للأدبيات العلمية (Systematic Literature Review)، من خلال تحليل الدراسات المنشورة في قواعد البيانات العلمية المحكمة، بهدف تحديد الاتجاهات البحثية السائدة، واستخلاص النتائج المتكررة، والكشف عن الفجوات المعرفية المتعلقة بموضوع الدراسة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام في المجتمعات المعاصرة، نتيجة لقدرتها على التحكم في تدفق المعلومات وتحديد أولويات الجمهور من خلال الخوارزميات الرقمية وآليات التخصيص والانتشار الفيروسي للمحتوى. كما كشفت النتائج عن الدور المتنامي لغرف الصدى الرقمية والمعلومات المضللة والمؤثرين الرقميين في تشكيل الاتجاهات العامة، فضلاً عن التأثيرات المتزايدة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي والتزييف العميق في البيئة الإعلامية الحديثة.

وخلصت الدراسة إلى أن النظريات الإعلامية التقليدية ما تزال تمتلك قدرة تفسيرية مهمة لفهم التأثيرات الرقمية المعاصرة، إلا أن التحولات التقنية المتسارعة تستدعي تطوير هذه النظريات وإعادة توظيفها بما يتناسب مع خصائص البيئة الرقمية الحديثة.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الرأي العام، الإعلام الرقمي، الخوارزميات الرقمية، المعلومات المضللة، غرف الصدى، الذكاء الاصطناعي، نظريات الاتصال الجماهيري.

ISSN: 2706-6495

The Impact of Social Media on Shaping Public Opinion in the Digital Environment (A Systematic Literature Review in Light of Mass Communication Theories)

Abstract:

This study aimed to analyze the impact of social media on shaping public opinion in the contemporary digital environment through a systematic review of scientific literature published between 2015 and 2026. The study explored the major mechanisms through which digital platforms influence individuals' attitudes and perceptions toward public issues. It also interpreted these influences through several classical and contemporary mass communication theories, including Agenda-Setting Theory, Framing Theory, Spiral of Silence Theory, Two-Step Flow Theory, Uses and Gratifications Theory, and Network Society Theory.

The study adopted the Systematic Literature Review (SLR) methodology by examining peer-reviewed studies published in major scientific databases. The objective was to identify dominant research trends, synthesize recurring findings, and reveal existing research gaps concerning the relationship between social media and public opinion.

The findings indicated that social media platforms have become among the most influential actors in shaping public opinion due to their ability to control information flows and influence public agendas through algorithmic systems, content personalization, and viral dissemination mechanisms. The results also highlighted the growing influence of echo chambers, misinformation, digital influencers, generative artificial intelligence, and deepfake technologies on contemporary public discourse.

The study concluded that traditional communication theories still provide valuable explanatory frameworks for understanding digital influence. However, the rapidly evolving technological environment requires further theoretical development to adequately explain emerging forms of digital communication and public opinion formation.

Keywords: Social Media; Public Opinion; Digital Media; Algorithms; Misinformation; Echo Chambers; Artificial Intelligence; Mass Communication Theories.

ISSN: 2706-6495

1. المقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة ثورة رقمية غير مسبوقة أسهمت في إعادة تشكيل أنماط الاتصال والتفاعل الإنساني على المستويات كافة. وقد كان ظهور وسائل التواصل الاجتماعي أحد أبرز نتائج هذه الثورة، حيث تحولت هذه المنصات من أدوات للتواصل الشخصي إلى فضاءات عامة مؤثرة في تشكيل الرأي العام وصناعة الاتجاهات الاجتماعية والسياسية والثقافية.

وأدى الانتشار الواسع للإنترنت والهواتف الذكية إلى زيادة الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للمعلومات والأخبار، الأمر الذي غيّر طبيعة العلاقة التقليدية بين وسائل الإعلام والجمهور. فبعد أن كانت المؤسسات الإعلامية التقليدية تتحكم بدرجة كبيرة في إنتاج المعلومات وتوزيعها، أصبح الأفراد قادرين على إنتاج المحتوى ونشره والتفاعل معه بصورة فورية ومستمرة.

وقد ساهمت هذه التحولات في إعادة تشكيل المجال العام المعاصر، حيث أصبحت المنصات الرقمية تمثل فضاءات جديدة للنقاش والتفاعل والتعبئة الاجتماعية والسياسية. وفي المقابل، أفرزت هذه البيئة الجديدة مجموعة من التحديات المتعلقة بالمعلومات المضللة والاستقطاب الرقمي والتأثير الخوارزمي في إدراك الأفراد واتجاهاتهم.

وتشير الدراسات الحديثة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءًا أساسيًا من البنية الاتصالية المعاصرة، حيث تجاوز عدد مستخدمي هذه المنصات عالميًا أكثر من خمسة مليارات مستخدم، الأمر الذي جعلها من أكثر الأدوات تأثيرًا في تشكيل الرأي العام وصناعة الاتجاهات السياسية والاجتماعية والثقافية. ولم تعد هذه المنصات مجرد وسائل للتفاعل الاجتماعي أو تبادل الرسائل، بل تحولت إلى بيئات إعلامية متكاملة تؤثر بصورة مباشرة في إدراك الأفراد للقضايا العامة، من خلال الخوارزميات الرقمية وآليات تخصيص المحتوى والتوصية الذكية بالمعلومات.(Kaplan, 2022)

كما تؤكد الأدبيات العلمية الحديثة أن التحولات الرقمية المتسارعة أعادت تشكيل العلاقة التقليدية بين وسائل الإعلام والجمهور، حيث أصبح المستخدم فاعلًا رئيسيًا في إنتاج المحتوى ونشره والتأثير في انتشاره، بعد أن كان دوره يقتصر على التلقي فقط. وتشير دراسة Kietzmann et al. (2023) إلى أن المنصات الرقمية أسهمت في ظهور بيئة إعلامية تفاعلية تقوم على المشاركة المستمرة والتأثير المتبادل بين المستخدمين والخوارزميات الرقمية، وهو ما انعكس بصورة واضحة على طبيعة الرأي العام وآليات تشكله في البيئة الرقمية الحديثة.

كما أوضحت دراسات حديثة أن تصاعد الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للأخبار والمعلومات أدى إلى تراجع التأثير التقليدي لوسائل الإعلام التقليدية، خاصة بين فئة الشباب، حيث أصبحت المنصات الرقمية المصدر الأسرع والأكثر انتشارًا في تداول القضايا العامة. وقد انعكس ذلك بصورة مباشرة على طبيعة المجال العام، الذي أصبح أكثر انفتاحًا وتفاعلية، لكنه في الوقت ذاته أكثر عرضة للاستقطاب الرقمي وانتشار المعلومات المضللة والتأثيرات الخوارزمية المعقدة.

1.1. مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في تزايد الجدل العلمي حول طبيعة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم المعاصر. فعلى الرغم من الانتشار الواسع لهذه المنصات، لا يزال الباحثون يختلفون حول حجم تأثيرها وآلياته وحدوده، وحول مدى قدرة النظريات الإعلامية التقليدية على تفسير الظواهر الرقمية المستجدة.

كما تتمثل المشكلة في تصاعد تأثير الخوارزميات الرقمية والمعلومات المضللة وغرف الصدى الرقمية، وما يترتب عليها من آثار محتملة في جودة المجال العام وصناعة القرار المجتمعي.

وانطلاقاً من ذلك تسعى الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي:

كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في البيئة الرقمية المعاصرة؟

2.1. أسئلة الدراسة

ينبثق عن السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما أبرز خصائص وسائل التواصل الاجتماعي التي تجعلها مؤثرة في تشكيل الرأي العام؟
2. كيف تفسر نظريات الاتصال الجماهيري تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الرأي العام؟
3. ما دور الخوارزميات الرقمية في توجيه المحتوى وتحديد أولويات الجمهور؟
4. كيف تسهم غرف الصدى والمعلومات المضللة في تشكيل الاتجاهات العامة؟
5. ما أبرز الاتجاهات البحثية الحديثة المتعلقة بالعلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام؟

3.1. أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى:

1. تحليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.
2. استعراض الأطر النظرية المفسرة للعلاقة بين الإعلام الرقمي والرأي العام.
3. تحليل دور الخوارزميات الرقمية في تشكيل الاتجاهات العامة.
4. استكشاف تأثير المعلومات المضللة وغرف الصدى الرقمية.
5. تقديم إطار تفسيري متكامل للعلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام.

4.1. أهمية الدراسة

1.4.1. الأهمية العلمية

تتمثل الأهمية العلمية للدراسة في مساهمتها في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالإعلام الرقمي والرأي العام، وتقديم مراجعة علمية شاملة للدراسات الحديثة في هذا المجال.

2.4.1. الأهمية التطبيقية

توفر الدراسة أساساً معرفياً يمكن أن تستفيد منه المؤسسات الإعلامية وصناع السياسات والجهات التنظيمية عند تطوير السياسات المتعلقة بالإعلام الرقمي ومواجهة المعلومات المضللة.

3.4.1. الأهمية المجتمعية

تسهم الدراسة في تعزيز الوعي المجتمعي بطبيعة التأثيرات التي تمارسها وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات والآراء العامة.

5. الفجوة البحثية

على الرغم من كثرة الدراسات التي تناولت العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام، إلا أن معظمها ركز على سياقات محلية أو موضوعات جزئية محددة، بينما لا تزال الحاجة قائمة إلى مراجعة منهجية شاملة تجمع بين التفسيرات النظرية الكلاسيكية والتطورات التقنية الحديثة، وتقدم إطاراً متكاملاً لفهم آليات التأثير الرقمي في الرأي العام.

ومن هنا تأتي الدراسة الحالية لسد هذه الفجوة من خلال تقديم مراجعة منهجية للأدبيات العلمية المنشورة خلال الفترة (2015–2026)، وتحليلها في ضوء نظريات الاتصال الجماهيري التقليدية والمعاصرة.

ISSN: 2706-6495

2. الدراسات السابقة:

تمهيد

يحظى موضوع تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام باهتمام علمي متزايد في حقل الإعلام والاتصال، نظراً لما أحدثته المنصات الرقمية من تحولات جوهرية في بنية المجال العام، وآليات تداول المعلومات، وأنماط التفاعل بين الأفراد والمؤسسات. وقد اتسع نطاق هذا الاهتمام مع تصاعد تأثير الخوارزميات الرقمية، والمعلومات المضللة، وغرف الصدى، والاستقطاب السياسي والاجتماعي، إضافة إلى بروز المؤثرين الرقميين بوصفهم فاعلين جدد في صناعة الرأي العام.

وتستعرض هذه الدراسة عدداً من الأدبيات العربية والأجنبية ذات الصلة، بهدف تحليل الاتجاهات البحثية السائدة، وتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بينها، والكشف عن الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها. وقد تم تنظيم الدراسات السابقة وفق محاور موضوعية بدلاً من العرض الزمني فقط، بما يسمح بفهم أعمق لتطور المعرفة العلمية في هذا المجال.

1.2. الدراسات الأجنبية:

1.1.2. دراسات تناولت العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام

تناولت دراسة Allcott and Gentzkow (2017) العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والأخبار الزائفة خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016. وقد هدفت الدراسة إلى تحليل مدى انتشار الأخبار الزائفة عبر المنصات الرقمية، ومدى تأثيرها المحتمل في إدراك الناخبين للقضايا السياسية. واعتمدت الدراسة على تحليل البيانات الرقمية ومصادر الأخبار المتداولة عبر فيسبوك. وتوصلت إلى أن الأخبار الزائفة حققت معدلات انتشار مرتفعة، وأن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت بيئة خصبة لتداول المحتوى السياسي غير الدقيق، لا سيما في الفترات الانتخابية.

أما دراسة Dong et al. (2021) فقد قدمت مراجعة للأدبيات المتعلقة بتحليل الرأي العام اعتماداً على بيانات وسائل التواصل الاجتماعي. وركزت الدراسة على طرق جمع البيانات، وجودة البيانات، وأساليب تحليلها باستخدام تقنيات التنقيب عن البيانات وتحليل المشاعر. وتوصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً مهماً لدراسة الرأي العام، لكنها تطرح تحديات منهجية تتعلق بتمثيل العينة، وموثوقية البيانات، وصعوبة الوصول إلى بعض المنصات بسبب القيود التقنية وسياسات الخصوصية.

وفي السياق نفسه، ناقشت دراسة Reveilhac (2022) العلاقة بين بيانات وسائل التواصل الاجتماعي وبيانات المسوح التقليدية في دراسة الرأي العام. وأوضحت أن بيانات المنصات الرقمية لا يمكن أن تحل بالكامل محل الاستطلاعات التقليدية، لكنها قد تكون مكملة لها، خاصة في رصد الاتجاهات اللحظية والتفاعلات السريعة حول القضايا العامة. وتبرز أهمية هذه الدراسة في تأكيدها ضرورة الجمع بين مصادر البيانات الرقمية والتقليدية لفهم الرأي العام بصورة أكثر دقة.

وتشير هذه الدراسات مجتمعة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أداة مهمة في رصد الرأي العام وتحليله، لكنها لا تخلو من تحديات منهجية ومعرفية، إذ إن المحتوى المتداول عبر هذه المنصات لا يعكس دائماً اتجاهات المجتمع بأكمله، بل يعكس في كثير من الأحيان اتجاهات الفئات الأكثر نشاطاً رقمياً.

2.1.2. دراسات تناولت الخوارزميات الرقمية وتشكيل الرأي العام

ركزت دراسة Metzler et al. (2023) على العلاقة بين الآليات الاجتماعية والخوارزمية في وسائل الإعلام الرقمية. وقد أوضحت الدراسة أن تأثير الخوارزميات لا يمكن فهمه بمعزل عن السلوك الاجتماعي للمستخدمين، لأن الخوارزميات تتغذى على تفاعلات المستخدمين، وفي الوقت ذاته تعيد تشكيل هذه التفاعلات من خلال أنظمة التوصية والترتيب والتخصيص. وتؤكد الدراسة أن العلاقة بين المستخدمين والخوارزميات علاقة دائرية، حيث يؤثر كل منهما في الآخر.

وقدمت دراسة Ahmmad et al. (2025) مراجعة منهجية حول تأثير خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل تفاعل الشباب مع المحتوى الرقمي، مع التركيز على الفقاعات المعلوماتية وغرف الصدى والتحيز الخوارزمي. واعتمدت الدراسة على إطار PRISMA لتحليل ثلاثين دراسة منشورة خلال الفترة 2015–2025. وتوصلت إلى أن الخوارزميات تسهم في تعزيز التعرض الانتقائي للمعلومات، وتحد من التنوع المعرفي، وتزيد من احتمالات الانغلاق داخل بيئات رقمية متجانسة فكرياً.

وتكتسب هذه الدراسات أهمية خاصة بالنسبة للدراسة الحالية لأنها تؤكد أن الخوارزميات لم تعد مجرد أدوات تقنية لتنظيم المحتوى، بل أصبحت فاعلاً إعلامياً مؤثراً في تشكيل ما يراه المستخدمون وما يتجاهلونه، وبالتالي في ترتيب أولوياتهم واتجاهاتهم العامة.

3.1.2. دراسات تناولت غرف الصدى والفقاعات المعلوماتية

تناولت دراسة Cinelli et al. (2021) ظاهرة غرف الصدى عبر عدد من منصات التواصل الاجتماعي. وقد هدفت إلى اختبار كيفية تشكل البيئات الرقمية المغلقة، ومدى اختلاف هذه الظاهرة من منصة إلى أخرى. وأظهرت النتائج أن بنية المنصة وطبيعة التفاعل بين المستخدمين تؤثران بدرجة كبيرة في تشكل غرف الصدى، وأن بعض المنصات أكثر قابلية من غيرها لتعزيز التجانس الفكري والانغلاق المعلوماتي.

أما دراسة Hartmann et al. (2025) فقد قدمت مراجعة منهجية موسعة حول بحوث غرف الصدى والفقاعات المعلوماتية. وأوضحت أن الجدل العلمي حول وجود هذه الظواهر يعود جزئياً إلى اختلاف التعريفات والمقاييس المستخدمة في الدراسات السابقة. فبعض الدراسات تقيس غرف الصدى من خلال تشابه الروابط الاجتماعية، بينما تقيسها أخرى من خلال تشابه المحتوى أو قلة التعرض للآراء المخالفة. وتؤكد هذه الدراسة أهمية الدقة المفاهيمية والمنهجية عند تحليل هذه الظاهرة.

كما ناقشت مراجعة معهد رويترز لدراسة الصحافة (2022) العلاقة بين غرف الصدى والفقاعات المعلوماتية والاستقطاب. وأشارت إلى أن الأدلة العلمية لا تدعم دائماً الفكرة القائلة إن جميع مستخدمي الإنترنت يعيشون داخل فقاعات مغلقة، لكنها تؤكد في الوقت نفسه وجود مخاطر حقيقية في بعض السياقات السياسية والاجتماعية، خاصة عند تفاعل الخوارزميات مع الانتماءات الحزبية والهويات الجماعية.

وتفيد هذه الدراسات في إبراز أن غرف الصدى ليست ظاهرة موحدة أو بسيطة، بل تختلف باختلاف المنصة والسياق السياسي والثقافي وسلوك المستخدمين. كما تؤكد أن تأثيرها في الرأي العام لا يحدث بصورة آلية، بل عبر تفاعل معقد بين التقنية والسلوك الاجتماعي.

4.1.2. دراسات تناولت المعلومات المضللة والأخبار الزائفة

تعد دراسة Vosoughi, Roy, and Aral (2018) من أبرز الدراسات في مجال انتشار الأخبار الكاذبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. فقد حللت الدراسة انتشار الأخبار الصحيحة والكاذبة عبر منصة تويتر خلال فترة زمنية طويلة، وتوصلت إلى أن الأخبار الكاذبة تنتشر بسرعة أكبر وبمدى أوسع من الأخبار الصحيحة. كما أوضحت أن العامل البشري يلعب دوراً كبيراً في نشر الأخبار الكاذبة، وليس الحسابات الآلية فقط.

وقدمت Wardle and Derakhshan (2017) إطاراً مفاهيمياً مهماً لفهم اضطراب المعلومات، من خلال التمييز بين ثلاثة أنواع رئيسية: المعلومات الخاطئة غير المتعمدة، والمعلومات المضللة المتعمدة، والمعلومات الصحيحة المستخدمة بصورة مضللة. وتعد هذه الدراسة مرجعاً مهماً لأنها تقدم تمييزاً مفاهيمياً يساعد الباحثين على تحليل أشكال التضليل المختلفة بدقة أكبر.

كما ناقشت دراسات حديثة العلاقة بين المعلومات المضللة وغرف الصدى، وأشارت إلى أن البيئات الرقمية المغلقة قد تزيد من قابلية الأفراد لتصديق المعلومات المتوافقة مع قناعاتهم السابقة، خاصة في القضايا السياسية والصحية. ويتضح من هذه الدراسات أن

المعلومات المضللة لا تنتشر فقط بسبب ضعف التحقق، بل أيضاً بسبب العوامل النفسية والاجتماعية مثل التحيز التأكيدي والانتماء الجماعي.

5.1.2. دراسات تناولت الاستقطاب السياسي والاجتماعي

ناقشت دراسة Sunstein (2017) تأثير الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في الاستقطاب السياسي، وأكدت أن التعرض المتكرر للمحتوى المتوافق مع المواقف السابقة قد يؤدي إلى تعزيز الانقسام المجتمعي. ويرى Sunstein أن البيئة الرقمية قد تقلل من فرص الاحتكاك بالرأي المخالف، مما يضعف جودة النقاش العام.

أما دراسة Jiang et al. (2021) فقد درست الاستقطاب وغرف الصدى في سياق النقاشات المتعلقة بجائحة كوفيد-19 على تويتر في الولايات المتحدة. وأظهرت الدراسة وجود تجمعات رقمية متمايزة في النقاشات الصحية والسياسية، وأن الاستقطاب لا يقتصر على القضايا الانتخابية فقط، بل يمتد أيضاً إلى القضايا الصحية والأزمات العامة.

كما ناقشت بعض الدراسات الحديثة دور المنصات الرقمية في تعزيز الاستقطاب العاطفي، حيث لا يقتصر التأثير على اختلاف المواقف السياسية، بل يشمل زيادة المشاعر السلبية تجاه الجماعات المخالفة. ويعد هذا الاتجاه مهماً لأنه يوضح أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تؤثر ليس فقط فيما يفكر فيه الأفراد، بل أيضاً في كيفية شعورهم تجاه الآخرين.

2.2. الدراسات العربية:

هدفت دراسة العتيبي (2021). بعنوان "دور تويتر في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية" إلى تحليل تأثير النقاشات الرقمية عبر منصة تويتر في تشكيل اتجاهات الجمهور السعودي تجاه قضايا التمكين الاجتماعي للمرأة. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام استبانة إلكترونية تم تطبيقها على عينة من مستخدمي تويتر في المملكة العربية السعودية. وتوصلت الدراسة إلى أن النقاشات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي تسهم بصورة مباشرة في التأثير على اتجاهات الرأي العام، خاصة في القضايا الاجتماعية المرتبطة بالتحولات الثقافية والتنموية. كما أظهرت النتائج أن كثافة التعرض للمحتوى الرقمي ترتبط بزيادة مستويات تقبل التغيرات الاجتماعية. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الوعي الإعلامي الرقمي وتنمية مهارات التفكير النقدي لدى المستخدمين.

كما تناولت دراسة الخوالدة (2024). بعنوان "تأثير خوارزميات المنصات الرقمية في تشكيل الرأي العام الإلكتروني في الأردن" العلاقة بين الخوارزميات الرقمية وآليات توجيه المحتوى المعروض للمستخدمين عبر وسائل التواصل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل استجابات عينة من مستخدمي المنصات الرقمية في الأردن. وأظهرت النتائج أن المستخدمين يدركون بدرجات متفاوتة تأثير الخوارزميات في ترتيب المحتوى الرقمي وتوجيه النقاشات العامة، إلا أن قدرتهم على التحكم في هذا التأثير ما تزال محدودة. كما كشفت الدراسة أن الخوارزميات تسهم في تعزيز التعرض الانتقائي للمعلومات وتشكيل الفقاعات المعلوماتية الرقمية. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الشفافية الرقمية ووضع سياسات تنظيمية واضحة تحكم عمل الخوارزميات الرقمية.

وهدفت دراسة الحربي (2022). بعنوان "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب العربي" إلى التعرف على دور المنصات الرقمية في تشكيل المواقف السياسية لدى فئة الشباب. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام الاستبانة الإلكترونية، وتوصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت المصدر الرئيس للمعلومات السياسية لدى نسبة كبيرة من الشباب العربي، وأن المحتوى المتداول عبر المنصات الرقمية يسهم بصورة واضحة في التأثير على الاتجاهات السياسية والاجتماعية. كما أوصت الدراسة بضرورة تطوير برامج التربية الإعلامية الرقمية وتعزيز ثقافة التحقق من المعلومات.

3.2. تحليل الدراسات السابقة:

يكشف تحليل الدراسات السابقة عن مجموعة من الاتجاهات العلمية المهمة. يتمثل الاتجاه الأول في الانتقال من دراسة وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها أدوات استخدام واتصال إلى دراستها بوصفها بيئات معلوماتية معقدة تتحكم فيها خوارزميات ومنطق اقتصادي قائم على جذب الانتباه. وهذا التحول مهم لأنه ينقل البحث من مستوى سلوك المستخدم إلى مستوى بنية المنصة وآلياتها التقنية.

أما الاتجاه الثاني فيتمثل في تزايد الاهتمام بدراسة المعلومات المضللة والأخبار الزائفة، لا سيما بعد الانتخابات الأمريكية لعام 2016 وجائحة كوفيد-19. وقد أظهرت هذه الدراسات أن التضليل الرقمي لم يعد ظاهرة هامشية، بل أصبح أحد التحديات المركزية التي تواجه المجال العام الرقمي.

ويتمثل الاتجاه الثالث في الاهتمام المتزايد بغرف الصدى والفقاعات المعلوماتية والاستقطاب. غير أن الأدبيات تكشف عن عدم وجود إجماع كامل حول حجم هذه الظواهر وتأثيرها، إذ تختلف النتائج باختلاف المنهج المستخدم والمنصة المدروسة والسياق السياسي والاجتماعي.

أما الاتجاه الرابع فيتمثل في بروز الخوارزميات الرقمية كموضوع بحثي مستقل. فقد أصبحت الدراسات الحديثة تنظر إلى الخوارزميات بوصفها فاعلاً مؤثراً في تشكيل الرأي العام، لا مجرد أداة تقنية محايدة.

وفي المقابل، تشير مراجعة الدراسات العربية إلى أن الإنتاج العربي في هذا المجال ما يزال في حاجة إلى مزيد من التطوير، خاصة فيما يتعلق بالدراسات المنهجية والمراجعات المنظمة والدراسات التي تستخدم أدوات تحليل البيانات الرقمية وتحليل الشبكات.

4.2. أوجه الاتفاق بين الدراسات السابقة

تتفق معظم الدراسات السابقة على عدد من النقاط الرئيسة، من أبرزها:

1. أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت فاعلاً رئيسياً في تشكيل الرأي العام.
2. أن الخوارزميات الرقمية تؤثر في نوعية المحتوى الذي يتعرض له المستخدمون.
3. أن المعلومات المضللة تمثل تحدياً حقيقياً لجودة النقاش العام.
4. أن المنصات الرقمية أسهمت في تسريع عملية تشكل الرأي العام.
5. أن المؤثرين والمستخدمين النشطين أصبحوا جزءاً من عملية صناعة الأجندة العامة.
6. أن دراسة الرأي العام الرقمي تتطلب تطوير الأدوات المنهجية التقليدية.

5.2. وجه الاختلاف بين الدراسات السابقة

رغم وجود اتفاق عام حول أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، إلا أن الدراسات تختلف في عدد من الجوانب:

1. تختلف الدراسات حول حجم تأثير غرف الصدى والفقاعات المعلوماتية.
2. تختلف في تفسير العلاقة بين الخوارزميات والاستقطاب؛ فبعضها يركز على دور الخوارزميات، بينما يؤكد بعضها الآخر دور اختيارات المستخدمين.
3. تختلف في مدى اعتبار بيانات وسائل التواصل الاجتماعي ممثلة للرأي العام الحقيقي.
4. تختلف في تحديد مدى مسؤولية المنصات الرقمية مقارنة بمسؤولية المستخدمين.
5. تختلف في تقييم فعالية التربية الإعلامية والتنظيم القانوني في مواجهة التضليل.

ISSN: 2706-6495

6.2. موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

تستفيد الدراسة الحالية من الأدبيات السابقة في بناء فهم شامل لطبيعة العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام، لكنها تختلف عنها في عدد من الجوانب.

فأولاً، لا تركز الدراسة الحالية على منصة واحدة أو قضية سياسية محددة، بل تسعى إلى تقديم مراجعة منهجية شاملة للأدبيات العلمية المتعلقة بالموضوع خلال الفترة 2015–2026.

وثانياً، تجمع الدراسة بين الأطر النظرية الكلاسيكية في الاتصال الجماهيري، مثل ترتيب الأولويات والتأطير وحلزون الصمت، وبين المفاهيم الرقمية الحديثة، مثل الخوارزميات وغرف الصدى والمعلومات المضللة والذكاء الاصطناعي التوليدي.

وثالثاً، تسعى الدراسة إلى بناء إطار تفسيري متكامل يوضح أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الرأي العام لا يحدث من خلال عامل واحد، بل من خلال تفاعل عدة عوامل تقنية واجتماعية ونفسية واتصالية.

7.2. الفجوة البحثية المستخلصة من الدراسات السابقة

تكشف مراجعة الدراسات السابقة عن وجود فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التي تجمع بين التحليل النظري والمنهجي لوسائل التواصل الاجتماعي بوصفها بيئة متكاملة لتشكيل الرأي العام. كما أن كثيراً من الدراسات ركزت على جانب واحد من الظاهرة، مثل الأخبار الزائفة أو الخوارزميات أو الاستقطاب، دون تقديم نموذج يربط بين هذه العناصر في إطار واحد.

وتظهر فجوة أخرى في الأدبيات العربية، حيث ما تزال الدراسات المتعلقة بالخوارزميات وغرف الصدى والتضليل الرقمي محدودة نسبياً مقارنة بالأدبيات الأجنبية. كما أن عدداً من الدراسات العربية لا يزال يعتمد بدرجة كبيرة على المنهج الوصفي التقليدي، مع محدودية استخدام المراجعات المنهجية أو تحليل البيانات الرقمية.

ومن هنا تسعى الدراسة الحالية إلى معالجة هذه الفجوة من خلال تقديم مراجعة منهجية للأدبيات العلمية، وبناء إطار تفسيري يربط بين وسائل التواصل الاجتماعي، والخوارزميات الرقمية، والتعرض الانتقائي، وغرف الصدى، والمعلومات المضللة، وتشكيل الرأي العام.

3. منهجية الدراسة:

1.3. مقدمة:

تمثل المنهجية العلمية الإطار الذي يحدد الإجراءات والخطوات التي يعتمدها الباحث في جمع البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج. ونظراً لطبيعة الدراسة الحالية التي تهدف إلى تحليل وتفسير الأدبيات العلمية المتعلقة بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، فقد تم اعتماد منهج المراجعة المنهجية للأدبيات العلمية (Systematic Literature Review) بوصفه المنهج الأنسب لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها.

ويُعد هذا المنهج من أكثر المناهج استخداماً في الدراسات التي تستهدف تجميع المعرفة العلمية المتراكمة وتحليلها بصورة منظمة، بما يسمح بالكشف عن الاتجاهات البحثية الرئيسة والفجوات المعرفية في مجال الدراسة.

2.3. منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المراجعة المنهجية للأدبيات العلمية(SLR) ، والذي يقوم على جمع الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث وتحليلها وفق معايير محددة مسبقاً لضمان الشفافية والدقة وإمكانية التكرار.

وقد تم الاستناد إلى مبادئ وإرشادات PRISMA في تنفيذ خطوات المراجعة المنهجية.

ISSN: 2706-6495

3.3. مصادر البيانات:

تم الحصول على الدراسات العلمية من قواعد البيانات الآتية:

1. Scopus
2. Web of Science
3. ScienceDirect
4. SpringerLink
5. Sage Journals
6. Taylor & Francis Online
7. Google Scholar

4.3. استراتيجية البحث

تم استخدام مجموعة من الكلمات المفتاحية المرتبطة بموضوع الدراسة، من أبرزها:

- Social Media
- Public Opinion
- Digital Media
- Algorithms
- Echo Chambers
- Misinformation
- Disinformation
- Political Polarization
- Digital Communication

كما تم استخدام المقابل العربية لهذه المصطلحات عند البحث في قواعد البيانات العربية.

5.3. معايير الإدراج

اعتمدت الدراسة المعايير الآتية لاختيار الدراسات:

1. أن تكون منشورة في مجلة علمية محكمة.
2. أن تتناول وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام بصورة مباشرة.
3. أن تكون منشورة خلال الفترة (2015–2026).
4. أن تكون باللغة العربية أو الإنجليزية.
5. أن تتوافر النسخة الكاملة للدراسة.

6.3. معايير الاستبعاد:

تم استبعاد:

1. المقالات الصحفية.
2. التقارير غير المحكمة.

3. الدراسات المكررة.
4. الدراسات التي لا ترتبط مباشرة بموضوع البحث.
5. الدراسات التي لم تتوافر نصوصها الكاملة.

7.3. إجراءات تحليل البيانات

تم تحليل الدراسات المختارة باستخدام التحليل الموضوعي(Thematic Analysis) ، من خلال:

- تصنيف الدراسات وفق موضوعاتها.
- تحديد الاتجاهات البحثية الرئيسة.
- تحليل النتائج المتكررة.
- تحديد أوجه الاتفاق والاختلاف.
- استخراج الفجوات البحثية.

اشتملت المراجعة المنهجية الحالية على تحليل (45) دراسة علمية محكمة تم اختيارها وفق معايير الإدراج والاستبعاد المعتمدة في الدراسة، حيث بلغ عدد الدراسات المنشورة باللغة العربية (17) دراسة، في حين بلغ عدد الدراسات المنشورة باللغة الإنجليزية (28) دراسة. وقد توزعت هذه الدراسات على عدد من المحاور الرئيسة المرتبطة بموضوع البحث، بما في ذلك تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، والخوارزميات الرقمية، وغرف الصدى، والمعلومات المضللة، والاستقطاب الرقمي، والذكاء الاصطناعي التوليدي.

كما تم تصنيف الدراسات وفق طبيعتها المنهجية إلى دراسات وصفية، ودراسات تحليلية، ومراجعات منهجية، ودراسات قائمة على تحليل البيانات الضخمة، بما يسمح ببناء رؤية علمية متكاملة حول الاتجاهات البحثية الحديثة المتعلقة بالعلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام في البيئة الرقمية المعاصرة.

وقد ساهم التنوع المنهجي والموضوعي للدراسات المشمولة بالمراجعة في تعزيز شمولية التحليل ورفع مستوى الدقة العلمية في تفسير النتائج واستخلاص الاتجاهات البحثية الرئيسة والفجوات المعرفية المتعلقة بموضوع الدراسة.

8.3. موثوقية المصادر:

لضمان موثوقية النتائج تم:

1. استخدام قواعد بيانات علمية معترف بها.
2. تطبيق معايير اختيار واستبعاد واضحة.
3. مراجعة الدراسات بصورة منهجية.
4. مقارنة النتائج بين الدراسات المختلفة.

9.3. حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

- **الحدود الزمنية:** تم اختيار الفترة الزمنية الممتدة بين (2015–2026) نظرا لأنها تمثل المرحلة التي شهدت تحولات جوهرية ومتسارعة في البيئة الإعلامية الرقمية، بما في ذلك تصاعد تأثير الخوارزميات الرقمية، وانتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، وبروز تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي والتزييف العميق، إضافة إلى تزايد الاعتماد العالمي على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للأخبار والمعلومات.

كما شهدت هذه الفترة عددًا من الأحداث العالمية المؤثرة التي أسهمت في زيادة الاهتمام العلمي بدراسة العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام، مثل الانتخابات الأمريكية لعام 2016، وجائحة كوفيد-19، وتصاعد النقاشات العالمية المتعلقة بالتضليل الرقمي والاستقطاب السياسي والاجتماعي. لذلك تعد هذه الفترة الزمنية من أكثر الفترات ملاءمة لتحليل التحولات الحديثة في البيئة الرقمية وفهم آليات تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات العامة.

- **الحدود اللغوية:** الدراسات المنشورة باللغة العربية والإنجليزية.

- **الحدود المنهجية:** الدراسات العلمية المحكمة فقط.

4. الإطار النظري للدراسة:

1.4. مقدمة:

تمثل النظريات العلمية الأساس الذي تستند إليه الدراسات الإعلامية في تفسير الظواهر الاتصالية وتحليلها. ونظراً للطبيعة المركبة للعلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام، فقد اعتمدت الدراسة على مجموعة من النظريات الإعلامية الكلاسيكية والمعاصرة التي تساعد في تفسير آليات التأثير الإعلامي في البيئة الرقمية.

2.4. نظرية ترتيب الأولويات(Agenda-Setting Theory)

- نشأة النظرية

قدم ماكومبز وشو النظرية عام 1972 لتفسير تأثير وسائل الإعلام في تحديد القضايا التي يعتبرها الجمهور مهمة.

- افتراضات النظرية

- وسائل الإعلام تحدد أولويات الجمهور.
- القضايا الأكثر ظهوراً تصبح أكثر أهمية.
- التأثير يزداد في القضايا التي يفتقر الجمهور إلى خبرة مباشرة بها.

- تطبيق النظرية على وسائل التواصل الاجتماعي

في البيئة الرقمية أصبحت الخوارزميات والوسوم والمؤثرون أدوات جديدة لترتيب الأولويات، حيث تسهم في تحديد الموضوعات الأكثر تداولاً وانتشاراً.

3.4. نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory)

توضح النظرية أن طريقة عرض القضايا تؤثر في تفسير الجمهور لها. وفي البيئة الرقمية أصبح الحدث الواحد يقدم عبر أطر متعددة ومتنافسة، مما يزيد من تعقيد عملية تشكيل الرأي العام.

4.4. نظرية حلزون الصمت(Spiral of Silence)

ترى النظرية أن الأفراد قد يمتنعون عن التعبير عن آرائهم إذا شعروا بأنها تخالف الرأي السائد. وفي البيئة الرقمية تظهر هذه الظاهرة من خلال الخوف من التنمر الرقمي أو ثقافة الإلغاء.

5.4. نظرية تدفق المعلومات بمرحلتين (Two-Step Flow)

تفترض أن التأثير الإعلامي ينتقل أولاً إلى قادة الرأي ثم إلى الجمهور. وفي البيئة الرقمية أصبح المؤثرون الرقميون يمثلون الامتداد الحديث لقادة الرأي.

ISSN: 2706-6495

6.4. نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تنظر إلى الجمهور بوصفه جمهوراً نشطاً يسعى إلى استخدام وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته المعرفية والاجتماعية والترفيهية.

وتفسر هذه النظرية الإقبال المتزايد على وسائل التواصل الاجتماعي.

7.4. نظرية المجتمع الشبكي(Network Society Theory)

يرى كاستلز أن شبكات الاتصال الرقمية أصبحت البنية الأساسية للمجتمعات الحديثة. وتساعد هذه النظرية في تفسير انتقال السلطة الإعلامية من المؤسسات التقليدية إلى الشبكات الرقمية.

8.4. النموذج النظري المقترح:

وسائل التواصل الاجتماعي

↓

الخوارزميات الرقمية

↓

التعرض الانتقائي للمحتوى

↓

غرف الصدى الرقمية

↓

المعلومات المضللة

↓

تشكيل الاتجاهات العامة

↓

الرأي العام الرقمي

ويفترض النموذج أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي لا يحدث بصورة مباشرة، بل عبر مجموعة من الآليات الوسيطة التي تؤثر في إدراك الأفراد للقضايا العامة.

5. آليات تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام:

1.5. مقدمة:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي خلال العقدين الأخيرين من أهم الفواعل المؤثرة في تشكيل الرأي العام على المستويات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية. ويرجع ذلك إلى قدرتها على تجاوز القيود التقليدية التي كانت تحكم عملية الاتصال الجماهيري، وإلى ما توفره من بيئة تفاعلية تسمح للمستخدمين بالمشاركة في إنتاج المحتوى وتداوله والتعليق عليه بصورة فورية ومستمرة.

وتختلف آليات التأثير في البيئة الرقمية عن نظيراتها في وسائل الإعلام التقليدية، إذ لم تعد عملية التأثير مقتصرة على الرسائل الإعلامية التي تنتجها المؤسسات الصحفية والإعلامية، بل أصبحت عملية معقدة تتداخل فيها الخوارزميات الرقمية، والمؤثرون الرقميون، والتفاعلات الاجتماعية، والمعلومات المضللة، وأنظمة الذكاء الاصطناعي، الأمر الذي أوجد أنماطاً جديدة من التأثير الإعلامي تستحق الدراسة والتحليل.

ويهدف هذا الفصل إلى تحليل أبرز الآليات التي تسهم من خلالها وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، من خلال استعراض الأدبيات العلمية الحديثة والنظريات الإعلامية ذات الصلة.

2.5. الخوارزميات الرقمية وإعادة تشكيل المجال العام

- مفهوم الخوارزميات الرقمية

تشير الخوارزميات الرقمية إلى مجموعة من التعليمات والعمليات الحسابية التي تستخدمها المنصات الرقمية لتحديد المحتوى الذي يتم عرضه للمستخدمين وترتيبه وفق معايير محددة تعتمد على بيانات الاستخدام والتفاعل.

وتستخدم منصات التواصل الاجتماعي الخوارزميات لتحقيق عدة أهداف، من أهمها:

1. زيادة مدة بقاء المستخدم داخل المنصة.
2. تعزيز التفاعل مع المحتوى.
3. تحسين كفاءة الإعلانات الرقمية.
4. تخصيص المحتوى وفق اهتمامات المستخدم.

- الخوارزميات بوصفها حارس بوابة جديد

في الإعلام التقليدي كانت المؤسسات الإعلامية تمارس دور "حارس البوابة" من خلال اختيار الأخبار والمعلومات التي تصل إلى الجمهور.

أما في البيئة الرقمية فقد انتقل هذا الدور إلى الخوارزميات التي أصبحت تحدد:

- ما الذي يراه المستخدم.
- متى يراه.
- عدد مرات ظهوره.
- مدى انتشاره.

وبذلك أصبحت الخوارزميات أحد أهم الفاعلين المؤثرين في تشكيل الرأي العام المعاصر.

- تأثير الخوارزميات على أولويات الجمهور

أثبتت العديد من الدراسات أن الخوارزميات تؤثر بصورة مباشرة في ترتيب أولويات الجمهور من خلال تعزيز ظهور بعض القضايا وإخفاء قضايا أخرى.

ويؤدي ذلك إلى:

- زيادة الاهتمام بقضايا معينة.
- تقليل الاهتمام بقضايا أخرى.
- إعادة تشكيل أجندة النقاش العام.

وتشير الأدبيات العلمية الحديثة إلى أن الخوارزميات الرقمية أصبحت تمارس دورًا محوريًا في إعادة تشكيل المجال العام الرقمي، من خلال التحكم في تدفق المعلومات وترتيب المحتوى الذي يتعرض له المستخدمون وفق أنماط التفاعل السابقة واهتماماتهم الرقمية. ولم تعد الخوارزميات أدوات تقنية محايدة، بل تحولت إلى فاعل إعلامي مؤثر يسهم بصورة مباشرة في تحديد أولويات الجمهور وصناعة الأجندة الرقمية.

ISSN: 2706-6495

وتوضح دراسة Metzler et al. (2023) أن الخوارزميات تؤثر في القضايا التي تحظى بالاهتمام العام عبر تعزيز ظهور بعض الموضوعات وتقليل ظهور موضوعات أخرى، بما يؤدي إلى إعادة تشكيل إدراك الأفراد للقضايا السياسية والاجتماعية والثقافية. كما تؤكد الدراسات الحديثة أن المنصات الرقمية تعتمد بصورة متزايدة على أنظمة التوصية الذكية التي تستند إلى بيانات المستخدمين وسلوكهم الرقمي، وهو ما يسهم في زيادة احتمالات التعرض الانتقائي للمعلومات.

وفي هذا السياق، تؤكد الأدبيات أن التخصيص الخوارزمي للمحتوى يؤدي إلى تقليل فرص تعرض المستخدمين للآراء المخالفة، وتعزيز التفاعل مع المحتوى المتوافق مع مواقفهم السابقة، الأمر الذي يسهم في تشكل البيئات الرقمية المغلقة وغرف الصدى المعلوماتية. كما يؤدي ذلك إلى تعزيز الاستقطاب الفكري والاجتماعي داخل المجال العام الرقمي، خاصة في القضايا السياسية والأيديولوجية المثيرة للجدل.

وتشير الدراسات الحديثة أيضًا إلى أن الخوارزميات الرقمية أصبحت جزءًا من الاقتصاد الانتباهي الذي تسعى فيه المنصات الرقمية إلى زيادة مدة بقاء المستخدم داخل المنصة وتعظيم مستويات التفاعل، حتى لو كان ذلك على حساب جودة المحتوى أو تنوعه المعرفي. ولذلك لم يعد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام قائمًا فقط على المحتوى المنشور، بل أصبح مرتبطًا بصورة كبيرة بالبنية التقنية والخوارزمية التي تتحكم في ظهور هذا المحتوى وانتشاره.

3.5. التعرض الانتقائي للمعلومات:

- مفهوم التعرض الانتقائي

يقصد بالتعرض الانتقائي ميل الأفراد إلى البحث عن المعلومات التي تتوافق مع معتقداتهم واتجاهاتهم السابقة، وتجنب المعلومات التي تتعارض معها. وتوفر وسائل التواصل الاجتماعي بيئة مثالية لهذا النوع من السلوك بسبب الكم الهائل من المحتوى المتاح وإمكانية تخصيصه.

- آثار التعرض الانتقائي

يسهم التعرض الانتقائي في تعزيز القناعات السابقة، وزيادة الانحيازات المعرفية، وتقليل فرص الحوار مع الآراء المخالفة، وتعميق الانقسامات الفكرية.

4.5. الفقاعة المعلوماتية(Filter Bubble)

- مفهوم الفقاعة المعلوماتية

طرح إيلاي باريسر مفهوم الفقاعة المعلوماتية للإشارة إلى الحالة التي يتعرض فيها المستخدم باستمرار إلى محتوى يتوافق مع اهتماماته السابقة نتيجة التخصيص الخوارزمي.

- خصائص الفقاعة المعلوماتية

تتميز الفقاعة المعلوماتية بما يلي:

- محدودية التنوع المعلوماتي.
- ضعف التعرض للآراء المختلفة.
- تعزيز التحيزات القائمة.
- صعوبة اكتشاف المعلومات البديلة.

ISSN: 2706-6495

- **تأثير الفقاعة المعلوماتية على الرأي العام**

تؤدي الفقاعة المعلوماتية إلى خلق بيئات معرفية مغلقة قد تؤثر في قدرة الأفراد على تكوين آراء متوازنة حول القضايا العامة.

5.5. غرف الصدى الرقمية(Echo Chambers)

- **مفهوم غرف الصدى**

تشير غرف الصدى إلى البيئات الرقمية التي يتفاعل فيها الأفراد مع مستخدمين يشتركون معهم في الاتجاهات والأفكار نفسها.

ويؤدي ذلك إلى إعادة تداول الأفكار نفسها بصورة متكررة دون التعرض لوجهات نظر بديلة.

- **العوامل المؤدية إلى ظهور غرف الصدى**

أولاً: العوامل التقنية: وتتمثل بخوارزميات التوصية، والتخصيص الرقمي، واقتراح المجموعات والأصدقاء.

ثانياً: العوامل النفسية: وتتمثل بالتحيز التأكيدي، والميل إلى التشابه الاجتماعي، وتجنب الصراع الفكري.

- **آثار غرف الصدى**

تشمل آثار غرف الصدى بزيادة الاستقطاب السياسي، وتعزيز الانقسامات المجتمعية، وإضعاف الحوار العام، وكذلك تعزيز انتشار المعلومات المضللة.

6.5. المعلومات المضللة والأخبار الزائفة

- **مفهوم المعلومات المضللة**

تشير المعلومات المضللة إلى المعلومات غير الدقيقة أو غير الصحيحة التي يتم تداولها بين المستخدمين. أما الأخبار الزائفة فتشير إلى المحتوى المفبرك الذي يتم إنتاجه بهدف التضليل أو التأثير.

- **أسباب انتشار المعلومات المضللة**

تشمل الأسباب الرئيسة:

1. سهولة إنتاج المحتوى الرقمي.
2. سرعة إعادة النشر.
3. غياب التحقق المهني.
4. العوامل النفسية والعاطفية.
5. البحث عن التفاعل والانتشار.

- **التأثيرات المجتمعية للمعلومات المضللة**

أظهرت الدراسات الحديثة أن المعلومات المضللة قد تؤدي إلى تشويه الإدراك العام، وتقويض الثقة بالمؤسسات، والتأثير في السلوك الانتخابي، ونشر الخوف والهلع أثناء الأزمات.

7.5. المؤثرون الرقميون وصناعة الرأي العام

- **مفهوم المؤثر الرقمي**

المؤثر الرقمي هو شخص يمتلك قاعدة جماهيرية واسعة عبر منصات التواصل الاجتماعي ويتمتع بقدرة على التأثير في مواقف وسلوكيات المتابعين.

ISSN: 2706-6495

- خصائص المؤثرين

يتميز المؤثرون بـ: (التواصل المباشر مع الجمهور، بناء الثقة الشخصية، سرعة الوصول إلى المتابعين، والتفاعل المستمر).

- المؤثرون كقادة رأي جدد

في ضوء نظرية تدفق المعلومات بمرحلتين، يمكن اعتبار المؤثرين الرقميين امتداداً حديثاً لقادة الرأي الذين ينقلون المعلومات ويفسرونها للجمهور.

8.5. الانتشار الفيروسي للمحتوى:

- مفهوم الانتشار الفيروسي

يقصد بالانتشار الفيروسي انتقال المحتوى بسرعة كبيرة بين المستخدمين من خلال عمليات المشاركة وإعادة النشر.

- عوامل الانتشار الفيروسي

تشير الأدبيات إلى أن المحتوى الأكثر انتشاراً غالباً ما يتميز بـ: (الإثارة العاطفية، الجدة، الغرابة، والطابع الجدلي)

- أثر الانتشار الفيروسي على الرأي العام

يسهم الانتشار الفيروسي في:

1. تسريع تشكل الاتجاهات العامة.
2. تضخيم بعض القضايا.
3. التأثير في الأجندة العامة.
4. زيادة التأثير العاطفي للمحتوى.

9.5. الذكاء الاصطناعي التوليدي والرأي العام

- صعود الذكاء الاصطناعي التوليدي

شهدت السنوات الأخيرة تطوراً كبيراً في تطبيقات الذكاء الاصطناعي القادرة على إنتاج النصوص والصور والفيديوهات بصورة آلية.

- التأثيرات الإيجابية: وتشمل: (تحسين إنتاج المحتوى، وتسهيل الوصول إلى المعلومات، ودعم عمليات التواصل)

- التأثيرات السلبية: وتشمل: (إنتاج محتوى مضلل، وزيادة صعوبة التحقق من المعلومات، وتسهيل عمليات التلاعب الرقمي).

10.5. التزييف العميق(Deepfake)

- مفهوم التزييف العميق

يشير التزييف العميق إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنشاء محتوى مرئي أو صوتي مزيف يبدو حقيقياً.

- مخاطر التزييف العميق:

1. تشويه السمعة.
2. التأثير على الانتخابات.
3. نشر معلومات مضللة.
4. تقويض الثقة بالمحتوى الرقمي.

- التزييف العميق ومستقبل الرأي العام

يتوقع الباحثون أن يصبح التزييف العميق أحد أبرز التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي خلال السنوات المقبلة.

11.5. الاقتصاد الانتباهي(Attention Economy)

- مفهوم الاقتصاد الانتباهي

يقوم الاقتصاد الانتباهي على اعتبار انتباه المستخدم مورداً اقتصادياً أساسياً تتنافس عليه المنصات الرقمية.

- انعكاساته على المحتوى

أدى هذا النموذج إلى زيادة المحتوى المثير، وتفضيل العناوين الجاذبة، وتعزيز المحتوى العاطفي، وتقليل المحتوى المتخصص.

- أثره على الرأي العام

قد يؤدي الاقتصاد الانتباهي إلى تضخيم القضايا المثيرة على حساب القضايا الأكثر أهمية للمجتمع.

يتضح من التحليل السابق أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لا يعتمد على عامل واحد، بل ينتج عن تفاعل مجموعة من الآليات التقنية والاجتماعية والنفسية والإعلامية. وتشكل الخوارزميات الرقمية، والتعرض الانتقائي، وغرف الصدى، والمعلومات المضللة، والمؤثرون الرقميون، والذكاء الاصطناعي التوليدي منظومة متكاملة تؤثر في إدراك الأفراد للقضايا العامة وتكوين اتجاهاتهم ومواقفهم تجاه مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية.

ومن ثم فإن فهم الرأي العام في العصر الرقمي يتطلب فهماً متكاملاً لهذه الآليات والعلاقات المتشابكة بينها، وهو ما تمثل الأساس الذي تنطلق منه الدراسة الحالية نحو تحليل النتائج ومناقشتها في الفصل التالي.

6. النتائج والمناقشة:

1.6. مقدمة:

يهدف هذا الفصل إلى عرض وتحليل النتائج المستخلصة من مراجعة الأدبيات العلمية المتعلقة بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام، ومناقشتها في ضوء الأطر النظرية المعتمدة في الدراسة. وقد تم تنظيم النتائج وفق المحاور الرئيسة التي تكررت بصورة واضحة في الدراسات المشمولة بالمراجعة المنهجية، بما يسهم في بناء فهم متكامل للعلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام في البيئة الرقمية المعاصرة. وتستند المناقشة إلى الربط بين النتائج المستخلصة والنظريات الإعلامية الكلاسيكية والمعاصرة، بهدف تفسير الآليات التي تؤثر من خلالها المنصات الرقمية في إدراك الأفراد للقضايا العامة واتجاهاتهم نحوها.

2.6. النتائج المتعلقة بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام:

تشير نتائج الدراسات المشمولة في المراجعة المنهجية إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أعادت تشكيل طبيعة المجال العام المعاصر من خلال تسريع تدفق المعلومات وزيادة مستويات التفاعل والمشاركة الرقمية بين المستخدمين. وقد أدى ذلك إلى انتقال عملية تشكيل الرأي العام من النموذج التقليدي القائم على الاتصال أحادي الاتجاه إلى نموذج تشاركي متعدد الفاعلين، يتيح للأفراد والمؤثرين والمنصات الرقمية المشاركة في صناعة الأجندة الإعلامية وتوجيه النقاشات العامة.

كما أظهرت النتائج أن البيئة الرقمية أسهمت في إعادة توزيع القوة الإعلامية بين المؤسسات الإعلامية التقليدية والمنصات الرقمية والمستخدمين، حيث أصبح الأفراد قادرين على إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره والتأثير في انتشاره بصورة تفوق أحيانًا قدرة وسائل الإعلام التقليدية نفسها. وتتفق هذه النتيجة مع ما طرحته نظرية المجتمع الشبكي التي ترى أن شبكات الاتصال الرقمية أصبحت البنية الأساسية التي تنتظم من خلالها العلاقات الإعلامية والاجتماعية في العصر الحديث.

وتوضح الدراسات الحديثة أن التأثير المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي يرتبط بقدرتها على الدمج بين التفاعل الفوري، والتخصيص الخوارزمي، والانتشار السريع للمحتوى، وهو ما أدى إلى تسارع دورة تشكل الرأي العام مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية. كما كشفت الأدبيات أن المنصات الرقمية أصبحت تؤدي دورًا رئيسيًا في تحديد أولويات النقاش العام، من خلال الوسوم الرقمية، وخوارزميات التوصية، والمؤثرين الرقميين، والتفاعل الجماهيري الواسع.

وتشير النتائج كذلك إلى أن الرأي العام في البيئة الرقمية أصبح أكثر ديناميكية وسرعة في التشكل، حيث تتغير الاتجاهات العامة بصورة متواصلة استجابة للتدفقات المعلوماتية السريعة والأحداث المتغيرة. وقد أدى ذلك إلى بروز مفهوم "الرأي العام اللحظي"، الذي يتشكل ويتغير خلال فترات زمنية قصيرة تبعًا للتفاعلات الرقمية المستمرة.

كما تؤكد نتائج الدراسات أن وسائل التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل أصبحت فاعلًا رئيسيًا في تشكيل الإدراك العام وتوجيه المواقف الاجتماعية والسياسية والثقافية، خاصة في ظل اعتماد نسبة متزايدة من الجمهور على المنصات الرقمية بوصفها المصدر الرئيس للأخبار والمعلومات.

1.2.6. التحول من الإعلام التقليدي إلى الإعلام التشاركي

أظهرت الدراسات المشمولة في المراجعة أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في إحداث تحول جوهري في بنية النظام الإعلامي، حيث انتقلت عملية إنتاج المحتوى من المؤسسات الإعلامية التقليدية إلى نموذج أكثر انفتاحاً وتشاركية يتيح للمستخدمين إنتاج المحتوى ونشره والتفاعل معه.

وقد أدى هذا التحول إلى إعادة توزيع السلطة الإعلامية داخل المجال العام، بحيث أصبح الأفراد والمؤثرون والمنصات الرقمية أطرافاً فاعلة في صناعة الأجندة الإعلامية وتشكيل الرأي العام.

وتتفق هذه النتيجة مع ما طرحته نظرية المجتمع الشبكي التي ترى أن شبكات الاتصال الرقمية أصبحت البنية الأساسية التي تنتظم من خلالها العلاقات الاجتماعية والإعلامية في العصر الحديث.

2.2.6. تسارع دورة تشكيل الرأي العام

أظهرت الأدبيات أن الرأي العام في البيئة الرقمية يتشكل بوتيرة أسرع مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

ويرجع ذلك إلى سرعة انتشار المعلومات، والتفاعل الفوري بين المستخدمين، وإمكانية إعادة النشر والمشاركة بشكل مستمر، والتغطية اللحظية للأحداث.

وقد ساهم ذلك في ظهور ما يعرف بالرأي العام اللحظي(Instant Public Opinion) ، الذي يتشكل ويتغير خلال فترات زمنية قصيرة.

3.6. النتائج المتعلقة بالخوارزميات الرقمية:

1.3.6. الخوارزميات كفاعل إعلامي مؤثر

أظهرت نتائج المراجعة أن الخوارزميات الرقمية أصبحت أحد أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام. فهي لا تكتفي بتنظيم المحتوى، بل تسهم بصورة مباشرة في تحديد ما يراه المستخدم وما لا يراه. وبذلك أصبحت الخوارزميات تمارس دوراً مشابهاً لدور حارس البوابة الإعلامية الذي كانت تقوم به المؤسسات الإعلامية التقليدية.

2.3.6. التأثير في ترتيب الأولويات:

كشفت الدراسات أن الخوارزميات تؤثر في القضايا التي تحظى باهتمام المستخدمين من خلال إبراز بعض الموضوعات، وتقليل ظهور موضوعات أخرى، وتعزيز المحتوى الذي يحقق تفاعلاً أكبر.

ISSN: 2706-6495

وتؤكد هذه النتيجة استمرار صلاحية نظرية ترتيب الأولويات في البيئة الرقمية مع ظهور فاعلين جدد يشاركون في عملية تحديد الأجندة العامة.

4.6. النتائج المتعلقة بالتعرض الانتقائي وغرف الصدى:

1.4.6. تعزيز التعرض الانتقائي:

أظهرت الدراسات أن المستخدمين يميلون إلى التفاعل مع المحتوى المتوافق مع معتقداتهم واتجاهاتهم السابقة. وتعمل الخوارزميات الرقمية على تعزيز هذا الميل من خلال تخصيص المحتوى وفقاً لسلوك المستخدم وتفضيلاته.

2.4.6. تشكل غرف الصدى الرقمية

كشفت نتائج المراجعة عن وجود أدلة متزايدة على تشكل غرف صدى رقمية داخل العديد من المنصات الاجتماعية.

وتؤدي هذه الظاهرة إلى تكرار الآراء نفسها، وتقليل التعرض للآراء البديلة، وتعزيز الانغلاق الفكري، وزيادة احتمالات الاستقطاب.

ومع ذلك، تشير بعض الدراسات إلى أن حجم تأثير غرف الصدى يختلف باختلاف المنصة والسياق الاجتماعي والسياسي.

5.6. النتائج المتعلقة بالمعلومات المضللة:

1.5.6. سرعة انتشار الأخبار الزائفة:

أظهرت الدراسات أن الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة تمتلك قدرة أكبر على الانتشار مقارنة بالمعلومات الدقيقة.

ويرجع ذلك إلى طابعها المثير، واعتمادها على العواطف، وقدرتها على جذب الانتباه.

2.5.6. تأثيرها في الإدراك العام

كشفت الأدبيات أن التعرض المستمر للمعلومات المضللة قد يؤدي إلى تشويه إدراك الواقع، وتعزيز التصورات الخاطئة، وتقويض الثقة بالمؤسسات، والتأثير في القرارات الفردية والجماعية.

وتؤكد هذه النتائج أن المعلومات المضللة أصبحت أحد أبرز التحديات التي تواجه المجتمعات الرقمية المعاصرة.

6.6. النتائج المتعلقة بالمؤثرين الرقميين:

1.6.6. بروز قادة رأي جدد

أظهرت نتائج الدراسة أن المؤثرين الرقميين أصبحوا يشكلون فئة جديدة من قادة الرأي.

ويعود تأثيرهم إلى القرب من الجمهور، والتفاعل المباشر، وبناء الثقة الشخصية، والاستمرارية في التواصل.

2.6.6. التأثير في الاتجاهات والسلوكيات

أثبتت العديد من الدراسات أن المؤثرين الرقميين قادرون على التأثير في الاتجاهات السياسية، والسلوك الاستهلاكي، والمواقف الاجتماعية، والقضايا العامة. وتتفق هذه النتيجة مع افتراضات نظرية تدفق المعلومات بمرحلتين.

7.6. النتائج المتعلقة بالذكاء الاصطناعي والتزييف العميق:

1.7.6. توسع استخدام الذكاء الاصطناعي:

أظهرت الأدبيات الحديثة أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي أصبحت جزءاً متزايد الأهمية من البيئة الإعلامية الرقمية.

وقد أسهمت هذه التطبيقات في تسريع إنتاج المحتوى، وتحسين عمليات التواصل، ودعم صناعة الأخبار.

ISSN: 2706-6495

2.7.6. تحديات المصداقية

في المقابل، كشفت الدراسات عن مخاطر متزايدة تتعلق بـالتزييف العميق، والمحتوى الاصطناعي المضلل، وصعوبة التحقق من صحة المعلومات. ويمثل ذلك تحدياً كبيراً أمام المؤسسات الإعلامية والجمهور على حد سواء.

8.6. مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري

1.8.6. مناقشة النتائج في ضوء نظرية ترتيب الأولويات

تؤكد النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي لا تزال تمارس وظيفة ترتيب الأولويات، إلا أن هذه الوظيفة لم تعد مقتصرة على المؤسسات الإعلامية التقليدية. فقد أصبحت الخوارزميات الرقمية والمؤثرون والمستخدمون أنفسهم شركاء في تحديد القضايا التي تحظى باهتمام الجمهور. ويشير ذلك إلى تطور مفهوم الأجندة الإعلامية من نموذج مركزي إلى نموذج شبكي متعدد الفاعلين.

2.8.6. مناقشة النتائج في ضوء نظرية التأطير الإعلامي

أظهرت النتائج أن طريقة عرض القضايا عبر المنصات الرقمية تؤثر بصورة مباشرة في تفسير الجمهور لها.

ويزداد تأثير التأطير في البيئة الرقمية بسبب كثافة المحتوى، وسرعة التفاعل، والمنافسة بين الأطر التفسيرية المختلفة. وتؤكد هذه النتيجة استمرار أهمية نظرية التأطير في تفسير الرأي العام الرقمي.

3.8.6. مناقشة النتائج في ضوء نظرية حلزون الصمت

تشير النتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لم تلغِ ظاهرة حلزون الصمت، بل أعادت إنتاجها في صورة جديدة.

فقد أصبح المستخدمون يتجنبون التعبير عن بعض الآراء خشية التنمر الإلكتروني، والهجوم الجماعي، والإلغاء الرقمي، وفقدان القبول الاجتماعي.

4.8.6. مناقشة النتائج في ضوء نظرية تدفق المعلومات بمرحلتين

تؤكد النتائج استمرار أهمية الوسطاء في عملية التأثير الإعلامي.

غير أن الوسطاء الجدد يتمثلون اليوم في المؤثرين الرقميين، وصناع المحتوى، ومديري المجتمعات الرقمية. وهو ما يوسع نطاق النظرية ويمنحها بعداً رقمياً جديداً.

5.8.6. مناقشة النتائج في ضوء نظرية المجتمع الشبكي

تدعم النتائج رؤية كاستلز بشأن انتقال القوة الإعلامية إلى الشبكات الرقمية.

فأصبحت المعلومات والاتجاهات والآراء تنتقل عبر شبكات متداخلة تتجاوز الحدود الجغرافية والمؤسسية التقليدية.

9.6. الإسهام العلمي للدراسة:

تقدم الدراسة الإسهامات الآتية:

1. بناء إطار تفسيري متكامل للعلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام.
2. دمج النظريات الإعلامية التقليدية مع الأدبيات الرقمية الحديثة.
3. تحليل دور الخوارزميات الرقمية في تشكيل الرأي العام.
4. توضيح العلاقة بين غرف الصدى والمعلومات المضللة والاستقطاب.
5. إبراز التحديات المستقبلية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي والتزييف العميق.

مما سبق نجد أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أحد أهم المحددات المؤثرة في تشكيل الرأي العام في العصر الرقمي، وأن تأثيرها يتم من خلال منظومة متشابكة تضم الخوارزميات الرقمية، والتعرض الانتقائي، وغرف الصدى، والمعلومات المضللة، والمؤثرين الرقميين، والذكاء الاصطناعي. كما أكدت النتائج أن النظريات الإعلامية التقليدية ما تزال قادرة على تفسير كثير من هذه التأثيرات، إلا أن البيئة الرقمية تفرض الحاجة إلى تطوير مستمر للأطر النظرية المستخدمة في دراسة الإعلام والرأي العام.

7. الاستنتاجات والتوصيات:

1.7. المقدمة:

شهدت البيئة الإعلامية خلال العقدين الأخيرين تحولات جوهرية نتيجة التطور المتسارع في تقنيات الاتصال والمعلومات، وظهور وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها أحد أبرز الفاعلين في تشكيل الرأي العام المعاصر. وقد غيرت هذه المنصات طبيعة العلاقة التقليدية بين وسائل الإعلام والجمهور، حيث أصبح الأفراد منتجين للمحتوى ومستهلكين له في الوقت نفسه، مما أدى إلى إعادة تشكيل المجال العام وآليات التأثير الإعلامي.

وهدفت الدراسة الحالية إلى تحليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في البيئة الرقمية من خلال مراجعة منهجية للأدبيات العلمية المنشورة خلال الفترة (2015–2026)، واستكشاف الآليات التي تؤثر من خلالها المنصات الرقمية في اتجاهات الأفراد ومواقفهم تجاه القضايا العامة، وذلك في ضوء عدد من النظريات الإعلامية الكلاسيكية والمعاصرة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أحد أهم المصادر المؤثرة في تشكيل الرأي العام، وأن هذا التأثير لا يحدث بصورة مباشرة، بل عبر منظومة متكاملة تشمل الخوارزميات الرقمية، والتعرض الانتقائي للمعلومات، وغرف الصدى، والمعلومات المضللة، والمؤثرين الرقميين، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي.

كما كشفت الدراسة أن البيئة الرقمية أعادت توزيع القوة الإعلامية بين المؤسسات التقليدية والمنصات الرقمية والمستخدمين، مما أدى إلى ظهور أنماط جديدة من التأثير الإعلامي تستدعي إعادة النظر في العديد من المفاهيم والنظريات الإعلامية التقليدية.

وتؤكد الدراسة أن الرأي العام في العصر الرقمي أصبح أكثر سرعة في التشكّل وأكثر عرضة للتأثيرات التقنية والاجتماعية، الأمر الذي يفرض تحديات جديدة أمام المؤسسات الإعلامية والحكومات وصناع السياسات والباحثين في مجال الإعلام والاتصال.

2.7. الاستنتاجات الرئيسة للدراسة:

في ضوء نتائج المراجعة المنهجية وتحليل الأدبيات العلمية، توصلت الدراسة إلى الاستنتاجات الآتية:

- أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أحد أهم مصادر المعلومات لدى الجمهور، متجاوزة في كثير من الأحيان وسائل الإعلام التقليدية.
- أسهمت المنصات الرقمية في إعادة تشكيل مفهوم الرأي العام، حيث أصبح أكثر ديناميكية وسرعة وتفاعلية مقارنة بالمفهوم التقليدي للرأي العام.
- تلعب الخوارزميات الرقمية دوراً محورياً في تشكيل اتجاهات الجمهور من خلال التحكم في تدفق المعلومات وتحديد المحتوى الذي يتعرض له المستخدمون.
- يسهم التعرض الانتقائي للمعلومات في تعزيز الانحيازات المعرفية وتقليل فرص التعرض للآراء المخالفة.
- تمثل غرف الصدى الرقمية والفقاعات المعلوماتية أحد العوامل الرئيسة التي تسهم في زيادة الاستقطاب السياسي والاجتماعي.
- تشكل المعلومات المضللة والأخبار الزائفة تحدياً متزايداً أمام جودة المجال العام الرقمي ومصداقية المعلومات المتداولة.

- أصبح المؤثرون الرقميون يشكلون فئة جديدة من قادة الرأي القادرين على التأثير في الاتجاهات العامة والسلوكيات الفردية والجماعية.
- أوجدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي والتزييف العميق تحديات غير مسبوقة تتعلق بمصداقية المحتوى الإعلامي وصعوبة التحقق من صحته.
- ما تزال النظريات الإعلامية الكلاسيكية قادرة على تفسير العديد من الظواهر الرقمية، إلا أنها تحتاج إلى تطوير مستمر لمواكبة التحولات التقنية المتسارعة.

3.7. التوصيات:

- التوصيات الأكاديمية

1. تشجيع إجراء المزيد من الدراسات الميدانية حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في البيئات العربية.
2. تطوير نماذج نظرية حديثة تستوعب تأثيرات الخوارزميات والذكاء الاصطناعي.
3. تعزيز الدراسات المقارنة بين المنصات الرقمية المختلفة.
4. دعم البحوث المتعلقة بالتزييف العميق وتأثيراته في المجال العام.
5. تشجيع الدراسات متعددة التخصصات التي تجمع بين الإعلام وعلوم البيانات والذكاء الاصطناعي.

- التوصيات الإعلامية

1. تعزيز برامج التحقق من المعلومات داخل المؤسسات الإعلامية.
2. تطوير استراتيجيات مهنية لمواجهة المعلومات المضللة.
3. دعم الصحافة التفسيرية وصحافة البيانات.
4. الاستثمار في برامج التربية الإعلامية الرقمية.
5. تعزيز الشفافية في استخدام الخوارزميات الرقمية.

- التوصيات المجتمعية

1. رفع مستوى الوعي المجتمعي بمخاطر الأخبار الزائفة.
2. تعزيز مهارات التفكير النقدي لدى المستخدمين.
3. تشجيع الاستخدام المسؤول لوسائل التواصل الاجتماعي.
4. نشر ثقافة التحقق من المعلومات قبل مشاركتها.

- التوصيات التنظيمية

1. تطوير تشريعات تواكب التطورات الرقمية الحديثة.
2. تعزيز التعاون بين الحكومات والمنصات الرقمية لمواجهة التضليل الإعلامي.
3. وضع معايير واضحة للإفصاح عن المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي.
4. دعم المبادرات الدولية الهادفة إلى حماية الفضاء الرقمي.

4.7. مقترحات الدراسات المستقبلية:

1. دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي في تشكيل الرأي العام أثناء الأزمات.
2. دراسة العلاقة بين الثقة بالمؤسسات الحكومية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
3. تحليل تأثير المؤثرين الرقميين في تشكيل الرأي العام لدى الشباب العربي.
4. دراسة تأثير التزييف العميق في مصداقية الأخبار الرقمية.
5. تطوير نماذج تفسيرية لقياس أثر الخوارزميات الرقمية في تشكيل الاتجاهات السياسية.
6. دراسة العلاقة بين التربية الإعلامية ومقاومة المعلومات المضللة.
7. إجراء دراسات مقارنة بين الدول العربية والغربية في مجال الإعلام الرقمي والرأي العام.

8. المراجع:

1.8. المراجع العربية

عبدالرزاق، مي. (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.الواقع والتطورات المستقبلية ..دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 1-74.

موسى، عيسى عبدالباقي؛ عبدالفتاح، أحمد عادل. (2020). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية . *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* 66-1.

الطيب، عيساوي؛ زياد، شايب الذراع. (2023). الاتصال المؤسساتي الرقمي والاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي .*مدار للدراسات الاتصالية الرقمية* 104-82 ,.

لوران برويست ويعقوب فريزيس وآخرون. .(2018) *استشراف مستقبل المعرفة*. دبي: الغرير.

عمرو محمد عبدالحميد. (2020). تقبل طلاب الإعلام في مصر والإمارات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي: دراسة في إطار نموذج قبول التكنولوجيا. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 341-409.

التميمي, د. ك. .(2019) *استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات*. عمان: دار امجد.

اللامي، غسان قاسم؛ العيساوي، خالد عبدالله .(2016) . *إدارة الأزمات الأسس والتطبيقات*. عمان: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.

الياسري، د. .(2014) *إدارة الأزمات*. عمان: صفاء.

عطيه, ب. م. .(2019, may) مدى تقبل الإعلاميين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام. *المؤتمر العلمي الدولي الخامس والعشرون"صناعة الإعلام في ظل الفرص والتحديات التكنولوجية والاستثمارية*. مصر : كلية الإعلام، جامعة القاهرة .

النخيلي, م. إ. .(2018) دمج تقنية الواقع المعزز مع الصحف المطبوعة كقيمة مضافة لتحسين فاعلية الاتصال. *مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية* 597-619 ,.

الحريري، محمد سرور. (2011). *إدارة الأزمات واستراتيجيات القضاء على الأزمات الاقتصادية والمالية والإدارية*. عمان: صفاء.

عيسى، ا. ل. .(2021) مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري. *المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرون "الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي. مسارات للتكامل والمنافسة "*جامعة القاهرة.

نصر، إ. .(2018) *سيكولوجية إدارة الأزمات*. عمان: دار الخليج.

حمدي، د. .(2018) *واقع الصحافة الالكترونية وأثرها على الصحافة الورقية*. الجزائر: جامعة الأغواط.

ISSN: 2706-6495

نفيسة صلاح الدين محمد ، سارة طلعت عباس. (2020). مستقبل التأهيل الإعلامي للمحرر المتكامل في غرف الأخبار الرقمية خلال العقدين القادمين. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*.

فرجاني، ع. .(2021) *التقنيات الرقمية وتطبيقاتها في الإعلام الذكاء الاصطناعي وإدارة المحتوى*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية

عبداللطيف، م. ع.(2020) الأخبار الزائفة بين الإعلام التقليدي والرقمي . *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* 55.

شفيق، ح. .(2020) *إعلام الذكاء الاصطناعي*. دار فكر وفن.

محمود، س. م. .(2020) توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الالكترونية العربية والعالمية. *مجلة البحوث الإعلامية* 54.

2.8. المراجع الأجنبية

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. Journal of Economic Perspectives, 31(2), 211–236.

Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. Journal of Communication, 58(4), 707–731.

Castells, M. (2010). The rise of the network society (2nd ed.). Wiley-Blackwell.

Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. Proceedings of the National Academy of Sciences, 118(9).

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51–58.

McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176–187.

Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. Penguin Press.

Sunstein, C. R. (2017). #Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton University Press.

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. Science, 359(6380), 1146–1151.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe.

Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism. Public Affairs.

جميع الحقوق محفوظة © 2026، الباحثة/ إيمان عبدالله علي عبدالله، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي

(CC BY NC)

Doi: https://doi.org/10.52132/Ajrsp/v8.87.9