

استخدامات المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الجديد
وعلاقتها بمستويات المعرفة لديهم

Shaimaa N. Abd El-Ghani
Prof.Faten A. Al-Tonbary
Professor of Media, Faculty of Postgraduate Childhood Studies,
Ain Shams University
Dr.Ahmed A. Mohamed
Lecturer of Media, Faculty of Postgraduate Childhood Studies,
Ain Shams University

شيماء نبيل عبدالسميع عبدالغني
ا.د.فاتن عبدالرحمن الطنباري
استاذ الاعلام وثقافة الاطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
د.احمد عبدالحميد محمد
مدرس الاعلام وثقافة الاطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

المخلص

استهدفت الدراسة الحالية التعرف على استخدامات المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الجديد وعلاقتها بمستويات المعرفة لديهم، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح بالعينة، واستخدمت الدراسة أدوات جمع البيانات التالية: وهي استبانة ومقياس، خلال العامين ٢٠٢١/٢٠٢٢، وطبقت أدوات جمع البيانات على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ طالب وطالبة في المرحلة العمرية من (١٥- ١٨) عام، بالصف الأول والثاني الجامعي من المراهقين من الجامعات المصرية، جامعة عين شمس، جامعة القاهرة ممثلة للتعليم الحكومي وجامعة ٦ أكتوبر، جامعة النيل ممثلة للتعليم الخاص، وذلك ضمن نطاق مدينة القاهرة والجيزة. كانت متغيرات الدراسة، المتغير المستقل: استخدامات المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الجديد، والمتغير التابع: مستويات المعرفة لدى المراهقين، ومتغيرات وسيطة: المتغيرات الديموغرافية والمتمثلة في كل من: (النوع، وسن المبحوث، التعليم، المستوى الاجتماعي والاقتصادي، الجامعات الحكومية والخاصة).

النتائج: توجد علاقة دالة إحصائية بين مدى استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستويات المعرفة لديهم، وتوجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والمهارات المكتسبة من التطبيقات، وتوجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والفائدة المتوقعة من التطبيقات.
الكلمات المفتاحية: المراهقون، والذكاء الاصطناعي، والمعرفة.

Adolescents' Uses of Artificial Intelligence Applications in New Media and Its Relation To Their Knowledge Levels

The current study targeted adolescents' uses of artificial intelligence applications in new media and their relationship to their levels of knowledge. This study belongs to descriptive studies and was based on a sample survey approach. The study used the following data collection tools: Questionnaire and scale, during the two years (2021: 2022), Data collection tools were applied to a deliberate sample of (400 male and female students) in the age group of (15- 18) years, in the first and second year of university, of adolescents from Egyptian universities, Ain Shams University. Cairo University (representing public education), 6th of October University, Nile University (Representing private education), within the scope of the city of Cairo and Giza. Study Variables were The independent variable: adolescents' uses of artificial intelligence applications in new media, Dependent variable: knowledge levels among adolescents and Mediating variables: demographic variables, which are: (gender, age of the respondent, education, social and economic level, public and private universities).

Results: There is a statistically significant relationship between the extent to which adolescents use artificial intelligence applications and their levels of knowledge, There is a statistically significant relationship between the motivations for adolescents' use of artificial intelligence applications and the skills acquired from the applications, and There is a statistically significant relationship between the motivations for adolescents' use of artificial intelligence applications and the expected benefit from the applications.

KeyWords: Adolescents- Artificial intelligence- Knowledge.

المعرفة لديهم؟

٢. ما المجالات التي يستخدم المراهقين فيها تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
٣. ما دوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام الجديد؟
٤. ما العلاقة بين دوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والمهارات المكتسبة من التطبيقات؟

دراسات سابقة:

١. دراسة شاهنده عاطف عبدالسلام (٢٠٢٣) بعنوان "استخدامات الشباب المصري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في معالجة الصور على مواقع التواصل الاجتماعي الإشباع المتحققة منها".^(٤) هدفت في التعرف على أساليب استخدام الشباب المصري لتطبيقات معالجة الصور بتقنيات الذكاء الاصطناعي، والوقوف على أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يشارك الشباب المصري عليها صورهم المعدلة، كما ترصد دوافع الشباب المصري لاستخدام تطبيقات معالجة الصور بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان وتم تطبيقها على عينة من الشباب المصري قوامها ٤٢٥ مفردة، وهي دراسة مقارنة بين تطبيقي This person dose not exist & Dream by Wombo، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الميدانية، واستخدمت نظرية الاستخدامات والإشباع في تفسير نتائج الدراسة. وقد أسفرت النتائج ان ٨٧,٤% من الذكور، و ١٠٠% من الإناث عينة الدراسة يستخدمون تطبيقات تعديل الصور بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

٢. دراسة سمر على حسن (٢٠٢٣) بعنوان "اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي".^(٦) هدفت الدراسة إلى رصد اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، في إطار النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، بالتطبيق على عينة قوامها ١١٢ مفردة، بواقع ٥٤ من النخبة الإعلامية و ٥٨ من النخبة الأكاديمية، بغرض معرفة رؤيتهم لمدى أهمية توظيف مثل هذه التقنيات وتأثيرات توظيفها على الصعيدين الإيجابي والسلبي، واستخدمت الدراسة منهج المسح كميًا وكيفيًا وأسلوب المقارنة المنهجية وكذلك أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة. وقد أسفرت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية طردية إيجابية متوسطة بين اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وبين عنصرى الأداء المتوقع، والتأثير الاجتماعي من عناصر النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، كما ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين النخبة الإعلامية والأكاديمية فيما يتعلق بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بحسب متغير سنوات الخبرة ونمط ملكية المؤسسة التي يعمل بها النخبة.

٣. دراسة أيمن رمضان زهران، طارق اسماعيل محمد، نصر الدين عبدالقادر عثمان (٢٠٢٢) بعنوان "تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على كل من مهارات التواصل وجودة الإعلام الرقمي الموجه للطفل".^(١) هدفت الدراسة إلى التحقق من تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على كل من مهارات التواصل وجودة الإعلام الرقمي الموجه للطفل اعتمادًا على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم اختيار عينة مكونة من ١٢٤ من الذكور والإناث على اختلاف تخصصاتهم العلمية والوظيفية والأكاديمية بعدد من المؤسسات التعليمية بدولة الإمارات العربية المتحدة لاستطلاع آرائهم حول تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مهارات التواصل وجودة الإعلام الرقمي الموجه للطفل، وطبقت الدراسة أداتين هما استبيان مهارات التواصل في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي (المهارات اللفظية وغير اللفظية)، واستبيان الإعلام الرقمي للطفل في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى التأثير الدال لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على مهارات التواصل اللفظية وغير اللفظية، وإضافة لوجود تأثير دال لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة الإعلام الرقمي الموجه للطفل وذلك

تطبيقات الذكاء الاصطناعي... لقد شهدت نظم المعلومات في الأونة الأخيرة وخاصة العقد الأخير من القرن الحالي تطورًا تكنولوجيًا هائلًا مما أحدث بدوره تغيرات جذرية ومتسارعة حيث ظهرت تطبيقات الذكاء الاصطناعي الذي يعتبر حقلًا حديثًا نسبيًا نشأ كأحد علوم الحاسب التي تهتم بدراسة وفهم الذكاء البشري، من شأنها مساعدة الإنسان في إنجاز الكثير من الأعمال التي تحتاج إلى قدرات عالية، حيث تلعب هذه التطبيقات دورًا مهمًا وتزداد أهميتها يوما بعد يوم مع تنوع قدراتها في تقديم ومشاركة المعرفة في بيئات العمل الرقمية الحديثة، وذلك من خلال رفع المستوى الذي يستطيع إيصال المعرفة إلى الأشخاص الذين يحتاجون إليها بشكل أو بآخر، وتتعدد طرق الحصول على المعرفة، فهناك المواقع المخصصة لجمع المعلومات في موضوع أو مجال معين، مع تحديث مستمر لهذه المعلومات، ومواقع أخرى تشمل كميات هائلة من المعلومات في شتى المناحي والمجالات، ولعل من أبرز هذه المواقع أيضًا تلك المواقع التي تولد فيها المعلومة مباشرة عن تفاعل الفرد مع صفحات الموقع ألاً وهي مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية، تلك المواقع التي يتواصل فيها الأفراد المشاركون بمعلوماتهم وخبراتهم وآرائهم بشكل مباشر كمواقع الفيسبوك، ويوتيوب، والمنديات الإلكترونية المختلفة. ومما يميز المعلومة المكتسبة من هذه المواقع أنها تتمثل في خبرات الأفراد المتواصلين عبر تلك المواقع في مجالات متعددة، إذ يكون الفرد حراً في اختيار نوعية المشاركين الذين يرغب في التواصل معهم، والمواضيع التي يودون مناقشتها معا.

مشكلة الدراسة:

لاشك أن تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته والتطورات التي يشهدها العالم في هذا القطاع ستقود إلى ثورة تقنية في قدرة وسائل الإعلام على التأثير ومخاطبة المراهقين وتشكيل الرأي العام، لأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي ستوفر لوسائل الإعلام أدوات أكثر ذكاءً وتقدماً، ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس "ما علاقة استخدامات المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الجديد بمستويات المعرفة لديهم".

أهمية الدراسة:

١. الأهمية التطبيقية (المجتمعية):
 - أ. حداثة تطبيقات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بوجه عام، وفي وسائل الإعلام الجديد على وجه الخصوص.
 - ب. تحاول الدراسة اختبار نموذج تقبل التكنولوجيا المعلومات كنموذج سلوكي يأخذ في الاعتبار خصوصيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي باعتبارها تكنولوجيا مبتكرة.
٢. الأهمية العلمية (النظرية):
 - أ. اعتبار هذه الدراسة نقطة انطلاق لمزيد من الدراسات المستقبلية فيما يتعلق بموضوع كيفية الافادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الجديد.
 - ب. أهمية المرحلة العمرية (مرحلة المراهقة)، حيث تعتبر مرحلة إنتقالية مهمة من الناحية البيولوجية والاجتماعية والنفسية، تتشكل خلالها النواحي المعرفية والوجدانية والسلوكية وغيرها من جوانب تكوين شخصية المراهق، إضافة إلى تعلق المراهق المفرط بتطبيقات الإعلام الجديد وقضاء وقت ليس بقليل في استخدامه لما له من تأثير مباشر وغير مباشر على شخصيته وأفكاره واتجاهاته التي لازالت في طور التشكل والتكوين.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي في رصد "استخدامات المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي الإعلام الجديد وعلاقتها بمستويات المعرفة لديهم".

تساؤلات الدراسة:

١. ما العلاقة بين مدى استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستويات

من خلال آراء عينة الدراسة.

وكونها وسيلة علمية ليس لها بداية ولا نهاية، وهي بحر من العلوم وفضاء لا نهاية له يمكن دعوته بفضاء المعرفة، ينهل كل فرد منه الجزء اليسير من المعرفة، ويضيف عليها ما يستطيع، وتنقل المعرفة من جيل إلى جيل عبر خوارزميات مورثة ومنقولة مكتوبة أو منشورة أو متداولة من خلال عمليات التعليم والتدريب والتأهيل^(٦).

نوع ونهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، والتي تستخدم منهج المسح الإعلامي الميداني الذي يعد من أنسب المناهج ملائمة ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بكل من موضوع هذه الدراسة وأهدافها.

حدود الدراسة:

وصفت الدراسة استخدامات المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الجديد وعلاقتها بمستويات المعرفة لديهم، طبقت أدوات جمع البيانات على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ طالب وطالبة بالصف الأول والثاني الجامعي من المراهقين من الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، جامعة عين شمس، جامعة القاهرة وجامعة ٦ أكتوبر، جامعة النيل.

متغيرات الدراسة:

٢ المتغير المستقل: استخدامات المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الجديد.

٢ المتغير التابع: مستويات المعرفة لدى المراهقين.

٢ متغيرات وسيطة: المتغيرات الديموغرافية والمتمثلة في كل من: النوع، و سن المبحوث، التعليم، المستوى الاجتماعي والاقتصادي، الجامعات الحكومية والخاصة.

عينة الدراسة الميدانية:

قامت الباحثة بإجراء الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من المرحلة الجامعية للفرقتين الأولى والثانية (ذكور وإناث) في جامعات حكومية (جامعة القاهرة وجامعة عين شمس) وجامعات خاصة (جامعة ٦ أكتوبر وجامعة النيل) خلال فترة الدراسة.

أداة جمع البيانات:

استخدمت أدوات جمع البيانات التالية: استبانة ومقياس من إعداد الباحثة واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على استبانة لرصد استخدامات المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الجديد وعلاقتها بمستويات المعرفة لديهم.

نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (١) المجالات التي يستخدم المراهقين بها تطبيقات الذكاء الاصطناعي تبعا للنوع

مستوى الدلالة	قيمة (Z)	الإجمالي		الذكور		النوع	
		ك	%	ك	%	ك	%
غير دالة	٠,٠٧٨	٣١٧	٧٩,٣	١٦٨	٧٨,٨	١٤٩	٧٨,٨
	١,٤٩٧	٣١١	٧٧,٨	١٧٩	٨٤,٤	١٣٢	٦٩,٨
	٠,١٣١	٣٠٢	٧٥,٥	١٥٨	٧٤,٩	١٤٤	٧٦,٢
	٠,٣٩٣	٢٨٨	٧٢	١٤٨	٧٤,١	١٤٠	٧٤,١
	٠,٠٣٦	٢٧٨	٦٩,٥	١٤٧	٦٩,٧	١٣١	٦٩,٣
	٠,٨٨٦	٢٦٠	٦٥	١٤٦	٦٠,٣	١١٤	٦٠,٣
	٠,٧١٠	٢٣٣	٥٨,٣	١٣٠	٥٤,٥	١٠٣	٥٤,٥
	٠,٣٢٢	١٧٤	٤٣,٥	٩٥	٤١,٨	٧٩	٤١,٨
	٠,٤٣٥	١٥٨	٣٩,٥	٧٩	٤١,٨	٧٩	٤١,٨
	٠,٢١٩	١٥٧	٣٩,٣	٨٥	٣٨,١	٧٢	٣٨,١
	١,٢٥٦	١٤٧	٣٦,٨	٦٥	٤٣,٤	٨٢	٤٣,٤
		٤٠٠	٢١١	١٨٩			

ويفسر الجدول كما يلي: تقاربت اختبارات نوعا عينة الدراسة للمجالات التي يستخدم المراهقين بها تطبيقات الذكاء الاصطناعي: متابعة الأخبار العاجلة، التغطية

(استخدامات المراهقين لتطبيقات الذكاء ...)

٤. دراسة عمرو محمد محمود عبدالحاميد (٢٠٢٠) بعنوان "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصادقته لدى الجمهور المصري"^(٥) هدفت الدراسة إلى رصد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وإدراك عينة من الجمهور المصري لمصادقية المحتوى المنتج عبر الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى المنتج عبر المحرر البشري، طبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية مكونة من ٤٠٠ مبحوث من متابعي الأخبار الاقتصادية، حيث تعرض المبحوثون لنموذجين للتغطية الإخبارية لتداول أسعار الأسهم بالبورصة المصرية، أحدهما تمت كتابته عن طريق روبوت "بموقع القاهرة ٢٤"، والآخر تم كتابته عن طريق صحفي بشري بموقع اليوم السابع. وقد أوضحت النتائج أن ترتيب عناصر مصادقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي، والتي وردت بموقع "القاهرة ٢٤"، كانت كالتالي: فئة "الدقة" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٣,٨٣، يليه فئة "الموضوعية" بمتوسط حسابي ٣,٦٥، ثم "فصل الحقيقة عن الرأي" بمتوسط حسابي ٣,٦٤، وفي الترتيب الرابع "العدالة والإنصاف لمختلف وجهات النظر" بمتوسط حسابي ٣,٤٦، وفي الترتيب الأخير "جودة صياغة الخبر" بمتوسط حسابي ٣,٤٣.
٥. دراسة (A. Narasima Venkatesh (2018) بعنوان "خمسة تطبيقات لحالة الأعمال للذكاء الاصطناعي، والتعلم الآلي، والروبوتات، والواقع الافتراضي في خمسة صناعات مختلفة"^(٤) هدفت الدراسة على تأكيد أنه سيكون للذكاء الاصطناعي، والتعلم الآلي، والحوسبة المعرفية تأثيرا كبيرا على الوظائف في مختلف الصناعات مع بداية الثورة الصناعية الرابعة للأتمتة من خلال الروبوتات، وسوف تعمل التقنيات الرقمية على إحداث تغيير جذري في طرق تواصل الموظفين والعملاء وعملهم في المؤسسات، وكذلك في حياة الأفراد والمؤسسات أيضا، حيث كان البشر يميلون إلى أن يكونوا سادة الابتكار التكنولوجي، لكن هذا السيناريو قد يتغير بشكل كبير حيث لم تعد نماذج الأعمال قادرة بما يكفي لجذب العملاء. وقد أكدت الدراسة على اتجاه العديد من المنظمات للاعتماد على إمكانات الذكاء الاصطناعي مثل الروبوتات وروبوتات الدردشة والواقع الافتراضي وأشكال أخرى متنوعة من الذكاء الاصطناعي لإثراء التجربة التسويقية.

التعليق على الدراسات السابقة:

١. استفادت الدراسة الحالية من المناهج والأدوات البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة، فمن بين المناهج العلمية الإعلامية المختلفة اختارت الباحثة منهج المسح كأحد المناهج الملائمة لطبيعة الدراسة من أجل الوصول إلى أكبر قدر من المعلومات.
٢. أجمعت الدراسات على إبراز الدور الفعال الذي تؤديه تطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الجديد.

فروض الدراسة:

١. الفرض الأول: "توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والمهارات المكتسبة من التطبيقات".
٢. الفرض الثاني: "توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والفائدة المتوقعة من التطبيقات".

الإطار المفاهيمي ومصطلحات الدراسة:

٢ تطبيقات الذكاء الاصطناعي: بأنه "أحد فروع علوم الحاسوب الذي يهتم بطرق ووسائل خلق وتصميم أجهزة وآلات ذكية، تستطيع التفكير والتصرف مثل البشر والقيام، بمهام متعددة تتطلب ذكاء، مثل: التعلم، التخطيط، تمييز الكلام، التعرف على الوجه، حل المشكلات، الإدراك، والتفكير العقلي، والمنطقي"^(٣).

٢ المعرفة: بأنها عبارة عن مجموعة مترابطة من الخوارزميات والأساليب والطرق والمفاهيم التي بدأ الإنسان بتجميعها منذ وجوده على هذه البسيطة،

دوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والمهارات المكتسبة من التطبيقات وجاءت علاقة طردية موجبة قوية فزيادة الدوافع تزداد المهارات المكتسبة من استخدام التطبيقات، فلقد جاءت قيمة معامل بيرسون 0.51^{**} دالة عند 0.01 .

٢١ الفرض الثاني: توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والفائدة المتوقعة من التطبيقات.

جدول (٥) اختبار بيرسون للعلاقة بين دوافع استخدام المراهقين للتطبيقات والفائدة من التطبيقات

دوافع استخدام التطبيقات			متغيرات
ن	قيمة معامل الارتباط (R)	نوع الارتباط	
٤٠٠	0.439^{**}	طردية إيجابية	الفائدة المتوقعة
			مستوى الدلالة
			دالة 0.01

يفسر الجدول كما يلي: ثبتت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة دالة إحصائية بين دوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والفائدة المتوقعة من التطبيقات وجاءت علاقة طردية موجبة قوية فزيادة الدوافع تزداد المعرفة المتوقعة من استخدام التطبيقات، فلقد جاءت قيمة معامل بيرسون 0.439^{**} دالة عند 0.01 .

المراجع:

١. أيمن رمضان، طارق إسماعيل، نصر الدين عبدالقادر. "تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مهارات التواصل وجودة الإعلام الرقمي الموجه للطفل"، *مجلة العلوم الإنسانية*، بحث منشور، (الجزائر: جامعة وهران، العدد الأول، مج ١١، ٢٠٢٢).
٢. سمر على حسن. "اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي"، *المؤتمر العلمي الدولي الثامن والعشرون: صناعة المحتوى الإعلامي في العصر الرقمي*، بحث منشور، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع ٨٥، مج ٤، ٢٠٢٣).
٣. سولوى عبد الفتاح. "تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تنمية القدرات الابتكارية لاستخدام أمن المعلومات"، بحث منشور، *المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات*، (مصر: المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مج ٣، ع ٨، ٢٠٢٢) ص ٢٧.
٤. شاهدة عاطف عبدالسلام. "استخدامات الشباب المصري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في معالجة الصور على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية"، *المؤتمر العلمي الدولي الثامن والعشرون: صناعة المحتوى الإعلامي في العصر الرقمي*، بحث منشور، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع ٨٥، مج ٤، ٢٠٢٣).
٥. عمرو محمد محمود عبدالحميد. "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري"، *مجلة البحوث الإعلامية*، بحث منشور، (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج ٥، ع ٥٥، ٢٠٢٠).
٦. عدى صبرى عبدالرزاق، حيدر طالب مهدي. "الذكاء الاصطناعي ومصاعب تطبيقه في تكنولوجيا المعلومات"، بحث منشور، *مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية*، (العراق: جامعة بابل، كلية التربية الأساسية، مج ١، ٢٠١٢) ص ٢٥٠.

7. A. Narasima Venkatesh, Dr. Industry 4.0. Reimagining the Future of Workplace (Five Business Case Applications of Artificial Intelligence, Machine Learning, Robots, Virtual Reality in Five Different Industries), (December 19, 2018).

السريعة للأخبار، وإنتاج المحتوى ألبا، وتصحيح الأخطاء اللغوية، وتوقع نتائج الأحداث، وتوقع نتائج المباريات، والترجمة الآلية للموضوعات، والتحقق من المعلومات، وتحويل الصوت إلي نصوص مكتوبة، والدرشة الآلية بالمواقع الإلكترونية، وتحويل البيانات إلي أشكال ورسوم، وهذا ما أثبتته قيمة (Z) غير الدالة إحصائياً عند أى مستوى من مستويات الدلالة الإحصائية؛ وهذا ما تراه الباحثة يعود إلى أن التقارب في اختيارات المراهقين لتلك المجالات المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي ملاحظة مهمة يمكن أن يرجع ذلك إلى وجود اهتمام واستخدام مشابه لتلك التطبيقات بين المراهقين بغض النظر عن النوع التعليمي أو الخلفية الاجتماعية.

جدول (٦) دوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تبعاً للنوع

الدوافع	النوع	الذكور		الإناث		الإجمالي	قيمة (Z)	مستوى الدلالة
		ك	%	ك	%			
الحصول على المعلومات بشكل سريع	١٥٦	٨٢,٥	١٩٢	٩١	٣٤٨	٨٧	٠,٨٤٤	غير دالة
التصوير	١٥٣	٨١	١٨٧	٨٨,٦	٣٤٠	٨٥	٠,٧٦٦	
تنمية المهارات الشخصية	١٣٠	٦٨,٨	١٦٧	٧٩,١	٢٩٧	٧٤,٣	١,٠٣٥	
الاندماج مع العالم من حولي	١٣٠	٦٨,٨	١٥٥	٧٣,٥	٢٨٥	٧١,٣	٠,٤٦٧	
مشاركة محتوى عبر منصات التواصل	١٢٤	٦٥,٦	١٥٦	٧٣,٩	٢٨٠	٧٠	٠,٨٣١	
الهروب من روتين الحياة اليومية	١١٠	٥٨,٢	١٦٢	٧٦,٨	٢٧٢	٦٨	١,٨٥٥	
إقامة صداقات جديدة	١١٤	٦٠,٣	١٥١	٧١,٦	٢٦٥	٦٦,٣	١,١٧٠	
نشر الأخبار	٩٦	٥٠,٨	١٣٦	٦٤,٥	٢٣٢	٥٨	١,٣٦٤	
التعرف على وجه الشخصيات	٩٣	٤٩,٢	١٢٠	٥٦,٩	٢١٣	٥٣,٣	٠,٧٦٥	
إنتاج محتوى إعلامي	٧٦	٤٠,٢	٩٥	٤٥	١٧١	٤٢,٨	٠,٤٨٠	
جودة المحتوى القائم على استخدام الذكاء الاصطناعي	٧٨	٤١,٣	٨٧	٤٢,٢	١٦٥	٤١,٣	٠,٠٠٤	
عمل صور رقمية	٦٣	٣٣,٣	٧٢	٣٤,١	١٣٥	٣٣,٨	٠,١٢٦	
إعادة صياغة المحتويات الإعلامية	٤٤	٢٣,٣	٤٥	٢١,٣	٨٩	٢٢,٣	٠,١٩٥	
جملة من سئولا	١٨٩		٢١١		٤٠٠			

ويفسر الجدول كما يلي: تقاربت اختيارات نوعا عينة الدراسة لدوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي: التصوير، والاندماج مع العالم من حولي، والتعرف على وجه الشخصيات، والهروب من روتين الحياة اليومية، وتنمية المهارات الشخصية، والحصول على المعلومات بشكل سريع، وإقامة صداقات جديدة، وعمل صور رقمية، ومشاركة محتوى عبر منصات التواصل، ونشر الأخبار، وجودة المحتوى القائم على استخدام الذكاء الاصطناعي، وإنتاج محتوى إعلامي، وإعادة صياغة المحتويات الإعلامية، وهذا ما أثبتته قيمة (Z) غير الدالة إحصائياً عند أى مستوى من مستويات الدلالة الإحصائية؛ وهذا ما تراه الباحثة يعود إلى هذا التقارب في درجة الثقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي بين الجنسين إلى أن الذكور والإناث يظهرون ثقة متقاربة بشكل كبير تجاه هذه التطبيقات في الإعلام الرقمي.

جدول (٧) للعلاقة بين مدى استخدام المراهقين للتطبيقات ومستويات المعرفة لديهم

مستويات المعرفة			متغيرات
ن	قيمة معامل الارتباط (R)	نوع الارتباط	
٤٠٠	0.136^{**}	طردية إيجابية	مدى الاستخدام
			مستوى الدلالة
			دالة 0.05

يفسر الجدول كما يلي: ثبتت صحة الفرض الرئيس للدراسة بوجود علاقة دالة إحصائية بين مدى استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستويات المعرفة لديهم وجاءت علاقة طردية موجبة فزيادة الاستخدام تزداد المعرفة بالنتيجة عن استخدام التطبيقات، فلقد جاءت قيمة معامل سبيرمان 0.136^{**} دالة عند 0.05 .

٢٢ الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع استخدام المراهقين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والمهارات المكتسبة من التطبيقات.

جدول (٨) للعلاقة بين دوافع استخدام المراهقين للتطبيقات والمهارات المكتسبة من التطبيقات

دوافع استخدام التطبيقات			متغيرات
ن	قيمة معامل الارتباط (R)	نوع الارتباط	
٤٠٠	0.501^{**}	طردية إيجابية	المهارات المكتسبة
			مستوى الدلالة
			دالة 0.01

يفسر الجدول كما يلي: ثبتت صحة الفرض الأول بوجود علاقة دالة إحصائية بين