

علاقة الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو قضاياهم

د. علا عبد القوى عامر محمد*

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى تحديد العلاقة بين الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو قضاياهم. ركزت الدراسة على قضيتي العنف بين طلاب الجامعة والدعم النفسي ضد التنمر. اعتمدت الباحثة على نظرية الحتمية التكنولوجية، وتم تطبيق الدراسة على ٣٩٠ مبحوثاً من شباب الجامعة الذين يتعرضون للفيديوهات المنتجة عبر منصات الإعلام الرقمي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين معدل تعرض الشباب للفيديوهات المنتجة وبين تشكيل الاتجاهات والمعارف نحو قضيتي الدراسة، كما أظهرت النتائج أن ٥٥.٩% من المبحوثين اعتبروا الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات حول قضيتي "العنف بين طلاب الجامعة والدعم النفسي ضد التنمر". جاءت هذه الفيديوهات في المرتبة الأولى بين مصادر الحصول على المعلومات، وأشارت النتائج أن التعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أسهم في تكوين معارف محددة لدى عينة الدراسة، وأدرك المشاركون دور هذه الفيديوهات في "المساعدة على تكوين المفاهيم وكونها أداة فعالة للتوعية الطلابية حول القضايا الهامة، كما أوضحت النتائج تباين الاتجاهات التي تشكلت لدى عينة الدراسة ما بين الإيجابية والسلبية و أبرزت الاتجاهات الإيجابية "توجيه الاهتمام وتشكيل رأي عام إيجابي تجاه القضايا المهمة" كأبرز نتائج التعرض لهذه الفيديوهات، وجاءت عبارة "نشر الشائعات وتزييف الواقع وتشكيل صورة ذهنية سلبية عن المجتمعات" كأبرز الاتجاهات السلبية التي تكونت لدى عينة المبحوثين، وذلك بسبب اعتمادها على تقنيات تُسهّل تزييف المعلومات وعدم ذكر مصدرها في كثير من الحالات.

الكلمات الدالة: الفيديوهات، الذكاء الاصطناعي، الحتمية التكنولوجية، قضايا الشباب

*أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة السويس.

The Relationship between Videos Produced Using Artificial Intelligence Techniques by Shaping the knowledge and Attitudes of University Youth Towards their Issue

Dr.Ola Abed Elkawy Amer Mohamad*

Abstract:

The current study aims to determine the relationship of videos produced using artificial intelligence techniques to shaping the knowledge and attitudes of university youth towards their issues. The study focused on the issues of violence between university students and psychological support against bullying. The researcher used the theory of technological determinism, and the study was applied to 390 university youth who were exposed to the produced videos, Through digital media platforms, one of the most important findings of the study is the existence of a direct, statistically significant correlation between the rate of exposure of young people to produced videos and the formation of attitudes and knowledge towards the two issues of the study that were formed among the sample of respondents, due to its reliance on techniques that facilitate the falsification of information and the failure to mention its source in many cases.

The study also showed that exposure to videos produced using artificial intelligence techniques contributed to the formation of specific knowledge among the study sample; Participants realized the role of these videos in “helping to form concepts and being an effective tool for educating students about important issues.

Keywords: Videos, Artificial Intelligence, Technological Determinism, Youth Issues

* * Assistant Professor, Department of Radio and Television, Faculty of Media and Communication Technology, Suez University.

مقدمة:

شهد عالم الإعلام ثورة هائلة بفضل التكنولوجيا الرقمية، مما أدى إلى اعتماد كامل على التقنيات الحديثة في جميع جوانبه، فقد أدت هذه التقنيات إلى تغيير أنماط التفاعل والإنتاج والاستخدام، ومن بينها تقنية الذكاء الاصطناعي التي باتت تلعب دورًا محوريًا في تشكيل المحتوى الرقمي.

وتُستخدم تقنية الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات وتوليد محتوى مرئي جذاب، مما يُمكنها من تحقيق تواصل أكثر فعالية وذكاء عبر منصات التواصل الاجتماعي، فهذه التقنية تُحسن تجربة المستخدم، وتمكّنه من فهم ومشاركة المحتوى المرئي بشكل أكثر فعالية، كما تُتيح إنتاج فيديوهات ذات جودة عالية ومحتوى مخصص ومناسب لكل مستخدم بشكل خاص، وباستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، يمكن للمنتجين تحليل اهتمامات الشباب وتوجيه المحتوى المناسب لهم، مما يساهم في جذب انتباههم وتفاعلهم مع المحتوى المقدم، كما تُعتبر الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي أحد الأدوات القوية التي تُساهم في تشكيل معارف واتجاهات مختلف الفئات العمرية تجاه القضايا المختلفة، لا سيما قضايا الرأي العام، فهذه النوعية من الفيديوهات تتميز بتقديم محتوى مرئي جذاب ومشوق، كما تُستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل اهتمامات الجمهور وتقديم المحتوى المناسب لهم.

وبالرغم من مزايا تقنيات الذكاء الاصطناعي، فإن بعض الدراسات تُشير إلى خطورة تأثيرها على الجوانب النفسية والاجتماعية للأفراد، وتتمثل خطورتها في قدرتها على التأثير بشكل كبير على تكوين معارف وأفكار الأفراد، مما يؤثر على جوانبهم النفسية والفكرية، مثال على ذلك برمجيات الدردشة الآلية "الشات بوت"، التي نجحت في تقديم حلول للمشكلات النفسية والاجتماعية التي يمر بها الأفراد، لاقت هذه البرامج قبولًا كبيرًا نظرًا لإتاحتها بشكل مجاني دون تحمل الأفراد تكاليف الذهاب إلى المختصين في مجال الطب النفسي، ونجحت في تقديم العلاج النفسي للمرضى.

ومع ذلك، تمثلت خطورتها في إعادة تشكيل الأفكار والسلوك لمستخدميها بما يتناسب مع رغبات الأفراد وليس بما يتناسب مع عادات وتقاليد المجتمعات، لا سيما عند النقاش في القضايا التي يهتم بها مستخدميها، مما دفع بعض الباحثين إلى التحذير من التنبؤات بخطورتها على تكوين معارف واتجاهات جميع الفئات المستخدمة لتلك النوعية من برامج الدردشة، التي قد تُؤثر سلبيًا على المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة استخدامها.

ويعدّ الشباب الجامعي فئة مهمة ومؤثرة في المجتمع، ولذلك، فإن فهم معارفهم واتجاهاتهم نحو القضايا المتعلقة بهم يعد أمرًا بالغ الأهمية، ومع تطور وسائل الإعلام الرقمي وانتشارها، أصبحت الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي تلعب دورًا محوريًا في تشكيل الأفكار وتكوين ليس فقط الجوانب الفكرية، بل أيضًا الجوانب النفسية لدى الشباب تجاه القضايا التي تتعلق بهم، فقد انتشرت هذه النوعية من الفيديوهات بشكل كبير عبر المنصات الرقمية، مما يستدعي البحث والتعرف على مدى علاقتها بتشكيل معارف واتجاهات فئة الشباب تجاه القضايا المتعلقة بهم.

مشكلة الدراسة:

شهدت المنصات الرقمية في الفترة الأخيرة انتشاراً متزايداً لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الفيديو، ويرجع هذا الانتشار إلى الاتجاه المتزايد نحو الإعتماد على هذه التقنيات في إنتاج محتوى فيديو قصير في مختلف القضايا ويهدف هذا الاتجاه إلى جذب اهتمام الجماهير ونقل الأفكار والآراء التي تساهم في تشكيل الاتجاهات والمعارف نحو القضايا المطروحة حيث تعتمد هذه الفيديوهات على تقنيات حديثة لتحقيق أعلى معدلات مشاهدة وبالتالي أعلى نسبة تأثير، ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في الكشف عن علاقة الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو قضاياهم حيث يعتبر هؤلاء الشباب الفئة الأكثر تعرضاً للمحتوى المقدم عبر وسائل الإعلام الرقمي فيما يتعلق بالقضايا المختلفة المطروحة، سواء كانت عبر الفيديوهات أو المنشورات، ومنها التصوير باستخدام تقنية الـ ٣٦٠، و Runway ML، وتقنية " سورا " التي تحول النص المكتوب والصور الثابتة إلى فيديو قصير مدته ٣٠ ثانية، وبناء على نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة لتحديد أكثر القضايا التي تناولتها الفيديوهات المنتجة بتقنية الذكاء الاصطناعي تمثلت في قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، الدعم النفسي لمواجهة التنمر) .

أهمية الدراسة:

أ- الأهمية النظرية:

- ١- الانتشار الكبير الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المنصات الرقمية، حيث تعتبر تقنيات الذكاء الاصطناعي أحد التطورات المتقدمة التي تم توظيفها بشكل كبير في إنتاج الفيديوهات للتأثير على مشاهديها، لذلك، فإن فهم علاقة هذه التقنية بتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي يعد أمراً هاماً لفهم التأثير الذي يمكن أن تحققه التكنولوجيا على المجتمع.
- ٢- فهم طبيعة تأثير فيديوهات الذكاء الاصطناعي، ودراسة كيفية مساهمتها في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المهمة له.
- ٣- أهمية فهم علاقة تقنيات الذكاء الاصطناعي بتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي، تُعتبر هذه العلاقة موضوعاً بحثياً هاماً في مجالات علم الاجتماع، علم النفس، والتواصل الرقمي.

ب- الأهمية التطبيقية

- ١- يمكن توظيف نتائج هذه الدراسة لدعم مبادرات مجتمعية تُعنى بمناهضة العنف بين طلاب الجامعة، وتعزيز الدعم النفسي لمواجهة التنمر.
- ٢- دراسة تأثير فيديوهات الذكاء الاصطناعي على الشباب الجامعي يساعد على فهم كيفية استخدام هذه التقنية في النشاطات التوعوية والتنمية التي تُركز على الموضوعات التي تهتم فئة الشباب الجامعي.
- ٣- تُقدم الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي كمّاً هائلاً من المعلومات، مما يُؤثر بشكل كبير على أفكار واتجاهات الشباب الجامعي لذلك، تُعدّ هذه الدراسة خطوة أساسية

لفهم تأثير هذه الفيديوهات وتوجيه جهود تطوير المحتوى الرقمي لتلبية احتياجاتهم الفكرية وتعزيز تعلمهم في عصر تتسارع فيه التقنية.

أهداف الدراسة:

- ١- دراسة العلاقة بين مشاهدة الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي تجاه قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة ، والدعم النفسي ضد التنمر).
- ٢- تحديد أنماط تفاعل الشباب الجامعي نحو الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي .
- ٣- رصد أكثر منصات الإعلام الرقمي التي شهدت انتشار فيديوهات مُنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتحديد معدل تعرض المبحوثين لها.
- ٤- دراسة تأثير المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة والدعم النفسي ضد التنمر)، من خلال فيديوهات تم إنتاجها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الحتمية التكنولوجية "Technological Determinism Theory"

تعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام من النظريات الحديثة التي تتناول دور وسائل الإعلام وتأثيرها على مختلف المجتمعات، حيث تركز تلك النظرية على البحث في علاقة التكنولوجيا بالمجتمع والثقافة وتأثير تكنولوجيا وسائل الإعلام على تفكير وسلوك الفرد، وتعتبر هذه النظرية مفيدة في فهم التحولات التي يشهدها العالم اليوم بفضل التكنولوجيا والوسائط الرقمية، وتساهم في تحليل تأثيرات هذه التقنيات على الهوية الثقافية والتفاعلات الاجتماعية في عصرنا الحالي^(١) ، وتُرجع النظرية إلى عدة مفكرين وعلماء، ولكن من بين الشخصيات الرئيسية التي ساهمت في تطوير هذه النظرية هو مارشال مكلوهان (Marshall McLuhan)، والفكرة الأساسية التي يقدمها مكلوهان من خلال تلك النظرية هي " أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يبدأ بتأثيرات كبيرة، ليس فقط على التنظيم الاجتماعي، ولكن أيضًا على الحساسيات الإنسانية"، وأكد مكلوهان أن كل تغيير اجتماعي هو نتيجة للتغير التكنولوجي، وبالتالي تفترض هذه النظرية الاختزالية أن التكنولوجيا هي التي تحدد بنية المجتمع وقيمته الثقافية^(٢) .

ويعتقد أنصار الحتمية التكنولوجية بأنهم غير قادرين على وقف التقدم التكنولوجي، مما يدل على ضعفهم إلى حد ما وعلى قبول المجتمع لتأثيرات تكنولوجية مهمة في تحقيق تغييرات اجتماعية، وفي الوقت نفسه، تفتقر تلك المجتمعات إلى فهم بدائل قيمة تعتمد على التكنولوجيا^(٣)، ويرجع السبب في ذلك أن التكنولوجيا تمتلك تأثيرًا حاسمًا على تطور المجتمعات والعلاقات الاجتماعية، حيث تقوم بتشكيل وتغيير هذه العلاقات بشكل حتمي، حيث تُعدّ الوسائط الإعلامية والتكنولوجيا من القوى الدافعة التي تُسهم في تحولات اجتماعية وثقافية عميقة^(٤).

وتشير النظرية إلى خطورة التكنولوجيا الحديثة على الفرد والمجتمع ، حيث أكد " ماكلوهان " أن وسائل الإعلام الجديدة، كامتداد لحواسنا، توفر زمنًا وإمكانات جديدة، وفي الوقت نفسه يمكن أن تشكل تهديدًا أيضًا ، بمعنى أنه في حين تمتد يد الإنسان وتصل إلى ما يمكنه الوصول إليه بحواسه، يمكن لوسائل الإعلام أيضًا بما تحمله من أدوات تكنولوجية أن تستغله وتسيطر عليه⁽⁵⁾، ولتجنب التهديدات المحتملة، يشدد "ماكلوهان" على أهمية توعية الناس بأكبر قدر ممكن من المعلومات حول وسائل الإعلام المعتمدة على الأدوات الحديثة، ويقول " إنه من خلال معرفة كيف تؤثر التكنولوجيا على البيئة المحيطة بنا، يمكننا أن نتحكم فيها ونتغلب على نفوذها أو قوتها الحتمية"⁽⁶⁾، وهذا ما تنطرق إليه الدراسة الحالية من قياس الاتجاهات والمعارف التي تشكلها مضامين وسائل الإعلام التي تعتمد في إنتاج رسائلها الموجهة للمتلقي على التكنولوجيا الرقمية.

فروض النظرية:

وضع مارشال ماكلوهان ثلاثة فروض أساسية تقوم عليها نظرية الحتمية التكنولوجية:

- ١- وسائل الاتصال تُعتبر امتدادًا لحواس الإنسان: حيث يرى ماكلوهان أن الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة بنوع الوسيلة وطريقة عرضه، ويقسم ماكلوهان تطور الاتصال إلى مراحل مختلفة تشمل الكتابة، ومن ثم الطباعة، وبعدها تتبعها مراحل الوسائل الإلكترونية.
- ٢- الوسيلة هي الرسالة: أي أن طبيعة كل وسيلة وليس محتواها هو الأساس في تشكيل المجتمعات، حيث يعتبر لكل وسيلة جمهورها الخاص الذي يستفيد من ما تقدمه الوسيلة وخصائصها ومميزاتها.
- ٣- وسائل الاتصال، بحسب تعبيره، تنقسم إلى ساخنة وباردة: الوسيلة الساخنة تعد تقليدية وسهلة، حيث يتلقى المتلقي المحتوى بطريقة جاهزة دون الحاجة إلى جهد تخيلي، مثل الإذاعة والطباعة والسينما⁽⁷⁾.

وعلى الرغم من التأييد الكامل لنظرية الحتمية التكنولوجية بدور التكنولوجيا في تشكيل المجتمعات، إلا أن هناك مجموعة أخرى من الباحثين يرون أن التكنولوجيا ليست سوى أداة للسيطرة على الشعوب الضعيفة والتحكم في آراء واتجاهات الأفراد، فهي تقوم بغزو حياة الفرد الشخصية وتفتيت العلاقات الاجتماعية الحقيقية في الواقع.⁽⁸⁾

تطبيق النظرية في الدراسة الحالية:

تم تطبيق نظرية "الحتمية التكنولوجية" في هذه الدراسة لتحديد معدل وأنماط تعرض الشباب للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتم أيضًا تحديد المصادر التي يعتمد عليها الشباب للحصول على المعلومات المتعلقة بالقضايا المهمة، بالإضافة إلى تقييم درجة الثقة في المعلومات المستخلصة من هذا النوع من الفيديوهات المنتشرة عبر المنصات الرقمية، وتم اختبار فرضيات نظرية "الحتمية التكنولوجية" التي تؤكد دور التكنولوجيا في تشكيل المجتمعات، بما في ذلك التحكم في آراء واتجاهات الأفراد، من خلال دراسة العلاقة بين تعرض الشباب للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتشكيل

معارفهم واتجاهاتهم نحو قضيتي الدراسة، وهما (العنف بين طلاب الجامعة والدعم النفسي ضد التنمر)

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور تتعلق بموضوع الدراسة .

المحور الأول: استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي عبر منصات التواصل الاجتماعي

ركزت أغلب الدراسات التي بحثت في استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي عبر منصات التواصل الاجتماعي على موقعي " الفيس بوك، وتويتر" فقد أكدت دراسة أجراها (Alexander S. Gillis, ٢٠٢٣) تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل التواصل الاجتماعي، مشيرة إلى إمكانية تقديم محتوى مخصص ومناسب للمستخدمين بناءً على اهتماماتهم وسلوكياتهم السابقة، كما تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين التفاعل بين المستخدمين والمنصات الاجتماعية من خلال توفير حلول تفاعلية مبتكرة وذكية وأشارت النتائج إلى ارتفاع مستوى تعرض المبحوثين للمنصات الرقمية التي تعتمد في فيديوهاتها على أدوات الذكاء الاصطناعي لرفع معدل التعرض لها (9) ، من جهة أخرى تناولت دراسة أجريت من قبل (Arunkumar Tamilarasu, ٢٠٢٣) التأثيرات الإيجابية والسلبية لهذه التقنيات على الوظائف المعرفية الحيوية، مثل الانتباه والذاكرة والإدمان والبحث عن الحداثة والإدراك وصنع القرار والتفكير النقدي، وأظهرت الدراسة خطورة تلك التقنيات على الوظائف المعرفية السابقة نتيجة لتشتت الانتباه وقلة التركيز بسبب كثرة المعلومات المقدمة عبر تلك الوسائل، ومن بين الآثار الإيجابية لتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر الوسائل الرقمية هو تقديم مضامين مختلفة ترضي جميع الفئات والاهتمامات (10)، وبحثت دراسة (دعاء فتحي، ٢٠٢١) قياس فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الإعلام من خلال رصد التأثيرات الإيجابية والسلبية أثناء عملية الاستخدام وتوصلت النتائج إلى تأكيد الطلاب من معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة، وكان لذلك تأثير على تقييمهم لمستوى هذه المعرفة ، وأشار الطلاب أن من أكثر التأثيرات السلبية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي، هو التلاعب الفعال بالمعلومات المنشورة، مما أدى إلى زيادة مخاوف وتوترات ناتجة عن سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأدوات الذكاء الاصطناعي في المستقبل مما يزيد من ارتفاع المستخدمين حيث باتت أدوات الذكاء الاصطناعي من المكونات الأساسية لمواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن من خلال تلك الخوارزميات تشكيل فكر المستخدم وتوجيه سلوكه والتحكم بمشاعره لاسيما مع تزايد ارتفاع معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي. (12)

في حين اتجهت مجموعة من الدراسات في البحث عن توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لاسيما "فيس بوك وتويتر" في إنتاج وتكوين المعرفة البشرية وأكدت النتائج على قدرة تلك الوسائل في تحويل البيانات إلى معرفة بشرية قيمة بين المجتمعات بعضها البعض في وقت قصير، وقد برز دورها في وقت الكوارث والحوادث والحروب لاسيما أثناء انتشار فيروس كورونا حيث ارتفعت في هذه الفترة معدل

التعرض لوسائل الإعلام الرقمية (إيمان عبد الرحيم، ٢٠٢٢)⁽¹³⁾، (Bechmann, A., & (14) (Vimala Nunavath; Morten Goodwin, Bowker, G. C, 2019)⁽¹⁵⁾ (2018)، في حين حلت دراسة (Yo-Ping Huang, Li-Jen Kao,) (٢٠١٨) اتجاهات المستخدمين حول القضايا المثيرة للجدل ومقارنتها بالمواضيع الشائعة عبر منصة Twitter باستخدام أدوات معالجة اللغة والنصوص، وأظهرت النتائج أهمية تحليل المشاعر في تقدير مدى إعجاب المستخدمين وتعليقاتهم وتغريداتهم حول الموضوعات والقضايا المطروحة، وتم تصنيف آراء المستخدمين مما ساعد في نشر القضايا بشكل فعال⁽¹⁶⁾.

المحور الثاني: توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي:

انقسمت الدراسات في هذا المحور إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى التلفزيوني والمحتوى الصحفي، فعلى صعيد المحتوى التلفزيوني بحثت دراسة أجراها (مصطفى عباس، ٢٠٢٣) في تقييم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى التلفزيوني وتوصلت النتائج إلى أن من أهم أسباب لجوء المؤسسات الإعلامية إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هو توفير الوقت والجهد في صناعة المحتوى مما يساعد على زيادة إنتاجها التلفزيوني من حيث الكم والكيف⁽¹⁷⁾.

وأكدت دراسة (pejman saefghe، ٢٠٢٣) على ارتفاع اعتماد القنوات التلفزيونية على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج فيديوهات ترويجية ومقاطع فيديو مختصرة لعرض موجز للمشاهدين، مما ساعد على زيادة اقبال المشاهدين على متابعة البرامج التي تستخدم تلك التقنيات ومن أكثر التقنيات المستخدمة في إنتاج المحتوى البرامجي تقنيات (الواقع المعزز) لما لها من تأثير على جذب الجمهور وإشراكه في العملية التفاعلية خاصة في نشرات الأخبار⁽¹⁸⁾، وأضافت دراسة (Mustafa Abbas، ٢٠٢٣)، أن استخدام الواقع المعزز ساعد الجمهور على تكوين اتجاهاتهم نحو الأفكار المطروحة مما أدى إلى ارتفاع مستوى الوعي والإدراك لديهم⁽¹⁹⁾، بشكل عام، اتفقت النتائج السابقة على أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني تلعب دوراً مهماً في تحسين جودة المحتوى وجذب الجمهور وتفاعله معه، كما أضافت دراسة (Pavlik، 2023) أن استخدام تقنيات التصوير بواسطة طائرات الدرون و الواقع المعزز والافتراضي في تصوير الفيديو ساهم بشكل كبير في اندماج الجمهور مع المحتوى المقدم عبر تلك التقنيات⁽²⁰⁾، وتوصلت نتائج دراسة أخرى أجراها (Muhammad Hashim Khan، 2023) أن مستقبل صناعة الإعلام يعتمد بشكل كبير على تقنيات الذكاء الاصطناعي حيث تساهم تلك التقنيات في تطوير وتحسين صناعة الصورة الإعلامية من خلال تحسين الجودة والتحرير وتوجيه المحتوى وتحسين تجربة المشاهدين وفي كثير من الأحيان توجه سلوك المتابعين للفيديوهات التي تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي⁽²¹⁾، وأفادت نتائج دراسة (عائض مرزوق، ٢٠٢٣) التي استهدفت عدداً من القنوات التلفزيونية لمعرفة إلى أي مدى يمكن الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني، أنه بإمكان القنوات التلفزيونية التي تمتلك القدرة المادية الاستفادة الكاملة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني، كما أشارت النتائج إلى أن النهج التقليدي في الإدارة يجعل من الصعب إحداث تغييرات في البيئة الإدارية والإبداعية والمؤسسية لتمكين التقنية بفعالية وكفاءة⁽²²⁾، وعن أكثر مجالات الإنتاج

التي يتم من خلالها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ، أظهرت نتائج دراسة أجريت من قبل (مى مصطفى، ٢٠٢٢)، التي استهدفت القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية، أن من أكثر المجالات التي تستخدم فيها تقنيات الذكاء الاصطناعي هي عملية تحويل النصوص المكتوبة إلى فيديوهات مصورة سواء كانت تلك النصوص خبرية أو قصص واقعية، وأكدت الدراسة ارتفاع اتجاه المؤسسات الإعلامية للاعتماد بشكل كبير على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بهدف زيادة الإنتاج⁽²³⁾، وأشارت نتائج دراسة أجريت من قبل (محمد مساوى، ٢٠٢٢) إلى جود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تبني المؤسسات الإعلامية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي والفوائد المتحققة منها، وكشفت الدراسة أن من أهم الفوائد التي تنتج عن استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي هو ظهور مجالات جديدة في الإعلام الرقمي، بالإضافة إلى إنشاء قاعدة بيانات ضخمة لسهولة العمل واتخاذ القرارات، فضلاً عن قدرة أدوات الذكاء الاصطناعي على جذب الانتباه وتحقيق التأثير الذي تسعى المؤسسة إلى تحقيقه⁽²⁴⁾، ومع ذلك، أظهرت دراسات أخرى نتائج متباينة حول مستوى التفاعل مع الفيديوهات المقدمة بواسطة الذكاء الاصطناعي، فقد أشارت نتائج دراسة تجريبية أجريت من قبل (Ibukun Oyedokun, ٢٠٢٣) إلى أن الجمهور الذي شاهد فيديو لمقدم برامج يعمل بالذكاء الاصطناعي أبدوا رضاً أقل عن محتوى البث مقارنة بالجمهور الذي شاهد فيديو لمقدم البرنامج البشري، ويمكن أن يعود هذا الرضا الأقل إلى خلو مقدم البرنامج "الذكاء الاصطناعي" من العواطف وتعبيرات الوجه، مما يمكن أن يجعل الجمهور يعتبره أقل عاطفية⁽²⁵⁾، وأظهرت نتائج دراسة أجريت من قبل (Nader K, Toprac P S, et al, ٢٠٢٢) أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن "يحل محل الوظائف البشرية"، ولكن القليل من المبحوثين يعتقدون أنه يمكن أن "يشعر بالعاطفة"، خاصة في الموضوعات الترفيهية⁽²⁶⁾، كما كشفت نتائج دراسة (نسمه محمد خضر، ٢٠٢٢) التي أجريت على النخبة المصرية عن عدم ثقتهم في إمكانيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى إعلامي إبداعي ينافس المحتوى الذي يتم إنتاجه بواسطة العنصر البشري في المؤسسات الإعلامية، على الرغم من جودة عناصر الجذب والإبهار التي يتمتع بها هذا المحتوى⁽²⁷⁾.

بينما أظهرت نتائج بعض الدراسات خطورة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج فيديوهات مصورة، حيث يمكن تكوين جماعات تحمل أفكار وآراء قد تمثل خطورة على المجتمع، خاصة الأفكار التي تتضمن الجوانب السياسية والدينية، فقد توصلت نتائج دراسة كل من (Chao Xu1, Lin Wu, ٢٠٢٤) و⁽²⁸⁾ (Chan -Olmsted, S.M., 2023)⁽²⁹⁾ أن بعض المؤسسات الإعلامية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في إنتاج الفيديوهات بشكل آلي، بعيداً عن العامل البشري، قد يفقدون لصحة ودقة المعلومات وقد يعتمدون على معلومات تلبى احتياجات الجمهور وتوجهاتهم وآرائهم، مثل الفيديوهات التي تسوق للمواضيع العقائدية والسياسية، من جانب آخر كشفت دراسة (فاطمة أبو الحسن، ٢٠٢٣)⁽³⁰⁾ عن ارتفاع مستوى القلق لدى الإعلاميين من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام على الرغم من إدراكهم للتأثير الإيجابي لهذه التقنيات وتمثل القلق من احتمالية تزييف الأخبار والأحداث الحقيقية ، وأشارت نتائج دراسة (أحمد حسن السمان، ٢٠٢٢) إلى مخاوف العاملين في وكالات الأخبار من ظهور قضايا

أخلاقية مثل حقوق الملكية وانتهاك الخصوصية نتيجة استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي⁽³¹⁾، وأكدت دراسة (رانيا الكلاسي، ٢٠٢٢)⁽³²⁾ أن استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي بات يشكل خطرًا يهدد البشرية، على الرغم من المزايا المهنية التي تتميز بها هذه التقنية، من جهة أخرى، كشفت دراسة (Ouchchy, L., Coin, A. & Dubljević, V, ٢٠٢٠) التي بحثت في كيفية تصوير القضايا الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام عن ضرورة توعية الجمهور بمخاطر تقنيات الذكاء الاصطناعي التي قد تشوه تصور القضايا الاجتماعية، وأظهرت الدراسة أن فقدان الثقة في القضايا الشائعة التي تعرضها تلك التقنيات، مثل قضية البطالة، يعود إلى استخدام معلومات مضللة تهدف إلى توجيه آراء الجمهور نحو الحكومة بشكل سلبي⁽³³⁾، وفيما يتعلق باتجاه العاملين في المؤسسات الصحفية حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية، اتفقت نتائج مجموعة من الدراسات العربية والأجنبية على الوعي الكامل من جانب الصحفيين وأصحاب المؤسسات الصحفية بأهمية استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ودورها في تحسين جودة وجاذبية المحتوى الصحفي، خاصة في إنتاج القصص الخبرية وتحويلها إلى فيديوهات قصيرة وترجمتها لأكثر من لغة، كما أشارت الدراسات إلى الدور الفعال الذي تقوم به تقنيات الذكاء الاصطناعي في زيادة مستوى التفاعل مع القراء والمتابعين، كما هو موضح في الدراسات التالية (ماجدة سليمان، ٢٠٢٣)⁽³³⁾ (أحمد علي الزهراني، ٢٠٢٢)⁽³⁴⁾، (محمود رمضان، ٢٠٢١) (Lewis, ٢٠٢١)⁽³⁵⁾ (unoriyarwa, A., S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R, 2019)⁽³⁶⁾ (Chiumbu, S., & Motsathebe, G. 2021)⁽³⁷⁾، (عيسى عبد الباقي، أحمد عادل، ٢٠٢٠)⁽³⁸⁾، (أيمن بريك، ٢٠٢٠)⁽³⁹⁾، وفي مجال الصحافة، أظهرت مجموعة من الدراسات أهمية دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، ووفقاً لدراسة (محمد جمال بدوي، ٢٠٢١)، فإن تطبيق صحافة الروبوت في المواقع الصحفية المصرية يمكنه إنتاج محتوى صحفي أكثر تميزاً ومصداقية لدى الجمهور⁽⁴⁰⁾، كما اتسع استخدام صحافة الروبوت في وسائل الإعلام، خاصة في جمع الأخبار، وفقاً لدراسة (Musa, A., & AI- (Fattah, M., 2020)⁽⁴¹⁾ وأشارت نتائج دراسة (سحر الخولي، ٢٠٢٠) إلى أن الصحف المصرية تعتمد على التقنيات الحديثة والتكنولوجية في عملها الصحفي، مما يعزز جودة وفاعلية العمل الصحفي⁽⁴²⁾.

وفيما يتعلق بمصداقية الأخبار المنتجة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتي تنشر على مواقع الصحف الإلكترونية، أظهرت دراسات متعددة ارتفاع مصداقيتها لدى الجمهور المصري مقارنة بالأخبار المنتجة بواسطة المحرر البشري، كما وجدت الدراسات علاقة قوية بين إنتاج الأخبار باستخدام الذكاء الاصطناعي ومصداقيتها لدى الجمهور، خاصة الجمهور الذي يمتلك معرفة واسعة بأدوات الذكاء الاصطناعي، وذلك وفقاً للدراسات التالية: (Mathias et al., 2022)⁽⁴³⁾، (عمرو عبد الحميد، ٢٠٢٠)⁽⁴⁴⁾ (Sangwon Lee, ٢٠٢٠)⁽⁴⁴⁾

(Et al, 2020.)⁽⁴⁵⁾

المحور الثالث: تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على السلوك الاجتماعي:

تناولت مجموعة قليلة من الدراسات أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على السلوك الاجتماعي للأفراد، وقد رصدت دراسة (46) (Garcia, R., & Brown S, 2021) مساهمات تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل السلوك البشري ويتم ذلك من خلال مجموعة من الخوارزميات التي تقوم بتحليل تعبيرات وحركات الوجه مما يساعد في فهم سلوك الأفراد داخل سياقات مجتمعية مختلفة (47)، مما يساهم في التنبؤ بالسلوك المستقبلي في ظل التغييرات المجتمعية حيث تساعد تلك الخوارزميات في تحليل السلوك البشري من حيث رصد اتجاهاتهم بناء على المضامين التي يتعرضون لها عبر فيديوهات الذكاء الاصطناعي مما يمكن من فهم التفاعلات الاجتماعية وتأثيراتها المستقبلية في مختلف أنواع العلاقات الاجتماعية. (48)

واتفقت نتائج مجموعة أخرى من الدراسات أن برامج الدردشة المصممة بتقنيات الذكاء الاصطناعي توفر ما يسمى بـ " الرفقة الافتراضية " لمن يعانون من العزلة الاجتماعية والإكتئاب، حيث تساعدهم في إعطاء مجموعة من النصائح للتخلص من المشاعر السلبية التي يواجهونها في عالمهم الحقيقي مثل مشاعر الإحباط والإكتئاب (49)، ومن أبرز برامج الشات التي ساعدت الأفراد على تغيير أنماط السلوك والحياة برنامج (شات بوت) الذي يشارك المستخدمين أفكارهم ومشاعرهم حال عدم شعورهم بالراحة بما يحدث مع أقرانهم (50)، وعلى الرغم من الجانب الإيجابي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تقديم حلول للمشاكل الاجتماعية إلا أنه في الوقت ذاته يوجد خطورة لتلك الحلول حيث أنها تمثل حلول مؤقتة من خلال شخصيات افتراضية تقلل من قيمة الاتصال البشري بالإضافة إلى أن التقنيات المستخدمة في نوعية برامج مثل (شات بوت) تساعد في اختراق الخصوصية وأمن بيانات المستخدم وقد تصيب المستخدمين بالكلل وعدم القدرة على اتخاذ القرارات في القضايا الهامة نظراً لاعتمادهم على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التواصل معهم وأخذ آرائهم في المواقف التي يتعرضون لها. (51)

رؤية نقدية للدراسات السابقة:

من خلال عرض الدراسات السابقة في المحاور الأساسية المتعلقة بموضوع الدراسة يتضح ما يلي:

- **من حيث الأهداف:** اتجهت غالبية الدراسات العربية والأجنبية نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الصحفي مقارنة بالعمل التلفزيوني، واستهدفت هذه الدراسات قياس آراء واتجاهات العاملين في المؤسسات الإعلامية، لا سيما المؤسسات الإخبارية، تجاه تقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وأظهرت النتائج تأييدهم لتوظيف تلك التقنيات، خاصةً أنها توفر الوقت والجهد، مما يؤدي إلى زيادة إنتاج المحتوى.
- **من حيث المنهج ومجتمع البحث والعينة:** أظهرت الدراسات العربية والأجنبية اعتماداً كبيراً على منهج "المسح"، بينما قلّت الدراسات التي اعتمدت على "المنهج التجريبي" وركزت معظم الدراسات على مجتمع "المؤسسات الإعلامية"، لا سيما المؤسسات

- (الصحية ووكالات الأنباء والقنوات التلفزيونية) وطبقت غالبيتها على جمهور عريض داخل مجتمع المؤسسات الإعلامية، واتجهت بعض الدراسات إلى إجراء مقابلات متعمقة فردية مع الصحفيين ومحرري الأخبار الذين يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي في صياغة الأخبار وإنتاج وتحرير النشرات والقصص الإخبارية .
- **من حيث الأدوات البحثية والنظرية المستخدمة:** اعتمدت غالبية الدراسات العربية والاجنبية على " النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا" لتفسير قبول وتبني التكنولوجيا في المجتمعات العربية والغربية وقد استخدمت هذه الدراسات " استمارة الاستبيان" كأداة بحثية لجمع البيانات بشكل كمي، بينما استخدمت دراسات أخرى " المقابلات المتعمقة" لجمع البيانات بشكل نوعي حول العوامل المؤثرة في قبول التكنولوجيا.
- **من حيث النتائج:** أظهرت نتائج الدراسات أن المؤسسات الإعلامية، وخاصة المؤسسات الصحفية والإخبارية، التي اعتمدت بشكل متزايد على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي والقصص الإخبارية يعود إلى قدرة تلك الأدوات على زيادة الإنتاجية وتوفير الوقت والجهد.
- تباينت نتائج الدراسات حول مصداقية المحتوى الذي يُنتج بواسطة الذكاء الاصطناعي مقارنةً بالمحتوى الذي يُنتج بواسطة المحرر البشري، فبينما يفضل بعض الأفراد الاعتماد على المحرر البشري، يجد البعض الآخر أن الصحافة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي أكثر موثوقية، خاصةً في سرعة جمع الأخبار وتحريرها ونشرها.
- كشفت بعض الدراسات الأجنبية، التي تم تجاهلها في الدراسات العربية، عن خطورة الفيديوهات المنتجة بتقنية الذكاء الاصطناعي في التأثير على وعي الجمهور بالحقائق، خاصة تلك المتعلقة بالقضايا الشائكة، ويمكن لهذه الفيديوهات أن تشكل اتجاهات الرأي العام وإدراكه للموضوعات المثيرة للجدل، مما يمثل تهديدًا على المجتمع، خاصةً إذا كانت تتعلق بالجوانب السياسية والعقائدية.
- أوضحت نتائج الدراسات العربية والأجنبية أن أحد أبرز المخاطر المتعلقة بتوظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تصوير القضايا الاجتماعية والسياسية هو استخدامها بشكل مُضلل، فقد تؤدي إلى نقص دقة المعلومات، خاصةً عندما تُعالج بشكل غير واقعي أو غير مُصدّق من قبل وسائل الإعلام التقليدية، أو عندما تُقدّم بشكل مُضلل أو بعيداً عن الحقيقة.
- قلة الدراسات التي أهتمت بدراسة أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على السلوك الاجتماعي للأفراد، وتباينت نتائجها بين التأثير الإيجابي، المتمثل في " التقليل من شعور الأفراد بالانزواء والانعزال الاجتماعي" من خلال تطبيقات الدردشة، والتأثير السلبي، في ظل غياب الرقابة على تلك التطبيقات التي تتمثل معظمها في أشخاص افتراضيين، مما يمثل حلًا مؤقتًا لمشاعر الأفراد السلبية مقارنةً بالتفاعل مع العامل البشري.

التساؤلات:

- ١- ما معدل تعرض المبحوثين للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي؟
- ٢- ما أسباب تعرض المبحوثين للفيديوهات المنتجة بتقنية الذكاء الاصطناعي عبر وسائل الإعلام الرقمي؟
- ٣- ما أكثر منصات الإعلام الرقمي التي يتابع من خلالها المبحوثين الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
- ٤- ما أنماط تفاعل المبحوثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي؟
- ٥- ما مدى ثقة المبحوثين في المعلومات التي تقدمها الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي تجاه القضايا المختلفة؟
- ٦- ما مدى مساعدة الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في زيادة المستوى المعرفي لدى المبحوثين تجاه قضيتي الدراسة؟
- ٧- ما مصادر معرفة عينة الدراسة بقضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، الدعم النفسي ضد التنمر)؟
- ٨- ما طبيعة الاتجاهات والمعارف التي تكونت لدى المبحوثين تجاه قضيتي الدراسة التي طرحتها الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

الفروض:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيًا بين معدل التعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي وبين تشكيل المعارف والاتجاهات لدى عينة الدراسة نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة ، والدعم النفسي ضد التنمر).
- ٢- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيًا بين مستوى تفاعل المبحوثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي ومعارفهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة ، والدعم النفسي ضد التنمر).
- ٣- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيًا بين مستوى تفاعل المبحوثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي واتجاهاتهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة ، والدعم النفسي ضد التنمر).
- ٤- توجد فروق دالة احصائيًا في مستوى تشكيل الاتجاهات والمعارف نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة ، والدعم النفسي ضد التنمر) طبقاً لمتغيرات (النوع- طبيعة الكلية- موقع الجامعة - معدل التعرض) لدى عينة الدراسة.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

- ١- الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي: تشير إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير محتوى الفيديو الذي يتم نشره وتوزيعه عبر وسائل الإعلام الرقمية مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن لهذه التقنيات

أن تستخدم لتحليل البيانات والمعلومات المتاحة عبر الإنترنت وفهم اهتمامات الجمهور المستهدف، ومن ثم إنشاء محتوى فيديو مخصص ومهياً وفقاً لهذه الاهتمامات، وباستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الفيديو عبر وسائل الإعلام الرقمية، يمكن تحسين توجيه المحتوى وتجربة المشاهدين وجعل الفيديو أكثر فعالية في الوصول إلى الجمهور المستهدف.

٢- **المعارف:** تشير إلى المعلومات والمعرفة التي يكتسبها الفرد من خلال التعلم والتجربة، وتعتبر المعارف جزءاً أساسياً من الذكاء والثقافة الشخصية، وتشمل مختلف المجالات مثل العلوم، الفنون، التاريخ، الثقافة، والدين، ويمكن أن تكون المعارف مكتسبة من خلال الدراسة الأكاديمية، القراءة، التجارب العملية، والتفاعل مع الآخرين، وتعتبر المعارف أداة قيمة لاتخاذ القرارات وفهم العالم من حولنا.

٣- **الاتجاهات:** تشير إلى الميول والمعتقدات والسلوكيات التي تميز الأفراد وتؤثر على تفكيرهم وتصرفاتهم. وتتأثر الاتجاهات بعوامل متعددة مثل الثقافة، والتكنولوجيا، والتعليم، والبيئة الاجتماعية، وقد تشمل اتجاهات الأفراد مواضيع مختلفة مثل السياسة، والدين، والموضة، والبيئة، والعمل، والعلاقات الاجتماعية، ودراسة اتجاهات الشباب تساعد في فهم تطورات المجتمع وتوجيه السياسات والبرامج التي تستهدف هذه الفئة العمرية.

التصميم المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تندرج الدراسة الحالية تحت أنواع الدراسات الوصفية والتي تهدف للبحث بشكل دقيق بوصف ظاهرة انتشار الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي عبر منصات التواصل الاجتماعي ووصف العلاقة بين التعرض لها من قبل الشباب الجامعي، وتشكيل المعارف والاتجاهات نحو قضيتي (الدعم النفسي ضد التمر و العنف بين طلاب الجامعة).

منهج الدراسة:

يعتمد هذا البحث على منهج المسح الإعلامي لعينة من شباب الجامعات المصرية، ومنهج العلاقات السببية والذي يهدف إلى دراسة العلاقات بين السبب والنتيجة بين المتغيرات المستقلة والتابعة، فهو يساعد على فهم تأثير محتوى الإعلام على سلوك الجمهور واتخاذ القرار، كما يتيح اكتشاف العلاقات بين الظواهر والأحداث، مما يسمح بتفسيرها وتوقع ما سيحدث في المستقبل، وهذا ما تهدف إليه الدراسة الحالية وهو تحليل العلاقة السببية بين تعرض الشباب الجامعي للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضاياهم.

المجتمع والعينة:

تم اختيار مجتمع البحث من بين طلاب الجامعات المصرية، وتتمثل عينة الدراسة في ٣٩٠ مجرور تم اختيارهم بطريقة عمدية وفقاً للمحددات الآتية:

- ١- توزيع العينة بين الذكور والإناث.
- ٢- مشاهدة الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- ٣- أن يكون توزيع العينة يشمل محافظات مصرية مختلفة (القاهرة- المنصورة- السويس)، وذلك لاختلاف الخصائص الديموغرافية فيما بينها بالإضافة لوقوع أحداث عنف داخل الحرم الجامعي مثل جامعة القاهرة والمنصورة ، وجامعة السويس التي لم يقع بها أى أحداث عنف مما يمكن أن يؤثر على مستوى تشكيل المعارف والاتجاهات نحو قضيتي الدراسة.
- ٤- التنوع في طبيعة الكليات بين النظرية والعملية.
- ٥- أن يتم التطبيق وفقاً للنظام الإلكتروني.

جدول (١) يوضح الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	الفئة	توصيف عينة الدراسة
٤٣.٨%	١٧١	ذكر	النوع
٥٦.٢%	٢١٩	أنثى	
١٠٠%	٣٩٠	الإجمالي	
٣٠.٥%	١١٩	نظرية	طبيعة الكلية
٦٩.٥%	٢٧١	عملية	
١٠٠%	٣٩٠	الإجمالي	
٣٣.٣%	١٣٠	القاهرة	الجامعة
٢٩%	١١٣	المنصورة	
٣٧.٧%	١٤٧	السويس	
١٠٠%	٣٩٠	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق: أن عينة الدراسة الميدانية الخاصة بالمبوحين شملت جميع المتغيرات التي تم في ضوئها جمع البيانات؛ حيث جاءت نسبة الإناث في الترتيب الأول بنسبة ٥٦.٢%، ثم الذكور في الترتيب الثاني بنسبة ٤٣.٨%، وفيما يتعلق بمتغير الكلية فقد جاء في الترتيب الأول طلبة الكليات العملية بنسبة ٦٩.٥%، ثم الكليات النظرية في الترتيب الثاني بنسبة ٣٠.٥%، وفيما يتعلق بمتغير الجامعة؛ جاءت جامعة المنصورة في الترتيب الأول بنسبة ٣٧.٧%، ثم جامعة القاهرة بنسبة ٣٣.٣%، وفي الترتيب الأخير جاءت جامعة المنصورة بنسبة ٢٩%.

أداة البحث:

استخدمت الباحثة استمارة استبيان إلكترونية كأداة أساسية لجمع البيانات وتم تطبيق الاستمارة عبر Google Forms، وتضمنت الاستمارة تسع محاور رئيسية:

- محور التعرض للفيديوهات والمنصات الرقمية.
- محور أسباب التعرض.
- محور أنماط التفاعل.

- محور مدى الثقة في المعلومات التي تقدمها الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- محور مساعدة الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في زيادة مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا التي تتعلق بهم.
- محور مصادر معرفة المبحوثين بقضيتي الدراسة (العنف بين طلاب الجامعة، الدعم النفسي ضد التنمر).
- محور التأثير على مستوى المعارف.
- محور التأثير على مستوى الاتجاهات.
- محور النوع وطبيعة الكليات والبعد الجغرافي للجامعة.

الصدق والثبات لأداة البحث:

إجراءات ثبات الاستبيان: قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبيان بالتطبيق على عينة تقنين قوامها (٤٠) مبحوث، وباستخدام معادلة ألفا كرونباخ فجاء الثبات مساوياً (٠.٩١٦) وهي درجة تؤكد تمتع الاستبيان بدرجة ثبات مناسبة.

الصدق الذاتي: تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق الاستبيان وذلك بحساب الجزر التربيعي لمعامل الثبات، وقد جاء مساوياً (٠.٩٥٧)، مما يدل على تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الصدق.

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss" من خلال اللجوء إلى المعاملات الإحصائية التالية:

- معامل الفا كرونباخ لحساب الثبات.
- الجذر التربيعي لحساب الصدق.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري.
- التكرارات والنسب المئوية.
- معامل ارتباط بيرسون.
- اختبار (ت) لدلالة الفروق T.Test.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه.
- اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- Scheffe).

النتائج:

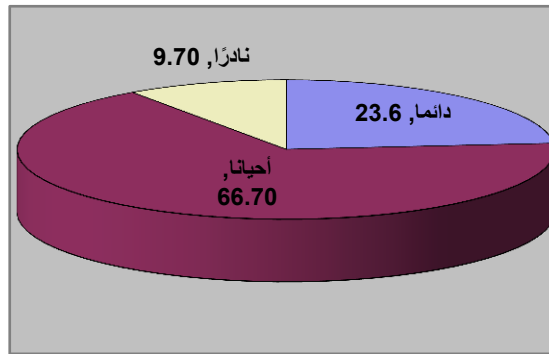
أولاً:- النتائج العامة للدراسة:

جدول (٢) يوضح معدل تعرض عينة البحث للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي

الترتيب	% النسبة	التكرار	معدل المتابعة
٢	٢٣.٦	٩٢	دائمًا
١	٦٦.٧	٢٦٠	أحيانًا
٣	٩.٧	٣٨	نادرًا
	%١٠٠	٣٩٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن نسبة ٦٦.٧% من المبحوثين يتعرضون للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي (أحيانًا) في الترتيب الأول، ثم من يتعرضون لها (دائمًا) في الترتيب الثاني بنسبة ٢٣.٦%، بينما في الترتيب الأخير من يتابعونها (نادرًا) بنسبة ٩.٧%. وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة (Alexander S. Gillis, ٢٠٢٣)

وتدل هذه النتائج إلى ارتفاع مستوى تعرض المبحوثين للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يؤكد على قدرتها على جذب الانتباه للمشاهدة، وأن هذه الفيديوهات تتمتع بنسبة متابعة منخفضة، حيث احتلت المرتبة الأخيرة في معدلات المتابعة.



□ نادرًا □ أحيانًا □ دائمًا

شكل (١) يوضح معدل تعرض عينة البحث للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي

جدول (٣) يوضح عدد الساعات التي يشاهد فيها

المبحوثون المنصات الرقمية يوميًا

الترتيب	% النسبة	التكرار	عدد الساعات
٣	٢٠.٥	٨٠	أقل من ساعة
٢	٢٧.٧	١٠٨	من ساعة لساعتين
١	٥١.٨	٢٠٢	ثلاث ساعات فأكثر
	%١٠٠	٣٩٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن نسبة ٥١.٨% من المبحوثين يشاهدون المنصات الرقمية (ثلاث ساعات فأكثر) يوميًا في الترتيب الأول، ثم من يشاهدونها (من ساعة لساعتين) بنسبة ٢٧.٧% في الترتيب الثاني، وفي الترتيب الثالث والأخير من يشاهدونها (أقل من ساعة) يوميًا بنسبة ٢٠.٥%.

تؤكد هذه النتيجة نتائج الدراسات السابقة التي أجريت على المنصات الرقمية، والتي أشارت إلى ارتفاع تعرض المستخدمين لهذه المنصات، كما تتفق هذه النتيجة أيضًا مع نتائج الجدول السابق، حيث أظهر ارتفاع التعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي تُعرض على المنصات الرقمية لأكثر من ثلاث ساعات يوميًا، وتتفق النتيجة السابقة مع نتائج الجدول رقم (٢) ومع نتائج دراسة كلاً من (دعاء فتحى، ٢٠٢١، Arunkumar Tamilarasu, ٢٠٢٣).

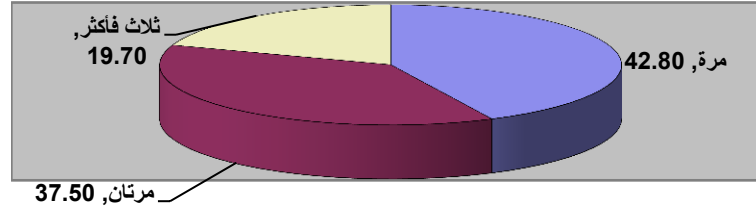
جدول (٤) يوضح معدل تكرار مشاهدة عينة البحث للفيديوهات المنتجة

باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

الترتيب	% النسبة	التكرار	معدل المشاهدة
١	٤٢.٨	١٦٧	مرة واحدة فقط
٢	٣٧.٥	١٤٦	مرتان
٣	١٩.٧	٧٧	ثلاث مرات فأكثر
	%١٠٠	٣٩٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن نسبة ٤٢.٨% من المبحوثين يشاهدون الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (مرة واحدة فقط) في الترتيب الأول، ثم من يشاهدونها (مرتان) في الترتيب الثاني بنسبة ٣٧.٥%، بينما في الترتيب الأخير من يشاهدونها (ثلاث مرات فأكثر) بنسبة ١٩.٧%.

وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى تزايد إنتاج الفيديوهات باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وانتشارها على المنصات الرقمية، فتتعدد استخدام هذه التقنيات لنقل نفس الرسالة يجعل المستخدمين يركزون على كل فيديو بشكل فردي، مما يجعلهم يميلون لمشاهدة فيديو واحد فقط قبل الانتقال إلى فيديو آخر.



■ ثلاث فأكثر ■ مرتان ■ مرة

شكل (٢) يوضح معدل تكرار مشاهدة عينة البحث للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

جدول (٥) يوضح أسباب تعرض عينة البحث للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

العينة الكلية			الأسباب			
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
			معارض	محايد	موافق	
١	٠.٥٢	٢.٧٤	١٦	٦٩	٣٠٥	استخدامها لتقنيات حديثة.
٢	٠.٥٨	٢.٦١	٢٠	١١٠	٢٦٠	سهولة الحصول على المعلومات عن القضايا المختلفة.
٣	٠.٥٩	٢.٥٨	٢٢	١١٨	٢٥٠	ارتفاع عوامل الجذب.
٤	٠.٦١	٢.٥٧	٢٥	١١٤	٢٥١	تقديم كمية كبيرة من المعلومات في وقت قصير.
٥	٠.٦٢	٢.٥٥	٢٧	١١٩	٢٤٤	عرض المعلومة بطريقة واضحة.
٦	٠.٦٢	٢.٤٩	٢٨	١٤١	٢٢١	تساعد طريقة العرض في تذكر المعلومة بسهولة.
٧	٠.٦٤	٢.٤٨	٣٣	١٣٥	٢٢٢	انتشارها بنسبة كبيرة مما يثير لدى الفضول لمشاهدتها.
٨	٠.٦١	٢.٤٧	٢٥	١٥٤	٢١١	تقدم معلومات جديدة لم أكن أعرفها من قبل.

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية لأسباب تعرض عينة البحث للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تراوحت ما بين (٢.٧٤ : ٢.٤٧)، حيث جاءت عبارة (استخدامها لتقنيات حديثة) في الترتيب الأول، فيما جاءت (تقدم معلومات جديدة لم أكن أعرفها من قبل) في الترتيب الأخير، وتتفق النتيجة التي ظهرت في الترتيب الأول مع نتائج دراسة كل من (Mustafa Abbas, 2023، Chan -Olmsted, S.M., 2023، Pejman ، Pavli، saefghe, 2023) والتي أشارت نتائجها إلى أن استخدام التقنيات الحديثة في إنتاج المحتوى الإعلامي هو العامل الرئيسي لارتفاع إقبال المستخدمين واندماجهم مع هذه النوعية من الفيديوهات، خاصة تلك التي لا تقدمها الوسائل التقليدية، كما تتفق النتيجة التي ظهرت في الترتيب الأخير وهي (تقدم معلومات جديدة لم أكن أعرفها من قبل) مع نتائج دراسة (مى

مصطفى، ٢٠٢٢) والتي أشارت إلى أن تحويل النصوص المكتوبة إلى فيديوهات مصورة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هو أحد أكثر المجالات استخداماً، مما يشير إلى احتمالية وجود معرفة مسبقة لدى الجمهور للمعلومات من خلال النص المكتوب قبل تحويلها إلى فيديو باستخدام الذكاء الاصطناعي.

جدول (٦) يوضح أكثر المنصات الرقمية التي تشاهد من خلالها عينة الدراسة الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

العينة الكلية						المنصات الرقمية
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
			نادرا	أحيانا	دائما	
١	٠.٦٦	٢.٤٦	٣٨	١٣١	٢٢١	فيس بوك
٢	٠.٨٣	٢.١٥	١٠٩	١١١	١٧٠	اليوتيوب
٣	٠.٧٨	٢.٠٨	١٠٤	١٤٩	١٣٧	التيك توك
٤	٠.٧٧	١.٩٩	١١٦	١٥٩	١١٥	انستجرام
			الإجمالي			
	٠.٧٦	٢.١٧				

يتضح من الجدول: أن أكثر المنصات الرقمية التي تشاهد من خلالها عينة الدراسة الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثلت في (فيس بوك) في الترتيب الأول بمتوسط ٢.٤٦، ثم (التيك توك) في الترتيب الثاني بمتوسط ٢.١٥، وفي الترتيب الأخير (انستجرام) بمتوسط ١.٩٩.

تتفق مع نتائج دراسة (Matthew N. O. Sadiku, 2021) والتي أظهرت نتائجها ارتفاع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على منصتي (الفيسبوك ويوتيوب)، وهما أكثر المنصات الرقمية استخداماً من قبل المتابعين.

جدول (٧) يوضح أنماط تفاعل عينة البحث مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المنصات الرقمية

العينة الكلية						أنماط التفاعل
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
			نادرا	أحيانا	دائما	
١	٠.٦٨	٢.٣٥	٤٧	١٥٨	١٨٥	الإعجاب فقط.
٢	٠.٧٥	١.٧٢	١٨٠	١٣٨	٧٢	إعادة نشر رابط القناة عبر حساباتك على المنصات الرقمية.
٣	٠.٧٣	١.٦٣	٢٠٢	١٢٧	٦١	التعليق على الفيديو.
٤	٠.٧٢	١.٦١	٢٠٦	١٢٨	٥٦	الرد على تعليق مكتوب مسبقاً.
٥	٠.٧٥	١.٦١	٢١٥	١١٠	٦٥	الدخول في نقاش مع المهتمين بمتابعة القضية المطروحة من خلال الفيديو.
متوسط						الإجمالي
	٠.٧٢	١.٨٧				

يتضح من الجدول: أن أنماط تفاعل عينة البحث مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المنصات الرقمية تراوحت ما بين (٢.٣٥ : ١.٦١)، حيث جاء (الإعجاب فقط) في الترتيب الأول، فيما جاء (الدخول في نقاش مع المهتمين بمتابعة القضية المطروحة من خلال الفيديو) في الترتيب الأخير. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Ibukun Oyedokun, ٢٠٢٣) والتي أظهرت أن الجمهور الذي شاهد فيديو لمقدم برامج يعمل بالذكاء الاصطناعي أبدى رضا أقل عن محتوى البث مقارنة بالجمهور الذي شاهد فيديو لمقدم البرنامج البشري، وقد يعود هذا الرضا الأقل إلى خلو مقدم البرنامج "الذكاء الاصطناعي" من العواطف وتعبيرات الوجه، قد يجعله يبدو أقل عاطفية، مما كان له أثر على مستوى تفاعل المشاهدين مع الفيديو. وهذا ما أظهرته نتائج الجدول السابق أن أقل درجات التفاعل كانت في (الإعجاب فقط)، وهو ما ظهر في الترتيب الأول، بينما ظهرت أعلى درجات التفاعل (الدخول في مناقشات مع المهتمين بمتابعة القضية المطروحة من خلال الفيديو)، وهو ما ظهر في الترتيب الأخير.

وترجع الباحثة النتائج السابقة إلى الأسباب التالية:-

- غالبًا ما تكون فيديوهات الذكاء الاصطناعي مُنتجة بشكل تلقائي بمعنى أنها تركز على الجوانب البصرية مثل الرسوم المتحركة، مما قد يجعلها أقل إثارة للمناقشة مما يقلل من فرص التفاعل البشري الذي يشجع على التساؤل والنقاش.
- قد يكون المشاهد في حالة نشطة من الاستهلاك للأفكار والمحتوى المُنتج من قبل الذكاء الاصطناعي، ولكن قد لا يشعر بحاجة للمشاركة في الدخول في نقاش مع الآخرين.
- بعض الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل مبسط، بمعنى أنها قد تبسط الموضوعات الهامة بشكل يقلل من أهمية الرسالة في الواقع الفعلي مما يقلل من رغبتهم في التفاعل مع المحتوى.
- تُفضل خوارزميات بعض منصات التواصل الاجتماعي عرض التفاعلات الإيجابية مثل "الإعجاب" على حساب "النقاش"، وفي بعض الحالات، تُخفي هذه الخوارزميات الآراء التي لا تتوافق مع توجهاتها، مما يُضعف الثقة في المنصة ويُقلل من رؤية التعليقات والمناقشات، لا سيما تلك التي تتعلق بقضايا تُثير قلقًا في المجتمع.

جدول (٨) يوضح مدى ثقة عينة البحث في المعلومات التي تقدمها الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

العينة الكلية			مدى الثقة		
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار		
			نادرا	أحيانا	دائما
١	٠.٧٢	٢.٢٣	٦٨	١٦١	١٦١

أتأكد من المعلومات التي تقدمها حول القضية من مصادر أخرى.

٢	٠.٧٤	٢.٢١	٧٥	١٥٦	١٥٩	أبحث عن المزيد من المعلومات حول القضية لعدم اكتمالها في تلك النوعية من الفيديوهات.
٣	٠.٧٤	٢.٠٤	٩٩	١٧٥	١١٦	اعتمد على النصائح التي تقدم في نهاية الفيديو للاستعانة بها في المواقف المشابهة لى.
٤	٠.٧	٢.٠٣	٩٢	١٩٤	١٠٤	أسترشد بهذه الفيديوهات في موقفي تجاه ما تعرضه من قضايا.
٥	٠.٧٤	١.٩٩	١٠٩	١٧٣	١٠٨	تعد مصدر أساسي للحصول على المعلومات تجاه القضية التي تهمني.
متوسط	٠.٧٢	٢.١				الإجمالي

يتضح من الجدول: أن مدى ثقة عينة البحث في المعلومات التي تقدمها الفيديوهات لمنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تراوحت ما بين (٢.٢٣ : ١.٩٩)، حيث جاءت عبارة (أتأكد من المعلومات التي تقدمها حول القضية من مصادر أخرى) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (تعد مصدر أساسي للحصول على المعلومات تجاه القضية التي تهمني) في الترتيب الأخير. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة كلاً من (Chao Xu1, Lin Wu, Chan Olmsted, S.M, 2024, ٢٠٢٢, ودعاء فتحي، ٢٠٢١، فاطمة أبو الحسن، ٢٠٢٣، Ouchchy, L., Coin, A. & Dubljević, V, ٢٠٢٠، التي أظهرت نتائجها فقد الثقة من جانب الجمهور ومن جانب العاملين في المؤسسات الإعلامية في المعلومات المقدمة باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لا سيما في القضايا الشائعة التي تهم الرأي العام.

وترجع الباحثة النتائج السابقة إلى الأسباب التالية:-

- عدم ذكر مصادر المعلومات في الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وبالتالي الانتقال إلى التحقق من دقة المعلومات المقدمة، واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنشاء فيديوهات مزيفة .
- غالباً ما تكون الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أقل قدرة على إثارة المشاعر والتعاطف مقارنة بالفيديوهات التي يقدمها البشر، وهذا ما أشارت إليه نتائج الجدول السابق.
- يشعر بعض المستخدمين بالقلق من أن تقنيات الذكاء الاصطناعي لا تزال في طور التطور، مما يجعلها غير موثوقة بشكل كافٍ.
- عدم وجود معايير واضحة وموحدة لضمان دقة ومصداقية الفيديوهات التي يتم إنشاؤها باستخدام الذكاء الاصطناعي.

وتشير هذه النتائج إلى ارتفاع مستوى الوعي عند الجمهور بضرورة توخي الحذر عند مشاهدة فيديوهات يتم إنشاؤها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتحقق من صحة المعلومات من مصادر موثوقة ومستقلة، وعدم الاكتفاء بمصدر واحد للمعلومات.

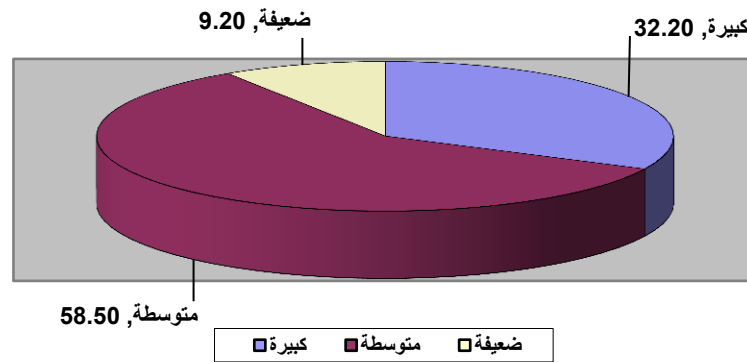
جدول (٩) يوضح مدى مساعدة الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي على زيادة معلومات عينة الدراسة حول القضايا المطروحة

الترتيب	% النسبة	التكرار	مدى المساعدة
٢	٣٢.٣	١٢٦	تساعد بنسبة كبيرة
١	٥٨.٥	٢٢٨	تساعد بنسبة متوسطة
٣	٩.٢	٣٦	تساعد بنسبة ضعيفة
	%١٠٠	٣٩٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن نسبة ٥٨.٥% من المبحوثين يرون أن الفيديوهات المنتجة بتقنية الذكاء الاصطناعي تساعدهم على زيادة معلومات عينة الدراسة حول القضايا المطروحة (بنسبة متوسطة) في الترتيب الأول، ثم من يرون أنها تساعدهم (بنسبة كبيرة) في الترتيب الثاني بنسبة ٣٢.٣%، بينما في الترتيب الأخير تساعدهم بنسبة (ضعيفة) بواقع ٩.٢%. وتتفق هذه النتائج مع نتائج الجدول رقم (٧،٨،٩)

ويرجع ذلك للأسباب التالية:-

- تُركز هذه الفيديوهات عادةً على الجانب التقني وإبراز قدرة الذكاء الاصطناعي على معالجة المعلومات، دون التركيز على الجانب البشري والحوار الاجتماعي للأفكار.
- عادةً ما تعتمد هذه النوعية من الفيديوهات على البيانات المتاحة للذكاء الاصطناعي، والتي قد تكون محدودة أو متحيزة، مما يجعل المعلومات غير شاملة أو دقيقة مما يفقدها العمق والتحليل مما يقلل من فعالية النقاش والتعلم والتوسع في المعرفة.
- قد تُركز هذه الفيديوهات على وجهة نظر معينة دون ذكر جميع جوانب القضية، مما يُضعف الفهم الشامل للجمهور، بالإضافة إلى ذلك، قد تُعزّز وجهة نظر معينة دون ذكر آراء أخرى تُعطي نظرة أوسع للأفكار المطروحة للنقاش.
- بعض الفيديوهات تقتصر في مصادر معلوماتها على مواقع ومنصات محددة في الأفكار مما يقلل من قدرتها على إضافة معلومات جديدة حول الموضوع أو القضية المطروحة.



شكل (٣) يوضح مدى مساعدة الفيديوهات المنتجة بتقنية الذكاء الاصطناعي على زيادة معلومات عينة الدراسة حول القضايا المطروحة

جدول (١٠) يوضح مصدر معرفة عينة البحث بقضيتي
(العنف بين طلاب الجامعة، الدعم النفسي ضد التنمر)

الترتيب	% النسبة	التكرار	المصادر
١	٥٥.٩	٢١٨	الفيديوهات التي أشاهدها عبر المنصات الرقمية المصورة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
٣	٣٧.٤	١٤٦	القنوات التلفزيونية
٤	٣٥.٩	١٤٠	المواقع الإخبارية
٢	٣٧.٩	١٤٨	النقاشات مع الأصدقاء

(*بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل ن=٣٩٠)

يتضح من الجدول: أن مصدر معرفة عينة البحث بقضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، الدعم النفسي ضد التنمر) تمثلت في (الفيديوهات التي أشاهدها عبر المنصات الرقمية المصورة بتقنيات الذكاء الاصطناعي) في الترتيب الأول بنسبة ٥٥.٩%، ثم (النقاشات مع الأصدقاء) في الترتيب الثاني بنسبة ٣٧.٩%، وفي الترتيب الأخير (المواقع الإخبارية) بنسبة ٣٥.٩%. تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة كلا من (إيمان عبد الرحيم، ٢٠٢٢، Bechmann, ، Vimala Nunavath, Morten Goodwin, A., & Bowker, G. C,2019) (Yo-Ping Huang, Li-Jen Kao, ٢٠١٨) حيث اتفقت نتائج هذه الدراسات على قدرة توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي على إنتاج المعلومات وتحويلها إلى معرفة بشرية يساعد في فهم القضايا والموضوعات الهامة لا سيما تلك التي لها تأثير كبير على الفرد والمجتمع في وقت قصير وبشكل فعال.

وترجع الباحثة النتائج السابقة للأسباب التالية:-

- تتيح المنصات الرقمية انتشارًا واسعًا للفيديوهات، مما يُمكنها من الوصول إلى شريحة كبيرة من الجمهور، بما في ذلك طلاب الجامعات، لا سيما منصات (يوتيوب وفيسبوك وتيك توك)، مما يُوسِّع نطاق وصولها بشكل كبير، وهذا ما أشارت إليه نتائج الجدول رقم (٦)
- يُمكن للفيديوهات الذكاء الاصطناعي أن تُقدم قصصًا حقيقية أو مُتخيلة بأسلوب مشوق ومؤثر نتيجة استخدامها لتقنيات حديثة مما يساعد من سهولة الحصول على معلومات مختصرة ومباشرة في وقت قصير عن القضايا المختلفة، وهذا ما أشارت إليه نتائج الجدول رقم (٥)
- يمكن للفيديوهات أن تُحرك مشاعر الجمهور وتجعلهم أكثر تعاطفًا مع ضحايا العنف والتنمر، فهي تقدم شرحًا واضحًا لمختلف أنواع التنمر والعنف بين طلاب الجامعة.
- يمكن للفيديوهات أن تقدم للجمهور مجموعة من طرق المساعدة أو الدعم ضد هذه القضايا.

جدول (١١) يوضح المعارف التي تكونت لدى عينة البحث بعد

مشاهدتهم لتلك الفيديوهات

العينة الكلية			المعارف			
الترتيب	الاحتراف المعياري	المتوسط	التكرار			
			معارض	محايد	موافق	
١	٠.٥٧	٢.٥٦	١٧	١٣٧	٢٣٦	تساعد الفيديوهات في تكوين المفاهيم نحو القضايا التي تعرضها.
٢	٠.٥٩	٢.٥٤	٢٠	١٣٩	٢٣١	أعتبر الفيديوهات وسيلة فعالة لتوعية الطلاب بالقضايا التي يمكن أن يتعرضوا لها في حياتهم الجامعية.
٣	٠.٦١	٢.٥١	٢٦	١٣٧	٢٢٧	تبادل المعلومات التي تقدمها مع الأصدقاء
٤	٠.٦٤	٢.٥١	٣١	١٢٧	٢٣٢	استفيد من مشاهدة الفيديوهات لتحليل وفهم تأثير القضايا التي تهم الشباب على حياتهم المستقبلية
٥	٠.٦٤	٢.٥١	٣١	١٢٦	٢٣٣	أرى أن مشاهدة الفيديوهات تساعدني في فهم آراء الطلاب الآخرين حول القضايا التي يتعرض لها الشباب في كافة مراحلهم.
٦	٠.٦٣	٢.٥٠	٢٩	١٣٧	٢٢٤	الحصول على معلومات لم أكن أعرفها من مصادر أخرى
٧	٠.٦	٢.٤٧	٢٢	١٦١	٢٠٧	أستخدم الفيديوهات كوسيلة لزيادة معرفتي بالتطورات والمستجدات في قضايا الطلاب في الجامعة.
٨	٠.٦٥	٢.٣٨	٣٨	١٦٤	١٨٨	أجد أنها تلعب دورًا هامًا في توجيه اهتمامي نحو قضايا الطلاب في الجامعات المصرية.
٩	٠.٦٧	٢.٣٨	٤٢	١٥٥	١٩٣	تساعدني في تكوين رأي نحو القضايا التي تعرضها.
١٠	٠.٦٨	٢.٣٤	٤٨	١٥٩	١٨٣	أستخدم الفيديوهات كوسيلة لتعميق معرفتي بالتحديات التي يواجهها الطلاب في الجامعة وكيفية التغلب عليها
	٠.٦٢	٢.٤٧				الإجمالي

يتضح من الجدول: أن المعارف التي تكونت لدى عينة البحث بعد مشاهدتهم لتلك الفيديوهات تراوحت ما بين (٢.٥٦ : ٢.٣٤)، حيث جاءت عبارة (تساعد الفيديوهات في تكوين المفاهيم نحو القضايا التي تعرضها) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (أستخدم الفيديوهات كوسيلة لتعميق معرفتي بالتحديات التي يواجهها الطلاب في الجامعة وكيفية التغلب عليها) في الترتيب الأخير.

وتتفق النتيجة التي ظهرت في الترتيب الأول مع نتائج الجدول رقم (٩، ١٠) والتي تؤكد على الدور الذي تقوم به الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إمداد عينة البحث بالمعرفة والمعلومات حول قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، الدعم النفسي ضد التنمر) كما تتفق النتيجة التي ظهرت في الترتيب الأخير مع نتائج الجدول رقم (٧) التي أشارت إلى قلة التفاعل من خلال الدخول في مناقشات مع الآخرين حول القضية المطروحة) مما يساعد من تعميق المعرفة حول قضيتي الدراسة، وتتفق أيضًا مع نتائج الجدول رقم (٨) التي أظهرت متوسط درجة الثقة في المعلومات المقدمة من قبل الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي نتيجة لتركيزها على عوامل الجذب الشكلية أكثر من محتواها الذي يقلل من مصداقية المعلومات، وعلى الرغم من ذلك طبقًا لما أشارت إليه نتائج الجدول

رقم (٩) تساعد هذه النوعية من الفيديوهات على زيادة المعلومات حول القضايا المطروحة، كما ترجع الباحثة النتائج السابقة للأسباب التالية:-

- تُمكن الفيديوهات من إشراك الحواس البصرية والصوتية، مما يُعزّز فهم الطلاب للقضايا المُناقشة بشكلٍ أكثر فعالية، وهذا ما أشارت إليه نظرية "الحتمية التكنولوجية" أن وسائل الإعلام الجديدة، كإمتداد لحواسنا، توفر زمناً وإمكانات جديدة تساعد في التأثير بشكل مباشر على التكيف مع الظروف المحيطة بالإنسان مما يساهم في تكوين المفاهيم ورفع مستوى الوعي لمستخدميها حول القضايا المطروحة للنقاش.
- يُمكن للفيديوهات تقديم تجارب واقعية أو مُتخيّلة تُساعد الطلاب على تصوّر القضايا بشكلٍ أفضل وفهم تأثيرها عليهم ، كما تمكن الفيديوهات من استحضار المشاعر والتفاعل العاطفي لدى الطلاب، مما يُعزّز إحساسهم بالمسؤولية تجاه القضايا المتعلقة بهم لا سيما أنها تعد من أكثر القضايا التي يتعرضون لها في حياتهم الواقعية.

جدول (١٢) يوضح مدى تأثير الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تجاه عينة البحث نحو القضايا التي تطرحها

العينة الكلية			العبارات			
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
			معارض	محايد	موافق	
١	٠.٦٩	٢.٣٦	٤٩	١٤٩	١٩٢	صعوبة فرض رقابة عليها يساعد من تحقيق أهدافها السلبية مثل نشر الشائعات وتزييف الواقع.
٢	٠.٦٤	٢.٣٥	٣٦	١٨٠	١٧٤	المساعدة في توجيه الانتباه نحو القضايا التي تخص الشباب.
٣	٠.٦٣	٢.٣٢	٣٧	١٩٠	١٦٣	تساعد في التشكيل الإيجابي للرأي العام نحو القضايا الهامة التي تطرحها
٤	٠.٦٥	٢.٢٦	٤٥	١٩٧	١٤٨	تساهم في عرض صورة ذهنية سلبية عن المجتمعات من خلال نشرها معلومات مضللة بأساليب مقنعة معتمدة في ذلك على خوارزميات الذكاء الاصطناعي.
٥	٠.٦٩	٢.٢٥	٥٨	١٧٥	١٥٧	سهولة تضليل الرأي العام نظراً لسهولة نشر المعلومات المزيفة وصعوبة التحقق من مصداقيتها
٦	٠.٦٨	٢.٢٤	٥٥	١٨٤	١٥١	لا تخضع هذه الفيديوهات للرقابة مما يقلل من مصداقيتها
٧	٠.٧١	٢.٢٣	٦٤	١٧١	١٥٥	أكون رأي بناء على أسلوب العرض
٨	٠.٦٨	٢.٢١	٥٨	١٩٠	١٤٢	تعد مصدر من مصادر تزييف المعلومات ونشر الأكاذيب.
٩	٠.٧١	٢.٢٠	٦٧	١٧٨	١٤٥	انتهاك الخصوصية الشخصية وتشويه السمعة من خلال سهولة اختلاق أشخاص افتراضيين فائق الواقعية بسمات جسدية تشبه الحقيقية تماماً.
١٠	٠.٦٨	٢.١٥	٦٦	١٩٦	١٢٨	أقتنع بما أراه في هذه الفيديوهات من أحداث .
١١	٠.٦٥	٢.١٢	٦٢	٢١٨	١١٠	لا أثق في المعلومات التي تقدمها نظراً لأن تقنية الذكاء الاصطناعي تساهم في نشر معلومات غير صحيحة.

١٢	٠.٧٤	٢.١٠	٩١	١٦٩	١٣٠	أُتصرف بطريقة مشابهة لما تم عرضه في الفيديو.
١٣	٠.٧٢	٢.٠٩	٨٦	١٨٢	١٢٢	تساهم هذه الفيديوهات في نشر الخوف بين مشاهديها
١٤	٠.٧	٢.٠٦	٨٤	١٩٦	١١٠	هذه النوعية من الفيديوهات تنتهك الخصوصية وتشوه السمعة.
١٥	٠.٦٥	٢.٠٥	٧٢	٢٢٣	٩٥	أُثق في محتوى الفيديو المعروض باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
١٦	٠.٦٩	٢	٩٥	٢٠٠	٩٥	تساهم هذه النوعية من الفيديوهات في تضليل الرأي العام.
متوسط	٠.٦٨	٢.١٨				الإجمالي

يتضح من الجدول: أن تأثير الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في موقف عينة البحث نحو القضايا التي تطرحها تراوح ما بين (٢.٣٦: ٢)، حيث جاءت عبارة (صعوبة فرض رقابة عليها يساعد من تحقيق أهدافها السلبية مثل نشر الشائعات وتزييف الواقع) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (تساهم هذه النوعية من الفيديوهات في تضليل الرأي العام) في الترتيب الأخير. وتشير النتائج السابقة إلى ما يلي:-

- ارتفاع مؤشر تكوين الاتجاهات السلبية نحو الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مقابل تكوين الاتجاهات الإيجابية، وتتفق تلك النتيجة مع ما افترضته نظرية " الحتمية التكنولوجية " حيث أشارت إلى التخوف من أن تكنولوجيا وسائل الإعلام تشكل تهديدًا على الهوية الثقافية للمجتمعات، حيث تعد أداة للسيطرة على الشعوب الضعيفة والتحكم في آراء واتجاهات الأفراد، فهي تقوم بغزو حياة الفرد الشخصية وتفتيت العلاقات الاجتماعية الحقيقية في الواقع، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Ahmad, S.F., Han, H., Alam, M.M.& et al, ٢٠٢٣) والتي أظهرت أن التقنيات المستخدمة في نوعية برامج مثل (شات بوت) ، يمكن أن تساهم في اختراق الخصوصية وأمن بيانات المستخدم، كما قد تؤدي إلى شعور المستخدمين بالكسل وعدم القدرة على اتخاذ القرارات في القضايا الهامة، وذلك بسبب اعتمادهم على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التواصل معهم وأخذ آرائهم في المواقف التي يواجهونها.
- تُظهر النتائج المُدرجة في الترتيب (الثاني والثالث) دورًا إيجابيًا للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في توجيه الانتباه وتشكيل رأي إيجابي تجاه القضايا التي تخص الشباب، ومع ذلك فقدان الثقة الكاملة في المعلومات المُقدمة من خلال هذه الفيديوهات، كما أشارت نتائج الجدول رقم(٨)، ساهم بشكل كبير في غلبة الاتجاه السلبي على الاتجاه الإيجابي لدى المبحوثين تجاه القضايا التي تُعرضها هذه الفيديوهات.
- تتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات السابقة التي تباينت بين الدور الإيجابي لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، والذي تميز بسهولة الوصول وجذب الانتباه وسرعة نشر المعلومات، وبرز ذلك بشكل ملحوظ خلال أزمة كورونا، وبين الدراسات التي اتفقت على أن من أهم سلبيات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هو القدرة على تزييف الأخبار والمعلومات وعدم ذكر المصادر، مما أدى إلى انخفاض مستوى الثقة في المعلومات المقدمة حول القضايا الهامة.

ثانياً: نتائج اختبارات الفروض:

* التحقق من الفرض الأول:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي وبين تشكيل المعارف والاتجاهات لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر).

جدول (١٣) يوضح معاملات الارتباط بين معدل التعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي وبين تشكيل المعارف والاتجاهات لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة

كثافة التعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	٠.٠١	**٠.٢٨	تشكيل المعارف لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة
دال إحصائياً	٠.٠١	**٠.٩٨	تشكيل الاتجاهات لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي وبين تشكيل المعارف والاتجاهات لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر)؛ بمعنى أنه كلما زاد معدل التعرض المكثف للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي كلما ساهم ذلك في تشكيل المعارف والاتجاهات لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة تجاه قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر).

ويمكن تفسير نتيجة الفرض في ضوء النقاط التالية:-

- أن هذه النوعية من الفيديوهات تؤثر على المعرفة من خلال سهولة الوصول إلى المعلومات، يُسهّل الذكاء الاصطناعي الوصول إلى معلومات متنوعة عن طريق إنشاء محتوى يعتمد على تقنيات بحث متقدمة.
- تنظيم المعلومات: تساعد الفيديوهات على عرض المعلومات بشكل مُنظّم وواضح، مما يجعلها سهلة الفهم والاستيعاب بالإضافة إلى أن قد تقدم هذه الفيديوهات منظوراً جديداً على القضايا، مما يُوسّع من فهم الجمهور لها.
- يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لخلق مشاعر معينة لدى المبحوثين من خلال استخدام الموسيقى، والصور، والأصوات، وقد تُساعد هذه المشاعر على خلق ارتباط عاطفي مع القضية، مما يُزيد من احتمالية تذكر المعلومات وتغيير الاتجاهات.

- تتفق نتيجة الفرض مع نتائج الجدول رقم (١٠) والتي أشارت أن الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الترتيب الأول لمصادر معرفة الباحثين بقضيتي الدراسة وذلك بنسبة ٥٥.٩%.
- منطقية النتيجة فجميع الدراسات التي بحثت في العلاقة بين كثافة التعرض للوسيلة والأثار المترتبة عليها أكدت على وجود علاقة طردية بين المتغيرين مما يؤثر بشكل كبير على السلوك أو تشكيل الرأي العام أو تكوين المعارف والاتجاهات.
- تدل النتيجة السابقة على الدور الفعال الذي من الممكن أن تقوم به الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تشكيل المعارف والاتجاهات وأن حجم هذا الدور يتوقف على كثافة التعرض ، مما يؤكد على ضرورة الاستفادة من هذه التقنيات من خلال توظيفها بشكل إيجابي حتى يمكن رفع الوعي لدى الشباب الجامعي بالقضايا المتعلقة بهم.
- وطبقاً للنتائج السابقة تؤكد الباحثة على أن تأثير الفيديوهات على الباحثين يعتمد على مجموعة من العوامل، أهمها " جودة المحتوى، مصداقية المصدر، طريقة عرض المعلومات".

* التحقق من الفرض الثاني:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل الباحثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي ومعارفهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر).

جدول (١٤) يوضح معاملات الارتباط بين مستوى تفاعل الباحثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي ومعارفهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر)

معارفهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر)			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	٠.٠١	٠.٤٤**	مستوى تفاعل الباحثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل الباحثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي ومعارفهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر)؛ بمعنى أنه كلما زاد مستوى تفاعل الباحثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي كلما ساهم ذلك في زيادة معارفهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر).

وتتفق النتيجة السابقة مع نتائج دراسة (محمد مساوى، ٢٠٢٢) إلى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين تبني المؤسسات الإعلامية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي والفوائد المتحققة منها، ورصدت الدراسة أن من أهم الفوائد التي تنتج عن استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي هو قدرة أدوات الذكاء الاصطناعي في جذب الانتباه وتحقيق التأثير الذي تسعى المؤسسة إلى تحقيقه، كما تشير نتيجة الفرض إلى قبول المستخدمين للمحتوى المصور بتقنيات الذكاء الاصطناعي ويرجع ذلك كما أشارت نتائج الجدول رقم (١١) حيث أشار المبحوثين عينة الدراسة أن الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد في تكوين المفاهيم ورفع الوعي نحو قضيتي الدراسة.

وتشير النتائج السابقة أن الذكاء الاصطناعي قادر على تقديم المعلومات بطرق مبتكرة وجذابة، مما يشجع جمهور الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي على متابعة المحتوى واستيعاب المعلومات بشكل أفضل، وعلى الرغم من ذلك، فإن تجربة استخدام هذه النوعية من الفيديوهات تحتاج إلى تحسين مستوى التفاعلية معها، مثل تقديم اختبارات معرفة أو إتاحة الفرصة للنقاش ومشاركة الآراء.

* التحقق من الفرض الثالث:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل المبحوثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي واتجاهاتهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر).

جدول (١٥) يوضح معاملات الارتباط بين مستوى تفاعل المبحوثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي واتجاهاتهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر)

اتجاهاتهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر)			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	٠.٠١	**٠.٩٨	مستوى تفاعل المبحوثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي .

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل المبحوثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي واتجاهاتهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر)؛ بمعنى أنه كلما زاد مستوى تفاعل المبحوثين مع الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي كلما ساهم ذلك في تشكيل اتجاهاتهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر).

ويمكن تفسير نتيجة الفرض في ضوء النقاط التالية:-

- تتفق نتيجة الفرض مع نتيجة الفرض (الأول والثاني) وهو وجود العلاقة بين التعرض وبين مستوى التفاعل وتكوين المعارف .
- التأثير العاطفي: يُمكن للذكاء الاصطناعي أن يُستخدم لخلق مشاعر معينة في الجمهور، مما يُساهم في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا والموضوعات التي تعرضها الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- تتفق نتيجة الفرض مع نتائج الجدول رقم (١٢) والذي أشارت نتائجها إلى أن من أكثر اتجاهات المبحوثين نحو الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثلت في (المساعدة في توجيه الانتباه نحو القضايا التي تخص الشباب ، التشكيل الإيجابي للرأي العام نحو القضايا الهامة التي تطرحها) مما يدل على قدرة الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تشكيل الاتجاهات ولكن تتوقف هذه القدرة على مستوى التفاعل، كما تتفق نتيجة الفرض مع نتائج دراسة (Mustafa Abbas, ٢٠٢٣)، والتي أظهرت أن استخدام "الواقع المعزز" وهو أحد تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد الجمهور على تكوين اتجاهاتهم نحو الأفكار المطروحة مما أدى إلى ارتفاع مستوى الوعي والإدراك لديهم.
- تتفق نتيجة الفرض (الثاني والثالث) مع نتيجة الفرض الثاني لنظرية " الحتمية التكنولوجية" والذي أوضحت من خلاله أن الوسيلة هي الرسالة: أي أن طبيعة كل وسيلة وليس محتواها هو الأساس في تشكيل المجتمعات، حيث يعتبر لكل وسيلة جمهورها الخاص الذي يستفيد من ما تقدمه الوسيلة وخصائصها ومميزاتها، وقد ثبت ذلك من خلال الدور الذي تقوم به الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو القضايا التي تتعلق بهم.

* التحقق من الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى تشكيل الاتجاهات والمعارف نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر) وفق متغيرات (النوع، طبيعة الكلية، الجامعة، معدل التعرض).

أ) الفروق وفق النوع وطبيعة الكلية:

جدول (١٦) يوضح دلالة بين الشباب الجامعي الجامعات عينة الدراسة في مستوى تشكيل الاتجاهات والمعارف نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة ، والدعم النفسي ضد التنمر) (ن= ٣٩٠)

نوع الدلالة	قيمة (ت)	الإناث		الذكور		المتغيرات
		ع	م	ع	م	
—	٠.٠٧١-	٤.٢٩	٢٤.٧٥	٤.٧٩	٢٤.٧٢	تشكيل المعارف لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة
نوع الدلالة	قيمة (ت)	عملية		نظرية		

		ع	م	ع	م
لصالح الكليات العملية	٤.١٤-	٤.٢٦	٢٥.٣٥	٤.٧٥	٢٣.٣٤
نوع الدلالة	قيمة (ت)	الإناث		الذكور	
		ع	م	ع	م
—	٠.٥٤-	٥.٧٨	٣٥.٢١	٦.٨٨	٣٤.٨٥
نوع الدلالة	قيمة (ت)	عملية		نظرية	
		ع	م	ع	م
غير دال	١.٢٥-	٦.٦٤	٣٥.٣٢	٥.٣٤	٣٤.٤٥

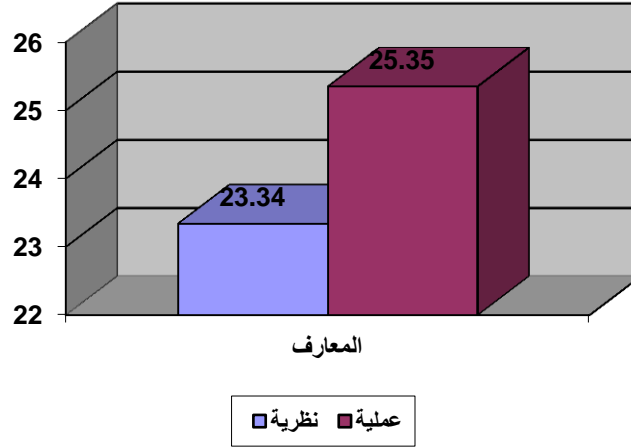
يتضح من الجدول السابق:

تحقق الفرض جزئياً؛ حيث ثبت وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى تشكيل المعارف نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر) وفق متغير طبيعة الكلية لصالح (الكليات العملية)، فيما لم يثبت وجود فروق وفق متغير النوع.

بينما لم يثبت وجود فروق دالة بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى تشكيل الاتجاهات نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر) وفق متغير (النوع وطبيعة الكلية)

ويمكن تفسير نتيجة الفرض في ضوء النقاط التالية:-

- أن طلاب الكليات العملية لا سيما المتعلقة بدراسة الجانب التكنولوجي والتي أجريت الدراسة الميدانية عليها قد يكونوا على معرفة أكثر بتقنيات الذكاء الاصطناعي من طلاب الكليات النظرية مما كان له أثر في تشكيل المعارف لديهم والتي تشير إلى المعلومات والمعرفة التي يكتسبها الفرد من خلال التعلم والتجربة.
- فيما يتعلق بعدم ثبوت صحة الفرض في وجود فروق بين متغير الاتجاه وطبيعة الكلية قد يرجع إلى أن الاتجاه يدخل في تكوين ميول الفرد ولا يحتاج إلى التجربة والحصول على مزيد من المعلومات.
- فيما يتعلق بعدم ثبوت صحة الفرض في تأثير متغير النوع على تشكيل معارف واتجاهات المبحوثين نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، الدعم النفسي ضد التنمر) أنها تعد قضايا مشتركة يتعرض لها كلاً من الذكور والإناث.



شكل (٤) يوضح الفروق بين عينة الدراسة في معدل تشكيل معارفهم نحو قضيتي العنف والدعم النفسي ضد التنمر

(ب) الفروق وفق الجامعة:

جدول (١٧) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى تشكيل الاتجاهات والمعارف نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر) وفق متغير (الجامعة)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
تشكيل المعارف	بين المجموعات	١٠٩.١٣٥	٢	٥٤.٥٦٧	٢.٧٠	غير دال
	داخل المجموعات	٧٨١٣.٢٢٤	٣٨٧	٢٠.١٨٩		
تشكيل الاتجاهات	بين المجموعات	٢٣٤.٣٢٤	٢	١١٧.١٦٢	٢.٩٩	غير دال
	داخل المجموعات	١٥١٣٤.٤٣٥	٣٨٧	٣٩.١٠٧		

يتضح من الجدول:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى تشكيل الاتجاهات والمعارف نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر) وفق متغير (الجامعة)

(ب) الفروق وفق مستوى التعرض:

جدول (١٨) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى تشكيل الاتجاهات والمعارف نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر) وفق متغير (مستوى التعرض)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
تشكيل المعارف	بين المجموعات	٥٧٤.٨٥٣	٢	٢٨٧.٤٢٦	**١٥.١٣	دال
	داخل المجموعات	٧٣٤٧.٥٠٦	٣٨٧	١٨.٩٨٦		
تشكيل الاتجاهات	بين المجموعات	٣٤.٥٦٥	٢	١٧.٢٨٢	٠.٤٣٦	غير دال
	داخل المجموعات	١٥٣٣٤.١٩٤	٣٨٧	٣٩.٦٢٣		

يتضح من الجدول:

تحقق الفرض جزئياً؛ حيث ثبت وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى تشكيل المعارف نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر) وفق متغير (مستوى التعرض).

فيما لم يثبت وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى تشكيل الاتجاهات نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر) وفق متغير (مستوى التعرض) ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير مستوى التعرض ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي مستوى تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hock - Scheffe).

جدول (١٩) يوضح نتائج اختبار (Post Hock- Scheffe)

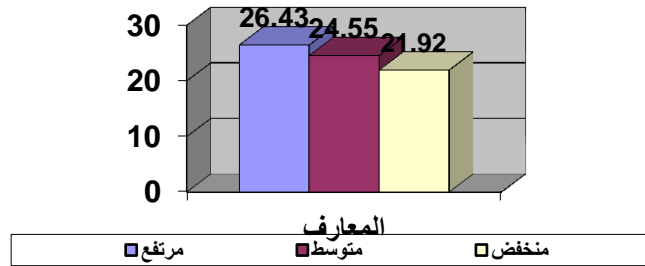
مستوى التعرض	المتوسط	مرتفع	متوسط	منخفض
مرتفع	26.43	_____	٢.٦٣-	٤.٥١-*
متوسط	24.55	_____	_____	١.٨٧٧-
منخفض	21.92	_____	_____	_____

(*) دالة عند مستوى (٠.٠٥).

وعقب تطبيق اختبار (Post Hock- Scheffe) اتضح ما يلي:

بالنظر إلى متوسطات مستويات التعرض سيتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى تشكيل معارفهم نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر) وفق متغير (مستوى التعرض)؛ لصالح ذوي مستوى التعرض

(المرتفع)؛ مما يعني أن الطلبة الأكثر تعرضاً هم الأكثر معرفة بقضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر).
وتتفق تلك النتيجة مع نتائج الفرض الأول والتي أظهرت أن كلما ازداد مستوى التعرض كلما ازداد تشكيل المعارف والاتجاهات نحو قضيتي الدراسة (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر) وهي نتيجة منطقية فزيادة التعرض تساهم في زيادة المعلومات وارتفاع مستوى المعرفة مما ينعكس على درجة تشكيل المعارف لدى المبحوثين عينة الدراسة.



شكل (٥) يوضح الفروق بين أفراد العينة وفق متغير مستوى التعرض

مناقشة النتائج:

- وجدت الدراسة علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر منصات الإعلام الرقمي وبين تشكيل المعارف والاتجاهات لدى الشباب الجامعي "عينة الدراسة" نحو قضيتي (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر).
- أظهرت النتائج وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التفاعل وبين تشكيل معارف واتجاهات المبحوثين نحو قضيتي الدراسة (العنف بين طلاب الجامعة، والدعم النفسي ضد التنمر) فكلما ارتفع مستوى التفاعل كلما ساعد في زيادة الحصول على المعلومات التي أثرت في زيادة مستوى تشكيل المعارف والاتجاهات.
- كشفت النتائج أن نسبة التعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة "متوسطة" بلغت ٦٦.٧% بين المبحوثين، بينما بلغت نسبة "ندرة التعرض" ٩.٧% أظهرت الدراسة أن "استخدام تقنيات حديثة وسهولة الحصول على المعلومات، بالإضافة إلى تنوع عوامل الجذب" هي الأسباب الرئيسية للتعرض لهذه الفيديوهات، وفيما يتعلق بالمنصات الرقمية، فقد تصدرت منصتا "الفيس بوك ويوتيوب" الترتيب كأكثر المنصات التي يتابع من خلالها المبحوثون الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهذا ما اتفقت عليه نتائج الدراسات السابقة التي أكدت على أن عوامل الجذب التي تتمتع بها مقاطع الفيديو المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي سواء كانت هذه المقاطع إخبارية أو ترفيهية أو تحمل المضامين السياسية تمثل عامل جذب لفئة عريضة من جمهور الإعلام الرقمي.

- أظهرت نتائج الدراسة أن ٥٥.٩% من المبحوثين اعتبروا الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات حول قضيتي "العنف بين طلاب الجامعة والدعم النفسي ضد التنمر"، حيث جاءت هذه الفيديوهات في المرتبة الأولى بين مصادر الحصول على المعلومات.
- أظهرت الدراسة أن التعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أسهم في تكوين معارف محددة لدى عينة الدراسة، فقد أدرك المشاركون دور هذه الفيديوهات في "المساعدة على تكوين المفاهيم وكونها أداة فعّالة للتوعية الطلابية حول القضايا الهامة"، وتظهر هذه النتيجة أهمية الوعي الرقمي لدى الشباب الجامعي الذين يعتمدون على فيديوهات الذكاء الاصطناعي للحصول على المعلومات، هذا الوعي ضروري لمساعدتهم على تشكيل اتجاهاتهم وأرائهم ومواجهة الرسائل السلبية التي تُبث عبر تلك الفيديوهات، لا سيما أن فئة الشباب تفتقر إلى القدرة على تمييز الرسائل المزيفة التي تُستخدم فيها تقنية "التزييف العميق" والتي يصعب اكتشافها عن الرسائل الصادقة، وهذا يُنذر بخطورة الفيديوهات المنتجة بأدوات الذكاء الاصطناعي.
- أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى أن العديد من مقاطع فيديو الذكاء الاصطناعي أُثبت لها تأثير سلبي على تشكيل اتجاهات الرأي العام، وخاصةً في الحملات الانتخابية، حيث تُستخدم لنشر الدعاية السياسية المزيفة لتحقيق أهداف ومصالح المرشحين، ويرجع هذا التأثير إلى عوامل الجذب والإقناع التي تُحملها الرسائل الإعلامية التي تُبث من خلال مقاطع الفيديوهات وصور الذكاء الاصطناعي عبر المنصات الرقمية.
- تباينت الاتجاهات التي تشكلت لدى عينة الدراسة ما بين الإيجابية والسلبية، أبرزت الاتجاهات الإيجابية "توجيه الاهتمام وتشكيل رأي عام إيجابي تجاه القضايا المهمة"، كأبرز نتائج التعرض لهذه الفيديوهات، وجاءت عبارة "نشر الشائعات وتزييف الواقع وتشكيل صورة ذهنية سلبية عن المجتمعات"، كأبرز الاتجاهات السلبية التي تكونت لدى عينة المبحوثين وذلك بسبب اعتمادها على تقنيات تُسهّل تزيف المعلومات وعدم ذكر مصدرها في كثير من الحالات، وتندر تلك النتيجة بالمخاطر المجتمعية الناجمة عن تعرض الشباب لمقاطع الفيديوهات المنتجة بواسطة استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي لا سيما خاصية "التزييف العميق" التي يصعب على مشاهديها التمييز بين الزيف والحقيقة مما يثير القلق المجتمعي تجاه المعلومات المضللة التي تنشرها حول القضايا المجتمعية الهامة.
- رصدت نتائج الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائية في تشكيل الاتجاهات بين المبحوثين وفقاً لمتغير "النوع وطبيعة الكلية وموقع الجامعة"، ومع ذلك لوحظت فروق دالة إحصائية في تشكيل الاتجاهات بين المبحوثين وفقاً لمتغير "طبيعة الكلية" وجاءت النتائج لصالح الكليات العملية، بينما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في تشكيل المعارف والاتجاهات وفقاً لمتغير "معدل التعرض"، وجاءت النتائج لصالح المجموعة التي تعرّضت كثيراً للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المنصات الرقمية، وربما يُعود ذلك إلى أن الكليات العملية تُركز على جوانب تطبيقية وتُتيح فرصاً أكبر لتطبيق المعرفة في سياق عملي مما

يساعد مستخدمي فيديوهات الذكاء الاصطناعي على التفكير النقدي في الرسائل التي تبث من خلالها.

التوصيات:

- تفعيل دور وسائل الإعلام التقليدية في مواجهة المخاطر الناجمة عن التعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال إعداد برامج توعوية مثل " برامج توضح آليات عمل تقنيات الذكاء الاصطناعي وكيفية تزييف المعلومات، برامج تشرح كيفية تمييز المعلومات الحقيقية من المزيفة، برامج تناقش دور وسائل الإعلام في نشر الوعي ومكافحة المعلومات المضللة.
- وضع إستراتيجيات لمحاربة انتشار المعلومات المضللة والشائعات، وتشجيع الجمهور على التفكير الناقد قبل قبول أي معلومات يتم نشرها من خلال الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر جميع المنصات الرقمية.
- توقيع بروتوكولات تعاون بين المؤسسات الإعلامية المنتجة لفيديوهات تعمل بالذكاء الاصطناعي والجامعات المصرية بهدف تدريب الشباب على التمييز بين المعلومات المزيفة والصادقة، وتزويدهم بالمهارات اللازمة لتحليل المعلومات وكشف المصادر غير موثوقة، وتوعيتهم بمخاطر الرسائل السلبية التي قد تُبث من خلالها.

حدود الدراسة والبحوث المستقبلية:

- تتناول هذه الدراسة علاقة الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو قضيتي "العنف بين طلاب الجامعة والدعم النفسي ضد التنمر"، وتُعتبر هذه الدراسة محدودة، حيث اعتمدت على عينة غير احتمالية من الشباب الجامعي ممن يتعرضون للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والتي انتشرت عبر المنصات الرقمية لا سيما منصتي "الفييس بوك واليوتيوب" كما أشارت إليها نتائج الدراسة، لذلك لا يمكن تعميم هذه النتائج على مجتمع الشباب بصفة عامة والشباب الجامعي بصفة خاصة، لذلك توصي الباحثة بضرورة إجراء بحوث تجريبية على الشباب الجامعي أوقات إثارة القضايا المجتمعية الهامة لمعرفة مدى تأثير تعرضهم لتلك الفيديوهات على تكوين اتجاهاتهم ومعارفهم وسلوكهم للبحث في كيفية الاستفادة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بما يخدم الأهداف المجتمعية وتصحيح المفاهيم المغلوطة التي من الممكن تكوينها نتيجة المعلومات المضللة التي يتم نشرها باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وهذا ما أشارت إليه نتائج الدراسات السابقة من إمكانية توظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تزييف الأخبار وتضليل الرأي العام نحو القضايا الهامة.
- ضرورة إعداد دراسات تحليل محتوى الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي عبر المنصات الرقمية، تهدف هذه الدراسات إلى تحديد الرسائل التي تُروج للأكاذيب وتُضلل الرأي العام، وذلك لمواجهتها بشكل فعال عبر وسائل الإعلام التقليدية.
- إجراء دراسات باستخدام أساليب بحثية متنوعة مثل المقابلات الفردية ومجموعات النقاش المركزة لمعرفة تأثير الفيديوهات على المدى البعيد، بما في ذلك كيفية تغيير المعارف والاتجاهات بعد مرور فترة زمنية.

المراجع:

- 1- Choon-Sig Lee, "Exploring Technological Determinism in Technology Philosophy", the Korean Association of Practical Arts **Education**, Vol. 35, Iss. 3, pp. 57-72, 2022. Retrieved from: <https://scholar.kyobobook.co.kr>
- 2- Yuniar, A. D. and Hasanah, F. "Determinism Technology in Smart Village: Structuration and Construction Socio- Techno in Osing Culture, Banyuwangi Indonesia," 2021 2nd International Conference on ICT for Rural Development (IC-ICTRuDev), Jogjakarta, Indonesia, pp. 1-6, 2021. Retrieved from: <https://doi: 10.1109/IC-ICTRuDev50538.2021.9656516>.
- 3- McLuhan, M., Fiore, Q. and Agel, J. *The Medium is the Massage*, (New Ed. Hamburg: Gingko Press, 2001), ISBN: 978-1584230700 Retrieved from: <https://www.abebooks.co.uk>
- 4- Howcroft, D. and Taylor, P., "Automation and the future of work: A social Shaping of technology approach", In **New Technology, Work and Employment**, 1st ed., New York: Brian Towers (BRITOW) and John Wiley & Sons Ltd, 3, 2021). Retrieved from: <https://strathprints.strath.ac.uk>
- 5- Dafoe, Allan. "On Technological Determinism: A typology, Scope Conditions, and a mechanism", **Science Technology & Human Values**, Vol. 40, No. 6, pp. 1047-1076, 2015. Retrieved from: <https://www.jstor.org>
- 6- Hauer, T., "Technological Determinism and New Media", **International Journal of English Literature and Social Sciences**, Vol. 2, Issue. 2, Apr. pp. 1-53, 2017 Retrieved from: <https://www.neliti.com>
- 7- M. Mc Luhan, W. T. Gordon, E. Lamberti and D. Scheffel-Dunand, "the Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man" , **University of Toronto Press**, 2011. Retrieved from: <https://books.google.com>
- 8- Iulia Ruxandra Ticau, & Shahrazad Hadad, "Technological Determinism vs. Social Shaping of Technology: The Influence of Activity Trackers on User's Attitudes", **Management Dynamics in the Knowledge Economy**, Vol.9, No. 2, .pp.147-163, 2022. Retrieved from: <https://www.researchgate.net>
- 9- Alexander S. Gillis, "The impact of AI on social media ", on line paper, 2023, Retrieved from: www.techtarget.com
- 10- Arunkumar Tamilarasu, "The impact of digital technology, social media, and Artificial intelligence on Cognitive Functions: a review", **Learning and Cognitive Development**, Vol.2, 2023. Retrieved from: <https://doi.org/10.3389/fcogn.2023.1203077>
- ١١- دعاء فتحى سالم، فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي فى مواقع التواصل الاجتماعى من وجهة نظر طلاب الإعلام التربوى: الفيس بوك نموذجاً، بحث منشور فى: المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد ٢٠، العدد ٣، الجزء الأول، يوليو، ٢٠٢١، ١-٦١. متاح على موقع: <https://search.mandumah.com>
- 12- Matthew N. O. Sadiku, Tolulope J. Ashaolu, and others, " Intelligence in Social Media, International Journal of Scientific Advances", vol. 2, issue.1, January, 2021. Retrieved from: <https://www.researchgate.net>

١٣- إيمان عبد الرحيم، توظيف المؤسسات الصحفية لتقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في أوقات الأزمات: كورونا نموذجاً، بحث منشور في: المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٢٤، يوليو ٢٠٢٢، ص ص ٤٩-٩٤. متاح على موقع:

<https://sjsj.journals.ekb.eg>

14- Bechmann, A., & Bowker, G. C, “Unsupervised by any other name: Hidden layers of knowledge production in artificial intelligence on social media”, **Big Data & Society**, Vol.6, No.1, January-Jun, pp1-11, 2019. Retrieved from: <https://doi.org/10.1177/2053951718819569>

15- Vimala Nunavath& Morten Goodwin, “The Role of Artificial Intelligence in Social Media Big data Analytics for Disaster Management -Initial Results of a Systematic Literature Review” , Publisher: IEEE.**Published in: 2018 5th International Conference on Information and Communication Technologies for Disaster Management (ICT-DM)**. Retrieved from: <https://www.researchgate.net>

16- Yo-Ping Huang, Li-Jen Kao, Using Sentiment Analysis to Determine Users' Likes on Twitter, Publisher: IEEE. Published in: 29 October 2018 IEEE Conferenceon. Retrieved from: <https://www.researchgate.net>

١٧- مصطفى عباس، توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني، بحث منشور في: مجلة آداب المستنصرية، الجامعة المستنصرية، كلية الآداب، قسم الإعلام، بغداد، ٢٠٢٣، ص ص ٥٨١-٦٠١.

<https://amm.uomustansiriyah.edu.iq>

18- Pejman saefghe, "Augmenting Television with Augmented Reality", **international Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video**, Retrieved from: <https://www.researchgate.net>

19- Mustafa Abbas Mohammed, the Effect of Employing Augmented Reality Technology in Developing the Awareness of Those Exposed to Television, Journal of Al-Farahidi's Arts, 2023, Volume. 15, Issue. 55-2, Pages, 222-234, Retrieved from. <https://www.iasj.net>

20- John V. Pavlik, “Drones, Augment Reality and Virtual Reality Journalism: Mapping Their Role in Immersive News Content”, **Media and Communication**, 2023, pp 137- 146. Retrieved from: <https://www.researchgate.net>

21- Muhammad Hashim Khan, the Impact of AI on the Media Industry. **MA, Dissertation**, Uppsala University Department of Informatics and Media, 2023. Retrieved from: <https://uu.diva-portal.org>

22- عائض مرزوق الحربي، توظيف تقنية الذكاء الاصطناعي في بيئة الإنتاج التلفزيوني: دراسة وصفية تطبيقية على عينة من العاملين بالقنوات الفضائية العربية، بحث منشور في مجلة علوم الاتصال، جامعة أم درمان الإسلامية كلية الإعلام، مج ٨، ع ١، ٢٠٢٣، ١-٦٧. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

٢٣- مى مصطفى، تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: الواقع والتطورات المستقبلية: دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية، بحث منشور في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع ٨١، ديسمبر ٢٠٢٢، ص ص ١-٧٤. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

٢٤- محمد مساوى، رؤية مستقبلية: دور استراتيجيات الاتصالية في صناعة المحتوى الإعلامي في ضوء تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي، بحث منشور في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة - كلية الإعلام، ع ٧٨، ٢٠٢٢ مارس، ص ص ٦٥٩-٧٢١. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

25- Ibukun Oyedokun, Effects of adopting Artificial Intelligence Presenters in Broadcasting on Audience Perception and Gratification of Broadcast Content, August 2023, Retrieved from: DOI:10.13140/RG.2.2.32818.99529

26- Nader, K., Toprac, P., Scott, S. et al, "Public understanding of artificial intelligence through entertainment media", **AI & Soc**, vol.39, pp.713–726, 2022. Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov>.

٢٧- نسمة محمد خضر، تقييم النخبة المصرية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ورؤيتهم لمستقبلها في إبداع المحتوى: دراسة وصفية استكشافية، بحث منشور في: مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراته، كلية الفنون والإعلام، عدد ١٤، ديسمبر، ٢٠٢٢، ص ص ٢٥٥-٣١٠. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

28- Chao Xu1, Lin Wu2, The Application of Artificial Intelligence Technology in Ideological and Political Education, international Journal of Advanced Computer Science and Applications ,Vol. 15, No. 1, 2024. Retrieved from: <https://thesai.org>

29- Chan-Olmsted, S.M., A Review of Artificial Intelligence Adoptions in the Media Industry, **International Journal on Media Management**, vol.21, No.4, pp.193–215, 2019. Retrieved from: DOI: [10.1080/14241277.2019.1695619](https://doi.org/10.1080/14241277.2019.1695619)

٣٠- فاطمة شعبان أبو الحسن، اتجاهات دارسى وممارسى الإعلام إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، بحث منشور في: المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع ٤٢، سبتمبر ٢٠٢٣، ص ص ٤١-٨٣. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

٣١- أحمد حسن السمان، اتجاهات الصحفيين في وكالات الأنباء نحو واقع ومستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وكالة أنباء الشرق الأوسط دراسة حالة في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا التفاعلية، بحث منشور في: مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، عدد ٤٠، ٢٠٢٢، سبتمبر، ص ص ٣١٧-٣٧٣. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

٣٢- رانيا محمود الكيلانى، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أفلام شبكة نيتفليكس Netflix دراسة تحليلية في ضوء مدخل حروب الجيل الخامس، بحث منشور في: مجلة كلية الآداب، جامعة الفيوم، ٢٠٢١، مجلد ١، عدد ١٣، ٢٢٦٤-٢٣١٨. متاح على موقع:

<https://journals.ekb.eg>

٣٣- ماجدة سليمان، اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، بحث منشور في: المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، عدد ٢٥، ٢٠٢٣، ص ١-٦٦. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

٣٤- أحمد على الزهراني، تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، بحث منشور في: المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مجلد ٥، عدد ١، يونيو ٢٠٢٢، ص ٣٩-١٥. متاح على موقع:

<https://theses-algerie.com>

٣٥- محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، تبني المؤسسات الصحفية المصرية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية، بحث منشور في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد ٢٠، ع ٣، ج ٢، ٢٠٢١، يوليو، ص ١-٦٨. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

36- Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. Automation, journalism, and human-machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news, **Digital Journalism**, Vol. 7, No.4, pp.409-427, 2019 Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.157714>

37- unoriyarwa, A., Chiumbu, S., & Motsaathebe, G. , Artificial Intelligence Practices in Everyday News Production: The Case of South Africa's Mainstream Newsrooms, **Journalism Practice**, pp. 1-19,2021. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com>

٣٩- أيمن محمد إبراهيم بريك، اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية المصرية والسعودية، بحث منشور في: مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مج ٢، ع ٥٣، ص ٤٤٨-٥٢٦. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

٤٠- محمد جمال بدوي، آليات تطبيق صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، بحث منشور في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد ٧٥، ٢٠٢١، ص ٤٧-١٢٠. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

41- Musa, A., & Al-Fattah, M. , “ Attitudes of journalists and Leaders Towards Employing Artificial Intelligence Techniques in Newsrooms in Egyptian Press institutions, **Egyptian Journal of Public Opinion Research**, vol.19, No.1, pp. 1-60,2021. Retrieved from: <https://joa.journals.ekb.eg>

٤٢- سحر عبد المنعم محمود الخولي، اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي، بحث منشور في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد ٧٢، ٢٠٢٠، ص ١٠١-١٧٣. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

43- Mathias-Felipe de-Lima-Santos, Wilson Ceron, Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook, **journalism and media**, 2022, pp 13-26, Retrieved from: <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010002>

44- عمرو محمد عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيتها لدى الجمهور المصري، بحث منشور في: مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٥، المجلد ٥، ٢٠٢٠، ص ٢٧٩٧-٢٨٦٠. متاح على موقع:

<https://search.mandumah.com>

45- Lee, Sangwon, et al. "Predicting AI News Credibility: Communicative or Social Capital or Both?" **Communication Studies**, vol.71, No.2, 2020, pp.1-20. Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/10510974.2020.1779769>

- 46- Garcia, R., & Brown S., “Customize Recommendations Through Advanced AI Analysis In Social Sciences.” **Future Trends In Human Studies**, Vol. 27, no. (4), pp. 112-130, 2021. Retrieved from:
- 47- Johnson, M., & Smith, A, “The Integration of Artificial Intelligence in Social Data Analysis.” **Journal of Social Sciences and Technology**, Vol.18.No.2, pp, 54-62, 2022. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102383>
- 48- Suarez, F,” Artificial Intelligence and Its Impact on Social Behavior: A Scoping Review”, **Journal of Praxis Pedagogical**, Vol. 23, No. (35), pp. 5–23. 2023. Retrieved from: <https://doi.org/10.26620/uniminuto.praxis.23.35.202>
- 49- M. Benvenuti & Et Al, “Artificial Intelligence and Human Behavioral Development: A Perspective on New Skills and Competences Acquisition for the Educational Context”, **Journal of Computers in Human Behavior**, Vol. 148, Pp. 1-7, 2023. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/J.chb.2023.107903>
- 50- Manoj Kumar Mishra, & et al, “Impact of Artificial Intelligence on Human Behavior & Well-Being- An Empirical Analysis”, **Journal of Propulsion Technology**, Vol. 44 No. 3, pp, 1393-1400, 2023. Retrieved from: <https://www.propulsiontechjournal.com>
- 51- Ahmad, S.F., Han, H., Alam, M.M.& et al, “ Impact of Artificial Intelligence on Human Loss In Decision Making, Laziness And Safety In Education” , **Journal of Humanities & Social Sciences Communications**, Vol. 311, No.10, pp.3-2, 2023. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01787-8>