

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي :

### التحديات والمخاطر

د.رانيا محمد عبد المقصود محمد

مدرس علم الاجتماع  
كلية الآداب – جامعة المنصورة

### الملخص :

لقد بدأ اختراق تطبيقات الذكاء الاصطناعي لأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ينتشر مع زيادة الإعلانات والمنشورات التي تقترحها المنصات الإلكترونية عند تسجيل الدخول إليها أو أثناء تفاعل المستخدمين بداخلها ، كما يبدو أيضًا من خلال إرسال تلك المنصات رسائل إلى البريد الإلكتروني الخاص بهؤلاء المستخدمين ، حيث تحتوي على موضوعات تخص اهتماماتهم ، أو موضوعات يبحثون عنها ، ومن هذا المنطلق هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الذكاء الاصطناعي بوصفها موجه لسلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، و ذلك في ضوء التحديات التي تواجه أصحاب المنصات الإلكترونية عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، و المخاطر الناجمة عن توجيه سلوك مستخدمي تلك المنصات من خلال الذكاء الاصطناعي ، وقد طبقت الدراسة على (٤٠٠ مبحوث) من مرتادي صفحات التواصل الاجتماعي، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واستمارة استبيان إلكترونية ، وحاولت الدراسة في تحليلها وتفسيرها لقضاياها النظرية الاستعانة بنظريتين هما: (نظرية الواقع الافتراضي (الواقعية الفائقة) لجان بودريار ، ونظرية انتشار المبتكرات أو الأفكار المستحدثة).

---

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج حول موضوعها الرئيس ، منها  
يتعلق بتأثيرات استخدام الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي حيث  
تبين أن جذب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي للتعبير عن آرائهم ، بالتعليق  
على المنشورات التي تقترحها المنصات الإلكترونية بالعبارات ، أو بالإيموجي ، وعدم  
اكتفائهم بالإعجاب أو عدم الإعجاب بها هو من أهم مظاهر تداعيات تطبيقات الذكاء  
الاصطناعي على توجيه سلوكيات مستخدمي المنصات الإلكترونية ، وتفاعلاتهم .  
**الكلمات الدالة:** الذكاء الاصطناعي - منصات التواصل الاجتماعي - التحديات -  
المخاطر.

## **The Role of the Artificial Intelligence in the Behaviors of Social Media Users, Challenges and Risks**

Prepared by Dr. /

**Rania Mohamed Abdel El-Maksoud**

Lecturer in Department of Sociology

Faculty of Arts – Mansoura University

### **The Abstract: -**

That the penetration of artificial intelligence applications for the ideas of social media users has begun to spread with the increase in advertisements and publications that suggested by the electronic platforms that suggested upon logging to it or within the interaction in it. That also appears through sending messages to the e-mails of these users by such platforms as it contains topics related to their interests or topics that they are searching for.

From this point, the study aims to reveal the role of the artificial intelligence as a guide for the behaviors of users of social media platforms in the light of the challenges which face the owners of electronic platforms upon using the artificial intelligence applications as well as the risks resulting from guiding the behavior of users of those platforms through artificial intelligence.

The study had been applied on (400 respondents) from the users of social media pages. The study has used the descriptive analytical method and an electronic questionnaire. In its analysis and interpretation for the theoretical issues, the study tried to use two theories and they are (the theory of virtual reality (hyper-

realism) by Jean Baudrillard and the theory of the spread of innovations or new ideas).

The study had concluded to a set of results around its main topic including the effects of using artificial intelligence within social media platforms. It had shown that attracting the users of social media platforms to express their opinions through commenting on posts suggested by electronic platforms with phrases or emojis and not being satisfied with liking or disliking is one of the most important characteristics of the repercussions of artificial intelligence applications on guiding the behaviors of users of electronic platforms and their interactions.

**Key Words:** - artificial intelligence - social media platforms - challenges - risks.

#### مقدمة :

يعد الذكاء الاصطناعي أحد أهم التقنيات التي تؤثر في طريقة تفاعل المستخدمين مع منصات التواصل الاجتماعي، حيث يقوم بتحليل البيانات والمحتوى الذي ينشره المستخدمين أو الذي يتفاعلون معه؛ لكي يقدم لهم محتوى مخصص ومناسب لاهتماماتهم وآرائهم؛ حتى يجذب انتباههم ويوجه سلوكياتهم إلى المنشورات المقترحة التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي، والتي تحتوي على موضوعات جديدة ومبتكرة تخص اهتماماتهم وثقافتهم، كما يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة نشر المحتوى وأمانه على منصات التواصل الاجتماعي من خلال تطبيقاته التي تتمكن من الكشف عن المحتوى المضلل أو المخالف أو المسيء، وإزالته أو حظره بعد إبلاغ المستخدمين عنه ومن أهم تلك التطبيقات (تطبيق التعلم

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي الآلي ، وتطبيق الشبكات العصبية ، وتطبيق التوليد التلقائي للنصوص) حيث تسمح هذه التطبيقات بإنتاج نصوص، أو صور، أو فيديو، أو أصوات تبدو كأنها من إنشاء بشر، كما تستطيع جذب انتباه المستخدمين بطرق طبيعية وذكية.

ومن ثم يعتمد أصحاب منصات التواصل الاجتماعي على الذكاء الاصطناعي في تصفية الملايين من منشورات المستخدمين التي تشمل النصوص المكتوبة والصور والفيديوهات والأصوات؛ لتحسين الخدمات التي تقدمها المنصات الإلكترونية لزيادة جذب المستخدمين إلى محتوى مخصص لهم يلائم اهتماماتهم وتفاعلاتهم اليومية، ويلبي احتياجاتهم من خلال نشر الإعلانات، والفيديوهات، والصور، والرسائل، والإشعارات الإلكترونية التي تحرك مشاعرهم وتوجه سلوكياتهم، وذلك أدى بدوره إلى أن يتوجه الذكاء الاصطناعي إلى سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي من خلال قراءة أفكارهم ومشاعرهم وتحليلها ، تلك الأفكار والمشاعر التي تتضح عبر عمليات البحث الإلكتروني التي يقومون بها ؛ بحثاً عن المحتوى الإلكتروني المفضل لهم داخل المنصات الإلكترونية.

وفي هذا الصدد أشارت "نظرية انتشار المبتكرات أو الأفكار المستحدثة" - وهي إحدى نظريتي البحث - إلى أنه بسبب التقدم التكنولوجي أصبحت الحاجة إلى الابتكار ملحة في صناعة الوسائل الاتصالية ، والتي تتطلب بالضرورة مهارات تقنية عالية يمكن من خلالها نشر الابتكارات والأفكار المستحدثة لمختلف المستخدمين ، وفي أي وقت وفي أي مكان.

لذلك يمكن القول بأن الدور الذي يقوم به الذكاء الاصطناعي في تحويل سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي هو سلاح ذو حدين ، حيث إنه على الرغم من قيامه بتقديم فرص كبيرة لزيادة قيمة هذه المنصات وفائدتها لمستخدميها ومطوريهها ، إلا أنه قد ينتج عن استخدامه تحديات ومخاطر تؤثر بالسلب في خصوصية مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وأمانهم وحريتهم لذلك لا بد من استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مسئول وأخلاقي، وبالتزامن مع ضوابط قانونية وأخلاقية تحفظ حقوق المستخدمين ومصالحهم.

ويتضح مما سبق أن الذكاء الاصطناعي هو مجموعة من التطبيقات والخوارزميات التي تتسم بخصائص إلكترونية ، تمكنها من محاكاة القدرات الذهنية البشرية ، والقيام بأنماط عملها المتنوعة ، مثل (قدرة التفكير، وقدرة التعلم، وقدرة التخطيط، وقدرة التحليل) بالإضافة إلى محاكاته للسلوكيات البشرية وتوجيهها ، ومساعدة مستخدمي المنصات الإلكترونية على التغلب على هذه المشكلات والقيام باختيارات لحلها، ومن ثم يتمكن الذكاء الاصطناعي من خلال تطبيقاته من التحكم في سلوكيات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي داخل واقعهم الافتراضي وواقعهم الحقيقي ، إنه أحياناً ما يصعب على هؤلاء المستخدمين فصل الواقعين حيث يحدث خلط بينهما أثناء تفاعلهم مع المنشورات الإلكترونية، ومحاولتهم لتطبيق الآراء والسلوكيات التي تنشرها داخل الحياة اليومية ، وذلك ما أشارت إليه نظرية " الواقع الافتراضي (الواقعية الفائقة) لجان بودريار" - وهي إحدى نظريتي البحث - حيث

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي أكدت أن (الواقعية الفائقة) تعبر عما نتج عن توسع وسائل الاتصال الإلكترونية التي تمكنت من مواكبة الواقع ، و حدوث المزج بين الافتراضى والواقعى.

وذلك يتطلب وضع تصور مقترح لعدد من الإجراءات عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي ؛ كي لا يحدث خلط بين الواقع الحقيقي والواقع الافتراضى ، وذلك من خلال تنظيم هذه المنصات نفسها بنفسها عند استخدام خوارزميات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته كما أن تلك الإجراءات تساعد المستخدمين فى حماية حساباتهم الشخصية من الاختراق والمنشورات غير الأخلاقية التي تغزو مواقع التواصل الاجتماعي.

#### ١- أهمية البحث: تنقسم أهمية البحث إلى قسمين، هما:

أ- الأهمية النظرية: تكمن الأهمية النظرية للبحث فى التركيز على التداعيات الناتجة عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ، والتي بدورها تؤثر فى سلوكيات مستخدمى تلك المنصات ؛ لقدرة تلك التطبيقات على تغيير أساليب تفاعلات مستخدمى منصات التواصل الاجتماعي داخل مجتمعهم الواقعي والافتراضي ، حيث أشارت عديد من الدراسات العلمية إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي لها قدرة على التأثير فى سلوكيات مستخدميها، سواء بصورة إيجابية أو سلبية بناءً على تحليل بياناتهم ومنشوراتهم ، ومن ثم إرشادهم إلى قرارات تتفق مع اهتمامهم وأفكارهم ، لذلك تكمن أهمية استخدام منصات التواصل الاجتماعي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي فى أنها تسهل على مستخدمى تلك المنصات الحصول على المعلومات التي يحتاجونها، من خلال اعتماد تلك التطبيقات

على خوارزميات متقدمة لتحليل البيانات والنصوص والصور والأصوات التي ينشرها المستخدمون عبر صفحاتهم الشخصية الإلكترونية .

كما يسعى البحث إلى تقديم معارف جديدة عن المخاطر الناتجة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات الإلكترونية والتحديات التي تواجهه، بالإضافة إلى اقتراح بعض الإجراءات التي يمكن أن تساعد في الحد من تلك المخاطر ومواجهة تلك التحديات، تحاول الدراسة أن تقدم إسهامًا علميًا قد يثرى مجال العلوم الاجتماعية وعلوم الحاسوب التي ركزت أغلب الدراسات السابقة التي تناولتها على توضيح كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين خدمات المستخدمين وتجاربهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، هذا فضلاً عن إسهامها المعرفي في توثيق الظاهرة موضوع الدراسة، والمعنية بتأثير الذكاء الاصطناعي في قرارات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وتوجيه سلوكياتهم.

**ب- الأهمية التطبيقية :** تتمثل الأهمية التطبيقية في إمكانية الاستفادة مما سوف تتوصل إليه الدراسة من نتائج التحليل الكمي والكيفي للظاهرة محل الدراسة، وتركيزها على أهمية دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي، وتأثيره في سلوكيات مستخدمي تلك المنصات وقراراتهم بتطبيق إستمارة إلكترونية على عينة عشوائية بسيطة من مرتادي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث إن أغلب الدراسات السابقة اعتمدت على تحليل منشورات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي لتوضيح مدى ملائمتها للمستخدمين وتوافقها مع رغباتهم واحتياجاتهم، وكذلك توضح الدراسة تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في سلوكياتهم وقراراتهم في

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
اكتشاف السلوكيات الإنسانية داخل منصات التواصل الاجتماعي وتفسيرها ومعالجتها  
،ومحاكاتها من خلال استخدام استراتيجيات التلاعب أو التحفيز أو التعاطف التي  
بدورها تخترق أفكار مستخدمي تلك المنصات، ومن ثم تنعكس على تفاعلاتهم  
وتواصلهم اليومي.

كما أن الدراسة الحالية ربما تسهم في فتح مجالات بحثية جديدة أو تكون  
منطلقاً لها ، بحيث تعكس في النهاية المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها  
المستخدمين نتيجة لاختراق تطبيقات الذكاء الاصطناعي لبياناتهم الشخصية  
وتفاعلاتهم السابقة ، وتحليلها لنشر محتوى إلكتروني يلبي اهتماماتهم وتفضيلاتهم،  
من هذا المنطلق سوف تسعى الدراسة لوضع تصور مقترح للإجراءات التي تحد من  
اختراق الذكاء الاصطناعي لأفكار مستخدمي المنصات الإلكترونية ، وتوجيه  
سلوكياتهم إلى عادات وتقاليدهم لانتفق مع قناعاتهم وآرائهم.

## ٢- مشكلة البحث:

لقد صاحب التطور التكنولوجي الواقع استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير  
الأنظمة والبرامج والوسائل الإلكترونية القادرة على محاكاة القدرات البشرية في كثير  
من مجالات الحياة اليومية، ومن أهم تلك الوسائل الإلكترونية التي أصبحت تعتمد  
على الذكاء الاصطناعي منصات التواصل الاجتماعي ، التي يستخدمها معظم فئات  
المجتمع باختلاف طبقاتهم وأعمارهم ، حيث ساعدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي  
مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في توفير الوقت ، وزيادة مشاركتهم على  
منصات التواصل الاجتماعي ؛ ومن أمثلة تلك التطبيقات تطبيقات الكتابة والنشر

---

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

الآلى مثل " Owl Writer AI " ، وتطبيقات إنشاء الصور مثل "Midjourney" ، وروبوتات المحادثة مثل " Chatbot " ، و ChatGPT الذي يتيح كتابة منشورات لهذه المنصات والتواصل مع مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي . (توظيف الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي، ٢٠٢٣)

كما يستفيد كذلك مسؤولو ومطورو منصات التواصل الاجتماعي من الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته فى تحليل البيانات ، والنصوص، والصور ، والأصوات وغيرها من المدخلات التى يضيفها مستخدمى منصات التواصل الاجتماعي عبر صفحاتهم الشخصية ، ومن ثم يتمكن مسؤولو المنصات الإلكترونية من توجيه تفضيلات المستخدمين وسلوكياتهم ، وذلك ما أوضحته عديد من الدراسات السابقة التى توصلت إلى أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي تقوم بدور رئيس فى تحديد المحتوى المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتوجيهه ومن أمثلة تلك الدراسات دراسة (كريكط، عائشة؛، ٢٠٢٢) ،ومن ثم تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي المطورين تقديم منشورات تتضمن خدمات ومنتجات مفيدة ومناسبة لمستخدميها .

ويمتلك الذكاء الاصطناعي القدرة على القيام بعديد من المهام الشاقة المتعلقة بإدارة منصات التواصل الاجتماعي ،مثل (الفيسبوك ،التويتر ،الانستجرام ،لينكدإن)؛ حيث يمكنه القيام بمراقبة منصات التواصل الاجتماعي على نطاق واسع ، ومن ثم بدأ سوق "الذكاء الاصطناعي ينمو من خلال منصات التواصل الاجتماعي" ،حيث كان يبلغ ٦٣٣ مليون دولار فى ٢٠١٨ إلى أن وصل إلى أكثر من ٢.١ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٣ ،ومن المتوقع أن يصل إلى ١٥ تريليون دولار بحلول عام ٢٠٣٠

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ،وفقاً لتقديرات أسواق الاستثمار في الذكاء الاصطناعي التي أشار إليها المتحدثون ،ضمن أعمال القمة العالمية للذكاء الاصطناعي . (وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ، ب.ت)

لذلك ظهرت عديد من المخاطر التي أثرت في سلوكيات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بسبب أن مسؤولي تلك المنصات أصبحوا يواجهون سلوكيات هؤلاء المستخدمين إلى سلوكيات غير مرغوبة مثل (الإدمان أو التطرف أو الانحراف) من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي ،وذلك نتج عنه عديد من التحديات التي تعوق المطورين والمسؤولين عن تلك المنصات عن استخدام الذكاء الاصطناعي بحرية تامة ، ومن ثم وضعت الإجراءات الإلكترونية الوقائية التي تضمن استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل أخلاقي وآمن ؛ لحماية مستخدمي تلك المنصات من مخاطر الاستخدامات السيئة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ، وانعكاستها على قراراتهم وآرائهم.

من هذا المنطلق تدور مشكلة البحث حول محاولة إلقاء الضوء على تأثير الذكاء الاصطناعي في سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وتوضيح كيفية استخدام الخوارزميات الذكية والتقنيات التكنولوجية في توجيه سلوك مستخدمي المنصات الإلكترونية ، وذلك من خلال المحتوى الذي تقترحه تلك المنصات عليهم، والذي يلائم احتياجاتهم ، ويتفق مع أفكارهم، لذلك يتم تسليط الضوء على التحديات الناتجة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هذا السياق ،مثل(انتهاك الخصوصية، والتحكم في المعلومات الشخصية للمستخدمين، وقراءة أفكارهم ، وتوجيه سلوكياتهم إلى سلوكيات غير مرغوب فيها) ، بالإضافة إلى توضيح المخاطر

---

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

المرتبطة بالتأثيرات الاجتماعية والنفسية المحتملة التي يواجهها المستخدمون نتيجة لتوجيه سلوكياتهم بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وأخيرًا تقديم مقترحات لتطوير سياسات وإجراءات تحمي حقوق مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي من اختراق تطبيق الذكاء الاصطناعي، وتعزز استخدامهم الآمن لتلك المنصات.

ومن ثم تحاول الدراسة الأجابة على التساؤل الرئيسي للبحث وهو : ما دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي بوصفها موجه لسلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، وما التداعيات الناجمة عن ذلك الدور ؟

### ٣- أهداف البحث: تهدف الدراسة إلى:

ينطلق البحث من هدف رئيس يتمثل في التعرف على دور الذكاء الاصطناعي بوصفها موجه لسلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وينبع عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي :

١-الكشف عن مدى تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في توجيه سلوكيات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، وقراراتهم .

٢-توضيح أهم التحديات التي تواجه أصحاب منصات التواصل الاجتماعي عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

٣-تحديد المخاطر الناجمة عن توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، وذلك من خلال الذكاء الاصطناعي.

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
٤- وضع تصور للحلول والإجراءات التي تحد من اختراق الذكاء الاصطناعي  
لأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي.

٤- تساؤلات البحث: يقوم البحث على عدد من التساؤلات هي :

١- إلى أى مدى تسهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك  
مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي؟

٢- ما التحديات تأثيرات استخدام الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل  
الاجتماعي في عملية توجيه سلوكيات وقراراتهم وآرائهم مستخدميها؟

٣- ما التحديات التي تواجهها منصات التواصل الاجتماعي عند استخدام تقنية  
الذكاء الاصطناعي لا اختراق أفكار مستخدمي تلك المنصات ؟

٤- ما المخاطر التي يتعرض لها مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
نتيجة لاختراق الذكاء الاصطناعي لأفكارهم وآرائهم؟

٥- كيف يمكن مواجهة مخاطر الذكاء الاصطناعي التي تصيب أفكار  
مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، وسلوكياتهم ؟

٥- الاستراتيجية المنهجية للبحث:

أ- منهج البحث : يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي بوصفه منهجاً  
رئيسياً ، حيث تقوم الباحثة بوصف ظاهرة تأثير الذكاء الاصطناعي في سلوك  
مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتحليل أسبابها وآثارها والتحديات والمخاطر  
التي تنطوي عليها.

ب-مجتمع البحث: قامت الباحثة بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة من مرتادى مواقع التواصل الاجتماعى(المجتمع الافتراضى) ، بمدينة المنصورة محافظة الدقهلية .

- مبررات اختيار مجتمع الدراسة: ١- تم اختيار منصات التواصل الاجتماعى لأن أغلب الدراسات السابقة أكدت أن منصات التواصل الاجتماعى هى أكثر الوسائل الاتصالية التى تعتمد على الذكاء الاصطناعى .

٢- كما تم اختيار مرتادى مواقع التواصل الاجتماعى لأن أغلب الأدبيات السابقة أكدت أن مستخدمى منصات التواصل الاجتماعى هم الأكثر معرفة واستخداماً لتطبيقات الذكاء الاصطناعى عند نشر منشوراتهم وإقامة الحوارات مع الأصدقاء، حيث إن تلك الدراسات اعتمدت على تحليل المنشورات وتصنيفها، وكذلك البيانات التى ينشرها مستخدموي منصات التواصل الاجتماعى .

٣- بالإضافة إلى أن اختيار عينة من مستخدمى صفحات التواصل الاجتماعى سهل تطبيق أداة البحث وهى الاستمارة الإلكترونية ،حيث إنهم الأكثر استجابة لها من الذين لم يعتادوا على استخدام صفحات التواصل الاجتماعى، وذلك لتوضيح التدايعات التى نتجت عن اعتماد منصات التواصل الاجتماعى على تطبيقات الذكاء الاصطناعى فى نشر المحتوى الذى يفكر فيه المستخدمون ، بالإضافة إلى توضيح إلى أى مدى أدى ذلك إلى إشباع احتياجاتهم ورغبتهم ، والوصول إلى أهدافهم من استخدام منصات التواصل الاجتماعى.

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
ج- عينة البحث وأهم خصائصها : قامت الباحثة بتصديق استسارة الاستبيان  
على عينة غرضية من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بمدينة المنصورة  
محافظة الدقهلية، وقد جاءت العينة من النوع العمدى، واستخدمت الباحثة أسلوب  
العينة الميسرة للحصول على مفردات العينة، حيث قامت الباحثة بتوزيع الاستبيان  
على الموظفين بكلية الآداب جامعة المنصورة ، واستعانت بهم لتطبيق أداة الاستبيان  
على ذويهم ، مع حرص الباحثة على تنوع خصائص العينة بحيث تشمل الذكور  
والإناث ، ومختلف المستويات التعليمية ، والحالة الاجتماعية والسن فضلاً عن تنوع  
وسائل التواصل التي يستخدمونها .

وقد بلغ حجم العينة التي طبقت عليها الدراسة الميدانية (٤٠٠ مفردة) من  
مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، والواتس آب، والإنستجرام)  
؛لتوضيح مدى تأثير سلوكياتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل  
المنصات الإلكترونية، وتم تطبيق الاستمارة من خلال إرسال الرابط على مواقع  
التواصل الاجتماعي(الفيسبوك، وللوواتس آب، والإنستجرام) لأفراد العينة محل الدراسة  
،ولكن عند تفريغ البيانات من(٤٠٠)استمارة التي تم جمعها بهدف معالجتها  
إحصائياً، تم استبعاد ٥٠ استمارة غير مستوفاة، فأصبح مجموع الاستمارات(٣٥٠)  
استمارة ، وفيما يلي أهم خصائص العينة :

- من حيث السن :

#### جدول رقم (١)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير السن

م	السن	العدد	النسبة	الترتيب
---	------	-------	--------	---------

٣	%٣٧.١	١٣٠	١٥ إلى أقل من ٢٥	١
٢	%١٤.٢	٥٠	٢٥ إلى أقل من ٣٥	٢
١	%٤٥.٧	١٦٠	٣٥ إلى أقل من ٤٥	٣
٤	%٢.٨	١٠	٥٥ فما فوق	٤
	%١٠٠	٣٥٠	المجموع	

يوضح جدول(١)، التركيب العمري للمبحوثين، حيث تمثل في أن أغلبية المبحوثين من فئة أوسط العمر، الذين تتراوح أعمارهم ما بين(٣٥ إلى أقل من ٤٥) ، وذلك بنسبة %٤٥.٧ ، أما الأقلية فجاءت من فئة كبار السن التي تتراوح أعمارهم من(٥٥ فما فوق) بنسبة %٢.٨، كما يوضح الجدول أن فئة الشباب التي تتراوح من(١٥ إلى أقل من ٢٥) جاءت في الترتيب الثاني بنسبة %٣٧.١، وربما يمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين الذين في مرحلة نهاية سن الشباب ومرحلة أوسط العمر هم الأكثر معرفة بدور الذكاء الاصطناعي بوصفه موجهاً لسلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، وذلك يختلف عن أغلب الدراسات السابقة التي أكدت أنه لا تزال فئة الشباب هي الفئة الأعلى بين مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي مقارنة بالفئات الأخرى ؛ لأن فئة الشباب بخاصة جيل الألفينات منهم هم مدمنو استخدام منصات التواصل الاجتماعي لذلك هم الأكثر ميلا إلى استخدام التطبيقات الجديدة للذكاء الاصطناعي.

-لذلك توصل البحث إلى أن فئة أواسط العمر تشارك فئة الشباب في معرفتها بدور تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل مواقع التواصل الاجتماعي ، وذلك يتفق مع ما أشار إليه موقع ( BBC News ) عربي من أن أغلب الفئات التي تعتمد على الإنترنت داخل حياتهم اليومية والعملية والتعليمية عبر الإنترنت ينتمون إلى المرحلة العمرية(من ٢٥ إلى ٤٠ عامًا) ، وجيل Z (من ١٨ إلى ٢٤ عامًا) وهؤلاء الأجيال هم أكثر تعرّضًا لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ، واستخدامًا لتطبيقاته وهم الفئات الأكثر انجذابًا عبر الإنترنت ينجذبون إلى منتجاتهم. (ما الدول التي يقضي سكانها أطول الأوقات على مواقع التواصل الاجتماعي؟، ٢٠١٩) .

- من حيث النوع :

#### جدول رقم (٢)

توزيع أفراد العينة وفقًا لمتغير النوع

م	النوع	العدد	النسبة
١	ذكر	١٨٠	%٥١.٤
٢	أنثى	١٧٠	%٤٨.٦
	المجموع	٣٥٠	%١٠٠

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

يوضح جدول (٢) توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير النوع حيث تبين أن أغلبهم من الذكور بنسبة (٥١.٤%) ، أما الأقلية فهم من الإناث بنسبة (٤٨.٦%) ، ويفسر البحث ذلك بأن الذكور هم الأكثر معرفة بدور الذكاء الاصطناعي بوصفه موجهًا لسلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، وذلك بسبب أن الذكور هم الأكثر استخدامًا لمنصات التواصل الاجتماعي ، وذلك وفقًا لإحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي وحقائقهم لعام ٢٠٢٣ ، التي أشارت إلى أن ٤٦% من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الإناث ، بينما ٥٤% من الذكور. (أليغرين، مات، ٢٠٢٣) ، وذلك يتفق مع نتائج دراسة (عبدالحميد، عمرو محمد محمود، ٢٠٢٠) ، التي توصلت إلى وجود فروق دالة إحصائية لصالح الذكور في إدراكهم لمصادقية الرسالة المنتجة عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي خلال استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي .

-ومن ثم توصلت الدراسة إلى أنه بما أن فئة الذكور هي الأكثر استخدامًا لمنصات التواصل الاجتماعي لذلك فهي الأكثر إدراكًا لدور الذكاء الاصطناعي بوصفه موجهًا لسلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي .

- من حيث الحالة الاجتماعية :

### جدول رقم (٣)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

م	الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة
١	أعزب	١٤٠	٤٠%

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

٢	متزوج	١٦٠	٤٥.٧%
٣	مطلق	٤٠	١١.٤%
٤	أرمل	١٠	٢.٨%
	المجموع	٣٥٠	١٠٠%

يوضح جدول (٣) توزيع أفراد العينة وفقاً لحالتهم الاجتماعية ، وأتضح أن الأغلبية من فئة المتزوجين ، ونسبتهم (٤٥.٧%) ، أما الأقلية فهم من فئة الأرامل بنسبة (٢.٨%) ؛ لذلك فإن فئة المتزوجين هم الأكثر معرفة بدور الذكاء الاصطناعي بوصفه موجه لسلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، ويمكن تفسير ذلك بأن فئة المتزوجين هم الوالدين الذين يقومون بتنشئة أبنائهم ، وأن أغلبهم يسكنون بعيداً عن مساكن أسرهم ؛ لذلك هم الأكثر استخداماً لمنصات التواصل الاجتماعي ؛ للتواصل والتعرف على أساليب التربية الحديثة ، والعادات الصحية الجديدة اللازمة لمساعدتهم في تنشئة أطفالهم ، وذلك وفقاً لإحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي وحقائقها لعام ٢٠٢٣ ، التي أشارت إلى أن ٤٧% من مستخدمي الإنترنت العالميين أكدوا أن البقاء على اتصال بالعائلة والأصدقاء هو السبب الرئيس وراء استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

-نخلص من هذا إلى أن فئة المتزوجين ولاسيما الوالدين هم الأكثر معرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي ؛ لأنهم يلجؤون لمنصات التواصل الاجتماعي في الاطلاع على أساليب التربية الحديثة ، كما انهم يضطرون لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التعليمية لمتابعة دروس

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد  
أبنائهم التي تنشرها المنصات الإلكترونية التعليمية، وذلك يتفق مع نتائج دراسة  
(STROEVER, STEPHANIE JEAN; 2011) ، التي توصلت إلى أن صفحات  
التواصل الاجتماعي هي أكثر الوسائل الإعلامية المستخدمة من قبل الوالدين في  
الحصول على المعلومات الصحية.

- من حيث الحالة التعليمية :

#### جدول رقم ( ٤ )

توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

النسبة	العدد	الحالة التعليمية	م
5.7%	20	مؤهل متوسط	
68.5%	240	جامعي	
25.7%	90	فوق جامعي	
100%	350	المجموع	

يوضح جدول(٤) توزيع أفراد العينة وفقاً لمستوى تعليمهم ، وتبين أن  
الأغلبية من فئة الجامعي بنسبة(٦٨.٥%) ، والأقلية من فئة مؤهل متوسط  
بنسبة(٥.٧%) ، لذلك فئة الحاصلين على مؤهل جامعي هم الأكثر معرفة بدور  
الذكاء الاصطناعي بوصفه موجهًا لسلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ؛  
وذلك بسبب أنهم الأكثر استخدامًا لمواقع وصفحات التواصل الاجتماعي بسبب  
احتياجهم لها ؛ للحصول على دراسات ومعلومات تختص بدراساتهم الجامعية .

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي -  
 لذلك يمكن القول بأن فئة الطلاب الجامعيين ، وفئة الحاصلين على  
 مؤهل جامعي هم الأكثر استخدامًا لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ؛ لأنه يحقق  
 إشباعهم في الوصول إلى الأبحاث الدراسية ، وذلك يتفق مع نتائج دراسة (حسن،  
 إيمان محمد أحمد؛، ٢٠٢٢) ، التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين  
 معدل استخدام الطلاب الجامعيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع  
 المتحققة، حيث أشارت إلى أنه كلما زاد استخدامهم لهذه التطبيقات زاد البحث عن  
 المضامين التعليمية التي تثير اهتمامهم لتنمية المهارات العلمية لديهم والبحث  
 والاستنتاج والابتكار، بالإضافة إلى عن توفيرها مستويات عالية من التعلم الفردي  
 والشخصي .

- من حيث المهنة :

#### جدول رقم (٥)

توزيع أفراد العينة وفقًا لمتغير المهنة

م	المهنة	العدد	النسبة	الترتيب
١	طالب	٨٠	%٢٢.٨	٢
٢	عامل	١٠	%٢.٨	٦
٣	موظف	٢٠	%٥.٧	٥
٤	مهندس	٣٠	%٨.٥	٤
٥	طبيب	١٠	%٢.٨	٦

٦	%٢.٨	١٠	محام	٦
١	%٢٨.٥	١٠٠	مدرس	٧
٥	%٥.٧	٢٠	أعمال حرة	٨
٤	%٨.٥	٣٠	ربة منزل	٩
٣	%١١.٤	٤٠	المهن الأخرى	١٠
	%١٠٠	٣٥٠	المجموع	

يوضح جدول (٥) توزيع أفراد العينة وفقاً لمهنة الباحثين ، وتبين أن الأغلبية من فئة المدرسين بنسبة (٢٨.٥%) في الترتيب الأول ، وفئة الطلاب في الترتيب الثاني بنسبة (٢٢.٨%) ، أما الأقلية فمثلتهم في الفئات التالية: (العمال ، والأطباء ، والمحامون) وتمثلت نسبتهم (٢.٨%) لكل منهم ؛ لذلك يتضح أن فئتي (المدرسين والطلاب) هم الأكثر معرفة بدور الذكاء الاصطناعي بوصفه موجهاً لسلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، ويفسر البحث ذلك بأنه في الآونة الأخيرة أصبحت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تطبق داخل العملية التعليمية في المدارس والجامعات ، خاصة بعد وباء كورونا الذي دفع إلى استخدام التكنولوجيا بشكل أكبر في الفصول الدراسية، كما أن الدمج المنهجي للذكاء الاصطناعي في التعليم يعطي القدرة على مواجهة بعض أكبر التحديات في التعليم ، وابتكار ممارسات التعليم والتعلم، وذلك لتسريع التقدم نحو تحقيق [الهدف الرابع من أهداف التنمية المستدامة](#) لذلك دعمت منظمة اليونسكو الدول الأعضاء لتوفير إمكانيات تساعد في

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المدارس والجامعات ؛ لتحقيق أجندة التعليم ٢٠٣٠ (الذكاء الاصطناعي في التعليم، ٢٠٢١) .

بالإضافة إلى أن التواصل بين الطلاب والمدرسين أصبح يعتمد على صفحات التواصل الاجتماعي والمنصات التعليمية ؛ نتيجة التركيز المتزايد على منصات التعلم عبر الإنترنت بسبب قيود فيروس كورونا، الذي أدى بدوره إلى تطبيق مفاهيم الذكاء الاصطناعي في التعليم ، منذ عام ٢٠٢٠ حتى الآن (أفشكو، أمانى، ٢٠٢٢) .

-من هذا المنطلق يمكن القول أن المدرسين والطلاب من أكثر الفئات دراية بدور تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل منصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها في سلوك المستخدمين وقراراتهم ، وذلك يتفق جزئياً مع نتائج دراسة (سالم، دعاء فتحي،؛ ٢٠٢١) التي توصلت إلى أن الطلاب أكدوا معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة، وانعكس ذلك على تقييمهم لمستوى هذه المعرفة ؛ وذلك نتيجة لاعتماد مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلونها على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

د- أدوات البحث: اعتمدت الباحثة على استمارة استبيان إلكترونية، لتحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها ،ذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة ، و مرت عملية تصميم استمارة استبيان بالمراحل التالية :

١- وضع أسئلة الاستبيان : استفادت الباحثة من الدراسات السابقة التي اهتمت بموضوع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي سواء العربية منها أو الأجنبية، منها : (عبدالحميد، عمرو محمد محمود،

## ٢ - صدق الاستبيان :

- **صدق المحكمين** : يقصد به صدق المحكمين الخاص بالاستمارة المستخدمة ، ودقتها في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه ، والتأكد من سلامة صياغة أسئلة الاستمارة ، وللتحقق من ذلك تم القيام بعرض بيانات استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين في التخصص من المهتمين بقضايا الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي (بلغ عددهم ٥ محكمين) ، وقد التزمت الباحثة بكافة الملاحظات التي أبدتها المحكمون .

- **ثبات الاستبيان**: استخدمت الباحثة أسلوب ثبات الإعادة، حيث قامت بتطبيق الاستبيان أكثر من مرة على عينة قوامها (١٠٪) من العينة الأصلية ثم أعادت التطبيق للمرة الثانية بعد أسبوعين ، وتوصلت إلى نتائج متشابهة بنسبة ( ٨٥٪) مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق ، وتعميم النتائج.

هـ- **المجال الزمني**: استغرقت الدراسة ثلاثة أشهر، وهو الزمن المستغرق في جمع البيانات من الميدان .

٦- **الدراسات السابقة**: فيما يلي عرض لمجموعة من الدراسات والبحوث السابقة المرتبطة بموضوع البحث ، ولقد تم تقسيمها إلى قسمين: (دراسات عربية ، ودراسات أجنبية) ، وتم ترتيبها من الأقدم إلى الأحدث ، وذلك على النحو التالي:

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
أولاً : الدراسات العربية .

١- دراسة "عمرو محمد محمود عبد الحميد"، بعنوان "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري"، ٢٠٢٠، هدفت الدراسة إلى استكشاف أساليب توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيتها لدى الجمهور المصري وانبثق عن هذا الهدف مجموعة من الاهداف الفرعية من أهمها توصيف واقع تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها في مجال الإعلام ، واستكشاف أبعاد تأثيراتها في الجمهور ،بالإضافة إلى تقييم دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير نظام يماثل أداء البشر في مجال الاعلام ، وتقييم الفروق الجوهرية بين اتجاهات الجمهور عينة الدراسة في تقييمه لمصداقية تناولها للشأن الاقتصادي بالتطبيق على أخبار البورصة المصرية، من خلال المحتوى المقدم عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي والمحتوى الذي ينتجه المحرر الصحفي ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة ،وهي من الدراسات الوصفية التفسيرية ، وطبقت استمارة الاستبيان عبر الإنترنت، طبقت على عينة عمدية مكونة من (٤٠٠) مبحوث من الجمهور المصري من سن ١٨ عامًا فأكثر ، ويشترط أن يكون ذلك الجمهور متابعًا للأخبار الاقتصادية على المنصات الإلكترونية المختلفة ،وتوصلت الدراسة إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد حققت نجاحًا في تقديم المحتوى الإعلامي لجمهور منصات التواصل الاجتماعي ، وذلك من خلال فئات "المصور الآلي" " والمذيع الآلي " ، والصحفي الروبوت،و تحرير الأخبار عبر صحافة الذكاء الاصطناعي ، وهي

---

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

خدمات واقعية يلاحظها مستخدم الشبكات في تعامله اليومي. (عبد الحميد، عمرو محمد محمود، ٢٠٢٠)

٢- دراسة " دعاء فتحي سالم " ، بعنوان " دراسة فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الإعلام التربوي: الفيس بوك أنموذجًا " ، ٢٠٢١، سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في التعرف على فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الإعلام التربوي، والوقوف على مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى رصد التأثيرات الإيجابية والسلبية، وأشكال القلق والتوتر من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي ، واعتمدت الدراسة على نظرية نشر الأفكار المستحدثة، كما تم توظيف منهج المسح، وفي إطاره تم مسح عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الإعلام التربوي في جامعتي المنصورة ودمياط، وتم توظيف أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب أكدوا معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة . (سالم، دعاء فتحي، ٢٠٢١)

٣- دراسة عائشة كريكت ، خوارزميات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي أي دور؟ وأي علاقة؟ ، ٢٠٢٢ ، هدفت الدراسة إلى الكشف عن إمكانية التنظيم الآلي للمحتوى الرقمي بالاعتماد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي، وهذا من خلال محاولة الإجابة عن تساؤل رئيس وهو هل يكون لخوارزميات الذكاء الاصطناعي دور في أخلاق محتوى مواقع التواصل الاجتماعي؟ ،

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
ومن ثم تتمثل أهمية الدراسة في محاولة توضيح ما إذا كان هناك علاقة بين  
خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي وأخلاقيات النشر عبرها ، وهي دراسة نظرية  
اعتمدت على تحليل محتوى عينة عشوائية من الأبحاث والدراسات التي تناولت (دور  
خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تحديد المحتوى المقدم من مواقع التواصل  
الاجتماعي وتوجيهه) ، وتوصلت الدراسة إلى أن الخوارزميات تعمل بوصفها مصفاة  
للمضامين المسيئة والضارة ، بحيث تحول دون وصولها إلى المستخدمين، وهذا من  
خلال بعض الخدمات والإجراءات، مثل: تعليق الحسابات والحذف التلقائي للمنشورات  
المسيئة، تحليل البيانات الوصفية للصور والفيديوهات، وتحديد الكلمات والعبارات غير  
الأخلاقية وغيرها. (كريكط, عائشة؛، ٢٠٢٢)

٤- مهدية حسناوي ، عادل جربوعة ، دور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الحد  
من خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي ، ٢٠٢٢ ، هدفت الدراسة إلى  
التعرف على الدور الذي تقوم به تقنية الذكاء الاصطناعي الناشئة للكشف عن خطاب  
الكراهية الذي ينشره مستخدمو التويتر والفييس بوك واكتشاف أهم المواضيع الأساسية  
التي تمت مناقشتها في التغريدات والمنشورات التي تحتوي على كلام يحرض على  
الكراهية كما اعتمدت الدراسة على توصيف نظري حول خطاب الكراهية وحدوده  
المفهومية والنظرية عبر شبكه الانترنت واللغه المسيئة التي يستخدمها داخل منصتي  
الفييس بوك والتويتر ، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل كيفية  
استخدام تقنية الذكاء اصناعي للتعرف على هل ساهمت خوارزميات الذكاء  
الاصطناعي في محاربه انتشار خطاب الكراهية عبر منصتي الفييس بوك و التويتر ،  
و توصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئه الرقمييه استخدمت  
للكشف عن خطاب الكراهية من خلال موقع الفييسبوك الذي يعتمد على تحليل الكم

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

الكبير من بيانات الضخمة الحاسوب بمنصه الفيسبوك تقوم بتدريب الكوارث ماده الذكاء الاصطناعي لتحليل المحتوى المنشور عبر المنصه كما تقوم هذه الخوارزميات بمراقبه التعليقات لمستخدميها والطريقه التي من خلالها يتفاعلون بها حتى يتمكن من تحديد المحتوى الذي يحرض على الكراهيه ، كما توصلت الدراره ايضا انه لاتزال خوارزميات الذكاء الاصطناعي قاصره على تحليل بعض اللغات مثل اللغة العربيه فهي تتقن اللغة الانجليزيه بكثره وهذا راجع للعاملين في شركه الفيسبوك والمسؤولين على سيروره عمل هذه الخوارزميات وهو التحدي الذي لا يزال ينتظر خوارزميه الفيس بوك لتكون أكثر احترافاً في تحديد المصطلحات السامه للدول التي تستعمل لغه مخالفه للغه الانجليزيه. (حساوي, مهديه; جربوعه, عادل;، ٢٠٢٢)

### ثانياً: الدراسات الأجنبية :

١- دراسة " أريستيا باباديميتريو " ، بعنوان " مستقبل الاتصال: الذكاء الاصطناعي والشبكات الاجتماعيه"، ٢٠١٦ ، الهدف من هذه الدراره هو جمع البيانات المتعلقة بالتقنيات الجديده للذكاء الاصطناعي في الشبكات الاجتماعيه، من منظور التحليل النقدي لمستقبل الاتصال داخل الشبكات الاجتماعيه ؛للوصول إلى مجموعه جديده من المعلومات حول تطور الذكاء الاصطناعي في وسائل التواصل الاجتماعيه ، وتوفير المعرفة والفهم لتأثيره في المجتمع والفرد ، واعتمدت الدراره على أداة تحليل الخطاب النقدي والتحليل البصري لعينه عشوائيه للمنشورات الإلكترونيه المعتمده على خوارزميات الذكاء الاصطناعي داخل منصتي(جوجل، والفيسبوك) ، وتوصلت الدراره إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تؤدي إلى التفاعل مع حسابات المستخدمين فقط داخل المنصات الإلكترونيه ، كما توصلت الدراره إلى أن الذكاء

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
الاصطناعي يؤثر في إنشاء المحتوى داخل الشبكات الاجتماعية من خلال التحكم في  
شكل هذا المحتوى . (Aristea , Papadimitriou;, 2016)

٢- دراسة " أنياييكمان، و جيفريسي بوكر " بعنوان " الطبقات الكامنة بشأن  
إنتاج المعرفة في الذكاء الاصطناعي على مواقع التواصل الاجتماعي والغير خاضة  
للمراقبة " ، ٢٠١٩ ، هدفت الدراسة إلى توضيح دور نظرية التصنيف بوصفها  
إطاراً لفهم إنتاج المعرفة الذي يبدو غير مرئي دخل عمليات تطوير تطبيق التعلم  
الآلي وتصميمه ، وذلك من خلال تطبيق تجربتين لتطبيق التعلم الآلي الذي يعد أحد  
تطبيقات الذكاء الاصطناعي الذي تعتمد عليها منصة الفيس بوك في تحليل بيانات  
مستخدميها ومنشوراتهم ، وتصنيف المحتوى الذي يتعرض له الأشخاص في موجز  
أخبار منصة الفيس بوك وذلك لتخصيص الرسائل التي تنتشر بسرعة داخل المجتمع  
الافتراضي ، واعتمدت الدراسة على نظرية التصنيف والفئات الاجتماعية ، وتوصلت  
إلى أن التركيز على العلاقة البشرية في إنتاج المعرفة يمكن أن يكون أيضاً نقطة  
انطلاق للتنبؤ بالسلوك المستقبلي لمستخدمي منصة الفيسبروك ، كما اقترحت الدراسة  
أنه يمكن تصميم الخوارزمية المستخدمة لحوكمة استخدامات الذكاء الاصطناعي  
داخل منصات التواصل الاجتماعي مسبقاً . (Bechmann, A; Bowker, G.C,;, 2019)

٣- دراسة "في كومار ، وآخرون " ، بعنوان " دور الذكاء الاصطناعي في  
التوعية بالمشاركة التسويقية وتخصيصها" ، ٢٠١٩ ، تهدف هذه الدراسة إلى  
الكشف عن دور الذكاء الاصطناعي في التسويق المشترك بين المستهلكين والمسوقين  
، واعتمدت الدراسة على وضع مقترح ونهج لإنشاء عروض مخصصة للعملاء

#### د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

والتواصل معهم ، وتقديم المقترحات للمستهلكين من خلال الذكاء الاصطناعي الذي يعتمد عليه المسوقون بوصفه أداة للقرارات الشرائية للمستهلكين من خلال ما يقدمه إليهم من معلومات لا حصر لها ، كما توضح الدراسة أيضًا كيفية تنظيم المعلومات بطريقة مخصصة لكل عميل على حدة ، كما تحاول الدراسة الكشف عن آلية الذكاء الاصطناعي في توفير التنبؤات للمسوقين داخل منصات التواصل الاجتماعي التي يحركها الذكاء الاصطناعي ، بشأن العلامات التجارية والممارسات الشرائية للعملاء ، وهي دراسة نظرية تحليلية لعينة من المعلومات والبيانات الشخصية الالكترونية للمستهلكين الرقميين ، وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل (روبوتات الدردشة ، وبرامج الاستجابة الصوتية) تساعد بسهولة في الانخراط في اللهجات المحلية المختلفة؛ لتوصيل الرسالة التي تحمل معلومات عن العلامة التجارية والعروض الشرائية الخاصة بالمنتج الذي يبحث عنه المستهلك الرقمي. (Kumar, V; & others, 2019)

٤-دراسة " كريستوف كرونكي" ، بعنوان (الذكاء الاصطناعي ووسائل التواصل الاجتماعي) ، ٢٠٢٠ ، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المشكلات القانونية التي أثارها زيادة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في خدمات وسائل التواصل الاجتماعي من منظور اللوائح التي تحكم وسائل الإعلام الإلكترونية ؛ لذلك قامت الدراسة بوصف الخصائص الرئيسية لخدمات وسائل التواصل الاجتماعي ، وتصنيف الأشكال النموذجية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على خدمات الوسائط الاجتماعية ، وتحليل الإطار القانوني الذي يحمي تنظيم وسائل التواصل الاجتماعي ، ويقدم خدمات إلى مجتمع المعلومات ، كما حاولت الدراسة توضيح التحديات القانونية

**دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي**  
الرئيسية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي عبر خدمات وسائل التواصل الاجتماعي ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ،وهي دراسة نظرية اعتمدت على مناقشة عينة عشوائية من التحديات القانونية الرئيسية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في خدمات وسائل التواصل الاجتماعي من أجل تنظيم وسائل الإعلام الوقائية وتم اختيارها من منشورات مركز وسائل الاعلام لمنظمة الامم المتحدة ، وتوصلت الدراسة إلى أنه ينبغي التركيز على حماية الشروط الخاصة بالمجال العام الديمقراطي الصحي(الذي يصعب تحديده وتجريده) ،أكثر من التركيز على الحقوق(الملموسة) للمستخدمين في تكوين آرائهم وإرادتهم بحرية، كما توصلت الدراسة كذلك إلى أنه مع زيادة التقدم في تطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي ،سوف يصبح من المرجح أن يكون مقدمو الخدمات ملزمون بموجب القانون المنشود بالوفاء بمسؤوليتهم باستخدام هذه التقنيات ؛وذلك لتوفير كافة الحماية للمستخدمين من خلال لوائح تيسيرية ؛ من أجل حماية تنوع الآراء على المدى الطويل. (Krönke, C.; 2020)

٥-دراسة " ديمتري أوجنيبين ، وآخرون " ،بعنوان " مواجهة مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام الوعي الجماعي المدرك لدليل الخوارزميات التعليمية الافتراضية " ، ٢٠٢٣ ، هدفت الدراسة إلى التعرف على الإطار التثقيفي للمراهقين في تفاعلهم مع منصة SM ، وتحسين تجربتهم ودعمها بشكل تآزري ، استنادًا إلى للدليل الافتراضي لوسائل التواصل الاجتماعي داخل منصة SM الخارجية ، واعتمدت الدراسة على إنشاء ملف مجمع للوسائط الاجتماعية ، ودمج أنشطة التعلم المرحبة والمحتوى الصيفي على منصة SM ، وتصميم الأهداف والتدخلات التعليمية من قبل

## **د/رانيا محمد عبد المقصود محمد**

الخبراء والمعلمين لاختيار المحتوى الأنسب والتدخلات الفعالة بناء على تصميمات الخبراء والمعلمين ، ودمج الدليل الافتراضى و وظائف نظام المعلم الذكي ، وخلق مجتمع الوسائط الاجتماعية المدار تربويًا ، وهى دراسة تجريبية ، توصلت إلى أنه يمكن للطلاب التعلم بأمان من خلال التعامل مع محتوى الوسائط الاجتماعية والمنصات الذكية للتعلم الآلى ، كما توصلت أيضًا إلى أن المعلومات والأفكار الافتراضية لوسائل التواصل الاجتماعي تساعد الطلاب المراهقين من التفاعل في البيئات التعليمية من أجل تحقيق المشاركة والرفاهية الجماعية . (D, Ognibene; & Others, 2023)

### **التعقيب على الدراسات السابقة :**

- في ضوء مما سبق من عرض بعض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث ، وجدت الباحثة بعد تحليلها مايلى :
- **من حيث موضوع الدراسة** لم يتسن للبحث تقسيم الدراسات السابقة إلى محاور ، حيث إنها تدور جميعها حول التداعيات الناتجة من الاعتماد على تطبيقات أو خورازميات الذكاء الاصطناعى فى إنشاء المحتوى الإلكتروني المقدم لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعى ، والذي بدوره يوجه سلوكياتهم ويؤثر فى أفكارهم ، وآرائهم ، وقراراتهم ، وذلك يتفق مع الهدف الرئيس لموضوع البحث ، وهو الكشف عن دور الذكاء الاصطناعى بوصفه موجهاً لسلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعى .
- **أما عن نظرية الدراسة** فلقد أتضح من عرض الدراسات السابقة أن أغليبتها لم يعتمد على نظرية ، ماعدا دراسة واحدة اعتمدت على نظرية التصنيف والفئات

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي الاجتماعية وهي دراسة " أنياييكمان، و وجيفريسي بوكر " ، وأخري اتفقت مع الدراسة الراهنة في الاعتماد على نظرية انتشار المبتكرات والأفكار المستحدثة، وهي دراسة " دعاء فتحي سالم" .

- وأما عن منهج الدراسة فقد تبين أن أغلب الدراسات دراسات نظرية لم تعتمد على منهج في تحليلها ماعدا دراستين اعتمدتا على منهج المسح بالعينة، وهما دراسة " عمرو محمد محمود عبد الحميد ، ودراسة "دعاء فتحي سالم" ، وأخري اتفقت مع الدراسة الراهنة في الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وهي دراسة " كريستوف كرونكي" .

- أما عن عينة الدراسة فقد اتضح أن أغلب الدراسات السابقة اعتمدت على عينة من منصات التواصل الاجتماعي لتحليل محتواها، أو منشوراتها، أو بيانات مستخدميها، والتي تعتمد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، ماعدا دراسة "عمرو محمد محمود عبد الحميد" التي اتفقت مع البحث الراهن في التطبيق على عينة من الجمهور المصري الذي يستخدم منصات التواصل الاجتماعي، ولكنها اختلفت معها في تحديد سن العينة، وفي تحديد سبب استخدامهم لتلك المنصات ؛ حيث اعتمدت تلك الدراسة على الجمهور الذي يتابع الأخبار الاقتصادية على المنصات الإلكترونية المختلفة ، والمقيمين بمحافظات القاهرة الكبرى (القاهرة، والجيزة، والقليوبية) بينما الدراسة الحالية تعتمد على الجمهور المستخدم لمختلف منصات التواصل الاجتماعي ، وأخري طبقت على عينة عشوائية من طلاب الإعلام التربوي بجامعة المنصورة ، وجامعة دمياط، وهي دراسة "دعاء فتحي سالم".

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

وفيما يتعلق بأدوات الدراسة فقد اختلفت الدراسة الراهنة مع أغلبية الدراسات السابقة، حيث إن الأغلبية اعتمدوا على تحليل المحتوى للخطاب أو لمضمون المنشورات والبيانات التي تنشر على منصات التواصل الاجتماعي ، ماعدا دراستين إحداهما اتفقت مع البحث الراهن في تطبيق أداة الاستبيان الإلكترونية ،وهي دراسة "عمرو محمد محمود عبد الحميد، والأخري اعتمدت على تطبيق استمارة الاستبيان المطبق مباشرة مع العينة ،وهي دراسة "دعاء فتحي سالم" .

والجدير بالذكر أن الدراسة الراهنة تتميز عن أغلب الدراسات السابقة في تطبيق استمارة الاستبيان الإلكترونية على عينة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، وذلك بسبب أن معظم الدراسات السابقة قامت بتحليل المنشورات والبيانات المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي وتصنيفها بخاصة التي والتي تعتمد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في نشرها لتوضيح مدى ملائمتها للجمهور المستخدم وتوافقها مع رغباتهم واحتياجاتهم ، ومن ثم تؤثر في سلوكياتهم وقراراتهم.

#### ٧- مفاهيم الدراسة :

في هذه الدراسة سوف يتم الاعتماد على مفهومين أساسيين ، وهما : الذكاء الاصطناعي ، ومستخدمو منصات التواصل الاجتماعي .

#### أ- مفهوم الذكاء الاصطناعي، وماهيته :

لقد اختلف العلماء في تفسير ماهية الذكاء الاصطناعي ، حيث عدها البعض فرعاً من التصميم الهندسي واعدها البعض الآخر مرتبطة بعلوم محاكاة نظم التفكير الإنساني ،بينما اتفقت الأغلبية على أن الذكاء الاصطناعي ماهو إلا محاكاة

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
لذكاء الإنسان ومحاكاة لكيفية استخدام خبرته المكتسبه في مجال معين ،وذلك من  
خلال الاعتماد على مجموعة من التطبيقات التي أدت بدورها إلى ظهور تقنيات  
جديدة تعمل على تصميم برامج تحول الحسابات الشخصية للمستخدمين إلى آلات  
ذكية ،وتطورها لتقوم بأعمال تتسم بالذكاء والخبره البشرية. (قشطي، نبيلة عبد الفتاح،  
٢٠٢٠، صفحة ٧٠)

ولذلك يعد الذكاء الاصطناعي دراسة للسلوك الذكي في البشر والحيوانات  
والآلات ، كما أنه يمثل محاولة لإيجاد الطرق التي يمكن بها إدخال مثل هذا السلوك  
على الآلات الاصطناعية من خلال تصميم وإعدادها تطبيقات عديدة تستطيع محاكاة  
العقل البشري والذكاء الإنساني في قدرته على الإستنتاج ،وإتخاذ القرار . (ويتباى، بلاى،  
٢٠٠٨، صفحة ١٥)

ولقد صاغ عالم الحاسوب جون مكارثي مصطلح الذكاء الاصطناعي بالأساس  
في عام ١٩٥٦، حيث عرّفه بأنه «علم صنع الآلات الذكية وهندستها»، ويعرّفه  
أندرياس كابلان ومايكل هاينلين بأنه " قدرة النظام على تفسير البيانات الخارجية  
بشكل صحيح، والتعلم من هذه البيانات، واستخدام تلك المعرفة لتحقيق أهداف ومهام  
محددة من خلال التكيف المرن" (ذكاء اصطناعي، ٢٠٢٣) ، عرفه مارفن مينسكي أحد  
أشهر العلماء المختصين بالعلوم الإدارية والمعرفية في مجال الذكاء الاصطناعي بأنه  
" فرع من فروع العلم الذي يهتم بالآلات التي تستطيع حل ذلك النوع من المسائل التي  
يلجأ الانسان عند حلها إلى ذكائه" وهذا التعريف يضم كل الآلات الذكية التي تقوم  
أثناء تأديها مهامًا معينة بمحاكاة تفكير الانسان . (الفره، سليمان يعقوب، ٢٠١٢، صفحة  
٣) .

بناء على ما سبق **الذكاء الاصطناعي** هو مسمى تم التوافق على إطلاقه على نوعية الذكاء الذي يمكن أن تكتسبه الآلة الصماء ، وذلك من خلال إمدادها بالبرامج والخوارزميات التي تجعلها تبدو وكأنها تمتلك عقلاً يحاكي القدرات العقلية البشرية بأنماطه المختلفة ، وبالتالي فهو يجعل تلك الآلة تتصرف كأنها مثل الإنسان العاقل أو المميز ، **والذكاء الاصطناعي** بهذا المفهوم يظهر على شكل سلوك وتصرفات ذات خصائص معينة تقوم بها الآلة بدون إدراك حقيقي منها ، ولكن هذا السلوك ناتج عن تزويد الآلة بقدرات معينة مثل (القدرة على التنبؤ والاستنتاج وتقييم ردود الأفعال) ، وذلك من خلال برمجيات مخصصة لذلك ، ومن ثم لا تصبح هناك حاجة إلى برمجة وتخزين كل الاحتمالات وردود الأفعال الممكنة بشكل مسبق في برنامج الكمبيوتر المسؤول عن تشغيل هذه الآلة . (الذكاء الاصطناعي تعريفه وتقييمه ومجالاته، ٢٠٢٣)

إن **الذكاء الاصطناعي** يتجسد في عديد من التطبيقات من حولنا من أهمها (الخوارزميات الموجودة داخل مواقع التواصل الاجتماعي التي ترشح إليك الأصدقاء، وتدفقات الأخبار، وخوارزميات محركات البحث، والخرائط الرقمية ، والإعلانات، وبرامج المساعدة الصوتية، وكاميرات المراقبة التي تدرك الوجوه وتميزها ، ونظم المرور الذكية) (خليفة، إيهاب؛، ٢٠١٧، صفحة ٦٢) ، كما يمكن التعرف على الذكاء الاصطناعي من خلال مجموعة من الخوارزميات القابلة للعد التي تقدم اختباراً قابلاً أو شبه قابل للتحديد ، فيمكن البدء في فحص جميع البرامج واحداً تلو الآخر ، ومن ثم يظهر الذكاء الاصطناعي. (Dimiter , Dobrev ;, 2012,

p. 6)

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
كما يبدو الذكاء الاصطناعي في أجهزة الكمبيوتر القادرة على الانخراط في  
عمليات التفكير الشبيهة بتفكير الإنسان ، كما أنه يمكن من خلال الذكاء  
الاصطناعي تحسين الآلات لتحمل بعض القدرات التي يُعتقد عادة بأنها تشبه الذكاء  
البشري في القيام بالتعلم والتكيف، والتصحيح الذاتي، والاستدلال . (Kok, J.N; &  
others, 2009, p. 271)

ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن الذكاء الاصطناعي يعتمد على استخدام  
الخوارزميات ، وتقنيات البرمجة المتقدمة لمحاكاة المعرفة والتفكير البشري ، وذلك  
يتطلب من الذكاء الاصطناعي القدرة على التعامل مع كميات ضخمة من البيانات،  
واستخراج الأنماط والقواعد من هذه البيانات، واتخاذ القرارات المنطقية بناءً على  
تحليلها وتفسيرها.

ومما سبق يتضح التعريف الإجرائي للذكاء الاصطناعي بأنه مجموعة من  
التطبيقات والبرامج المستخدمة داخل منصات التواصل الاجتماعي ؛ لتقوم بعمليات  
محاكاة الذكاء البشري وخبراته العقلية بواسطة مجموعة من التطبيقات التي تتعرف  
على الصور والأصوات وتقرأ الأفكار ، وتتنبأ بالسلوكيات البشرية ، وذلك من خلال  
تحليلها للبيانات التي ينشرها مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، ومن ثم تتمكن  
من أن ترشح لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي قائمة الأصدقاء ، وتنتشر لهم  
المحتوى الذي يتناسب مع أفكارهم واهتماماتهم ، كما تستطيع أن تحجب المحتوى  
الذي يخالف أفكارهم ، ومن أهم تلك التطبيقات التعلم الآلي التي يعتمد عليها مطورو  
تلك المنصات ، مثل (منصة الفيسبوك) ؛ لذلك يعتمد الذكاء الاصطناعي على  
مجموعة من التطبيقات يمكنها أداء المهام التي تتطلب عادةً ذكاءً بشرياً مثل (الإدراك

---

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

،والاستدلال ،والتعلم ،واتخاذ القرار) كما تستخدم لإجراء المهام العقلية أو التنبؤات بالسلوكيات ،أو اكتشاف الأفكار وتصنيفها ، تلك الأفكار التي قد لا يتمكن الذكاء البشري من اكتشافها.

ب- مفهوم مستخدمى منصات التواصل الاجتماعى: فى البداية لابد من توضيح مفهوم منصات التواصل الاجتماعى وماهيتها ، ومنها سوف يعرض البحث مفهوم مستخدمى منصات التواصل الاجتماعى .

تُعرف منصات التواصل الاجتماعى بأنها خدمة إلكترونية موجودة على شبكة الإنترنت تسمح لمستخدميها بإنشاء ملفات شخصية خاصة بهم وتنظيمها ، وذلك للتواصل مع أشخاص آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات من خلال نظام اجتماعى إلكترونى. (توفيق، ميمى محمد عبد المنعم؛، ٢٠١٨، صفحة ٢٠٠)

وأصبحت منصات التواصل الاجتماعى فى عصر الذكاء الاصطناعى شريان التواصل بين شعوب العالم ،وكذلك مركزاً ثقافياً شاملاً لكل الأعمار والمستويات ،ولكافة التخصصات العلمية والأدبية لما تمتاز به من وفرة فى المعلومات فى الميادين المختلفة ، كما توصف بأنها عبارة عن تجمعات اجتماعيه يستطيع روادها القيام بمناقشات خلال فترة زمنية مفتوحة من خلال شبكة الإنترنت ، وذلك فى إطار محدد. (البيومى، إبراهيم عبدالله؛، ٢٠١٩، صفحة ١٠، ١١)

ومن ثم عرفها بعض العلماء بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعى إلكترونى مع أعضاء آخرين (البيومى، إبراهيم عبدالله؛، ٢٠١٩، صفحة ١٢) ؛ حيث

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
يستطيع من خلال استخدام تكنولوجيا الإنترنت والهاتف المحمول إقامة حوار تفاعلي  
معهم ، ولقد عرفها كل من "أندرياس كابلان" ، و"مايكل هانلين" بأنها مجموعة من  
تطبيقات الإنترنت التي تسمح بإنشاء المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة وسائل الإعلام  
وتبادلها. (عبدالفتاح, على;، ٢٠٢٠، صفحة ٢).

لذلك تستخدم منصات التواصل الاجتماعي أيضًا بوصفها وسيلة لنقل  
المعلومات والأفكار عبر الإنترنت، كما يمكن من خلالها إنشاء حسابات للأفراد  
والشركات والمنظمات والمؤسسات المختلفة ، واستخدامها لنشر محتوى أصلي ، أو  
إعادة نشر محتوى أنشأه شخص آخر، ومن أشهرها مايلي: (التويتر ، والفيس بوك ،  
والإنستجرام ، ولينكدان ، والتيك توك) (Lake, Rebecca;, 2022) ، وغيرها من مواقع  
الويب وبرامجه التي تسمح للأشخاص بالتواصل ومشاركة المعلومات على الإنترنت ،  
كما أنه من أمثلتها أيضًا المدونات والبودكاست التي تخلق فرصًا جديدة لرواد تلك  
المنصات وأصحابها للوصول إلى مستخدميها. (Social media)

أما عن أكثر التعريفات شيوعًا لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي فهو  
تعريف مركز بيو للأبحاث (Pew Research Center) ، وهو مركز أبحاث أمريكي  
يوفر معلومات حول القضايا الاجتماعية والرأي العام الذي وصف مستخدمي منصات  
التواصل الاجتماعي بأنهم أولئك الذين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية أو  
المهنية على الإنترنت ، مثل موقع " لينكدان" ، أو استخدموا أحد مواقع التواصل  
الاجتماعي مثل " الفيس بوك ، والتويتر ، وجوجل بلس" ، و ذلك بصفة مستمرة أو  
غير مستمرة ، من خلال إنشاء حسابات شخصية للتواصل مع الأصدقاء والعائلة  
وزملاء العمل وأشخاص آخرين من جميع أنحاء العالم ، ووصفهم بأنهم يتميزون بعدة

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

خصائص، أهمها ما يلي: (١-إنهم يتمكنون من بناء شبكاتهم الاجتماعية الخاصة والتواصل مع الأشخاص الذين يعرفونهم على المستوى الشخصي ، سواء أكانوا أصدقاء حقيقيين أو زملاء أم أفراد عائلتهم، ٢- يتمكنون من نشر المحتوى الخاص بهم مثل الصور والفيديوهات والمقالات والتغريدات والتعليق على محتوى الآخرين والإعجاب به مما يسهم في تفاعلهم مع بعضهم البعض، ٣- كما أنهم يستطيعون متابعة المصادر التي تهمهم، مثل الصفحات الإخبارية وصفحات كل من الشركات والمشاهير والمنظمات غير الحكومية ، والحصول على تحديثات حول أنشطتهم ، وما تقدمه تلك المنصات، ٤- كما يمكن للمستخدمين اكتشاف ثقافات جديدة من خلال التواصل مع أشخاص من مختلف البلدان والخلفيات الثقافية، وبالتالي توسيع آفاقهم وزيادة فهمهم للعالم) . ( Perrin, Andrew;, 2015, p. 61)

ومما سبق يتضح التعريف الإجرائي لمستخدمى منصات التواصل الاجتماعي بأنهم الأشخاص الذين لديهم حساب شخصي على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة ، مثل(الفييس بوك ،أو التويتر، أو الواتس آب ،أو اليوتيوب ،أو الإنستجرام ،أو لينكدان ، أو غيرها ... من المنصات الإلكترونية المتنوعة) ، وذلك للبحث عن المحتوى المُشارك من قبل الآخرين ( سواء أكانوا أفرادًا ، أم شركات ، أم منظمات حكومية ،أم غير حكومية) ويثير اهتمامهم ، ويتفاعلون معه من خلال الإعجاب به ، أو التعليق عليه ، أو إعادة نشره ، أو مشاهدته لمدة ثواني ، كما يستخدمون تلك المنصات للتواصل مع الزملاء ،أو الأصدقاء ،أو أفراد العائلة ،أو التعرف على أشخاص من ثقافات مختلفة والتواصل معهم ، أو فى شراء السلع المختلفة والتعرف

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي على المنتجات الجديدة منها كذلك البحث عن الوظائف و يمكنهم نشر المحتوى الخاص بهم مثل الصور، والفيديوهات، والمقالات على تلك المنصات ، كما يستطيعون أيضًا الإبلاغ عن المحتوى غير المناسب أو المخالف لسياسات المنصة .

## ٨- الرؤى النظرية للبحث :

### أ- نظرية الواقع الافتراضي (الواقعية الفائقة) لجان بودريار:

وتُعرف الواقعية المفرطة في السيميائية وما بعد الحداثة بأنها عدم قدرة الوعي والإدراك البشرى على التمييز بين الواقع ومحاكاة الواقع، بخاصة في الوسائل الإلكترونية الحديثة داخل مجتمعات ما بعد الحداثة، والتي تنظر إلى الواقعية الفائقة على أنها حالة يتم فيها المزج بين ما هو حقيقي وما هو خيالي ، بحيث لا يوجد تمييز واضح بين المكان الذي ينتهي فيه أحدهما ويبدأ منه الآخر؛ كما تسمح للوعي والإدراك البشري بالاختلاط بين الواقع المادي والواقع الافتراضي وأيضًا الاختلاط بين الذكاء البشري والذكاء الاصطناعي. (Hyperreality: JEAN BAUDRILLARD, p. 1)

ولقد عرف جان بودريار (الواقعية الفائقة) بأنها تعبر عما نتج عن توسع وسائل الاتصال الإلكترونية التي تمكنت من مواكبة الواقع، وحدث المزج بين الخيال والواقع، وذلك أدى إلى أن ما يطرح بوصفه واقع عبر الصور إنما هو نتيجة مزيفة تتبناها وسائل الاتصال الإلكترونية التي تزيد من تشكيل هذا الواقع من حيث المضمون والشكل وتعميق دلالة الحدث، ومن ثم تنطلق نظرية الواقع الافتراضي من فرضية مفادها أن وسائل الإتصال الإلكترونية خلقت داخل المجتمع المعلوماتى كثافة رمزية

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

متناهية مملوءة بالمعاني الذاتية المرجعية، وتلك الفرضية تؤكد انعدام العلاقة بين الدال والمدلول، وتصبح الدلالة بعيدة عن الواقع الممكن والمعنى غريب عن الحقيقة، وصارت تلك المعاني الغريبة هي الواقع الجديد أي اللاواقعية أصبحت حقيقة، وفي ذلك بات الواقع عبارة عن صورة منسوخة عن أخرى، وذلك بفعل الاصطناع والمحاكاة، ومن ثم انفصلت الحقيقة عن الواقع. (حيدش, سعد;، ٢٠١٥، صفحة ١٩٩، ٢٠٠)

والجدير بالذكر أن مفهوم **الواقع الفائق** عند بودريار يرتكز على فرضيتين أساسيتين: (الأولى غياب مفهوم الحقيقة بصورة كلية، والثانية عدم إمكانية مقاومة الزائف أو إختفائه) ، وبمعنى آخر ضعف قدرة الإنسان وطاقته على التمييز بين الحقيقي والمزيف ، ويمكن عدّ الفرضية الثانية بمثابة نتيجة للفرضية الأولى ، فقد أدى غياب مفهوم الحقيقة وسيادة الزائف إلى صعوبة التمييز بين ما هو حقيقي وما هو غير حقيقي ، وهذا ما يستدعي إعادة النظر في تصوراتنا وأفكارنا ومقولاتنا التي كنا نظن أن الواقع الافتراضي يعمل بها ويحتكم إليها. (مصطفى, بدرالدين;، ٢٠١٨، صفحة ٢١١، ٢٢١)

لذلك يشير بودريار إلى أن **الواقع الفائق** يعرف فقط من خلال الصور التي تحاكي شيئاً حقيقياً ، حيث لم يعد متاحاً إلا من خلال هذه المحاكاة ، وبذلك تفوق الواقع الافتراضي على الواقع الحقيقي حيث إن الواقع الافتراضي يعد نوعاً من الواقع الفائق ويتصف بأنه عالم متعدد الأبعاد ينهي الواقع والخيال، ويصبح هو الحقيقة الكاملة. (Saribas, S.;, 2021, p. 220)

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
لذلك دق « بودريار » ناقوس الخطر إذ يعتقد أن العناصر المُختلقة التي باتت  
تلعب الدور الأكبر في تشكيل وعى الجمهور ووجدانه، ستشكل ما يمكن عده واقعاً  
موازياً، وهو واقع مُختلق بالكامل من شأنه أن يأخذ الجمهور إلى تصورات منحرفة  
وقرارات خاطئة، و يعتقد «بودريار» أن فيضان المعلومات المُضللة سينتج واقعاً فائقاً  
يحاكى الواقع الراهن في سماته ولا يشبهه في تفاصيله، بل هو يخلق تفاصيل  
مصطنعة ضمن هذا الصمت بحيث تُغرى بتصديقها وتبنيها. (العزيز, ياسر;، ٢٠٢١)

ووفقاً لبودريار يشير "الواقع الافتراضي" إلى "الحالة التي يصبح فيها التمثيل  
أكثر واقعية من الواقع نفسه" ، أو "الحالة التي يصبح فيها التخيل أكثر قوة من  
المادة"، وبهذا المعنى ، فإن الواقع الافتراضي ليس مجرد تقنية رقمية تسمح بخلق  
عوالم افتراضية ثلاثية الأبعاد ، بل هو عملية اجتماعية وثقافية تؤدي إلى تغيير في  
رؤية المجتمعات والأفراد، ويرى بودريار أن هذه العملية تتسارع مع تطور الإنترنت  
والشبكات الرقمية ، ومن أهم مبادئ نظرية الواقع الفائق أن الواقع الافتراضي يشكل  
تحدياً للطرائق التقليدية لفهم المجتمع والثقافة ، ويتضح من خلال دور تكنولوجيا  
الاتصال في تشكيل الهوية والمعرفة والقيم، وتعيد النظر في مفهوم الواقع الحقيقي ،  
والتفكير في كيفية تأثير الواقع الافتراضي في الحياة اليومية والمستقبلية .

من هذا المنطلق يعتمد البحث على نظرية الواقع الافتراضي (الواقعية الفائقة)  
؛ وذلك لتوضيح تأثير منصات التواصل الاجتماعي التي تشكل الواقع الافتراضي  
على سلوك مستخدميها داخل الواقع الحقيقي، وتبين كيف يتم توجيه سلوك  
المستخدمين من خلال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وإبراز المخاطر الناتجة

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

عن اعتماد المسؤولين والمطورين لتلك المنصات على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بأفكار المستخدمين واختراقها وتوجيه سلوكياتهم ، حيث إنه باستخدام نظرية الواقع الافتراضي، يمكن فهم العناصر التالية: (١- تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي: أى توضيح كيفية الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز تجربة المستخدم داخل منصات التواصل الاجتماعي ، بالإضافة إلى الاعتماد على تلك التطبيقات فى توجيه سلوك المستخدمين وتشجيعهم على مشاركة ما يتعرضون له خلال تصفح منصات التواصل الاجتماعي داخل الواقع الحقيقي ، وذلك من خلال اختراق أفكارهم وتحليلها وتصنيفها ، ٢- التحديات والإجراءات اللازمة للحماية من مخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي: كما يمكن الاستفادة من نظرية الواقع الفائق فى التعرف على التحديات الأخلاقية المرتبطة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى توجيه سلوك المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي، وتوضيح الإجراءات التي يمكن من خلالها ضمان استخدام مسؤول و آمن لهذه التطبيقات ، وتقليل المخاطر المحتملة.

### ب- نظرية انتشار المبتكرات أو الأفكار المستحدثة:

تعرف نظرية انتشار المبتكرات بأنها نظرية تسعى إلى شرح كيفية انتشار الأفكار والتقنيات الجديدة، وسبب هذا الانتشار ومعدله، ولقد طور هذه النظرية (إيفريت روجرز عالم الاتصالات الأمريكي في كتابه "انتشار المبتكرات" حيث وضع تفسير السلوك الإنساني للإقبال على تبني الأفكار الجديدة في المجتمعات الإنسانية. ووفقاً لهذه النظرية فإن وجود مبتكرات جديدة يتم إدخالها إلى النظام الاجتماعي قد

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي يكون لها قبول تدريجي مع مرور الوقت وفقاً لمجموعة من التغيرات والظروف التي تحيط بالبيئة الاجتماعية التي يتم إدخال تلك المبتكرات إليها، وقد يؤدي ذلك إلى انتشار هذه المبتكرات بين أفراد المجتمع بشكل أسرع.

ولقد وضع روجرز هذه العملية مركزاً على أنه في معظم الحالات، يكون عدد قليل من المبتكرين لفكرة جديدة مؤيدين لها ويتبنون استخدامها، ومع نشر هؤلاء المبتكرين الأوائل لتلك الفكرة يصبح المزيد من أفراد المجتمع منفتحين عليها مما يؤدي إلى تطويرها. (Kaminski, J., 2011, p. 1)

ويعرف روجرز عملية نشر الأفكار الجديدة والمستحدثات بوجه عام بأنها العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكر أو الابتكار حتى ينتهي به الأمر إلى أن يتبناها (مكاوي، حسن عماد؛ السيد، ليلي حسين؛، ١٩٩٨، صفحة ٢٥٨) ، وتتم هذه العملية بعدة مراحل رئيسة من أمثلتها ( ١-مرحلة المعرفة أو الوعي: وهي المرحلة التي يتعرض الفرد خلالها للابتكار أو الفكرة الجديدة لأول مرة ولكنه يفتقر إلى المعلومات الكاملة عن ذلك الابتكار ولا يمكن تحديد إذا كان هذا الوعي يأتي عفويا او مقصوداً ، ٢-مرحلة الإقناع أو الإهتمام : خلالها يصبح الفرد مهتماً بالفكرة الجديدة ويسعى إلى حصول على معلومات إضافية عنها ، ويصبح الفرد أكثر ارتباطاً من الناحية النفسية بالفكرة الجديدة أو الابتكار عنه في المرحلة السابقة ، ولذلك فإن سلوكه يصبح حادثاً بشكل قاطع . (Kaminski, J., 2011, p. 4) ، ٣- مرحلة القرار أو التقييم : في تلك المرحلة يطبق الفرد عقلياً الابتكار على وضعه من خلال ما تجمع لديه من معرفة ومعلومات عن الفكرة المستحدثة أو الابتكار وكذلك في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر وما يتوقعه مستقبلاً ، وينتهي به الأمر إلى أن يقرر قبول الفكرة أو رفضها أو إخضاعها للتجربة العملية ) (مكاوي،

حسن عماد؛ السيد، ليلي حسين؛، ١٩٩٨، (صفحة ٢٥٩) ، ٢ - مرحلة التأكيد أو الاعتماد: يقرر الفرد في تلك المرحلة مواصلة الاستخدام الكامل للإبتكار) . (Kaminski, J;, . 2011, p. 5).

وتحاول هذه النظرية تفسير كيفية انتقال الأفكار الجديدة من مصدرها إلى مستخدميها ، كما تحاول تحليل العوامل المؤثرة في قبول الأفكار أو رفضها ، وسرعة انتشارها، وآثارها في المجتمعات ، لذلك أكد علماء تلك النظرية أهمية الاتصال وعنصر الوقت في عملية تبني الابتكارات، حيث يبدأ الابتكار وينتشر داخل النظام الاجتماعي بواسطة المتبنين له ، إلى أن يصل في النهاية إلى أغلب أعضاء النظام الاجتماعي إما قبولاً أو رفضاً. (سالم، دعاء فتحى؛، ٢٠٢١، صفحة ١٩)

ولقد وصف (روجرز، وشوميكر) عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بانتشار المبتكرات بالاقتراب من نموذج (ديفيد بيرلو) ،وهي وفق ما يلي: (١- المصدر: المخترعون والعلماء ، وعوامل التغيير الاجتماعي ، وقادة الرأي ،٢- الرسالة: الابتكار الجديد، ٣-الوسيلة : قنوات وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الشخصي، ٤-المستقبل: أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي ، ٥-الأثر: تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك) .

ولقد وجد علماء تلك النظرية أن الأشخاص الذين يتبنون الابتكار مبكراً، لديهم خصائص مختلفة عن الأشخاص الذين يتبنون الابتكار لاحقاً، وبموجب هذه النظرية ينقسم الأفراد الذين يتبنون الابتكارات والأفكار المستحدثة إلى الفئات التالية:

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
١- المبتكرون: هم أول من يجرب الابتكار، ويتميزون بأنهم مغامرون  
ومهتمون بأفكار جديدة.

٢- المتبنون الأوائل: هؤلاء هم قادة الرأي، ويتمتعون بأدوار قيادية، ويدركون  
بالفعل الحاجة إلى التغيير، ويرتاحون إلى تبني أفكار جديدة.

٣- الأغلبية المبكرة: هؤلاء نادرًا ما يكونون قادة، لكنهم يتبنون أفكارًا جديدة قبل  
الشخص العادي، ومع ذلك، يحتاجون عادةً إلى رؤية دليل على أن الابتكار يعمل  
قبل أن يكونوا على استعداد لتبنيه.

٤- الأغلبية المتأخرة: يشكك هؤلاء في التغيير، ولن يعتمدوا ابتكارًا إلا بعد  
تجربته من قبل الأغلبية، وتتضمن استراتيجيات جذب هؤلاء من خلال توفير  
معلومات حول عدد الأشخاص الآخرين الذين جربوا الابتكار واعتمده بنجاح. (ما هي  
نظرية "انتشار المبتكرات"؟، ٢٠٢٠)

ويتضح مما سبق أن عملية انتشار المبتكرات يتم من خلالها انتشار ابتكار  
أفكرة جديدة بواسطة عدة قنوات اتصالية بين أفراد النسق الاجتماعي، وقد  
قام (روجرز) بدراسات عديدة في هذا الصدد ووجد أن هناك علاقة بين انتشار  
المستحدثات وحدوث التغيير الاجتماعي، كما توصل إلى أهمية مفهوم الشبكات  
الاجتماعية الإلكترونية في فهم كيفية انتشار المبتكرات داخل النسق الاجتماعي.  
(الشهري، حنان بنت شعشوع؛، ٢٠١٢، صفحة ٢٠، ٢٢)

من هذا المنطلق يعتمد البحث على نظرية انتشار المبتكرات والأفكار  
المستحدثة، لتوضيح مدى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبرامجه في توجيه

سلوك مستخدمى منصات التواصل الاجتماعى لتبني الابتكارات الجديدة والأفكار المستحدثة ، وذلك من خلال عدة عوامل أهمها: (مميزات الابتكار ، وعوامل القبول والرفض للأفكار الجديدة التى يتلقونها من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعى وبرامجه داخل تلك المنصات ، وعوامل النشر والتأثير الاجتماعى فى عملية نشر الأفكار والسلوكيات وانتقالها بين المستخدمين ، وتوقيت نشر الابتكار بمعنى بحيث يكون ملائماً لتوقيت ظهور الابتكارات لتوجيه سلوك المستخدمين وفقاً لاحتياجاتهم ورغباتهم فى ذلك التوقيت).

كما يعتمد البحث على نظرية انتشار المبتكرات والأفكار المستحدثة لتفسير أسباب إقبال المستخدمين وتوجيه سلوكياتهم وأفكارهم وقراراتهم وفقاً للمحتوى المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعى ، وتوضيح مدى اعتماد المطورين والمسؤولين عن تلك المنصات الإلكترونية على تطبيقات الذكاء الاصطناعى فى نشر الأفكار والسلوكيات الجديدة ، وإقناع المستخدمين بتبنيها وفقاً لاحتياجاتهم لها ، وذلك بدوره يودى إلى توجيه سلوكياتهم وفقاً لتلك الأفكار المستحدثة ، كما يستفيد البحث من تلك النظرية فى تصنيف مستخدمى منصات التواصل الاجتماعى وفقاً لدرجة تأثرهم بالأفكار المستحدثة والسلوكيات الجديدة التى تنشرها منصات التواصل الاجتماعى ، ومدى تبينهم لها داخل كل من الواقع الحقيقى والافتراضى ، حيث يمكن تصنيفهم إلى:

- (١- المبتكرون لتلك الأفكار: هم أصحاب الصفحات الإلكترونية داخل منصات التواصل الاجتماعى، ٢- المستخدمون الأوائل: هم المؤثرون والأنفلونسر الذين يبدعون فى نشر تلك الأفكار الجديدة وتوجيه سلوكيات المستخدمين لتبنيها داخل

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
الواقع الافتراضي والواقع الحقيقي، ٣-الأغلبية المتكررة: هم المستخدمون الذين  
لا يتبنون الأفكار الجديدة التي تنشرها المنصات الإلكترونية إلا بعد التأكد من تطبيق  
المؤثرين لها في الواقع الحقيقي والواقع الافتراضي، ٤-الأغلبية المتأخرة: هم الغالبية  
من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي أو الأفراد العاديين الذين لا يتبنون الأفكار  
الجديدة أو يوجهون سلوكياتهم إليها إلا بعد التأكد من أن أشخاص آخرين داخل بيئتهم  
الاجتماعية طبقوها في الواقع الحقيقي والواقع الافتراضي، والتأكد من ملائمتها لأفكار  
مجتمعهم والجماعة التي ينتمون إليها)، ومن ثم يمكن من خلال نظرية انتشار  
المبتكرات والأفكار المستحدثة تحليل كيفية تأثير تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي  
في نشر الأفكار الجديدة والسلوكيات المستحدثة داخل منصات التواصل الاجتماعي،  
ودورها في توجيه سلوكيات مستخدمي تلك المنصات نحو تلك الأفكار الجديدة،  
وتصنيفهم وفقاً لدرجة تأثرهم بالأفكار والسلوكيات التي تنشرها المنصات الإلكترونية  
المفضلة لديهم .

### ج- نظرية الحتمية التكنولوجية :

يعد (مارشال ماكلوهان) من أهم رواد هذه النظرية أن الوسيلة هي  
الرسالة، موضحاً أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تقنيات  
الوسائل الإعلامية، فالموضوعات والجمهور يؤثران على ما تنشره تلك الوسائل، حيث  
أن طبيعة وسائل الاتصال التي يتصل بها الجمهور (زايد، حيدر فالح، ٢٠٢٠، صفحة ٢)  
وتعرف **نظرية الحتمية التكنولوجية** بأنها عبارة عن تصورات نظرية لتطور  
وسائل الاتصال وتأثيراتها على المجتمعات الحديثة حيث أكد ماكلوهان أن تطور

المجتمعات المعاصرة مرده الى تطور لتكنولوجيا الاتصال (قرنانى, ياسين;، ٢٠١٤،  
صفحة ٦٦) .

وتوصف نظرية الحتمية التكنولوجية بأنها نظرية اختزالية تقترض أن تكنولوجيا  
المجتمع تحدد تطور هيكله الاجتماعي وقيمه الثقافية ، كما توصف بأنها نظرية  
اختزالية تهدف إلى توفير صلة سببية بين التكنولوجيا وطبيعة المجتمع ، أى أنها  
تحاول شرح لمن أو ما يمكن أن يكون له سلطة مسيطرة على الأمور الإنسانية ، لذلك  
تتساءل النظرية عن مدى تأثير الفكر أو الفعل البشري بالعوامل التكنولوجية . (زايد,  
حيدر فالح;، ٢٠٢٠، صفحة ٤)

وتعد **الحتمية التكنولوجية** من النظريات المادية التي أهتمت بتأثير تكنولوجيا  
وسائل الإعلام على شعور وتفكير وسلوك الأفراد وعلى التطور التاريخي المجتمعات  
ويرى أصحاب هذه النظرية ان مضمون وسائل الاعلام لا ينظر اليه مستقلا عن  
تكنولوجيا وسائل الاعلام الذي يتصل بها الانسان حيث أن تلك الوسائل تشكل الأفراد  
والمجتمعات اكثر مما يشكلها مضمونها لذلك **تفترض** النظرية أن تكنولوجيا الاتصال  
تقبل حرية الإنسان الذي يصبح تابعا لها (قرنانى, ياسين;، ٢٠١٤، صفحة ٦٧) ، ومن ثم  
تفترض أن قوة التأثير تتبع من الوسيلة ذاتها بمعزل عما تحمله من مضمون وهذا ما  
اصطلح عليه **ماكلوهان** مقولته الشهيرة " الرسالة هي الوسيلة " ويرى أن مضمون  
الاتصال يختلف عن علاقة الوسيلة الإعلامية بتأثيرها . (قرنانى, ياسين;، ٢٠١٤، صفحة  
٦٨)

وتفترض نظرية **الحتمية التكنولوجية** أن التغييرات التي تتعرض لها تكنولوجيا  
وسائل الاتصال ينتج عنها آثار غير متوقعة تجذب الجمهور لها ، و وصف علماء

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي الحتمية التكنولوجية هذه الظاهرة بأنها " انجراف تكنولوجي" حيث يبدأ الناس في الإنجراف أكثر فأكثر وسط العديد من العواقب غير المتوقعة. (زايد، حيدر فالح؛، ٢٠٢٠، صفحة ٥)

تظهر أهمية نظرية الحتمية التكنولوجية بوضوح من خلال تأثير الهواتف المحمولة والإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي على حياة المستخدمين، حيث أصبحت هذه التكنولوجيا جزءًا أساسيًا من يومياتهم، حيث يمكن أن تؤثر بشكل كبير على مزاجهم وسلوكياتهم العاطفية. وبالتالي، فإن حدوث عطل مفاجئ أو توقف لفترة قصيرة في هذه التقنيات يمكن أن يسبب توترًا وعدم استقرارًا للمستخدمين. وهكذا، أصبحت وسائل التكنولوجيا، ولا سيما منصات التواصل الاجتماعي، تمارس سيطرة شديدة على حياة المستخدمين.

كما تفترض نظرية الحتمية التكنولوجية أن هناك أسلوبان أو طريقتان للنظر إلى وسائل الإعلام هما: (أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم ، و أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي) لذلك يمكن وصف تلك الوسائل بأنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، وذلك بسبب الإهتمام بمضمونها وطريقة استخدامها والهدف من ذلك الاستخدام ، كما يمكن وصفها أيضًا بأنها جزء من العملية التكنولوجية التي بدأت تغير وجه المجتمع كله شأنها في ذلك شأن التطورات الفنية الأخرى، وذلك بسبب الإهتمام بتأثيراتها، بصرف النظر عن مضمونها ، ومن ثم يقول "مارشال ماكلوهان" أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تكنولوجية الوسائل الإعلامية نفسها، فالكيفية التي تعرض بها الوسيلة الإعلامية الموضوعات، والجمهور الذي توجه له رسالتها، يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل،

لذلك طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال. (نورالدين, تواتي,؛ ٢٠١٣، صفحة ١٨٣)

ولقد طور "ماكلوهان" هذه الفكرة بصورة أكثر تعمقا ليعرف أهميتها التكنولوجية، مما أدى إلى أنه حدد الصلة بين وجود الاتصال الحديث في المجتمع والتغيرات الاجتماعية التي يتعرض لها ، لذلك يقول "ماكلوهان" أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يؤدي إلى تحولات الكبرى في النظام الاجتماعي، و في الشعور الإنساني"، والنظام الاجتماعي في رأيه يحدده المضمون الذي تحمله هذه الوسائل لذلك بدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لا نستطيع أن نفهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات. (نورالدين, تواتي,؛ ٢٠١٣، صفحة ١٨٣)

من هذا المنطلق يعتمد البحث على نظرية الحتمية التكنولوجية لتوضيح إلى أى مدى تسهم منصات التواصل الاجتماعي في توجيه سلوك مستخدميها حيث تهتم تلك النظرية بتأثير تكنولوجيا وسائل الاعلام على شعور وتفكير وسلوك الأفراد ، كما تفترض أن قوة التأثير تتبع من الوسيلة ذاتها بمعزل عما تحمله من مضمون ، كما يمكن الاستفادة من تلك النظرية في توضيح الدور الذي تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، حيث تفترض النظرية أن التغيرات والتطورات التي تتعرض لها تكنولوجيا منصات التواصل الاجتماعي بسبب اعتمادها على تطبيقات الذكاء الاصطناعي تؤدي إلى جذب المستخدمين إلى استخدامها بصورة مستمرة ، ومن أمثلة تلك التطورات: (تحسين جودة

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي المحتوى ، والحد من المحتوى المضلل أو المزيف أو المسيء ، تسهيل التفاعل والتواصل بين المستخدمين من خلال ترجمة اللغات أو توليد ردود أو اقتراحات) .

و باستخدام نظرية الحتمية التكنولوجية يمكن فهم دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وتوضيح التحديات والمخاطر من تطور تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي مستقبلاً المحتملة والتي من أمثلتها: (فقدان الخصوصية ، و انتشار الأخبار الكاذبة ، و تشكيل فلاتر معرفية للمعلومات) ، بالإضافة إلى توضيح كيفية توجيه تفكير مستخدمي تلك المنصات نحو كيفية التعامل مع تلك المخاطر، وذلك من خلال تقديم تصور مقترح لكيفية مواجهتها ، حيث أن ذلك يمكن أن يساهم في تمكين مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي من اتخاذ قرارات مستنيرة أثناء استخدام هذه المنصات . كما يعتمد البحث على نظرية الحتمية التكنولوجية لتحديد مدى الحاجة إلى سياسات وتشريعات جديدة للتحكم في التأثيرات السلبية الناجمة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي.

#### د- نظرية المجال العام ليورغن هيرماس :

إن نظرية المجال العام لهيرماس توصف بأنها نظرية فلسفية واجتماعية قدمها الفيلسوف الألماني " يورغن هيرماس " حيث انبثقت من سياق تحليله التاريخي لظهور الفضاءات التواصلية ؛ حيث ظهرت منتديات مختلفة للنقاش العام، والأندية، والمقاهي، والصحف، والمجلات، واستنتج "هيرماس" أن هذه المنتديات اكتسبت شرعيتها من الدين والعرف حيث عن طريقها يتم النقاش والخطاب العام. (الهوراني، محمد عبد الكريم؛ العزام، عبد الباسط؛، ٢٠١٨، صفحة ٣٢٥)

---

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

و يعرف **المجال العام** بأنه عالم أو فضاء الحياة الاجتماعية الذي يمكن من خلاله تشكيل شيء قريب من الرأي العام وإمكانية الدخول فيه مكفول لجميع المواطنين حيث ينشأ جزء من مجال العام في كل محادثة يتجمع فيها أفراد معينين لتشكيل نظام عام وهم لا يتصرفون مثل رجال الأعمال أو المهنيين الذين يتعاملون مع الشؤون الخاصة أو كأعضاء في نظام معين ولكن يتصرف المواطنون كهيئة عامة حيث يتناقشون دون قيود مع ضمان حريه التجمع وحريه التعبير عن آرائهم حول الأمور ذات الأهتمام العام مع إمكانية نشرها بين الجمهور العام ، ويتطلب هذا النوع من التواصل وسائل محددة لنقل المعلومات والتأثير على أولئك الذين يتلقونها .  
(عاشور, قياتي؛، ٢٠١٩، صفحة ١)

و تعد **نظريه المجال العام** أحد نماذج النظرية السييسولوجية الذي عالج من خلالها **هيبرماس** كيفية أن تكنولوجيا التواصل الحديثة بدأت تلعب دور في تشكيل شبكة العلاقات الاجتماعية بين الجمهور وما يلحق بعملية التشكيل تلك من إعادة لصياغة الأفكار والقيم والتوجيهات تجاه مختلف القضايا الاجتماعية ويعد المجال العام من وجهة نظره **هيبرماس** هو فضاء اجتماعي يتيح للجميع النقاش الحر الغير مقيد ، بالإضافة إلى تكوين راي عام فيما يتعلق بالقضايا المشتركة بينهم بهدف الوصول إلى التوافق ، وقد اكد **هيبرماس** ضرورة أن يتسم المجال العام بمجموعة من السمات والخصائص من أهمها : تكوين علاقات وصلات اجتماعية بين الأفراد المختلفين بغض النظر عن الحالة الاجتماعية أو الطبقيه الخاصة بهم حيث تتأسس على المشترك الإنساني والمساواة ، و يتميز بقوة تأثير القول الاجتماعي داخل

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي النفوس ، كما أنه يهتم بنقاش جميع القضايا الاجتماعية المتنوعة . (رمضان, نورا;، ٢٠٢٣، صفحة ٢٧)

ومن ثم تمثل مواقع الشبكات الاجتماعية امتداداً طبيعياً للعلاقات الاجتماعية الحقيقية، حيث أنها تربط الأفراد الذين قد لا يتشاركون المكان نفسه، ومن هنا يمكن تعريف مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال نظرية المجال العام على أنها : "خدمات توجد على شبكة الويب تُتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة من خلال نظام إلكتروني مُحدد، ويُمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مُشاركتهم بالاتصال ورؤية قوائمهم أيضاً للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون من خلال ذلك النظام (عبدالصادق, عادل;، ٢٠١١، صفحة ٣٠)

لذلك ساهمت الثورة الاتصالية والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية، وعلى رأسها الإنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية هيبرماس، والذي يشترط أن يكون الرأي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين الجمهور، حيث تقدم منصات التواصل الاجتماعي إمكانيات جديدة مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية، فهي تسهل نشر المعلومات بشكل كبير وسريع بين مستخدميها، وتؤكد نظرية المجال العام، على أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور ، الذي من خلاله يمكن تشكيل الرأي العام .(بن عمروش, فريدة; لمشونشى, ميروك;، ٢٠١٩، صفحة ٦٠٥)

ومما سبق يتضح أن نظرية المجال العام لهيبرماس تمثل نهجاً نقدياً لفهم العالم الاجتماعي والتفاعلات الاجتماعية ، و تعتمد على العديد من الافتراضات النظرية، منها:

١- توجيه نحو التواصل النقدي: يشدد هيرماس على أهمية التواصل النقدي بين الأفراد والمجتمعات لفهم التفاعلات الاجتماعية وتحسينها، و يعتقد أن التواصل النقدي يساعد في كشف الانتهاكات الاجتماعية والظلم ويمكن أن يساعد في تحقيق التقدم الاجتماعي.

٢- الرغبة في تحقيق التواصل النقدي: يفترض هيرماس أن الجمهور لديهم رغبة في التواصل والتفاعل مع الآخرين ، ومن ثم يجب تشجيع هذه الرغبة وتوفير الفرص للنقاش والحوار المفتوح.

لذلك تؤكد **نظرية المجال العام** على أن بروز سلوكيات ترتبط ببيئة الاستخدام لهذه الشبكات أثناء وجود مستخدميها يخلق مجال للتفاعل وأدوات ووسائل جديدة للتعبير وخاصة مع ما تتميز به من حرية وكسر الحواجز وعدم كشف الهوية ، وأصبحت تلك الأدوات يتم استخدامها إما لتعريف الذات أو التعبير عنها أو الاتصال مع الآخرين بإنشاء روابط اتصالية . (عبدالصادق, عادل;، ٢٠١١، صفحة ٣١)

و من ثم في ضوء **نظرية المجال العام** يتضح أن الثورة التكنولوجية مكنت الجمهور من إمتلاك قوة المعلومات، لسهولة إتاحتها علمًا بأنها كانت في السابق تتصل بالنخب السياسية ، والطبقات الارستقراطية ، وأصحاب رؤوس الأموال حيث أن هذه القوة لها المقدره على تجميع المعلومات، و تحليلها، و إعادة إخراجها ، وتوزيعها بشكل ضخم لما تحتويه من معلومات مهمة ترفض الحكومات نشرها على العامة، لذلك استطلعت الثورة التكنولوجية من هدم الفارق التكنولوجي الحسي ، والقدرة على الإستحواذ المعلوماتي ، و التغلب على المسافات والوقت وكسر الحواجز والطبقات الاجتماعية والاقتصادية .(بن عمروش, فريدة; لمشونشى, مبروك;، ٢٠١٩، صفحة ٦٠٥)

**دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي**  
من هذا المنطلق يعتمد البحث على نظرية المجال العام ليورغن هيبيرماس لتوضيح كيفية استخدام منصات التواصل الاجتماعي للذكاء الاصطناعي لتوجيه سلوك المستخدمين، من خلال عدة تطبيقات من أمثلتها : ( توصيات المحتوى، والتحليلات السلوكية، والتفاعلات الرقمية مع المستخدمين ) حيث أن هذه النظرية تركز على كيفية التفاعل بين الناس والبيئة الاجتماعية والتكنولوجية التي يعيشون فيها ، كما أن هيبيرماس يقسم العالم الاجتماعي إلى مجالين هما : ( المجال الحيوي ، والمجال العام) ، ويعرف المجال العام بأنه الفضاء الذي يحدث من خلاله التفاعل الاجتماعي بواسطة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهذا هو المجال الذي له تأثير على سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي .

كما يستفيد البحث من نظرية المجال العام ليورغن هيبيرماس لتوضيح التحديات والمخاطر المرتبطة بدور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ؛ حيث أن تلك التحديات قد تقف عائق أمام الخصوصية والتحرير الرقمي وتؤثر بالسلب على عملية التفاعل الاجتماعي بين مستخدمي تلك المنصات الإلكترونية ، وذلك لأن نظرية المجال العام تؤكد على أن هذه المنصات تخلق مجال للتفاعل وأدوات و وسائل جديدة للتعبير عن الرأي في ضوء ما تتميز به من حرية وكسر الحواجز وعدم كشف لهوية المستخدم ، ومن ثم أصبحت تلك المنصات الإلكترونية تستخدم لتعريف الذات أو التعبير عنها أو الاتصال مع الآخرين من خلال إنشاء روابط اتصالية .

**-تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي، وتطبيقاته في توجيه قرارات وسلوكيات**

**مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وسلوكياتهم :**

إن في سياق التعرف على كيفية تأثير خوارزميات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي في سلوكيات مستخدميها ، أجرى مركز Bio للأبحاث مسجاً نشر في يناير ٢٠١٩ توصلت فيه إلى أن الفيسبوك يستخدم خوارزميات تقوم بتصنيف المستخدمين طبقاً لما يسمى " الانتماءات متعددة الثقافات " ، ويتم من خلاله وضع المستخدمين في قوائم تبعاً لميولهم المعرفية والقومية بدلاً من انتماءاتهم الفعلية ، كما أن خوارزميات منصة اليوتيوب تهتم أيضاً بتقديم محتوى مشخص ، بحيث تختار المقاطع المفضلة للمستخدم وتضعها مباشرة على شاشته عند الاستخدام ، أما خوارزميات تويتر فمنذ ٢٠١٤ بدأت المنصة في تقديم اقتراحات متابعة معينة للمستخدمين ، وذلك وفقاً لتغريداتهم السابقة. (كريكط, عائشة;، ٢٠٢٢، صفحة ٤١٣)

وعلى الرغم من ملكية فيسبوك لمنصة إنستجرام منذ ٢٠١٢ إلا أن خوارزمياتها تعمل بصورة أبسط من منصة الفيسبوك ، وحدث التغيير الأبرز في خوارزمياتها عام ٢٠١٦ ، حيث أصبح بإمكان المستخدمين الوصول إلى المنشورات الأكثر توافقاً مع تفضيلاتهم وليس إلى المنشورات الأقدم، وينسجم هذا التغيير مع التوجه العام لمنصات التواصل الاجتماعي في إعطاء الأولوية للمحتوى الذي تراه متوافقاً مع ميول المستخدمين (السيد, فاطمة الزهراء;، ٢٠٢٠، صفحة ١٠٨ ، ١٠٩).

**ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن الذكاء الاصطناعي يعتمد على عدة تطبيقات وخوارزميات تمكنه من محاكاة الذكاء البشري داخل المجتمع الافتراضي ، وذلك من خلال دراسة بيانات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وتوجيه سلوكياتهم ، عن طريق التعرف على ميولهم واهتماماتهم وتحليلها ، ومراقبة ردود**

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
أفعالهم ونمط تفكيرهم وتعاملهم مع هذه المواقف، ومن ثم بدأت تلك التطبيقات  
تتحكم في سلوكيات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي من خلال تحديد ما  
يرونه في مخططهم الزمني والإشعارات الذين يتلقونها من هذه المنصات، والمثال  
على ما تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي  
(التوصيات التي يراها مستخدمو منصة أمازون بعد إضافة منتج إلى سلة التسوق أو  
بناءً على سجل التصفح الخاص بهم، وأيضًا تظهر تنظيم توصيات منصة نيتفليكس  
لمستخدميها من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في نوعية الأفلام  
والعروض التي يتم عرضها وفقًا لتفضيلات مستخدمي تلك المنصة، وفلترة وإزالة  
المحتوى تلك الخاصة التي تعد من أكثر استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي  
شيوغًا حيث تعتمد عليها بعض شركات الإنترنت لحجب محتوى معين، لايتلائم  
مع قوانين الدولة).

-أهم التحديات التي تواجه أصحاب منصات التواصل الاجتماعي عند  
استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتوجيه سلوك مستخدمي تلك المنصات .

لقد بدأت أبحاث مجال الذكاء الاصطناعي تسليط الضوء على كون الجوانب  
المتعلقة بثقافة مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي مثل التفاعلات و الأنماط  
السلوكية، تؤثر على طريقة فهم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي واعتمادها  
داخل تلك المنصات، بالإضافة إلى التأثير الذي قد تسببه على بيئة مستخدميها  
(Galvão, V. F., & others, 2022, p. 7)

وتتمثل أهم تحديات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات  
التواصل الاجتماعي في التالي: ١- الامتثال: وهي الإدارات القانونية وقواعد الامتثال

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

التي تظهر قبل البدء في استخدام المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي ، أو إعطاء إذن للروبوت للتفاعل مع منشورات المستخدمين عبر منصات التواصل الاجتماعي .

٢- **خصوصية البيانات:** يتم تشغيل خوارزميات الذكاء الاصطناعي من قبل مطورين منصات التواصل الاجتماعي حيث يقدمون البيانات الشخصية لمستخدمي تلك المنصات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ، وذلك يشكل خطرًا أمنيًا على تلك البيانات إذا تركت من دون حماية خاصة على بيانات المستخدم الحساسة، مثل البيانات الأسرية أو البيانات المصرفية أو المعلومات الشخصية الأخرى. (توظيف الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي، ٢٠٢٣)

٣- **انتشار المعلومات المضللة:** على الرغم من أن الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على إنشاء المحتوى الإلكتروني بسرعة أكبر مما كانت عليه ، إلا أن ذلك يؤدي إلى اختلاق الحقائق والإحصاءات والمعلومات وبالتطبيق على التويتر يمكن ملاحظة أنه عندما ينشر المستخدمون تغريدة ، يمكنهم استخدام إعدادات الخصوصية لتقييد ملف مشاهدة هذه التغريدات فقط لمتابعيهم، ولكن لا يوجد فحص حقيقي لمعلومات الملف الشخصي التي تم إنشاؤها ، وذلك أدى إلى إمكانية إنشاء هويات مزيفة من قبل المستخدمين . (Cohen, R., & others, 2020, pp. 4 , 7) ؛ لذلك بدأت الشركات المالكة لتلك المنصات في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لنمذجة الثقة بين المحتوى الذي تقدمه منصات التواصل الاجتماعي وبين مستخدميها.

٤- **القضايا القانونية والأخلاقية:** في بعض الحالات يمكن أن يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي إلى انتهاك الخصوصية والتلاعب بسلوك المستخدم؛ لذا يجب أن

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
تكون الشركات المالكة لمنصات التواصل الاجتماعي على دراية بالآثار القانونية  
المحتملة والاعتبارات الأخلاقية المرتبطة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي. (توظيف الذكاء  
الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي، ٢٠٢٣)

٥- بالإضافة إلى ماسبق تمثل مشكلة تعدد اللغات: تحدياً مهماً أمام  
مطوري منصات التواصل الاجتماعي تأتي البيانات عبر الإنترنت بلغات متعددة ،  
وأحياناً لغات أو أشكال نصية ناقصة التمثيل ، مثل العربيزي(اللغة العربية مكتوبة  
بالحروف اللاتينية) ،وذلك يمثل تحدياً بسبب اضطرار مسؤلي تلك المنصات إلى  
التعامل مع بحر البيانات المتعددة اللغات ، بالإضافة إلى أن المصطلحات  
والتعبيرات في وسائل التواصل الاجتماعي تكتب أحياناً دون اتباع القواعد الصرفية أو  
النحوية القياسية ، كما أن المجتمعات والفئات الاجتماعية غالباً ما تبتدع وتتبنى  
مصطلحات لتحديد الحقائق الجديدة ، ولكن أيضاً معاني تلك المصطلحات  
والتعبيرات غير معروفة خارج المجتمعات التي ابتكرتها واعتمدها ، ومن ثم فإن  
تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل منصات التواصل الاجتماعي لابد أن  
تتغذى بجميع اللغات والمصطلحات الرسمية والخاصة ، وذلك يشكل تحدياً كبيراً أمام  
مسؤلي منصات التواصل الاجتماعي. (Fernandez, M. , Alani, H;, 2021, p. 19)

٦- مشكلة التحيز: حيث بدأت بعض منصات التواصل الاجتماعي  
يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، تطبيق **ImageNet** والذي يضم عديداً من  
الوجوه البيضاء ويرفض التعامل مع الوجوه غير البيضاء؛ لذلك حاول مطوري  
منصات التواصل الاجتماعي تدريب خوارزميات الذكاء الاصطناعي الخاصة بذلك  
التطبيق معرفة ميزات تلك الوجوه من خلال قواعد البيانات، ولكن لم تؤدي الخوارزمية

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

عملها بشكل جيد ؛ فى هذا الصدد أدى ذلك إلى تحيز داخلى يترتب عليه عديد من الآثار السلبية والمشكلات العنصرية عند استخدام ذلك التطبيق داخل منصات التواصل الاجتماعى. (نشرى, دانية؛، ٢٠٢٢)

مما سبق يتضح أن أهم التحديات التي واجهت الشركات المسؤولة عن منصات التواصل الاجتماعى عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعى فى تحليل بيانات مستخدمى تلك المنصات أن تلك المنصات نتج عنها مخاطر ومشكلات تضر بمصلحة هذه الشركات ومن أمثلة تلك المخاطر أنها أصبحت عرضة للهجوم ، وحقل خصب لسرقة البيانات الشخصية لمستخدمى تلك المنصات ، وقد يحدث ذلك بعدة طرق منها (١- أن يصمم بعض مجرمي الإنترنت صفحة أو مدونة تبدو مطابقة تمامًا لصفحة الفيس بوك لإغراء المستخدمين بالدخول إليها ، ومن ثم تتم سرقة بياناتهم ، وذلك من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعى غير المصرح بها مثل تطبيق التزوير العميق " deepfake " واستخدامها بصورة غير قانونية ، ٢- هجوم البريد الإلكتروني العشوائى "Spam" ، وهو مصطلح يستخدم لوصف الرسائل الالكترونية غير المرغوب فيها) ، وتعد منصات التواصل الاجتماعى هي الأكثر نجاحًا فى نشر البريد العشوائى، حيث أنه يمكن عن طريقها الحصول على تفاصيل الاتصال الشخصية لمستخدمى منصات التواصل الاجتماعى، كما أنه ليس من الصعب إقناع هؤلاء المستخدمين بقراءة الرسائل العشوائية ، حيث إن معظم الرسائل غير المرغوب فيها عبارة عن إعلانات تجارية ؛ جاذبة للمستخدمين.

-تحديد أهم المخاطر الناجمة عن توجيه سلوك مستخدمى منصات التواصل

الاجتماعى من خلال الذكاء الاصطناعى:

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

١ - التلاعب بالمعلومات وتشويه الرأي العام : لقد أصبح الذكاء الاصطناعي في الوقت الحالي يسيطر على الطريقة التي يتفاعل بها مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي مع المعلومات المنشورة على تلك المنصات وطريقة وصولهم إليها ، وممارسة حريتهم في التعبير عن آرائهم من خلال استخدامهم لمحركات البحث المتنوعة ؛ لذلك أصبحت المعلومات التي يبني مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي عليها أفكارهم الخاصة يسيطر عليها الذكاء الاصطناعي ؛ لذلك أصبحت تلك الخوارزميات والتطبيقات هي صانعة آراء مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وقراراتهم بناءً على رغبات مبرمجها، ولقد أدى ذلك إلى انتشار الخطر الكامن في كون مجموعة صغيرة من الشركات هي التي تتلاعب بأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وآرائهم ، باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث أصبحوا ينشرون المعلومات المغلوطة عبر المواقع الإخبارية ورسائل البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدمين . (الراوى, بشرى جميل؛، ٢٠١٢، صفحة ١٠٠)

٢- تدهور قدرات الذكاء البشري ، وانتهاك قيم المجتمع وأعرافه: ومن الآثار الخطيرة المترتبة على التوسع في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي هو التأثير في قدرات الذكاء البشري، حيث إن الاعتماد الكلي على هذه التطبيقات في إتخاذ القرارات وتأدية الوظائف نيابة عن المستخدمين قد يؤدي إلى تعطيل قدراتهم الذهنية ، ويعد ذلك بمثابة اختطاف للمستخدم من قبل هذه المنصات ، بالإضافة إلى أن عديداً من فئات المجتمع ، وبخاصة فئتا الأطفال والشباب ممن يعتمدون على هذه التطبيقات بشكل كبير أصبحوا يعانون من حالات عدم التركيز والتشتت والنسيان، بالإضافة إلى فقدان المهارات الاجتماعية مثل

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

العلاقات العامة ، ومهارة التحدث والخطاب ، كما أن تقديم «محتوى مقترح» لمستخدمى منصات التواصل الاجتماعى سواء أكان هذا المحتوى هو زيارة صفحات معينة في الشبكة العنكبوتية أم مقاطع مقترحة للمشاهدة في منصات مثل اليوتيوب ، والسناپ شات ، والتيك توك يكون بناءً على تحليل بيانات المستخدم الشخصية ، وفئته العمرية ، وموقعه الجغرافي ، ولكن قد لا يتناسب هذا المحتوى مع عمر المستخدم ، أو قيم المجتمع مما يجعل المستخدم ضحية لعملية إفساد إلكتروني منظم للأخلاق والقيم أو عرضة للتمر أو الابتزاز؛ لذا أصبحت الحاجة ملحة إلى وجود قيود وضوابط ، بالإضافة إلى نشر الوعي المجتمعي لهذا الأمر. (القرنى, عبد الله، ٢٠٢٢)

- الإجراءات التي تحد من اختراق الذكاء الاصطناعي لأفكار مستخدمي

### منصات التواصل الاجتماعي:

هناك عددًا من الخطوات يمكن لمستخدمى منصات التواصل الاجتماعي اتباعها لحماية خصوصيتهم وبياناتهم الشخصية من الاختراق عند الدخول إلى منصات التواصل الاجتماعي ، تتمثل هذه الخطوات فيما يلي:

١-مراجعة إعدادات الخصوصية : يجب على المستخدمين مراجعة إعدادات الخصوصية الخاصة بهم ، وتحديثها وكذلك حسابات منصات التواصل الاجتماعي لتقليل عدد الأشخاص والمؤسسات التي يمكنها اختراق أنشطتهم.

٢- الوعي بكيفية استخدام البيانات الشخصية في المجال العام: يجب أن يكون المستخدمين على دراية بمدى استخدام البيانات الشخصية من خلال تفاعلاتهم

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي عبر المنصات الإلكترونية ، وكيف يمكن استخدامها لتحليل تفضيلاتهم واهتماماتهم ، بخاصة في ضوء حالات إساءة استخدامها .

٣- الحفاظ على كلمات مرور قوية: يجب على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي استخدام كلمات مرور قوية ، حيث يجب تغييرها بشكل مستمر ، ويفضل اتباع عدة نصائح لكلمة مرور جيدة تتمثل في: (أ- استخدام كلمات مرور طويلة ، ب- عدم استخدام معلومات شخصية واضحة ، مثل (الاسم ، أو مدينة الميلاد) ، د- عدم استخدام نفس كلمة المرور لمنصتين أو أكثر، هـ- استخدام تطبيق موثوق به لإدارة كلمات المرور، و- تغيير كلمات المرور بانتظام).

٤- قَصْرُ الأفراد أو الجهات التي يتم التواصل معها على الأفراد المعروفين: يجب على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ألا يقبلوا كل طلب اتصال يتلقونه عبر الإنترنت.. (وزارة المواصلات والاتصالات ، ٢٠٢٠ ، صفحة ١١)

ومما سبق يتضح أن مسئولو منصات التواصل الاجتماعي يعتمدون على تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتقييم المحتوى وترشيحه للمستخدمين حسب اهتماماتهم، وهذا يعني تصفية ملايين المنشورات التي تشمل النصوص المكتوبة والصور والفيديوهات والأصوات ، وذلك يثير بعض القلق للمستخدمين ، ومن ثم جرى استجواب لبعض المسؤولين التنفيذيين في شركتي (تويتر، وفيسبوك) أمام الكونغرس الأمريكي حول تأثير استخدامهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل تلك المنصات الذين مسئولون عنها في على سلوك المستخدم ، وبعد نهاية التحقيق انتشرت رسائل إلكترونية تطلب اتخاذ الحذر عند استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وذلك لمحافظة المستخدمين على حقهم في اتخاذ قرارات مستنيرة ومسؤولة بالإضافة إلى أن

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

مطوري منصات التواصل الاجتماعي عليهم أن يضمنوا احترام المبادئ الأخلاقية والقانونية في تصميم تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل تلك المنصات. بعد استعراض الجزء السابق من البحث والذي يتضمن ( مقدمة البحث ، والأهمية والمشكلة ، وأهداف وتساؤلات البحث ، و الاستراتيجية المنهجية للبحث، والدراسات السابقة ، و مفاهيم البحث ، ونظرياته، و محاوره التي تضم الموضوعات والقضايا المتضمنة في البحث وهي " تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي، وتطبيقاته في توجيه سلوكيات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، و أهم التحديات التي تواجه أصحاب منصات التواصل الاجتماعي عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، وتحديد المخاطر الناجمة عن توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي من خلال الذكاء الاصطناعي ، وأهم الإجراءات التي تحد من اختراق الذكاء الاصطناعي لأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي" ) ، وفي الجزء التالي يعرض البحث لنتائج الدراسة الميدانية التي جرت من خلال استمارة استبيان إلكترونية تم توزيعها على المبحوثين، وقد تم تقسيم النتائج وفقاً لأهداف الدراسة ، والإجابة عن تساؤلاتها :

-نتائج الدراسة الميدانية .

- مدى تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي ، وتطبيقاته في توجيه سلوكيات و مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وقراراته.

جدول رقم (٦)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمنصة التواصل الاجتماعي المفضلة لهم ( أكثر من استجابة ن=

٣٥٠

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
١	التويتير	٣٠	٨.٥%	٥
٢	الفييس بوك	٢٧٠	٧٧.١%	١
٣	اليوتيوب	٧٠	٢٠%	٤
٤	الواتس آب	٩٠	٢٥.٧%	٣
٥	الإنستجرام	١٠٠	٢٨.٥%	٢
٦	التيك توك	٢٠	٥.٧%	٦
٧	أخرى تنكر	١٠	٢.٨%	٧

يوضح جدول (٦) توزيع أفراد العينة وفقاً لمنصات التواصل الاجتماعي المفضلة لهم والأكثر استخداماً ، حيث يفضل أغلب أفراد العينة منصة الفيس بوك بنسبة (٧٧.١%) ، بينما الأقلية يفضلون منصتي ( التليجرام والتيميز ) ، وتمثلت نسبتهم (٢.٨%) ، وذلك بسبب أن منصة الفيس بوك من أشهر المنصات المستخدمة حول العالم وأهمها ؛ وذلك وفقاً لتقرير ( Global Statshot Report ) الأخير، والصادر عن منصة البيانات والتحليلات (DataReportal) ، والتي ظهرت خلاله أكثر ٥ منصات للتواصل الاجتماعي استخداماً في عام ٢٠٢٢ حتى الآن، جاء الفيس بوك في الترتيب الأول ، حيث بلغ عدد المستخدمين النشطين عالمياً: ٢.٩ (حسن، روان، ٢٠٢٢) ، كما أنها من أنجح منصات التواصل الاجتماعي وأقواها في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ؛ ونتيجة لذلك تم تأسيس مجموعة أبحاث الذكاء الاصطناعي الخاصة بتطبيقاته التي يستخدمها الفيسبوك، وكان الهدف

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

منها الحصول على أحدث تقنيات الذكاء الاصطناعي محاولة لفهم آلياته ، واستخدامها ، وتطويرها (سالم, دعاء فتحي؛، ٢٠٢١، صفحة ٢).

- وعلى هذا يمكن القول أن نتائج الدراسة الميدانية كشفت عن أن منصة الفيسبوك من أكثر المنصات التي يتأثر مستخدميها بتطبيقات الذكاء الاصطناعي ، وذلك يتفق مع أغلب الدراسات السابقة التي طبقت دراسات الميدانية على مستخدمي الفيسبوك مثل دراسة (Aristea , Papadimitriou,; 2016) التي اعتمدت على تحليل عينة من الخطابات المنشورة عبر أهم منصات التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي ، وهي منصة الفيسبوك التي تعتمد على تطبيق " Deep Mind " للذكاء الاصطناعي ، ودراسة (Bechmann, A; Bowker, G.C,; 2019) التي هدفت إلى توضيح تأثيرات تطبيق التعلم الآلي ، وهو أحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي المطبق على بيانات الفيسبوك ؛ وذلك لتبين عدة مفاهيم مثل عدم الإشراف والاستقلالية ، وفهم التصرفات التصنيفية الأساسية في عملية تحليل البيانات المنشورة عبر الفيسبوك .

### جدول رقم (٧)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى حرصهم على نشر الأحداث والتفاعلات اليومية عبر حساباتهم الشخصية داخل منصات التواصل الاجتماعي (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة
١	نعم	٤٠	١١.٤%
٢	لا	٢٥٠	٧١.٤%
٣	أحياناً	٦٠	١٧.١%

## دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

المجموع	٣٥٠	%١٠٠
---------	-----	------

يوضح جدول (٧) أن أغلبية المبحوثين لا يحرصون على نشر الأحداث والتفاعلات اليومية عبر حساباتهم الشخصية داخل منصات التواصل الاجتماعي ، حيث مثلت نسبتهم (٧١.٤٪) ، بينما الأقلية من المبحوثين هم من الذين لا يحرصون على نشر تلك الأحداث ، ومثلت نسبتهم (١١.٤٪) ، ويمكن تفسير ذلك بأن أغلب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بدءوا يشعرون بعدم الأمان داخل منصات التواصل الاجتماعي بسبب تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي اخترقت الخصوصية التي كانت تتميز بها تلك المنصات ؛ وذلك وفقاً لما ذكره أكثر من نصف عينة البحث عندما أشاروا إلى أهم أسباب عدم نشر أحداث الحياة اليومية عبر منصات التواصل الاجتماعي ، فأكدوا سببين هما: (١- أنه لا يوجد خصوصية داخل منصات التواصل الاجتماعي، ٢- اختراق الأفكار من خلال قراءة المنشورات وتحليلها بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، وذلك على حد قول أكثرهم " معتش فيه خصوصية كل حاجة بقت مكشوفة فالأحسن إنني مقولش أنا روحت فين ولا عملت إيه ولانجحت في إيه ولاحتي بفكر في أيه لأن دلوقتي الذكاء الاصطناعي بقي بيسرق كلامنا اللي بننشره ، ويأثر علينا بيه ويصدرلنا أفكار مزيفة وكاذبة " .

-وذلك يتفق مع دراسة (سالم, دعاء فتحى؛، ٢٠٢١، صفحة ٣) التي أشارت إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل مواقع التواصل الاجتماعي أثارت عدة إشكاليات تتعلق بإمكانية تعرض بيانات المستخدمين لاختراقهم ، وانتهاك خصوصيتهم من خلال توظيف بياناتهم الشخصية ضمن إطار البيانات الضخمة التي تعتمد عليها تطبيقات الذكاء الاصطناعي في معالجتها للمعلومات ، بما يمكنها من قراءة أفكارهم ، والتنبؤ بسلوك المستخدمين وتفضيلاتهم المختلفة.

### جدول رقم (٨)

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

توزيع أفراد العينة وفقاً لأسباب نشرهم للأحداث والتفاعلات اليومية عبر حساباتهم الشخصية داخل منصات التواصل الاجتماعي (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
١	البحث عن أفكار جديدة تساعد في حل المشكلات اليومية	٩٠	%٢٥.٧	٢
٢	بسبب الأصابة بالمرض ، أو إصابة أحد أفراد العائلة بأزمة	٢٠	%٥.٧	٣
٣	لمشاركة الأصدقاء فى المناسبات ، الأسرية أو الشخصية	٩٠	%٢٥.٧	٢
٤	أخرى تذكر	١٥٠	%٤٢.٨	١
	المجموع	٣٥٠	%١٠٠	

**يوضح جدول (٨) أهم الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى نشر الأحداث والتفاعلات اليومية عبر حساباتهم الشخصية داخل منصات التواصل الاجتماعي ، حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة (٤٢.٨%) كل من الأسباب التالية: (١) - الحاجة إلى الدعاء من الأصدقاء عند الأصابة بالمرض ، أو إصابة أحد أفراد العائلة بأزمة، ٢- البحث عن أفكار جديدة تساعد في حل المشكلات اليومية، ٣- مشاركة الأصدقاء المناسبات الأسرية أو الشخصية) ،ويمكن تفسير ذلك بأنه على الرغم من**

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
اقتناع أكثر من نصف عينة البحث بعدم الخصوصية واختراق أفكارهم ، إلا أن تأثير  
منصات التواصل الاجتماعي على قراراتهم في مشاركة أحداثهم اليومية من خلالها  
أصبح أكبر من المخاطر التي يتعرضون لها عند نشر تلك الأحداث عبر صفحاتهم  
الإلكترونية ؛ بسبب تشكيلها لواقع يماثل تمامًا الواقع الحقيقي التي يعيشه  
مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي.

وذلك ما أكدته نظرية الواقع الافتراضي (الواقعية الفائقة) حيث افترض  
بودريار أن وسائل الاتصال الإلكترونية تختلف في آثارها وعمق مفعولها عن أي  
وسائل تقنية أخرى حيث أدت إلى تحولات عميقة في طبيعة الحياة الواقعية لأنها لا  
تعرض العالم الواقعي فقط أو تمثله بل إنها أصبحت بصورة متزايدة تحده ، وتعيد  
تعريفه من خلال نظرة سريعة إلى الوقائع والأحداث التي ينشرها الأفراد داخل منصات  
التواصل الاجتماعي بمختلف تفضيلاتها ومواطن الإثارة والمبالغة فيها . (غدنز،  
أنتوني، ٢٠١٠، صفحة ٥١٣) .

-لذلك يمكن القول بأن ( الحاجة إلى الدعاء من الأصدقاء عند الإصابة  
بالمرض، أو إصابة أحد أفراد العائلة بأزمة، والبحث عن أفكار جديدة تساعد في حل  
المشكلات اليومية ، ومشاركة الأصدقاء في المناسبات الأسرية أو الشخصية) هي  
من أهم الأسباب التي تدفع مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي إلى نشر  
الأحداث والتفاعلات اليومية عبر حساباتهم الشخصية داخل منصات التواصل  
الاجتماعي ، وهو ما أكدته نتائج الدراسة .

- كما توصلت الدراسة إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعتمد  
عليها منصات التواصل الاجتماعي تعمل على توجيه سلوك مستخدمي تلك  
المنصات إلى سلوكيات مخالفة لآرائهم وقناعاتهم الشخصية ، حيث إنهم يقتنعون  
بأن نشر أحداثهم الواقعية داخل المنصات الإلكترونية تؤدي إلى انتهاك

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

خصوصيتهم واختراق أفكارهم ، إلا أنهم يضطرون أحياناً كثيرة إلى مشاركة أحداثهم وتفاعلاتهم اليومية عبر صفحاتهم الإلكترونية دون أن يشعرون أن ذلك مخالف لأرائهم.

### جدول رقم (٩)

توزيع أفراد العينة وفقاً لاختلاف تفاعلاتهم داخل المنصات الإلكترونية مع المنشورات التي تتعلق بالموضوعات التي يبحثون عنها (أكثر من استجابة ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
١	أتابعه	٢٥٠	٪٧١.٤	١
٢	أعجب به	٨٠	٪٢٢.٨	٣
٣	أتركه	٢٠	٪٥.٧	٤
٤	أنشره	١٠	٪٢.٨	٥
٥	أخرى تنكر	١٠	٪٢.٨	٢
	المجموع	٣٥٠	٪١٠٠	

يتضح من جدول (٩) أن أغلبية أفراد عينة البحث يتابعون المنشورات التي تتعلق بالموضوعات التي تهتمهم بحثوا عنها داخل مواقع الويب الرئيسية ، أو تحدثوا عنها عبر الهاتف النقال حيث مثلت نسبتهم (٪٧١.٤) ، بينما الأقلية أكدوا أنهم ينشرونها، ومثلت نسبتهم (٪٢.٨)، وذلك يدل على أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمكن منصات التواصل الاجتماعي من التعرف على عمليات البحث التي يقوم بها مستخدموها على مواقع الويب الرئيسية أو التي يتحدثون عنها عبر

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
الهاتف المحمول ، وذلك بسبب أن تلك التطبيقات عند توصيل الجهاز الهاتف  
المحمول ، أو جهاز الحاسب الآلي بالإنترنت مبرمجة لتقرأ ما يبحث عنه  
المستخدمين خارج منصات التواصل الاجتماعي، وذلك بدوره أدى إلى أنها أصبحت  
توجه سلوكيات مستخدميها عند استخدامها وفقاً لأحتياجاتهم واهتماماتهم .

ولأن هدف تطبيقات الذكاء الاصطناعي مادي بحت ، حيث تعمل على  
توصيل المنشورات المناسبة لاهتمامات المستخدمين، وتمكن المعلنين من الوصول  
إلى جمهور المستهدف بشكل أكثر دقة، وذلك يجعل كافة المستخدمين كما لو أنهم  
في سجن كبير لا يشعرون بقيوده ولايمكنهم التحرر منه. (السيد، فاطمة الزهراء؛  
٢٠٢٠، صفحة ١٠٢) ؛ بسبب تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي أصبحت تشكل  
قرارات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، كما أنها تقحم حياتهم اليومية ،  
وذلك من خلال استخدامهم للهواتف التي تعمل بخاصية التعرف على بصمة العين ،  
التي تسهل عملية الوصول إلى البيانات الشخصية لمستخدمي منصات التواصل  
الاجتماعي والموضوعات التي يتحدثون عنها . (الأثار السلبية للذكاء الاصطناعي، ٢٠٢٢)  
وذلك يتفق مع دراسة (كريكط، عائشة؛، ٢٠٢٢) التي توصلت إلى أن  
الخوارزميات لها دور فعال في (أخلقة) مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة  
(Aristea , Papadimitriou,; 2016) التي توصلت إلى أن الذكاء الاصطناعي يؤثر  
في إنشاء المحتوى في الشبكات الاجتماعية من خلال التحكم في شكل هذا المحتوى ،  
وإخضاع المستخدمين للتفاعل مع المنشورات التي تنشرها المنصات الإلكترونية  
مشاركة جادة .

من هذا المنطلق كشفت نتائج الدراسة أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي  
ساعدت منصات التواصل الاجتماعي في اختراق عمليات البحث الذي يقوم بها  
المستخدمون داخل مواقع الويب الرئيسية أو يتحدثون عنها عبر الهاتف النقال ،

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد  
 وذلك بدوره أدى إلى تمكين تلك المنصات من توجيه سلوكيات مستخدميها بمتابعة منشوراتها التي تضم موضوعات يبحثون عنها ، أو مشاركتها عبر صفحاتهم الشخصية.

#### جدول رقم (١٠)

توزيع أفراد العينة وفقاً لأكثر المنصات الإلكترونية التي تعتمد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي. (أكثر من استجابة ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
١	التويتر	١٠	٢.٨%	٣
٢	الفييس بوك	٢٧٠	٧٧.١%	١
٣	اليوتيوب	٥٠	١٤.٢%	٢
٤	الإنستجرام	٥٠	١٤.٢%	٢
٥	التيك توك	٤	١.١%	٤
٦	أخري تنكر	١٠	٢.٨%	٣
	المجموع	٣٥٠	١٠٠%	

يتضح من جدول (١٠) أن أغلبية المبحوثين ونسبتهم (٧٧.١%) أكدوا أن منصة الفيسبوك هي من أكثر منصات التواصل الاجتماعي التي تعتمد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي حيث تعرض لهم المنشورات المقترحة التي تتعلق باهتماماتهم ، أو بمنشوراتهم ، وتعليقاتهم السابقة ، من خلال اعتمادها على

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي تطبيقات لإدارة المحتوى الذي ينشره المستخدمين والتعرف على آرائهم وأفكارهم لتلبية رغباتهم واهتماماتهم ، وذلك وفقاً لما أكدت عليه نظرية المجال العام ليورغن هيبيرماس أن منصات التواصل الاجتماعي ساعدت على إمكانية توافر المعلومات والبيانات عن الأشخاص والبلدان والمواقع التي يُمكن على أساسها خلق شبكة تفاعل بين كافة المستخدمين . (عبدالصالح, عادل;، ٢٠١١، صفحة ٣١)

وبناءً على ذلك يُعد مستخدم منصة الفيسبوك هم الأكثر عرضة للاختراق من غيرهم ؛ بسبب استخدام تلك المنصة لعدد من التطبيقات الشهيرة التي تمنح لمسئوليها التحكم في منشورات مستخدمي المنصة وفقاً لاحتياجاتهم ، وذلك يتفق مع دراسة (Hydén, H., 2020) التي توصلت إلى أن أشهر منصات التواصل الاجتماعي وأكثرها استخداماً هي منصة الفيسبوك ، التي تعتمد على تطبيق "This Your Digital Life Is" لتحليل البيانات الشخصية لحوالي ( ٨٧ مليون) مستخدم لمنصة الفيسبوك ، وهو من أهم التطبيقات التي من خلالها يعطى فرصة لمطوري ومسئولي الفيس بوك إذناً بالحصول على بيانات مستخدميه ، ويمنحهم كذلك فرصة الوصول إلى المعلومات الموجودة على الصفحات الشخصية لمستخدمي الفيسبوك وشبكة أصدقائهم .

ومن ثم توصلت الدراسة إلى أن منصة الفيسبوك تعد هي أكثر منصات التواصل الاجتماعي التي توجه سلوكيات مستخدميها نحو منشورتها من خلال اعتمادها على عدد من تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تخترق أفكار المستخدمين ، وآرائهم واهتماماتهم ثم تحللها وتصنفها ، ومن أمثلة تلك التطبيقات تطبيق حياتك الرقمية (Digital Life Is Your) ، وذلك التطبيق الذي يقوم باستخدام بيانات الحسابات الشخصية للمستخدمين على الفيسبوك.

جدول رقم (١١)

توزيع أفراد العينة وفقاً لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يفضلون استخدامها داخل منصات التواصل الاجتماعي (أقل من استجابة ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب ب
١	الشات جي بي تي ChatGPT	٥٠	%١٤.٢	٣
٢	الريلز Reels	١٠٠	%٢٨.٥	١
٣	الشات بوت Chat Bot	١٠	%٢.٨	٤
٤	جوجل ماب Google Maps	٦٠	%١٧.١	٢
٥	استوديو المحتوى Creator Studio	١٠	٢.٨	٤
	المجموع	٣٥٠	%١٠٠	

يوضح جدول (١١) أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يفضل المبحوثون استخدامها داخل منصات التواصل الاجتماعي ، حيث أشار الأغلبية منهم أنهم يفضلون استخدام تطبيق الريلز Reels حيث ، مثلت نسبتهم (%٢٨.٥) ، بينما الأقلية يفضلون استخدام تطبيقين هما (الشات بوت Chat Bot ، واستوديو المحتوى Creator Studio) ومثلت نسبتهم (%٢.٨) ، ويمكن تفسير ذلك بأن تطبيق

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
الريلز منتشر داخل أغلب منصات التواصل الاجتماعي مثل (الفيستبوك، والإنستجرام،  
والتيوتوب، والتيك توك) ، وهو عبارة عن إنشاء مقاطع فيديوهات سريعة قصيرة  
تجذب انتباه مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي لمتابعتها ومشاركتها  
واستخدامها ، لذلك يقضي المستخدم وقتاً طويلاً في متابعة تلك المقاطع لأنها ؛ لا  
تظهر فقط إلى متابعيه أو من الأشخاص الذين يتابعونه ، ولكن بدأت تنتشر  
مقاطع الريلز لأي حساب شخصي ، وذلك وفقاً لكثرة نشاط المستخدم ؛ وذلك بسبب  
أن خورزميات ذلك التطبيق تمكن المستخدم من الأستمرار في نشر هذه المقاطع  
وزيادة التفاعل معها ، ومن ثم قضاء وقت أطول على المنصة الإلكترونية ، وذلك  
وفقاً لنظرية الحتمية التكنولوجية التي تقترض أن التغييرات التي تتعرض لها  
تكنولوجيا وسائل الاتصال ينتج عنها تأثيرات تجذب الجمهور لها

بالإضافة إلى أنه يساعد في الربح من خلال زيادة عدد مشاهدات  
المستخدمين لمقاطع الفيديو وذلك في حالة حصول مقطع الفيديو على عديد من  
الإعجابات والتفاعلات والمشاركات، فتقوم منصات التواصل الاجتماعي  
بزيادة مجموعات المستخدمين التي تستطيع رؤية ذلك المقطع ؛ لذلك يعد تطبيق  
الريلز من أشهر وأكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يفضل مستخدمو منصات  
التواصل الاجتماعي التفاعل معها ، ونشرها داخل صفحاتهم الإلكترونية عبر أشهر  
منصات التواصل الاجتماعي ، وأهمها منصة الفيسبوك حيث أطلقت شركة ميتا  
(Meta) مقاطع الريلز على منصة فيسبوك، وقد وصلت مع بداية عام ٢٠٢٢  
تدريجياً إلى معظم المستخدمين حول العالم. (أيمن، على،، ٢٠٢٣) ، كما يحتوى تطبيق  
الريلز الآن على ٢٥٪ من الوقت على منصة الإنستجرام ، والتيوتوب ولديه ١.٥  
مليار مشاهد ؛ لذلك أحدث الريلز ضجة كبيرة في الأعوام الأخيرة، ظهرت لأول مرة  
سنة ٢٠١٢ ، وتم تداولها على جميع المنصات التواصل الاجتماعي (حسين، إيمان،،  
٢٠٢٢) .

ووفقاً لنظرية انتشار المبتكرات أو الأفكار المستحدثة يمكن القول بأن تأثير منصات التواصل الاجتماعي على أغلب مستخدميها يبدو واضحاً في نشر الأفكار الجديدة وتبنيها ، حيث تحاول منصات التواصل الاجتماعي التأثير في مستخدميها من خلال جذبهم لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتفاعل معها ؛ لما تتميز به من مميزات جديدة ومبتكرة ، وذلك وفقاً لأحد عوامل تبني الأفكار الجديدة التي حددتها (نظرية انتشار المبتكرات أو الأفكار المستحدثة) ، وهو (عامل مميزات الابتكار): حيث يتم توجيه سلوك المستخدمين من خلال توفير مميزات جديدة وجذابة للمستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي، ومن مميزات (تطبيق الريلز) أنه : ١- يمكن من خلاله نشر أفكار جديدة عبر فيديوهات قصيرة لاتتعدى الدقيقة الواحدة، ٢- من الممكن إضافة صوت أو حركة على الفيديو ولايحتاج وقتاً كثيراً أو لخبرات وقدرات عالية لإنشائه مقارنة بإنشاء الفيديوهات الطويلة ، ٣- بالإضافة إلى أن ذلك التطبيق يسمح بنشر مقاطع الفيديو القصيرة عبر كل المنصات الإلكترونية التي يفضلها المستخدم ، فإنشاء ريلز عبر الفيسبوك يمكن نشره عبر الانستجرام واليوتيوب في نفس الوقت.

- لذلك توصلت الدراسة إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تمكنت من التأثير في مستخدميها من خلال جذبهم لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، مثل تطبيق الريلز الذي ساعد في قضاء المستخدمين وقت أطول عند استخدام منصات التواصل الاجتماعي ؛ لما يتميز به ذلك التطبيق من سهولة وسرعة استخدامه وقصر المدة الزمنية لمتابعته ، وذلك بدوره أدى إلى سهولة اختراق أفكار المستخدمين وتوجيه سلوكياتهم من خلال استخدامهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات الإلكترونية.

جدول رقم (١٢)

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
توزيع أفراد العينة وفقاً لأسباب استخدامهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات  
التواصل الاجتماعي (أقل من استجابة ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
١	للتسوق وكتابة المحتوى	٣٠	٨.٥%	٣
٢	إنشاء مقاطع فيديو قصيرة	٣٠	٨.٥%	٣
٣	لإجراء المحادثات الإلكترونية	٣٠	٨.٥%	٣
٤	الوصول إلى الأماكن الجديدة	٤٠	١١.٤%	٢
٥	البحث عن المقالات ، ومقاطع الفيديو ، والصور التي تتفق مع اهتماماتي	١٥٠	٤٢.٨%	١
	المجموع	٣٥٠	١٠٠%	

يوضح جدول (١٢) أن أغلبية المبحوثين أكدوا أن البحث عن المقالات ، ومقاطع الفيديو ، والصور التي تتفق مع اهتماماتهم تعد من أهم الأسباب التي تدفعهم إلى استخدامهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي ، حيث مثلت نسبتهم (٤٢.٨%) ، بينما الأقلية ذكروا بالتساوي ثلاثة أسباب تدفعهم لاستخدام تلك التطبيقات تتمثل فيما يلي: (١-للتسوق وكتابة المحتوى،

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

٢-إنشاء مقاطع فيديو قصيرة، ٣-لإجراء المحادثات الإلكترونية) ،ومثلت نسبتهم(٨.٥%) لكل منهم .

ويفسر البحث ذلك بأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي ساعدت في سرعة نتائج البحث عن المقالات ومقاطع الفيديو والصور التي تتفق مع اهتماماتهم وسهولته وذلك لأن خوارزمياتها تخرق تلك العمليات لتوجيه سلوكيات المستخدمين من خلال(١-اقتراح الأخبار والفيديوهات ، ٢-اقتراحات الشراء) حيث تبدأ الخوارزميات عملها باقتراح ذلك المحتوى الذي أبدى المستخدم الإعجاب به عبر موقع الويب ، أو عبر المنصة التابعة للشركة المنتجة للمنتج، أو عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم. (خليفة, إيهاب;، ٢٠١٥، صفحة ٥٧)

-ومن ثم توصلت الدراسة إلى أن استخدامهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي هو سلاح ذو حدين ، حيث يستفيد منه المستخدمون في سهولة البحث عن ما يتفق مع اهتماماتهم ، كما تستفيد منهم تلك المنصات في تحليل عمليات بحث المستخدمين ، ومن ثم توجيه سلوكهم وفقاً لتفضيلاتهم ، وذلك يتفق مع نتائج دراسة (سالم, دعاء فتحي;، ٢٠٢١) التي أشارت إلى أن الغالبية من المبحوثين أكدوا أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، وخوارزمياته في التخطيط لتوجيه سلوكيات المستخدمين .

#### جدول رقم (١٣)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى البحث عن الترددات التي تنشرها منصات التواصل

الاجتماعي (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
---	-----------	-------	--------	---------

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

ب				
٣	%٢٠	٧٠	نعم	١
١	%٤٢.٨	١٥	لا	٢
٢	%٣٧.١	١٣	أحياناً ، عندما تعبر عن قضية رأي عام ، أو حدث مجتمعي .	٣
	%١٠٠	٣٥	المجموع	

يتضح من جدول (١٣) أن أغلبية عينة البحث لا تبحث عن الترندات التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي ، حيث مثلت نسبتهم (%٤٢.٨) ، أما الأقلية فأكدوا أنهم يبحثون عن الترندات ونسبتهم (%٢٠) ، ويفسر ذلك بأن أغلب المبحوثين لايهتمون بالترندات ، وأنها ليس من اهتمامتهم ؛ وذلك يرجع إلى أن أغلبهم من الطلاب والمعلمين الذين يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل مواقع التواصل الاجتماعي ؛ للبحث عن معلومات تعليمية وثقافية تلبي اهتماماتهم ، ولأن غالباً ما يعبر التردد عن حدث أو موضوع انتشر بصورة كبيرة داخل منصات التواصل الاجتماعي ، وحقق نسب متابعة وتفاعل ، فتبدأ تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تسلط الضوء عليه ليشغل الرأي العام داخل المجتمع .

-لذلك توصلت الدراسة إلى أن خاصية التردد التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي بين مستخدميها بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا تؤثر في

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

توجيه سلوكيات أغلب مستخدمي تلك المنصات نحو التفاعل معها ؛ لأنها غالبًا لا تتضمن معلومات تهمهم ، وذلك لا يتفق مع نتائج دراسة (خليفة، إيهاب؛، ٢٠١٥، صفحة ٥٨) التي أكدت أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته داخل منصات التواصل الاجتماعي تؤثر على سلوكيات مستخدميها من خلال تحديد اتجاهات الرأي العام بواسطة خاصية التردد (Trend) التي تقدمها بعض منصات التواصل الاجتماعي ، مثل التويتير حيث يتم استخدام الخوارزميات لتحديد عدد مرات ذكر القضية، والفترة الزمنية التي تمت فيها ، ونسبة إعادة التغريدات التي تتعلق بها؛ لكي يحدد ما إذا كان ما يثار الآن يعد قضية رئيسية على موقع تويتير ، وتشغل الرأي العام.

#### جدول رقم (١٤)

توزيع أفراد العينة وفقًا لمدى الاعتماد على المنصات الإلكترونية للتذكرة بالمناسبات

العائلية (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
١	نعم	٩٠	٢٥.٧%	٣
٢	لا	١١٠	٣١.٤%	٢
٣	أحيانًا	١٥٠	٤٢.٩%	١
	المجموع	٣٥٠	١٠٠%	

يوضح جدول (١٤) أن أغلب أفراد عينة البحث أحيانًا ما يعتمدون على منصات التواصل الاجتماعي للتذكرة بالمناسبات العائلية ؛ حيث مثلت نسبتهم (٤٢.٩%) ،بينما الأقلية أكدوا أنهم يعتمدون دائمًا على المنصات الإلكترونية

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي للتذكرة بالمناسبات العائلية ، ومثلت نسبتهم (٢٥.٧٪) ، وذلك يدل على أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعتمد عليها منصات التواصل الاجتماعي في حفظ المناسبات العائلية التي ينشرها المستخدمون عبر صفحاتهم الشخصية بدأت تحل محل عقل المستخدمين في التذكرة بموعد تلك المناسبات ، والتنبيه بها من خلال إظهار الإشعارات عبر الصفحات الشخصية للمستخدمين.

-ومن ثم أشارت نتائج الدراسة إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعتمد عليها منصات التواصل الاجتماعي اخترقت عقل المستخدمين ، وبدأت تحاكيه وتحل محله أحياناً كثيرة في القيام بمهام التذكير والتنبيه بمواعيد المناسبات العائلية ، معتمدة في ذلك على المعلومات والبيانات التي ينشرها هؤلاء المستخدمين عبر صفحاتهم الإلكترونية ، وذلك يتفق مع ما أشارت إليه دراسة (قشطي، نبيلة عبد الفتاح؛، ٢٠٢٠، صفحة ٧١) حيث عرفت تطبيقات الذكاء الاصطناعي بأنها الأنظمة أو الأجهزة ، أو التطبيقات التي تحاكي العقل البشري لأداء المهام التي يمكنها أن تحسن من نفسها استناداً إلى المعلومات التي تجمعها.

#### جدول رقم (١٥)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى إرسال الرسالة الإلكترونية للمشاركة في المناسبات أو

الأحداث العائلية (ن = ٣٥٠)

الترتيب	النسبة	العدد	المتغيرات	م
١	٥٧.١%	٢٠٠	نعم	
٢	٢٨.٦%	١٠٠	لا	
٣	١٤.٣%	٥٠	أحياناً	

	١٠٠٪	٣٥٠	المجموع	
--	------	-----	---------	--

يوضح جدول (١٥) أن أغلب أفراد عينة البحث دائماً يكتفون بنشر منشور ، أو إرسال رسالة إلكترونية عبر منصات التواصل الاجتماعي ؛ للمشاركة في المناسبات أو الأحداث العائلية ، حيث مثلت نسبتهم (٥٧.١٪) ، بينما الأقلية أكدوا أنهم أحياناً يكتفون بنشر منشور أو إرسال رسالة إلكترونية عبر منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في المناسبات أو الأحداث العائلية ، ومثلت نسبتهم (١٤.٣٪) ، ويمكن تفسير ذلك بأن أغلب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي يحاكون الواقع الافتراضي ، ويشبهونه بالواقع الحقيقي ، حيث نقلوا تفاعلاتهم داخل الواقع الحقيقي إلى الواقع الافتراضي ، وذلك يتضح من خلال استبدالهم لمشاركاتهم الفاعلية في المناسبات العائلية من خلال الزيارات الشخصية أو المكالمات الهاتفية ، وذلك من خلال نشر المنشورات الإلكترونية أو إرسال الرسائل الإلكترونية .

وذلك يتفق مع ما تفترضه نظرية الواقع الافتراضي (الواقعية الفائقة) لجان بودريار حيث أكد بودريار على أن وسائل الاتصال الإلكترونية تختلف في تأثيرها عن أي وسائل تقنية أخرى ، حيث أدت إلى تحولات عميقة في طبيعة الواقع الحقيقي من خلال الأحداث الذي ينشرها المستخدمون داخل صفحاتهم الإلكترونية. (غدنز، أنتوني، ٢٠١٠، صفحة ٥١٣)

-ولقد أوضحت استجابات المبحوثين أن أهم تلك المناسبات التي يكتفي أغلب المبحوثين - ونسبتهم (أكثر من نصف عينة البحث) - فيها بالمشاركة فيها إلكترونياً هي مناسبات أعياد الميلاد الخاصة بأفراد العائلة والأصدقاء ، وذلك على

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي حد قول أكثرهم " أعياد الميلاد هي أكثر المناسبات اللي بعمَلها منشور ، أو ببعثله رساله علشان خلاص النت سهل الواجب بتاع المناسبات العائلية والخاصة " .

- لذلك توصلت الدراسة إلى أن تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي امتد إلى أن المستخدمين أصبحوا يستبدلون تفاعلاتهم داخل واقعهم الحقيقي بالتفاعلات داخل الواقع الافتراضي ، ويبدو ذلك عند الاكتفاء بنشر منشور عبر صفحتهم الإلكترونية ، أو إرساله رسائل إلكترونية لتعبر عن مشاركتهم في المناسبات العائلية والخاصة بالأصدقاء، معتمدين في ذلك على تطبيق الإشعارات التي يعتمد عليها أغلب منصات التواصل الاجتماعي بخاصة (الفيسبوك) ، وذلك يتفق مع دراسة (الراوى، بشرى جميل؛ ٢٠١٢، صفحة ١٠٠) التي أكدت على انتشار ظاهرة استبدال الزيارات العائلية بالرسائل النصية القصيره بين مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، حيث إنه من خلالها يتبادلون التهاني والمباركات عبر الفيسبوك والبلاتك بيري عوضًا عن الزيارات العائلية .

#### جدول رقم (16)

توزيع أفراد العينة وفقًا لمدى تفاعلهم مع المنشورات التي تقترحها منصات التواصل

الاجتماعي

(ن= ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
١	نعم	٩٠	%٢٥.٧	٢
٢	لا	٥٠	%١٤.٢	٣
٣	أحيانًا	٢١٠	%٦٠	١

	١٠٠٪	٣٥٠	المجموع
--	------	-----	---------

**يوضح جدول (16) أن أغلبية المبحوثين أحياناً يتفاعلون مع المنشورات التي تقترحها منصات التواصل الاجتماعي وتعجبهم ، حيث مثلت نسبتهم (٦٠٪) ، بينما الأقلية من المبحوثين لا يتفاعلون مع المنشورات التي تقترحها منصات التواصل الاجتماعي، ومثلت نسبتهم (١٤.٢٪) ، ويفسر البحث ذلك بأن منصة التواصل الاجتماعي المفضلة لأغلب المبحوثين هي منصة الفيسبوك، كما أوضح جدول رقم (٦) تعتمد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته ، التي تساعدها في التنبأ بالمنشورات التي تجذب اهتمام المستخدمين وذلك من خلال تحليل منشوراتهم السابقة وبياناتهم المنشورة على صفحاتهم الشخصية ، حيث تم تحسين خوارزميات الفيسبوك بسبب وجود عدد كبير من الأشخاص على هذه المنصة ؛ لكي يتمكن النظام الأساسي للمنصة من وضع الكمية الهائلة من بيانات المستخدمين تحت تصرفه ، كما أن النظام الخوارزمي خاص بعرض المحتوى والمنشورات التي تتناسب مع اهتمامات مستخدمي منصة الفيسبوك. (الجاروشة, ياسمين؛ ٢٠٢٣)**

**- أي أن منصات التواصل الاجتماعي ولاسيما منصة الفيسبوك تمكنت من خلال تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته بحيث توجه سوكيات مستخدميها نحو الإعجاب بالمنشورات التي تقترحها عليهم أثناء استخدامهم لتلك المنصات وهو ما توصلت إليه نتائج الدراسة ، وهو يتفق مع نتائج دراسة (خليفة, إيهاب؛ ٢٠١٥، صفحة ٥٧) التي توصلت إلى أنه من أهم التداعيات الناتجة عن استخدام خوارزميات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات الإلكترونية هي اقتراح الأخبار والفيديوهات والصور والإعلانات والتعليقات التي تظهر أمام المستخدمين عبر المنشورات المقترحات تتلائم مع توجهاتهم، حيث إذا شاهد**

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي المستخدم فيديو معيناً على موقع اليوتيوب، فإنه يبدأ في اقتراح فيديوهات أخرى حول موضوع الفيديو الأول نفسه.

### جدول رقم (17)

توزيع أفراد العينة وفقاً لاختلاف تفاعلاتهم مع المنشورات المقترحة التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي (أكثر من استجابة ن = 350)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
		د		ب
١	تعلق بكلمات تعبر عن رأيك	١٢	٣٤.٢%	١
٢	تعلق بإيموجي فقط	١١	٣١.٤%	٢
٣	تعلق على التعليقات المكتوبة علي المنشور	٤٠	١١.٤%	٥
٤	تحاول البحث عنه داخل منصات أخرى	٥٠	١٤.٢%	٤
٥	أخرى تذكر	٨٠	٢٢.٨%	٣

يوضح جدول (17) أن أغلبية المبحوثين يعلقون بعبارات تعبر عن رأيهم مع المنشورات التي تقترحها منصات التواصل الاجتماعي وتعجبهم ، حيث مثلت نسبتهم (٣٤.٢%) وهم في الترتيب الأول ، يليهم في الترتيب الثاني بفارق بسيط

المبحوثين الذين يعلقون بإيموجي فقط ، وذلك بنسبة (٣١.٤٪) ، بينما الأقلية من المبحوثين يفضلون التعليق على التعليقات المكتوبة على المنشور وليس المنشور نفسه ، ومثلت نسبتهم (١١.٤٢٪) ، ويفسر البحث ذلك بأن تأثير منصات التواصل الاجتماعي في مستخدميها لم يقف عند مجرد الإعجاب بالمنشورات التي تقترحها عليهم ، ولكن امتد التأثير إلى أن أغلب المستخدمين من المبحوثين يعلقون على تلك المنشورات بعبارات أو إيموجي يعبر عن رأيهم في تلك المنشورات ؛ بكل حرية حيث عرف هيرماس من خلال نظرية المجال العام الفضاء التواصلي يتشكل من خلال المناقشات حول قضية أو موضوع ما، كما أنه يتيح مساحة من الحرية للأفراد الذين تم استبعادهم من المشاركة في المناقشات الخاصة بالرأي العام داخل المجتمع الواقعي ، كما أن القضايا المطروحة عبر المجال العام يتم مناقشتها بناءً على أهميتها بصرف النظر عن المكانة الاجتماعية للفرد المشارك برأيه (المهدى، أمانى، ٢٠١٨)

ومن ثم يمكن القول بأن منصات التواصل الاجتماعي تجبر المستخدمين دون أن يشعروهم على التفاعل مع تلك المنشورات والتعبير عن آرائهم فيها ، وذلك نتيجة اختراق أفكارهم من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعتمد عليها ، حيث بدأت تلك المنصات في تحسين الخوارزمية الخاصة بكل مستخدم ، بناءً على تفضيلاته ؛ لذلك أعلن الفيسبوك عن رغبته في استخدام تطبيق إشارات الترتيب الذي يعتمد على الذكاء الاصطناعي من أجل زيادة تفاعل المستخدمين مع المنشورات المقترحة ، حيث تتمكن كل الخوارزميات الشاملة من الأخذ في الاعتبار السلوك السابق للمستخدم من خلال من يتفاعلون معه، والمحتويات التي ينشرونها ومدى تفاعله مع المنشورات السابقة. (كيف يؤثر الذكاء الاصطناعي على

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وسائل التواصل الاجتماعي، (٢٠٢١) ، وذلك أدى بدوره إلى أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته تمكنت من اختراق أفكار ومشاعر مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، وذلك مكنهم من تسهيل مشاركة العديد من الإعلانات والمنشورات المقترحة التي تظهر كلما تصفح مستخدمى المنصات الإلكترونية صفحاتهم الشخصية أو الصفحة الرئيسية (مجدى، نزمين؛، ٢٠٢٠، صفحة ٩ ، ١٠) ، حيث اعتمدت تلك التطبيقات على نتائج البحث الخاصة بمستخدمو تلك المنصات نتيجة لقراءة عمليات البحث المتكررة الذي يقوم بها مستخدمى تلك المنصات ، وتحليلها ، وتصنيفها .

ومن أمثلة خوارزميات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل أغلب مواقع التواصل الاجتماعي خوارزمية "توصية المحتوى AI SMM" التي تقوم بتحليل سلوك المستخدم وتفضيلاته ، وتقديم اقتراحات محتوى معين من خلال تخصيص المحتوى وفقاً لاهتمامات المستخدمين لذلك ، وتعمل خوارزميات توصية المحتوى على تمكين الشركات المالكة لمنصات التواصل الاجتماعي من تقديم محتوى ملائم لاهتمامات المستخدمين وفي الوقت المناسب لهم، مما يزيد من تأثير منصات التواصل الاجتماعي في توجيه قراراتهم. (تان، سيندى؛، ٢٠٢٣)

لذلك توصلت الدراسة إلى أن تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل منصات التواصل الاجتماعي أمتد إلى اختراق أفكار توجيه قرارات المستخدمين وآرائهم نحو المنشورات التي تقترحها عليهم من خلال دفعهم إلى التعبير عن آرائهم بالتعليق على تلك المنشورات بالكلمات أو بالإيموجي ، وعدم الاكتفاء بالإعجاب أو عدم الإعجاب بها ، وذلك يتفق مع نتائج دراسة (سالم، دعاء فتحى؛، ٢٠٢١) التي

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

توصلت إلى أن اختراق المشاعر الاجتماعية وتحليلها هو نقطة أولى من حيث فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي، كما يُعد الإسهام في التخطيط للتأثير في السلوكيات بشكل أفضل فائدة متوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي.

### جدول رقم (18)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى تصديقهم لما تنشره منصات التواصل الاجتماعي (أكثر من

استجابة ن = 350)

م	المتغيرات	العدد د	النسبة	الترتيب ب
١	نعم أصدقها	٢٠	٥.٧%	٤
٢	لا أصدقها	٨٠	٢٢.٨%	٣
٣	أحياناً عندما يكون المنشور من حساب رسمي	٢٠	٥٧.١%	١
٤	أحياناً عندما يكون المنشور من حساب أحد المؤثرين على المنصة	١٠	٢٨.٥%	٢

يوضح جدول (18) أن أغلبية المبحوثين يصدقون ما تنشره الحسابات الرسمية

داخل منصات التواصل الاجتماعي ، حيث مثلت نسبتهم (٥٧.١%) وهم في الترتيب الأول ، يليهم في الترتيب الثاني فئة المبحوثين الذين يصدقون المنشورات التي

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي تظهر لهم من حساب أحد المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي ، ومثلت نسبتهم (٢٨.٥%) ، بينما الأقلية من المبحوثين يصدقون كل ما تنشره منصات التواصل الاجتماعي ، ومثلت نسبتهم (٥.٧%) ، ويفسر البحث ذلك بأن المنشورات التي تنشرها الحسابات الرسمية للجهات (الحكومية ، أو الخاصة ، أو الأهلية) ، والمنشورات التي تنشر عبر الصفحات الشخصية للمشاهير ، وأيضاً المنشورات التي تنشر عبر حسابات المؤثرين مثل (الأنفلونسر، واليوتيوبر، والتيك توك، والبلوجر،... وغيرهم) هي الأكثر تصديقاً لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي.

وذلك ما أكدته نظرية انتشار المبتكرات والأفكار المستحدثة وهي إحدى نظريتي البحث الراهن- أن من أهم أسباب تأثير مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بالمنشورات التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي أنها تنشر عبر الحسابات الشخصية للمؤثرين التي تقدم إليهم منصات التواصل الاجتماعي ميزة نسبية ، وهي أنهم يستطيعون من خلاله الظهور على أنهم على علم ودراية بالأفكار الجديدة ، وأنهم قادرون على عرض المعلومات المنشورة على جميع المستخدمين بالطريقة التي تناسبهم ، بالإضافة إلى سهولة متصفحات الويب والمواقع الإلكترونية الأخرى وعدم تعقيدها وهذا ما ينطبق تماما مع نظرية انتشار المبتكرات (زايد، حيدر فالح؛ ٢٠٢٠، صفحة ٨) ، وهؤلاء المؤثرون وفقاً لنظرية انتشار المبتكرات والأفكار المستحدثة هم المتبنون الأوائل الذي ينشرون المبتكرات والأفكار الجديدة التي تتبناها منصات التواصل الاجتماعي لكي يصدقها الأغلبية المبكرة والمتأخرة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، وهم وفقاً لتلك النظرية يحتاجون لاجتذابهم أدلة إرشادية ومعلومات حول التنفيذ فقط ، ولكن لا يحتاجون معلومات لإقناعهم بالتغيير. (ما هي نظرية " انتشار المبتكرات " ؟، ٢٠٢٠)

-نخلص من ذلك أن منصات التواصل الاجتماعي تعتمد على مجموعة من صفحات المؤثرين والحسابات الرسمية للمشاهير(المتبنون الأوائل) ؛ لكي تنشر الأفكار والآراء الجديدة التي تريد أن يصدقها مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ( الأغلبية المبكرة ، والمتأخرة).

**جدول رقم (19)**

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى محاولة تطبيقهم للأفكار التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي داخل حياتهم اليومية (أكثر من استجابة ن= 350)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب ب
١	نعم	٤٠	%١١.٤	٣
٢	لا	٩٠	%٢٥.٤	٢
٣	أحياناً	٢٢٠	%٦٢.٨	١
	المجموع	٣٥٠	%١٠٠	

يوضح جدول (١٩) أن أغلبية الباحثين أحياناً يحاولون تطبيق الأفكار التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي داخل حياتهم اليومية ، حيث مثلت نسبتهم(٦٢.٨%) ، بالإضافة إلى أن الأقلية من الباحثين يطبقون كل الأفكار التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي داخل حياتهم اليومية ، ومثلت نسبتهم (١١.٤%) ، ويمكن تفسير ذلك بأن تأثير منصات التواصل الاجتماعي في سلوكيات

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي المستخدمين أمتد إلى محاكاة الواقع الحقيقي ، وبدأ أغلبهم في تطبيق ما يرونه من أفكار وآراء داخل حياتهم اليومية ، وذلك بسبب اعتماد تلك المنصات على تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحلل أفكار المستخدمين ونشرها داخل منشوراتها ، ومن ثم تدفعهم نحو تطبيقها داخل حياتهم اليومية.

وذلك بدوره أدى إلى أن أفكار الواقع الافتراضي التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي وآرائه طغت على حياة المستخدمين اليومية ؛ نتيجة لمحاكاته لواقعهم الحقيقي ، وذلك وفقاً لما تؤكد نظرية الواقع الافتراضي (الواقعية الفائقة) وهي - إحدى نظريتي البحث الراهن- فعملية محاكاة الواقع الحقيقي التي تأتي فيها تمثيلات الأشياء لتحل محل الأشياء الواقعية التي يتم تمثيلها ، تؤدي إلى أن تلك التمثيلات الافتراضية تصبح أكثر أهمية من "الشيء الحقيقي" ، وذلك بدوره أدى إلى انتشار حالة الواقعية الفائقة ، وانهيار التمييز بين "الواقعي" والمحاكاة بخاصة بعد سيطرة وسائل الاتصال الإلكتروني ، فأصبح كل ما تنشره هو محاكاة للواقع ، و الصور والتمثيلات الافتراضية ليست أكثر أو أقل واقعية من الواقع الذي تحاكيه. (Hyperreality: JEAN BAUDRILLARD, p. 3)

-ومن ثم كشفت نتائج الدراسة عن تحليل منصات التواصل الاجتماعي لأفكار المستخدمين ، واختراقها من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي أدى إلى نشر أفكار إفتراضية مبتكرة تحاكي الأفكار الواقعية للمنصات ، وذلك بدوره أدى إلى جذب المستخدمين إلى تطبيق تلك الأفكار داخل حياتهم اليومية ، وبذلك امتد تأثير تلك المنصات إلى توجيه سلوكيات المستخدمين نحو تطبيق الآراء والأفكار الافتراضية داخل الواقع الحقيقي .

#### جدول رقم (٢٠)

توزيع أفراد العينة وفقاً لأسباب تطبيقهم للأفكار التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي

داخل حياتهم اليومية (أكثر من استجابة ن= ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد د	النسبة	الترتيب ب
١	لأنها تتفق مع اهتماماتي	٧٠	٪٢٠	٢
٢	بسبب التعليقات الإيجابية التي تشجع على تطبيقها	٣٠	٪٨.٥	٥
٣	لأنها تتعلق بأفكار لعادات صحية	٥٠	٪١٤.٢	٣
٤	لأنها تتعلق بأفكار تبث الطاقة الإيجابية	٣٠	٪٨.٥	٥
٥	لأنها تتعلق بأفكار جديدة تساعد في حل المشكلات اليومية	٤٠	٪١١.٤	٤
٦	لأنها تحتوى على أفكار لتنمية المهارات الشخصية والعملية	١٥	٪٤.٢.٨	١
٧	أخرى تذكر	٤٠	١١.٤	٤

**يوضح جدول (٢٠) أن أغلبية المبحوثين ذكروا أن أهم الأسباب التي تدفعهم إلى تطبيق الأفكار التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي داخل حياتهم اليومية هو أن تلك الأفكار تضم أفكارًا لتنمية المهارات الشخصية والعملية ، حيث مثلت**

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي نسبتهم (٤٢.٨٪) ،ولكن الأقلية من ذكروا أن أهم الأسباب التي تدفعهم لتطبيق الأفكار التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي داخل حياتهم اليومية تتمثل في (التعليقات الإيجابية التي تشجع على تبييقها، أنها تحتوي على أفكار تبث الطاقة الإيجابية) ،ومثلت نسبتها (٨.٥٪) بالتساوي وربما يمكن تفسير ذلك بأن أغلبية عينة البحث من الطلاب والمدرسين كما وضح جدول (٥) وهم أكثر الفئات معرفة بدور الذكاء الاصطناعي داخل مواقع التواصل الاجتماعي ، ويستخدمون تطبيقاته لتنمية مهاراتهم في العملية التدريسة التي أصبحت بعد جائحة كورونا معتمدة بشكل كبير على تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، وذلك يتفق مع نتائج دراسة (D, Ognibene; & Others, 2023) التي تبين من نتائجها أن المعلومات والأفكار الافتراضية لوسائل التواصل الاجتماعي تساعد في تعليم الطلاب المراهقين ،وتمكنهم من التفاعل في البيئات التعليمية من أجل تحقيق المشاركة والرفاهية الجماعية ، وذلك من خلال الجمع بين المعالجة التلقائية لتلك الأفكار مع خبراء العملية التعليمية .

وبما أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تقوم بتصنيف وتحليل أفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وتحليلها من خلال عمليات البحث المتكرره الذين يقومون بها؛ لذلك بدأت تقدم لهم منشورات تحتوي على أفكار إفتراضية تنمي مهاراتهم الشخصية والعملية يمكن تطبيقها في الواقع الحقيقي .

وكما ذكرت نظرية الحتمية التكنولوجية أن وسائل الاتصال التي يستخدمها الأفراد داخل المجتمع أو يضطرون إلى استخدامها تحدد طبيعته وكيفية معالجتهم للمشكلات ، ومن ثم تؤثر وسيلة الاتصال التي يستخدمها الأفراد على الطريقة التي يفكرون بها داخل المجتمع (زايد، حيدر فالح؛، ٢٠٢٠، صفحة ٢)

وتلك المرحلة الذي يصل إليها المستخدمون في التأثر بأفكار منصات التواصل الاجتماعي هي مرحلة التنفيذ أو التجربة ، كما ذكرت نظرية انتشار المبتكرات أو

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

الأفكار المستحدثة - إحدى نظيرتي البحث الراهن- التي أشارت إلى أن المرحلة الرابعة من مراحل عملية نشر الأفكار الجديدة والمستحدثات هي مرحلة **مرحلة التنفيذ أو التجربة**: في تلك المرحلة يستفيد الفرد استفادة كاملة من الابتكار ، حيث يستخدم الفرد الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق كلما كان ذلك ممكناً على سبيل التجربة لكي يحدد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة فإذا اقتنع بفائدتها فإنه يقرر ان يتبناها ويطبّقها داخل حياته اليومية (مكاوي، حسن عماد؛ السيد، ليلي حسين؛، ١٩٩٨، صفحة ٢٥٩)

وعلى هذا يمكن القول أن الأفكار التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي أصبحت تحل محل الأفكار الواقعية ؛ لأنها نابعة منها وتمثلها ، وذلك وفقاً لما أشار إليه بودريار صاحب نظرية الواقع الافتراضي أن الواقع الحقيقي لم يعد موجوداً بالفعل ، بل استعويض عنه بما نشاهده على وسائل الإتصال الإلكترونية من مشاهد وصور وأحاديث وتعليقات ، وذلك بسبب تغلغل وسائل الاتصال الإلكترونيه في حياتنا اليومية ، فأصبح في كل مكان يُخلق عالماً من الواقع الفائق يتكون من اختلاط أنماط السلوك البشري من جهه ، والمنشورات الإلكترونية من جهة أخرى ، ويتألف أيضاً من صور خليطة ومتداخلة تكتسب معانيها ودلالاتها من صور ومشاهد أخرى تتركز مرجعيتها الأساسية على الواقع الحقيقي. (غدنز، أنتوني؛، ٢٠١٠، صفحة ٥١٣)

**ثالثاً: المخاطر الناجمة عن توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل**

**الاجتماعي من خلال الذكاء الاصطناعي.**

**جدول رقم (٢١)**

توزيع أفراد العينة وفقاً لأكثر المخاطر الناتجة عن الاستخدام اليومي لمنصات التواصل

الاجتماعي من وجهة نظرهم (ن = ٣٥٠)

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب ب
١	انعدام الخصوصية	٨٠	٢٢.٩%	٢
٢	العزلة والبعد عن الأسرة والأصدقاء	١٦٠	٤٥.٧%	١
٣	انتشار المعلومات المضللة من الواقع الافتراضي إلى الواقع الحقيقي	٥٠	١٤.٣%	٣
٤	التعرض لعادات وسلوكيات مخالفة للمجتمع	٥٠	١٤.٣%	٣
٥	جميع ما سبق	١٠	٢.٨%	٤
	المجموع	٣٥٠	١٠٠%	

**يوضح جدول (٢١) أن أغلب أفراد عينة البحث أكدوا أن العزلة والبعد عن الأسرة والأصدقاء تعد أكثر المخاطر الناتجة عن الاستخدام اليومي لمنصات التواصل الاجتماعي ، حيث مثلت نسبتهم (٥٧.١%) ، بينما الأقلية -ومثلت نسبتهم (٢.٨%) - أكدوا أن كلاً من (انعدام الخصوصية ، والعزلة ، والبعد عن الأسرة والأصدقاء ، وانتشار المعلومات المضللة من الواقع الافتراضي إلى الواقع الحقيقي ، والتعرض لعادات وسلوكيات مخالفة للمجتمع) هي أكثر المخاطر الناتجة عن الاستخدام اليومي لمنصات التواصل الاجتماعي ، وربما يمكن مرد ذلك إلى هو خصائص طبيعة مرحلة الشباب التي تتميز بأنها الفئة الأكثر جذباً للواقع الافتراضي التي تنشره منصات التواصل الاجتماعي ، كما**

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

أنها جاءت فى الترتيب الثانى بنسبة ٣٧.١٪ بعد فئة أواسط العمر فى معرفتها بدور تطبيقات الذكاء الاصطناعى داخل مواقع التواصل الاجتماعى ، وذلك وفقاً لما وضحه جدول (١) الذي أشار إلى أن فئة الشباب التى تتراوح من (١٥ عاماً إلى أقل من ٢٥ عاماً) جاءت فى الترتيب الثانى ، حيث إن تلك المنصات والتطبيقات تحقق إشباعهم ، وتتوافق مع خصائصهم التى تميزهم عن غيرهم من الفئات المستخدمة لتلك المنصات ، ومن أهمها الميل إلى الاستقلالية والتمرد على الأسرة ، وتكوين شخصية مستقلة ، والميل إلى أفكار وعادات وتقاليدها تختلف عن ثقافة أسرهم ومجتمعهم وذلك يتحقق من خلال محاكاتهم للواقع الافتراضى الذى يعتبر بمثابة واقعهم الحقيقى وهو واقع خاص بهم ، ووسيلة تحقيقه هي منصات التواصل الاجتماعى ، وتطبيقات الذكاء الاصطناعى التى تؤدى بهم إلى العزلة ، والبعد عن الأسرة والأصدقاء .

وهو ما يعبر عنه جان بودريار الواقع الافتراضى (الواقعية الفائقة) حيث أنها تصف حالة تختلف فيها الحقيقة الافتراضية عن الواقع المعروف، حيث تعمل وسائل الاتصال الحديثة على صنع واقع افتراضى يتصف بظهوره على أنه أكثر واقعية من الواقع الحقيقى.

لذلك العزلة وتوجيه السلوكيات والقرارات من أشهر مخاطر منصات التواصل الاجتماعى أنها تنتهى إلى عزلة مستخدميها عن واقعهم الحقيقى ، وذلك لإنجذابهم إلى انفتاح تلك المنصات على العالم ؛ بالإضافة إلى التواصل مع أقاربهم وأصدقائهم ، ومن هنا لم تعد صورة الأسرة التى تعيش فى البيت واحد هي المسيطرة ، بينما كل فرد من أفرادها فى عالمه الافتراضى ، بدلاً من اندماجه داخل المجتمع الواقعى الذى يعيش فيه .

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي -ومن ثم توصلت الدراسة إلى أن العزلة والبعد عن الأسرة والأصدقاء تعد من أكثر المخاطر الناتجة عن الاستخدام اليومي لمنصات التواصل الاجتماعي وتظهر واضحة بين فئات الشباب التي هي من أكثر الفئات استخدامًا لتلك المنصات ، ومن ثم هي الأكثر عرضة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تجذبهم لواقع خاص بهم يتفق مع خصائصهم ، مما يدفعهم ذلك للعزلة والبعد عن الواقع الحقيقي الذي يعيش فيه أسرهم ومجتمعهم ، وذلك يتفق مع ما أشارت إليه دراسة (توفيق، ميمي محمد عبد المنعم؛، ٢٠١٨، صفحة ٢٠٣) التي وصفت المنصات الإلكترونية بأنها وسيلة المجتمع الافتراضي الموجود على شبكة الإنترنت ، والذي يتيح التواصل بين المستخدمين في بيئة افتراضية تجمعهم فيها الاهتمامات أو الانتماءات المشتركة لفكرة ، أو رأى ، أو مكان ، أو هوية ، أو فئة معينة في نظام عالمي خاص بالمستخدمين .

#### جدول رقم (٢٢)

توزيع أفراد العينة وفقًا لمدى اهتمامهم بقراءة خطاب الكراهية الذي انتشر عبر منصات التواصل الاجتماعي (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة
١	نعم	١٠٠	٢٨.٦%
٢	لا	٢٥٠	٧١.٤%
	المجموع	٣٥٠	١٠٠%

يوضح جدول (٢٢) أن أغلب أفراد عينة البحث لم يهتموا بقراءة خطاب الكراهية الذي انتشر عبر منصات التواصل ، حيث مثلت نسبتهم (٧١.٤%)، بينما

الأقلية اهتموا بقرائته ، حيث مثلت نسبتهم (٢٨.٦٪)، ويفسر ذلك بأنه على الرغم من انتشار خطاب الكراهية عبر أشهر وأكثر منصات التواصل الاجتماعي استخدامًا وهي الفيس بوك ، وذلك وفقًا لما أشار إليه أغلب المبحوثين الذين بلغت نسبتهم ما يقرب من ثلث عينة البحث أن أكثر المنصات الإلكترونية التي تعرض خطاب الكراهية هي منصة الفيسبوك ، إلا أنه يشكل أحد أنواع المخاطر الناتجة من استخدام مسؤولي منصات التواصل الاجتماعي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ؛ بسبب أنه ينشر التلاعب بأفكار المستخدمين ، وتشويه الرأي العام ، إلا أن أغلب أفراد عينة البحث لم يتأثروا به لعدم الاهتمام بقرائته؛ وذلك بسبب أن أصحاب شركة ميثا المسؤولة عن الفيسبوك نشرت تعريفها لخطاب الكراهية بأنه أى محتوى يشمل التعدى على أشخاص بناء على عرقهم ، أو دينهم ، أو جنسهم ، أو إنتمائهم الوطنى ، أو إعاقاتهم ، أو مرضهم. (الأثار السلبية للذكاء الاصطناعي، ٢٠٢٢) .

لذلك فإن تحذير المبتكرين من الأفكار المستحدثة المنتشرة عبر منصات التواصل الاجتماعي يؤدي ذلك إلى عدم اهتمام (المستخدمين الأوائل "المؤثرين" ، والأغلبية المتكررة ، والأغلبية المتأخرة) لتلك الأفكار ، وذلك وفقًا لنظرية انتشار الابتكارات والأفكار المستحدثة والتي تذهب إلى حيث أوضحت أن الرسائل الإعلامية تصل إلى الجمهور عن طريق أفراد يتميزون عن سواهم بأنهم أكثر اتصالًا ونشاطًا فى تعاملهم مع وسائل الاتصال الجماهيري ، ويطلق عليهم قادة الرأي (الفهيدى، محمود، ٢٠٢٠) الذين لديهم استعداد تام لتحمل المخاطر، ولا يحتاجون أي ترويجات لجذبهم.

ويتضح مما سبق أن الذكاء الاصطناعي المستخدم داخل منصات التواصل الاجتماعي لا يفشل ولا يمثل خطرًا إلا بالقدر الذي لا يكون فيه لدى مسؤولى المنصة الإلكترونية الالتزام الحقيقي بمكافحة رسائل الكراهية والمعلومات المضللة؛ وذلك لأن

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي مطوري تلك المنصات لديهم القدرات التي من خلالها يمكن برمجة نظام الذكاء الاصطناعي الذين يعتمدون عليه لرفض رسائل الكراهية أو تقبلها ، ووضع حدودٍ عامةً تتضمن تعديل المحتوى غير اللائق على المنصة الإلكترونية ؛ خاصةً عندما يكون المحتوى بلغةٍ غير الإنجليزية .

-ومن ثم توصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن منصة الفيسبوك هي أكثر المنصات التي نشرت خطاب الكراهية ، وهو أحد مظاهر المخاطر الناجمة عن اعتماد منصات التواصل الاجتماعي على تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، حيث يؤدي إلى التلاعب بالمعلومات وتشويه الرأي العام ، إلا أنه لم يؤثر في أفكار المستخدمين وقراراتهم وتوجيه سلوكياتهم وذلك بسبب عدم تبني مطوري تلك المنصة ومسئولياتها للأفكار المغلوطة والمعلومات غير المرغوب فيها ، التي ينشرها خطاب الكراهية .

#### جدول رقم (٢٣)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى تعرض صفحتهم الشخصية للاختراق . (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
١	نعم	١٠٠	٢٨.٦%	٢
٢	لا	٢٣٠	٦٥.٧%	١
٣	أحياناً	٢٠	٥.٧%	٣
	المجموع	٣٥٠	١٠٠%	

يوضح جدول (٢٣) أن أغلب أفراد عينة البحث لم تتعرض صفحتهم الشخصية للاختراق، حيث مثلت نسبتهم (٦٥.٧%) ، بينما الأقلية أكدوا أنه أحياناً تتعرض صفحتهم الشخصية للسرقة أو للاختراق ، حيث مثلت نسبتهم (٥.٧%) ، ويفسر ذلك أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها منصات التواصل الاجتماعي ساعدت مطوري تلك المنصات على اختراق البيانات الشخصية للمستخدمين ، إلا أن أغلب أفراد عينة البحث لم تتعرض لخطر الاختراق ، حيث لم ترسل حساباتهم الشخصية رسائل غير مرغوب فيها لقائمة الأصدقاء ، وذلك على حد اعتقاد أغلبهم أن من أكثر مظاهر خطر الاختراق شيوعاً هو إرسال رسائل غير مرغوب فيها من حساباتهم الشخصية لقائمة الأصدقاء ، وذلك على حد قول أكثرهم " لا معتقدش أنني تعرضت للاختراق لأن مفيش رسائل خطر أرسلت من حسابي لأصحابي على الفيس " .

-والجدير بالذكر أنه يجب على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي مراعاة الحيلة والحذر من جانب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ؛ حتى لا يتعرضون للاختراق والسيطره على سمعتهم الرقميye التي تعتمد بشكل كبير على المستخدم وذلك لما يقوم به من نشر للمعلومات والصور الخاصة به وكذلك مشاركته الروابط عبر منصات التواصل الاجتماعي والتي تشكل ملفه الشخصي الرقمي. (المعداوى، محمد أحمد؛، ٢٠١٨، صفحة ٣)

وذلك لأن ومؤخراً بدأت منصات التواصل الاجتماعي تعتمد على تطبيقات وبرامج لغوية متطورة للذكاء الاصطناعي مثل تطبيق (شات جي بي تي ChatGPT) الذي يتيح كتابة منشورات لهذه المنصات والتواصل مع مستخدميها، وقد يتطور ذلك التطبيق نتيجة لاعتماده على الذكاء الاصطناعي ، ويصبح يقرره بدون تعليمات من مسؤولي تلك المنصات بخصوص بما يجب نشره كما يمكنه أن يقرر ماذا يمكن أن

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
ينشر على الحسابات الشخصية لمستخدمي تلك المنصات، وذلك بواسطة تحليل  
منشورات هذا الحساب خلال الأعوام الماضية. (التواصل الاجتماعي في ٢٠٢٣ ... كيف  
سيغير الذكاء الاصطناعي المنصات، ٢٠٢٢)

-لذلك توصلت الدراسة الراهنة إلى أن إرسال رسائل غير مرغوب فيها من  
حساباتهم الشخصية لقائمة الأصدقاء أكثر مظاهر خطر الأختراق الذي انتشر كثيراً  
داخل منصات التواصل الاجتماعي ، وخاصة منصة الفيسبوك بسبب الاعتماد  
على كثير من تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تيسر عملية اختراق البيانات  
الشخصية للمستخدمين ، واستخدامها في إرسال رسائل غير مرغوب فيها لقائمة  
أصدقائهم عبر صفحاتهم الشخصية داخل تلك المنصات، وذلك يتفق مع ما  
أشارت إليه دراسة (المعداوي، محمد أحمد؛، ٢٠١٨، صفحة ٣) ، التي توصلت إلى أن  
مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وبخاصة الفيسبوك أصبحوا يعانون يومياً من  
بعض المخاطر عند تقديمهم طلبات التسجيل على الشبكات الاجتماعية ومن هذه  
المخاطر اختراق الحساب ، وتوزيع الصور الخاص به وإرسال رسائل غير مرغوب  
فيها ، فإذا لم تتوفر حماية لتلك البيانات والمعلومات عن طريق الإعدادات الخاصة  
بحساب كل مستخدم ؛ تصبح هذه المعلومات متاحة للجميع ، ويمكن استخدامها من  
أجل تحقيق أغراض غير مرغوب فيها أو غير قانونية .

#### جدول رقم (٢٤)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى حرصهم على رفض استخدام منصات التواصل الاجتماعي  
لملفات الكوكيز . (ن = ٣٥٠)

الترتيب	النسبة	العدد	المتغيرات	م
١	%٤٥.٧	١٦٠	نعم	

٢	٣١.٤ %	١١٠	لا	
٣	٢٢.٩ %	٨٠	أحياناً	
	١٠٠ %	٣٥٠	المجموع	

يوضح جدول (٢٤) أن أغلب أفراد عينة البحث يحرصون دائماً على رفض استخدام منصات التواصل الاجتماعي لملفات الكوكيز - وهي عبارة عن ملفات نصية صغيرة تقوم المنصات الإلكترونية بتخزينها في الحاسب الآلى أو على جهاز الهاتف النقال و ذلك عند تسجيل الدخول لتلك المنصات وهي تسمح لتلك المنصات باستخدام البيانات الشخصية لمستخدميها لنشر الإعلانات الإلكترونية التي تتفق مع اهتماماتهم - حيث مثلت نسبتهم (٤٥.٧%) بينما الأقلية أحياناً ما يحرصون على ذلك ، ومثلت نسبتهم (٢٢.٨%)، وتفسر نتائج الدراسة ذلك بان أغلب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي يحرصون على رفض ملفات الكوكيز ؛ لأنها تسمح لتطبيقات الذكاء الاصطناعي باختراق بياناتهم ومعلوماتهم الشخصية ، واستخدامها دون الرجوع إليهم بالإضافة إلى أنها لم تكن موجودة مع بداية ظهور منصات التواصل الاجتماعي ، ولكنها بدأت تنتشر مع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل تلك المنصات ، وذلك على حد قول أكثرهم " ملفات الكوكيز - مكننتش موجودة قبل ما يظهر الذكاء الاصطناعي ، بس دلوقتي بقت بتتبع على الصفحات الشخصية علشان تخترق المنشورات والبيانات الخاصة من غير ما ترجع لنا".

-لذلك ترسل منصات التواصل الاجتماعي رسائل ملفات الكوكيز لمتابعة الأعضاء (وغير الاعضاء)، حيث إنها تسمح للمنصة باستخدام البريد الإلكتروني ، ورقم الهاتف ، وتاريخ الميلاد ، والموقع الجغرافي وأول ستة أرقام من بطاقة الائتمان،

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وذلك في حالة أن التسجيل على المنصة يتطلب الدفع ببطاقة الإئتمان مثل منصتي (نتفليكس ، أو شاهد) . (سياسة ملفات الكوكيز ، ب.ت)

ومن ثم توصلت الدراسة إلى أنه من أهم المخاطر التي يتعرض لها مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي بسبب تطبيقات الذكاء الاصطناعي هي قبول رسائل ملفات الكوكيز ، أو ملفات الارتباط التي انتشرت في الأونة الأخيرة عند البدء باستخدام منصات التواصل الاجتماعي لأنها تسمح لتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل منصات التواصل الاجتماعي باستخدام البيانات والمعلومات الشخصية للمستخدمين بدون إذن منهم ، وبالتالي تمكنهم من اختراق صفحاتهم .

#### جدول رقم (٢٥)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى شعورهم بالخطورة عند نشر صورة أو فيديو عبر صفحتك الشخصية داخل منصة التواصل الاجتماعي التي تستخدمها يومياً. (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
١	نعم	١٤٠	٪٤٠	١
٢	لا	١٣٠	٪٣٧.١	٢
٣	أحياناً	٨٠	٪٢٢.٩	٣
	المجموع	٣٥٠	٪١٠٠	

يوضح جدول (٢٥) أن أغلب المبحوثين يشعرون بالخطورة عند نشر صورة أو فيديو عبر صفحتهم الشخصية داخل منصة التواصل الاجتماعي التي تستخدم يومياً؛ حيث مثلت نسبتهم (٤٠٪) ، بينما الأقلية أكدوا أنهم أحياناً يشعرون بتلك

الخطورة ومثلت نسبتهم(٢٢.٩) فأوضحت نتائج البحث بأن أغلب منصات التواصل الاجتماعي أصبحت مخترقة ؛ لأنها تسمح لمسئولى تلك المنصات وقائمة الأصدقاء بمشاركة منشورات المستخدمين والاحتفاظ بنسخة منها ، وذلك بسبب تطبيقات الذكاء الاصطناعي التى أدت إلى انعدام الخصوصية داخل تلك المنصات، حيث أكدت الأغلبية من المبحوثين -الذين مثلت نسبتهم أكثر من ربع عينة البحث- أن من أهم الأسباب التى تزيد من شعورهم بعدم الأمان عند نشر صورة أو فيديو عبر صفحتهم الإلكترونية داخل منصات التواصل الاجتماعي هو اعتماد تلك المنصات على تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، التى تخترق البيانات الشخصية للمستخدمين وتحللها ؛ وذلك بسبب أنهم بدءوا يشعرون بتلك التطبيقات ، ويستخدمونها عند تسجيل الدخول للمنصات الإلكترونية .

والمثال على اختراق تفاعلات المستخدمين اعتماد بعض منصات التواصل الاجتماعي على برنامج (Chat Roulett) وهو برنامج يتيح للمستخدمين التواصل مع أشخاص عشوائيين عبر الفيديو ، أو المكالمات الصوتية والرسائل النصية، ويمكن استخدامه في منصات التواصل الاجتماعي ، مثل الفيسبوك ، أو التويتر ، أو الإنستغرام عن طريق إضافة رابط الشات روليت إلى المنشور أو الرسالة، وهذا يسمح للمتابعين أو لأصدقائهم بالانضمام إلى الدردشة العشوائية ، والتعرف على أشخاص جدد، وهو تطبيق يسمح لمديرين منصات التواصل الاجتماعي الإطلاع على منشورات المستخدمين، ويتميز بأنه يفضل التفاعلات سريعة الزوال ؛ لأنه لا يتطلب أي معلومات يمكن أن تحدد هوية المستخدمين ، أو قد تعرض خصوصيتهم للخطر، حيث كان المستخدمون يتحكمون في المحتوى الذي ينقلونه. (Galvão, V. F., & others, 2022, p. 7)

والجدير بالذكر أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي داخل مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تحليل المحتوى وتفضيلات المستخدمين ، وذلك من خلال

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
 قياس تعابير الوجه لبعض المنشورات التي ينشرها مستخدمو منصات التواصل  
 الاجتماعي، وذلك باستخدام مستشعر ضوئي أو بمجرد كاميرات ويب قياسية، كما  
 أنها تحدد في البداية جنس هذا الوجه ، سواء في الصور أم الفيديو كما تحدد  
 المعالم الرئيسية للوجه العميق ، مثل: زوايا الحواجب ، وأطراف الأنف وزوايا الفم،  
 ومن ثم تحلل خوارزميات تعابير الوجه وتصنفها ، وفقاً للشعور الأنسب لهذه  
 التعبيرات، كما تقيس أيضاً المشاعر مثل: (الغضب ، والازدراء ، والخوف ، والفرح ،  
 والحزن ، والمفاجأة) (لحج، محمد، ٢٠٢٠، صفحة ١٩) وكل ذلك يساعدها على اختراق  
 أفكار مستخدمي تلك المنصات ومن ثم توجيهها والتحكم في قراراتهم داخل الواقع  
 الافتراضي والواقع الحقيقي.

-ومن ثم توصلت الدراسة إلى أن انعدام الخصوصية وعدم الشعور بالأمان  
 تعد من أهم المخاطر التي يتعرض لها مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي ؛  
 بسبب تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تزيد من شعورهم بالخطورة عند نشر  
 صورة أو فيديو عبر صفحهم الإلكترونية ، داخل منصات التواصل الاجتماعي  
 المفضلة لهم .

رابعاً : الحلول والإجراءات التي تحد من اختراق الذكاء الاصطناعي لأفكار  
 مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي.

#### جدول رقم (٢٦)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى حرصهم على إدخال كل بياناتهم الشخصية عند تسجيل  
 الدخول منصات التواصل الاجتماعي لأول مرة. (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة
١	نعم	١٣٠	٣٧.١

٦٢.٨	٢٢٠	٢ لا أكتفي بكتابة البريد الإلكتروني، والأسم ، وتاريخ الميلاد فقط	%
%			
%١٠٠	٣٥٠	المجموع	

**يوضح جدول (٢٦) أن أغلب أفراد عينة البحث أكدوا عدم حرصهم على إدخال كل بياناتهم الشخصية عند تسجيل الدخول منصات التواصل الاجتماعي لأول مرة ، حيث يكتبون بكتابة البريد الإلكتروني ، والأسم ، وتاريخ الميلاد فقط، ومثلت نسبتهم (٦٢.٨%) بينما الأقلية أكدوا أنهم يحرصون على تسجيل كل بياناتهم الشخصية عند الدخول إلى المنصة أول مرة ، ومثلت نسبتهم (٧٣.١%)، ويؤكد هذا أن أغلب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي يحرصون على عدم نشر بياناتهم الشخصية عبر منصات التواصل الاجتماعي ؛ حتى لا تخترقها تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، التي تعتمد عليها تلك المنصات وتستخدمها دون الرجوع إلى المستخدمين .**

أشارت دراسة (Hydén, H., 2020, p. 429) في هذا الصدد إلى أنه على الرغم من أن مستخدمي الفيسبوك لم يُمنحوا التصريح بالإذن للوصول إلى بياناتهم، إلا أن مطوري تطبيق ( **This Your Digital Life Is حياتك الرقمية**) انتهكوا شروط خدمة الفيسبوك ، وأعطوا البيانات الخاصة بمستخدمي الفيسبوك إلى شركة (أمبريدج أناليتيكا) ، وهي شركة خاصة تعمل على استخراج البيانات الشخصية وتحليلها ثم الوصول إلى ستننتاجات عند العمليات الانتخابية ، وذلك أدى إلى اضطراب مالكي

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي منصة الفيسبوك برفع دعوى في (١ مايو ٢٠١٨) ضد الشركة الأم ، ونتج عن ذلك إفلاسها .

لذلك توصلت الدراسة إلى أن اكتفاء مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بإدخال البريد الإلكتروني ، والأسم ، وتاريخ الميلاد فقط عند تسجيل دخول منصات التواصل الاجتماعي لأول مرة هي من أهم الإجراءات التي تحد من اختراق الذكاء الاصطناعي لأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، وتوجيه سلوكياتهم ، كما يجب على الأفراد تقليل البيانات الشخصية التي يشاركونها عن أنفسهم عبر الإنترنت، والتي قد تكون تفضيلات أو وجهات نظر ، على سبيل المثال " الإعجابات، والمشاركات ،والصور ،ومقاطع الفيديو ،والاختبارات " التي تعبر عن وجهات النظر الخاصة بهم حيث يمكن تحليلها ، بخاصة الكلمات الرئيسية التي تعبر عن وجهات نظر المستخدمين ، وتفضيلاتهم بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي. (وزارة المواصلات والاتصالات ، ٢٠٢٠ ، صفحة ١١)

#### جدول رقم (٢٧)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى حرصهم على تسجيل الخروج عند الانتهاء من استخدام المنصة الإلكترونية. (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
١	نعم	٥٠	%١٤.٣	٢
٢	لا	٢٩٠	%٨٢.٩	١
٣	أحياناً	١٠	%٢.٩	٣

	١٠٠٪	٣٥٠	المجموع	
--	------	-----	---------	--

**يوضح جدول (٢٧) أن أغلب أفراد عينة البحث لا يحرصون على تسجيل الخروج عند الانتهاء من استخدام المنصة الإلكترونية، ومثلت نسبتهم (٨٢.٩٪) ، بينما الأقلية أحياناً يحرصون على تسجيل الخروج عند الانتهاء من استخدام المنصة الإلكترونية ، ومثلت نسبتهم (٢.٩٪) ، وذلك بدوره يؤدي إلى أن الصفحات الإلكترونية لهؤلاء المستخدمين هي الأكثر عرضة للاختراق من جانب تطبيقات الذكاء الاصطناعي بسبب عدم تسجيل الخروج منها ، لأن ذلك يعني أنها مفتوحة دائماً ، وأن المستخدمين يستخدمونها طوال الوقت ، وذلك بدوره يمكن تلك التطبيقات من سهولة استخدام البيانات والمنشورات التي تحتوى عليها تلك الصفحات .**

**والسبب في عدم حرص أغلب المبحوثين على تسجيل الخروج عند الانتهاء من استخدام المنصة الإلكترونية ؛ لأنهم يفضلون خاصية تسجيل الدخول التلقائي بسبب أنهم دائماً لا يتذكرون كلمة المرور الخاصة بهم ، ومثلت نسبتهم أكثر من ثلث أفراد عينة البحث حيث أنهم يستخدمون عديداً من المنصات ، ومن الممكن أن يكون لكل منصة كلمة مرور خاصة بها ، وذلك على حد قول أكثرهم " علشان أنا بستخدم الواتس مع الفيس مع التويتز فبنسي الباسورد ، وبضطر أقله من غير ما أسجل دخول لأنهم كثير أوي" .**

**-ومن ثم توصلت الدراسة إلى أن حرص مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي على تسجيل الخروج عند الانتهاء من استخدام المنصة الإلكترونية هو من أهم الإجراءات التي تحد من اختراق الذكاء الاصطناعي لأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، وتوجيه سلوكياتهم ؛ لأن عدم تسجيل الخروج**

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي يعني أنهم يستخدمون هذه المنصات باستمرار ، مما يسهل اختراق بياناتهم ومنشوراتهم، وذلك يتفق مع نتائج دراسة التي توصلت إلى أن إيقاف تشغيل تطبيقات المنصة يحمي معلومات المستخدم ومعلومات أصدقائه ؛ لأن بتشغيلها يستطيع مسئولو المنصة باختراق البيانات الشخصية ومشاركتها مع التطبيقات عند استخدامها، وهذا يمثل انتهاك لخصوصية المستخدمين عن طريق مشاركة معلوماتهم دون علمهم. (الفصل، عبد الأمير موييت؛ سيد، إسراء هاشم؛، ٢٠١٧، صفحة ٢٣٣)

#### جدول رقم (٢٨)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى امتلاكهم أكثر من حساب شخصي داخل المنصات الإلكترونية .

(ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة
١	نعم	١٣٠	٣٧.١%
٢	لا	٢٢٠	٦٢.٩%
	المجموع	٣٥٠	١٠٠%

يوضح جدول (٢٨) أن أغلب أفراد عينة البحث لا يمتلكون أكثر من حساب شخصي داخل المنصات الإلكترونية، ومثلت نسبتهم (٦٢.٩%) بينما الأقلية يمتلكون أكثر من حساب شخصي داخل المنصات الإلكترونية ومثلت نسبتهم (٣٧.١%)، وربما يمكن مرد ذلك إلى أن امتلاك أكثر من حساب شخصي ينتهك قوانين منصات التواصل الاجتماعي وضوابطها التي تحظر امتلاك أكثر من حساب شخصي ؛ لأن ذلك يزيد من خطر حظر الحساب أو حذفه ، لذلك أكدت دراسة (أبوزيد، دينا فاروق؛، ٢٠٢٠، صفحة ٥٦) أنه يجب على كل مستخدم داخل منصات

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

التواصل الاجتماعي قراءة شروط الخدمة لمنصات التواصل الاجتماعي قبل استخدامها ؛ لتجنب الوقوع في أخطاء تهدد الخصوصية والأمن الشخصي .

-ومن ثم توصلت الدراسة إلى أن امتلاك المستخدمين لأكثر من حساب شخصي داخل منصات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تعرض الحسابات للاختراق أو السرقة أو التزوير أو التشهير، خاصة إذا كانت تحتوي على معلومات شخصية أو حساسة كما يؤدي إلى حظر الحسابات الشخصية للمستخدمين من على المنصة الإلكترونية ؛ لأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي بداخلها تقرأها على أنها معلومات وبيانات مزيفة ، وذلك يتفق مع نتائج دراسة ( Cohen, R., & others, 2020, pp. 4 , 7) التي أشارت إلى أن الفيسبوك يمتلك تطبيق قد يقلل من الحسابات المزيفة ، ولكنه يحتوي على بعض المنشورات التي تضم معلومات خاطئة لا يتم الطعن فيها ، ومن الملاحظ أن المعلومات المضللة غالباً ما تنتشر بسبب وجود مستخدم معين داخل المجموعات التي يتم إنشاؤها داخل مختلف منصات التواصل الاجتماعي وذلك يمثل تحدياً أمام مطوري منصات التواصل الاجتماعي ومسئوليها.

### جدول رقم (٢٩)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى استخدام بياناتك الحقيقية عند تسجيل الدخول لمنصات التواصل الاجتماعي. (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة
١	نعم	٣٢٠	%٩١.٤
٢	لا	٣٠	%٨.٦
	المجموع	٣٥٠	%١٠٠

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
يوضح جدول (٢٩) أن الأغلبية العظمى من أفراد عينة البحث يحرصون  
على استخدام بياناتهم الحقيقية عند تسجيل الدخول لمنصات التواصل الاجتماعي ، ومثلت  
نسبتهم (٩١.٤٪) ، بينما الأقلية لا يستخدمون بياناتهم الحقيقية عند تسجيل الدخول  
لمنصات التواصل الاجتماعي وهم من مثلت نسبتهم (٨.٦٪) ، وتكشف هذه النتيجة عن  
استخدام البيانات الحقيقية يساعد المستخدمين في سهولة لعمليات البحث عن  
المعلومات والمنتجات داخل كل منصة بالإضافة إلى سرعة الوصول إلى المعلومة  
كما أن ذلك يقلل من نشر الواقع الزائف ، ويقرب الواقع الافتراضي من الواقع  
الحقيقي .

وذلك وفقاً لنظرية الواقع الافتراضي (الواقعية الفائقة) لجان بودريار التي  
أكدت أن الواقع الزائف ظهر نتيجة المحصلة النهائية للصورة الزائفة التي تنشرها  
وسائل الإتصال الالكترونية. (مصطفى، بدرالدين؛، ٢٠١٨، صفحة ٢٣٣) ، أو المحاكاة  
للواقع الحقيقي من خلال الصور ، أو الأحداث ، أو البيانات والمعلومات الزائفة ،  
حيث يتم تشويه حقيقة هذه الصور أو الأحداث حتى يختفي الواقع الحقيقي ،  
ولا يتبقى غير الواقع الزائف الذي يحاكيه.

كما أن منصات التواصل الاجتماعي تركز على جمع البيانات الشخصية  
الخاصة بمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، وهو ما يعرف بظاهرة البيانات  
الضخمة او الكبيرة ( Big Data ) ، وهي " عبارة عن مجموعة من البيانات ذات  
أحجام تتخطى قدرة البرامج التي يشيع استخدامها لالتقاط تلك البيانات ، وإدارتها ،  
ومعالجتها ، وتخزينها ، وتحليلها في غضون فترة زمنية مقبولة " ؛ وذلك للقيام  
بالأغراض الدعائية والإعلانية ، وكذلك إعادة بيع هذه البيانات الشخصية إلى  
التجار. (المعداوي، محمد أحمد؛، ٢٠١٨، صفحة ٥٠)

ومن ثم توصلت الدراسة إلى أن حرص مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي على استخدام بياناتهم الحقيقية عند تسجيل الدخول لمنصات التواصل الاجتماعي ، حيث يمكنهم من الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته في تسهيل عمليات البحث داخل تلك المنصات وسرعتها ، كما أنها تقلل من خطر اختراق البيانات الشخصية واستخدامها من قبل رواد هذه المنصات الإلكترونية ، وذلك يتفق مع نتائج دراسة كل من (المعداوي، محمد أحمد؛، ٢٠١٨، صفحة ٥٠) التي أشارت إلى أنه من أجل تفادي المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها المستخدم ألزمت منصة جوجل المستخدمين بضرورة إنشاء الحساب بأسماء حقيقية وليست وهمية ؛ لأنه يمكن تحديد رؤية الشخص بصفه تلقائيه من خلال المعلومات التي يقدمها عند استخدامه لتلك المنصات على شبكة الإنترنت ، ودراسة (Kumar, V; & others, 2019) التي توصلت إلى أنه يمكن لتقنية الذكاء الاصطناعي أن تساعد المديرين والمسوقين في تحسين العروض المقدمة للعملاء ، وتكون الطرق والاستراتيجيات المميزة للتنافسية المستدامة للمنتجات التي تساعد في الاحتفاظ بأكبر قدر من المستهلكين من خلال تحليل بياناتهم الحقيقية .

#### جدول رقم (٣٠)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى استخدامهم أكثر من منصة تواصل اجتماعي في وقت واحد.

(ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة	الترتيب
١	نعم	٢٣٠	%٦٥.٧	٣
٢	لا	٨٠	%٢٢.٩	٢

## دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

١	%١١.٤	٤٠	أحيانًا	٣
	%١٠٠	٣٥٠	المجموع	

**يوضح جدول (٣٠) أن أغلبية المبحوثين دائمًا يستخدمون أكثر من منصة إلكترونية في وقت واحد ، ومثلت نسبتهم (٦٥.٧٪) ، بينما الأقلية أكدوا أنهم أحيانًا يستخدمون أكثر من منصة تواصل اجتماعي في وقت واحد ، ومثلت نسبتهم (١١.٤٪) ، ويفسر البحث ذلك بأن عادة المستخدمين في الدخول إلى أكثر من منصة في وقت واحد هو سلاح ذو حدين ، حيث إن ذلك يساعد في التأكد من صحة نتائج عمليات البحث التي يقوم بها المستخدمون داخل منصات التواصل الاجتماعي ، وذلك بهدف تطوير معلوماتهم ومهاراتهم وحل المشكلات بطرق متنوعة ، ولكن هذه العادة تمكن تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعتمد عليها تلك المنصات ، من مراقبة عمليات البحث للمستخدمين داخل المنصات الأخرى واختراقها ؛ لتحسين منشوراتها وإعلانها ؛ لتتفق مع ما يبحث عنه هؤلاء المستخدمين .**

لذلك ضاعف استخدام الذكاء الاصطناعي من قدرة منصات التواصل الاجتماعي على مراقبة البيانات التي ينشرها المستخدمون وتتبعها ، فعلى سبيل المثال عند عملية البحث عبر الإنترنت عن منتج ما على أحد مواقع التجارة الإلكترونية ، ثم الانتقال إلى أحد منصات التواصل الاجتماعية ، ويمكن ملاحظة أنه على الفور يتم نشر إعلانات تعرض ذلك المنتج على تلك المنصة. (الآثار السلبية للذكاء الاصطناعي، ٢٠٢٢)

-ومن ثم توصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن استخدام أكثر من منصة إلكترونية واحدة في عمليات البحث في نفس ذات الوقت يعرض

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

المستخدمين لخطر مراقبة بياناتهم ، وكذلك عمليات البحث الخاصة بهم ، واختراقها من جانب تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعتمد عليها تلك المنصات، إلا أن ذلك يساعد في التأكد من صحة نتائج عمليات البحث التي يقوم بها المستخدمون .

-كما توصلت الدراسة أيضًا إلى أنه لا بد من اتخاذ التدابير اللازمة ومراجعة بنود الخصوصية داخل كل منصة حتى لا يتعرض المستخدم لخطر الاختراق وانعدام الخصوصية عند استخدامه لأكثر من منصة في وقت واحد ، وذلك يتفق مع نتائج دراسة (D, Ognibene; & Others, 2023) التي توصلت إلى أنه يمكن لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي الاستفادة من الجوانب الإيجابية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ، والتصدي للمخاطر الناتجة عنه عند استخدام عديد من منصات التواصل الاجتماعي في وقت واحد.

#### جدول رقم (٣١)

توزيع أفراد العينة وفقًا لمدى حرصهم على قراءة الرسائل الإلكترونية التي ترسلها منصات التواصل الاجتماعي عبر البريد الإلكتروني . (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة
١	نعم	٨٠	%٢٢.٨
٢	لا	١٤٠	%٤٠
٣	أحيانًا	١٢٠	%٣٤.٢
	المجموع	٣٥٠	%١٠٠

يوضح

جدول (٣١) أن أغلبية المبحوثين لا يحرصون على قراءة الرسائل الإلكترونية التي

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ترسلها منصات التواصل الاجتماعي عبر البريد الإلكتروني، ومثلت نسبتهم (٤٠٪) بينما الأقلية يحرصون دائماً على قراءة الرسائل الإلكترونية التي ترسلها منصات التواصل الاجتماعي عبر البريد الإلكتروني ، ومثلت نسبتهم (٣٤.٢٪) ، ويفسر البحث ذلك بأن تلك الرسائل لا تحتوي على معلومات تجذب انتباه مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ؛ لذلك فهي غير مفيدة ولا تجذب اهتمامهم وذلك على حد قول أكثرهم " أنا مش بهتم بيها لأنها لا تحتوي على أشياء تهمني أو ممكن أستفاد منها " .

-لذلك اختراق تطبيقات الذكاء الاصطناعي لأجهزة الهاتف المحمول أو الحاسب الآلي التي يفضلها المستخدمون في الدخول لمنصات التواصل الاجتماعي لا يتم من خلال الرسائل التي ترسلها تلك المنصات للمستخدمين ، حيث إن أغلبهم لا يهتمون بالإطلاع عليها ؛ لأنها لا تجذبهم ، ولكن تلك التطبيقات تخترق تلك الأجهزة من خلال توصيلها بشبكة الإنترنت ، ومن خلال النقر على الروابط المرئية التي تسهل توزيع البرامج الضارة حيث إن تلك الأجهزة تحوي على الكثير من التطبيقات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي مثل تطبيق منصة جوجل؛ لذلك عند فتح أي من هذه التطبيقات ، أو البحث على الشبكة الإلكترونية للحصول على أي معلومة ، أو منتج معين ، أو حتى البحث عن مكان ما من خلال محرك البحث على موقع "جوجل" فالذي يجيب على ذلك هو تقنية الذكاء الاصطناعي. (مجدى، نزمين، ٢٠٢٠، صفحة ٩ ، ١٠)

- ومن ثم توصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن عدم الإطلاع على الرسائل التي ترسلها منصات التواصل الاجتماعي لمستخدميها عبر أجهزتهم

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد  
الإلكترونية (الهاتف المحمول ، أو الحاسب الآلي) ، هي من أهم الإجراءات التي  
تحد من اختراق الذكاء الاصطناعي لأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ،  
إلا أنه يخترق تلك الأجهزة من خلال استمرار توصيلها بشبكة الإنترنت بعد تسجيل  
الخروج من المنصات الإلكترونية.

#### جدول رقم (٣٢)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى حرصهم على استخدام كلمات مرور مختلفة داخل كل  
منصة إلكترونية . (ن = ٣٥٠)

م	المتغيرات	العدد	النسبة
١	نعم	١٤٠	٤٠٪
٢	لا	٩٠	٢٥.٧٪
٣	أحياناً	١٢٠	٣٤.٣٪
	المجموع	٣٥٠	١٠٠٪

يوضح جدول (٣٢) أن أكثر من ثلث أفراد عينة البحث يحرصون على  
استخدام كلمات مرور مختلفة داخل كل منصة إلكترونية ، ومثلت نسبتهم (٤٠٪) ، بينما  
الأقلية لا يحرصون على استخدام كلمات مرور مختلفة داخل كل منصة إلكترونية ، ومثلت  
نسبتهم (٢٥.٧٪) ، ويفسر البحث ذلك بسبب أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي  
ساعدت في انفتاح المنصات الإلكترونية على بعضها ، فمن الممكن أن تكون

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي إعدادات الأمان لدى منصة معينة أقل حماية من منصة أخرى فيؤدي ذلك إلى اختراق تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعتمد عليها المنصة التي تتميز بإعدادات الأمان القوية إلى اختراق كلمات المرور الخاصة بدخول المستخدمين لمنصات الإلكترونية ذات إعدادات خصوصية وأمان ضعيفة ؛ لذلك يفضل أغلب المستخدمين استخدام كلمات مرور مختلفة لكل المنصات الإلكترونية التي يفضلونها .

ومن أمثلة تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تخترق كلمات المرور الخاصة بمنصات التواصل الاجتماعي تطبيق PassGAN ، حيث نشرت شركة "Home Security Heroes" ، وهي شركة للأمن السيبراني، دراسة كشفت من خلالها عن مدى قوة الذكاء الاصطناعي وسرعته في اختراق كلمات المرور ، وأوضحت الدراسة أن عند قيام الباحثين باستخدام أداة "PassGAN" لتصفح أكثر من ١٥.٦٨٠.٠٠٠ كلمة مرور، فكانت تمكن التطبيق من اختراق ٥١٪ من كلمات المرور الشائعة في أقل من دقيقة واحدة، وبمعدل ٦٥٪ في أقل من ساعة، ومعدل ٧١٪ في أقل من يوم ، فيما تمكنت من اختراق ٨١٪ في أقل من شهر ، كما أشارت النتائج أن السبب الرئيسي الذي يجعل PassGAN يمكنه كسر كلمات المرور بسرعة وفعالية ، هو أنه لديه القدرة على التعلم من كلمات المرور الحقيقية من التسريبات الخاصة ببيانات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، حيث تم تدريبه على تحديد توزيع كلمات المرور ، واستخدام هذه المعلومات لعمل تخمينات أسرع وأكثر دقة . (العزى، عبد السلام، ٢٠٢٣)

---

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

لذلك يجب على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي الحرص على أن تكون لكل منصة إلكترونية مفضلة لهم كلمة مرور خاصة بها ؛ حتى لايسهل اختراقها من قبل تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، ومن ثم اختراق البيانات والمعلومات الشخصية التي ينشرونها عبر صفحاتهم الإلكترونية الخاصة بهم داخل منصات التواصل الاجتماعي ، وذلك -على حد قول أغلب مبحوثين- " أنا بعمل باسورد الفيس غير باسورد التويتر ، غير باسور الإنستجرام كل موقع له باسورد لوحده علشان لما بيقوا متشابهين بيتسرقوا ، وده بيخلي اللي سرقهم يدخل على صفحتي ويسرقها" .

-ومن ثم توصلت الدراسة إلى أنه من أهم الحلول والإجراءات التي تحد من اختراق الذكاء الاصطناعي لأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي هو عدم تكرار كلمات المرور المستخدمة للدخول إلى المنصات الإلكترونية ؛ لذلك لا بد من حرص مستخدمي تلك المنصات على اختيار كلمات مرور متنوعة ؛ خاصة بكل منصة على حدة .

-كما توصلت الدراسة إلى أنه بسبب ضعف إعدادات الخصوصية لبعض منصات التواصل الاجتماعي حدث اختراق لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ، التي تعتمد عليها منصات إلكترونية أخرى لكلمات المرور الخاصة بمستخدمي تلك المنصات التي لاتعتمد على إعدادات خصوصية قوية .

#### جدول رقم (٣٣)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمقترحاتهم لتفادي مخاطر اختراق تطبيقات الذكاء الاصطناعي لأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي (أكثر من استجابة ن= ٣٥٠)

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

م	المتغيرات	العدد د	النسبة	الترتيب ب
١	مراجعة إعدادات الخصوصية لحساباتهم الشخصية ، وعدم السماح لمنصات التواصل الاجتماعي باستخدامها	20 0	٥٧.١ %	١
٢	عدم تسجيل الدخول لأكثر من منصة في نفس الوقت	٧٠	٪٢٠	٥
٣	عدم التحدث عن الموضوعات العائلية والشخصية مع الأقارب ، أو الأصدقاء عبر الرسائل الإلكترونية	90	٢٥.٧ %	٤
٤	عدم قبول محادثات صوتية أو عبر الفيديو من أشخاص غرباء	70	٪٢٠	٥
5	تقليل نشر المعلومات والصور والفيديوهات الشخصية	11 0	٣١.٤ %	٢
٦	استخدام كلمات مرور قوية ومختلفة داخل كل منصة	10 0	٢٨.٥ %	٣
٧	عدم النقر على الإعلانات أو ملفات الكوكيز التي تظهر عند استخدام منصات التواصل الاجتماعي	70	٪٢٠	٥
٨	فصل الانترنت عن الهاتف المحمول بعد استخدام	30	٪٨.٥	٦

			منصة التواصل الاجتماعي أو عند إجراء مكالمة هاتفية	
٣	٢٨.٥ %	10 0	حجب رؤية البيانات الشخصية عن العامة	٩
	%١٠٠	...	المجموع	

يوضح جدول (٣٣) أن أكثر من نصف عينة البحث أكدوا أن مراجعة

إعدادات الخصوصية لحساباتهم الشخصية ، وعدم السماح لمنصات التواصل الاجتماعي تعد في الترتيب الأول لأهم الإجراءات لتفادي مخاطر إختراق تطبيقات الذكاء الاصطناعي لأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ، ومثلت نسبتهم (٥٧.١%) ، أما في الترتيب الثاني جاء تقليل نشر المعلومات والصور والفيديوهات الشخصية بنسبة (٣١.٤%) ، يليه في الترتيب الثالث كل من ( استخدام كلمات مرور قوية ومختلفة داخل كل منصة ، و حجب رؤية البيانات الشخصية عن العامة بنسبة (٢٨.٥%) ، ويليهما في الترتيب الرابع عدم التحدث عن الموضوعات العائلية والشخصية مع الأقارب أو الأصدقاء عبر الرسائل الإلكترونية بنسبة (٢٥.٧%) ، و في الترتيب الخامس جاء كل من (عدم قبول محادثات صوتية أو عبر الفيديو من أشخاص غرباء ، و عدم النقر على الإعلانات أو ملفات الكوكيز التي تظهر عند استخدام منصات التواصل الاجتماعي) ، ثم يليهم في الترتيب السادس والأخير فصل الانترنت عن الهاتف المحمول بعد استخدام منصة التواصل

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي الاجتماعي أو عند إجراء مكالمة هاتفية، بنسبة (٨.٥٪)، ويفسر البحث ذلك بأن أهم طرق حماية البيانات والمنشورات الشخصية عند استخدام منصات التواصل الاجتماعي هي ضبط إعداد الخصوصية؛ حتى لا يتم اشتراكها مع العامة خاصة بعد اعتماد المنصات على تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تخترق البيانات بكل سهولة وسرعة؛ لكي تمكن منصات التواصل الاجتماعية من التنبؤ بأفكار المستخدمين، ومن ثم تقديم محتوى يجذب اهتمامهم، ومن ثم أصبحت حمايات البيانات الشخصية لمستخدمي المنصات أكثر صعوبة من قبل.

وذلك يتفق مع ما أشارت إليه مؤسسة البيانات الدولية (IDC) بالولايات المتحدة، وهي المزود العالمي الأول لمعلومات السوق، والخدمات الاستشارية، والأحداث الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأسواق تكنولوجيا المستهلك،؛ التي أكدت أنه من المتوقع أن ينمو مجال البيانات العالمي من ٣٣ تريليون غيغابايت في عام ٢٠١٨ إلى ١٧٥ غيغابايت بحلول عام ٢٠٢٥، حيث تتوفر كميات هائلة من البيانات المنظمة وغير المهيكلة للشركات لتعديلها ومعالجتها، ومن ثم ستصبح الخصوصية الشخصية أكثر صعوبة في الحماية في ظل انتشار الذكاء الاصطناعي، وعند حدوث تسرب للبيانات أو حدوث انتهاكات، يمكن أن تلحق التداعيات الناتجة ضرراً كبيراً بسمعة الشركة، وتمثل انتهاكات قانونية محتملة مع قيام عديد من الهيئات التشريعية الآن بتمرير لوائح تقيد كيفية معالجة البيانات الشخصية. (أيمن، محمد؛، ٢٠٢٢)

- ومن ثم توصلت الدراسة إلى أن مراجعة إعدادات الخصوصية للحسابات الشخصية لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وعدم السماح لتلك المنصات

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

باستخدام البيانات الشخصية تعد من أهم الإجراءات لتقليل مخاطر اختراق تطبيقات الذكاء الاصطناعي لأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وذلك بسبب أن تلك التطبيقات تتميز بخوارزميات تمنح مطوري المنصات الإلكترونية القدرة على اختراق البيانات الشخصية للمستخدمين بسهولة ؛ وسرعة وذلك للتحكم في سلوكياتهم تجاه المنشورات التي تقترحها عليهم ، وذلك يتفق مع نتائج دراسة (Aristea , Papadimitriou, 2016) التي توصلت إلى أن هيمنة الذكاء الاصطناعي على منصات التواصل الاجتماعي تؤدي إلى استهلاك بيانات المستخدمين ، وتوجيهها تجاه التفاعل داخل المنصات الإلكترونية ؛ وذلك لأنه لا يستطيع من وصوله إلى قدرات البشرية من إجراء التفاعل والحوار مع المحتوى الإلكتروني داخل المنصات الإلكترونية .

كما أشارت أيضاً دراسة (سالم, دعاء فتحى,؛ ٢٠٢١، صفحة ٣) إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات إلى مطوري تلك المنصات تمكنهم من اتخاذ الروبوتات الآلية لتوجيه قرارات المستخدمين، كما أنها تمكنهم من تقديم الخدمات المختلفة التي يحتاجها المستخدمين لحل المشكلات ، وذلك عبر مخاطبتهم من خلال المنشورات الإلكترونية المقترحة.

#### النتائج العامة للدراسة الميدانية:

بتحليل نتائج الدراسة الميدانية يمكن استخلاص مايلي:

- أوضحت نتائج الدراسة إلى أن فئة أوسط العمر وفئة الشباب تعد من أكثر الفئات تأثراً بتطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل مواقع التواصل الاجتماعي .

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي - اتضح من الدراسة أن فئة المتزوجين ، لاسيما الوالدين منهم هم الأكثر تأثراً بتطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي ، حيث يلجئون لتلك المنصات للاطلاع على أساليب التربية الحديثة ، بالإضافة إلى أنهم يضطرون إلى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التعليمية لمتابعة دروس أبنائهم التي تتوافر عبر المنصات الإلكترونية التعليمية.

-توصلت الدراسة إلى أن فئة الطلاب ، وفئة المدرسين ، و فئة الحاصلين على مؤهل جامعي هم الأكثر استخداماً لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ؛ لأنه يحقق اشباعاتهم في الوصول إلى المعلومات التي تختص بموضوعات دراستهم ؛ وذلك بسبب أن من أهم تداعيات وباء كورونا زيادة الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل العملية التعليمية في المدارس والجامعات ؛ بسبب الاعتماد على التكنولوجيا داخل الفصول الدراسية بشكل أكبر من قبل انتشار الوباء.

-أما عن مدى إسهام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي فقد كشفت الدراسة عن أن أكثر المنصات التي يتأثر مستخدميها بتطبيقات الذكاء الاصطناعي هي منصة الفيسبوك ، حيث تمكنت من خلال تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته من أن تخترق أفكار المستخدمين وآرائهم واهتماماتهم وتحللها وتصنفها، ومن أهم تلك التطبيقات تطبيق حياتك الرقمية ( Life Is Your Digital ) الذي يقوم باستخدام بيانات الحسابات الشخصية للمستخدمين على الفيسبوك ، وذلك أدى بدوره إلى توجه سلوكيات مستخدميها نحو الإعجاب بالمنشورات التي تقترحها عليهم أثناء استخدامهم لها .

-كشفت الدراسة عن أن أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يفضل مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي استخدامها هو تطبيق الريلز ، وهو بدوره ساعد على قضاء المستخدمين وقت أطول عند استخدام منصات التواصل الاجتماعي لما يتميز به من سهولة وسرعة استخدامه ، وقصر المدة الزمنية لمتابعته ، وذلك مكن المنصات الإلكترونية من سهولة اختراق أفكار مستخدميها وتوجيه سلوكياتهم .

- كشفت الدراسة عن أهم أسباب عدم حرص أغلب المستخدمين على نشر الأحداث والتفاعلات اليومية عبر حساباتهم الشخصية داخل منصات التواصل الاجتماعي ، وهي (عدم وجود خصوصية داخل المنصات الإلكترونية ، و الشعور باختراق أفكارهم من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تقرأ منشوراتهم وتحللها ) .

-وفيما يتعلق بتأثيرات استخدام الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي تبين من نتائج الدراسة أن جذب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي للتعبير عن آرائهم ، بالتعليق على المنشورات التي تقترحها المنصات الإلكترونية بالعبارات ، أو بالإيموجي ، وعدم اكتفائهم بالإعجاب ، أو عدم الإعجاب بها هو من أهم مظاهر تداعيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي على توجيه سلوكيات مستخدمي المنصات الإلكترونية ، وتفاعلاتهم.

- كما توصلت الدراسة إلى أن مسئولى منصات التواصل الاجتماعي يعتمدون على الصفحات الشخصية للمؤثرين والمشاهير (المتبنون الأوائل) ؛ لكي تنتشر الأفكار والآراء الجديدة التي تريد أن يقتنع بها مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي (الأغلبية المبكرة ، والمتأخرة) ويطبقونها داخل واقعهم الحقيقي.

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
- وكشفت الدراسة عن أن اختراق منصات التواصل الاجتماعي لأفكار  
مستخدميها وتحليلها من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي أدى إلى نشر أفكار  
إفتراسية مبتكرة تحاكي الأفكار الواقعية ، والتي هي من أهم عوامل جذب  
المستخدمين إلى تطبيق تلك الأفكار الافتراضية داخل حياتهم اليومية ، وبذلك امتد  
تأثير المنصات الإلكترونية داخل الواقع الحقيقي.

- وتبين من نتائج الدراسة أن من أهم الأسباب التي تدفع مستخدمي منصات  
التواصل الاجتماعي إلى تطبيق الأفكار والآراء الافتراضية التي تنشرها تلك المنصات  
كونها تحتوي على أفكار لتنمية المهارات الشخصية ، والعملية داخل واقعهم الحقيقي ،  
وأنها نابعة عن رغباتهم وأفكارهم التي تخترقها تطبيقات الذكاء الاصطناعي من خلال  
تحليل عمليات البحث المتكررة التي يقوم بها هؤلاء المستخدمون وتصنيفها.

- توصلت الدراسة إلى أنه من أهم التأثيرات السلبية لتطبيقات الذكاء  
الاصطناعي التي تعتمد عليها منصات التواصل الاجتماعي أنها توجه سلوكيات  
مستخدمي تلك المنصات نحو سلوكيات مخالفة لآرائهم وقناعاتهم الشخصية ، وذلك  
تبين من خلال أن أغلب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي يفتنون بأن نشر  
أحداثهم وتفاعلاتهم اليومية داخل المنصات الإلكترونية يؤدي إلى انتهاك  
خصوصيتهم واختراق أفكارهم ، إلا أنهم يضطرون أحياناً كثيرة إلى مشاركة بعض  
الأحداث والتفاعلات اليومية عبر صفحاتهم الإلكترونية ، دون أن يشعروا أن ذلك  
مخالف لآرائهم وقناعاتهم.

- تبين من نتائج الدراسة أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي امتد تأثيرها إلى  
اختراق عمليات البحث الذي يقوم بها مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي داخل

---

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

مواقع الويب الرئيسية ، وأيضًا اختراق محادثاتهم عبر الهاتف النقال ، وذلك بدوره أدى إلى تمكين تلك المنصات من نشر موضوعات تجذب انتباه المستخدمين داخل منشوراتها المقترحة ، ومن ثم سهولة توجيه سلوكيات المستخدمين نحو متابعة تلك المنشورات ، أو مشاركتها عبر صفحاتهم الشخصية .

- توصلت الدراسة إلى أن تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي هو سلاح ذو حدين ، حيث يستفيد منه المستخدمين في سهولة البحث وسرعته عن المقالات ومقاطع الفيديو ، والصور التي تتفق مع اهتماماتهم ، كما يستفيد مطوري المنصات من تحليل عمليات بحث المستخدمين ، ومن ثم توجيه سلوكياتهم وفقًا لاهتماماتهم.

- تبين من نتائج الدراسة أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعتمد عليها منصات التواصل الاجتماعي تحل محل عقل المستخدمين في أغلب الأحيان ، حيث تقوم بمهام التذكير والتنبيه بمواعيد المناسبات العائلية معتمدة في ذلك على المعلومات والبيانات التي ينشرها هؤلاء المستخدمون عبر صفحاتهم الإلكترونية ، وذلك أدى بدوره إلى أن المستخدمين أصبحوا يستبدلون تفاعلاتهم داخل واقعهم الحقيقي بالتفاعلات داخل الواقع الافتراضي ، ومن مظاهر ذلك اكتفاء هؤلاء المستخدمين بنشر منشور عبر صفحاتهم الإلكترونية ، أو إرسال رسائل إلكترونية لتعبر عن مشاركتهم في المناسبات العائلية والمناسبات الخاصة بالأصدقاء معتمدين في ذلك على تطبيق الإشعارات المطبق داخل أغلب منصات التواصل الاجتماعي ، وبخاصة (منصة الفيسبوك).

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي - أما فيما يتعلق بالمخاطر الناجمة عن توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي توصلت الدراسة إلى أن العزلة والبعد عن الأسرة والأصدقاء تعد من أكثر المخاطر الناتجة عن الاستخدام اليومي لمنصات التواصل الاجتماعي انتشارًا ، وتظهر واضحة بين فئات الشباب التي هي من أكثر الفئات استخدامًا لتلك المنصات ومن ثم هي الأكثر انجذابًا إلى الواقع الافتراضي الذي تصنعه تطبيقات الذكاء الاصطناعي حيث يتفق مع خصائصهم واهتماماتهم وأفكارهم ، وذلك بدوره يؤدي إلى عزلتهم وبعدهم عن الواقع الحقيقي واستبداله بالواقع الافتراضي .

- كما تبين أيضًا من نتائج الدراسة أنه على الرغم من أن خطاب الكراهية يعد أحد أشكال المخاطر الناجمة عن اعتماد منصات التواصل الاجتماعي على تطبيقات الذكاء الاصطناعي حيث يؤدي إلى التلاعب بالمعلومات وتشويه الرأي العام إلا أنه لم يؤثر في أفكار المستخدمين وقراراتهم وتوجيه سلوكياتهم ، وذلك بسبب عدم تبني مطورو ومسؤولو تلك المنصات للأفكار المغلوطة والمعلومات غير المرغوب فيها التي ينشرها خطاب الكراهية .

- توصلت الدراسة إلى أن من أهم مخاطر اختراق تطبيقات الذكاء الاصطناعي لصفحات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وأشهرها هي إرسال رسائل غير مرغوب فيها من حساباتهم الشخصية لقائمة الأصدقاء ، بالإضافة إلى قبول رسائل ملفات الكوكيز (ملفات الارتباط) التي تظهر عند البدء في استخدام منصات التواصل الاجتماعي ؛ لأن ذلك يدل على أن تلك التطبيقات تستخدم البيانات والمعلومات الشخصية المنشورة على الصفحات الشخصية للمستخدمين بدون سماح

المستخدمين لتلك التطبيقات باستخدام بياناتهم الخاصة ، وذلك بدوره أدى إلى انعدام الخصوصية ، وعدم الشعور بالأمان داخل منصات التواصل الاجتماعي .

-تبين من نتائج الدراسة أن تفضيل مستخدمى منصات التواصل الاجتماعي الاعتماد على أكثر من منصة إلكترونية فى عمليات البحث فى نفس ذات الوقت هو سلاح ذو حدين ، حيث يمكنهم من الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته فى تسهيل عمليات البحث داخل تلك المنصات كما يساعد فى التأكد من صحة نتائج عمليات البحث التى يقومون بها ، إلا أن ذلك يعرض حساباتهم الشخصية لخطر مراقبة بياناتهم وعمليات البحث الخاصة بهم ، وإختراقها من جانب تطبيقات الذكاء الاصطناعي التى تعتمد عليها أغلب منصات التواصل الاجتماعي .

-أما فيما يتعلق بالتحديات التى تواجه مطورى منصات التواصل الاجتماعي ومسئولى عند استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي هى اختراق أفكار المستخدمين ، فلقد توصلت الدراسة إلى ان امتلاك المستخدمين لأكثر من حساب شخصي داخل منصات التواصل الاجتماعي ، وضعف إعدادات الخصوصية لبعض المنصات الإلكترونية يعدان من أهم تلك التحديات ، حيث إن ذلك يؤدي إلى تعرض الحسابات الشخصية للمستخدمين للاختراق أو السرقة أو التزوير أو التشهير ، وذلك من خلال اختراق كلمات المرور الخاصة بهم ؛ بخاصة إذا كانت تحتوي على معلومات شخصية أو حساسة مكررة بالإضافة إلى أن ذلك يؤدي إلى حظر الحسابات الشخصية للمستخدمين على المنصة الإلكترونية ؛ لأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي بداخلها تفسرها على أنها معلومات وبيانات مزيفة .

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
- كشفت الدراسة عن أهم الإجراءات وأكثرها شيوعًا لتقليل اختراق الذكاء

الاصطناعي لأفكار مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وهي تتمثل فيما يلي :

١- عدم الإطلاع على الرسائل التي ترسلها منصات التواصل الاجتماعي لمستخدميها عبر أجهزتهم الإلكترونية .

٢- فصل شبكة الإنترنت عن الأجهزة الإلكترونية الخاصة بالمستخدمين بعد تسجيل الخروج من منصات التواصل الاجتماعي أو تسجيل الخروج منها .

٣- عدم تكرار كلمات المرور المستخدمة للدخول إلى المنصات الإلكترونية أو تشابهاها.

٤- إكتفاء مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بإدخال البريد الإلكتروني ، والاسم ، وتاريخ الميلاد فقط عند تسجيل الدخول لمنصات التواصل الاجتماعي لأول مرة .

٥- الحرص على تسجيل الخروج عند الانتهاء من استخدام المنصات الإلكترونية .

٦- الحرص على نشر البيانات الحقيقية عند تسجيل الدخول لمنصات التواصل الاجتماعي .

#### - توصيات الدراسة :

١- ضرورة توعية مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بعدم توصيل الهاتف المحمول بشبكة الإنترنت بعد الانتهاء مباشرة من استخدام منصات التواصل الاجتماعي ، وذلك من خلال تعليمات الدخول إلى المنصات الإلكترونية ، وإرشاداته.

٢- لابد من رفض رسائل ملفات الكوكيز التي تنشرها منصات التواصل الاجتماعي أثناء استخدامها .

د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

٣- تقترح الدراسة عمل تطبيق خاص بكل منصة يشرح كيفية حماية الحساب الشخصي لمستخدميها من الاختراق والسرقة ، وكيفية الاستفادة الآمنة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل تلك المنصات .

٤- لابد من مراجعة إعدادات الخصوصية بحرص عند تسجيل الدخول لمنصات التواصل الاجتماعي ، واستخدام البيانات الشخصية الحقيقية التي تطلبها المنصة عند تسجيل الدخول لأول مرة .

٥- ضرورة توخي الحظر عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي ، مثل (تطبيق الريلز) ، وعدم نشر أحداث أو تفاعلات يومية من خلالها.

٦- لابد من رفض الصداقات المقترحة من أشخاص مجهولين ، وعدم فتح الرسائل التي ترسلها منصات التواصل الاجتماعي عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدمين .

#### -مراجع الدراسة :

##### أ: المراجع العربية :

١. أبوزيد, دينا فاروق;. (ديسمبر, ٢٠٢٠). أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعي في مصر بالتطبيق على موقع الفيس بوك. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون ، العدد (٢٠).

- دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي
٢. أفشكو، أمنای:، (٢٧ سبتمبر، ٢٠٢٢). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم .. وفوائدها للطلاب. تاريخ الاسترداد ١٤ سبتمبر، ٢٠٢٣، من <https://www.arrajol.com/content/276581>
  ٣. الآثار السلبية للذكاء الاصطناعي. (٣ أكتوبر، ٢٠٢٢). تم الاسترداد من موقع مسار: <https://masaar.net/ar>
  ٤. البيومي، إبراهيم عبدالله:، (٢٠١٩). مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، مجلة القانون والشائعات ، المؤتمر السادس، كلية الحقوق ، جامعة طنطا.
  ٥. التواصل الاجتماعي في ٢٠٢٣ ... كيف سيغير الذكاء الاصطناعي المنصات. (١٩ ديسمبر، ٢٠٢٢). تاريخ الاسترداد يونيو ٣٠ ، ٢٠٢٣، من <https://www.yemenmonitor.com>
  ٦. الجاروشة، ياسمين:، (٥ مارس، ٢٠٢٣). خمس تطبيقات للذكاء الاصطناعي نستخدمها في حياتنا اليومية. تاريخ الاسترداد ٢٨ يونيو، ٢٠٢٣، من <https://eliteacd.com/blogs/applications/of/artificial/>
  ٧. الحوراني، محمد عبد الكريم; العزام، عبد الباسط:، (٢٠١٨). المجال العام عبر فيس بوك صيغة جديدة لتجاوز الحدود الجندرية التقليدية لدى المرأة الأردنية: تطبيق نظرية المجال العام. دراسات : العلوم الإنسانية والاجتماعية.
  ٨. الذكاء الاصطناعي : تعريفه ، وأهميته ، وأنواعه ، وأهم تطبيقاته. (٩ يوليو، ٢٠٢٣). مجلة النجاح. تاريخ الاسترداد ١٥ يوليو، ٢٠٢٣، من <https://www.annajah.net>
  ٩. الذكاء الاصطناعي في التعليم. (٢٠٢١). اليونسكو. تاريخ الاسترداد ١٤ ، ٩ ، ٢٠٢٣، من <https://ar.unesco.org/themes/ict-education/action/ai-in-education>

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

١٠. الذكاء الاصطناعي تعريفه وتقييمه ومجالاته. (٢٠٢٣). تاريخ الاسترداد ١٥ يوليو،

٢٠٢٣، من <https://www.mdrscenter.com>

١١. الراوى، بشرى جميل: (٢٠١٢). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير : مدخل

نظري. مجلة الباحث الاعلامى ، العدد (١٨).

١٢. السيد، فاطمة الزهراء: (٢٠٢٠). الخوارزميات وهندسة تفضيلات مستخدمى الإعلام

الاجتماعى. بابل للدراسة الاستراتيجية والإعلامية، المجلد ٥.

١٣. الشهرى، حنان بنت شعشوع: (٢٠١٢). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على

العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك وتويتر نموذجا" دراسة ميدانية على عينة من طالبات

جامعة الملك عبد العزيز بجدة. السعودية: جامعة الملك عبد العزيز - كلية الآداب والعلوم

الإنسانية - قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية.

١٤. العنزى، عبد السلام: (١٠، ٤، ٢٠٢٣). دراسة حديثة: كلمات المرور لم تعد آمنة من

أدوات الذكاء الاصطناعي. صحيفة سبق الإلكترونية . المملكة العربية السعودية. تاريخ

الاسترداد ٢٦، ٩، ٢٠٢٣، تم الاسترداد من

<https://sabq.org/technology/wmg687ijq>

١٥. الفره، سليمان يعقوب: (٢٠١٢). الذكاء الاصطناعي. مجلة البدر، المجلد ٤ ، العدد

(١).

١٦. الفهيدى، محمود: (٢٠٢٠). نظريات الاتصال والإعلام . تاريخ

الاسترداد ٢٥، ٧، ٢٠٢٣، من الفريد تكنولوجى تعليمى وثقافى:

<https://www.edu-technology1.com>

١٧. الفيصل، عبد الأمير مويت; سيد، إسراء هاشم: (٣٠ يونيو، ٢٠١٧). انتهاك الخصوصية

فى مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة الباحث الإعلامى ، العدد (٣٦).

## دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

١٨. القرنى، عبد الله؛. (١٩ فبراير، ٢٠٢٢). أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الفرد والمجتمع. تاريخ الاسترداد ٢٨ ٦، ٢٠٢٣، من موقع دار اليوم للصحافة والطباعة والنشر: <https://www.alyaum.com>

١٩. المعداوى، محمد أحمد؛. (٢٠١٨). حماية الخصوصية المعلوماتية للمستخدم عبر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة مقارنة). مجلة كلية الشريعة والقانون بطنطا، المجلد ٣٣، العدد (٤).

٢٠. المهدي، أماني؛. (٢٠ مارس، ٢٠١٨). المجال العام من الواقع الفعلي إلى العالم الافتراضي: معايير التشكل والمعوقات. تاريخ الاسترداد ٣ نوفمبر، ٢٠٢٣، من المركز الديمقراطي العربي: [https://democraticac.de/?p=53184#\\_ftn1](https://democraticac.de/?p=53184#_ftn1)

٢١. أليغرين، مات؛. (١٢ سبتمبر، ٢٠٢٣). +٢٥ إحصائيات وحقائق واتجاهات لوسائل التواصل الاجتماعي لعام ٢٠٢٣. تم الاسترداد من <https://www.websiterating.com/ar>

٢٢. أيمن، علي؛. (٢ مايو، ٢٠٢٣). كيفية الريح من فيسبوك ريلز (دليل حصري شامل). تاريخ الاسترداد ٢٠ ٩، ٢٠٢٣، من الراجون: <https://www.alrab7on.com/make-money>

٢٣. أيمن، محمد؛. (٢٥ ١١، ٢٠٢٢). ما هي مخاطر الذكاء الاصطناعي؟... وهل فوائده تفوق المخاطر؟ اليوم السابع. <https://www.youm7.com/story>

٢٤. بن عمروش، فريدة؛ لمشونشي، مبروك؛. (٢٠١٩). الإعلام الجديد والمجال العام الافتراضي: دراسة في المفهوم والأطر النظرية. مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد ٤، العدد (٢).

٢٥. تان، سيندى؛. (٢٨ يونيو، ٢٠٢٣). أفضل ١٠ أدوات للذكاء الاصطناعي لوسائل التواصل الاجتماعي (SMM) في عام ٢٠٢٣. تاريخ الاسترداد ٣٠ يونيو، ٢٠٢٣، من ميتافيرس بوست: <https://mpost.io/ar/top-10-ai-tools-for-social-media>

## د/رانيا محمد عبد المقصود محمد

٢٦.توظيف الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي. (١ يونيو، ٢٠٢٣). تاريخ الاسترداد ٣١ يوليو، ٢٠٢٣، من مركز القرار للدراسة الإعلامية قسم الترجمات: <https://alqarar.sa/7113>

٢٧.توفيق، ميمى محمد عبد المنعم;. (٢٠١٨). شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير). مجلة كلية التربية ، العدد(٢٤).

٢٨.حسن، إيمان محمد أحمد;. (أكتوبر، ٢٠٢٢). استخدامات طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشاعات المتحققة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد(٨١).

٢٩.حسن، روان;. (١٦ سبتمبر، ٢٠٢٢). أكثر ٥ منصات للتواصل الاجتماعي استخدامًا في علم ٢٠٢٢. تاريخ الاسترداد ١٥ سبتمبر ، ٢٠٢٣، من موقع فوربس للشرق الأوسط : <https://www.forbesmiddleeast.com>

٣٠.حسناوي، مهدية; جريوة، عادل;. (٢٠٢٢). دور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الحد من خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي. مؤتمر دولي: خطاب الكراهية وسؤال التسامح في عالم متغير الممارسات التداخيات وآليات امواجهة. الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

٣١.حسين، إيمان;. (٢١ ديسمبر، ٢٠٢٢). أخطر ظواهر السوشيال ميديا .. احذر إدمان " الريلز". تاريخ الاسترداد ٢٠، ٩، ٢٠٢٣، من بوابة أخبار اليوم: <https://akhbarelyom.com/news/newdetails>

٣٢.حيدش، سعد;. (٢٠١٥). جان بودريار: الاتصال وإشكالية الواقع المفرد. المجلة العربية لعلم الاجتماع، المجلد ٢٩، العدد (٣٠).

٣٣.خليفة، إيهاب;. (يونيو، ٢٠١٥). كيف تشكل الخوارزميات أولويات الأفراد و وعى الآلات ؟ تحليلات المستقبل. مجلة اتجاهات الأحداث ، العدد (١١).

## دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

٣٤. خليفة، إيهاب؛. (مارس - إبريل، ٢٠١٧). تأثيرات دور التقنيات الذكية في الحياة اليومية

للإنسان. مجلة اتجاهات الأحداث (تحليلات مستقبلية) ، العدد (٢٠).

٣٥. ذكاء اصطناعي، (١٤ يوليو ٢٠٢٣) ، ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، تاريخ الاسترداد

١٦ يوليو ٢٠٢٣ ، <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

٣٦. رمضان، نورا؛. (أكتوبر، ٢٠٢٣). التشهير الإلكتروني ضد المرأة : دراسة ميدانية في

ضوء نظرية المجال العام ليورغن هابرماس. مجلة بحوث كلية الآداب، المجلد ٣٤ ، العدد

(٣).

٣٧. زايد، حيدر فالح؛. (٢٠٢٠). نظرية الحتمية التكنولوجية. تاريخ الاسترداد ٢، ١١،

٢٠٢٣ من <https://www.researchgate.net/publication/340315800>

٣٨. زايد، حيدر فالح؛. (٢٠٢٠). نظرية انتشار المبتكرات ، تاريخ الاسترداد ٢٣، ٧، ٢٠٢٣،

من <https://www.researchgate.net/publication/340315800>

٣٩. سالم، دعاء فتحي؛. (سبتمبر، ٢٠٢١). فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في

مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طالب الإعلام التربوي : الفيس بوك أنموذجاً.

المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد ٢٠ ، العدد (٣).

٤٠. سياسة ملفات الكوكيز. (ب.ت). تاريخ الاسترداد ٢٢، ٩، ٢٠٢٣، من شركة EF:

<https://www.ef.com/wwar/legal/cookie-policy>

٤١. عاشور، قياتي؛. (٤ نوفمبر، ٢٠١٩). يورغن هابرماس: المجال العام — مقال

موسوعي. (ترجمة، المحرر) تاريخ الاسترداد ٤ نوفمبر، ٢٠٢٣، من إضاءات:

<https://www.ida2at.com/jurgen-habermas-public>

٤٢. عبدالحميد، عمرو محمد محمود؛. (أكتوبر، ٢٠٢٠). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي

في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري. مجلة البحوث

الإعلامية، المجلد ٥ ، العدد (٥٥)

٤٣. عبدالصادق, عادل;. (٢٦ أغسطس, ٢٠١١). الفضاء الالكتروني والرأي العام ..  
تغير المجتمع والادوات والتأثير. تاريخ الاسترداد ٣ نوفمبر, ٢٠٢٣, من المركز العربي  
لأبحاث الفضاء الإلكتروني:

[https://accronline.com/article\\_detail.aspx?id=2725](https://accronline.com/article_detail.aspx?id=2725)

٤٤. عبدالعزيز, ياسر;. (٦ ديسمبر, ٢٠٢١). كيف نواجه الواقع الفائق. تاريخ الاسترداد ٢٥  
٦, ٢٠٢٣, من العربية: <https://www.alarabiya.net/politics>

٤٥. عبدالفتاح, على;. (٢٠٢٠). الإعلام الاجتماعي. دار اليازوري العلمية, عمان, الأردن.  
٤٦. غدنز, انتوني;. (٢٠١٠). علم الاجتماع من مدخلات عربية (الإصدار ٤). (فايز  
الصيد, المترجمون) المنظمة العربية للترجمة, مؤسسة الترجمان.

٤٧. قشطي, نبيلة عبد الفتاح;. (يوليو, ٢٠٢٠). تأثير الذكاء الاصطناعي على تطوير نظم  
التعليم. المجلة الدولية للتعليم بالإنترنت, المجلد ١٦, العدد (١). تم الاسترداد من  
<http://araedu.journals.ekb>

٤٨. قرنانى, ياسين;. (٢٠١٤). قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمة :  
بين مارشال ماكلوهان وعبد الرحمن عزي. مجلة العلوم الاجتماعية, ٨(١).  
٤٩. كريكت, عائشة;. (ديسمبر, ٢٠٢٢). خوارزميات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات محتوى  
مواقع التواصل الاجتماعي أى دوره؟ وأى علاقة؟ مجلة الإعلام والمجتمع, المجلد ٢,  
العدد (٦).

٥٠. كيف يؤثر الذكاء الاصطناعي على وسائل التواصل الاجتماعي. (٥ سبتمبر, ٢٠٢١). تم  
الاسترداد من <https://www.affde.com/ar>

٥١. لالح, محمد;. (٢٠٢٠). مدخل إلى الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة (الإصدار ط١).  
أكاديمية حسوب. تم الاسترداد من <https://academy.hsoub.com/files/17>

## دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

٥٢. ما الدول التي يقضي سكانها أطول الأوقات على مواقع التواصل الاجتماعي؟، ١٠ سبتمبر ٢٠١٩ تم الاسترداد من BBC News عربي : <https://www.bbc.com/arabic>
٥٣. ما هي نظرية " انتشار المبتكرات " ؟ ( ٢٩ ٨ ، ٢٠٢٠). تاريخ الاسترداد ٢٥ ٧ ، ٢٠٢٣ ، من مجلة القافلة: <https://qafilah.com>
٥٤. مجدى، نرمين;. (٢٠٢٠). الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة. صندوق النقد العربي ، الإمارات: أبو ظبي. (المجلد ٣)
٥٥. محمد، بدرالدين مصطفى;. (٢٠١٦). من المحاكاة إلى الواقع الفائق قراءه في فكر جان بودريار. حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد ٣٧.
٥٦. مصطفى، بدرالدين;. (٢٠١٨). حروب ما بعد الحداثة. المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوى.
٥٧. مكاوى، حسن عماد; السيد، ليلى حسين;. (١٩٩٨). الاتصال ونظرياته المعاصرة (الإصدار ط١). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
٥٨. نشرتي، دانية;. (٢ أكتوبر، ٢٠٢٢). الفرق بين الذكاء الاصطناعي والذكاء البشري. تاريخ الاسترداد ١ أغسطس، ٢٠٢٣، من <https://mawdoo3.com>
٥٩. نورالدين، تواتي;. (مارس، ٢٠١٣). ماكلوهان مارشال...قراءة فى نظرياته بين الأمس و اليوم. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية(١٠).
٦٠. وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. (ب.ت). الذكاء الاصطناعي. تاريخ الاسترداد /٢٧ ٢٣/٧، ٢٠٢٣، من وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات: [https://mcit.gov.eg/ar/Artificial\\_Intelligence](https://mcit.gov.eg/ar/Artificial_Intelligence)
٦١. وزارة المواصلات والاتصالات ، (٢٠٢٠). وسائل التواصل الاجتماعي -PDPPL 02050221A ، المبادئ التوجيهية للأفراد. قطر: وزارة المواصلات والاتصالات - إدارة الامتثال وحماية البيانات.

٦٢. ويتباى, بلاى;. (٢٠٠٨). الذكاء الاصطناعى (الإصدار ١). (قسم الترجمة، المحرر)

الجيزة: دار الفاروق للاستثمارات الثقافية .

٦٣. وكالة الأنباء الألمانية. (٣١ يناير, ٢٠٢٠). بالنيابة عنك .. الذكاء الاصطناعى يحذف

الملفات غير المفيدة من حاسوبك. تاريخ الاسترداد ١ أغسطس, ٢٠٢٣, من العين:

<https://al-ain.com/article/fossil-launches-smar>

ب: المراجع الأجنبية :

1. Aristeia , Papadimitriou;. (2016). The future of communication: Artificial intelligence and social networks. Media & Communication Studies.
2. Bechmann, A; Bowker, G.C,;. (2019). Unsupervised by any other name: Hidden layers of knowledge production in artificial intelligence on social media. Big Data & Society, 1(6).
3. Cohen, R., & others. (2020). Addressing misinformation in online social networks: Diverse platforms and the potential of multiagent trust modeling. Information, 11(11).
4. D, Ognibene; & Others. (2023). Challenging social media threats using collective well-being-aware recommendation algorithms and an educational virtual companion. Frontiers in Artificial Intelligence(5).
5. Dimiter , Dobrev ;. (2012). A definition of artificial intelligence. . arXiv preprint arXiv:1210.1568.
6. Fernandez, M. , Alani, H;. (2021). Artificial intelligence and online extremism: Challenges and opportunities. : McDaniel, John and Pease, Ken eds. Predictive Policing and Artificial Intelligence. Routledge Frontiers of Criminal Justice. Abingdon: Routledge,.
7. Galvão, V. F.,& others. (2022). Discussing human values in digital immortality: towards a value-oriented perspective. Journal of the Brazilian Computer Society, 1(27).

8. Hydén, H. (2020). AI, norms, big data, and the law. *Asian. Journal of Law and Society*, 3(7).
9. Hyperreality: JEAN BAUDRILLARD. (n.d.). Retrieved 6 23, 2023, from Mohanlal Sukhadia University : <https://www.mlsu.ac.in/econtents>
10. Kaminski, J;. (2011). Diffusion of innovation theory. *Canadian Journal of Nursing Informatics*, 2(6).
11. Kok, J.N; & others. (2009). Artificial Intelligence: Definition, Trends, Techniques and Cases. *Artificial intelligence*(1).
12. Krönke, C;. (2020). Artificial intelligence and social media. Regulating artificial intelligence. doi:[https://doi.org/10.1007/978-3-030-32361-5\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-32361-5_7)
13. Kumar, V; & others. (2019). Understanding the role of artificial intelligence in personalized engagement marketing. *California Management Review*, 4(61).
14. Lake, Rebecca;. (2022, October 14). What Is Social Media for Small Businesses? (T. J. Catalano, Ed.) Retrieved 7 13 , 2023, from The balance: <https://www.thebalancemoney.com/what-is-social-media>.
15. Lew, R; Kozem, I;. (2020). Discovering covid-related neologisms for lexicography. 3L. *The Southeast Asian Journal of English Language Studie*, 26(2).
16. Perrin, Andrew;. (2015). Social Media research center(125). Retrieved from <http://www.pewinternet.org/Social-Networking-Usage->
17. Saribas, S;. (2021). Hyperreality in gaming from the perspective Baudrillard. *Uluslararası Akademik Birikim Dergisi*, 2(4).
18. Social media, 11:26. (n.d.). Retrieved 7 14, 2023, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media>
19. STROEVER, STEPHANIE JEAN;. (2011). THE USE OF SOCIAL MEDIA TO COMMUNICATE CHILD HEALTH INFORMATION TO LOW-INCOME PARENTS: A FORMATIVE STUDY. Faculty of The University of Texas, Partial Fulfillment. Texas: School of Public Health.