

مستوى التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب الجامعي وعلاقته بإدراكهم للآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

د. هاني نادي عبد المقصود محمود

أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي

كلية التربية النوعية جامعة المنيا

د. ايمان عاشور سيد حسين

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام

التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا

ملخص البحث:

تهدف التربية الإعلامية الرقمية إلى زيادة فهم الجمهور لآلية عمل وسائل الاعلام الرقمي والكيفية التي يؤثر بها على حياته، وطريقة استخدامه بصورة إيجابية وفعالة، وذلك يتضمن القدرة على الوصول الى المعلومات وتحليل رسائل وسائل الإعلام وتقويمها وبما يجعل الأفراد قادرين على فهم طبيعتها وتقنياتها وتأثيراتها، واكتساب مهارات استخدامها، إضافة إلى القدرة على اختيار مضامينها وتفسير رسائلها وتنمية مهارات التعامل النقدي مضاد لمخاطر تلك الوسائل، وفي هذا الإطار هدف البحث الحالي إلى التعرف على العلاقة بين مستوى التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكهم للآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، من خلال عينة متاحة قوامها (٧٠٤) مفردة من الشباب الجامعي بمحافظة المنيا، وتم جمع البيانات عن طريق استبيان الكتروني تضمن مقياسين للتربية الإعلامية الرقمية وللتأثيرات النفسية والاجتماعية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتوصلت الدراسة إلى: أن نسبة (٦٨٪) من عينة البحث تهتم بمتابعة أخبار تطبيقات الذكاء الاصطناعي أحياناً، وأن من أهم التطبيقات التي تستعين بها عينة البحث ويستخدمونها بكثرة برنامج (CapCut) و(Picsart) وتطبيق (Spotify)، كما تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وإدراكهم لخطر الذكاء الاصطناعي على المستقبل.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية الرقمية - الشباب الجامعي - الآثار النفسية والاجتماعية- تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

Digital media literacy level among university youth and its relationship to their awareness of the psychological and social effects of using artificial intelligence applications

Abstract:

Digital media education aims to increase the public's understanding of how digital media works, how it affects their lives, and how to use it in a positive and effective manner. This includes the ability to access information, analyze and evaluate media messages in a way that makes individuals able to understand its nature, techniques, effects, and acquire skills. Using them, in addition to the ability to choose their contents, interpret their messages, and develop critical dealing skills against the dangers of these means, In this context. the current research aimed to identify the relationship between the level of digital media literacy among university youth and their awareness of the psychological and social effects of using artificial intelligence applications, through an available sample of (704) individuals from university youth in Minya Governorate, and the data was collected through an electronic questionnaire that included: Two measures of digital media literacy and the gender and social effects of using artificial intelligence applications. The study concluded that: (68%) of the research sample is interested in following news of artificial intelligence applications sometimes, and that among the most important applications that the research sample uses and uses frequently are (CapCut) and (Picsart) and (Spotify) application, It was also shown that there is a statistically significant relationship between the sample's use of artificial intelligence applications and their perception of the threat of artificial intelligence to the future.

key words: Digital media education -university youth-psychological and social effects - applications of artificial intelligence.

مقدمة البحث:

تعددت مصادر المعلومات ومع تعدد هذه المصادر واجه المتلقي والمستخدم العديد من التحديات مثل كثرة الشائعات وأصبح الوقوف على الصواب من أكبر التحديات التي تواجه المستقبل للمعلومة فهل هذه المعلومة حقيقية أم تم تزييفها من قبل آخرين لأهداف معلنة أو مجهولة، ولطالما كانت المؤسسات التعليمية ومازالت هي المنوطة بتهديب سلوكيات الطلاب وتنشئتهم تنشئة سليمة خلقية، ولكن مؤسسات الإعلام تحتاج إلى ما يضمن وجود الرقابة والسيطرة على ما يتم نشره من محتوى حتى لا ينتج عنها سلوكيات وردود أفعال قد تكون مسببات لأفعال كارثية مثل الثورات والعصيان والتطرف وغيرها من الأزمات التي تهدد أمن واستقرار وخصوصية من قام بإنتاج هذا المحتوى، وقد رأينا في الفترات الاخيرة أن الدول تحارب بعضها البعض من خلال المعلومات، فأصبحت الحروب حروب أفكار وينم ذلك عن خطورة ما يتم تداوله من احصائيات وأرقام وبيانات ومن ثم يجعل من يستخدم هذه المعلومات في توتر نفسي وقلق وقد ينتج لديه الشك والريبة فيما يقرأه حتى ولو كان صحيحاً.

كما ساهم التطور التقني والثورات المعرفية والتكنولوجية في حتمية وجود وسائل دفاعية وموثيق من أجل حماية المواطنين وبالأخص المراهقين والشباب أثناء تعاملهم مع وسائل الإعلام سميت بالتكنيكات الدفاعية التي يستطيع الفرد من خلالها حماية نفسه والقدرة على تجاوز الاضرار التي يمكن أن تتجم عن الأخبار أو المعلومات المضللة أو الموجهة، ومن جانبها سعت المؤسسات التعليمية إلى تطبيق هذه المعايير من خلال مناهج دراسية سواء في مرحلة التعليم قبل الجامعي أو مرحلة التعليم الجامعي في مقررات مثل التربية الإعلامية Media Literacy ويقصد بها كيفية التعامل مع وسائل الإعلام بكافة أنواعها المقروءة والمسموعة والمرئية، ونظراً لزيادة خطورة وسائل الاعلام الرقمية وانتشار كافة أشكال المضامين من خلال المنصات الاجتماعية أصبحت التربية الإعلامية وحدها غير كافية للتعامل مع هذا الزخم من المعلومات والمصادر وهو ما استوجب وجود التربية الإعلامية الرقمية Digital Media Literacy لتكون أكثر حزمًا في التعامل مع مستخدمي التقنيات الحديثة وتمثل لهم صمام الأمان لتطوير أساليب التعامل مع المحتوى المتداول من قبل صناع المحتوى عبر الشبكات، حيث تزداد خطورة هذه المعلومات مع عدم وجود رقابة من جهة معينة فأصبحت الرقابة الذاتية والاخلاقيات التي تحكم الفرد أثناء التعامل مع هذه الوسائل هي الأهم.

ولم تتوقف التطورات والتغيرات التي لحقت بوسائل الاعلام على هذا الحد بل زاد الخطر مع انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي وأصبح استخدامها متاحًا للجميع دون تقصي سلبياتها أو

محاولة تجنب هذه السلبيات فقد استخدمت في شتي المجالات في الطب والهندسة والعمارة والفن والتمريض وغيرها من المجالات ولم يسلم الإعلام من استخدامها فقد اقتحمت مجال انتاج المحتوى وأصبحت المؤسسات الإعلامية تستعين بها في التصوير والتحرير والكتابة والإخراج والمونتاج بل يمكن القول أنها دخلت مجال الإعلام في جميع مراحلها بدءًا من اختيار الفكرة وصولًا إلى رفع ونشر المحتوى، وعلى الرغم من قدرتها على تيسير العمل والكفاءة والانتاجية إلا أن لها مآلها وعليها ما عليها فهي كمثلتها لها سلبيات ولها إيجابيات، وذلك يضع على الجمهور مسئولية التعامل الواعي والناقد لها لتجنب السلبيات والاستفادة من الايجابيات كل في مجال تخصصه.

ويعتبر الشباب الجامعي (الذكور/الإناث) فئة مستهدفة بحكم طبيعتها وخصائصها الاجتماعية والنفسية والاقتصادية فمن خلال دراستهم الجامعية يستخدمون التقنيات الحديثة ومنها تقنيات الذكاء الاصطناعي للاستعانة بها من أجل أداء مهامهم وواجباتهم الدراسية وذلك نتيجة اعتماد الجامعات على المنصات الالكترونية في رفع الكتب والمحاضرات الالكترونية وذلك تطلب حتمية أن يتعامل الطالب مع هذه التقنيات والأدوات من أجل تلبية الاحتياجات التدريسية وما يطلب منه من أعمال دراسية مختلفة، وهذا ما قد يتسبب في بعض الاضرار النفسية والاجتماعية خاصة وأن البعض يجهل طريقة وآلية التعامل معها أو بمعنى أدق لديه أمية رقمية في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، وفي هذا الإطار يأتي هذا البحث لمحاولة بحث العلاقة بين مستوى التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب الجامعي (الذكور/الإناث) وإدراكهم للأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

الإطار المعرفي للدراسة:

التربية الإعلامية الرقمية Digital Media Literacy:

تم الاعتراف بالتربية الإعلامية الرقمية (DML) ككفاءة أساسية في القرن الحادي والعشرين، على إنها واحدة من العديد من المفاهيم المستخدمة لوصف قدرات الجمهور على استخدام وسائل الإعلام الرقمية والتكنولوجيا والوسائط الرقمية والأداء بها، وبذلك لا ينبغي للطلاب إتقان المعرفة والمهارات التقنية البسيطة فحسب، بل يجب عليهم أيضًا معالجة الكفاءات ذات الدرجة الأعلى لإنتاج محتوى وسائل الإعلام الرقمية والتفكير النقدي لها، لذلك، فإن دمج تعليم التربية الإعلامية الرقمية أصبح هامًا لسد الفجوة بين معارف الطلاب في المجالات الرقمية والنتائج المطلوبة للعيش والعمل في القرن الحادي والعشرين مع ظهور وتنامي تطبيقات الذكاء الاصطناعي (Porat, E., Blau, I., & Barak, A. 2018).

ويأتي الحديث عن ضرورة امتلاك الطلاب لمعارف ومهارات التربية الإعلامية الرقمية بمثابة التشريعات والقوانين والأسس التي تحميمهم أثناء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من خلال الالتزام بها والعمل بها لحماية ذاته وحماية الآخرين من المخاطر والتهديدات التي تسببها تلك التطبيقات مثل اختراق الخصوصية واضطراب الامن الرقمي والانتهاكات المتعددة وسرقة الحسابات وتزييف الأخبار وانتشار الشائعات وانتشار الفيديوهات المزيفة والاحصائيات الغير صحيحة وغيرها من الموضوعات التي تهدد الأمن الشخصي للأفراد والأمن القومي للدول، ففي حقيقة الأمر الأخبار الزائفة تساعد على ترويج الشائعات والتأثير على المستقبل المهني والشخصي ومن ثم التأثير على مواقف الأشخاص ونشوء العديد من الاضطرابات والازمات النفسية والمجتمعية التي تؤثر على ثبات وازن الأشخاص.

وفي المقابل فإن من لديهم خبرة وقدرة على الاختيار والتحليل والنقد وتفسير المعلومات وتمييز المصادر الحقيقية من المصادر المزيفة هؤلاء الأشخاص يكونون أقل تأثراً بما ينشر من أكاذيب أو تضليل، وهذا ما تهدف له هذه البحث محاولة الربط بين مستوى التربية الإعلامية الرقمية بمهاراتها المتعددة ومدى إدراك الفرد للمخاطر التي تنتج عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الرغم مالها من إيجابيات وأهمية في الاستخدام في جميع المجالات وبالأخص مجال التعليم والإعلام.

تطبيقات الذكاء الاصطناعي - التحديات - المخاطر والآثار

يعرف الباحثين تطبيقات الذكاء الاصطناعي بأنها مجموعة من الخوارزميات تحاكي العقل الإنساني والسلوك البشري يتم الاستعانة بها لأداء المهام الخطيرة والمعقدة (Zhang Han, 2021)، ونظراً لتنامي استخدامها يتوقع البعض في المستقبل أن تحل هذه التطبيقات محل العنصر البشري لما تتمتع به من امتيازات جعلتها تتفوق على العقل البشري ومنها الكفاءة وزيادة الإنتاجية وسرعة الأداء والالتقان في العمل، والجودة العالية في إنتاج المحتوى (Anne Carton, 2022)، (Wamba, 2019)، والسرعة في الكتابة والترجمة الفورية والدرشة الفورية والبحث العلمي وطرح المزيد من البدائل والأفكار المتعددة لنفس الموضوع وطرح أماكن تواجد بعض العناصر وحصر بعض الاعداد والتقارير الخاصة بالقضايا العالمية، ولن تتوقف وظائف تطبيقات الذكاء الاصطناعي على هذا الحد بل امتد استخدامه إلى مجال الطب حيث يستعان به في العمليات الجراحية وتشخيص بعض الأمراض ووصف الدواء ويستعان به في كتابة التقارير الطبية المختلفة في جميع التخصصات الطبية (Zhao, 2021)، وفي مجال الهندسة من خلال توفير رسوم وتصاميم مجسمة وكأنها واقعية لتوفير الوقت والمجهود والتكلفة المادية.

ويستعان أيضًا بهذه التطبيقات في الإعلام مثل إنتاج التقارير وصحافة البيانات وفي صناعة الأخبار مثل الروبوت المذيع والروبوت الصحفي وفي رصد وتحليل الموضوعات المختلفة وتحديد الكوارث التي تحدث في الدول المختلفة؛ (Xu, Z.2021)، وجمع الأخبار والتحرير والمراجعة والإخراج والتصوير وغيرها من المهارات التي قد تستغرق فترات طويلة لانتهاء منها أو تحتاج إلى طاقم عمل كامل يستطيع روبوت واحد فقط مراجعة ملايين التقارير الاخبارية وكتابتها دون تعب وفي أقصى سرعة وبأقل مجهود مقارنة بالعنصر البشري وفي نفس الوقت بدون أخطاء كما يحدث من البشر، وهذا ما فرض على قطاع العمل تقبل البعض لهذه التطبيقات ورفض البعض الآخر (Whittaker,2020).

ونظراً لاستعانة بعض القطاعات بتطبيقات الذكاء الاصطناعي واستغنائها جزئياً أو كلياً عن العنصر البشر أو العمالة البشرية، أدى ذلك إلى فقدان بعض الأشخاص أعمالهم ووظائفهم ولم تكن المؤسسات التعليمية والإعلامية بعيدة عن هذا التطور (Sun, K.; Liu, H.;2021)، وعلى الرغم من هذه الايجابيات والمميزات والتحديات التي واجهت تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلا أنها أفرزت العديد من الآثار والسلبيات التي قد تصل بسبب أزمات أو كوارث.

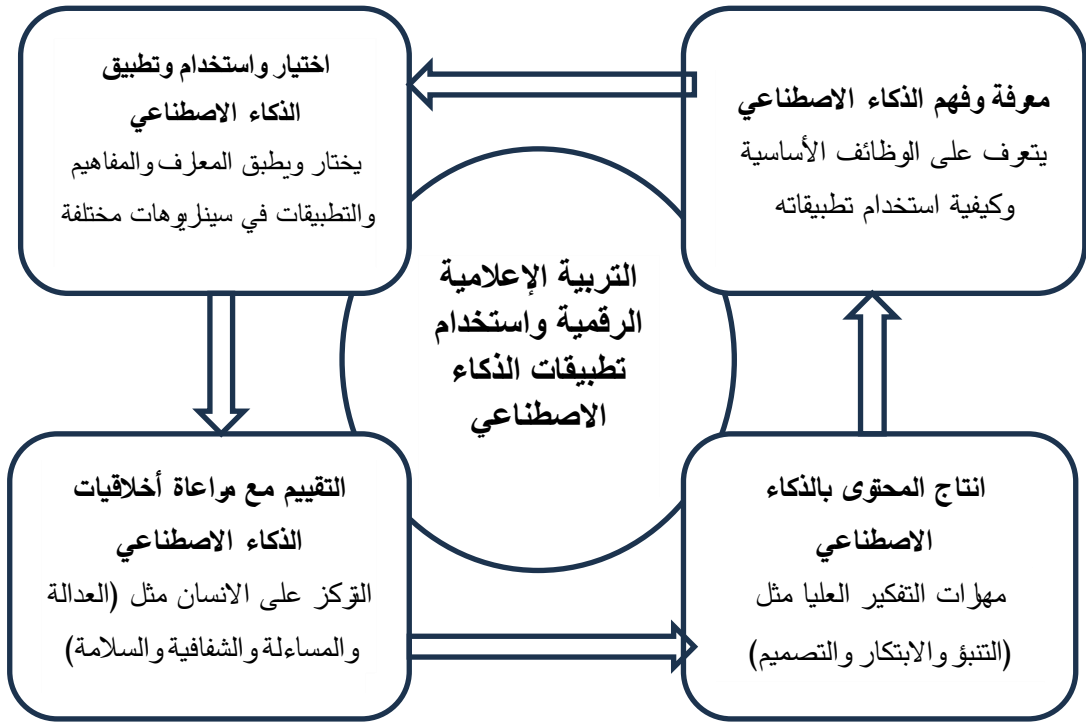
كما أن استخدام بعض الدول العربية لتقنيات الذكاء الاصطناعي مثل السعودية والامارات العربية ومصر وغيرها قد جعل هناك عديد من القضايا الخلاقية تظهر على الساحة مثل الملكية الفكرية والإدارة الحرة والمسؤولية والخصوصية وغيرها من القضايا الاخلاقية التي نتجت عن وجود فوارق في الاستخدام بين الدول وبعضها البعض (S. Lemaignan,2017)، كما أن إحلال الذكاء الاصطناعي محل العنصر البشري نتج عنه تهديد للعنصر البشري واختفاء العديد من المهام والوظائف وبالتالي ظهور وظائف مستقبلية مختلفة لم تكن موجودة من قبل مما جعل البشر في تحدي مع أنفسهم ومع التطبيقات الحديثة فخلقت لديهم الرغبة في اللحاق بركب هذه التقنيات وفي نفس الوقت الخوف والرعب من الفشل في امتلاك المهارات اللازمة التي تجعلهم قادرين على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها لصالح البشرية، وهذا يجعلهم يصابوا ببعض الأمراض النفسية نتيجة العجز أمام هذه التقنيات (Erik Kurniawan,2021).

إضافة إلى وجود فجوة بين الوظائف المندثرة والوظائف التي أنجبتها هذه التطبيقات فالوظائف الجديدة تحتاج إلى مهارات أكثر من الوظائف التقليدية، مما أدى إلى زيادة معدلات البطالة، وجرائم انتهاك خصوصية البيانات وغيرها (الهادي، ٢٠٢١، Matilda Bez, S,2020)، كما أنه وفي كثير من الأحيان تظهر عيوب تلك التطبيقات والأدوات فنجد على سبيل المثال في القطاع الطبي أن الروبوتات لا تستطيع أن تتعامل مع المرضي بالشكل المثالي مثل

العنصر البشري مما قد يؤثر على الجانب الصحي والطبي، ويؤكد ذلك على أن استبدال الطاقم الطبي بالروبوتات قد يضر بصحة الإنسان؛ وعليه فلا يمكن الاستغناء عن العنصر البشري في المجال الطبي بالتحديد (Zhen Zeng,2019).

وفي المجال التعليمي على الرغم من نجاح تطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي في تصميم المواقع وترتيب وفهرسة الكتب والمراجع والالتمة القائمة على التعلم الذاتي والبحث ولكن تزداد الفاعلية إذا تم المزج بين العنصر البشري وتلك التقنيات والأدوات (سردوك، ٢٠٢٠)، (Muggy, L.2020)، حيث أنه لا يمكن الاستغناء عن العنصر البشري في المهام التدريسية مثل الشرح حيث أظهرت نتائج الدراسات أن التفاعل والعواطف مهمة في المواقف التعليمية وأن أدوات الذكاء الاصطناعي لا تستطيع تقديمها فلا بد من وجود العنصر البشري بجانب تلك التقنيات في المجال التعليمي، فقد يستعان بها في التحضير والاعداد ورفع الأعمال وإنشاء الفيديوهات وغيرها من تصميم المواقع التعليمية التي تزيد من فعالية العملية التعليمية وتزيد من مستوى التحصيل لدى الطلاب، وذلك مع وجود المعلمين، لأنه في حالة استخدامها فقط قد تؤدي بالمقابل تفقد المشاعر الانسانية والعواطف أثناء التفاعل مع الدروس العلمية في مختلف التخصصات (Zangiacomì, A., Pessot,2020).

وفي المجمل إن الذكاء الاصطناعي على الرغم من أنه أظهر فعاليته في بعض المجالات التي طبقت أدوته بالفعل إلا أنه آثار عديد من المخاوف وهي فقدان الوظائف التقليدية، انتشار البطالة، ظهور اللامبالاة وعدم المساواة بين الجنسين، وانتهاك الحقوق والأمن النفسي، وتزييف البيانات واختراق الخصوصية، وغياب الانسانية والعواطف، وتزييف الحقائق وانتشار الأخبار الزائفة والشائعة، وتضليل الرأي العام، وعدم المصادقية في تداول بعض البيانات، وضعف مستوى الثقة في مصادر الأخبار التي تستخدم الذكاء الاصطناعي، كل هذا يؤكد على ضرورة استخدام التربية الإعلامية الرقمية لمواجهة المخاطر التي تنتج عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وذلك يمكن توضيحه من خلال الشكل الآتي:



شكل (١) تطبيق مهارات التربية الإعلامية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
(Southworth & Migliaccio, 2023) وتم التعديل عليه من قبل الباحثان.
الدراسات السابقة:

تم في هذه المرحلة مراجعة عدد كبير من الدراسات والبحوث العربية والأجنبية التي أجريت حول كل متغير من متغيرات البحث وتم اختيار أوثقها من ناحية الارتباط بالمتغير وبعينة البحث الحالي، وسيتم عرض هذه الدراسات في محورين هما:

المحور الأول: دراسات تناولت التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب الجامعي:

تتاول عدد من الدراسات مفهوم التربية الإعلامية الرقمية ومهاراتها ومعوقات نجاحها ومن بين تلك الدراسات دراسة (غريب وآخرون، ٢٠٢٣) إلى إعداد برنامج في التربية الإعلامية الرقمية في ضوء بعض مهارات القرن الحادي والعشرين؛ ولتحقيق ذلك تم إعداد قائمة بمهارات القرن الحادي والعشرين، ثم تم إعداد مقياس لمهارات القرن الحادي والعشرين، ثم إعداد برنامج في التربية الإعلامية الرقمية وتدريبه لمجموعة من طلاب الفرقة الأولى بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة دمياط حيث بلغ عددهم (٦٠) طالباً وطالبة، وذلك باستخدام المنهج الوصفي والمنهج شبه التجريبي، وتوصل البحث إلى فاعلية برنامج التربية الإعلامية الرقمية في تنمية بعض مهارات القرن الحادي والعشرين لدى مجموعة البحث.

واستهدفت دراسة (Römer teal, ٢٠٢٣) إلى التعرف على دور التربية الإعلامية الرقمية في تعزيز المشاركة المدنية للشباب، من خلال دراسة على طلاب المدارس المهنية في جمهورية التشيك. ومشاركة سبعة عشر طالبًا تتراوح أعمارهم بين ١٧ و ١٩ عامًا في الدراسة على مدار ثلاثة أشهر، تلقوا مداخلات أسبوعية تطبق نموذج المواطنة للتربية الإعلامية الرقمية وتركز على كفاءات "الإبداع" و"التأمل" و"التصرف". وتبين أن التدخل البحثي والتعليمي كان بمثابة تجربة تعليمية إيجابية للطلاب، والتي تجاوزت النتيجة المتوقعة، وتبين أن المعرفة الإعلامية المباشرة لدى الطلاب في هذه الكفاءات قد تحسنت. ومع ذلك، ظل تعزيز مشاركتهم المدنية على المدى الطويل موضع شك. تدعو هذه الدراسة إلى اتباع نهج يتمحور حول الطالب ويكسر روتين المدرسة ويمارسه عمليًا في تعليم التربية الإعلامية والرقمية ويدعم المشاركة المدنية للشباب.

وهدف دراسة (Lihong et.al, 2023) دراسة العوامل التي تنتبأ بسلوك مشاركة الأخبار المزيفة. كما اختبرت الدور المعتدل لمهارات القراءة والكتابة في وسائل التواصل الاجتماعي. وكان التركيز على مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في نيجيريا. من خلال إجراء استطلاع عبر الإنترنت لجمع ردود المشاركين عبر المناطق الجيوسياسية النيجيرية. تم استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية Smart PLS 3.6 (SEM) لتحليل البيانات. توصلت الدراسة إلى: أن تبادل المعلومات والأخبار والإدراك والثقة في وسائل التواصل الاجتماعي والبحث عن المكانة يؤدي إلى مشاركة الأخبار المزيفة بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في نيجيريا. وعلى وجه التحديد، كان للثقة في وسائل التواصل الاجتماعي والبحث عن المكانة تأثير أكبر على سلوك مشاركة الأخبار المزيفة. كما أن مهارات الإلمام بوسائل التواصل الاجتماعي تخفف بشكل كبير من العلاقة بين مشاركة المعلومات، والبحث عن الحالة، والإدراك للأخبار، والثقة في وسائل التواصل الاجتماعي، ومشاركة الأخبار المزيفة بطريقة تجعل التأثيرات/العلاقات أقوى بين الأشخاص ذوي المستوى الاجتماعي المنخفض. ومهارات الثقافة الإعلامية.

وفي إطار محاولة لدراسة دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي هدفت دراسة (فخر الدين، ٢٠٢٢) إلى استقراء الواقع من خلال رصد مفهوم التربية الإعلامية الرقمية وأهميتها ومدى تطبيق برامجها في المجتمع المصري وأهم التحديات التي تواجهها، ثم رسم رؤية مستقبلية لدورها في الاستخدام الآمن لوسائل الإعلام في عصر التحول الرقمي، واعتمدت على المنهج الكيفي، عبر توظيف أداة مجموعة النقاش المركزة مع ٢٨ من الخبراء، وأكدت الدراسة على أهميتها نظراً للتطورات التقنية المتلاحقة وغياب القواعد الرقابية في المشهد الإعلامي الرقمي، وأوضحت النتائج عدم وجود برامج تربية إعلامية رقمية بمناهج مستقلة

محددة، وتمثلت أهم التحديات التي تواجهها في عدم وجود مفهوم محدد لها متفق عليه وضعف البنية التحتية الرقمية وثقافة المجتمع المصري نفسه وكيفية تقبله لها وضعف التمويل. كما هدفت دراسة (Hameleers, 2022) إلى التعرف على درجة تأثير المعلومات المضللة على معدلات الهجرة والجريمة في هولندا والولايات المتحدة، وكيف يمكن لتدخلات التربية الإعلامية ومدققي الحقائق مواجهة الأشكال المختلفة من المعلومات الخاطئة، عن طريق استخدام المنهج شبه التجريبي بالإضافة إلى أداة الاستبيان على عينة قوامها ١٠٩١ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن إدراك مفاهيم التربية الإعلامية يقلل بشكل كبير من إدراك دقة المعلومات الخاطئة، وأنه لا يمكن تصحيح مستوى موافقة الجمهور على المعلومات المضللة Misinformation بشكل فعال من خلال الاعتماد على رسائل التربية الإعلامية.

وهدف دراسة (الزغبى، ٢٠٢٢) إلى دراسة علاقة جمهور وسائل الإعلام الجديد والوسائل الإلكترونية بمعايير وأبعاد التربية الإعلامية الرقمية في دراسة تطبيقية مسحية على ١٦٠ من طلاب المرحلة الثانوية في مدينة دمشق. تأتي أهمية الدراسة من كونها البحث الأول الذي يدرس موضوع التربية الإعلامية الرقمية لاسيما علاقة الجمهور السوري به، وأشارت أبرز نتائج البحث إلى أن استعمال الطلاب التقنيات والوسائل الرقمية وممارساتهم الإعلامية والاتصالية الرقمية يتوافق بدرجات ضعيفة مع المعايير الأكاديمية الأربعة للتربية الإعلامية الرقمية، وأن امتلاك واستعمال الطلاب التقنيات والوسائل وممارساتهم الإعلامية والاتصالية الرقمية يتوافق بدرجات متوسطة مع الأبعاد الستة للتربية الإعلامية الرقمية، وأن مستوى وعي الطلاب للتربية الإعلامية الرقمية ومستوى التزامهم بمبادئها يتراوح بين الدرجات الضعيفة والمتوسطة. وذلك يؤكد ضرورة أن يتعلم الطلاب مفاهيم ومهارات التربية الإعلامية الرقمية والاتصالية من خلال مادة علمية أو مقرر خاص بالتربية الإعلامية، أو من خلال دمج التربية الإعلامية في المنهاج الدراسي أو الخطة الدراسية.

وهدف دراسة (عبد الله آخرون، ٢٠٢١) إلى الكشف عن آليات تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ورصد العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بهذا التداول، وتقديم نموذج مقترح لوصف وتفسير العمليات المرتبطة بتحديد شكله، وذلك في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية، والمهارات التي ينطوي عليها هذا المدخل كمقدمات تقضي إلى نتائج يتم تفسيرها ورصد دلالاتها. وتم إجراء الدراسة بالتطبيق على عينة قوامها (٣٩٢) مفردة بواقع ٩٧ مفردة من جمهورية مصر العربية، ٩٩ مفردة من المملكة العربية السعودية، ١٠٠ مفردة من دولة الإمارات العربية المتحدة، ٩٦ مفردة من دولة تونس، وروعي في اختيار أفراد العينة

مطابقتها وملاءمتها لأهداف الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى تقديم إطار فلسفي شامل لتفسير ظاهرة تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك في ضوء مدخل التربية الإعلامية الرقمية، والنماذج المرتبطة بهذا المدخل؛ بما يسهم في رصد أبعاد تلك الظاهرة، والوقوف على كيفية مواجهتها، والحد من آثارها السلبية. ورصدت النتائج العلاقات المختلفة بين مستوى امتلاك مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي مهارات التربية الإعلامية الرقمية الأربع (مهارة الوصول، مهارة التحليل، مهارة التقييم، مهارة إنتاج المحتوى) وتبني الأسلوب الذي يقابلها كل مهارة من أساليب تداول المحتوى الرقمي الزائف التي يطرحها نموذج الدراسة المقترح.

واستهدفت دراسة (سامي، ٢٠١٩) استهدفت الدراسة التعرف على مدى توفر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب، من خلال دراسة كيفية تم خلالها استخدام مجموعات النقاش المركزة بها، وتبين أن الشباب طلاب الجامعة لديهم هذه المهارات بشكل كبير، فبالنسبة لمهارة الوصول Access لم يكن لدى الطلاب مشكلة في الوصول إلى الإنترنت بشكل عام أو إلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص فهي متاحة، أما عن مهارة التحليل والتقييم Analyze, evaluate، فقد تبين توافر هذه المهارة لدى جميع الطلاب المشاركين في مجموعات النقاش المركزة، وزادت من قدرات الشباب التحليلية والنقدية وهي إحدى المهارات الهامة للتربية الإعلامية الرقمية، أما عن مهارة خلق المحتوى Create، فقد كشفت الدراسة أن معظم الشباب يقومون بخلق المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي فهناك من يكتفى فقط بنشر بعض المحتويات الهادفة أو الموضوعات الكوميديّة وهناك من يقوم بنشر أفكاره ومعلوماته ويكون هدفه هو نشر الوعي أو إفادة الآخرين أو هدف شخصي مثل الشهرة، وأخيراً تأتي مهارة التصرف أو اتخاذ المبادرات ACT وهي المهارة العليا التي يبدأ الشاب فيها بأخذ المبادرات والقيام بأعمال هدفها النهوض بالمستوى المعرفي للآخرين. وينبع ذلك من شعوره بالمسؤولية الاجتماعية وأهمية دوره في المجتمع.

المحور الثاني: دراسات تناولت استخدام الشباب الجامعي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيراته النفسية والاجتماعية:

وقد تناولت عديد من الدراسات العربية والأجنبية استخدامات وتأثيرات استخدام تطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي مثل دراسة (Milosevic et.al, 2023) إلى دراسة اتجاهات الشباب وتصوراتهم حول كيفية تأثير إدارة المحتوى الاستباقي القائم على الذكاء الاصطناعي للتمتع عبر الإنترنت على حقوقهم، من خلال تصميم مجموعة من التدخلات القائمة على الذكاء

الاصطناعي في مجال التسلط عبر الإنترنت والتي تعتمد على إزالة المحتوى بشكل استباقي، بناءً على التعلم الاجتماعي ونظريات المعايير الاجتماعية؛ وتم جمع البيانات من خلال مجموعات النقاش المركزة والمقابلات المتعمقة فيما يتعلق بفعاليتهم وتأثير هذه التدخلات على حقوق النشر (من أيرلندا، تتراوح أعمارهم بين ١٢ و ١٧ عامًا، عددهم = ٥٩)، وتوصلت الدراسة إلى: أن أفراد العينة يرحبون بالتدخلات إلى حد كبير، وأثار البعض مخاوف بشأن فعاليتها واستعدادهم لاستخدامها. والأهم من ذلك هو أن أفراد العينة كشفوا عن الطرق التي تتداخل بها معايير الأقران مع الحاجة إلى طلب المساعدة في حالات التتمر عبر الإنترنت.

وفي إطار دراسة تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي قامت الباحثة (الواصل وآخرون، ٢٠٢٣) بدراسة هدفت إلى التعرف على تأثير تلك التقنيات في الوصول للجمهور المستهدف، وتحسين تجربة المستخدم وتفاعل العملاء، وقياس تأثيره على التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وقد طبقت الدراسة المنهج الوصفي والمسحي، وباستخدام نظرية ثراء الوسيلة، وقد اختار الباحثون العينة من الخبراء في مجالي التسويق الرقمي أو الذكاء الاصطناعي، حيث توصلت الدراسة من خلال قياس آرائهم إلى عدة نتائج منها: أن الذكاء الاصطناعي يساعد في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي والوصول إلى الجمهور المستهدف، ويمكن الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في كتابة المحتوى الرقمي لجذب الجمهور المستهدف، وساهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين فهم احتياجات العملاء وتقديم حلول مخصصة لهم، وبسبب الذكاء الاصطناعي يحصل زيادة في التفاعل والاستجابة من قبل العملاء، ويعزز الذكاء الاصطناعي التنافس بين تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي. وسيغني استخدام الذكاء الاصطناعي بالتسويق الرقمي في وسائل التواصل الاجتماعي عن العنصر البشري. وخلص البحث إلى توصيات مهمة فيما يخص الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالتسويق الرقمي.

وفي إطار دراسة مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير إنتاجات طلبية الإعلام في الجامعات هدفت دراسة (سلامة، ٢٠٢٣) إلى استكشاف دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإنتاج الإعلامي طلاب الإعلام وما يترتب عليه من تطوير المهارات والكفاءات ذات الصلة في هذا المجال الناشئ لدى طلاب الإعلام في الجامعات الخليجية بما يساهم في إعدادهم للمتطلبات والفرص التي يجلبها الذكاء الاصطناعي إلى المشهد الإعلامي من خلال توسيع المعرفة وتعزيز فهم وتوظيفه في التعليم والممارسة الإعلامية. وطبقت الدراسة على عينة متاحة مكونة من ٣٠٠ مفردة من طلبية الإعلام موزعة بين ثلاث جامعات خليجية،

وتوصلت الدراسة إلى: أن إدراك طلبة الإعلام بالجامعات الخليجية أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي. وأنها تلقى قبولاً وتقديراً كأداة قيمة في هذا المجال. كما أن نسبة ٩٧٪ من طلاب الإعلام عينة الدراسة يرون أهمية الحاجة الي توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية في التخصص ومن أهم مجالات استخدامه في الإعلام " التصوير الرقمي" بنسبة (٧٠.٥٪) "وتحويل الشخصيات الطبيعية إلى رسوم متحركة" بنسبة (٤٨.٥٪) ثم مجال "التصميم ثلاثي الأبعاد" بنسبة (٤٧.٢٪). كذلك ثبت علاقة ارتباطية دالة بين درجة تحفيز التخصص طلبة الإعلام استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير انتاج المواد الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو هذه التقنيات".

هذا بالإضافة إلى دراسة (عزاز، ٢٠٢٣) والتي هدفت للتعرف على أثر تبني المؤسسات الصحفية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تحرير النصوص الصحفية، بالإضافة إلى التعرف على مدى تطبيق المؤسسات الصحفية عينة الدراسة لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني بالتطبيق على عينة قوامها ١٥٠ مفردة من الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية للصحف المصرية عينة الدراسة (الأهرام، اليوم السابع، والوفد)، وتوصلت هذه الدراسة إلى: أن المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة (إلى حد ما) تطبق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وجاء ذلك بنسبة بلغت ٨٣.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، يليها (نعم) تطبيقها بنسبة بلغت ١٦.٦٧٪، أشارت نتائج الدراسة إلى أكثر المفاهيم التي يراها الباحثين أنها توضح مفهوم تكنولوجيا صحافة الذكاء الاصطناعي، جاء في الترتيب الأول هي "تكنولوجيا وأدوات صحفية وإعلامية جديدة" بنسبة بلغت ٤٩.٣٣٪، يليها في الترتيب الثاني "صياغة محتوى صحفي وإعلامي أكثر تأثيراً" بنسبة بلغت ٣٤.٠٠٪، يليها في الترتيب الثالث هي "نوع من أنواع المحافظة على تنوع الجهود وتلبية الاحتياجات" بنسبة بلغت ٨.٦٧٪، بينت نتائج الدراسة أن المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة تتبنى تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير النصوص الصحفية بدرجة كبيرة جداً.

وهدف دراسة (زقزوق، ٢٠٢٢) إلي رصد ظاهرة التمر الإلكتروني ومعدلات انتشارها في المجتمع المصري عامة وطلاب الإعلام التربوي خاصة، ورصد أهم التأثيرات النفسية والاجتماعية والسلوكية التي يتعرض لها طلاب الإعلام التربوي، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح، وتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في طلاب من الشباب الجامعي بلغت (٤٠٠) طالب وطالبة من أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية من

الجامعات الحكومية (القاهرة، عين شمس، المنصورة، بنها، المنوفية)، وتم تطبيق صحيفة الاستقصاء علي عينة الدراسة في الفترة من ٢٠٢١/٢/١م حتى ٢٠٢١/٤/٣٠م، وتوصلت الدراسة إلي إالى دعم الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث بأن الآخرين يتأثرون بدرجة أكبر وبسهولة عن الذات وأن رسائل ومضامين وسائل الإعلام الجديد (الانترنت الإلكتروني) له تأثير أكبر على الآخرين مما هو على الذات إذا كانت تأثيراتها ذات نتائج غير مرغوبة وسلبية، والنتائج التي توصلت إليها الدراسة تؤكد هذه النقاط الهامة وإثبات صحة الفرض الأول يتفق مع الدراسات السابقة، وأصبح من المؤكد أن الفرض الإدراكي لنظرية دافيسون صحيح والذي يشير إلى أن الأفراد أكثر اعتقاداً بأن وسائل الإعلام الجديد والمضمون الذي تنقله يؤثر على الآخرين إذا كان هذا المضمون غير مرغوب فيه، وأوصت الدراسة بتصميم برامج تأهيل نفسي واجتماعي وسلوكي لضحايا الانترنت الإلكتروني من طلاب الإعلام التربوي، وترسيخ مفاهيم التربية الإعلامية الرقمية، الوعي المعلوماتي، الهوية الافتراضية لدى الطلاب وآباءهم.

وهدفت دراسة (الدلو وآخرون، ٢٠٢٢) إلى التعرف على اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، ومدى جاهزية المؤسسات لتوظيفها، ومتطلباتها، والمهارات اللازمة لها، ومجالاتها، وتحدياتها، وهي من البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، وتم جمع بياناتها باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، بتطبيقها على (١٠٢) مفردة من خبراء الإعلام ، بأسلوب العينة المتاحة، وتوصلت الدراسة إلى: أن معظم الخبراء يرون أن المؤسسات جاهزة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت أهم مجالات استخدامها "متابعة الأخبار العاجلة والتغطية السريعة" بنسبة ٨٠.٠٪، يليها "التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها" بنسبة ٧٣.٥٪، ورأى الخبراء أن طبيعة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وعمل الصحفيين تكاملية تقوم على توظيف الصحفيين للتقنيات بما يخدم مهنة الصحافة بنسبة ٦١.٨٪.

بينما استهدفت دراسة (عبد الرازق، ٢٠٢٢) التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تبنى واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence، وتأثير ذلك على واقع ممارساتهم الإعلامية ومحاولة استقراء مستقبل استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام بالتطبيق على عمدية متاحة قوامها (٤٥١) مفردة من القائمين بالاتصال مقسمة إلى عينة قوامها (٢٦٥) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية المصرية و(١٨٦) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية العربية بمختلف الإدارات والأقسام خاصة ذات الصلة بالبيئة الرقمية، وتوصلت الدراسة إلى: أن المبحوثين يتابعون الأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء

الاصطناعي بمعدل مرتفع، ويأتي ذلك في إطار أن الذكاء الاصطناعي أصبح حاضرا نعيشه وسط جدال مستمر حول فوائده المدركة ومخاطره المحتملة وقدراته المتطورة باستمرار، وأشار المبحوثين إلى قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على محاكاة السلوك البشري في القيام بالعديد من المهام الإعلامية، وتمثلت أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر عينة الدراسة في (صحافة البيانات كتحويل النصوص لبيانات بمختلف الأشكال)، (تقنيات الترجمة الآلية للغات الأخرى)، (استخدام الروبوت في عمليات التحرير الصحفي أو تقديم الأخبار من الاستوديو أو ميدانيا)، كما أجابت النسبة الأكبر من المبحوثين بأن تلك التقنيات ستقود في وقت لاحق إلى تطورات بالأداء المهني بدرجة كبيرة.

واهتمت دراسة (الزهراني، ٢٠٢٢) بالتعرف على مدى تبني الصحفيين العرب لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية والإعلامية من خلال رصد مفهوم الذكاء الاصطناعي واستخدامه في العمل الصحفي ورصد أبرز معوقات تبني المؤسسات الإعلامية لهذه التقنيات، وتقع هذه الدراسة ضمن نوعية الدراسات الكمية الوصفية القائمة على تفسير الظاهرة بشكل موضوعي وذلك باستخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي للتوصل إلى إجابات تساؤلات وفروض الدراسة وإلى نتائج تفسيرية بشكل علمي منتظم، ومن أبرز نتائج الدراسة أن لدى الصحفيين خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقة بالهواتف الذكية مما يعني أن الذكاء الاصطناعي حاضر في الروتين الصحفي اليومي، لكن أيضاً أظهرت النتائج أن لدى ٢٤.٦٪ فقط معرفة محدودة بمفهوم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمثلت في كونه استخدام تطبيقات تحرير المحتوى التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، في حين أن ٤٣.٧ ترى أن مفهوم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام يشمل أكثر من مفهوم مثل استخدام الروبوت والدرن وعملية الكتابة للمحتوى بدون تدخل بشري بالإضافة إلي استخدام تطبيقات كتابة المحتوى المعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

وفي محاولة جادة لدراسة الأثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة قدم الباحث (عبد العزيز، إبراهيم، ٢٠٢٢) دراسته والتي هدفت الدراسة التعرف على التراث العربي والأجنبي المتعلق بالذكاء الاصطناعي وتطبيقاته وتوظيفها في المجال الإعلامي، وذلك من خلال دراسة تحليلية من المستوى الثاني على عينة قوامها (١٠٠) دراسة منشورة في الدوريات العلمية العربية والأجنبية في الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠٢٢م، وثبت ارتفاع تأثير الذكاء الاصطناعي على بنية العمل الإعلامي وبخاصة

المؤسسات الصحفية، كما أسهم الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات التي تقوم المؤسسة الإعلامية والصحفية بإنتاجها على مدى واسع، حيث أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً كبيراً في بيئة العمل الإعلامي لقدرتها التغلب على المشاكل الأساسية التي تواجه الصحافة المعاصرة وكذلك وسائل الإعلام المختلفة، ومكافحة الأخبار المزيفة، وتحرير الأخبار وفقاً لسياسة التحرير، وكذلك تخصيص المحتوى، كما ثبت فعاليته في مجال التسويق الرقمي المتفاعل مع الأفراد والمتوقع لسلوكياتهم المستقبلية في المجال التجاري وكذلك في تطوير شكل تقديم الرسائل الإعلامية عبر البرامج التلفزيونية وكذلك على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

واهتمت دراسة (شمس الدين، ٢٠٢٢) إلى استشراف رؤية القائم بالاتصال في مصر لمستقبل الإعلام والإعلاميين في عصر الذكاء الاصطناعي، في ظل نمط إعلام الروبوت، واستخدمت الدراسة المنهج الكيفي وأداة المقابلة شبه المقننة بالتطبيق على عينة قوامها (٥٠) إعلامياً من القائمين بالاتصال والقيادات الإعلامية بالمؤسسات المصرية والعربية، وتنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات المستقبلية التي تقوم على عدد من السيناريوهات المستقبلية حول مستقبل الإعلام المصري في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى صياغة السيناريوهات المستقبلية للقائم بالاتصال في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد (٢٠٢٢-٢٠٣١)، وهي: السيناريو التفاؤلي، والسيناريو المرجعي، والسيناريو التشاؤمي، وأشارت إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي سيكون واقع وضرورة في كل وسائل الإعلام المستقبلية، وستكون له تأثيرات تتمثل في: رفع كفاءة العمل، ومحاولة لزيادة أرباح المؤسسات الإعلامية، كما أكدت الدراسة على أنه سيكون هناك تأثير كبير ومتعاظم لتقنيات الذكاء الاصطناعي على القائمين بالاتصال، وأن قطاع كبير - خاصة الفئات العمرية الأكبر سناً- لا تدرك التأثيرات المتعاظمة لتقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل خاص، وتكنولوجيا الاتصال بشكل عام، الأمر الذي يتطلب تأهيل ورفع كفاءة القائمون بالاتصال للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأشارت النتائج أيضاً أن القائم بالاتصال يدرك أن هناك تأثيرات مستقبلية على مستقبل القائمون بالاتصال في ظل استخدام الروبوت الإعلامي، الذي يستطيع القيام بكل المهارات الإعلامية، وأوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي والميتافيرس، وذلك من خلال تصميم مستقبلي لاستراتيجية إعلامية للدول العربية، وإدراجها في مقررات وأقسام كليات الإعلام، بما ينعكس على مستقبل القائمون بالاتصال، مع العمل على زيادة الدورات التدريبية للقائمين بالاتصال وحضور تدريبات عن الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي.

التعليق على الدراسات السابقة:

تنوعت الموضوعات التي تناولتها الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية في المحور الأول حيث هدفت إلى إعداد برنامج في التربية الإعلامية الرقمية في ضوء بعض مهارات القرن الحادي والعشرين (غريب وآخرون، ٢٠٢٣)، وتقييم دور التربية الإعلامية الرقمية في تعزيز المشاركة المدنية للشباب (Römer et.al, 2023)، والتعرف على دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي (فخر الدين، ٢٠٢٢)، وكيف يمكن لتدخلات التربية الإعلامية ومدقي الحقائق مواجهة الأشكال المختلفة من المعلومات الخاطئة (Hameleers, 2022)، وعلاقة جمهور وسائل الإعلام الجديد والوسائل الإلكترونية بمعايير وأبعاد التربية الإعلامية الرقمية (الزغبى، ٢٠٢٢)، مدى توفر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب (سامي، ٢٠١٩). كما هدفت دراسات المحور الثاني إلى دراسة مستوى المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي لدى الشباب (hendy, 2024)، وتأثير إدارة المحتوى الاستباقي القائم على الذكاء الاصطناعي (Milosevic et.al, 2023)، وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير إنتاجات طلبة الإعلام في الجامعات (سلامة، ٢٠٢٣)، واتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة (الدلو وآخرون، ٢٠٢٢)، تقديم مقترح تطبيقي تنموي استراتيجي لتعزيز المناعة التنظيمية في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال تكنولوجيا الاتصال (المصري، الأغا، ٢٠٢١)، واستشراف رؤية القائم بالاتصال في مصر لمستقبل الإعلام والإعلاميين في عصر الذكاء الاصطناعي (شمس الدين، ٢٠٢٢)، بينما يركز البحث الحالي على دراسة موضوع العلاقة بين مستوى التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكهم للأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

كما استخدمت الدراسات السابقة الدراسات والبحوث الوصفية والتجريبية والكيفية وأساليب المسح الإعلامي والمقارن، وتنوعت العينات المستخدمة بين العمدية والعشوائية والمتاحة، ولوحظ على الدراسات تنوع أعداد العينة، واستخدمت معظم الدراسات أداة الاستبانة مع الجمهور والمقابلات ومجموعات النقاش المركزة والمقاييس المختلفة.

وتنوعت نتائج الدراسات السابقة حيث تبين من نتائج دراسات المحور الأول فاعلية برنامج التربية الإعلامية الرقمية في تنمية بعض مهارات القرن الحادي والعشرين (غريب وآخرون، ٢٠٢٣)، وأنه من الضروري أن يتعلم الطلاب مهارات التربية الإعلامية والاتصالية الرقمية من خلال مادة علمية أو مقرر خاص بالتربية الإعلامية، أو دمج التربية الإعلامية في المنهاج الدراسي أو الخطة الدراسية (الزغبى، ٢٠٢٢)، وتبين أن الشباب طلاب الجامعة لديهم

هذه المهارات بشكل كبير، فبالنسبة لمهارة الوصول Access لم يكن لدى الطلاب مشكلة في الوصول إلى الإنترنت بشكل عام أو إلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص فهي متاحة، أما عن مهارة التحليل والتقييم Analyze, evaluate، فقد تبين توافر هذه المهارة لدى جميع الطلاب المشاركين في مجموعات النقاش المركزة، وزادت من قدرات الشباب التحليلية والنقدية، وهى إحدى المهارات المهمة للتربية الإعلامية الرقمية، أما عن مهارة خلق المحتوى Create، فقد كشفت الدراسة أن معظم الشباب يقومون بخلق المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي فهناك من يكتفى فقط بنشر بعض المحتويات الهادفة أو الموضوعات الكوميدية وهناك من يقوم بنشر أفكاره ومعلوماته ويكون هدفه هو نشر الوعى أو إفادة الآخرين أو هدف شخصي مثل الشهرة، وأخيراً تأتي مهارة التصرف أو اتخاذ المبادرات ACT وهى المهارة العليا التي يبدأ الشاب فيها بأخذ المبادرات والقيام بأعمال هدفها النهوض بالمستوى المعرفي للآخرين، وينبع ذلك من شعوره بالمسئولية الاجتماعية وأهمية دوره في المجتمع(سامي،٢٠١٩).

كما تبين من نتائج دراسات المحور الثاني أن الشباب يتمتعون بمستوى عالٍ من المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، إضافة إلى ارتفاع مستوى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على قيم الشباب(hendy, 2024)، وأن نسبة ٩٧٪ من طلاب الإعلام عينة الدراسة يرون أهمية الحاجة الي توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية في التخصص ومن أهم مجالات استخدامه في الإعلام " التصوير الرقمي"(سلامة، ٢٠٢٣)، إضافة إلى (صحافة البيانات كتحويل النصوص لبيانات بمختلف الأشكال)، (تقنيات الترجمة الآلية للغات الأخرى)، (استخدام الروبوت في عمليات التحرير الصحفي أو تقديم الأخبار من الاستوديو أو ميدانيا)، كما أجابت النسبة الأكبر من المبحوثين بأن تلك التقنيات ستقود في وقت لاحق إلى تطورات بالأداء المهني بدرجة كبيرة (عبد الرازق،٢٠٢٢) (الزهراني ، ٢٠٢٢).

مشكلة البحث:

خلقت وسائل الإعلام المتعددة عديد من التأثيرات على المستوى الشخصي والمهني فتأثيرات وسائل لإعلام تختلف درجتها بناءً على شخصية الفرد وثقافته وتمثل التربية الاعلامية الرقمية بمثابة الوسيط الذي يوضح للفرد كيفية تأثير وسائل الإعلام عليه وكيف يحمي نفسه من التأثير السلبي، وعندما ظهرت تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتزايد استخدامها في مجال الإعلام جعل التربويين والاكاديميين في حالة ترقب لما سوف تحدثه من تأثيرات على الناحية الاجتماعية والناحية النفسية، وتبين من نتائج البحوث السابقة أن التربية الإعلامية الرقمية أثبتت نجاحها في تعزيز بعض القيم وتنمية مهارات التحليل والنقد لدى مستخدمي وسائل

الاعلام (أونيس، قراد، ٢٠٢١؛ رزاق، ٢٠٢١؛ فخر الدين، ٢٠٢٢)، وقد استخدمت كأداة للوقاية والحماية من التضليل والتزييف، ولكن في ظل وجود هذا الكم الهائل من التطبيقات التي تستخدم في تقنية التزييف العميق ووجود عديد من الأخبار المجهولة المصدر أو تلك التي تضخم أحداثها والخوف من الانتهاك وضياع الخصوصية وعدم الشعور بالأمان وتنبؤات بإحلال الروبوت أو تقنيات الذكاء الاصطناعي محل العنصر البشري في جميع المجالات مما قد يشعر الإنسان فقدان قيمته وأهميته ودوره في تنمية المجتمع، فهل تستطيع التربية الإعلامية الرقمية بمعاييرها تقليل هذه المخاطر أو القضاء عليها؟ ومن هنا جاءت فكرة هذه البحث لتتمحور حول: ما مستوى التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب الجامعي وعلاقته بإدراكهم للآثار النفسية والاجتماعية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟ وعليه فقد جاءت أسئلة البحث على النحو التالي:

- ما مدى اهتمام عينة البحث بمتابعة أخبار تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
 - ما تصور العينة لخطورة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على المستقبل المهني؟
 - ما أهم التطبيقات التي تستخدمها عينة البحث في مجال تخصصهم أو بصفة عامة؟
 - ما الآثار النفسية التي قد تسببها استخدامات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر عينة البحث؟
 - ما الآثار الاجتماعية التي يسببها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من واقع تصور عينة البحث؟
 - ما اتجاه عينة البحث نحو المكون المعرفي للتربية الإعلامية الرقمية؟
 - ما اتجاه عينة البحث نحو المكون المهاري للتربية الإعلامية الرقمية؟
 - ما اتجاه عينة البحث نحو المكون الوجداني للتربية الإعلامية الرقمية؟
- أهداف البحث:**

تنبع أهداف البحث من خلال العناصر الآتية:

- الكشف عن درجة اهتمام عينة البحث بمتابعة أخبار تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- رصد تصور العينة لخطورة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على المستقبل المهني.
- رصد أهم التطبيقات التي تستخدمها عينة البحث في مجال تخصصهم أو بصفة عامة.
- الكشف عن الآثار النفسية التي قد تسببها استخدامات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر عينة البحث.
- الكشف عن الآثار الاجتماعية التي يسببها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من واقع تصور عينة البحث.

- التعرف على اتجاه عينة البحث نحو المكون المعرفي للتربية الإعلامية الرقمية.
- رصد اتجاه عينة البحث نحو المكون المهاري للتربية الإعلامية الرقمية.
- الكشف عن اتجاه عينة البحث نحو المكون الوجداني للتربية الإعلامية الرقمية.

أهمية البحث: تنبع أهمية البحث الحالية من عدة عناصر:

أولاً: الأهمية النظرية:

- يحاول البحث الحالية الربط بين متغيرين بمثابة الداء والعلاج من خلال ايجاد مستوى معين من التربية الإعلامية الرقمية للتصدي للأثار الناجمة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- اعتبار أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي من أهم الموضوعات التي أحدثت تغيرات في كافة المجالات وخاصة على مستوى التعليم، ونتج عن هذه التغيرات العديد من الرؤى المستقبلية والتصورات.
- اعتبار أن الشباب الجامعي قادة المستقبل وبناءته لذا فلا بد من الأخذ في الاعتبار تصوراتهم تجاه موضوع مهم مثل مخاطر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- ندرة الدراسات والبحوث التي تناولت العلاقة بين مستوى التربية الإعلامية الرقمية وعلاقتها بإدراك عينة البحث للأثار النفسية والاجتماعية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي - على حد علم الباحثان.

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

- يساهم رصد التصورات الخاصة بالآثار النفسية والاجتماعية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في وضع تصور للاستخدام الأمثل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- توظيف معايير وأهداف التربية الإعلامية الرقمية للقضاء على مخاطر الاستخدام غير الآمن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- توجيه التربويين والأكاديميين إلى أهمية التربية الإعلامية الرقمية في ظل الانفجار التقني والمعرفي في الوقت الحالي.
- اعتبار أن التربية الإعلامية الرقمية موضوع تمكين وليس موضوع دفاع لأهميتها في التصدي للأخبار الزائفة والعنف الشائع في وسائل الإعلام.
- إدخال التربية الإعلامية الرقمية ضمن المناهج الوطنية لجميع المراحل التعليمية وليس المرحلة الجامعية فقط.
- تعزيز الدافعية للتعلم من خلال تصورهم للأثار النفسية والاجتماعية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وذلك لتجنب هذه الآثار أثناء استخدامهم.

منهج البحث:

ينتمي هذا البحث إلى مناهج الدراسات الوصفية التي تعتمد على وصف الظاهرة ومحاولة الوصول إلى أسبابها ودوافعها والوقوف على نقاط الضعف ونقاط القوة من خلال استخدام منهج المسح الإعلامي وذلك بالاعتماد على الشق الميداني والاعتماد على العنصر البشري في وصف الظاهرة.

مجتمع البحث وعينته:

تمثل مجتمع البحث في الشباب الجامعي بمحافظة المنيا، وتم سحب العينة بأسلوب العينة المتاحة وهي عينة ممثلة للذكور والإناث والريف والحضر وذلك على مستوى محافظة المنيا، وبلغ قوامها ٧٠٤ مفردة، وتم اختيار هذه العينة لأن الشباب هم الفئة التي ستخدم الوطن مستقبلاً ولابد من معرفة التأثيرات الإيجابية والسلبية عليهم نتيجة استخدام الذكاء الاصطناعي ورصد طرق تعزيز الفهم والاستخدام الواعي لوسائل الإعلام الحديثة، كما أن هذه الفئة هي الأقرب للباحثان والتي يمكن الوصول إليها ودراستها عن قرب مما يعزز نتائج البحث، وفيما يلي توصيف العينة.

جدول (١) توصيف العينة وفقاً لمتغير النوع والبيئة الاجتماعية

النسبة	التكرار	توصيف العينة	
		نوع	
٢٩.٠	٢٠٤	ذكور	
٧١.٠	٥٠٠	إناث	
٪١٠٠	٧٠٤	الإجمالي	

- إجراءات الدراسة: تتلخص خطوات إجراء الدراسة فيما يلي:
- الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة والمراجع العلمية في مجال الدراسة الحالية لإعداد الجانب المنهجي والمعرفي للدراسة .
- الاطلاع على عدد من المراجع العلمية في مجال الدراسة لإعداد أدوات الدراسة الحالية .
- تصميم أدوات الدراسة ثم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين تمهيدا لتطبيق الدراسة .
- إجراء الدراسة الميدانية على عينة النخبة الإعلامية المحددة.
- استخدام عدد من الأساليب الإحصائية للتوصل إلى بيانات ونتائج للدراسة .
- تحليل النتائج وتفسيرها والتوصل إلى التوصيات والبحوث المقترحة في مجال الدراسة.
- كتابة تقرير البحث ليصل إلى الصورة الحالية.

أدوات البحث:

بعد الاطلاع على عديد من الدراسات ذات صلة بمتغيرات البحث الحالية قام الباحثان بإعداد أداة البحث وهي عبارة عن أداة الاستبانة حيث تعد الأنسب والأكثر ملائمة للتحقق من

أهداف وفرضيات البحث الحالية وتضمن الاستبيان مقياسين، المقياس الأول لقياس الآثار النفسية والاجتماعية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، والمقياس الثاني تضمن الاتجاه نحو المكون المعرفي والمهاري والوجداني للتربية الإعلامية الرقمية، هذا بخلاف الأسئلة التي تقيس الأبعاد الأخرى الخاصة بمتغيرات البحث.

إجراءات التحقق من صدق وثبات المقاييس:
أولاً: الصدق:

تم عرض المقياسين علي مجموعة من المحكمين والخبراء في مجال الإعلام، لمعرفة مدي ملائمة العبارات الواردة بهما في قياس الآثار النفسية والاجتماعية، والاتجاه نحو المكون المعرفي والوجداني والسلوكي للتربية الإعلامية الرقمية ، ومدي شمولية محاور المقياسين لتغطية أبعادهما، وبعد عرض على المختصين في المجال لإجراء التعديلات التي يرونها مناسبة وتلائم مع طبيعة المتغيرات^(٤)، قام الباحثان بإجراء التعديلات المطلوبة وتم تطبيق الأدوات من خلال الرابط الإلكتروني الذي تم إعداده للتطبيق الإلكتروني من خلال الواتساب والفييس بوك.

ثانياً: الثبات:

جدول (٢) معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لكلاً من مقياس الآثار النفسية والاجتماعية للذكاء الاصطناعي ومقياس التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب الجامعي

عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	الأبعاد	المقياس
١١	٠.٤٧١	الآثار النفسية	الآثار الناجمة عن استخدام الذكاء الاصطناعي
١٩	٠.٣٢	الآثار الاجتماعية	
١٢	٠.٦٤٣	البعد المعرفي	التربية الإعلامية الرقمية
١٢	٠.٦٩٦	البعد المهاري	
١٢	٠.٤١٦	البعد الوجداني	

* أسماء السادة المحكمين:

- أ.د/ محمد زين عبد الرحمن - أستاذ الصحافة وعميد المعهد العالي للإعلام بالمنيا الجديدة.
- أ.د/ دعاء فكري عبد الله - أستاذ بقسم الاعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنوفية.
- أ.م.د/ حنفي حيدر أمين - أستاذ متفرغ بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا.
- أ.م.د/ وائل صلاح نجيب - رئيس قسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا.
- أ.م.د/ هناء السيد علي - أستاذ بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنوفية.
- أ.م.د/ عبد المحسن حامد - أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا.
- أ.م.د/ ولاء فايز محمد - أستاذ مساعد الإذاعة والتليفزيون كلية الاعلام جامعة المنوفية.

وتؤكد نتائج الجدول السابق أن مقياسي البحث يتمتعان بدرجة ثبات عالية مما يؤكد صلاحيتهم للتطبيق وصلاحيتهم للتحقق من فرضيات وأهداف البحث.

فروض البحث:

الفرض الأول: يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في اتجاهات العينة نحو التربية الإعلامية الرقمية حسب متغير النوع (ذكور / إناث)

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وإدراكهم لخطر الذكاء الاصطناعي على المستقبل.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه العينة نحو التربية الإعلامية الرقمية والآثار الناجمة عن استخدام الذكاء الاصطناعي.

الفرض الرابع: يوجد فرق بين استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والآثار النفسية والاجتماعية للذكاء الاصطناعي حسب متغير النوع (ذكور / إناث)

محددات البحث:

يتحدد هذا البحث مجموعة من الحدود وهي كالاتي:

- الحد الموضوعي: اقتصر البحث الحالي في موضوعه على مستوى التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعة وعلاقته بإدراكهم للآثار النفسية والاجتماعية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي دون أن يتطرق إلى أي موضوعات بحثية أخرى.
- الحدود البشرية: اقتصر البحث الحالي في تطبيق أدواته على عينة من طلاب جامعة المنيا، دون التطرق إلى أي فئات عمرية أخرى.
- الحدود الزمانية: اقتصر البحث الحالي في تطبيق أدواته خلال الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي ٢٠٢٢ / ٢٠٢٣م، دون الامتداد إلى أي فترات زمنية أخرى.
- الحدود المكانية: اقتصر البحث الحالي في تطبيقه على محافظة المنيا دون التطرق إلى أي محافظات أخرى في جمهورية مصر العربية، وذلك بحكم عمل الباحثان.

متغيرات البحث:

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
إدراك الآثار النفسية والاجتماعية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	النوع	مستوى التربية الإعلامية الرقمية

مصطلحات البحث الإجرائية:

- التربية الإعلامية الرقمية: تعرف إجرائيًا بأنها مجموعة من المهارات التي تمكن التعامل مع وسائل الإعلام الرقمية وتختلف مستويات هذه المهارات بناء على ثلاث مكونات هما المكون المعرفي، والمكون الوجداني والمكون المهاري، فحجم المعلومات التي يمتلكها الفرد

تحدد مستوى المهارة التي تمكنه من تحليل ونقد الأخبار والتمكن من معرفة حقيقتها من تزييفها وهذا بدوره يجعله يتعامل مع وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الإلكترونية بجدية وبمستوى عال من الوعي يجعله ينتقي المضمون الذي يتعرض له ويعرف أبعاد الخبر وأبعاده المهنية.

- الآثار النفسية والاجتماعية: تعرف إجرائياً بأنها مجموعة من الظواهر والمكتسبات التي تطغي على الفرد نتيجة استخدامه للتطبيق الجديد ومنها الشعور بالخوف والشعور بالفشل والقلق المهني والهشاشة النفسية والالتكالية والادمان الالكتروني والتعرض للتمتر والابتزاز الالكتروني وغيرها من المشاعر التي تهدد سلوكه وتؤثر على قراراته سواء كانت القرارات سلبية أو إيجابية، وهذه القرارات تجعله يمتنع عن استخدام التطبيقات أو يدعم استخدام ويؤيد مستخدميها.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث:

استخدمت الدراسة عدة أساليب احصائية لمعالجة وتحليل البيانات للوصول إلى تفسيرها وهي: التكرار والنسبة المئوية، والمتوسط والانحراف المعياري، واختبار ت (t-test).

نتائج البحث وتفسيراتها:

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

جدول (٣) مدى اهتمام العينة بمتابعة أخبار تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الإجمالي		إناث		ذكور		مدى الاهتمام
%	ك	%	ك	%	ك	
١٨.٦	١٣١	١٤	٧٠	٢٩.٩	٦١	دائماً
٦٧.٣	٤٧٤	٧٦	٣٨٠	٤٦.١	٩٤	أحياناً
١٤.١	٩٩	١٠	٥٠	٢٤	٤٩	نادراً
%١٠٠	٧٠٤	%١٠٠	٥٠٠	%١٠٠	٢٠٤	الإجمالي

من خلال قراءة بيانات جدول(٣) يتبين أن عينة البحث تهتم بمتابعة أخبار تطبيقات الذكاء الاصطناعي ولكن ليس بصفة دائمة ولكن في بعض الأحيان وذلك قد يرجع إلى طبيعة المرحلة الجامعية حيث يحتاج الطلاب في هذه المرحلة إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي ولكن فيما يخص أعمالهم الدراسية وما يساعدهم على التحصيل الدراسي وهذه النتيجة تؤكد أن الأخبار التي تتناول الموضوعات الجديدة أو الاختراعات وما شابه ذلك على الأكثر استحوذ على المتابعة من أجل التعرف على ما هو جديد من باب الاطلاع أو المعرفة أو الحصول على

مهارة معينة أو انتقاء منها ما يخدم مصالحه الدراسية واحتياجاته اليومية كما يدل ذلك أن أخبار تطبيقات الذكاء الاصطناعي تستحوذ على اهتمام العينة لاقترانها بجميع المجالات الطبية والعلمية وغيرها من المجالات الأخرى فجعلت مستخدميها من كافة فئات المجتمع كل في مجال، كما يلاحظ أن اهتمام الإناث تفوق على نسبة اهتمام الذكور وهذا يجعلنا نقول أن الإناث أكثر بحثاً عن الأخبار التي تتناول التقنيات ويؤكد مدي حرصهن على الاهتمام بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وقد يكون ذلك من أجل الحصول على المعلومات الخاصة بهذه التطبيقات ولكن يفيد ذلك بأنهن الأكثر توظيف أو استخدام لهذه التطبيقات.

جدول (٤) تصور العينة لمدى خطورة تطبيقات الذكاء الاصطناعي على المستقبل المهني

العينة		تصور العينة
%	ك	
٢١.٩	١٥٤	دائما
٥٥.٠	٣٨٧	أحيانا
٢٣.١	١٦٣	نادرا
٪١٠٠	٧٠٤	الإجمالي

أثبتت بيانات جدول(٤) أن عينة البحث يشعرون في بعض الأحيان بخطورة تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مستقبلهم المهني وقد يرجع ذلك إلى تصورهم أن هذه التطبيقات قد تحل محل العنصر البشري ولكن يحتاجون إلى مهارات وأدوات للتعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي وللحفاظ على أماكنهم ووظائفهم المستقبلية عليهم أن يتسلحوا بمهارات تقنية تمنحهم القدرة على التعامل مع هذه التطبيقات والاستفادة من مزاياها وتجنب السلبيات التي قد تلحقها بمجال عملهم واختلاف النسب وتفاوت الآراء بين عينة البحث قد يرجع إلى اختلاف التخصصات فبحكم الاطلاع على الأخبار الخاصة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وسيطرتها على مجال دون مجال أو احلالها مكان العنصر البشري في بعض التخصصات هذا ما جعل البعض يري أنها نادراً ما تهدد مستقبلهم المهني فقد تساعد هذه التطبيقات على إيجاد فرص عمل مستقبلية وهذا يفتح المجال أمامهم للانتحاق بالمهن المستقبلية ويساعدهم على تطوير مهاراتهم الفنية من خلال استخدام هذه التطبيقات، وهذا ما يعكس نتائج العديد من الدراسات المستقبلية التي أكدت على أهمية الذكاء الاصطناعي وفي نفس الوقت خطورته على العنصر البشري وعلى ملكة الابداع والابتكار لديه.

جدول (٥) تصور العينة للاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الحياة

العينة		تصور العينة
%	ك	
٢٩.٤	٢٠٨	تفتح لي مجال للابداع والتفوق
٢٨.١	١٩٩	تتيح لي فرصة في سوق العمل
٤٢.٦	٣٠١	تساعدني على تنمية مهاراتي وموهبتي
٣١.٣	٢٢١	تلبي احتياجاتي المعرفية من خلال تعدد مصادر المعرفة.
٣٢.٥	٢٣٠	تنمي لدي المهارة التكنولوجية في التعامل مع كل ما هو جديد.
٤٨.٧	٣٤٤	تعتبر من أهم متطلبات العصر في مجال التعليم.
٥٨.١	٤١١	توفر لي عامل الوقت والجهد في إنجاز مهامي.
٤٤.٠	٣١١	يمكن اعتبارها مظهر من مظاهر التقدم ولا بد من تطبيقه.
ن = ٧٠٤		جملة من سئلوا

بالإطلاع على ماورد في جدول(٥) من بيانات تؤكد عينة البحث أن من أهم أوجه الاستفادة التي يمكن تحقيقها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظرهم أنها توفر الوقت والجهد أثناء أداء المهام المطلوبة وذلك من خلال الاستعانة بها في مجال دراسته أو في مجال الحياة بصفة عامة، كما أكدوا على أهميتها كمتطلب من متطلبات التقدم والتطور ولا بد من تطبيقه حتي لا توصف الدول التي لا تستخدمها بالدول المتخلفة كما أنها تشعر بالعزلة وينقسم العالم إلى متقدم ومتخلف، وهذا يؤكد وجهة نظرهم في جعل هذه التطبيقات مظهر من مظاهر التقدم ومطلب من مطالب العصر في مجال التعليم بالتحديد وهو مجال الطلاب حتي يتسنى لهم الاستفادة منها في مجال عملهم الحالي وهو البحث واتمام مهامهم الدراسية وواجباتهم الدراسية والاكاديمية وقد يساعد ذلك في انجاز مهامهم ومن ثم زيادة مستوى التحصيل الدراسي لديهم بفضل استخدام هذه التطبيقات.

جدول (٦) أهم التطبيقات التي تعتمد عليها العينة ويمكن استخدامها في مجال العمل أو بصفة عامة

العينة		أهم التطبيقات
%	ك	
١٠.٠	٧١	Photoleap
١٦.٠	١١٣	Canva
٢٠.٨	١٤٧	Picsart
١٨.٥	١٣١	Spotify
٨.٩	٦٣	Netflix
٢٥.٣	١٧٩	CapCut
ن = ٧٠٤		جملة من سئلوا

يتضح من بيانات جدول (٦) أن من أهم التطبيقات التي تستعين بها عينة البحث ويستخدمونها بكثرة برنامج (CapCut) و (Picsart) وتطبيق (Spotify)، وتعتبر هذه التطبيقات من أكثر التطبيقات التي تستخدم في إنتاج الصور وتحرير الصور وإنتاج الفيديوهات وتحرير الفيديوهات والمونتاج والقص والتتابع وغيرها من الخطوات التي تقيد في إنتاج فيديوهات معينة سواء كانت فيديوهات تعليمية أو فيديوهات شخصية أو فيديوهات تعليمية وأيضا منها تطبيق خاص بمشاهدة الفيديوهات المختلفة والمتنوعة مثل الاغاني وغيرها ومن خلال استقراء البيانات تؤكد العينة على أنها تبحث عن التطبيقات التي تخدم أهدافهم وطموحاتهم كما أنهم يستخدمون التطبيقات التي تساعدهم على إنجاز ما هو مطلوب منهم من فيديوهات تعليمية خاص بمحتوي دراسي أو واجبات منزلية وغيرها من التقارير الدراسية والمهام العملية المطلوبة منهم.

جدول (٧-أ) تصور العينة لمدي تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الآثار النفسية)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق		معارض		محايد		مدي تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	٠.٦٣٧	٢.٥٤	٦١.٤	٤٣٤	٧.٨	٥٥	٣٠.٤	٢١٥	أفتخر بأنني لدي قدرة على التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي
٢	٠.٦٨٧	٢.٣٩	٥٠.٦	٣٥٨	١١.٦	٨٢	٣٧.٣	٢٦٤	مكنتني تطبيقات الذكاء الاصطناعي من تقتي وتنمية قدراتي
٣	٠.٧٤٠	٢.٣٤	١٦.١	١١٤	٤٩.٦	٣٥١	٣٣.٨	٢٣٩	أشعر بأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تجعلني أفقد الثقة في قدراتي
٤	٠.٧٧٥	٢.٣٣	١٩.٠	١٣٤	٥١.٣	٣٦٣	٢٩.٣	٢٠٧	لدى رغبة في القضاء على تطبيقات الذكاء الاصطناعي
٥	٠.٧١٠	٢.٣٣	١٤.٠	٩٩	٤٧.٢	٣٣٤	٣٨.٣	٢٧١	أشعر بفشلي عند التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي
٦	٠.٨٢٨	٢.١٦	٤٣.٣	٣٠٦	٢٧.٤	١٩٤	٢٨.٧	٢٠٤	أشعر بأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تتفوق في نسب ذكائها عن الإنسان
٧	٠.٨٠٠	٢.١٣	٢٦.٢	١٨٥	٣٩.٢	٢٧٧	٣٤.٢	٢٤٢	لدى شعور بالعجز أمام وجود الروبوتات الصناعية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق		معارض		محايد		مدي تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي
			٢٥٥	٣٦.١	٢٢.٨	١٦١	٤٠.٧	٢٨٨	
٨	٠.٧٥٨	٢.١٣	٢٥٥	٣٦.١	٢٢.٨	١٦١	٤٠.٧	٢٨٨	أشعر بأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تقوم بمراقبتي بشكل دائم
٩	٠.٧٦٨	٢.١٢	١٧٠	٢٤.٠	٣٦.١	٢٥٥	٣٩.٥	٢٧٩	أشعر بالخوف أثناء التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي
١٠	٠.٧٩١	٢.٠٨	١٩٣	٢٧.٣	٣٥.٦	٢٥٢	٣٦.٦	٢٥٩	أشعر بالوحدة أثناء التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي
١١	٠.٧٤٤	١.٧٥	٣٠٧	٤٣.٤	١٨.١	١٢٨	٣٨.٠	٢٦٩	تهدد تطبيقات الذكاء الاصطناعي خصوصيتي وأمني
	٠.٢٩٩	٢.٢٠	٢٣٢	٣٣.٠	٣١.٦	٢٢٣	٣٥.٤	٢٤٩	الإجمالي ن= ٧٠٤

بالإطلاع على بيانات هذا الجدول يتضح أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تؤثر في عينة البحث وتغير قناعاتهم واتجاهاتهم حيث أكدت العينة على فخرهم بقدرتهم على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي باعتبار أن هذه التطبيقات مستحدث وطفرة تغير في التعليم وفي الحياة بوجه عام وهذا ما تؤكد بعض الدراسات وهي أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي أحدثت طفرة في التعليم وساهمت في جودة التعليم وتعليم العديد من المهارات وزاد من دافعيتهم للتعلم مثل دراسة كل من (محمد، ٢٠٢٣)، (Ma, Y. & Siau, 2018)، (Yang, S., 2021)، ولكن في نفس الوقت تتناهم بعض مشاعر الخوف والقلق والرغبة في القضاء على هذه التطبيقات خوفاً من قضاءها على مستقبلهم المهني، وفي نفس الوقت من يستطيع ويتمكن من إتقانها فإنه يشعر بالثقة وتزداد استقلاليته وبناء شخصيته وهذا ما يؤكد أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي كأبي مستحدث إذا تمكن الفرد من إتقانها زاد هذا من ثقته وإيمانه بالشيء وإذا أخفق في طريقة الاستخدام شعر بالخجل ومال إلى تدمير الشيء، ولكن في نفس الوقت تدرك العينة أن الخصوصية والأمان لا يرتبطان بشكل كلي بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وهذا ما يؤكد ضعف مستوى الاخلاقيات لديهم أي أخلاقيات التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي أو ضعف إدراكهم لآثارها النفسية وآثارها الاجتماعية وضعف مستوى إدراك خطورة هذه التطبيقات فيما يخص التعامل معها من معلومات خاصة أو خصوصية.

جدول (٧-ب) تصور العينة لمدي تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الآثار الاجتماعية)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق		معارض		محايد		مدي تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	٠.٥٩٥	٢.٦١	٦٦.٩	٤٧٣	٥.٨	٤١	٢٦.٩	١٩٠	أدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى تقدم المجتمعات وتطورها
٢	٠.٦٦١	٢.٥٦	٦٥.٢	٤٦١	٩.٥	٦٧	٢٤.٩	١٧٦	تهدد تطبيقات الذكاء الاصطناعي الوظائف التقليدية
٣	٠.٦٤٤	٢.٥٦	٦٣.٩	٤٥٢	٨.٥	٥٩	٢٧.٣	١٩٣	أدت تطبيقات الذكاء إلى انقراض واختفاء العديد من الوظائف
٤	٠.٧٤٢	٢.٤٢	٥٦.٩	٤٠٢	١٥.٣	١٠٨	٢٧.٤	١٩٤	زادت تطبيقات الذكاء الاصطناعي من البطالة في المجتمع
٥	٠.٧٢٢	٢.٣٩	٥٣.٢	٣٧٦	١٤.٠	٩٩	٣٢.٤	٢٢٩	هددت تطبيقات الذكاء الاصطناعي هوية المجتمع وخصوصيته
٦	٠.٦٩٤	٢.٣٨	٥٠.٤	٣٥٦	١٢.٢	٨٦	٣٧.١	٢٦٢	أصبح لا وجود لمعيار المصادقية في ظل وجود تطبيقات الذكاء الاصطناعي
٧	٠.٧٢٠	٢.٣٠	٤٤.٨	٣١٧	١٥.٤	١٠٩	٤٠.٦	٢٨٧	المجتمع الذي يخلو من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي أكثر هدوءاً
٨	٠.٧٥٢	٢.٢٦	١٨.٥	١٣١	٤٤.٦	٣١٥	٣٦.٥	٢٥٨	أكدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي على فشل المنظومة البشرية
٩	٠.٧١٠	٢.٢٦	٤١.٢	٢٩١	١٥.٦	١١٠	٤٢.٩	٣٠٣	الاعتماد على الذكاء الاصطناعي يزيد من نمو المجتمع وزيادة الإنتاجية
١٠	٠.٧٧٥	٢.٢٤	٢٠.٨	١٤٧	٤٤.٧	٣١٦	٣٤.١	٢٤١	استخدام الذكاء الاصطناعي يساهم نشر التخلف والسلبية في المجتمع

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق		معارض		محايد		مدي تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
١١	٠.٧٩٢	٢.١٥	٣٩.٧	٢٨١	٢٤.٩	١٧٦	٣٨.٨	٢٧٤	لا مكان للتفاهل الاجتماعي في ظل وجود تطبيقات الذكاء الاصطناعي
١٢	٠.٧٢٦	٢.٠١	٢٥.٦	١٨١	٢٦.٩	١٩٠	٤٧.١	٣٣٣	تجعل تطبيقات الذكاء الاصطناعي المجتمع لا أخلاقي
١٣	٠.٧٨٦	١.٩٦	٣٢.٥	٢٣٠	٢٩.٠	٢٠٥	٣٨.٠	٢٦٩	المجتمع الذي يخلو من تطبيقات الذكاء الاصطناعي يعتبر مجتمع متخلف
١٤	٠.٧٥٦	١.٧٥	٤٤.٠	٣١١	١٩.١	١٣٥	٣٦.٥	٢٥٨	تهدد تطبيقات الذكاء الاصطناعي استقرار الأسرة والمجتمع
١٥	٠.٧٣١	١.٦٨	٤٧.٢	٣٣٤	١٥.٨	١١٢	٣٦.٥	٢٥٨	أحلت تطبيقات الذكاء الاصطناعي محل البشرية
١٦	٠.٧٢٣	١.٦٣	٥١.٢	٣٦٢	١٤.٤	١٠٢	٣٣.٩	٢٤٠	الإفراط في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يخلو من الإنسانية
١٧	٠.٧٢٣	١.٦٠	٥٣.٩	٣٨١	١٤.٠	٩٩	٣٤.٥	٢٤٤	تقلل تطبيقات الذكاء الاصطناعي من أهمية وفعالية الإنسان
١٨	٠.٧١٧	١.٥٢	٦٠.٥	٤٢٨	١٣.٢	٩٣	٢٥.٩	١٨٣	تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تزيف المشاعر والأحاسيس
١٩	٠.٦٠٣	١.٣٧	٦٩.٣	٤٩٠	٦.٥	٤٦	٢٣.٨	١٦٨	يزداد خمبول الإنسان ويصبح أكثر إتكالية باعتماده على الذكاء الاصطناعي
	٢.٠٨٧	٠.١٦٢	٤٧.٩	٣٣٧	١٨.٠	١٣٠	٣٤.١	٢٤٠	الإجمالي ن = ٧٠٤

يتضح من بيانات جدول (٧-ب) أكدت عينة البحث أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي أدت إلى تقدم المجتمعات وتطورها وذلك لما تمتاز به من مميزات ووظائف وخصائص فقد ساهمت

في تسهيل المهام وتوفير الوقت والجهد وزيادة الكفاءة والانتاجية وهذا يؤكد أهميتها ودورها في تطوير المجتمع من وجهة نظر عينة البحث ومن وجهة نظر الباحثين الذين أجروا دراسات في هذا المجال، كما أكدت عينة البحث أنه على الرغم من مزايا تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلا أنها في نفس الوقت تهدد الوظائف التقليدية وقد تؤدي إلى انقراض واختفاء هذه الوظائف وفتح خارطة مهن مستقبلية تتطلب هذه المهن العديد من المهارات وبالتالي الخوف من عدم امتلاك هذه المهارات أو عدم إتقانها هذا ما يجعلها تشعر بالخوف؛ من البطالة لأنه من وجهة نظرهم هذه التطبيقات سوف تزيد البطالة في المجتمع وهذه نتيجة منطقية لعدم امتلاك المهارات والجهل باستخدام هذه التطبيقات سوف يجعل هذه العينة تشعر بالخلج والخوف في نفس الوقت نظراً لعدم تمكنهم من اتقان التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وأيضاً لم تتوقف تهديدات الذكاء الاصطناعي على مجال العمل فقط بل امتد تهديدها لأمن المجتمع كمجتمع وخصوصيته نظراً لاحتكار بعض الدول لهذه التطبيقات وأنه هي من تصدر هذه التطبيقات وهذا يجعل هناك عدم تكافؤ الفرص وعدم المساواة بين الشعوب وهذا يرجع إلى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بعض الدول دون دول أخرى، وجاء في الترتيب الأخير أو المرتبة الأخيرة كل ما هو متعلق بتأثير سلبي بشكل مباشر على الإنسان المستخدم مثل الخمول عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتزييف المشاعر وواقعية وفعالية الإنسان وهذا يؤكد من وجهة نظر عينة البحث أن التأثيرات السلبية تكمن في خطورتها على المجتمع وليس على مستوى الأفراد لأن هناك فروق فردية ويرجع ذلك إلى ثقافة الأفراد فكلما زادت ثقافة التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي كلما قلت خطورتها على مستوى الفرد ولكن في المجلد قد تؤثر على المجتمع بشكل سلبي ولكن إتقانه الشخصي يحميه من الاختراق ويحميه من الانتهاكات المتعددة ويجعله يستفيد من مزاياها في العمل المهني أو أداء المهام الشخصية، ويمكن من خلال هذه النتائج أن نقول أن عينة البحث على وعي بمزايا تطبيقات الذكاء الاصطناعي ولكن يجهلون مخاطرها على مستوى الإنسان أو المستوى الشخصي الخاص بذاتية الفرد، كما أنهم غير ميقينية بالخطورة الكاملة التي قد تحدثها تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الفرد بصفة خاصة وعلى المجتمع بصفة عامة وهذا ما أكدته دراسة (Kharbat,F,2020).

جدول (٨-أ) يوضح اتجاه العينة نحو التربية الإعلامية الرقمية (المكون المعرفي)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق		معارض		محايد		البعد الأول: المكون المعرفي للتربية الإعلامية الرقمية
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	٠.٥٣١	٢.٧٤	٧٧.٩	٥٥١	٤.٤	٣١	١٧.٣	١٢٢	من الضروري انتقاء المعلومات الموثقة من مصادر معلومة
٢	٠.٥٧٨	٢.٦٧	٧٢.٨	٥١٥	٥.٧	٤٠	٢١.١	١٤٩	يعتبر من مبادئ التربية الإعلامية الرقمية انتقاء المضمون المناسب للجمهور
٣	٠.٥٨٤	٢.٦٤	٦٩.٦	٤٩٢	٥.٥	٣٩	٢٤.٥	١٧٣	يعتبر تحديد الجمهور المستهدف من الرسائل الإعلامية أمراً ضرورياً
٤	٠.٥٨٨	٢.٦١	٦٦.٥	٤٧٠	٥.٤	٣٨	٢٧.٧	١٩٦	يعتبر الوصول للوسيلة الإعلامية من مهارات التربية الإعلامية الرقمية
٥	٠.٦٧٣	٢.٥٩	١٠.٥	٧٤	٦٩.٤	٤٩١	١٩.٧	١٣٩	أثق في أي رسالة تصلني بغض النظر عن مصدرها
٦	٠.٦٤٤	٢.٥٢	٦٠.٤	٤٢٧	٨.٢	٥٨	٣١.٠	٢١٩	تختلف مصداقية المضمون وفقاً لمصداقية الوسيلة المقدم فيها
٧	٠.٧٥٢	٢.٤٩	١٥.٧	١١١	٦٤.١	٤٥٣	١٩.٨	١٤٠	ليس من الضروري تحديد أهداف قبل الشروع في استخدام وسيلة معينة
٨	٠.٦٥٠	٢.٤٦	٥٤.٩	٣٨٨	٨.٦	٦١	٣٦.١	٢٥٥	يمكن الحكم على المضامين الإعلامية وفقاً لمهارات التربية الإعلامية الرقمية
٩	٠.٦٧٨	٢.٤٢	٥٢.٥	٣٧١	١٠.٧	٧٦	٣٦.٤	٢٥٧	أهتم كثيراً بمعرفة الجديد في الإعلام الرقمي وكيفية التعامل معه
١٠	٠.٧١٤	٢.٢٣	٣٩.٥	٢٧٩	١٦.٥	١١٧	٤٣.٦	٣٠٨	أثق في مصادر المعلومات المقدمة على شكل فيديو عن النصوص
١١	٠.٧٤٢	٢.١٠	٧.٨	٥٥	٦٠.٧	٤٢٩	٣١.١	٢٢٠	لا تشترط التربية الإعلامية الرقمية التعامل النقدي مع مضمون وسائل الإعلام
١٢	٠.٨٣٨	٢.٠١	٣٤.٥	٢٤٤	٤٦.٧	٣٣٠	١٨.٤	١٣٠	تأثيرات وسائل الإعلام متساوية على الجمهور باختلاف فئاته
	٠.٠٨٨	٢.٤٦	٤٧.٠	٣٣١	٢٥.٧	١٨١	٢٧.٣	١٩٢	الإجمالي ن = ٧٠٤

يتضح من بيانات جدول (٨-أ) أن عينة البحث يمتلكون معارف جيدة فيما يخص المكون المعرفي الخاص بالتربية الإعلامية الرقمية فيما يخص مصادر الرسالة أو مصادر المعلومات

فلا بد أن تكون المصادر معروفة من وجهة نظرهم وموثقة لذا فهم يبحثون عن المصدر الذي يعتمد على المصداقية والموضوعية كما أنهم حريصين على انتقاء المضمون الذي يتناسب مع احتياجاتهم وهذا يؤكد عدم انسياقهم وراء أي مضمون فلا بد أن يكون المضمون إيجابياً لذا أكدت بعض الدراسات أن من لديهم اتجاهات إيجابية أو مستوى عالٍ من التربية الإعلامية الرقمية لديه قدرة على تمييز الأخبار المزيفة والقدرة على البحث عن الأخبار والمصادر الحقيقية كما أن الرسالة الإعلامية الجيدة من وجهة نظر عينة البحث لا بد من تحديد جمهورها المستهدف لأن تحديد الجمهور يتوقف عليه العديد من الحقائق والاحتياجات فطبيعة الجمهور وحاجاته يتوقف عليه صياغة الرسالة الإعلامية وتحديد أبعادها، ولكن في نفس الوقت لم تكن عينة البحث على درجة من الوعي بالتعامل النقدي مع مضمون وسائل الإعلام وهذا يؤكد أن البحث عن المصادر الموثقة بالنسبة لهم يجعلهم يستقبلون المعلومات كما هي دون فحص أو نقد لمجرد أن المصدر موثوق منه بالنسبة لهم، وبالرغم من أنهم أكدوا على أهمية تحديد الجمهور المستهدف إلا أنهم يؤمنون بأن وسائل الإعلام تؤثر على الجمهور بكافة فئاته بنفس الدرجة وهذا خاطئ لأن طبيعة الرسالة وحجمها ووسائل الإقناع المستخدمة كل هذه عوامل تؤثر بنسب في الجمهور المستهدف ونوعية الرسالة من أشد العوامل الذي تنتج تأثيرات مختلفة على حسب تخصصات وفئات الجمهور، وعليه يمكن القول بأن عينة البحث لا يمتلكون مهارات النقد والتحليل وأن كانوا يمتلكون المهارات الأولية للتربية الإعلامية الرقمية ودورها في تحديد المضمون والجمهور والمصدر وطبيعة المحتوى الذي يمكن متابعته.

جدول (٨-ب) يوضح اتجاه العينة نحو التربية الإعلامية الرقمية (المكون المهاري)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق		معارض		محايد		البعد الثاني: المكون المهاري للتربية الإعلامية الرقمية
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	٠.٥٣٧	٢.٧١	٥٢.٥	٣٧١	٩.٩	٧٠	٣٧.٢	٢٦٣	يمكنني الاستفادة من المضمون الإيجابي وإعادة مشاركته للآخرين
٢	٠.٥٩٧	٢.٦٠	٥٥.٦	٣٩٣	١٥.٦	١١٠	٢٨.٤	٢٠١	أمتلك مهارة اتخاذ القرار لتحديد الوسائل والرسائل الإعلامية المناسبة
٣	٠.٦٠٥	٢.٥٨	٥٦.٧	٤٠١	١٤.٠	٩٩	٤٢.٩	٣٠٣	أشجع المحيطين بي على المشاركة وإبداء الرأي في الرسائل الإعلامية
٤	٠.٦٢٨	٢.٥٦	٦٣.٢	٤٤٧	١٢.٧	٩٠	٢٣.٦	١٦٧	يمكنني اعداد الرسائل

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق		معارض		محايد		البعد الثاني: المكون المهاري للتربية الإعلامية الرقمية
			%	ك	%	ك	%	ك	
									الإعلامية وفق أهداف محددة مسبقاً
٥	٠.٦٣٧	٢.٥٢	٦٢.٨	٤٤٤	12.6	٨٩	٢٤.٢	١٧١	يمكنني التحقق من مصداقية الوسائل والرسائل الإعلامية المقدمة فيها
٦	٠.٦٥٢	٢.٤٧	٦٢.٥	٤٤٢	10.7	٧٦	٢٦.٣	١٨٦	أمتلك مهارة تحليل الرسائل الإعلامية وتبسيطها
٧	٠.٦٧١	٢.٤١	٥٠.٩	٣٦٠	10.3	٧٣	٣٨.٣	٢٧١	أستطيع الوصول للمضمون داخل الوسائل الإعلامية بسهولة ويسر
٨	٠.٧٦١	٢.٣٤	٣٠.٤	٢١٥	٤٨.٨	٣٤٥	٢٠.٤	١٤٤	ليس من الضروري استخدام مهارات التفكير الابتكاري مع المضمون
٩	٠.٧٦٩	٢.٢٦	٣٢.٤	٢٢٩	٤٥.٣	٣٢٠	٢١.٩	١٥٥	لا أشجع على إعادة تركيب الرسائل الإعلامية للوصول إلى رسائل مفيدة
١٠	٠.٧٥٠	٢.٢٥	١٩.١	١٣٥	٥٧.٠	٤٠٣	٢٣.٥	١٦٦	ليس من المفيد التفاعل مع الرسائل الإعلامية بالتعليق وابداء الإعجاب
١١	٠.٨١٨	٢.١٢	٣٩.٩	٢٨٢	٣٩.٦	٢٨٠	٢٠.١	١٤٢	انشاء قنوات وحسابات الشبكات الاجتماعية يعتبر أمراً صعباً
١٢	٠.٧٩٣	٢.٠٩	٢٦.٣	١٨٦	٤٦.٨	٣٣١	٢٥.٢	١٧٨	نشر المعلومات التي تعبر عن اهتمامي ليس أمراً ضرورياً
	٠.٠٨٨	٢.٤٦	٤٦.٢	٣٢٥	٢٦.٧	١٩٠	٢٦.١	١٨٤	الإجمالي ن= ٧٠٤

بالإطلاع على بيانات جدول (٨-ب) يتضح الآتي أن عينة البحث يحرصون على حث الآخرين على مشاركة المنشورات الايجابية كما أنهم لديهم قدرة على البحث عن المضمون الايجابي وهذا يجعلهم لديهم قدرة على المشاركة الايجابية واختيار الوسائل والرسائل الايجابية وهذا يعني عدم انسياقهم وراء التريندات السلبية أو المحتوى السلبي وفي نفس الوقت يوحى بايجابيتهم في عملة الاختيار لما يجب أن يشاهدوه من محتويات ومضامين تعكس سلوكياتهم وقناعاتهم كما أن هذا المضمون المفضل من وجهة نظرهم يجعلهم يبحثون عن الوسيلة المفضل

وهذا يعكس امتلاكهم مهارات البحث الذاتي لما يفضلون ويعبرون عنه من خلال اختياراتهم على أرض الواقع وهذا يعكس الشخصية الذاتية لعينة البحث وهم شباب الجامعة، ولكن في نفس الوقت يعتبروا أن التفاعل ليس شرطاً بأبداء الرأي أو الإعجاب ولكن من وجهة نظرهم الاكتفاء بمشاركة المحتوى يعتبر تفاعل ويعتبر بذلك هو مستخدم إيجابي وهذا يجعلهم يرون أن إنشاء الحسابات والقنوات على الشبكات الاجتماعية يعتبر أمر صعب بالنسبة لهم وقد يرجع ذلك لعدم اهتمامهم بذلك أو خروج ذلك عن توجهاتهم وقناعاتهم الذاتية ولعدم امتلاكهم المهارات اللازمة للقيام بهذه الأشياء، وهذا أيضاً يجعلهم غير مهتمين بنشر اهتماماتهم الشخصية ولكن يكتبون بنشر ومشاركة ما يعجبهم أو ما يروونه إيجابي على حد قولهم تم انتاجه من خلال الوسائل المختلفة التي يفضلونها.

جدول (٨-ج) يوضح اتجاه العينة نحو التربية الإعلامية الرقمية (المكون الوجداني)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق		معارض		محايد		البعد الثالث: المكون الوجداني للتربية الإعلامية الرقمية
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	٠.٥٦٩	٢.٦٩	٦٦.٦	٤٦٩	١٧.٥	١٢٣	١٥.٩	١١٢	أميل للمحتوى الذي يتناسب مع القيم العامة للمجتمع
٢	٠.٥٩٩	٢.٦٧	٥٢.٧	٣٧١	١٩.٠	١٣٤	٢٨.٣	١٩٩	أرفض الوسائل الإعلامية التي تقدم مضامين تتنافى مع القيم والآداب
٣	٠.٥٨١	٢.٦٧	٦٥.٣	٤٦٠	١٨.٥	١٣٠	١٦.٢	١١٤	أميل إلى إبلاغ الآخرين بأي مشاكل وأوجهها أثناء استخدام الوسائل الحديثة ليتجنبوا الوقوع فيها
٤	٠.٥٨٤	٢.٦٣	٤٧.٩	٣٣٧	٢٢.٧	١٦٠	٢٩.٤	٢٠٧	أرى ان وسائل الإعلام لها دور في معالجة المشكلات والقضايا المختلفة
٥	٠.٦٤٩	٢.٦٠	٦٣.٢	٤٤٥	١٠.٩	٧٧	٢٥.٩	١٨٢	أهتم بالرسائل الإعلامية موثوقة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق		معارض		محايد		البعد الثالث: المكون الوجداني للتربية الإعلامية الرقمية المصدر وأهمل مجهولة المصدر
			%	ك	%	ك	%	ك	
٦	٠.٦٣١	٢.٤٤	٣٢.٠	٢٢٥	٤٦.٩	٣٣.٠	١٦.٩	١١٩	أميل للاستخدام المسؤول لوسائل الاعلام الجديدة
٧	٠.٧٣٩	٢.٢١	٤٨.٠	٣٣٨	٢٣.٩	١٦٨	٢٤.١	١٧٠	اهمال الرسائل الكامنة في المضامين الاعلامية يعرض المشاهد لمشكلات نفسية واجتماعية
٨	٠.٨٠٢	٢.١٩	١٥.٥	١٠٩	٥٦.١	٣٩٥	٢٨.٤	٢٠٠	يعتبر التدقيق في كل الرسائل الإعلامية أمراً مملأ وغير مفيد
٩	٠.٧٤٢	٢.٠٩	١٣.٦	٩٦	٥٩.٨	٤٢١	٢٦.٦	١٨٧	لا تختلف وسائل الإعلام الجديد عن الوسائل التقليدية في مستوى الامان
١٠	٠.٧٣٥	١.٨٩	٧.٤	٥٢	٥٩.٩	٤٢٢	٣٢.٧	٢٣٠	أفضل استهلاك الرسائل الاعلامية على انتاجها ومشاركتها
١١	٠.٦٩٠	١.٧٠	٤٦.٣	٣٢٦	٢٨.٤	٢٠٠	٢٥.٣	١٧٨	أخاف من استخدام الوسائل الحديثة لوجود مشاكل بالأمان والخصوصية
١٢	٠.٧٠٥	١.٦٤	٣٦.١	٢٥٤	١٦.٣	١١٥	٤٧.٦	٣٣٥	أفضل استخدام الوسائل ذات الاهتمام الجماهيري
			٤١.٢	٢٩٠	٣١.٧	٢٢٣	٢٧.١	١٩١	الإجمالي ن = ٧٠٤

يتضح من بيانات جدول (٨-ج) أن عينة البحث لا يبحثون عن وسائل الإعلام ذات الاهتمام الجماهيري لأنهم يبحثون عن المضامين التي تتناسب مع قيم ومبادئ المجتمع الذي يعيشون به كما أنهم يبحثون عن المضامين التي تتنافى مع قيم وآداب المجتمع والتي تخدش حياءهم وفي نفس الوقت يخافون من استخدام الوسائل الحديثة وهذا ما تؤكدته نتائج جدول ٦ حيث أبدوا عينة البحث خوفهم وقلقهم من التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي لعدم امتلاكهم مهارات التعامل معها واعتبار أن هذه الوسائل قد تهدد خصوصيتهم وأمنهم الخاص والمجتمعي، كما تحرص عينة البحث على نقل تجاربهم وخبراتهم عند التعامل مع أي وسائل حديثة عندما يقعون في أي مشاكل أو يواجهون خطورة يبلغوا الآخرين من أقرانهم بحيث لا يقعون في نفس الخطأ وهذا يؤكد على مشاعرهم الايجابية تجاه الآخرين وحرصهم على مجابهة السلبيات التي تحدث نتيجة التعامل مع التطبيقات الحديثة، كما أكدت العينة على حرصهم على الاستهلاك وليس انتاج المحتوى وهذه النتيجة تم تأكيدها في جدول (٨-ب) في وجود صعوبة في إنشاء قنوات أو حسابات خاصة بهم على شبكات التواصل الاجتماعي إذا فهم يقومون باستهلاك المحتوى الذي يتم انتاجه من قبل الآخرين ولا ينتجون محتويات خاصة بهم، وفي المجمل العينة لديها مخزون أخلاقي ومعرفة بقيم ومعتقدات المجتمع الذي يعيشون فيه سواء كان المجتمع الجامعي أو المجتمع الخارجي وعلى يقين بأهمية احترام العادات والتقاليد وأنهم يبحثون عن المحتوى الجيد بغض النظر عن شعبية الوسيلة، ولكن ما يشغلهم هو المضمون الجيد الذي يلتزم بمعايير أخلاقية يرتضيها المجتمع.

نتائج اختبار فروض البحث:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العينة نحو التربية الإعلامية الرقمية حسب متغير النوع (ذكور / إناث)

جدول (٩) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة محل البحث على مقياس التربية الإعلامية الرقمية وفقاً للنوع (ذكور = ٢٠٤ / إناث = ٥٠٠)

القيمة الاحتمالية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النوع	المتغيرات	
مستوى الدلالة	قيمة (ت)				
٠.٠٠٠	-	٣.٨٦٨	٢٧.٦٧	ذكر	البعد المهاري للتربية الإعلامية الرقمية
دال عند ٠.٠١	٥.٤١٣	٣.٩٠٨	٢٩.٤٢	انثى	
٠.٠٠٤	-	٣.٢٣٢	٢٦.٩٣	ذكر	البعد الوجداني للتربية الإعلامية الرقمية
دال عند ٠.٠١	٢.٩٢٥	٢.٨٢٠	٢٧.٦٤	انثى	
٠.٠٠٠	-	٣.٩٢٨	٢٨.٢٤	ذكر	البعد المعرفي للتربية الإعلامية الرقمية
دال عند ٠.٠١	٦.٠٢٤	٣.٣٦٠	٣٠.٠٠٠	انثى	
٠.٠٠٠	-	٩.٦٣٦	٨٢.٨٣	ذكر	المقياس الكلي للتربية الإعلامية الرقمية
دال عند ٠.٠١	٥.٧٧٨	٨.٤٧٥	٨٧.٠٧	انثى	

يتضح من بيانات جدول (٩) وجود فروق بين متوسطات درجات عينة البحث بالنسبة لأبعاد مقياس التربية الإعلامية الرقمية لصالح الاناث في كل من البعد المهاري والمعرفي والوجداني، ويمكن تفسير نتائج هذا الفرض بأن الاناث أكثر احتواءً ولديهم دراية بالعبارات الخاصة بالتعامل مع وسائل الإعلام والضوابط التي تحكم تعاملهم مع هذه الوسائل من حيث اختيار المضمون والوسيلة والمشاركة وانتقاء ما يتناسب مع قيم المجتمع ومبادئه، ويمتنعون عن إنشاء صفحات أو قنوات خاصة بهم لصعوبة ذلك بالنسبة لهم، كما أنهم لا ينشرون معلومات شخصية خاصة بهم ويكتفون فقط بمشاركة الأحداث والمنشورات الايجابية مع الآخرين، وكل هذا يعكس إدراكهم لأهمية التربية الإعلامية الرقمية والحرص على تنفيذ آلياتها أثناء التعامل مع وسائل الإعلام أو الوسائل الحديثة بما تتضمنه من استراتيجيات مختلفة قد لا تتماشى مع معتقدات وقيم المجتمع وهو ما يسمى باللاخلاقيات، وهذا ما يسمى بالوعي كما أكدته بعض الدراسات مثل (أبو كميل، ٢٠١١)، (حميد، ٢٠١٣)، (Lee, A, 2014) من حيث اهتمامها بالجانب المعرفي والفهم والاتجاهات الخاصة بموضوع ما حيث يُعد هذا الجانب من أهم موجّهات السلوك الإنساني تجاه هذا الموضوع كما تمثل المعرفة والفهم موضوع الوعي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وإدراكهم لخطر الذكاء الاصطناعي على المستقبل.

جدول (١٠) معامل الارتباط بين (استخدام تطبيقات، وإدراك خطر الذكاء الاصطناعي) والآثار الناجمة عن استخدام الذكاء الاصطناعي (ن = ٧٠٤)

المقياس الكلي لآثار الذكاء الاصطناعي		الآثار الاجتماعية للذكاء الاصطناعي		الآثار النفسية للذكاء الاصطناعي		المتغيرات
القيمة الاحتمالية	ر	القيمة الاحتمالية	ر	القيمة الاحتمالية	ر	
٠.٠١٤	*٠.٠٩٣	٠.٧١٩	٠.٠١٤	٠.٠٠١	**٠.١٢٧	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
٠.٠٠٠	**٠.١٣٦-	٠.١٥٤	٠.٠٥٤-	٠.٠٠٠	**٠.١٥٥-	إدراك خطر الذكاء الاصطناعي على المستقبل

ملاحظات: (**) دال عند مستوى ٠.٠٠١، و(*) دال عند مستوى ٠.٠٥.

يتبين من الجدول: صحة الفرض الأول والذي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وإدراكهم لخطر الذكاء الاصطناعي على المستقبل.

يمكن تفسير هذا الفرض بأنه كلما ازداد استخدام عينة البحث لتطبيقات الذكاء الاصطناعي كلما زاد إدراكهم لخطر الذكاء الاصطناعي وذلك يعكس مدي وعيهم بالآثار التي تنتج عن استخدامهم لهذه التطبيقات وذلك لأن كلما كان الشيء بعيد عن استخداماتك فلن تستطيع أن تستكشف سلبياته وإيجابياته فكثرة التعامل يجعلك تعرف عنه الكثير وأيضًا الممارسة تجعلك تدرك ما به من مخاطر وما يمكن أن يلحقه بالفرد والمجتمع، إذا فدرجة الاستخدام تساعد عينة البحث على معرفة ما بتطبيقات الذكاء الاصطناعي من مخاطر، وهذا ما أثبتته بعض الدراسات والبحوث التجريبية أن مدى الاستخدام هو ما يكشف الخطر الناجم عن حجم الاستخدام المفرط وإحلال هذه التطبيقات محل الإنسان هو ما يهدد البشرية وقد يؤدي إلى انقراض العنصر البشري ويصبح العالم روبوتات وهذا ما قد يخلق الصراع ما بين العنصر البشري والروبوت في المستقبل ويجعل هناك حرب على وشك الحدوث بين العقل الذي صنعه الإنسان من خلال هذه الخوارزميات وعقل الإنسان البشري. (Owoc, M,2021)، كما يمكن تقليل هذه المخاطر من خلال استحسان خوارزميات معينة تستخدم كمضادات ومنبهات للأشخاص عند التصدي لخطر معين مثل معينات الترجمة وشات جي بي تي وغيرها من التطبيقات التي تعين الانسان على أداء مهامه يمكن أن يكون هناك تطبيقات تساعد على كشف مواطن الخطر أثناء الاستخدام (Li, T,2020).

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إتجاه العينة نحو التربية الإعلامية الرقمية والآثار الناجمة عن استخدام الذكاء الاصطناعي.

جدول (١١) معامل الارتباط بين التربية الإعلامية الرقمية والآثار الناجمة عن استخدام الذكاء

الاصطناعي (ن = ٧٠٤)

المتغيرات		الآثار النفسية للذكاء الاصطناعي		الآثار الاجتماعية للذكاء الاصطناعي		المقياس الكلي لآثار الذكاء الاصطناعي	
	القيمة الاحتمالية	القيمة الاحتمالية	القيمة الاحتمالية	القيمة الاحتمالية	القيمة الاحتمالية	القيمة الاحتمالية	القيمة الاحتمالية
البعد المعرفي للتربية الإعلامية الرقمية	**٠.٢٦٤	٠.٠٠٠	**٠.٢٣٨	٠.٠٠٠	**٠.٣٢٣	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠
البعد المهاري للتربية الإعلامية الرقمية	**٠.٣٥٠	٠.٠٠٠	**٠.٢٤٥	٠.٠٠٠	**٠.٣٨٤	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠
البعد الوجداني للتربية الإعلامية الرقمية	**٠.٢١٧	٠.٠٠٠	**٠.٢٠٥	٠.٠٠٠	**٠.٢٧١	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠
المقياس الكلي للتربية الإعلامية الرقمية	**٠.٣٣١	٠.٠٠٠	**٠.٢٧٠	٠.٠٠٠	**٠.٣٨٨	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠

ملاحظات: (**) دال عند مستوى ٠.٠١، و(*) دال عند مستوى ٠.٠٥

يتبين من الجدول: صحة الفرض الثاني والذي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه العينة نحو التربية الإعلامية الرقمية والآثار الناجمة عن استخدام الذكاء الاصطناعي، وذلك في متوسط درجات العينة في أبعاد التربية الإعلامية المعرفية والوجدانية والسلوكية وفي متوسط الدرجات الكلي للمقياس.

ويمكن تفسير نتائج هذا الفرض بأن أبعاد التربية الإعلامية الرقمية كلما كانت موجودة لدي عينة البحث بدرجة عالية كلما ساعد ذلك من فهمهم للآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وذلك يعكس قول أن التربية الإعلامية الرقمية بمثابة الأخلاقيات أو وسائل التعامل الحديثة مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي أنه بمثابة التشريعات التي يمكن تطبيقها لحماية الأفراد من المخاطر التي تنجم عن استخدام الوسائل الإعلامية ومنها تطبيقات الذكاء الاصطناعي لذا تعد مستويات التربية الإعلامية الرقمية بمثابة ضوابط لتحديد إمكانية الاستخدام من عدمه.

الفرض الرابع: توجد فروق بين استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والآثار النفسية والاجتماعية للذكاء الاصطناعي حسب متغير النوع (ذكور / إناث)

جدول (١١) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة محل البحث على مقياس الآثار النفسية والاجتماعية للذكاء الاصطناعي وفقاً للنوع (ذكور = ٢٠٤ / إناث = ٥٠٠)

القيمة الاحتمالية مستوى الدلالة	القيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النوع	المتغيرات
٠.٠٠٤	٢.٨٨٩	٠.٥٩٠	٢.١٤٢	ذكر	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
دال عند ٠.٠١		٠.٥٥٧	٢.٠٠٠	انثى	
٠.٤٨٨	٠.٦٩٤	٠.٦٦٩	٢.٠١٤	ذكر	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
غير دال		٠.٦٧٢	١.٩٧٦	انثى	
٠.٠٣٤	-	٣.٤٢٣	٢٣.٨٩	ذكر	الآثار النفسية للذكاء الاصطناعي
دال عند ٠.٠٥	٢.١٢٨	٣.٢٢٨	٢٤.٤٧	انثى	
٠.٠١٨	-	٣.٣٠٦	٣٩.٢٤	ذكر	الآثار الاجتماعية للذكاء الاصطناعي
دال عند ٠.٠٥	٢.٣٧٤	٢.٩٦٤	٣٩.٨٤	انثى	
٠.٠٠٤	-	٥.١٩٨	٦٣.١٢	ذكر	المقياس الكلي لآثار استخدام الذكاء الاصطناعي
دال عند ٠.٠١	٢.٨٩٢	٤.٨٢١	٦٤.٣١	انثى	

يتبين من الجدول: صحة الفرض الثالث والذي ينص على وجود فروق بين استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والآثار النفسية والاجتماعية للذكاء الاصطناعي حسب متغير النوع (ذكور / إناث) وذلك لصالح الذكور.

كما توجد فروق بين العينة في استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي حسب متغير النوع (ذكور / إناث) وذلك لصالح الإناث، كما توجد فروق بين استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والآثار النفسية للذكاء الاصطناعي حسب متغير النوع (ذكور / إناث) وذلك لصالح الذكور.

كما توجد فروق بين استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والآثار الاجتماعية للذكاء الاصطناعي حسب متغير النوع (ذكور / إناث) وذلك لصالح الذكور.

على الرغم من استخدام الإناث لتطبيقات الذكاء الاصطناعي يفوق استخدام الذكور إلا أن الذكور أكثر إدراكاً للآثار النفسية والاجتماعية التي يمكن أن تسببها تطبيقات الذكاء الاصطناعي وهذا يدل على أن الذكور أكثر وعياً بهذه المخاطر دون الإناث وقد يرجع ذلك إلى أن الذكور أكثر بحثاً عن العمل ومتطلبات سوق العمل دون الإناث حيث ترغب معظم الإناث في الأعمال المحدودة دون التطلع إلى السفر للخارج أو الالتحاق بأعمال خارج محل إقامتهم وذلك بطبيعة المجتمع الذي يعيشون فيه فبالرغم من جميع التغيرات والثورات التكنولوجية والمعرفية إلا أن المجتمع السعودي له بعض التقاليد والقيود وخاصة على الإناث وما يخص العمل بأماكن بعيدة عن محل إقامة أسرهم، وهذا ما يقيد طموحهم و أحلامهم بالسفر للخارج، وهذا ما يجعل هناك فروق في إدراك المخاطر لصالح الذكور، وهذا قد يكون مبرر لئن يحمو أنفسهم فتؤكد أحد الدراسات أن الأشخاص الأكثر وعياً هم الأكثر قدرة على تجنب الوقوع في المخاطر وإذا تعرضوا لها يستطيعون أن يحمو أنفسهم بحرصهم الزائد وثقافتهم (Tifferet, S,2021).

النتائج العامة للبحث ومناقشة النتائج:

أجري البحث الحالي على عينة من الشباب الجامعي قوامها ٧٠٤ مفردة باستخدام الاستبانة ومقياسين للآثار النفسية والاجتماعية ومستوى التربية الإعلامية الرقمية وتم تطبيقهم إلكترونياً وتبين أن عينة البحث تهتم بمتابعة أخبار تطبيقات الذكاء الاصطناعي ولكن ليس بصفة دائمة ولكن في بعض الأحيان وذلك قد يرجع إلى طبيعة المرحلة الجامعية حيث يحتاج الطلاب في هذه المرحلة إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي ولكن فيما يخص أعمالهم الدراسية، كما أن عينة البحث يشعرون في بعض الأحيان بخطورة تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مستقبلهم المهني وقد يرجع ذلك إلى تصورهم أن هذه التطبيقات قد تحل محل العنصر البشري، وأن من أهم أوجه الاستفادة التي يمكن تحقيقها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة

نظرهم أنها توفر الوقت والجهد أثناء أداء المهام المطلوبة وذلك من خلال الاستعانة بها في مجال دراسته أو في مجال الحياة بصفة عامة، كما أكدوا على أهميتها كمتطلب من متطلبات التقدم والتطور.

وأوضحت النتائج أن من أهم التطبيقات التي تستعين بها عينة البحث ويستخدمونها بكثرة برنامج (CapCut) و (Picsart) وتطبيق (Spotify)، وتعتبر هذه التطبيقات من أكثر التطبيقات التي تستخدم في إنتاج الصور وتحرير الصور وإنتاج الفيديوهات وتحرير الفيديوهات والمونتاج والقص والتتابع وغيرها من الخطوات التي تفيد في إنتاج فيديوهات معينة سواء كانت فيديوهات تعليمية أو فيديوهات شخصية أو فيديوهات تعليمية، واتضح أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تؤثر في عينة البحث وتغير قناعاتهم واتجاهاتهم حيث أكدت العينة على فخرهم بقدرتهم على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي باعتبار أن هذه التطبيقات مستحدث وطفرة تغير في التعليم وفي الحياة بوجه عام وهذا ما تؤكد بعض الدراسات وهي أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي أحدثت طفرة في التعليم وساهمت في جودة التعليم وتعليم العديد من المهارات وزاد من دافعيتهم للتعلم، كما أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي أدت إلى تقدم المجتمعات وتطورها وذلك لما تمتاز به من مميزات ووظائف وخصائص فقد ساهمت في تسهيل المهام وتوفير الوقت والجهد وزيادة الكفاءة والانتاجية وهذا يؤكد أهميتها ودورها في تطوير المجتمع.

وتبين من نتائج مقياس التربية الإعلامية الرقمية أن معظم عينة البحث يمتلكون معارف جيدة فيما يخص المكون المعرفي الخاص بالتربية الإعلامية الرقمية فيما يخص مصادر الرسالة أو مصادر المعلومات فلا بد أن تكون المصادر معروفة من وجهة نظرهم وموثقة لذا فهم يبحثون عن المصدر الذي يعتمد على المصادقية والموضوعية كما أنهم حريصين على انتقاء المضمون الذي يتناسب مع احتياجاتهم وهذا يؤكد عدم انسياقهم وراء أي مضمون فلا بد أن يكون المضمون إيجابياً، يحرصون على حث الآخرين على مشاركة المنشورات الإيجابية كما أنهم لديهم قدرة على البحث عن المضمون الإيجابي وهذا يجعلهم لديهم قدرة على المشاركة الإيجابية واختيار الوسائل والرسائل الإيجابية وهذا يعني عدم انسياقهم وراء التريندات السلبية أو المحتوى السلبي وفي نفس الوقت يوحى بإيجابيتهم في عملة الاختيار لما يجب أن يشاهدوه من محتويات ومضامين تعكس سلوكياتهم وقناعاتهم، لا يبحثون عن وسائل الإعلام ذات الاهتمام الجماهيري لأنهم يبحثون عن المضامين التي تتناسب مع قيم ومبادئ المجتمع الذي يعيشون به كما أنهم يبتعدون عن المضامين التي تنتافي مع قيم وآداب المجتمع والتي تخدش حياءهم وفي نفس الوقت يخافون من استخدام الوسائل الحديثة.

وتبين من نتائج اختبار فروض الدراسة وجود فروق بين متوسطات درجات عينة البحث بالنسبة لأبعاد مقياس التربية الإعلامية الرقمية لصالح الإناث في كل من البعد المهاري والمعرفي والوجداني، ويمكن تفسير نتائج هذا الفرض بأن الإناث أكثر احتواءً ولديهم دراية بالعبارات الخاصة بالتعامل مع وسائل الإعلام والضوابط التي تحكم تعاملهم مع هذه الوسائل، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وإدراكهم لخطر الذكاء الاصطناعي على المستقبل، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه العينة نحو التربية الإعلامية الرقمية والآثار الناجمة عن استخدام الذكاء الاصطناعي، وذلك في متوسط درجات العينة في أبعاد التربية الإعلامية المعرفية والوجدانية والسلوكية وفي متوسط الدرجات الكلية للمقياس، وجود فروق بين استخدام العينة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والآثار النفسية والاجتماعية للذكاء الاصطناعي حسب متغير النوع (ذكور / إناث) وذلك لصالح الذكور.

توصيات البحث:

- الاهتمام بتدريس مقررات التربية الإعلامية الرقمية بالمدارس والجامعات لمواجهة مخاطر تزايد استخدامات الذكاء الاصطناعي.
- ضرورة تبني وسائل الإعلام استراتيجيات واضحة لمواجهة المخاطر الناتجة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي سواء على الجمهور أو العاملين به.
- تكثيف حملات التوعية بمخاطر التكنولوجيا الحديثة ومنها تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات التعامل معها.

مراجع البحث:

أولاً: المراجع العربية:

- أبو كميل. ربا (٢٠١١): مستوى الوعي بمفاهيم الصحة الإنجابية لدى طلبة المرحلة الأساسية العليا في غزة، دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية بغزة: كلية التربية.
- أونيس. ابتسام، قراد. راضية (٢٠٢١): التربية الإعلامية والغزو الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (مقاربة نظرية في الأهمية والأشكال)، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة العربي التبسي، جامعة الجزائر، مج ٦، ع ٣، ص ص: ١٦٥: ١٧٨.
- الدلو أ. ج. ر، أب وحشيش أ. ي. ي.، & إسماعيل أ. أ. ع. ا. (٢٠٢٢). اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، ٧(٣)، ٥٣-٩٠.
- الزعبي، لؤي (٢٠٢٢). علاقة جمهور وسائل الإعلام والاتصال الرقمي بمعايير وأبعاد التربية الإعلامية الرقمية (دراسة مسحية على طلاب المرحلة الثانوية في دمشق)، جامعة دمشق للعلوم الإنسانية، مج ٣٨، ع ١، ص ص: ٣١٩: ٣٨١.
- الزهراني، أحمد علي. (٢٠٢٢). تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، ٥(١)، ١٥-٣٩.
- الهادي، محمد محمد (٢٠٢١). الذكاء الاصطناعي معالمه وتطبيقاته وتأثيراته التنموية والمجتمعية، الدار اللبنانية المصرية، بيروت، ص ٥٥.
- الواصل، مشاعل عبد الله، المعلم، شهد عبد الله، الحربي، رائد سالم، & الرفاعي، مهيتاب ماهر. (٢٠٢٣). تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي. مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ٢٠٢٣(١١)، ٣٦٩-٣٣٧.
- حميد. هالة (٢٠١٣): فاعلية برنامج مقترح لتنمية الوعي ببعض القضايا البيوأخلاقية لدى طالبات العلوم بكلية التربية بالجامعة الإسلامية، دراسة تجريبية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية بغزة: كلية التربية.
- رزاق. عصام (٢٠٢١): التربية الإعلامية كآلية لمواجهة العنف عبر الميديا الجديدة: استراتيجية بناء الوعي وآفاق التحسين، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج ٤، ع ٢، ص ص: ٨٣: ٧٥.
- زقروق، عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق. (٢٠٢٢). التأثيرات النفسية والاجتماعية والسلوكية لظاهرة التنمر الإلكتروني بوسائل الإعلام الجديد على طلاب الإعلام التربوي في إطار نظرية الشخص الثالث. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ٢١(٢)، ١٥٩-٨٩.

- سامي. ريهام (٢٠١٩). مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات: دراسة كيفية. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال, ٢٠١٩ (٢٦), ١٩٦-٢١٥.
- سردوك، على (٢٠٢٠): استخدام الروبوتات الذكية في المكتبات الجامعية: التجارب العالمية والواقع الزاهن في بلدان المغرب العربي، مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا، دار جامعة حمد بن خليفة للنشر، ٢٤.
- سلامة، ح. ع. & حسام على. (٢٠٢٣). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير إنتاجات طلبة الإعلام في الجامعات الخليجية. مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال, ٢٠٢٣ (١١), ١-٧٠.
- شمس الدين، فتحي محمد. (٢٠٢٢). رؤية القائم بالاتصال لمستقبل الإعلاميين في عصر الذكاء الاصطناعي: المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون, ٢٠٢٢ (٢٤), ١-٢٦.
- عبد الباسط شاكر عزاز، نيره. (٢٠٢٣). أثر تبني المؤسسات الصحفية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تحرير النصوص الصحفية. مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية, ٣٥ (١٣٦.٤), ٦٠٣-٦٤٠.
- عبد الرحمن. إيناس محمد (٢٠٢٣): فاعلية تطبيق مبني على الذكاء الاصطناعي في تنمية مهارات التفكير المنطقي والدافعية نحو تعلم مادة الحاسوب لدى طلبة الصف الثامن الاساسي، جامعة الشرق الأوسط، قسم التربية الخاصة وتكنولوجيا التعليم، رسالة ماجستير.
- عبد العزيز، أسامة السيد، & إبراهيم، مروة رضوان. (٢٠٢٢). الأثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة: المجلة المصرية لبحوث الأعلام, ٢٠٢٢ (٨٠), ١٩٥٤-١٩٠١.
- عبد الرازق، مي مصطفى. (٢٠٢٢). تقنيات الذكاء الاصطناعي فى الإعلام.. الواقع والتطورات المستقبلية. المجلة المصرية لبحوث الأعلام, ٢٠٢٢ (٨١), ١-٧٤.
- غريب، سحر حسني، وآخرون (٢٠٢٣). "برنامج فى التربية الاعلامية الرقمية فى ضوء بعض مهارات القرن الحادي والعشرين". المجلة العلمية لكلية التربية النوعية جامعة دمياط ٢٠٢٣.٧ :٢٣٤-٢٧٩.
- فخر الدين، أريج محمد (٢٠٢٢): دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي رؤية مستقبلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٨٠ع، ٢، ص: ٢٤٩: ٢٩٣.
- مكايي، ممدوح عبد الله، جوده، هيثم، & عثمان، إسلام. (٢٠٢١). آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية. مجلة البحوث الإعلامية, ٥٦ (٢), ٥٢٧-٥٨٤.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Carton .Anne (2022) .The Presen .& Future Forecast: Artificial Intelligence (AI) in Design. Designhill .Retrieved November 2022, 7.
- Erik Kurniawan ,FX Geh Jiu, Prasasto Satwiko) ,2021), Digital Telepathy as a New Media for Translating Visual Messages in Artificial Intelligence Architecture Application Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 67, pp;34-38.
- Hameleers, M. (2022). Separating truth from lies: Comparing the effects of news media literacy interventions and fact-checkers in response to political misinformation in the US and Netherlands. *Information, communication & society*, 25(1), 110-126.
- Kharbat, F. F., Alshawabkeh, A., & Woolsey, M. L. (2020) .Identifying gaps in using artificial intelligence to support students with intellectual disabilities from education and health perspectives. *Aslib Journal of Information Management*
- Lee, A. Y. L. & Mok, E. (2014). **Media education in postcolonial Hong Kong:** Cultivating critical young minds. In A. Nowak, S. Abel & K. Ross (Eds.), *Rethinking media education: Critical pedagogy and identity politics*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Li, T .(2020) Research on Cultivation of Humanities of College Art Major under the Background of New Liberal Arts .*Research of Fine Arts Education*,14:166-167.
- Ma, Y. & Siau, K. (2018). Artificial Intelligence Impact on Higher Education. *Proceedings of the Thirteenth Midwest Association for Information Systems Conference*, Saint Louis, Missouri May 17-18, 2018.
- Matilda Bez, S., & Chesbrough, H. (2020). Competitor collaboration before a crisis: What the AI industry can learn the partnership on AI can use the dynamic capabilities framework and lessons from other industries to proactively identify AI risks and create solutions. *Research-Technology Management*,63(٣pp42-48.
- Milosevic, T., Verma, K., Carter, M., Vigil, S., Laffan, D., Davis, B., & O'Higgins Norman, J. (2023). Effectiveness of Artificial Intelligence-Based Cyberbullying Interventions from Youth Perspective. *Social Media+ Society*, 9(1), 20563051221147325.
- Muggy, L., & Stamm, J. L. H. (2020). Decentralized beneficiary behavior in humanitarian supply chains :Models, performance bounds, and coordination mechanisms. *Annals of Operations Research*, 284(1 ,(333–365.)
- Owoc, M. L., Sawicka, A., & Weichbroth, P. (2021). Artificial Intelligence Technologies in Education: Benefits, Challenges and Strategies of Implementation. *arXiv preprint arXiv:2102.09365*.

- Porat, E., Blau, I., & Barak, A. (2018). Measuring digital literacies: Junior high-school students' perceived competencies versus actual performance. *Computers & Education*, 126, 23–36. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.06.030>.
- Römer, L. (2022). Media Literacy and Citizen Participation Education are a Good Match. *Mediální studia*, 16(01), 122-127.
- S. Lemaignan, M. Warnier, E. A. Sisbot, A. Colic, and R Alami ,(2017), “Artificial cognition for social human-robot interaction: an implementation ”, *Artificial Intelligence*, vol. 247, pp. 45–69
- Southworth, Jane & Migliaccio, Kati. (2023), *Developing Career-Ready Graduates: The Importance of AI Literacy Across the Curriculum*, available at: [https://geog.ufl.edu/2023/08/18/developing-career-ready-graduates-the-importance-of-ai-literacy-across-the-curriculum./](https://geog.ufl.edu/2023/08/18/developing-career-ready-graduates-the-importance-of-ai-literacy-across-the-curriculum/)
- Sun, K.; Liu, H.; Ye, Q.; Liu, J.; Gao, Y.; Shao, L.; and Ji, R ,(2021). Domain general face forgery detection by learning to weight. In *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 2638–2646.
- Tifferet, S. (2021). Verifying online information: Development and validation of a self-report scale. *Technology in Society*, 67, 1-10 <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101788>
- Wamba, S. F., Edwards, A., & Akter, S. (2019). Social media adoption and use for improved emergency services operations: The case of the NSW SES. *Annals of Operations Research*, 283(1–2), 225–245.
- Wei, L., Gong, J., Xu, J., Abidin, N. E. Z., & Apuke, O. D. (2023). Do social media literacy skills help in combating fake news spread? Modelling the moderating role of social media literacy skills in the relationship between rational choice factors and fake news sharing behaviour. *Telematics and Informatics*, 76, 101910.
- Whittaker, L.; Kietzmann, T. C.; Kietzmann, J.; and Dabirian, A. (2020). All around me are synthetic faces: The mad world of AI-generated media. *IT Professional*, 22(5): 90–99
- Xu, Z.; Liu, J.; Lu, W.; Xu, B.; Zhao, X.; Li, B.; and Huang, J. (2021). Detecting facial manipulated videos based on set convolutional neural networks. *Journal of Visual Communication and Image Representation*, 77: 103–119.
- Yang, S .J. ,Ogata ,H ,.Matsui ,T & ,.Chen ,N .S .(2021) Human-centered artificial intelligence in education :Seeing the invisible through the visible . *Computers and Education: Artificial Intelligence* ,2 ,100008 . <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2021.100008>

- Zangiacomi, A., Pessot, E., Fornasiero, R., Bertetti, M., & Sacco, M. (2020). Moving towards digitalization :A multiple case study in manufacturing. *Production Planning & Control*, 31(2-3), 143-157.
- Zhao, H.; Zhou, W.; Chen, D.; Wei, T.; Zhang, W.; and Yu, N. (2021). Multi-attentional deepfake detection. In *Proceeding of IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition*, 2185-2194.
- Zhen Zeng, Xiaohua Sun, and Xiang Liao. (2019). Artificial Intelligence Augments Design Creativity: A Typeface Family Design Experiment .*Design, User Experience, and Usability. User Experience in Advanced Technological Environments*, 400-411. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-23541-3_29.