



دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعات للذكاء الاصطناعي،

(دراسة ميدانية) طلبة الجامعة المستنصرية انموذجا

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعات للذكاء الاصطناعي، (دراسة ميدانية) طلبة الجامعة المستنصرية انموذجا

م. م نهاد سالم حبيب الحسيني

جامعة بابل

مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية

البريد الإلكتروني Email : art.nuhad.salem@uobabylon.edu.iq

الكلمات المفتاحية: الدور ، مواقع التواصل الاجتماعي ، الذكاء الاصطناعي ، طلبة الجامعة
المستنصرية .

كيفية اقتباس البحث

الحسيني ، نهاد سالم حبيب، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعات
للذكاء الاصطناعي، (دراسة ميدانية) طلبة الجامعة المستنصرية انموذجا، مجلة مركز بابل
للدراسات الانسانية، شباط ٢٠٢٦، المجلد: ١٦، العدد: ٢ .

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف
والنشر (Creative Commons Attribution) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث
ومشاركته مع الآخرين بشرط نسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو
استخدامه لأغراض تجارية.

Registered في مسجلة في

ROAD

Indexed في مفهرسة في

IASJ

Journal Of Babylon Center For Humanities Studies 2026 Volume :16 Issue : 2

(ISSN): 2227-2895 (Print) (E-ISSN):2313-0059 (Online)



The role of social media in promoting the use of artificial intelligence among university students: a field study (Mustansiriya University students as a model)

Nihad Salim Al Hussein

University of Babylon

Babylon Center for Cultural and Historical Studies

Keywords : role, social media, artificial intelligence, Al-Mustansiriya University students.

How To Cite This Article

Al Hussein, Nihad Salim , The role of social media in promoting the use of artificial intelligence among university students: a field study (Mustansiriya University students as a model),Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, February 2026,Volume:16,Issue 2.



[This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Abstract:

The Role of Social Media in Encouraging Al-Mustansiriya University Students to Use Artificial Intelligence: A Field Study

Researcher: Nihad Salem Al-Husseini

Based on the important role that social media plays in encouraging Al-Mustansiriya University students to use artificial intelligence, and given the importance of this study, the researcher defined the research problem with the following main question: What is the role of social media in encouraging Al-Mustansiriya University students to use artificial intelligence? The researcher found it necessary to conduct a scientific study, which was essentially a field study. The researcher employed the survey method, utilizing a questionnaire distributed to a sample of (100) respondents from the research population to collect the required data. This data was collected within a specific timeframe, from September 1,





2025, to December 1, 2025, as this period allowed for accurate and comprehensive results, ultimately achieving the study's objectives. The researcher reached important conclusions, summarized as follows:

1-Social media platforms play a role in disseminating artificial intelligence (AI) programs within the university environment, as revealed by research indicating that the majority of students at Al-Mustansiriya University support and adopt them.

2-The study showed that most students interact with programs circulating on social media platforms in various ways, including liking, commenting, and sharing content. This indicates that these programs capture students' interest and attention.

3-AI programs play a significant role in providing university students with information.

4-According to Al-Mustansiriya University students, TikTok is the social media platform that most actively promotes AI.

5-Social media (new media) is more effective than other media outlets (traditional media) in disseminating AI programs.

المخلص :

انطلاقاً من أهمية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في حث طلبة الجامعة المستنصرية على استخدام الذكاء الاصطناعي واستناداً الى اهمية الدراسة حدد الباحث المشكلة البحثية بالتساؤل الرئيس الاتي : ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعة المستنصرية للذكاء الاصطناعي ؟

وجد الباحث ان من الضروري اعداد دراسة علمية، وهي بطبيعتها دراسة ميدانية استخدم فيها الباحث المنهج المسحي ، والاستعانة باستمارة الاستبيان وتوزيعها على عينة من مجتمع البحث قوامها (١٠٠) مبحوثاً لجمع البيانات المطلوبة ، خلال المجال الزمني المحدد بالمدة والتي بدأت في (١ / ٩ / ٢٠٢٥ - ١ / ١٢ / ٢٠٢٥) نظراً لان هذه المدة تتيح حصر نتائج دقيقة وشاملة وصولاً الى تحقيق الاهداف المرجوة من الدراسة

توصل الباحث الى نتائج مهمة تلخصت بالاتي :

١-ظهر إن لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً في نقل برامج الذكاء الاصطناعي في الوسط الجامعي وهذا ما كشفه البحث، ذلك إن غالبية الطلبة في الجامعة المستنصرية تؤيد وتتبنى ذلك.
٢- تبين إن غالبية الطلبة يتفاعلون مع البرامج المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي وبأشكال عديدة منها الإعجاب او التعليق أو المشاركة للمواد، وهذا يعني إن هذه البرامج تثير اهتمام الطلبة وتلفت أنظارهم.

٣- يؤدي برنامج الذكاء الاصطناعي دور كبير في تزويد طلبة الجامعة بالمعلومات.

٤- إن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي يحمل ترويجا للذكاء الاصطناعي هو موقع TikTok

بحسب ما يرى طلبة الجامعة المستنصرية.

٥- إن وسائل التواصل الاجتماعي (الاعلام الجديد) أكثر فاعلية من بقية وسائل الإعلام الأخرى

(الاعلام التقليدي) في نقل برامج الذكاء الاصطناعي .

المقدمة:

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار برامج الذكاء الاصطناعي وشكلت محطة مهمة في حث الطلبة على ضرورة استخدامه والاستفادة من تطبيقاته في مسيرتهم التعليمية، لذلك وجد الباحث ان من الضرورة القيام بهذه الدراسة التي جاءت بعنوان ((دور مواقع التواصل الاجتماعي في حث طلبة الجامعة المستنصرية على استخدام الذكاء الاصطناعي ، دراسة ميدانية)). وهي دراسة مسحية استخدم الباحث فيها المنهج المسحي في تحديد مجتمع البحث ، واستخدام استمارة الاستبيان على عينة من طلبة الجامعة المستنصرية والبالغة (١٠٠) مبحوثا ، لجمع البيانات والمعلومات

وقد قُسم البحث إلى ثلاثة فصول ، الأول الإطار المنهجي للبحث، ويتكون من مشكلة البحث ، وأهميته ، وأهدافه وفرضياته ونوع البحث ومنهجه ، والأدوات التي استخدمت ، وكذلك مجتمع البحث وعينته وتحديد المجالات الزمانية والمكانية والبشرية ، وأهم المصطلحات التي وردت في البحث ، وخصص الفصلان الثاني للإطار النظري والثالث للإطار العملي.

تتناول الفصل الثاني مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعه وخصائصه، أما الفصل الثالث والآخر فقد تطرق إلى (العمل الميداني) التطبيقي للدراسة وفيه قام الباحث بتحليل استمارة الاستبيان بعد تصنيفها وعرض نتائج ذلك التحليل الذي يكشف بدوره دور مواقع التواصل الاجتماعي في حث طلبة الجامعة المستنصرية على استخدام الذكاء الاصطناعي.

الفصل الاول

الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث

تتبع مشكلة البحث من تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في طلبة الجامعات وحثهم على استخدام الذكاء الاصطناعي وتكمن المشكلة البحثية في غياب الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي واثرها في اعتماد طلبة الجامعة المستنصرية على الذكاء الاصطناعي في حصولهم على المعلومات اثناء مدة دراستهم، سواء كانت في رفع المحاضرات او المساعدة في اجراء



دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعات للذكاء الاصطناعي،

(دراسة ميدانية) طلبة الجامعة المستنصرية انموذجاً

البحوث العلمية او التواصل البحثي بين طلبة الجامعات العراقية او الجامعات العالمية ، وعلية يمكن ان تتحدد المشكلة البحثية بالتساؤل الرئيس الاتي :

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعة المستنصرية للذكاء الاصطناعي ؟

وينتج من التساؤل الرئيس عدد من التساؤلات الفرعية الاتية :

١. هل يعمل برنامج الذكاء الاصطناعي على تزويد طلبة الجامعة بالمعلومات ؟
٢. هل اسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الذكاء الاصطناعي بين الطلبة؟
٣. اي المواقع الاجتماعية يحمل ترويجا اكثر للذكاء الاصطناعي؟
٤. هل لبرامج التواصل الاجتماعي دور في نقل المعلومات الخاصة بالذكاء الاصطناعي؟
٥. ما الاوقات التي يفضلها طلبة الجامعة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
٦. هل يستخدم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي بصورة صحيحة ؟
٧. مادوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعة المستنصرية؟

ثانيا: أهمية البحث

تتبع أهمية هذا البحث مما يأتي:

أ- الأهمية العلمية الاكاديمية

تكتسب البحوث العلمية أهميتها من المواضيع التي تتناولها، كذلك تكمن في الى مدى يشكل اضافة نوعية الى ميادين العلم والمعرفة، ويعد تناول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعة المستنصرية للذكاء الاصطناعي موضوع مهم يسهم في اثراء الادبيات الإعلامية المتعلقة بتطبيقات التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي، ويمكن ان يسد فراغا مازال قائما في المكتبة الإعلامية.

ب - الأهمية العملية المهنية

ما يؤكد على أهمية الدراسة كونها ذات ارتباط وثيق بالمجتمع الإعلامي، أي العاملين في مجال الاعلام نظرا لما يقدمه البحث من بيانات حول طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعة المستنصرية للذكاء الاصطناعي كذلك في طرحه لموضوع الذكاء الاصطناعي وانعكاسه على سير العملية التعليمية لطلبة الجامعة المستنصرية ، وكيفية اشباع رغباتهم المعرفية.



ثالثا: أهداف البحث

ان عملية البحث هي عملية هادفة ، فالبحث وسيلة لتحقيق غاية معينة ، والمقصود بالهدف هو النتيجة التي يسعى الباحث للوصول إليها، فتحديد الاسباب التي تؤدي الى حصول الظاهرة من شأنه أن يساعد في الوصول إلى الأهداف التي تتمثل في هذا البحث بما يأتي :

١. التعرف الى اتجاهات طلبة الجامعة المستنصرية إزاء استخدام الذكاء الاصطناعي الذي تتقله مواقع التواصل الاجتماعي .

٢. التعرف الى طبيعة المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي عن برنامج الذكاء الاصطناعي.

٣. الوقوف على اهم التخصصات العلمية التي يزداد فيها اقبال الطلبة على استخدام برامج الذكاء الاصطناعي.

٤. الكشف عن حدود إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار برامج الذكاء الاصطناعي بين طلبة الجامعة المستنصرية.

٥. التعرف الى أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي من قبل طلبة الجامعة المستنصرية.

رابعا: فروض البحث

يسعى البحث الى اثبات الفروض الآتية :

١-تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في الترويج لبرامج الذكاء الاصطناعي.

٢- يقوم برنامج الذكاء الاصطناعي بتزويد طلبة الجامعة بالمعلومات الكافية عن مناهجهم الدراسية.

٣-توجد علاقة بين ساعات استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وبين نسبة استخدام برامج الذكاء الاصطناعي من قبل الطلبة.

خامسا: نوع البحث ومنهجه

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية بحسب نوعه ، واعتمد البحث على منهج المسح ، ذلك إن هذا المنهج من أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعاً ، خاصة في البحوث الاستكشافية والبحوث الوصفية (زغيب، ٢٠٠٩، صفحة ١٠٩). ويصنف المنهج المسحي حسب الهدف منه الى نوعين أساسيين: (المسح الوصفي ، المسح التحليلي)



سادساً: أدوات البحث

وهي الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات والمعلومات، يدخل في اختيار الأدوات والوسائل طبيعة الدراسة أو البحث، كذلك الهدف من الدراسة ويمكن ان يلجأ الباحث الى أكثر من وسيلة أو أداة في بحثه من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة، فضلاً عن التنوع وعدم الجمود في الحصول على المعلومات، وقد استخدم الباحث الأدوات الآتية:

أ- استمارة الاستبيان : هي وسيلة من وسائل جمع المادة العلمية في الدراسات التي تتطلب التعرف على آراء ومواقف واتجاهات مجموعة من الناس (قد تكون الرأي العام بمجمله ، أو فئة من المجتمع ، طلاب ، موظفين ، مدرسين ، ربات بيوت ، .. الخ) (زغيب، مرجع سابق، صفحة ١١٧) .

وفق التعريف أعلاه استعمل الباحث الاستبانة في البحث الموسوم (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعات للذكاء الاصطناعي، دراسة ميدانية) طلبة الجامعة المستنصرية انموذجاً، ولغرض اجراء الدراسة نظم الباحث الاستبانة الالكترونية التي تُعد أداة لجمع المعلومات والبيانات من المبحوثين والتي تعبر عن استجاباتهم للأسئلة الواردة في الاستبانة وقد استعمل الباحث هذه الاستبانة من أجل التعرف وأخذ آراء المبحوثين حول الأسئلة الواردة فيها.

سابعاً: مجتمع البحث وعينته

١. مجتمع البحث : يعرف مجتمع البحث بأنه جميع مفردات أو وحدات الظاهرة أو موضوع الدراسة سواء كان المجتمع مكون من أوزان أو أفراد أو سلع أو مزارع في منطقة معينة ... الخ (القيم، مرجع سابق، صفحة ١٣٥) ، ويمكن أن نحدد المجتمع في هذا البحث بطلبة الجامعة المستنصرية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، ولكبر مجتمع البحث لا بد من أخذ عينة تمثل مجتمع البحث الاصيل .

٢. عينة البحث : العينة sample وهي جزء من مجتمع الدراسة ، وتمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً صادقاً لكي يمكن إعمام نتائج الدراسة المبينة على العينة على المجتمع بأكمله .

ويجب أن يتم اختيار عينة البحث بطريقة علمية موضوعية وفق قواعد المنهج العلمي المنظم ، وقد حدد الباحث الجامعة المستنصرية مجتمعاً لبحثه واختار من هذا المجتمع وبطريقة قصدية عينة تمثل طلبة الدراسة الاولية في الجامعة المستنصرية، وقد قسم الباحث الجامعة المستنصرية إلى كليات مختلفة هي : (الآداب، العلوم، القانون) ، وتتضمن هذه الكليات مختلف الاقسام العلمية، كلا على حدة ووجد الباحث أن الحجم المناسب للعينة هو (١٠٠) مفردة ، (الآداب ٤٠

مبحوثا ، العلوم ٣٠ مبحوثا ، القانون ٣٠ مبحوثا) ، وقد وزعت استمارات الاستبيان الكترونيا بصورة عشوائية في الكليات المذكورة ، وقد جمعت الاستمارات الصحيحة وعددها (١٠٠) استمارة .

ثامنا : مجالات البحث

١. **المجال المكاني** : اتخذ الباحث من الجامعة المستنصرية مجالاً مكانياً، واختار مجموعة من الكليات وفق مقتضيات البحث وقام الباحث بتوزيع الاستمارة الكترونيا على الطلبة في الكليات المذكورة.

٢. **المجال الزمني** : يتحدد المجال الزمني بفترة إعداد الاستمارة والتي بدأت في الشهر التاسع من سنة ٢٠٢٥ ، وانتهت في الشهر الثاني عشر من العام نفسه ، وقام الباحث بتنفيذ الاستبيان عبر توزيع الاستمارة الكترونيا على عينة البحث من طلبة الجامعة المستنصرية .

٣. **المجال البشري** : نعني به مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة الجامعة المستنصرية الذين جرت الدراسة عليهم ، وقد تم الحرص على ان تكون العينة المبحوثة من الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وعن طريقها تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

تاسعاً: المفاهيم والمصطلحات ذات العلاقة بالبحث

أ- **الذكاء الاصطناعي** : هو عملية محاكاة القدرات العقلية والإدراكية والحسية للبشر عبر أنظمة الكمبيوتر، محاولة لتقليد قدرات بشرية أهمها القدرة على التعلم واستيعاب المعرفة وتمثيلها واستدعائها وتحليل اللغة والإدراك الكامل للأصوات والصور والفيديوهات وحل المشكلات والإبداع والتفاعل الاجتماعي وغيرها من القدرات البشرية، ومن ثم محاولة محاكاتها عبر أنظمة كمبيوتر معقدة اعتماداً على التطور الاستثنائي في تصنيع المعالجات والحواسيب الآلية. (خليفة، ٢٠١٩، صفحة ٢)

ب- **مواقع التواصل الاجتماعي** : تعرف بأنها عملية التواصل مع عدد من الأشخاص (أقارب ، زملاء في العمل أو الدراسة ، أصدقاء وغيرهم) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطي معلومات فقط ، بل تتزامن وتتفاعل مع المستخدم أيضاً ، كذلك توفر كماً هائلاً من المعلومات عن طريق المواقع الشبكية ، وبذلك تكون أداة لتبادل المعلومات والأفكار بشكل فوري عن طريق شبكة الأنترنت (غسان، ٢٠١٣، صفحة ٣٤)



الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث

مواقع التواصل الاجتماعي Social media Sites

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً واسعاً على شبكة الأنترنت خلال السنوات القليلة الماضية ، تسابقت فيها مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها موقع (الفيس بوك وتويتر ويوتيوب وغيرها) بتقديم العديد من الخدمات والتطبيقات لمستخدميها مستفيدة من التطور التكنولوجي والإلكتروني الذي شمل الأنترنت وكافة المجالات الاتصالية الأخرى .

ثانياً - مفهومها

تعد مواقع التواصل الاجتماعي بكونها منظومة متكاملة من الشبكات الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت تتيح للمستخدمين فيها إنشاء مواقع خاصة بهم ومن ثم ربطهم من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو الأصدقاء في الجامعة أو العمل أو الأماكن الأخرى وهو مصطلح يشير أيضاً إلى ((مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب الذي يتيح التواصل مع الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء خاصة فيهم (بلد ، جامعة ، شركة) يتم هذا عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات والمواقع الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي تكون متاحة للعرض)) (جرار، ٢٠١٢، صفحة ٣٧). وفي ضوء تلك التعريفات يعرف الباحث مواقع التواصل الاجتماعي بأنها : تلك المواقع الاجتماعية التي تتيح لمستخدميها خدمة إرسال و استقبال الصور والرسائل والملفات والفيديو وغيرها بفضل الميزات التي تتمتع بها تلك المواقع على شبكة الأنترنت ، وتمكّنهم من التواصل والحوار مع أشخاص يتصفون أو يتشاركون في الهوايات أو التطلعات أو الاهتمامات نفسها سواء كانوا في العمل أو المدرسة أو الجامعة أو الشركة وغير ذلك .

ثالثاً _ مميزات مواقع التواصل الاجتماعي ووظائفها

يمكن تلخيص بعض الميزات التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي بالآتي : (مشري،

٢٠١٢، صفحة ١٥٢)

أ _ التفاعلية والتشاركية

ب _ الحضور الدائم غير المادي

ت _ وضوح الهوية

ث _ الانفتاح

ج _ الترابط

ح _ الصفحات

خ _ المجموعات

رابعاً _ تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي

تعد التطبيقات الاجتماعية على الأنترنت من أهم خصائص ثورة الويب 2.0 web ، والذي أصبح مصطلحاً يشير إلى الخصائص التي تتيح فاعلية أكبر للمستخدمين ومنها الشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي وهي مواقع على شبكة الأنترنت يتواصل من خلالها الملايين ويتشاركون اللحظات الاجتماعية مع الأصدقاء ، ومن أشهر المواقع الاجتماعية :

أ _ الفيس بوك Facebook

يحتل المرتبة الأولى في تسلسل مواقع التواصل الاجتماعي ، فقد تأسس هذا الموقع عام 2004 من قبل مارك زوكربيرج (Mark Zuckerberg) تحت اسم (فيسبوك) ، وتقوم فكرته على إنشاء موقع إلكتروني تفاعلي يسمح للطلبة الجامعيين في جامعة هارفرد بالتواصل فيما بينهم خلال دراستهم والإبقاء على تواصلهم بعد الدراسة

يتكون الفيس بوك من مجموعات تتألف من أعضاء وتصنف على أساس البلد والمكان والعمل والجامعة، وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار ما يناسبه عن طريق كتابة اسم المشترك، ثم يبدأ البحث وبعدها يتم التواصل ، ويتكون الفيس بوك من محاور رئيسة أهمها : (شفيق، ٢٠١٤، صفحة ٧٧)

١_ **الصفحة الشخصية " Profile "** : وهي الصفحة الشخصية للمشارك ، تحتوي على كل المعلومات التي تخصه من صور ومقاطع فيديو وملاحظات وروابط وأحداث وأصدقاء وغيرها .

٢_ **الرسائل " Messages "** : وهي من الأدوات المهمة التي يستطيع المشارك من خلالها التواصل مع الأصدقاء والاطلاع على الرسائل الواردة ، كذلك إرسال رسائل جديدة .

٣_ **المجموعات " Groups "** : وهي من تقنيات الفيس بوك المهمة ، إذ يتم إنشاء مجموعات من قبل جهات أو مؤسسات أو أفراد ومن خلالها يتم التعريف بالمجموعة وأفكارها ومضامينها وتزداد أهمية المجموعات بزيادة عدد أعضائها ومشاركاتهم وتفاعلهم وبمدى إيمانهم بمبادئ المجموعة، وهناك أنواع من المجموعات منها : (مجموعة مفتوحة ، مغلقة ، ومجموعة الدردشة).

٤_ **الصفحات الرسمية** : وهي وسيلة مهمة للتواصل مع المعجبين بشخصية عامة أو بأفكار معينة أو منتج أو خدمات وغيرها ، إذ يقوم الأفراد أو المؤسسات بإنشاء صفحات للتواصل مع





معجبيهم من أجل استقطاب أعداد أكبر، ومن خلال هذه الصفحات ترسل التحديات واستقبال التعليقات على كل جديد .

٥ _ الأحداث والمناسبات : تشير إلى المناسبات والأحداث المهمة التي يهتم بها المشتركون في موقع الفيس بوك .

يتسم الفيس بوك كشبكة اجتماعية بالعديد من الميزات أو الخصائص التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض وكثرة استعماله منها: (منصوري، ٢٠١٣، صفحة ٢٦)

أ _ ميزة الاتصال السريع

ب _ سهولة الاستخدام

ت _ حضوره الدائم (من خلال الهواتف الذكية)

ث _ قدرته على تعبئة الشباب

ج _ صعوبة السيطرة الحكومية عليه

ح _ متعدد اللغات

خ _ متعدد الوسائط الإلكترونية

ب _ يوتيوب Youtube

يعد من المواقع الاجتماعية المشهورة على شبكة الأنترنت ، إذ يسمح للمستخدمين بتحميل ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني وبدون قيود ، تم تأسيس موقع اليوتيوب عام (2005) من قبل ثلاثة موظفين سابقين في شركة " باي بال " < Pay Pal > وهم : تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم في مدينة كاليفورنيا ، إذ يستخدم الموقع تقنية الأديوي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، ويتنوع محتوى اليوتيوب بين مقاطع الأفلام والتلفزيون ومقاطع الموسيقى والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها .

وأصبح الكثير ممن يبحثون عن الشهرة من فنانيين وسياسيين وهواة يتوجهون إلى اليوتيوب بوصفه الوسيلة المهمة التي يتمكن من خلالها المشترك الظهور وبشكل مجاني ويصل إلى ملايين الناس وبشكل سريع جدا ، كما أصبح اليوتيوب منفذاً ومتنافساً للعديد من الأصوات المعارضة التي تعاني من التهميش والقمع والإقصاء من قبل حكومات بلدانهم (بخوش، ٢٠٠٩، صفحة ٤٥)

مميزات اليوتيوب Youtube

يعد موقع اليوتيوب واحداً من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، فقد حاز على إعجاب واستحسان شريحة كبيرة من المستخدمين وذلك بسبب ميزاته المتعددة وأهمها : (الساعدي، ٢٠١٧، صفحة ٣٢٤)

١_ **مجانية الموقع** : يمكن للمستخدم في الموقع تحميل وتنزيل الأفلام وبمختلف أنواعها سواء كانت تعليمية أو ترفيهية أو ثقافية أو ترويجية أي حسب رغبة المشترك في الموقع، ولا يتطلب هذا الإجراء سوى التسجيل في الموقع مقابل الالتزام بشروط التسجيل، وتستثنى من ذلك المواقع الخاصة أو الإباحية .

٢_ **سهولة إستعماله** : يعد من أسهل مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت، فتحميل وتنزيل الأفلام لا يحتاج إلى جهد كبير أو مستوى عال من التعليم والاحترافية .

٣_ **إمكانية استخدام اليوتيوب** كوسيلة تسويقية وإعلانية وترويجية وخاصة في المجال السياسي والاقتصادي .

٤_ **ميزة البث المباشر** : Live Streaming إذ يمكن مشاهدة الأفلام من أي جهاز حاسوب أو هاتف نقال يدعم تقنية بث تلك الأفلام بعد الضغط على وصلة الفلم ، وهي ميزة مكنت محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب، مما أعطى نقلة نوعية في تطوير البرامج الإعلامية وتقنيات البث المباشر .

٥_ **يسمح موقع اليوتيوب** بالرقابة على مشاهدة الأفلام ، إذ يمكن تحديد الأشخاص الذين يشاهدون الأفلام أو غير ذلك وحصره على مجموعة من الأفراد المشتركين أو العامة .

ت_ **تويتر Twitter (X)**

ويعد أيضاً واحداً من أهم مواقع التواصل الاجتماعي الذي أجرته شركة " Obvius " الأمريكية كمشروع تطوير بحثي عام 2006 ، بدأ الموقع بالانتشار كخدمة جديدة عام 2007 ومن مصطلح " تويت " twitter " أخذ الموقع اسمه وتعني التغريد كما اتخذ من العصفورة رمزاً له ذلك إن خدمته تتمثل في إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة ويمكن للمستخدم في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويتات من خلال ظهورها في الصفحات الشخصية أو من خلال الدخول في صفحة المستخدم صاحب التغريدة أو الرسالة، ويسمح الموقع لمستخدميه بخدمة التدوين المصغرة وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني .



ومع ازدياد عدد المشتركين في الموقع تم إنشاء شركة جديدة باسم " تويتر " ، و قررت شركة " غوغل " أن تظهر ضمن نتائجها التدوينات الشخصية كمصدر للبحث اعتباراً من 2009 ، وبعد موقع " تويتر " اليوم مصدراً مهماً للتصريحات والأخبار والمعلومات ، مشاركاً بشكل كبير في الحياة السياسية والثقافية وغيرها ، وأسهم هذا الموقع في إحداث الكثير من التغييرات السياسية وخاصة في منطقة الشرق الأوسط ، إذ أصبح منبراً للقادة والملوك ورؤساء الدول والمشاهير والعامّة من المجتمع ، بوصفه من أدوات التأثير في الرأي العام وموقع حصل على قاعدة جماهيرية عريضة في السنوات القليلة الماضية (السيد، مرجع سابق، صفحة ١٠٠)

مميزات تويتر Twitter

يتمتع موقع تويتر بالعديد من المميزات منها: (سامي، ٢٠٠٨، صفحة ٣٠٢)

- ١ _ **سهولة الاستعمال** : لا يحتاج سوى إدخال بريد إلكتروني في الموقع وبعدها يمكن المشاركة والتدوين والتغريد والتواصل مع الآخرين .
- ٢ _ **مجانية الاستخدام** : إرسال الرسائل والتغريدات عبر تويتر مجاني على عكس الرسائل القصيرة العادية في المحمول ، وهذا أدى إلى الانتشار الواسع لموقع تويتر .
- ٣ _ **فاعلية التواصل** : يمكن إرسال الرسائل من الهاتف المحمول بسهولة ويسر مما يتيح انسيابية للتواصل مع العالم الخارجي سواء كانوا أصدقاء أو زملاء أو متابعين .
- ٤ _ **أداة ترويج وتسويق فعالة** من قبل الشركات والمعلنين للترويج عن منتجاتهم .
- ٥ _ **الأنية** : يمكن ملاحظة التغريدات الفورية من أي مكان بمجرد التدوين في الموقع ، وكذلك الاطلاع على سير الأحداث والوقائع والتواصل مع العالم الخارجي بصورة فورية وأنية .
- ٦ _ **ميزة المتابعة** : يمكن من خلالها متابعة المشاهير في مختلف المجالات في الفن والرياضة والسياسة وغير ذلك ، وتتم من خلال الضغط على زر follow .

ث _ أنستغرام Instagram

يعد الانستغرام موقع اجتماعي وأحد التطبيقات التي تسمح للمستخدمين بأخذ الصور والفيديوهات وكذلك إجراء التعديلات الرقمية ووضع الفلاتر على الصور حسب رغبة المشتركين وإضافة مشاركة الأصدقاء الصور والمناسبات أهمية بالغة لتطبيق أنستغرام الذي بدأ تطويره كموقع في عام 2010 بشكل خاص لأجهزة أبل ipod,iphone,ipad وذلك من أجل تقديم خدمة تقديم الصور الموجودة في أجهزة الأشخاص مع قائمة الأصدقاء والأقارب في مواقع التواصل الاجتماعي ، وبعد الانتشار السريع لتطبيق أنستغرام وتزايد الإقبال عليه تم تطوير نسخة جديدة من التطبيق للعمل على أجهزة " أندرويد " (امين، ٢٠١٥، صفحة ١٢٢)

ثانيا - الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence

أ- مفهومه

تتاول العديد من الباحثين والمهتمين بمجال التكنولوجيا الرقمية والاتصال الذكاء الاصطناعي في بحوثهم ومؤلفاتهم ، اذ وردت الكثير من التعريفات ، اهمها : انه احد أهم العلوم الحديثة نتجت بسبب الالتقاء بين الثورة التقنية التكنولوجية في مجال علم النظم والحاسوب والتحكم الآلي من جهة وعلم المنطق والرياضيات واللغات وعلم النفس من جهة أخرى، ويهدف إلى فهم طبيعة الذكاء الإنساني عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الإنساني المتسم بالذكاء لتزويد الحاسوب الآلي بهذه البرامج التي تمكنه من حل مشكلة ما أو اتخاذ قرار في موقف ما وعليه فالذكاء الاصطناعي هو قيام برامج الحاسب الآلي بإيجاد الطريقة التي تسمح بحل المسألة أو التوصل إلى القرار الملائم بالرجوع إلى العديد من العمليات الاستدلالية المتنوعة التي غذي بها البرنامج ويستخدم الذكاء الاصطناعي بسبب سرعته الفائقة في إعطاء الاستدلالات التي تفوق القدرة البشرية (العبد، ٢٠٠٣، صفحة ٣٦٤)

وعليه فان الذكاء الاصطناعي: يشير الى البرامج المبنية على قاعدة معرفية مكون من الرموز التي يعتمد الحاسوب عليها للقيام بالمهام الموكلة إليه وبناء على هذه الرموز يقدم النتائج للمستخدم (السالمي، ٢٠٠٥، صفحة ١٣٢)

حسب Dan w Patterson: فإن الذكاء الاصطناعي هو فرع من فروع علم الحاسبات الذي يهتم بدراسة وتكوين منظومات حاسوبية تظهر صيغ الذكاء وهذه المنظومات لها القابلية على تقديم استنتاجات مفيدة جدا حول المشكلة الموضوعية كما تستطيع هذه المنظومات فهم اللغات الطبيعية أو فهم الإدراك الحي وغيرها من الإمكانيات التي تحتاج ذكاء متى ما نفذت من قبل الإنسان (محمود، ٢٠٢٠، صفحة ١٨٢)

الذكاء الاصطناعي في أبسط تعريفاته هو قدرة الآلة على محاكاة العقل البشري من خلال برامج حاسوبية يتم تصميمها، حيث يشير إلى قدرة الحاسوب أو أي آلة أخرى على تنفيذ تلك الأنشطة التي عادة تتطلب الذكاء، فهو يهتم بتطوير الآلات وتمثيل المعرفة للاستخدام في صنع الاستدلالات، كما يمكن النظر للذكاء الاصطناعي على أنه محاولة لنمذجة جوانب من التفكير البشري على أجهزة الكمبيوتر.

كتعريف شامل يمكن القول أن الذكاء الاصطناعي هو علم حديث نسبيا من علوم الحاسوب، يهدف إلى ابتكار وتصميم أنظمة الحاسبات الذكية، التي تحاكي أسلوب الذكاء البشري نفسه





لنتمكن تلك من أداء المهام بدلا من الإنسان، ومحاكاة وظائفه وقدراته باستخدام خواصها الكيفية وعلاقتها بالأنظمة المنطقية والحسابية.

ب- خصائص الذكاء الاصطناعي

استخدمت معظم المؤسسات الذكاء الاصطناعي لما له من خصائص وسمات تمثلت بسهولة ودقة العمل وتقليل الحاجة إلى الموارد البشرية، مما يساهم في زيادة التقدم التكنولوجي والعلمي بشكل كبير بتكلفة وجهد ووقت أقل، فقد حول الذكاء الاصطناعي العمل المؤسسي في مختلف الجوانب كما أن للذكاء الاصطناعي خصائص عديدة ومتنوعة سنتطرق إليها ، وهي: (القادر، ٢٠٢٣، صفحة ١٨)

- هو علم تطبيقي وليس نظري، يسعى لتسهيل نمط الحياة عمليا، وتقديم حلول للمشكلات عن طريق الآلة

- القدرة على التفكير والإدراك.

- القدرة على اكتساب المعرفة وتطبيقها.

- القدرة على التعلم والفهم من التجارب والخبرات السابقة.

- القدرة على التعامل مع الحالات الصعبة والمعقدة.

- القدرة على استخدام الخبرات القديمة وتوظيفها في مواقف جديدة.

- القدرة على الاستجابة السريعة للمواقف والظروف الجديدة

- توفير وترشيد النفقات، ويقلل من التكاليف.

- يجعل الآلة قادرة على حل المشكلات التي تواجهها بعدة أساليب الاستخدام الإنتاج والتحليل.

- القدرة على التصور والإبداع وفهم الأمور المرئية وإدراكها والقدرة على تقديم

المعلومات بالاستناد للقرارات الإدارية

- التعامل مع المعلومات غير التامة والغامضة

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

المحور الاول : البيانات الديموغرافية

١-النوع الاجتماعي



جدول (١) يبين النوع الاجتماعي للمبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	النوع	ت
الأولى	٦٥%	٦٥	نكر	١
الثانية	٣٥%	٣٥	أنثى	٢
	١٠٠%	١٠٠	المجموع	

المحور الثاني : استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

١ _ ماهي مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديك ؟

الجدول (٢) يبين مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة للمبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	مواقع التواصل	ت
الأولى	٣٤%	٣٤	Instagram	١
الثانية	٢٥%	٢٥	Facebook	٢
الثالثة	٢٠%	٢٠	Snap chat	٣
الرابعة	١١%	١١	TikTok	٤
الخامسة	١٠%	١٠	Youtube	٥
	١٠٠%	١٠٠	المجموع	

نلاحظ من بيانات الجدول أعلاه إن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تفضيلاً لدى طلبة الجامعة المستنصرية هو Instagram ، إذ بلغ عدد الذين اختاروه (٣٤) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية مقدارها (٣٤ %) ، بينما اختار (٢٥) منهم موقع Facebook وبنسبة مقدارها (٢٥ %) ، وهنالك (٢٠) مبحوثاً وبنسبة مئوية تقدر (٢٠ %) اختاروا موقع Snap chat ، وجاءت الإجابة على موقع TikTok (١١) مبحوثاً وبنسبة مئوية مقدارها (١١ %) من حجم العينة ، وحل أخيراً موقع Youtube وبنسبة مئوية مقدارها (١٠ %) ، يمكن الإشارة إلى إن الموقع المفضل لدى طلبة الجامعة المستنصرية والذي يعد أكثر فاعلية ونشاطاً هو موقع Instagram وذلك للمميزات العديدة التي يتمتع بها هذا الموقع ولسهولة ومجانيته لذلك جاء بالمرتبة الأولى على



مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الطلبة ، ومع إن الفارق كبير جدا بين الذين فضلوا موقع Instagram والذين اختاروا موقع Facebook

٢ _ ما متوسط استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا ؟

الجدول (٣) يبين معدل استخدام المبحوثين اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي

ت	عدد الساعات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	من (ساعة - الى ٣ ساعات)	٦٦	٦٦%	الأولى
٢	من (٤ ساعة - الى ٦ ساعات)	١٧	١٧%	الثانية
٣	ساعة واحدة	١٤	١٤%	الثالثة
٤	اكثر من ٦ ساعات	٣	٣%	الرابعة
	المجموع	١٠٠	١٠٠%	

يتضح من الجدول أعلاه ، إن متوسط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلبة المستنصرية من (١ - ٣ ساعات) يوميا وكان عددهم (٦٦) باحثا وبنسبة مئوية تقدر (٦٦%) ، وإن (١٧) مبحوثا يقضون من (٤ - ٦ ساعات) في مواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة مئوية تقدر (١٧%) ، أما من يقضون (ساعة واحدة) يوميا في مواقع التواصل الاجتماعي فكان عددهم (١٤) مبحوثا وبنسبة مئوية تقدر (١٤%) ، كما تبين من الجدول أيضاً إن (٣) من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من (٦) ساعات يوميا وبنسبة مئوية تقدر (٣%) .

من ذلك يتضح إن الطلبة يقضون ساعات طويلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تصل إلى أكثر من (٦ ساعات) يوميا وهي مدة لا يمكن الاستهانة بها وبالتالي فإن احتمالات تأثر الطلبة بالذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي كبيرة .

٣ - ما دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

الجدول (٤) يوضح دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

ت	دوافع الاستخدام	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	التواصل مع الأصدقاء	٣٧	٣٧%	الأولى
٢	للترفيه والتسلية	٢٢	٢٢%	الثانية
٣	البحث عن معلومات واخبار	٢١	٢١%	الثالثة

٤	لنشر الموضوعات وابداء الآراء	٢٠	%٢٠	الرابعة
	المجموع	١٠٠	%١٠٠	

أشارت نتائج البحث في الجدول أعلاه ، إن (٣٧) مبحوثا من العينة وبنسبة مئوية مقدارها (٣٧%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (للتواصل مع الاصدقاء) ، وإن (٢٢) آخرين وبنسبة مئوية تقدر ب (٢٢%) يجدون في (التسلية والترفيه) عن أنفسهم سببا ودافعا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وحل بالمرتبة الثالثة (البحث عن معلومات واخبار) كان دافعا وسبباً ل (٢١) مبحوثا من العينة وبنسبة (٢١ %) ، كما أشار الجدول إلى إن (٢٠) طالبا وبنسبة (٢٠%) يستخدمون مواقع التواصل من أجل (نشر الموضوعات وابداء الآراء) ، ويمكن أن نستنتج من هذه المعطيات إن الغالبية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمونها (للتواصل مع الاصدقاء) ، ويتفق هذا مع ما أشارت إليه الأدبيات إن الطالب يكون حريصا على التواصل مع الاصدقاء، ويبدو إن التحسب والحذر من إبداء الآراء ونشر الموضوعات كان السبب في احتلال هذا الدافع المرتبة الأخيرة .

٤ _ هل يستخدم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي بصورة صحيحة ؟

الجدول (٥) يوضح حدود الاستخدام الصحيح لمواقع التواصل الاجتماعي

ت	استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي	العدد	النسبة المئوية	المرتبة
١	لا أتفق	٥٧	%٥٧	الاولى
٢	محايد	٢٧	%٢٧	الثانية
٣	أتفق	١٦	%١٦	الثالثة
	المجموع	١٠٠	%١٠٠	

أظهر الجدول أعلاه ، إن (٥٧) مبحوثا وبنسبة مئوية بلغت (٥٧ %) من عينة الدراسة أكدوا أن الطلبة لا يستخدمون مواقع التواصل بصورة صحيحة ، وتبين أيضا إن (٢٧) مبحوثا من طلبة المستنصرية وبنسبة مئوية بلغت (٢٧%) ليس لديهم موقف محدد إزاء مضمون هذا السؤال وإنما كانت آراءهم محايدة في هذا المجال ، كذلك كشفت أرقام الجدول إن (١٦) طالبا من عينة الدراسة وبنسبة تقدر (١٦ %) يتفقون ويؤيدون الرأي القائل بأن طلبة الجامعة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصورة صحيحة ، ويمكن أن نستنتج من ذلك إن غالبية استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي غير صحيح .



٥- ما الأوقات التي تفضل فيها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول (٦) يبين الأوقات التي يفضل المبحوثون فيها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

ت	الاقوات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	حسب وقت الفراغ	٤٠	%٤٠	الأولى
٢	مساء	٣٠	%٣٠	الثانية
٣	صباحا	٢٠	%٢٠	الثالثة
٤	ظهرا	٦	%٦	الرابعة
٥	عصرا	٤	%٤	الخامسة
	المجموع	١٠٠	%١٠٠	

توضح بيانات الجدول أعلاه الأوقات التي يفضل فيها المبحوثون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، فقد تبين من المسح الميداني ان غالبية المبحوثين وبتكرار بلغ (٤٠) مبحوثاً وبنسبة مئوية مقدارها (٤٠%) يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (حسب اوقات فراغهم) ، ما جعله يحتل المرتبة الأولى بين الخيارات ، وهذا يشير الى ان الوصول الى الأخبار والمعلومات في المواقع يجري بشكل غير منتظم.

فيما حلت فئة (مساءً) بالمرتبة الثانية بواقع (٣٠) مبحوثاً وحصلت على نسبة مئوية مقدارها (٣٠%) يفضلون التصفح في المساء، وهو وقت يرتبط غالباً بالاسترخاء بعد انتهاء الأنشطة اليومية، مما يتيح للمستخدمين فرصة للاطلاع على الأخبار وتحديثاتهم.

اما المبحوثون الذين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (صباحاً) فقد حلت بالمرتبة الثالثة بواقع (٢٠) تكرارا ، أي ما يمثل نسبة مئوية قدرها (٢٠%) وربما يكون ذلك جزءاً من روتينهم اليومي للتحضير لليوم ومعرفة المستجدات، أما الذين يفضلون التصفح (اثناء وقت الظهيرة) فحلوا بالمرتبة الرابعة بمجموع (٦) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (٦%) وقد يعزى الى استراحات العمل أو الدراسة.

في حين حلت فئة (عصراً) بالمرتبة الخامسة والاخيرة في تصنيف الاوقات بواقع (٤) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (٤%) يفضلون هذا الوقت، الذي قد يتزامن مع انتهاء الدوام الرسمي والعودة إلى المنزل.

وخلاصة للمؤشرات الاحصائية في التوزيع النسبي والتكراري، فإن البيانات تُظهر أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من المبحوثين في الجامعة المستنصرية يتأثر بشكل كبير بأوقات



دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعات للذكاء الاصطناعي،

(دراسة ميدانية) طلبة الجامعة المستنصرية نموذجا

الفراغ والروتين اليومي، مع تفضيل ملحوظ للتصفح في المساء، وهذا يشير إلى أهمية توفير تحديثات إخبارية مستمرة ومتجددة لتلبية احتياجات المستخدمين في الأوقات المختلفة.

٦- ماهي أشكال تفاعل الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول (٧) يوضح أشكال تفاعل الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي

ت	اشكال التفاعل	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	التعليق على المواضيع	٥٠	%٥٠	الاولى
٢	إبداء الإعجاب	٣٢	%٣٢	الثانية
٣	نشر مواد	١٠	%١٠	الثالثة
٤	مشاركة المواد	٦	%٦	الرابعة
٥	تجنب اي انواع التفاعل	٢	%٢	الخامسة
	المجموع	١٠٠	%١٠٠	

يتضح من الجدول أعلاه ، فيما يخص تفاعل الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي ان (٥٠) طالبا وبنسبة مئوية مقدارها (٥٠%) اختاروا فئة (التعليق على المواضيع المنشورة) التي حلت بالمرتبة الاولى ، بينما إختار (٣٢) منهم وبنسبة (٣٢%) فئة (إبداء الإعجاب) وحلت بالمرتبة الثانية . أما فئة (نشر مواد) فقد تم اختيارها من قبل (١٠) طلاب وبنسبة مئوية بلغت (١٠%) ، وأجاب (٦) من المبحوثين وبنسبة مئوية مقدارها (٦%) من المبحوثين فئة (مشاركة المواد او المحتوى) كما إختار ، (٢) من المبحوثين وبنسبة (٢%) بديل (تجنب أي نوع من أنواع التفاعل) وحلت بالمرتبة الاخيرة.

يتضح من ذلك إن نصف المبحوثين يتفاعلون مع المحتوى او المواد التي تنشر في تطبيقات التواصل الاجتماعي، و إن نسبة ضئيلة من المبحوثين تجنبوا كل أنواع التفاعل .

المحور الثالث : استخدامات برامج الذكاء الاصطناعي

٦ _ هل أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار ادوات الذكاء الاصطناعي بين الطلبة ؟

الجدول (٨) يوضح مدى إسهام مواقع التواصل في انتشار ادوات الذكاء الاصطناعي بين الطلبة

ت	إسهام المواقع في انتشار ادوات الذكاء الاصطناعي	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	أتفق	٥١	%٥١	الاولى
٢	لا أتفق	٢٧	%٢٧	الثانية
٣	محايد	٢٢	%٢٢	الثالثة
	المجموع	١٠٠	%١٠٠	

يتضح من بيانات الجدول أعلاه ، إن غالبية الباحثين وبنسبة (٥١ %) أكدوا إن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في نقل ادوات الذكاء الاصطناعي بين الطلبة ، أما (٢٧) طالبا من عينة الدراسة وبنسبة بلغت (٢٧%) نفوا أن يكون لمواقع التواصل إسهام في نقل ادوات الذكاء الاصطناعي ، بينما كانت أجوبة (٢٢) منهم ونسبتهم (٢٢ %) محايدة متراوحة بين الرفض والقبول ، لذلك يمكن أن نخرج بحصيله مفادها وحسب بيانات الجدول أعلاه غالبية الطلبة في العينة يؤيدون ويتبنون الرأي الذي يذهب إلى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل ادوات وبرامج الذكاء الاصطناعي

٧ _ هل إن مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل الإعلامية نقلا للذكاء الاصطناعي ؟
الجدول (٩) يبين حدود تفوق مواقع التواصل الاجتماعي على الوسائل الإعلامية التقليدية في نقل برامج الذكاء الاصطناعي

ت	مواقع التواصل من أكثر الوسائل نقلا لبرامج الذكاء الاصطناعي	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	اتفق	٦٥	%٦٥	الاولى
٢	لا اتفق	٢٤	%٢٤	الثانية
٣	محايد	١١	%١١	الثالثة
	المجموع	١٠٠	%١٠٠	

أوضحت بيانات الجدول أعلاه ، إن (٦٥) مبحثاً من عينة الدراسة ونسبتهم (٦٥ %) كانت اجوبتهم متفقة مع إن مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل الإعلامية في نقل برامج

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعات للذكاء الاصطناعي،

(دراسة ميدانية) طلبة الجامعة المستنصرية نموذجا

الذكاء الاصطناعي ، بينما لم يتفق (٢٤) مبحوثا ونسبتهم (٢٤ %) مع كون مواقع التواصل من اكثر الوسائل نقلا للذكاء الاصطناعي ، وجاءت اجوبة (١١) مبحوثا ونسبتهم (١١ %) بالوقوف على الحياد ، لذلك يمكن القول وبحسب رأي المبحوثين إن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر فاعلية من بقية وسائل الإعلام الأخرى في نقل ادوات البرنامج .

٨ _ من خلال استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ، أي المواقع تحمل ترويجا أكثر للذكاء الاصطناعي؟

الجدول (١٠) يوضح أي المواقع الاجتماعية تحمل ترويجا أكثر للذكاء الاصطناعي

ت	مواقع التواصل	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	TikTok	٤٠	%٤٠	الأولى
٢	Youtube	٣٢	%٣٢	الثانية
٣	Snap chat	١٢	%١٢	الثالثة
٤	Facebook	١٠	%١٠	الرابعة
٥	Instagram	٦	%٦	الخامسة
	المجموع	١٠٠	%١٠٠	

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ، إن (٤٠) طالبا من عينة البحث ونسبة (٤٠ %) يؤكدون إن موقع **TikTok** يحمل أكثر ترويجا للذكاء الاصطناعي من بقية المواقع الأخرى ، بينما أكد (٣٢) مبحوثا ونسبتهم (٣٢ %) إن موقع **Youtube** يعد أكبر مروج له من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى ، وحل **Snap cha** في المرتبة الثالثة للمواقع التي تروج للذكاء الاصطناعي، إذ أكد ذلك (١٢) مبحوثا من عينة البحث ونسبتهم (١٢ %) ، بينما حل موقع **Facebook** في المرتبة الرابعة ونسبة مئوية مقدارها (١٠ %) أما بالنسبة لموقع **Instagram** فجاء بالمرتبة الأخيرة واختاره (٦) مبحوثين من عينة الدراسة ونسبتهم (٦ %) ، من ذلك يتبين إن أكبر الموقع التي تحمل ترويجا للذكاء الاصطناعي هو موقع **TikTok** بحسب ما يرى طلبة الجامعة المستنصرية .

٩- هل يساعد الذكاء الاصطناعي على تزويد الطلبة بالمعلومات والبيانات وتنمية القدرات المعرفية؟

جدول (١١) يوضح دور برنامج الذكاء الاصطناعي في تزويد طلبة الجامعة بالمعلومات

ت	يعمل الذكاء الاصطناعي على تزويد الطلبة بالمعلومات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	اتفق	٥٤	٥٤%	الاولى
٢	لا اتفق	٣٠	٣٠%	الثانية
٣	محايد	١٦	١٦%	الثالثة
	المجموع	١٠٠	١٠٠%	

أوضحت بيانات الجدول أعلاه ، إن (٥٤) مبحوثاً من عينة الدراسة ونسبتهم (٥٤ %) كانت اجوبتهم متفقة مع إن برنامج الذكاء الاصطناعي له دور في تزويد طلبة الجامعة بالمعلومات ، بينما لم يتفق (٣٠) طالبا ونسبتهم (٣٠ %) مع كون برنامج الذكاء الاصطناعي له دور في تزويد طلبة الجامعة بالمعلومات ، و جاءت اجابة (١٦) مبحوثاً ونسبتهم (١٦ %) وقوفهم على الحياد ، لذلك يمكن القول وبحسب رأي المبحوثين إن برنامج الذكاء الاصطناعي يؤدي دور كبير في تزويد طلبة الجامعة بالمعلومات وتنمية القدرات المعرفية.

النتائج:

١- ظهر إن لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً في نقل برامج الذكاء الاصطناعي في الوسط الجامعي وهذا ما كشفه البحث، ذلك إن غالبية الطلبة في الجامعة المستنصرية تؤيد وتتبنى ذلك.
٢- تبين إن غالبية الطلبة يتفاعلون مع البرامج المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي وبأشكال عديدة منها الإعجاب او التعليق أو المشاركة للمواد، وهذا يعني إن هذه البرامج تثير اهتمام الطلبة وتلفت أنظارهم.

٣- يؤدي برنامج الذكاء الاصطناعي دور كبير في تزويد طلبة الجامعة بالمعلومات.

٤- إن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي يحمل ترويجاً للذكاء الاصطناعي هو موقع **TikTok** بحسب ما يرى طلبة الجامعة المستنصرية.

٥- إن وسائل التواصل الاجتماعي (الاعلام الجديد) أكثر فاعلية من بقية وسائل الإعلام الأخرى (الاعلام التقليدي) في نقل برامج الذكاء الاصطناعي .

٦- غالبية الطلبة في العينة يؤيدون ويتبنون الرأي الذي يذهب إلى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الذكاء الاصطناعي.

٧- اشارت نتائج الدراسة ان غالبية الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصورة عشوائية وبالتالي تؤثر على تعرضهم لأدوات الذكاء الاصطناعي.

٨- اتضح من نتائج الدراسة إن الطلبة يقضون ساعات طويلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تصل إلى أكثر من (٣ ساعات) يوميا وهي مدة لا يمكن الاستهانة بها وبالتالي فإن احتمالات تأثر الطلبة بالذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي كبيرة .

المراجع

١. ابراهيم جابر السيد. (٢٠١٧). موسوعة علم الاعلام. الاسكندرية: دار الكتب والدراسات العربية.
٢. ايمان بخوش. (٢٠٠٩). الويب ٢: الشبكات الاجتماعية والاعلام الجديد. الجزائر: جامعة باجي مختار. بحث منشور
٣. بن نعمة عبد القادر. (٢٠٢٣). اتجاهات الصحفيين نحو الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي. الجزائر. رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية
٤. حسنين شفيق. (٢٠١٤). اعلام تحت التهديد. مدينة السادس من اكتوبر: دار فكر وفن للطباعة والنشر.
٥. حلمي خضر سامي. (٢٠٠٨). تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري). بحث منشور، جامعة دمشق، المجلد ٢٤، العدد ٢، ١.
٦. حميد جاعد محسن. (٢٠٠٤). اساسيات البحث العلمي. بغداد: شركة الحضارة للطباعة والنشر.
٧. خالد غسان. (٢٠١٣). ثورة الشبكات الاجتماعية. عمان: دار النفائس للنشر.
٨. رضا امين. (٢٠١٥). الاعلام الجديد. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
٩. زاهر رامي. (٢٠٠٣). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. جامعة عمان: مجلة التربية.
١٠. شيماء ذو الفقار زغيب. (٢٠٠٩). مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
١١. عبد الرزاق الدليمي. (٢٠١١). الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية. عمان: دار وائل.
١٢. عبد الرزاق مختار محمود. (٢٠٢٠). تطبيقات الذكاء الاصطناعي: مدخل لتطوير التعليم في ظل فيروس كورونا. المؤسسة الدولية لافاق المستقبل.
١٣. علاء عبد الرزاق السالمي. (٢٠٠٥). نظم دعم القرارات. عمان: دار وائل.
١٤. كامل القيم. (٢٠١٢). مناهج واساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الانسانية. بغداد: مركز حورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية.
١٥. ليلي احمد جرار. (٢٠١٢). الفيسبوك والشباب العربي. عمان: مكتبة الفلاح.
١٦. محمود التميمي، محمود الساعدي. (٢٠١٧). سيكولوجية الاعلام والاتصال. عمان: دار دجلة للنشر والتوزيع.
١٧. محمود حسن اسماعيل. (٢٠١١). مناهج البحث الاعلامي. القاهرة: دار الفكر العربي.
١٨. مرسي مشري. (٢٠١٢). شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف. القاهرة: مجلة المستقبل العربي. (نشر مركز دراسات الوحدة العربية، المجلد ٣٤، العدد ٣٩٥)
١٩. مصعب حسام الدين قتلوني. (٢٠١٤). ثورات الفيسبوك، مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير. بيروت: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر.





دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعات للذكاء الاصطناعي،

(دراسة ميدانية) طلبة الجامعة المستنصرية انموذجاً

٢٠. ممدوح رضا الجندي. (٢٠١٦). المفاهيم الاعلامية الحديثة . عمان: دار الريبة للنشر والتوزيع.

٢١. منال محمد الكردي، جلال ابراهيم العبد. (٢٠٠٣). مقدمة في نظم المعلومات الادارية المفاهيم الاساسية والتطبيقات. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.

٢٢. نديم منصور. (٢٠١٣). الفيسبوك محرك الثورات: قراءة سسيولوجية (الإصدار ١٥). الجامعة اللبنانية: مركز الابحاث في معهد العلوم الاجتماعية.

: References

- 1-Ibrahim Jaber El-Sayed. (2017). Encyclopedia of Media Studies. Alexandria: Arab Book and Studies House.
- 2-Iman Bakhouch. (2009). Web 2.0: Social Networks and New Media. Algeria: Badji Mokhtar University. Published research.
- 3-Ben Naama Abdelkader. (2023). Journalists' Attitudes Towards Artificial Intelligence in Media Work. Algeria. Published Master's Thesis, Faculty of Social Sciences.
- 4-Hassanein Shafiq. (2014). Media Under Threat. 6th of October City: Fikr wa Fan Printing and Publishing House.
- 5-Helmy Khader Sami. (2008). The Impact of Internet Communication on Social Relations (A Field Study in Qatari Society). Published research, Damascus University, Volume 24, Issues 1 & 2.
- 6-Hamid Jaad Mohsen. (2004). Fundamentals of Scientific Research Baghdad: Al-Hadara Printing and Publishing Company.
- 7-Khaled Ghassan. (2013). The Social Networks Revolution. Amman: Al-Nafais Publishing House.
- 8-Reda Amin. (2015). New Media. Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution.
- 9-Zaher Rami. (2003). The Use of Social Media in the Arab World. University of Amman: Journal of Education.
- 10-Shaimaa Dhu Al-Fiqar Zaghbi. (2009). Research Methodologies and Statistical Applications in Media Studies. Cairo: Egyptian-Lebanese House.
- 11-Abdul Razzaq Al-Dulaimi. (2011). New Media and Electronic Journalism. Amman: Dar Wael.
- 12-Abdul Razzaq Mukhtar Mahmoud. (2020). Artificial Intelligence Applications: An Approach to Developing Education in Light of the Coronavirus Pandemic. International Foundation for Future Horizons.
- 13-Alaa Abdul Razzaq Al-Salmi. (2005). Decision Support Systems. Amman: Dar Wael.
- 14-Kamel Al-Qayem. (2012). Methods and Techniques of Scientific Research Writing in the Humanities. Baghdad: Hammurabi Center for Research and Strategic Studies.
- 15-Layla Ahmad Jarar. (2012). Facebook and Arab Youth. Amman: Al-Falah Library.
- 16-Mahmoud Al-Tamimi, Mahmoud Al-Saadi. (2017). Psychology of Media and Communication. Amman: Dar Dijla for Publishing and Distribution.
- 17-Mahmoud Hassan Ismail. (2011). Media Research Methodologies. Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi.



دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز استخدام طلبة الجامعات للذكاء الاصطناعي،

(دراسة ميدانية) طلبة الجامعة المستنصرية انموذجاً



18-Morsi Mashri. (2012). Digital Social Networks: A Look at Their Functions. Cairo: Al-Mustaqbal Al-Arabi Journal (published by the Center for Arab Unity Studies, Volume 34, Issue 395.)

19-Musab Hussam Al-Din Qatlouni. (2014). Facebook Revolutions: The Future of Social Media in Change. Beirut: Al-Matbouat Company for Distribution and Publishing.

20-Mamdouh Reda Al-Jundi. (2016). Modern Media Concepts. Amman: Dar Al-Rayah for Publishing and Distribution.

21-Manal Muhammad Al-Kurdi, Jalal Ibrahim Al-Abd. (2003). Introduction to Management Information Systems: Basic Concepts and Applications. Alexandria: Dar Al-Jami'a Al-Jadeeda.

22-Nadim Mansouri. (2013). Facebook: The Engine of Revolutions: A Sociological Reading (15th ed.). Lebanese University: Research Center at the Institute of Social Sciences.



مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية ٢٠٢٦ المجلد ١٦ / العدد ٢

