جامعة أكلي محند اولحاج –البويرة–
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال

أثر تمثلات الطلبة لتقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة

مذكرة مكملة لشهادة الماستر (ل م د) في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالب: عبدون بلقاسم

إشراف الأستاذ: الدكتور إسماعيل حماني

لجنة المناقشة:

أ.د سلامي كمال	رئيسا
أ.د حماني اسماعيل	مقررا و مشرفا
أ.د بلعيدي نورة	عضوا

السنة الجامعية 2026/2025

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة فهم أثر تمثلات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للتقنيات الذكية على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، ولتحقيق ذلك، أجرينا دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة، في الفترة الممتدة من شهر جانفي 2026 إلى غاية شهر ماي من نفس السنة، وقد شملت العينة 85 طالبا وطالبة، جرى اختيارهم بأسلوب العينة الطبقية لتمثيل كافة المستويات الدراسية، والتي شملت طبقات من السنة الثانية والثالثة ليسانس إعلام واتصال، والسنة الأولى والثانية ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

وقد اعتمدنا في بحثنا على المنهج الوصفي لمناسبته لموضوع الدراسة، واستخدمنا الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات الميدانية، حيث ركزنا فيه على تحديد عادات وأنماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي، والكشف عن دوافع هذا الاستخدام والإشباعات المحققة منه، بالإضافة إلى التعرف على طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية والعوامل المتحكمة في تشكيلها. وفي الأخير، قمنا بإعداد مقياس يهدف للكشف عن طبيعة العلاقة بين هذه التمثلات وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.

وقد خلصنا في هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها إثبات وجود علاقة قوية بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، حيث تبين أن هذه التمثلات تسهم وتؤثر بشكل واضح في تحديد كيفية استهلاكهم للمحتوى الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للخلفيات والظروف التي تصنع نظرتهم وفهمهم لآليات الذكاء الاصطناعي.

الكلمات المفتاحية: التمثلات الاجتماعية، الذكاء الاصطناعي، الوعي الجمعي، الاستهلاك الرقمي، الهيمنة الخوارزمية.

Abstract:

This study aimed to explore and understand how social media users' perceptions of artificial intelligence and smart technologies shape their digital content consumption patterns. To achieve this, we conducted fieldwork involving a sample of students from the Department of Media and Communication Sciences at Akli Mohand Oulhadj University in Bouira. The fieldwork took place between January and May 2026, and included 85 male and female students. A stratified sampling method was used to ensure a balanced representation across all academic levels, which included second- and third-year bachelor's degree students in Media and Communication, as well as first- and second-year master's degree students specializing in Communication and Public Relations.

Given the nature of the study, we adopted a descriptive-analytical approach. A questionnaire was deployed as our primary tool for field data collection, focusing on mapping out the students' social media habits and usage patterns, and uncovering their underlying motives and the gratifications they seek. Furthermore, the study looked into how students perceive these smart technologies and what factors shape their viewpoints. Finally, a dedicated scale was developed to measure the exact relationship between these mental perceptions and the students' actual consumption of digital content.

The study yielded several key findings, most notably proving a strong, direct link between the students' perceptions of the smart technologies embedded in social media apps and their digital content consumption patterns. The results clearly demonstrate that these inner perceptions significantly influence and guide how students consume digital content, heavily depending on the personal backgrounds and contexts that shape their understanding of how AI mechanisms work.

شكر وعرفان

.باسم الله، والحمد لله، والصلاة والسلام على رسول الله

رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ ...» :امتثالاً لقول الله تعالى صَالِحًا تَرْضَاهُ...» (النمل: 19).

وتقديراً لأهل الفضل والذين كانوا عوناً في تيسير هذا المسار العلمي، يسرني أن أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى الأستاذ الدكتور الفاضل "إسماعيل حماني"، الذي شرفني بقبوله الإشراف على هذه الدراسة، وعلى ما قدمه لي من توجيهات ونصائح ومعلومات قيمة ومتابعة مستمرة لكل مراحلها، فكان علمه خير منار أضاء تفاصيل هذا البحث، فجزاه الله عني أفضل الجزاء ووفقه ليبلغ أعلى المراتب العلمية، وأسأل الله أن يهبه الصحة والعافية والتوفيق ليكون في خدمة العلم والطلبة

كما أتوجه ببالغ العرفان والتقدير لكل الأساتذة الأفاضل الذين تلقيت عنهم العلم والدروس طوال مشواري الجامعي.

.نسأل الله العلي القدير أن يتقبل هذا العمل، وأن ينفع به، ويجعله خالصاً لوجهه الكريم

عبدون بلقاسم

إهـــداء

إلى والديّ، عرفانا بجميلكما وتكريما لتضحياتكما وفضلكما الكبير علي، أطال الله في عمركما.

إلى روح جدتي تغمدها الله برحمته الواسعة، ذكراكِ باقية في القلب.

إلى شريكة حياتي "أم إلياس"، شكرا على دعمك وتحفيزك الدائم لي في كل مراحل هذا العمل

إلى أطفالي: إلياس، لينا، وياسين، أنتم فخري ومستقبلي.. وكل حياتي

إليكم جميعاً.. أهدي هذا العمل.

خطة الدراسة

العنوان	الصفحة
ملخص الدراسة	أ–ب
شكر وعرفان	ت
إهداء	ث
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	د
مقدمة	02
الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة	
1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	06
1-1 التساؤلات	09
1-2 الفرضيات	09
2. مقاربة الدراسة	11
3. أسباب اختيار موضوع البحث	11
4. أهمية الدراسة	13
5. أهداف الدراسة	14
6. منهج الدراسة	15
7. أدوات الدراسة	16
8. مجتمع الدراسة و عينة البحث	20
9. تحديد المصطلحات و المفاهيم	22
10. مجالات الدراسة	27
11. الدراسات السابقة	29
الإطار النظري	
الفصل الأول: مدخل إلى التمثلات الاجتماعية	
تمهيد	37

المبحث الأول: مفهوم التمثلات الاجتماعية، التعريف، النشأة، الأسس	**38**
تمهيد	**38**
المطلب الأول: تعريف التمثلات الاجتماعية	**38**
المطلب الثاني: نشأة النظرية وأسسها	**41**
المطلب الثالث: وظائف التمثلات الاجتماعية	**43**
المطلب الرابع: التمثلات الاجتماعية كمحدد للسلوك	**44**
المبحث الثاني:التمثلات الاجتماعية في سياق التكنولوجيا الحديثة	**46**
المطلب الأول: مفهوم التمثلات في البيئة الرقمية	**46**
المطلب الثاني: خصائص التمثلات في البيئة الرقمية	**50**
المطلب الثالث: آليات تشكل التمثلات في البيئة الرقمية	**51**
خلاصة الفصل	**53**
الفصل الثاني: التقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي	
تمهيد	**59**
المبحث الأول: ماهية الذكاء الاصطناعي	**60**
المطلب الأول: تعريف الذكاء الاصطناعي	**60**
المطلب الثاني: نشأة وتطور الذكاء الاصطناعي	**61**
المطلب الثالث: أنواع الذكاء الاصطناعي وفروعه	**66**
المبحث الثاني: التقنيات الذكية وتوظيفها في مواقع التواصل الاجتماعي	**69**
المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي	**69**
المطلب الثاني: مراحل نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي	**70**
المطلب الثالث: مجالات استخدام شبكات مواقع الاجتماعي	**73**
المطلب الرابع: مفهوم التقنيات الذكية (في مواقع التواصل الاجتماعي)	**74**
المطلب الخامس: أشكال توظيف التقنيات الذكية في مواقع التواصل الاجتماعي	**75**
خلاصة الفصل	**79**
الفصل الثالث: المحتوى الرقمي و التقنيات الذكية	

تمهيد	**82**
المبحث الأول: مفهوم المحتوى الرقمي	**83**
المطلب الأول: تعريف المحتوى الرقمي	**83**
المطلب الثاني: أنواع المحتوى الرقمي	**84**
المبحث الثاني: توظيف التقنيات الذكية في صناعة المحتوى الرقمي	**87**
المطلب الأول: مفهوم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراحل صناعة وإنتاج ونشر المحتوى الرقمي	**87**
المطلب الثاني: آليات توظيف التقنيات الذكية في صناعة المحتوى الرقمي	**88**
المطلب الثالث: دور التقنيات الذكية في صناعة المحتوى الرقمي وتوجيهه	**91**
خلاصة الفصل	**93**
الإطار التطبيقي	
الفصل الرابع:اثر تمثلات الطلبة للتقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط استهلاك المحتوى الرقمي	
المبحث الأول: التعريف بالجامعة ميدان الدراسة وخصائص عينة البحث	**97**
المطلب الأول: بطاقة فنية عن جامعة البويرة	**98**
المطلب الثاني: نبذة عن كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية	**99**
المطلب الثالث: خصائص عينة البحث	**100**
المبحث الثاني: الإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها	**102**
المطلب الأول: عادات وأنماط استخدامات الطلبة لتطبيقات التواصل الاجتماعي	**102**
المطلب الثاني: دوافع استخدامات الطلبة لتطبيقات التواصل الاجتماعي، و الاشباعات المحققة منها	**108**
المطلب الثالث: طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي	**115**
المطلب الرابع: العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي	**131**

المطلب الخامس: علاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.	**143**
نتائج الدراسة ومناقشة الفرضيات	**164**
الخلاصة العامة للدراسة	**177**
قائمة المصادر والمراجع	**181**

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة (معامل ألفا كرونباخ)	17
02	مفتاح التصحيح وفق مقياس ليكرت الثلاثي	18
03	المتوسط المرجح بالأوزان وطول الفترة	18
04	يمثل توزيع العبارات الايجابية والسلبية في استمارة الاستبيان	18
05	يمثل عينة الدراسة	22
06	توضيح الاختلاف بين Web 1.0 و2.0 و3.0	72
07	يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير الجنس.	100
08	يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير السن	101
09	يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى الدراسي	101
10	يمثل درجة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي	102
11	يمثل الساعات التي يقضيها أفراد عينة الدراسة على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي.	103
12	يمثل الفترة الزمنية التي يستخدم فيها افراد عينة الدراسة تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي	104
13	يمثل أنواع مواقع التواصل الاجتماعي التي يستعملها افراد عينة الدراسة	105
14	يمثل اختبار (كا) للكشف عن فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في عادات وانماط استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السن.	106
15	الدوافع الأساسية وراء استخدام أفراد عينة الدراسة لتطبيقات التواصل الاجتماعي	108
16	يمثل اعتقاد أفراد عينة الدراسة لمدى تحقيق التطبيقات الرقمية لاشباعات معينة عند استخدامهم لها.	110
17	يمثل أهم الاشباعات التي تحققها التطبيقات الرقمية لأفراد عينة الدراسة عند استخدامهم لها	110

18	يمثل نتائج اختبار (كا) للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دوافع استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى (لمتغير المستوى التعليمي).	112
19	يمثل وتمثلات أفراد عينة الدراسة حول التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي.	115
20	يمثل نتائج اختبار t. Test لعينتين مستقلتين للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس	128
21	يمثل نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السن	129
22	يمثل نتائج اختبار بيرسون (Pearson) للكشف عن وجود علاقة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين حجم استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة تمثلاتهم للتقنيات الذكية الموظفة بها.	130
23	يمثل تمثلات الطلبة حول العوامل التي تشكل تصوراتهم نحو التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي	131
24	يمثل نتائج اختبار(t. Test) لعينتين مستقلتين للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس	139
25	يمثل نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي.	140
26	يمثل نتائج اختبار معامل الارتباط سيبرمان (Spearman)، للكشف عن وجود علاقة ارتباطية عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين السعي لتحقيق الإشباعات الاجتماعية وبين الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية، في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي	141
27	يمثل نتائج اختبار معامل الارتباط سيبرمان (Spearman)، للكشف عن وجود علاقة ارتباطيه عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين السعي لتحقيق الإشباعات التعبيرية وبين الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية، في تشكيل الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي	142
28	يمثل توجهات أفراد عينة الدراسة حول العلاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي وانماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي	143

29	يمثل نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للكشف عن وجود أثر عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لطبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية في توجيه وتشكيل أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي	155
30	يمثل نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وانماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي تعزى لمتغير السن	157
31	يمثل نتائج اختبار معامل الارتباط سيبرمان (Spearman)، للكشف عن وجود علاقة ارتباطية عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين كثافة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وتمثلاتهم للتقنيات الذكية المدمجة فيها وانعكاساتها على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي	158
32	نتائج اختبار معامل الارتباط سيبرمان (Spearman)، للكشف عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى سعي الطلبة لتحقيق الإشباعات الترفيهية وبين درجة تبنيهم لأنماط استهلاك اندماجية للمحتوى الرقمي المقترح خوارزميا.	159
33	نتائج اختبار معامل الارتباط سيبرمان (Spearman)، للكشف عن وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين العوامل التعليمية (الوعي العلمي والأكاديمي/ الثقافي) في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي، وانماط الا استهلاك الرقمي الموجه خوارزميا لاهتمامات واحتياجات الطلبة	160

قائمة الأشكال

رقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	توزيع عينة الدراسة تبعا لمتغير الجنس	100
02	يمثل توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لمتغير السن	101
03	يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى الدراسي	101
04	يمثل درجة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي	102
05	يمثل الساعات التي يقضيها أفراد عينة الدراسة على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي.	103
06	يمثل الفترة الزمنية التي يستخدم فيها افراد عينة الدراسة تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي	104
07	يمثل أنواع مواقع التواصل الاجتماعي التي يستعملها افراد عينة الدراسة	105
08	الدوافع الأساسية وراء استخدام افراد عينة الدراسة لتطبيقات التواصل الاجتماعي	109
09	يمثل اعتقاد أفراد عينة الدراسة لمدى تحقيق التطبيقات الرقمية لاشباعات معينة عند استخدامهم لها.	110
10	يمثل أهم الاشباعات التي تحققها التطبيقات الرقمية لافراد عينة الدراسة عند استخدامهم لها	111

مقدمـــــة

مقدمة:

كلنا انتابنا ذلك الشعور بالريبة والاستغراب عندما تظهر على شاشات هواتفنا محتويات رقمية مختلفة، في شكل فيديوهات أو نصوص أو إعلانات تشبع حاجاتنا وتطابق اهتماماتنا، دون أن نكلف أنفسنا عناء البحث عنها، ليزداد هذا الذهول عندما ندرك أن تلك المواد الرقمية لم تكن سوى كلمات عابرة تداولناها في حديث شخصي مع أحدهم، والأغرب من ذلك كله، قد تكون مجرد فكرة حبيسة في عقولنا لم ننطق بها بعد.

إن هذا المشهد اليومي المثير للكثير من التساؤلات يمثل واجهة لتحولات كبيرة يشهدها ميدان الاتصال الإنساني بفعل التقدم التكنولوجي المتسارع، وخاصة مع ظهور الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في مواقع التواصل الاجتماعي، هذا التوظيف ألغى دورها القديم كمنصات مخصصة للمحادثة والتفاعل، وحولها إلى مواقع ذكية هي من تتحكم فيما يشاهده و يسمعه ويقرأه المستخدم.

بناء على ذلك، تعد هذه الاستجابة الادراكية أمام شاشات الهواتف الدافع الرئيسي الذي يجعل المستخدمين يبنون تصوراتهم وفهمهم الخاص حول هذه التقنيات الذكية، وهو ما يعبر عنه علميا بمفهوم "التمثلات الاجتماعية"، فالإنسان عندما يواجه في حياته شيئا يصعب عليه فهم كيفية عمله، يبدأ عقله تلقائيا في رسم صور وتفسيرات بسيطة ليشرح بها ما يحدث، وهو نفس الشيء الذي يحدث بالنسبة لتقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي، كأن يشعر المستخدم بأن هاتفه يسمعه أو يستطيع قراءة أفكاره.

وإذا كانت هذه التمثلات سمة عامة لدى جمهور الفضاء الرقمي، فإنها تتخذ أبعادا أكثر حيوية ووضوحا لدى فئة الطلبة الجامعيين، باعتبارهم الطائفة الأكثر انغماسا في البيئة الرقمية والأسرع تبنيا واستعمالا لتقنياتها، وفي هذا السياق يساهم التصفح اليومي في تحويل هذه التمثلات الفردية إلى وعي جمعي وفهم مشترك يتقاسمه الطلبة فيما بينهم، من خلال تبادل الخبرات والتجارب حول كيفية توجيه هذه المواقع لخياراتهم، وتشكل هذه الأفكار والصور الذهنية التي تتكون في عقولهم حول هذه التقنيات الذكية المحرك الأساسي الذي يوجه سلوكهم الاتصالي، ويتحكم في كيفية تفاعلهم واستهلاكهم للمحتوى في هذا الفضاء الرقمي.

من هذا المنطلق، يتحدد الهدف الرئيس لهذه المذكرة في دراسة طبيعة العلاقة بين تمثلات الطلبة حول التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، وذلك من خلال الكشف عن أبعاد هذه التمثلات ومرتكزاتها المعرفية والقيمية، وفهم

انعكاساتها على طبيعة استخدامهم وسلوكهم الاستهلاكي في ظل الهيمنة الخوارزمية التي توجه خيارات المستخدمين، ولتحقيق هذا الهدف اعتمدنا خطة منهجية متكاملة اشتملت على التقسيمات التالية:

الإطار المنهجي: قمنا في هذا الجزء بتحديد الإشكالية وصياغة التساؤلات والفرضيات، وضبط المفاهيم الإجرائية، وتحديد المنهج المعتمد وأدوات جمع البيانات، إضافة إلى تحديد مجتمع الدراسة وعينتها، والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل المعطيات، بما يضمن انسجامًا منهجيًا ودقة علمية في معالجة موضوع الدراسة، لنقوم بعدها بتحديد المصطلحات و المفاهيم التي تناولتها الدراسة، حيث قمنا بتفكيك المصطلحات المركبة و تعريفها لغويا و اصطلاحا و إجرائيا، بعد ذلك قمنا بتحديد مجالات الدراسة، إلى جانب عرض الدراسات السابقة التي استندنا عليها في دراستنا، و كذا استعراض أهميتها و نتائجها والتعقيب عليها.

أما الإطار النظري، فتم تقسيمه إلى ثلاثة فصول مترابطة، تشكل في مجملها الخلفية المعرفية التي تستند إليها الدراسة، ويمكن تلخيص محتواها كما يلي:

جاء الفضل الأول بعنوان "مدخل إلى التمثلات الاجتماعية "حيث تضمن تمهيدا نظريا يؤطر المفهوم، وثلاثة مباحث أساسية، تناول المبحث الأول مفهوم التمثلات الاجتماعية من حيث تعريفها ونشأة النظرية وأهم روادها، وفي مقدمتهم Serge Moscovici، مع عرض خصائصها وأسُسها ووظائفها داخل البناء الاجتماعي، والتمثلات الاجتماعية كمحدد للسلوك، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه، **التمثلات الاجتماعية** في سياق التكنولوجيا الحديثة، حيث جاء هذا المبحث لربط الإطار النظري بسياق التحولات الرقمية المعاصرة، حيث تناول المطلب الأول مفهوم التمثلات في البيئة الرقمية،و في المطلب الثاني قمنا بعرض خصائصها واليات تشكل التمثلات في البيئة الرقمية.

أما الفصل الثاني فجاء موسوما بـ: التقنيات الذكية في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث اشتمل على تمهيد عام للموضوع، ثم تم التطرق في المبحث الأول إلى ماهية الذكاء الاصطناعي من حيث تعريفه ونشأته وتطوره، أنواعه ومجالات استخدامه. فيما جاء المبحث الثاني بعنوان التقنيات الذكية وتوظيفها في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تناولنا في المطلب الأول مفهوم التقنيات الذكية في حين تطرق المطلب الثاني إلى مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، ثم المطلب الثالث الذي تم فيه عرض أشكال توظيف هذه التقنيات داخل المنصات الرقمية.

إما الفضل الأخير من الإطار النظري فعنون بـ: المحتوى الرقمي والتقنيات الذكية، يتناول العلاقة بين المحتوى الرقمي والتقنيات الذكية في البيئة الاتصالية المعاصرة، مع التركيز على انعكاس ذلك على أنماط استهلاك الطلبة للمحتوى الرقمي، المبحث الأول: مفهوم المحتوى الرقمي: يتضمن تعريف المحتوى الرقمي، وخصائصه في البيئة الرقمية، ووظائفه الإعلامية والتعليمية والترفيهية داخل الفضاء الاتصالي الحديث.

أما المبحث الثاني فيعالج تصنيفات المحتوى الرقمي حسب الشكل والهدف والمصدر، إضافة إلى تحليل أنماط استهلاكه عبر المنصات الرقمية مثل Facebook و Instagram و TikTok، مع إبراز دوافع التفاعل والاستخدام.

فيما يتناول المبحث الثالث أشكال توظيف التقتيات الذكية في صناعة المحتوى الرقمي، ودورها في إنتاج المحتوى الرقمي وتحريره وتوزيعه، إضافة إلى تأثير الخوارزميات في توجيه تفضيلات المستخدمين وتشكيل تمثلاتهم.

الإطار التطبيقي: فتضمن فصلا واحدا جاء بعنوان: اثر تمثلات الطلبة للتقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط استهلاك المحتوى الرقمي، حيث تناولنا في المبحث الأول التعريف بالجامعة محل الدراسة واستعراض خصائص عينة البحث، أما المبحث الثاني فخصص للإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها،بما أفضى إلى الوصول لنتائج تجيب على إشكالية الدراسة، وتم في الختام تقديم خلاصة شاملة للدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

الإطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية:

في سياق التطور التكنولوجي والرقمي الذي نشهده اليوم، يبرز الذكاء الاصطناعي بشكل كبير كمجال بحثي وعلمي ذو أهمية بالغة، فلو عدنا إلى بداياته الأولى التي كانت مرتبطة بأفكار بعض الباحثين في مجال علوم الحاسوب، من أمثال العالم الأمريكي "**جون ماكارثي**"و" **مارفين مينسكي**"، في محاولة منهم لمحاكاة وتقليد بعض عمليات العقل البشري داخل الأنظمة الآلية، حيث قاموا في مؤتمر "دارموث" سنة 1956 ولأول مرة باستعمال مصطلح الذكاء الاصطناعي، فكان هذا المؤتمر بمثابة البداية الرسمية لعلم الذكاء الاصطناعي، قبل أن يتوسع مجاله تدريجيا ليشمل أغلب الوظائف الذهنية للعقل البشري، ومن أبرزها وظيفة "التعلم"، هذا التطور أدى لاحقا إلى دمج الذكاء الاصطناعي داخل جميع مناحي الحياة البشرية تقريبا، ومن بينها المنصات الرقمية، وخاصة تلك المرتبطة بالتواصل الاجتماعي، بفضل قدرته الكبيرة في تحليل وفهم رغبات وتوجهات المستخدم وتوجيه المحتوى وفق تفاعلاته داخل هذه المنصات.

وفي ذات السياق يعود ظهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى بداية الألفية الجديدة، والتي كانت في بادئ الأمر منصات مبنية على فكرة إنشاء حسابات شخصية للتواصل وتبادل المحتوى والتفاعل بين المستخدمين، ولكن مع مرور الوقت شهدت هذه المواقع تطورا كبيرا من حيث وظائفها بعد تسجيلها لانتشار واسع في كل أنحاء العالم وبين كل فئات وشرائح المجتمعات.

ومع إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي سنة 2006، كبداية على موقع "**فيسبوك**" حيث تم توظيف خوارزميات بسيطة كانت محصورة على وظيفة ترتيب المحتوى "**News Feed**" واقتراح الأصدقاء وفق اهتمامات المستخدمين، ليعرف ابتداء من سنة 2011 تطورا كبيرا، أين أصبح ظهوره بشكل أوضح في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال خوارزميات التوصية، والتعرف على الوجوه في الصور، وكذا تحليل سلوك المستخدمين، ليشهد منذ سنة 2016 إلى يومنا هذا تحولا كبيرا مع إدخال أنظمة ذكية ذات خصائص متطورة، ومن أبرزها خاصيتي تعلم الآلة "Machine Learning" والتعلم العميق "Deep Learning"، أين أصبحت طريقة عرض المحتوى مرتبطة بشكل مباشر ببيانات المستخدم وسلوكه داخل المنصة من حيث البحث والتفاعل ونوع المحتوى الذي يستهلكه.

هذا التوظيف وإن كان يحمل في طياته جملة من الجوانب الإيجابية مثل تسهيل الوصول إلى المعلومة، وتحسين جودة المحتوى الرقمي وتنوعه، وكذا سعيه لإشباع رغبات المستخدم، إلا أنه أصبح يثير عدة تساؤلات حول طبيعة التحكم الخفي لهذه التقنيات الذكية، خاصة فيما يتعلق بحماية خصوصيات المستخدم، وهو ما يمكن أن ينعكس سلبا على اختياراته واهتماماته.

وفي هذا الإطار يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي تغيرت جذريا بفضل هذا التوظيف، فبعد أن كانت منصات مخصصة للتواصل والنشر، حيث كانت المنشورات تظهر حسب الترتيب الزمني، تحولت نتيجة دمج هذه التقنيات إلى منصات ذكية تعتمد على خوارزميات تحليل بيانات المستخدم ومراقبة سلوكه، وكذا أتمتة التفاعل من خلال روبوتات حوارية وحسابات آلية تنتج محتويات مولدة آليا تشبه تلك المحتويات البشرية، بل تفوقها جودة وجمالية، حيث أصبح المستخدم لهذه المواقع لا يستطيع التفريق بينها.

ونتيجة لذلك عرفت مواقع التواصل الاجتماعي نموا كبيرا من حيث كثافة الاستخدام، فقد أظهرت دراسة أجراها سنة 2025 فريق "هوية المستخدم" التابع لمنصة DataReportal (*)، إلى أن عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بلغ حوالي 5.66 مليار مستخدم، أي حوالي 70% من سكان المعمورة، ما معناها أن أكثر من 2 من كل 3 أشخاص في العالم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء موقع فيسبوك أولا بـ 3.8 مليار مستخدم، يليه موقع يوتيوب بـ 2.7 مليار مستخدم، ثم موقع واتساب بـ 2.5 مليار مستخدم، وانستغرام بـ 2 مليار مستخدم، ثم موقع تيك توك بـ 1.3 مليار مستخدم، وهذه الأرقام مرشحة للارتفاع بنسبة نمو تقدر بـ 4.87%، أي مستخدم جديد كل 7.8 ثانية. [1]

ان هذه الأرقام تبين مدى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي حول العالم وكثافة استخدامها، خاصة لدى فئة الشباب، وأن التواصل عبر الإنترنت صار جزءا لا يتجزأ من الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للمجتمعات، وهو ما أفرز تغييرات كبيرة في سلوك المستخدمين من حيث طرق استهلاك المحتوى الرقمي، وتكوين الرأي والتفاعل الاجتماعي، وهذا ما أثار مجموعة من المخاوف، من أبرزها عدم وعي المستخدمين بآليات عمل التقنيات الذكية الموظفة في هذه المواقع، فقد تكون بياناتهم الشخصية عرضة للاستخدام بطريقة غير أخلاقية، مما قد يجعلهم معرضين لمحتوى موجه بشكل يثير الريبة والتساؤلات، وكل هذا يؤدي في النهاية إلى بناء تصورات حول هذه التقنيات وآليات عملها لدى هؤلاء المستخدمين، هذه التمثلات قد تتجاوز في أغلب الأحيان المستوى المعرفي، لترتبط

[1] DataReportal, *Global Social Media Statistics*, octobre 2025, consulté le 9 avril 2026, https://datareportal.com/social-media-users

*هو مركز بيانات عالمي متخصص في جمع وتحليل الإحصاءات الرقمية والرقمية الاجتماعية حول العالم

أيضا بطرق الاستخدام وأنماط استهلاك المحتوى الرقمي، وقد يكون لها أثر مباشر أو غير مباشر على سلوكهم الرقمي.

وقد جاءت هذه الدراسة لتحاول الوقوف على تأثير طبيعة تمثلات الطلبة الجامعيين للتقنيات الذكية في مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، ومن أجل تحقيق هذا الهدف قمنا بدراسة عينة من طلبة جامعة البويرة، ويتمثل السؤال الرئيسي لهذه الدراسة فيما يلي:

ما أثر تمثلات الطلبة لتقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي؟

وانطلاقا من السؤال الرئيسي للدراسة، وبهدف الإحاطة بالموضوع من مختلف جوانبه، قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل فيما يلي:

- ما هي عادات وأنماط استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي دوافع استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، وما هي الإشباعات المحققة منها؟
- ما هي طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل هناك علاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي؟

2- فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في عادات وأنماط استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السن.

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دوافع استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيري الجنس والسن.

الفرضية الرابعة: توجد علاقة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين حجم استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة تمثلاتهم للتقنيات الذكية الموظفة بها.

الفرضية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الفرضية السادسة: توجد علاقة ارتباطيه عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين السعي لتحقيق الإشباعات الاجتماعية وبين الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية، في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي

الفرضية السابعة: توجد علاقة ارتباطيه عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين السعي لتحقيق الإشباعات التعبيرية وبين الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية، في تشكيل الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي.

الفرضية الثامنة: يوجد أثر عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لطبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية في توجيه وتشكيل أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي.

الفرضية التاسعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي تعزى لمتغير السن.

الفرضية العاشرة: توجد علاقة ارتباطيه عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين كثافة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وتمثلاتهم للتقنيات الذكية المدمجة فيها وانعكاساتها على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.

الفرضية الحادية عشر: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى سعي الطلبة لتحقيق الإشباعات الترفيهية وبين درجة تبنيهم لأنماط استهلاك اندماجية للمحتوى الرقمي المقترح خوارزميا.

الفرضية الثانية عشر: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين العوامل التعليمية (الوعي العلمي والأكاديمي/ الثقافي) في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي، وأنماط إلا استهلاك الرقمي الموجه خوارزميا لاهتمامات واحتياجات الطلبة.

3- مقاربة الدراسة:

يحتاج الباحث دائما إلى طريق واضح يمشي فيه، وخلفية نظرية يستند عليها في بحثه، فكما يقول "موريس أنجرس"، فإن النظرية هي التي تساعدنا على فهم الواقع وترتيب أفكارنا"، بحيث تستخدم كدليل لإعداد البحوث نظرا إلى ما توفره من تأويلات عن الواقع، وهي تضمن توضيحا وتنظيما أوليا للمشكل[1]" وفي دراستنا هذه، بعد الاطلاع على مختلف النظريات الأساسية التي تشكل البنية الأساسية لعلوم الإعلام و الاتصال، رأينا أن فهم هذه الظاهرة يتطلب عدم الاكتفاء بمقاربة واحدة، والتي قد تركز إما على البنية المعرفية للمستخدمين أو على سلوكياتهم الاستهلاكية، بمعزل عن بعضها البعض، لذا، نقترح في هذه الدراسة تبني مقاربة نظرية مزدوجة تجمع بين نظرية التمثلات الاجتماعية ونظرية الاستخدامات والإشباعات، نرى أنهما الأقرب إلى مشكلة بحثنا والأنسب من حيث الأفكار و الآليات،وذلك بهدف الوصول إلى فهم أعمق و تفسير الظاهرة محل الدراسة.

- **نظرية التمثلات الاجتماعية (Social Representations Theory)** تعد نظرية التمثلات الاجتماعية، التي طورها "سيرج موسكوفيشي"، مدخلا أساسيا لفهم و تحليل كيفية تكون التمثلات و الفهم المشترك حول مختلف الظواهر خاصة الجديدة منها والمعقدة، لدى الأفراد أو الجماعات، ومن أبرز هذه الظواهر الجديدة، تقنيات الذكاء الاصطناعي،حيث "يعرَّف التمثل الاجتماعي بأنه منظومة من المعارف والقيم والأفكار والممارسات التي تتيح لأفراد جماعة ما فهم وتفسير واقعهم الاجتماعي والتواصل بشأنه. ويتشكل هذا التمثُّل عبر عمليتين أساسيتين: الإرساء(Anchoring) ، وتعني ربط المفهوم الجديد (الذكاء الاصطناعي) بفئات وتصورات مألوفة وموجودة مسبقاً في ذهن الفرد (مثل المساعد الشخصي الذكي، أو الخطر الذي يهدد الوظائف)، وعملية التجسيد(Objectification) ، التي تحوّل المفهوم المجرد إلى صورة حسية ملموسة (كصورة الروبوت أو الخوارزمية)"[2]، في سياق هذه الدراسة، يُفترض أن تمثلات الطلبة حول الذكاء الاصطناعي تتشكل من خلال تجربتهم اليومية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تتجسد هذه التقنيات في شكل خوارزميات التوصية وتخصيص المحتوى، مما قد يؤدي إلى بناء تمثلات إيجابية (كأداة مفيدة وموفرة للوقت) أو سلبية (كأداة تلاعب أو انتهاك للخصوصية.

[1] إسماعيل حماني، علاقة التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية بالت وافق النفسي الاجتماعيلدى الشباب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال،جـامعةالجزائر 3، 2020/2019، ص 10

[2] Chen, L., Chen, P., & Lin, Z., "Artificial Intelligence in Education: A Review", *IEEE Access*, vol. 8, 2020, pp. 75264-75278

الإطار المنهجي للدراسة:

➢ نظرية الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratifications Theory)

توفر نظرية الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratifications Theory) الإطار اللازم لتحليل الجانب السلوكي النشط للمستخدمين، و تنطلق هذه النظرية من فرضية أساسية مفادها أن الجمهور لا يعتبر فقط متلقيا سلبيا لرسائل وسائل الإعلام، وإنما مستخدم فاعل يختار بوعي مضامين معينة ووسائل محددة بهدف إشباع حاجات نفسية واجتماعية متنوعة[1]، ويمكن تصنيف هذه الحاجات إلى فئات عدة، منها الحاجات المعرفية (مثل الحصول على معلومات)، والحاجات العاطفية (كالترفيه والهروب من الواقع)، والحاجات التكاملية الشخصية (كتعزيز المصداقية والمكانة)، وحاجات التكامل الاجتماعي (كالتواصل مع الأصدقاء والشعور بالانتماء[2]، وبناء عليه ، فإن أنماط استهلاك الطلبة للمحتوى الرقمي (مثل التصفح السريع، أو المشاهدة المعمقة، أو المشاركة النشطة) لا تعدو كونها استجابات سلوكية تهدف إلى تحقيق إشباعات محددة، إن القوة التحليلية لهذه الدراسة تكمن في الربط المنهجي بين هاتين النظريتين، حيث يمكن الافتراض أن طبيعة تمثلات الطلبة للذكاء الاصطناعي (كما تحللها نظرية التمثلات الاجتماعية) تؤثر بشكل مباشر على طبيعة الحاجات التي يسعون إلى إشباعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي على أنماط استهلاكهم للمحتوى، فقد يستخدمون المنصات بشكل استكشافي لإشباع حاجاتهم المعرفية، مما يقودهم إلى نمط استهلاكي يتسم بالتعمق والتنويع، في المقابل، الطالب الذي يتبنى تمثّلا سلبيا للذكاء الاصطناعي "**كأداة للتضليل وسرقة الانتباه**"، قد يحد من استخدامه للمنصات لإشباع الحاجات الاجتماعية الأساسية فقط، أو قد يطور نمطا استهلاكيا حذرا، ويشير هذا إلى أن التمثلات الاجتماعية تعمل كموجه للسلوك الإعلامي من خلال تحديد أولويات الإشباعات المنشودة، وبناء على هذا الإطار النظري المزدوج، الذي يجمع بين البعد المعرفي الاجتماعي والبعد السلوكي الفردي، سيتم في الفصل التالي تصميم الأدوات المنهجية الملائمة للتحقق من هذه الفرضيات، ويسمح هذا الربط بتحليل أعمق يتناول دور المعاني المشتركة والفاعلية الفردية في تشكيل الممارسات الرقمية المعاصرة.

[1] Katz, E., Haas, H., &Gurevitch, M., "On the Use of the Mass Media for Important Things", *American SociologicalReview*, vol. 38, n° 2, 1973, pp. 164-181

[2] Dwivedi, Y. K., et al., "Impact of COVID-19 pandemic on information management research and practice: Transformingeducation, work and life", *International Journal of Information Management*, vol. 55, 2020, p. 102211.

4- أسباب اختيار الموضوع:

لقد قمنا باختيار هذا الموضوع نظرا لعدة منها أسباب ذاتية وأخرى موضوعية، من أبرزها ما يلي:

أولا: الأسباب الذاتية

- كوني باحثا في تخصص علوم الإعلام والاتصال، أرى أن موضوع العلاقة بين التقنيات الذكية والمحتوى الرقمي يمثل مجالا مهما يستوجب الدراسة.
- اهتمامي الشخصي بمتابعة التطورات التكنولوجية وتأثيرها على المستخدمين خاصة الطلبة الجامعيين، بحكم احتكاكي اليومي بالوسط الجامعي.
- رغبتي في فهم كيفية إدراك الطلبة للتقنيات الذكية، وانعكاس ذلك على سلوكهم في استهلاك المحتوى الرقمي.
- طموحي لإنجاز دراسة تجمع بين البعد النظري والتطبيق الميداني بما يثري مساري الأكاديمي.

ثانيا: الأسباب الموضوعية

- نقص الدراسات التي تناولت العلاقة بين تمثلات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول التقنيات الذكية الموظفة فيها وأنماط استهلاكهم للمحتويات الرقمية
- الانتشار الواسع للتقنيات الذكية داخل منصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها المباشر في طبيعة المحتوى الرقمي.
- الدور المتزايد للمحتوى الرقمي في تشكيل معارف واتجاهات الطلبة.
- الحاجة إلى دراسات تربط بين التمثلات الاجتماعية حول التقنيات الذكية وأنماط الاستهلاك الرقمي في السياق الجامعي الجزائري.
- مساهمة الموضوع في مواكبة التحولات الرقمية الراهنة داخل حقل الإعلام والاتصال.

5- أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال ما نذكره في النقاط التالية:

- محاولة فهم المحرك الخفي للسلوك الرقمي، فطريقة استهلاك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للمحتوى الرقمي، هي نتيجة "تمثلات" وصور ذهنية مسبقة عن هذه المواقع من جهة، والتقنيات الذكية المدمجة فيها من جهة أخرى.
- مواكبة الثورة الخوارزمية، فنحن نعيش في عصر تحولت فيه مواقع التواصل من منصات لنشر المحتوى، إلى منصات "تصنعه" ذاتيا لتفرضه على المستخدم بفضل التقنيات الذكية الموظفة فيها، ومن هنا تبرز أهمية الدراسة في كونها ترصد استجابة الفئة الأكثر حيوية في المجتمع (الطلبة) لهذه التحولات، وكيف يساهم الذكاء الاصطناعي في بناء تمثلاتهم حوله، وتأثيره على استخداماتهم الرقمية.
- سد الفجوة بين التقني والاجتماعي، فغالبا ما يتم دراسة التقنيات الذكية والذكاء الاصطناعي من جانب تقني محض، لكن هذه الدراسة تمنحها "وجها إنسانيا" باعتبارأنها تحاول فهم الأثر السوسيولوجي والنفسي للذكاء الاصطناعي وتقنياته على الطلبة، وعلى كيفية رؤيتهم لمواقع التواصل الاجتماعي بعد إدماج التقنيات الذكية فيها، مما يجعلها مرجعا لفهم التغيرات القيمية والاجتماعية التي تفرضها التكنولوجيا على مستخدميها.
- تفتح هذه الدراسة آفاقا جديدة لفهم "**سيكولوجية الجمهور الرقمي**"، مما يساعد على بناء استراتيجيات تتوافق مع تمثلات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، للمحتوى الرقمي المولد بالذكاء الاصطناعي، وتطلعاتهم، وتوجهاتهم.

6- أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف العام لهذه الدراسة إلى فهم أثر تمثلات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي للتقنيات الذكية على نمط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، أما الأهداف الفرعية لهذه الدراسة تتمثل فيما يلي:

- محاولة معرفة عادات وأنماط استخدامات الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي.
- محاولة الكشف عن دوافع استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة منها.
- محاولة التعرف على طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في شبكات التواصل الاجتماعي.

- محاولة الكشف عن العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في شبكات التواصل الاجتماعي.
- محاولة رصد العلاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في شبكات التواصل الاجتماعي وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.

7- منهج الدراسة:

لإجراء دراسة ناجحة لأي ظاهرة من الظواهر التي تستدعي تشخيصا، قصد فهمها وتفسيرها، يجب على الباحث إتباع منهج علمي واضح، للوصول إلى الإجابة على مشكلة بحثه فقد عرف المنهج العلمي أنه: "عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث، وبالتالي فالمنهج ضروري للبحث إذ هو الذي ينير الطريق ويساعد الباحث في ضبط أهداف ومساعي وأسئلة وفروض البحث[1]."

كما يعرفه "موريس أنجرس" أنه: "الطريقة الصحيحة والمنظمة والدقيقة وفقا لمنطق غير مرن، وهو مسعى صارم تترتب عليه نتائج ملائمة، أي هو عبارة عن سلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي إتباعها بطريقة منظمة ومنسقة بغرض الحصول على نتائج ملائمة[2].
لذلك اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي من خلال الأسلوب المسحي باعتباره أحد الأساليب الأساسية فيه، حيث تم تعريف المنهج الوصفي حسب الباحث محمد زيان بأنه: "دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي دون أي تدخل من قبل الباحث، أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية كما هو الحال في المنهج التجريبي."

كما يعرف الأسلوب المسحي على أنه: "أحد أهم مناهج البحث الوصفي، حيث يهدف إلى جمع البيانات من عينة من الأفراد باستخدام أدوات محددة، بغرض وصف الظاهرة وتحليلها"، ولقد كان اختيارنا للمنهج الوصفي بالاعتماد على الأسلوب المسحي نابعا من طبيعة تساؤلات الدراسة الحالية وذلك بغرض الإجابة عن تساؤلات الدراسة المتعلقة بعادات ودوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، وطبيعة تمثلاتهم للتقنيات الذكية والعوامل المشكلة لها، وكذا معرفة علاقتها بأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، حيث يتيح هذا لنا المنهج لنا استخدام الاستبيان كأداة عملية لجمع البيانات ووصف هذه الظاهرة وتحليلها بدقة كما هي في الواقع.

[1] رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1 ،الجزائر، 2002 ، ص 119
[2] ي رشيد زرواتي، المرجع نفسه، ص120

8- أدوات الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان، حيث قمنا بتصميم استمارة استبيانيه أولية تغطي خمسة محاور أساسية، بالإضافة إلى محور البيانات الشخصية، وذلك على النحو التالي

- **محور البيانات الشخصية:** وضم ثلاثة **(3)** أسئلة تتعلق بتحديد ومعرفة الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة، وهي: **الجنس، السن، والمستوى الدراسي.**
- **المحور الأول: عادات وأنماط استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.**وُضع فيه أربعة **(4)** أسئلة حاولنا من خلالها التعرف على أنماط وعادات استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، وهي كل من الأسئلة رقم **(1، 2، 3، .4)**
- **المحور الثاني: دوافع استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، والإشباعات المحققة منها.** وُضع فيه سؤالان اثنان وهما السؤالان رقم (6 و 7) حاولنا من خلالهما التعرف على الدوافع الأساسية (ترفيهية، إعلامية، أكاديمية...) التي تحرك الطلبة نحو استخدام هذه المواقع، ونوعية الإشباعات (معرفية، اجتماعية، نفسية...) المحققة من وراء ذلك.
- **المحور الثالث: طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي،** من أجل بحث طبيعة التصورات الذهنية والآراء تجاه التقنيات الذكية، قمنا بإعداد مقياس يضم **ثمانية عشر (18عبارة)**، حاولنا من خلالها استقصاء تمثلات الطلبة لتقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي.
- **المحور الرابع: العوامل المؤثرة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي.**وُضع فيه **اثنتا عشرة (12) عبارة** حاولنا من خلالها رصد وتحليل المصادر والعوامل السوسيو– ثقافية والمعرفية التي ساهمت في بناء وتشكيل تلك التمثلات لدى الطلبة.
- **المحور الخامس: العلاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي،** من أجل بحث العلاقة الارتباطية بين التمثلات وأنماط الاستهلاك، قمنا بإعداد مقياس يضم **عشرين (20) بندا (عبارة)**، تهدف إلى رصد أثر تلك التمثلات على السلوك الاستهلاكي الرقمي لدى المستخدم (مثل الحذر، الاعتماد على التوصيات، أو الاستهلاك النقدي...الخ.

9. إجراءات الصدق والثبات:

تم التحقق من صدق أداة الدراسة (الاستبيان) من خلال مجموعة من الإجراءات العلمية التي تهدف إلى ضمان قياس الأداة لما وضعت لقياسه بدقة وموضوعية، وقد تمثلت هذه الإجراءات فيما يلي:

1- الصدق الظاهري:

تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال، وذلك بهدف التأكد من مدى وضوح العبارات وسلامة صياغتها اللغوية، ومدى ملاءمتها لموضوع الدراسة وأهدافها.

وقد أسفر التحكيم عن مجموعة من الملاحظات والتوجيهات العلمية، تم على إثرها تعديل بعض العبارات وإعادة صياغة بعضها الآخر وحذف أو استبدال ما لم يكن ملائما، مما ساهم في تحسين جودة الأداة ورفع مستوى دقتها.

2- الثبات:

قمنا باختبار ثبات مقاييس الاستبيان الثلاث عن طريق توزيع الاستمارة على عينة من أفراد الدراسة، وبعد مرور أسبوع من التوزيع الأول قمنا بإعادة توزيعها وتم احتساب معامل الثبات باستخدام معامل الاتساق الداخلي، ألفا كروم باخ والذي كانت قيمته وفقا لما هو موضح في الجدول أدناه:

المقياس	عدد العبارات	معامل الاتساق الداخلي الفاكرومباخ
طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي	18	0.720
العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي	12	0.672
العلاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وانماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.	20	0.880

جدول رقم (01): نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة (معامل ألفا كرونباخ)

❖ **مفتاح التصحيح:** يوضح الجدول التالي مفتاح تصحيح عبارات المقياس وأوزانها وفق سلم ليكرت الثلاثي.

نوع العبارة	اوافق	محايد	لا اوافق
العبارات الايجابية	3	2	1
العبارات السلبية	1	2	3

الجدول رقم (02): مفتاح التصحيح وفق مقياس ليكرت الثلاثي

➢ **المتوسط المرجح بالأوزان وطول الفترة:**

طول الفترة	التقدير
من 1 إلى 1.66	**منخفض**
من 1.67 إلى 2.33	**متوسط**
من 2.34 إلى 3	**مرتفع**

الجدول رقم (03): يمثل المتوسط المرجح بالأوزان وطول الفترة

➢ **العبارات الايجابية والسلبية:** من خلال الجدول التالي نوضح توزيع عبارات مقياس تمثلات الطلبة نحو التقنيات الذكية، مصنفة إلى عبارات موجبة وسالبة، مع بيان الدرجات المخصصة لكل منها وفق مقياس ليكرت الثلاثي:

يبين الدول التالي توزيع العبارات السلبية والايجابية:

نوع العبارات	ارقام العبارات	المجموع	المجموع العام
المحور الرابع: طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي			
العبارات الايجابية	**02، 05، 06، 08، 09، 11، 14، 16، 18**	**09**	**18**
العبارات السالبة	**01، 03، 04، 07، 10، 12، 13، 15، 17**	**09**	
المحور السادس: العلاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي			
العبارات الايجابية	**01، 05، 07، 11، 13، 15، 17، 18، 19، 20**	**10**	**20**

العبارات السالبة	02، 03، 04، 06، 08، 09، 10، 12، 14، 16	10	

الجدول رقم (04): يمثل ترقيم العبارات الايجابية والسلبية للمقاييس

1-الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد جمع البيانات، تم تفريغها وترميزها باستخدام البرنامج الإحصائي(SPSS) ، وقد اعتمدت الدراسة على مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات وأهداف البحث، وهي:

- التكرارات (Frequencies) والنسب المئوية (%) لوصف خصائص العينة وتوزيعات الإجابات .
- ختبار كا^2 (Chi-Square): لقياس مدى وجود علاقة ارتباطية أو فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، واختبار مدى استقلالية الإجابات وتوزيعاتها.
- المتوسطات الحسابية (Means) والانحرافات المعيارية (Standard Deviation) لتحديد مستوى الاتجاهات والتمثلات .
- معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات الأداة .
- اختبار (T-test) للكشف عن الفروق حسب متغيرات معينة (عند الحاجة).
- تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق بين المجموعات .
- معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة العلاقة بين المتغيرات.
- اختبار معامل الارتباط سيبرمان (Spearman)، للكشف عن وجود علاقة ارتباطية بين السعي لتحقيق الإشباعات الاجتماعية وبين الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية، في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي.
- اختبار الانحدار الخطي البسيط للكشف عن وجود أثر عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لطبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية في توجيه وتشكيل أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي.

10- مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث على أنه "مجموعة الأفراد أو الوحدات التي يختارها الباحث لدراسة ظاهرة معينة بهدف تحقيق أهداف البحث .ويمكن أن يتكون مجتمع الدراسة من أشخاص، مجموعات، أو مؤسسات، بحسب طبيعة البحث والبيانات المطلوبة، ويحدد الباحث هذا المجتمع بدقة لضمان جمع

بيانات محددة وموثوقة تتعلق بالأسئلة البحثية، مما يسهم في الوصول إلى استنتاجات دقيقة وصحيحة."[1]، ويتمثل مجتمع بحث الدراسة الحالية في جميع طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة البويرة، والبالغ عددهم 923طالب وطالبة[2].

11- عينة البحث:

إن المجتمع الأصلي للدراسة يشمل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة، ومن المتعذر الإحاطة به والتعامل معه كله، لذلك كان لابد من استخدام أسلوب المعاينة لاستخراج الفئة التي سيتم استجوابها وفقا للطرق المنهجية التي تحقق أكبر تمثيل ممكن للمجتمع الأصلي، وتعرف العينة على أنها ""نموذج يشمل جانبا أو جزءا من محددات المجتمع الأصلي المعني بالبحث التي تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات" [3] كما يعرفها "موريس انجرس" على أنها " مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث، كما أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا[4].

في هذه الدراسة، تعرَّف العينة إجرائيا بأنها الجزء **من مجتمع الدراسة الأصلي (طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة) الذي تم اختياره وفق أسس ومنهجيات علمية دقيقة**، بحيث يمثل هذا الجزء المجتمع الأصلي تمثيلًا صحيحًا، مما يتيح لنا دراسة خصائصه واستخلاص نتائج قابلة للتعميم، دون الحاجة إلى دراسة جميع مفردات المجتمع، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة التعامل مع كامل المجتمع.

ومن أجل استخراج مفردات عينة الدراسة الحالية اعتمدنا على العينة الطبقية، التي تعرف على أنها "تلك العينة التي يتم فيها تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات متجانسة، ثم يتم اختيار عينة عشوائية

---

[1] المرجع نفسه، ص 156

[2]- حسب وثيقة تم استخراجها من نيابة العمادة المكلفة بالبيداغوجيا وشؤون الطلبة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة البويرة.

[3] الديلمي، عصام حسن وصالح، علي عبد الرحيم،البحث العلمي أسسه ومناهجه، الطبعة الأولى، الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، الاردن،2014 ص 74

[4] محمد، در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، العدد 09، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتتوزيع2017 ، ص 325.309

من كل طبقة بما يتناسب مع حجمها في المجتمع الأصلي[1]، وتعرف أيضا أنها عينة يتم اختيارها بعد تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات أو فئات متجانسة وفق خاصية أو أكثر، ثم يُسحب من كل طبقة عدد من المفردات بطريقة عشوائية، بحيث تكون كل طبقة ممثلة في العينة""[2].

في إطار هذه الدراسة، تعرَّف العينة الطبقية إجرائيا بأنها **الأسلوب الذي تم اعتماده لتقسيم مجتمع الدراسة (طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة) إلى طبقات متجانسة وفق متغيرات محددة (السنة الدراسية)**، ثم تم اختيار عدد من المفردات من كل طبقة بطريقة عشوائية "من حيث حصر عدد العينة الإجمالي" وبشكل يتناسب مع حجمها في المجتمع الأصلي، من خلال تطبيق المعادلة الرياضية في استخراج حجم العينة من كل طبقة، وذلك قصد ضمان تمثيل جميع فئات المجتمع تمثيلا دقيقا داخل عينة الدراسة.

وتأسيسا على ما سبق، قمنا بتوزيع الاستبيان الذي يعرف على انه " أداة لجمع البيانات من أفراد مجتمع البحث بطريقة منظمة ومحددة، حيث تحتوي على مجموعة من الأسئلة التي يجيب عنها المستجيبون بأنفسهم أو بمساعدة الباحث، وتستخدم للحصول على معلومات دقيقة حول الظواهر أو الآراء أو الخصائص المراد دراستها[3]"،على عينة كان قوامها 85 طالبا وطالبة من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة، وقد تم اعتبار كل مستوى دراسي على أساس أنه طبقة، وتم استخراج العينة وفقا للاتي:

- حجم العينة المراد استخراجها من المجتمع الأصلي 85 مفردة، والعدد الإجمالي لطلبة علوم الإعلام والاتصال هو 923 طالب وطالبة.
- الطبقة الأولى (السنة الثانية إعلام واتصال)، عددهم: 184 طالبا وطالبة.
- الطبقة الثانية (السنة الثالثة إعلام واتصال)، عددهم: 248 طالبا وطالبة.
- الطبقة الثالثة (السنة الأولى ماستر اتصال وعلاقات عامة)، عددهم: 322 طالبا وطالبة.
- الطبقة الرابعة (السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة)، عددهم:169 طالبا وطالبة

[1] عبيدات، ذوقان وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 105.

[2] أبو علام، رجاء محمود .مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية .دار النشر للجامعات، 2004، ص 189.

[3] ذوقان عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 112

وقانون استخراج العينة الطبقية هو: عدد أفراد الطبقة X عدد العينة المحدد/العدد الإجمالي لمجتمع البحث، وتم استخراج العينة كما يوضح الجدول التالي:

الطبقة	عدد الطلبة	طريقة الاستخراج	عدد المفردات المستخرجة
الطبقة الأولى (السنة الثانية إعلام واتصال)	184	923/85*184	16.94
الطبقة الثانية (السنة الثالثة إعلام واتصال)	248	923/85*248	22.83
الطبقة الثالثة (السنة الأولى ماستر اتصال وعلاقات عامة)	322	923/85*322	29.65
الطبقة الرابعة (السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة)	169	923/85*169	15.56
المجموع			ما يعادل 85 مفردة.

الجدول رقم(05) يمثل عينة الدراسة

11- تحديد المصطلحات والمفاهيم:

1. مفهوم الأثر:

أولاً: تعريف الأثر لغةً

قال ابن منظور: " الأثر بقية الشيء والجمع آثار وأثور، والأثر مصدر قولك آثرت الحديث أثره إذا ذكرته عن غيرك، وأثر الحديث عن القوم يأثُره أثرا و إثارة و أثرة: أنبأهم بما سبقوا، من الأثر وقيل حدث بينهم في أثارهم.

والأثر في الأصل: العلامة والبقية والرواية[1]، وقال الزركشي: يخرج من كلام اللغويين وغيرهم أن مادة الأثر تدور على ثلاثة معان: أحدها: البقي واشتقاقه من أثرت الشيء أثره أثرة وأثارة، كأنها بقيته تستخرج فتثار ومنه قوله تعالى "أو أثارة من علم"[2]

[1]- محمد بن مكرم بن على، لسان العرب (ط3). دار صادربيروت،(1414هـ)، مجلد 4، ص 4-6

[2]- بدر الدين محمد بن بهادر (1994)، البحر المحيط في أصول الفقه ،دار الكتبي، بيروت، مجلد 4، ص 53

- **اصطلاحا:** يعرفه معجم العلوم الاجتماعية مصطلح الأثر بأنه: "التغيير الذي يحدث في المتغير التابع نتيجة لتأثير المتغير المستقل، وهو ما يمكن ملاحظته وقياسه كاستجابة لمثير معين[1]"

كمايعرف بأنه"المدى الذي يحقق فيه برنامج أو نشاط معين أهدافه المرجوة في الفئة المستهدفة، ويظهر في صورة نتائج معرفية أو وجدانية أو سلوكية قابلة للتحليل[2]"

- **إجرائيا:** نقصد بالأثر في هذه الدراسة ذلك التغيّر الذي يطرأ على طريقة تعامل الطلبة مع المحتوى الرقمي، نتيجة التصورات التي يكونونها على التقنيات الذكية المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي سواء من خلال تجربتهم الشخصية أو من خلال تلك المعتقدات الجماعية التي يتم تداولها بين أفراد الجماعة، ويتجلى هذا الأثر في الكيفية التي يستهلكون بها المحتوى الرقمي عبر هذه المنصات، من حيث مدة متابعته، وطبيعة تفاعلهم معه، ومستوى اهتمامهم به.

2. مفهوم التمثّلات:

لغة: هو من فعل تمثّل وهو من يتمثّل تمثّلا، تمثّل ب، او تمثل ل، والمفعول متمثّل، نقول تمثّل به: أي تشبه به أو اتخذه مثالا، و تمثّل الشيء: أي تصور مثاله، و تمثّل الشيء له بمعنى: تصور له ، تشخص له.[3]

ويعود مفهوم التمثل إلى الكلمة اللاتينية Representare ويقابلها في اللغة العربية: "تصور" ومعناها الاستحضار أي جعل الشيء حاضرا.

ويعرفه القاموس الفلسفي على انه كل ما يمكن أن يتصور من الفكر

أما المعجم النفسي فيعرفه انه استدراك صور عقلية ضمن المحتوى الذي يهدف إلى تفسير وضعية أو سلسلة من الوضعية في العالم الذي يحيا فيه الفرد، أي انه عملية استحضار صورة موجودة في الذهن تكون مرتبطة بالمحيط الذي يعيش فيه ذلك الفرد.[4]

---

[1]- بدوي، أحمد زكي. معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. بيروت: مكتبة لبنان، 1982، ص 206

[2]-علام، صلاح الدين محمود، .القياس والتقويم التربوي والنفسي.، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص 412

[3] محمد بن مكرم لسان العرب ، دار صادر، بيروت: (1414هـ). ، مجلد 11، ص 610-612

[4]بن عودة نصر الدين ، ميلود حسين أحمد دراسة سوسيولوجيا التمثلات الاجتماعية Sociologic al study of représentations social جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف (الجزائر)المركز الجامعي مرسلي عبد الله تيبازة، مخبر الدراسات في الثقافة، والشخصية والتنمية، الجزائر: 18- 10-2022 ص 982-985

تعرّف **دونيز جودلي (Denise Jodelet)** التمثلات الاجتماعية اصطلاحا بأنها الاجتماعية على أنها " شكل من أشكال المعرفة التي تتم صياغتها وتقاسمها اجتماعيا، لها أهداف عملية وتساعد في بناء واقع اجتماعي مشترك لدى جماعة اجتماعية، هده المعرفة تكون معروفة ساذجة أو عامية لها علاقة بالحس المشترك، أن التمثّلات الاجتماعية هي نظام ينظم و يحكم علاقاتنا الاجتماعية مع الآخرين ومع العالم، وتوجه السلوكيات و عملية التواصل الاجتماعي"[1]

ويرى "جون كلود اربك" أن التمثل الاجتماعي هو: " مجموعة منظمة من المعلومات والمواقف والمعتقدات والاتجاهات حول موضوع ما، أنتجت و تبلورت اجتماعيا، تحمل كل قيم النظام الاجتماعي والإيديولوجي وتاريخ المجموعة التي تتبناها والتي تمثل جزءا أساسيا من رؤيتها للعالم"[2]

كما يعرفها "**موسكوفيتشي**" من زاوية علم النفس الاجتماعي على أنها: " بنية معرفية تتكون من المفاهيم و القيم التي يكتسبها الأفراد طوال مسار حياتهم متأثرون بالوسط الاجتماعي الذي يعيشون فيه، فالتمثّلات الاجتماعية عبارة عن نظام و نسق فكري و قيمي و ممارساتي يتيح لهؤلاء الأفراد إمكانية التواصل بين بعضهم البعض و توجيه محيطهم الاجتماعي"[3]

إجرائيا: نقصد بالتمثلات في دراستنا تمثلات الطلبة لتقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي، أي تلك التصورات التي تشكل إدراكاتهم لوظائف تقنيات الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence)وآليات اشتغالها (كالخوارزميات، التوصية، الانتقاء الآلي للمحتوى)، ومن تقييماتهم لها، ومن المواقف والاتجاهات التي يتبنونها إزاءها، وأثر كل ذلك على أنماط استهلاكهم للمحتويات الرقمية المختلفة.

[1]Jodelet, Denise.Les représentations sociales.Paris : Presses Universitaires de France (PUF), France, 2003, 452 p.DOI : https://doi.org/10.3917/puf.jodel.2003.01 CONSULTE LE 3/03/2026
[2]Abric, Jean-Claude.Pratiques sociales et représentations.Paris : Presses Universitaires de France (PUF), France, 1994.https://books.google.com/books?id=QsFhxLpWwuMCCONSULTE LE 13/03/2026
[3]Ibid,.https://books.google.com/books?id=QsFhxLpWwuMC

3. التقنيات الذكية:

لغة: هو مصطلح مركب مكون من كلمتين هما:

التقنيات: ورد تعريف مصطلح التقنية في لسان العرب لابن منظور على أنه مشتق من فعل أتقن، أي أتقن الشيء بمعنى أحكمه، والإتقان يعني الإحكام والحسن في الأداء.[1]

ويعرفها قاموس أوكسفورد (OXFORD) بأنه مشتق من مصطلح تكنولوجيا (TECHNOLOGY) وتعني علم الفن والمهارة والحرفة، وقد عُرف هذا المصطلح بأنه تطبيق المعرفة العلمية لأغراض عملية .[2]

وعرّف معجم أوكسفورد (Oxford English Dictionary) مصطلح (Technology) بأنه: " The application of scientificknowledge for practicalpurposes"أي: تطبيق المعرفة العلمية لأغراض عملية[3]

- **اصطلاحا:** هي تطبيق المنهج العلمي والمعرفة المنظمة في تطوير أدوات وأنظمة وعمليات تُستخدم لحل المشاكل وتحسين الأداء وتحقيق أهداف محددة في الحياة العملية، وتشمل الأجهزة والبرمجيات والنظم التي تسهم في إنتاج ومعالجة ونقل المعلومات.[4]

تعرف " مارغريت روز" (Margaret Rose) التقنية الذكية بأنها: أنظمة برمجية مصممة لمحاكاة القدرات البشرية، وتعتمد على خوارزميات التعلم الآلي (Machine Learning) لتحليل البيانات الضخمة وتقديم تنبؤات دقيقة[5]".

فيما يعرف "مانويل كاستلز" (Manuel Castells) في كتابه الشهير "عصر المعلومات"، بأن التقنيات الرقمية هي: مجموعة متداخلة من التقنيات في مجالات الإلكترونيات والحوسبة، والاتصالات البعيدة، والتي تعمل على معالجة المعلومات وتوليد المعرفة كعنصر أساسي في البنية الاجتماعية[6]".

---

[1] ابن منظور، محمد بن مكرم *لسان العرب*، دار صادر، بيروت:(1414هـ). ، ص 21.

[2] Oxford English Dictionary. Oxford: Oxford University Press https://www.oed.com/consulte le 15/03/2026

[3] Ibid/www.oed.com.15/03/2026

[4] Russell, S. J., &Norvig, P. *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson 2020.

[5] Rouse, M. (n.d.). *Smart technology definition*.TechTarget. Retrieved March 10, 2026,

[6] Castells, M. *The Rise of the Network Society* (3rd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell 2010.

آما الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) فيعرف التقنية الذكية بأنها": قدرة الأنظمة التقنية على عرض سلوك مشابه للذكاء البشري، من خلال تحليل بيئتها واتخاذ إجراءات بدرجة معينة من الاستقلالية لتحقيق أهداف محددة[1]".

- **إجرائيا:** نقصد بالتقنيات الذكية في هذه الدراسة تلك الأنظمة الرقمية الذكية التي تتميز عن غيرها من الأنظمة الرقمية بخاصية الذكاء، وهذا لأنها تعتمد على خوارزميات تمتلك القدرة على التعلم الآلي والتحليل واتخاذ القرار، حيث توظف هذه التقنيات في شبكات التواصل الاجتماعي بغرض تحليل بيانات المستخدمين وفهم سلوكهم من خلال آليات مختلفة، مثل تتبع تفاعلاتهم مع المحتوى الذي يتعرضون له على صفحاتهم (كالإعجاب، والتعليق، والمشاركة، ومدة المشاهدة) وهذا من أجل اختيار المحتوى الرقمي وترتيبه وتقديمه بطريقة تتناسب مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم التي تم استنتاجها من طرف الخوارزميات، وهو ما أدى إلى تشكل تصورات وتمثلات جماعية وفردية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول هذه التقنيات وطريقة عملها ودورها، وبالتالي تؤثر هذه التمثلات في طريقة استخدام (الطلبة) لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلى أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي المعروض فيها.

4. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرف كل من"بريسPRECE"و"مالوني كريشمار MALONE KRICHMAR" مواقع التواصل الاجتماعي على أنها " مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج"[2]

فيما يعرفها " زهير راضي" بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"[3]

- **إجرائيا:** يمكن القول إننا نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة الشبكات الاجتماعية التي تعرف رواجا واسعا من حيث الاستخدام في المجتمع الجزائري، خاصة بين فئة الطلبة

[1] International Telecommunication Union*AI for Smart Systems:* Definitions and Principles. Geneva: ITU.2021.

[2]صانع رابح، استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البويرة آكلي محند أولحاج موسم 2022-2023 ص 61

[3]أ. دفون محمد، الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي، مجلة التراث، العدد 26، المجلد الثاني، ب. ب، ص 323.

الجزائريين مثل "فيسبوك، أنستغرام، يوتيوب، وتيك توك "، حيث تتمثل وظيفتها الأساسية في تبادل المحتوى والتفاعل معه، ولكن مع ظهور الذكاء الاصطناعي، تم توظيف التقنيات الذكية فيها، حيث تؤدي هذه التقنيات دورا كبيرا في مواقع التواصل الاجتماعي، مما أدى إلى تشكل تمثلات حولها، وهو ما يؤثر في طريقة الاستخدام والتعامل مع المحتوى الرقمي وأنماط استهلاكه.

5. المحتوى الرقمي:GEGITAL CONTENT :

- **اصطلاحا:** يعرف المحتوى الرقمي على انه مجموع المعلومات والبيانات التي يتم صياغتها ومعالجتها في هيئة رقمية، بحيث يمكن تخزينها وتداولها عبر شبكات الحواسيب والإنترنت. ويشمل ذلك النصوص، الصور، المقاطع الصوتية، الفيديوهات، والكتب الإلكترونية[1].

أي نوع من المعلومات أو البيانات الرقمية التي يتم صياغتها ونشرها عبر الوسائط الإلكترونية، والتي يجد فيها المستخدم (المستهلك) قيمة مضافة (Valeur) تلبي احتياجاته، سواء كانت هذه القيمة معرفية، تعليمية، ترفيهية، أو نفعية[2].

- **إجرائيا:** في سياق دراستنا، نقصد بالمحتوى الرقمي تلك المادة الرقمية التي يتعرض لها الطلبة الجزائريون عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وقد تكون على شكل نصوص أو صور أو فيديوهات أو غيرها، حيث أصبحت هذه الشبكات تتحكم بشكل أكبر أو كلي فيما يعرض للمستخدم خاصة مع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، وذلك من خلال اقتراح محتوى يناسب اهتماماته وتفضيلاته ويشبع حاجاته بعد قيام تلك التقنيات بتحليل بياناته وتتبع تفاعلاته .وهو ما يعرف بالمحتوى الموجه أو المخصص بالذكاء الاصطناعي، ويساهم هذا المحتوى في تشكيل تمثلات الطلبة حول تلك التقنيات الذكية، أي أفكارهم ومواقفهم ومستوى ثقتهم بهذه التقنيات .ونتيجة لذلك، أصبح تفاعل الطلبة مع هذا المحتوى يظهر في أنماط استهلاكهم له.

11- مجالات الدراسة:

تتمثل مجالات هذه الدراسة في ثلاثة مجالات أساسية هي:

- **المجال المكاني:** أجريت الدراسة على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بجامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة .

[1]Pavlik, John V.*New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives. Boston: Allyn and Bacon*, 1998. https:// https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265721

[2] DIGITAL CONTENT CREATION, MODERN DIGITAL SKILLS 1 All Rights Reserved The University Of Jordan

- **المجال الزماني:** تم إجراء الدراسة في الموسم الجامعي 2026/2025، حيث انطلقت الدراسة في شهر فيفري 2026 إلى غاية شهر أفريل من نفس السنة، تم فيها إعداد الجانب النظري والتطبيقي لها، مع الربط بينهما لتحقيق الأهداف المرجوة.
- **المجال البشري:** ويتمثل في مجتمع البحث وعينته التي شملت طلبة السنة ثانية وثالثة ليسانس إعلام واتصال، وسنة أولى ماستر وثانية ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة.

12- الدراسات السابقة:

- الدراسة الاولى:

دراسة بوزيدي صورية وزريف بدرة (2025) بعنوان:

"التمثلات الاجتماعية للذكاء الاصطناعي لدى المعلمين الجزائريين: التصورات، المخاوف وآفاق الإدماج البيداغوجي"[1]

"Les représentations sociales de l'intelligence artificielle chez les enseignants algériens: perceptions, craintes et perspectives d'intégration pédagogique"

هي من الدراسات الحديثة التي سعت إلى فهم كيفية إدراك الأساتذة الجزائريين لتقنيات الذكاء الاصطناعي، من خلال تحليل معارفهم واتجاهاتهم وممارساتهم في السياق التربوي، حيث تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول "التمثلات الاجتماعية للذكاء الاصطناعي لدى الأساتذة والمكونين الجزائريين"، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المختلط، وشملت عينة مكونة من 92 أستاذا، إضافة إلى 7 مقابلات معمقة، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى المعرفة بالذكاء الاصطناعي لا يزال محدودا نسبيا، حيث صرّح 65.2% من الأساتذة بأن لديهم معرفة جزئية فقط، في حين برزت أداة ChatGPT كأكثر الأدوات شهرة بنسبة 94.6%، وهو ما يعكس تركّز تمثلات الأساتذة حول تطبيقات معينة دون فهم شامل للمجال، كما بيّنت الدراسة أن مصادر المعرفة تعتمد أساسا على الوسائط غير المتخصصة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 72.8%، وهو ما يفسر جزئياً الطابع غير الدقيق لبعض التصورات.

وكشفت الدراسة عن طابع مزدوج في التمثلات، إذ يرى 68.5% من الأساتذة أن للذكاء الاصطناعي فوائد بيداغوجية، خاصة في تسهيل تحضير الدروس، في مقابل بروز مخاوف مهنية واضحة، حيث عبّر 58.7% عن قلقهم من تراجع قيمة دور الأستاذ، و50% عن احتمال تعويضه جزئيا.. كما أظهرت النتائج وجود فجوة بين المعرفة والممارسة، إذ إن نسبة الاستخدام المنتظم

[1]Bouzidi, S., &Zarif, B. (). Les représentations sociales de l'intelligence artificielle chez les enseignants algériens ,perceptions, craintes et perspectives d'intégration pédagogique. *Passerelle*, 2025, *14*(01),p 142-165

للأدوات لا تتجاوز 13%، رغم أن 71.7% من الأساتذة يبدون استعدادا لاستخدامها مستقبلا، وهو ما يدل على وجود عوائق بنيوية أكثر من كونها معرفية كما أكدت الدراسة أن من أبرز هذه العوائق:

ضعف البنية التحتية بنسبة 89.1%، ونقص التكوين بنسبة 85.9%، إضافة إلى غياب إطار تنظيمي واضح، كما تبيّن أن التمثلات تتأثر بعوامل شخصية ومهنية، مثل الخبرة الرقمية، وهو ما يعني أن تقبل التكنولوجيا يرتبط أساسا بالاحتكاك المسبق بها.

❖ التعقيب على الدراسة الأولى:

يجب علينا الإشارة حسب ما اطلعنا عليه من دراسات، انه لا توجد دراسة تتطابق تماما مع دراستنا الحالية، من حيث المتغيرات، التي أردنا الكشف عن العلاقة بينها من خلال الدراسة الحالية، ولكن تم العثور على بعض الدراسات التي تتقارب معها ومن أهمها دراسة (بوزيدي وزريف بدرة، 2025) خاصة من اتخاذهما للبيئة الجامعية الجزائرية بيئة ميدانية لبحث "التمثلات الاجتماعية للذكاء الاصطناعي والتقنيات الذكية"، ومحاولة التعرف على مستويات المعرفة والاتجاهات والمخاوف المترتبة عنها، وكذا تقارب الفترة الزمنية التي أجريت فيهما الدراستان (الدراسة السابقة 2025/ الدراسة الحالية 2026)، إلا أنهما يختلفان في مجتمع الدراسة والأدوات، حيث ركزت الدراسة السابقة على فئة الأساتذة عبر المنهج المختلط، في حين تستهدف الدراسة الحالية فئة الطلبة باستخدام المنهج الوصفي المسحي، وتبرز الفجوة البحثية هنا في حصر الدراسة السابقة لتمثلات الذكاء الاصطناعي ضمن السياق التربوي والبيداغوجي المهني، حيث أغفلت سياقاتها الاتصالية اليومية لدى الشريحة الأكبر وهي شريحة الطلبة والتي يمكن القول أنها تمثل شريحة الشباب في المجتمع الجزائري، ومن هنا تظهر إضافة الدراسة الحالية التي تركز على الفضاء الرقمي التفاعلي لمواقع التواصل الاجتماعي، لتكشف عن كيفية إدراك الجيل الجديد لتقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في هذه المواقع ولآليات التحكم الخوارزمي، مع تقديم تفسير جديد يربط هذه التمثلات بـ "أنماط استهلاك المحتوى الرقمي" الفعلي للطلبة.

- **الدراسة الثانية:**

دراسة الدكتورة شيماء محمد زكريا مصطفى عمر، والدكتورة ناهد قطب حواس، المعنونة بـ **"تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي كنماذج على القيم المجتمعية لدى الشباب"** والمنشورة في "مجلة دراسات في التعليم الجامعي".[1] في سنة 2025

وهي من الدراسات الحديثة التي تسعى لفهم العلاقة بين التكنولوجيا المتطورة والمنظومة الأخلاقية للشباب، حيث تحدد إشكالية الدراسة في "الكشف عن أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية من وجهة نظر عينة من الشباب بمحافظة جازان"، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لأنه المنهج الأنسب لرصد ووصف واقع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي (تيك توك، سناب شات، يوتيوب)،

وتمثلت الحدود المكانية للدراسة في البيئة الجغرافية والاجتماعية لمحافظة جازان بالمملكة العربية السعودية، أما فيما يتعلق بالعينة، فقد تم إجراء الدراسة ميدانيا على عينة صدفية (غرضية) بلغ عدد مفرداتها (174) مفردة من فئة الشباب المستخدمين للمنصات الرقمية المستهدفة، والتي تميزت بخصائص ديمغرافية محددة شكلت فيها فئة الإناث النسبة الأكبر بواقع 74.1%، في حين هيمنت الفئة العمرية الشابة الممتدة من (20 لأقل من 30 سنة) على أغلبية أفراد العينة بنسبة بلغت 78.2%.

حيث سلطت الضوء على: مدى وعي الشباب بآليات عمل هذه المواقع، وكيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى الذي يظهر للمستخدمين، بالإضافة إلى رصد المخاطر الرقمية والاجتماعية المترتبة على ذلك، وأكدت أن:

[1] عمر، شيماء محمد زكريا مصطفى، وحواس، ناهد قطب، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي كنماذج على القيم المجتمعية لدى الشباب، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، العدد 66، يناير 2025، ص. 1-45

هناك تأثيرا مباشرا لهذه المواقع على القيم، حيث جاءت "القيم الاجتماعية" في صدارة القيم المتأثرة، تليها "القيم الدينية والأخلاقية"، ثم "القيم الثقافية" كما أكدت على وجود ثغرات أمنية ومحتويات غير لائقة تفرضها الخوارزميات، وأفضت الدراسة إلى:

وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام هذه المواقع وتغير التصورات القيمية لدى الشباب، كما كشفت أن أكثر من نصف العينة تعرضوا لمحتوى غير لائق، وأن حوالي 30% واجهوا مخاطر اختراق البيانات.

❖ التعقيب على الدراسة الثانية:

تميزت دراسة (عمر وحواس، 2025) بطرح موضوع حساس وذو أهمية بالغة من خلال ربط "الذكاء الاصطناعي" بـ "القيم"، اذ تلتقي مع الدراسة الحالية في التركيز على البيئة الاتصالية الافتراضية، حيث كانت "مواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي" البيئة التي أجريت فيهما الدراستان، مع تقارب الفترة الزمنية (الدراسة السابقة 2025/ الدراسة الحالية 2026)، والاشتراك في محاولة معرفة مدى وعي جيل الشباب بتقنيات الذكاء الاصطناعي المدمجة في مواقع التواصل الاجتماعي، والمخاطر الاجتماعية التي قد تترتب عنها، إلا أنهما تختلفان بشكل واضح من حيث الحدود المكانية، حيث أجريت الدراسة السابقة في البيئة الأكاديمية والاجتماعية المصرية على عينة من الشباب العربي، بينما تتحدد الدراسة الحالية مكانيا بالبيئة الجامعية الجزائرية (جامعة البويرة) لتعبر عن سياق ثقافي واجتماعي مختلف، وعلي صعيد المنهج والأدوات، ورغم اشتراكهما في استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، إلا أن الدراسة السابقة اعتمدت على منهج الوصفي التحليلي لقياس التغيرات في المنظومة القيمية، في حين تتبنى الدراسة الحالية المنهج الوصفي المسحي القائم على خلفية اجتماعية لقياس "التمثلات الاجتماعية" حول التقنيات الذكية الموظفة في منصات التواصل الاجتماعي، كما أنهما تختلفان كذلك في طبيعة المتغيرات، فبينما ركزت الدراسة السابقة على قياس الأثر السلوكي المباشر على "القيم المجتمعية (الاجتماعية، الدينية، والثقافية)"، تتناول الدراسة الحالية موضوع "التمثلات الاجتماعية" بوصفها بناء معرفيا وتصورا ذهنيا يتشكل لدى الطلبة تجاه هذه التقنيات، وتبرز الفجوة البحثية هنا في حصر الدراسة السابقة لآليات الذكاء الاصطناعي في الجانب التأثيري القيمي العام، دون التعمق في تفسير كيفية إدراك وفهم

الطلبة وخاصة الطلبة الجزائريين لآليات عمل هذه التقنيات داخل مواقع التواصل الاجتماعي، ومن هنا تظهر إضافة الدراسة الحالية التي تحاول تفسير وفهم طبيعة "تمثلات الطلبة" لهذه التقنيات وربطها المباشر بـ "أنماط استهلاك المحتوى الرقمي" لدى الطلبة.

- **الدراسة الثالثة:**

تعد دراسة (Pew Research Center) بعنوان (Social Media Use in 2021) .[1]

من أبرز الدراسات الأجنبية التي تناولت واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واستهلاك المحتوى الرقمي لدى الأفراد، حيث سعت إلى وصف أنماط الاستخدام وتحديد مدى انتشار هذه المنصات داخل المجتمع، مع التركيز على الفروق بين الفئات العمرية

وتتحدد إشكالية الدراسة في محاولة فهم واقع وخريطة انتشار منصات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية داخل المجتمع الامريكي، والتحولات الحاصلة في حجم ونسب ممارسات الاستخدام اليومي للأفراد" حيث هدفت لقياس مدى الهيمنة المتصاعدة لمنصات معينة (مثل يوتيوب وفيسبوك) مقابل الصعود الحاد لمنصات أخرى (مثل تيك توك وسناب شات وانستغرام) لدى فئة الشباب والبالغين دون سن الثلاثين، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي الكمي، حيث أجري البحث ميدانيا من خلال مسح استطلاعي هاتفي (عبر الهاتف المحمول والأرضي) شمل عينة وطنية ممثلة بلغت (1502) مفردة من البالغين القاطنين في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك لغرض جمع مؤشرات رقمية دقيقة وتفسيرها إحصائيا وفق المتغيرات الديمغرافية كالعمر، الجنس، والمستوى التعليمي.

تمثلت الحدود المكانية للدراسة في البيئة الجغرافية والاجتماعية لـ الولايات المتحدة الأمريكية (USA)، حيث سحبت أداة البحث بياناتها من عينة وطنية ممثلة لفئة لبالغين الأمريكيين، أما الحدود الزمنية للبحث فقد تحددت بالفترة التي أجري فيها الاستطلاع الميداني الهاتفي وجمع البيانات، والتي تمت في الفترة الممتدة من 25 جانفي (يناير) إلى 8 فيفري (فبراير) من عام 2021م، ونشرت نتائجها الرسمية في أبريل 2021م.

[1] **PEW RESEARCH CENTER**. Social Media Use in 2021, *PewResearch Center*, Washington, D.C., 7 avril 2021, / consulté le 12/04/2026 https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، أبرزها:

حوالي 72% من البالغين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وتعد منصة Facebook الأكثر استخداماً بنسبة تقارب 69%، وتصل نسبة الاستخدام لدى فئة الشباب 18–29 سنة إلى حوالي 81%.

❖ التعقيب على الدراسة الثالثة:

رغم أهمية دراسة مركز بيو للأبحاث (Pew Research Center, 2021) التي يمكن القول أنها تتشابه مع الدراسة الحالية في عدة نقاط، خاصة من حيث المنهج المعتمد وهو المنهج الوصفي المسحي وذلك من خلال استخدام أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المبحوثين، بغرض التعرف على "أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واستهلاك المحتوى الرقمي"، مع التركيز على فئة الشباب (18–29 سنة) كفئة أساسية، إلا أن الدراستين تختلفان من حيث الحدود الزمانية، فالدراسة السابقة أجريت في عام 2021 وهي مرحلة متباعدة نوعا ما مع مرحلة الدراسة الحالية (2026) حيث أن الواقع التكنولوجي عرف تقدما كبيرا خاصة مع هيمنة الذكاء الاصطناعي على مواقع التواصل الاجتماعي، كما يبرز الاختلاف في الحدود المكانية والسياق الثقافي، حيث تم إجراء الدراسة في البيئة الأمريكية وهي بيئة مختلفة تماما مع البيئة الجزائرية (جامعة البويرة) التي أجريت فيها دراستنا الحالية، هذا ويمكن القول أن الفجوة البحثية تكمن في اكتفاء الدراسة السابقة الجانب الإحصائي الكمي والوصفي لنسب الاستخدام والانتشار دون الخوض في التمثلات الذهنية للمستخدمين، ومن هنا تظهر إضافة الدراسة الحالية التي تتجاوز الجانب الوصفي الكمي لتحول تقديم تحليل يربط بين "تمثلات الطلبة" لآليات التحكم الخوارزمي الذكي وخلفياتها الثقافية والاجتماعية، وبين "أنماط استهلاكهم" للمحتوى الرقمي في البيئة المحلية.

الإطار النظري

الفصل الأول:

مدخل إلى التمثلات الاجتماعية

تمهيد:

تشكل دراسة تمثلات الأفراد نقطة الانطلاق في فهم وتحليل التفاعلات الإنسانية داخل البنى الاجتماعية المعاصرة، لاسيما في ظل التطورات التكنولوجية والرقمية الحاصلة، حيث برزت الحاجة إلى فهم كيفية بناء الأفراد لوعيهم، وتشكل رؤيتهم حول عالمهم المحيط ومستجداته، ومن هذا المنطلق، تأتي نظرية التمثلات الاجتماعية كأداة تفسيرية تتيح لنا فهم آليات تشكل "المعرفة العامية المشتركة" لدى الجماعات الإنسانية.

حيث يتأسس هذا الفصل الذي يتكون من مبحثين أساسيين، أين سنقوم في المبحث الأول بالوقوف على مفهوم التمثلات الاجتماعية، تعريفها، ونشأتها من خلال استعراض خلفياتها التاريخية، ثم التطرق إلى مسار تطورها وانتقالها من سياقها السوسيولوجي التقليدي إلى سياقها الرقمي المعاصر.

أما في المبحث الثاني، سنسعى لتحديد وظائف التمثلات الاجتماعية وتبيان أبعادها المختلفة، وكدا دورها كمحدد ومشكل للسلوك لدى الأفراد، لنختتم هذا الفصل بخلاصة شاملة ووافية تلخص أهم ما جاء في محاوره.

المبحث الأول: مفهوم التمثلات الاجتماعية:

تمهيد:

سنتطرق في هذا المبحث الذي جاء بعنوان **مفهوم التمثلات الاجتماعية**، إلى استعراض مختلف التعريفات وأهمها حول موضوع التمثلات الاجتماعية في المطلب الأول، ثم سنقوم بعرض مراحل نشأتها وخلفياتها التاريخية، ومسار تطورها وانتقالها من سياقها السوسيولوجي التقليدي إلى سياقها الرقمي المعاصر في المطلب الثاني، المطلب الثالث تحديد أهم خصائصها، أما المطلب الرابع فقمنا فيه بالتعرف على كيفية مساهمة التمثلات الاجتماعية في تشكيل سلوك الأفراد.

ويستند مفهوم التمثلات الاجتماعية إلى تقاليد أوروبية عريقة، إذ تتيح الأصول التاريخية لهذا المفهوم فهم مقاربته وثرائه، فوفقا لـ "سيرج موسكوفيتشي (SERGE MOSCOVICI) " (1961-1976)، أحد مؤسسي هذه النظرية والأب الروحي لها، فإن الطابع المتداخل لهذا المفهوم الواقع عند تقاطع المفاهيم السوسيولوجية والسيكولوجية، هو ما يفسر صعوبة الإحاطة بمفهوم التمثلات الاجتماعية، هذا وقد استند "موسكوفيتشي" إلى مصادر متعددة لتفسير هذا المفهوم، ومن أبرزها أعمال "إيميل دوركايم (EMILE DURKHEIM) "

المطلب الأول: تعريف التمثلات الاجتماعية

فيما يلي سنستعرض بعض أهم التعريفات:

يعرّف **"إيميل دوركايم" (Émile Durkheim)** التمثلات الاجتماعية "بأنها مجموعة من التصورات والإدراكات الذهنية التي تتشكل داخل الجماعات الاجتماعية ويشترك فيها أفراد المجتمع، وترتبط هذه التمثّلات بما سماه دوركايم **(التمثل الجمعي)**، أي تلك الأفكار والمعاني والقيم التي تنتجها الجماعة وتفرض نفسها على الأفراد بوصفها إطارا مشتركا للفهم والتفسير،

وتشمل هذه التمثلات إدراكات الزمن والمجال والقوالب الاجتماعية والأنساق الفكرية، كما تتشكل من خلال التصورات الجماعية التي تعكس نظرة المجتمع إلى العالم، وتتأثر كذلك بالأطر الدينية والإيديولوجيات السائدة، إضافة إلى المخيال الاجتماعي الذي يتجلى في الأحلام والأساطير والفانتازمات الجماعية"[1].

فيما يعرفها "**سيرج موسكوفيتشي" (Serge Moscovici)** بأنها "منظومة من المفاهيم والتصورات والقيم التي تتشكل داخل الجماعة الاجتماعية، حيث تتعلق هذه التمثّلات بمواضيع وظواهر مختلفة في الواقع الاجتماعي، لتشكل نظاما فكريا يسمح للفرد بفهم محيطه الاجتماعي والتكيف معه، كما يساعده على تنظيم علاقاته وتفاعلاته مع الآخرين داخل المجتمع"[2].

ويرى **(سيرج موكوفيتشيSerge Moscovici)** أن التمثّلات الاجتماعية تقوم على بنية تتكون من ثلاثة عناصر اساسية، يقدمها المجتمع للفرد، حيث تسهم مجتمعة في إعطاء تصور شامل لمحتوى التمثل الاجتماعي وبنيته، وتتمثل فيما يلي:

- **المعلومة**: تشير إلى المعارف والمعلومات التي تمتلكها الجماعة حول موضوع اجتماعي معين، أي مجموع الأفكار والبيانات التي تبنيها الجماعة بخصوص ذلك الموضوع.
- **الاتجاه:** ويقصد به الموقف أو التوجه الذي تتبناه الجماعة تجاه ذلك الموضوع الاجتماعي، سواء كان إيجابيا أو سلبيا أو محايدا.
- **حقل التمثل:** ويقصد به، حسب "موسكوفيتشي"، الإطار أو المجال الذي تنتظم داخله مختلف عناصر التمثل، حيث تتجمع مجموعة من العناصر والأفكار المرتبطة بالموضوع، لكنها ليست بالضرورة منظمة بشكل صارم أو ثابت

هذا و يتضح من خلال التعريفات السابقة أن مفهوم التمثّلات الاجتماعية يعد من المفاهيم المركّبة والمتشعبة، وهذا لكثرة والمقاربات التي تناولته فهو يقع عند تقاطع علمين مختلفين إلا أنهما مرتبطين ارتباطا وثيقا، هما علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، فقد أبرز (إميل دوركايم) البعد الجمعي للتمثّلات باعتبارها نتاجًا فكريا للجماعة يعكس قيمها ومعانيها المشتركة،

[1] امين حمليلن، التمثّلات الاجتماعية مفهوم في مفترق الطرق الاجتماعية، افكاروآفاق،المجلد21 ،العدد 4 ،ا2024، ص 07 -21
[2]بطواف جليلة / خلوفي محمد، التصورات الاجتماعية مقاربة نظرية،مجلةالحوار المتوسطي، المجلد الثالث عشر، العدد 1 ،مارس 2022 تم الاطلاع عليه بتاريخ: 12/02/2026 https://asjp.cerist.dz/en/article/184679

في حين ركّز (سيرج موسكوفيتشي) على بعدها المعرفي والتفاعلي، موضحًا أنها منظومة من المعارف والتصورات التي تمكّن الأفراد من فهم الواقع الاجتماعي والتكيف معه.

وعليه، يمكن القول إن التمثّلات الاجتماعية تشكل الإطار الفكري الذي يساهم في تفسير مختلف الظواهر الاجتماعية وتنظيم وتوجيه التفاعلات بين الأفراد والجماعات داخل المجتمع.

المطلب الثاني: نشأة وتطور نظرية التمثّلات الاجتماعية:

تعود نشأة نظرية التمثلات الاجتماعية إلى أولى أعمال **عالم الاجتماع الفرنسي (ايميل دوركايم EMILE DURKEIME)** التي كانت اللبنة الأولى التي قام عليها الأساس النظري الذي انطلقت منه الدراسات اللاحقة حول مفهوم التمثلات، حيث تحدث عن مفهوم "التمثلات الجمعية" باعتبارها معتقدات و أفكار و تصورات تتشكل في إطار الجماعة، أي أنها مشتركة بين أفراد هذه الجماعة، لتفرض عليهم نفسها و توجه سلوكهم و أسلوب تفكيرهم و بالتالي رؤيتهم للأشياء و تصورهم لها"[1]، غير أن الظهور الفعلي لنظرية التمثلات الاجتماعية كانت مع **عالم النفس الفرنسي (سيرج موسكوفيتشي SERGE MOSCOUVICI) سنة 1961** من خلال كتابه الموسوم ب: "**التحليل النفسي، صورته و جمهوره**" حيث أعطى لمفهوم التمثلات بعدا أخر و هو البعد الاجتماعي بحيث يفسر كيفية تشكل المعارف و التصورات حول المواضيع المختلفة لدى أفراد المجتمع، و كيف تتيح هذه التمثلات للأفراد فهم الواقع و التكيف معه، لتصبح نظرية التمثلات الاجتماعية نقطة الانطلاق لأي دراسة تعنى بالرأي العام والصورة الذهنية، و الإعلام و الاتصال، و كذا البيئة الرقمية التي أدت إلى ظهور ما يسمى اليوم بالفرد الرقمي، و المجتمع الرقمي، حيث أن فهم كيفية تفكير الفرد في البيئة الرقمية، يستوجب أولا فهم كيف يرى هذا الفرد البيئة الرقمية، و ماهي معتقداته حولها؟.

هذا ويمكن تقسيم مراحل نشأة وتطور نظرية التمثلات الاجتماعية إلى: ثلاث مراحل أساسية هي[2]:

- **المرحلة الأولى:** تعود جذور مفهوم التمثّلات الاجتماعية إلى التمييز الذي وضعه **(Émile Durkheim)** بين **التمثلّات الفردية والتمثّلات الجماعية**، وذلك في نص نشره سنة 1893 في مجلة (Revue de Métaphysique et de Morale) فقد رأى "**دوركايم**" أن دراسة الأديان والأساطير والمعتقدات السائدة داخل مجتمع معين، والتي يشترك في تبنيها أفراد ذلك المجتمع، تندرج ضمن ما سماه **التمثّلات الجماعية**"، وهي في نظره مجال أصيل للدراسة السوسيولوجية، في المقابل، ميّزها عن التمثّلات الفردية التي ترتبط بوعي الفرد وخبراته الذاتية، والتي اعتبر أن دراستها تندرج أساسًا ضمن اختصاص علم النفس، ويستند هذا التمييز بين

[1]Sandrine Gaymard , les fondements des représentations sociales, sources théories et pratiques, DUNO, paris 2021 p 12-19
[2]Ibid, pp 12-19.

النوعين إلى معيار أساسي يتمثل في **درجة الاستقرار والاستمرارية**، إذ تتسم التمثّلات الجماعية بقدر من الثبات وإمكانية انتقالها وإعادة إنتاجها داخل المجتمع، في حين تتميز التمثّلات الفردية بطابعها المتغير والمؤقت المرتبط بتجربة الفرد الخاصة.

وقد أشار **(دوركايم)** إلى مفهوم التمثّلات بقوله إن الحياة الجماعية، مثلها مثل الحياة العقلية للفرد، تتكون من تمثّلات، ومن ثم يمكن إجراء نوع من المقارنة بين التمثلات الفردية والتمثّلات الجماعية، غير أن هذا التقارب، في نظره، لا يبرر اختزال علم الاجتماع في مجرد فرع تابع لعلم النفس الفردي.

كما يرتبط هذا التصور في فكر "دوركايم" بمفهوم الضمير الجمعي أو **الوعي الجمعي (Conscience collective)**، الذي يشير إلى مجموع المعتقدات والقيم المشتركة بين أفراد المجتمع، والتي تشكل إطارًا مرجعيا موجّها لسلوكهم، وتعد الوقائع الأخلاقية أحد المكونات الأساسية لهذا الضمير الجمعي، وهو ما يبرز الدور الذي تلعبه التمثّلات الجماعية في تفسير الظواهر الاجتماعية وفهم كيفية تشكلها واستمرارها داخل المجتمع.

- **المرحلة الثانية:** لقد قام **(ايميل دوركايم"ÉmileDurkheim)** بعرض فكرته حول **(مفهوم الضمير الجمعي) في كتابه (The Division of Labor in Society)**، الصادر سنة 1898 حيث أشار كذلك إلى مفهوم قريب منه وهو "**الضمير المشترك**"، ويقصد به مجموع المعتقدات والمشاعر التي يشترك فيها أغلب أفراد المجتمع، والتي تشكل نسقا مميزا له وجوده الخاص. ويرى دوركايم أن هذا الضمير يرتبط بحياة الأفراد بشكل مباشر، ويستمر رغم تغيرهم، فالأفراد يرحلون، بينما يبقى الضمير الجمعي حاضرا، محافظا على استمرارية المجتمع، كما يساهم في ربط الأجيال المتعاقبة بعضها ببعض من خلال القيم والمعتقدات المشتركة.
- **المرحلة الثالثة:** في هذه المرحلة عرف مفهوم التمثلات تتطور مع أعمال **(Serge Moscovici)**، الذي أعاد صياغة الفكرة في إطار ما سماه "**بالتمثّلات الاجتماعية**" سنة 1961، حيث ركز على كيفية تشكل المعارف والتصورات المشتركة داخل الجماعات الاجتماعية من خلال التفاعل والتواصل بين الأفراد.

على ضوء ما سبق يمكن القول أن مفهوم التمثّلات الاجتماعية مرّ بعدة مراحل، حيث بدأ مع الطرح السوسيولوجي لإميل دوركايم الذي ركّز على التمثّلات الجماعية وعلاقتها بالضمير الجمعي بوصفها تعبيرا عن القيم والمعتقدات المشتركة داخل المجتمع، ليأتي "سيرج موسكوفيتشي" ويعيد صياغة المفهوم في إطار علم النفس الاجتماعي، مبرزا الطابع الديناميكي

للتمثّلات الاجتماعية ودورها في بناء المعارف المشتركة وتوجيه التفاعلات داخل الجماعات. وعليه، فإن التمثّلات الاجتماعية تمثل إطارًا نظريا مهما لفهم كيفية إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي وتفسيره، كما تسهم في توضيح طبيعة العلاقات والتفاعلات التي تنشأ داخل المجتمع.

المطلب الثالث: وظائف التمثلات الاجتماعية

تعد التمثّلات الاجتماعية من المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، لما تلعبه من دور كبير في فهم الواقع وتفسيره، وتنظيم العلاقات الاجتماعية بين الأفراد وتوجيه سلوكهم، ومن خلال هذه الوظائف، تمكن التمثّلات الأفراد من إدراك محيطهم وتتيح لهم التفاعل معه بطريقة منظمة، وتتمثل أهم وظائف التمثّلات الاجتماعية فيما يلي[1]:

أ- وظيفة المعرفة: تسمح التمثلات الاجتماعية للأفراد بفهم وتفسير الواقع، وذلك بإدماجه في إطار منسجم مع القيم التي يعتنقونها والأفكار التي يؤمنون بها والآراء يكونونها، كما تسهل التواصل الاجتماعي المشترك بينهم بتبادل المعارف و الأفكار ونقلها ونشرها.

ب- وظيفة الهوية: تسهم التمثلات الاجتماعية في التعريف بهوية الجماعة وتعمل على الحفاظ على خصوصيتها و تعطي مكانة مهمة للأفراد والجماعات ذلك أن الهدف من هذه الوظيفة هو الحفاظ على صورة إيجابية عند الفرد عن الجماعة التي ينتمي إليها لأن التصورات الاجتماعية تعكس نوعا من النشأة الاجتماعية للفرد.

ج- وظيفة التوجيه: حيث تقوم التمثلات الاجتماعية بتوجيه السلوك والممارسات، فيصبح تفسير الواقع الذي تشكله هذه التمثلات بمثابة موجه للفعل، إذ تنتج العملية التوجيهية انطلاقًا من ثلاث عوامل أساسية وهي.[2]:

– إن التصورات تتدخل مباشرة في تعريف الغاية من الموقف، فهي التي تحدد مثلا خط العلاقات المناسبة للفرد، بمعنى أنها تحدد نموذج السير المرغوب مباشرة مع باقي الجماعة.

– التصورات نظام للتوقعات، فهي تحمل آثارا على الواقع، وهي تحدد وتضفي المعلومات والتوجيهات الخاصة بالواقع وأهدافه في جعل هذا الواقع مناسبًا لموضوع معين.

[1] بن صالح قمرا، آمال الجيلالي، عبيد مروة، التمثلات الاجتماعية للهجرة لدى الشباب، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة ابن خلدون تيارت، 2022-2023، ص 19

[2] بن صالح قمرا، آمال الجيلالي، عبيد مروة، المرجع نفسه، ص 20-22.

– التمثلات تؤثر في سلوك الجماعة والفرد والاتجاهات و على التفاعل الواقعي بينهم

استنتاجا يمكن أن نقول أن التمثلات الاجتماعية تؤدي دورا مهما في حياة الأفراد والجماعات، فدورها يساهم في تفسير الواقع وبناء الهوية الجماعية وتوجيه سلوك الأفراد والجماعات داخل المجتمع من خلال وظائفها المعرفية والهوياتية والتوجيهية، فيمكن ان تعتبر التمثلات الاجتماعية إطارا مرجعيا يسمح للأفراد بفهم محيطهم والتفاعل معه بطريقة منظم، كما تساعد على تحقيق نوع من الانسجام الاجتماعي وتيسير عملية التواصل والاتصال بين أفراد المجتمع.

المطلب الرابع: التمثّلات الاجتماعية كمحدد للسلوك:

كأي مفهوم آخر، تتنوع أبعاد "التمثّلات الاجتماعية" وتختلف حسب وجهات نظر الباحثين والمجالات التي يدرس فيها، فمن خلال ما عرضه (**موسكوفيتشي**)، يمكن تحديد ثلاثة عناصر أساسية للتمثلات الاجتماعية وهي: المعلومات، المواقف، وحقل التمثل.

– **المعلومات:** هي مجموعة من المعارف المكيفة حول موضوع معين، والتي يكتسبها الفرد من تجاربه الشخصية.

– **الموقف:** يعني أن الفرد لا يتعامل مع الموضوعات بطريقة حيادية ولكن يتعامل معه وفقا لاستجاباتمعينة تجاه المواضيع المختلفة.

– **حقل التمثل:** هو الواقع النفسي المعقد في شكل موحد ومنظم، ويعني تنظيم المفاهيم المعرفية والعاطفية، التي يحملها الشخص تجاه مختلف الظواهر و المواضيع.[1]

أما "R.KAES" فقد لخص التمثلات الاجتماعية انطلاقا مما أشار إليه (موسكوفيتشي) في النقاط الآتية ذكرها:

- التمثل هو عملية بناء الواقع من خلال جملة من إدراكات الفرد.
- التمثل هو نتاج مسجل في السياق التاريخي للأفراد، مرتبط بالمحيط الاجتماعي الذي يوجد فيه الفرد.
- التمثّلات توجد من خلال التفاعل الاجتماعي، وتظهر من خلال شبكة العلاقات الاجتماعية.

[1] Denise Jodelet, La representacion social: fenomenos, concepto y teoria, https://www.researchgate.net/publication/327013694, consulte le 28/02/2026

هذا ويرى "**R.KAES**" ان التمثلات الاجتماعية تعتمد على بعدين رئيسيين يمثلان أهم وظائفها في المجتمع وهما:

أولا- البعد الوظيفي (fonctionnel) : ويشير إلى توجيه السلوكيات والممارسات اليومية للأفراد بما يتوافق مع التصورات المشتركة،أي أنه يضمن أن تكون التمثلات قابلة للتطبيق وفعالة في الحياة العملية، بحيث تنظم كيفية التعامل مع المعلومات، الأدوات، أو الظواهر الاجتماعية،

ثانيا- البعد المعياري (normatif) :ويركز على المعايير والقيم والمواقف الإيديولوجية والفكرية التي تشكل إطارا مرجعيا لها، مما يمنح التمثلات بعدا قيميا وثقافيا مستقرا[1]..

ولكن مع ظهور البيئة الرقمية، عرفت التمثلات الاجتماعية تغييرات كبيرة في مفهومها و وطريقة تشكلها، حيث تتميز بسرعة تشكلها و تغيرها، بفضل تأثير الأنظمة الرقمية الذكية على طريقة إدراك الأفراد للمعلومات، وتفسيرهم للظواهر، وتفاعلهم الاجتماعي، وبالتالي، إلا أنها حافظت على مبادئها ووظائفها.[2]

ومن خلال ما تم التطرق إليه يمكن القول من خلا ما سبق أن نظرية التمثلات الاجتماعية هي أداة تفسيرية تمكننا من فهم كيفية تشكل المعرفة العامية المشتركة، وكيفية بناء الأفراد لوعيهم وسلوكهم داخل الجماعات الاجتماعية، فهي نظرية تأسست تاريخيا من خلال الطرح السوسيولوجي **(إيميل دوركايم)** حول التمثلات الجمعية والضمير المشترك، والتطوير السيكولوجي **(لسيرج موسكوفيتشي)** الذي بيّن كيف تتحول المعارف إلى منظومة تفاعلية تقوم على المعلومة والاتجاه وحقل التمثل، وتتضح أهمية التمثلات الاجتماعية من خلال وظائفها التي ترتكز على تقديم المعرفة وتفسير الواقع، وتثبيت هوية الجماعة، وتوجيه السلوك والممارسات اليومية للأفراد بناء على جانبين أساسيين، الأول وظيفي ينظم الممارسات، والثاني معياري يستند إلى القيم والثقافة السائدة، وهو ما يجعل من هذه النظرية منطلقا أساسيا ومهما لفهم إدراك الفرد وتفاعلاته داخل الجماعات الإنسانية.

---

[1]Denise djodlet,Ibid,

[2] بن صالح قمر ام الجيلالي، عبيد مروة، نفس المرجع سابقا، ص 32-34

المبحث الثاني:التمثّلات الاجتماعية في سياق التكنولوجيا الرقمية

تمهيد:

لقد أصبحت البيئة الرقمية حاضرة في كل مجالات الحياة اليومية للناس، حيث يقضي الأفراد وقتا كبيرا في التصفح والتفاعل ومتابعة ما ينشر عبر مختلف المنصات الرقمية، هذا الحضور المستمر ضمن الفضاء الرقمي، جعل منه بيئة تتكون فيها تمثلات بنيت من خلال أفكار الناس وانطباعاتهم عن القضايا والأحداث، و ما يشاهدونه ويتناقشون حوله مع الآخرين، ومن هذا المنطلق، يسعى هذا المبحث إلى تسليط الضوء على مفهوم التمثّلات في البيئة الرقمية، وخصائصها، إضافة إلى الآليات التي تسهم في تشكلها.

المطلب الأول: مفهوم التمثلات في البيئة الرقمية:

يشكل مفهوم **التمثلات (Representations)** ذلك النسق المعرفي القبلي الذي يحمله المتعلم ويتفاعل معه لبناء المفاهيم العلمية، متجاوزا حدود الفصل الدراسي ليصبح أداة تحليلية في علم النفس الاجتماعي. فوفقا لفكر "سيرج موسكوفيتشي (S. Moscovici) "المستلهم من أنثروبولوجيا "ليفي بريل (Levy–Brühl) "، تلعب هذه التمثلات دورا أساسيا في توجيه سلوك واتجاهات الأفراد وتفاعلاتهم البينية[1].

وكما تشير إليها الباحثة "دينيزجوديليه (D.Jodelet) " كشكل من أشكال "المعرفة العامية" ذات الهدف العملي والتي تساهم في بناء واقع اجتماعي مشترك، ويتميز هذا المفهوم في علم النفس المعرفي بخاصيتي العمومية والتفريد، حيث يرتكز على وجهين أساسيين: جانب معرفي يتصل بكيفية معالجة الذهن للمعلومات التي يتلقاها، وجانب اجتماعي يربط الفرد ببنيته الجماعية[2].

أما في سياق الثورة الرقمية والتكنولوجية التي اجتاحت مختلف جوانب الحياة الإنسانية، تبرز التمثلات الاجتماعية كعامل مهم في توجيه اتجاهات الأفراد وسلوكهم الرقمي، فهي بمثابة

[1] عمر أسامة، التمثلات الاجتماعية للوسائل التكنولوجية الحديثة وعلاقتها بطبيعة الاستخدام، الحوار المتوسطي، مجلد 12 ص، 254 اطلع عليه بتاريخ 2026/03/05، https://asjp.cerist.dz/en/article/32625

[2] عمر اسامة، المرجع نفسه، ص255

خارطة ذهنية قد تتشكل بوعي أو بغير وعي، لتحدد في نهاية المطاف طبيعة المحتويات الرقمية التي يستهلكونها وكيفية تفاعلهم معها.

وفي هذا الصدد ارتأينا التطرق إلى أهم تعريفات التمثلات الاجتماعية التي يمكن ربطها بموضوع دراستنا الحالية و من اهمها:

يعرف سيرج "موسكوفيتشي" التمثل الاجتماعي بأنه نمط خاص من المعرفة، يدعى بالمعرفة العامية، وظيفته هي بلورة السلوكيات والتواصل بين الأفراد"[1].

حيث يتناول (موسكوفيتشي) في هذا التعريف التمثلات الاجتماعية كنمط خاص للمعرفة (Modalité particulière de connaissance)، وهي معرفة مختلفة عن المعرفة العلمية تناسب تماما الفهم العام لدى الأفراد ، كمعرفة عامية يتداولونها في حياتهم اليومية وتسمح لهم بفهم الأشياء دون شرط الخبرة أو المعرفة العلمية، وهو ما يؤدي إلى بناء السلوكيات (Elaborations des comportements).

فالتمثل هو "محرك" يحدد سلوكنا تجاه موضوع ما، أما من جانب التواصل بين الأفراد فالتمثل هو عبارة عن لغة مشتركة تربط بين أفراد الجماعة و تتيح لهم تبادل الآراء حول مختلف المواضيع.

وإذا قمنا بإسقاط هذا التعريف على موضوع الدراسة الحالية يمكن القول أن التمثلات الاجتماعية تؤدي مهمة الوسيط بين الفرد و البيئة الرقمية المعقدة، حث تحول المصطلحات التقنية "**كالخوارزميات الذكية**"، و"**الشبكات العصبية**" إلى"معرفة عامية" بعيدة عن التعقيد، مثلا: (chatgpt) يعتبر "أداة تسهل مختلف عمليات البحث و توليد الأفكار"، و (nano banana) كأداة لتوليد الصور و الفيديوهات"، فنمط استخدام الفرد للتكنولوجيا الرقمية و الذكاء الاصطناعي هو نتيجة للتمثل الذي يشكله تجاهها، فإذا كان تمثله للذكاء الاصطناعي مثلا انه أداة بحث علمي فسيكون استخدامه له علميا يساعده على انجاز البحوث العلمية و تطوير معارفه، أما اذا كان تمثله تجاهه بأنه بديل عن التفكير البشري فان نمط استخدامه سيكون اتكاليا أي أن الذكاء الاصطناعي سيكفيه مشقة البحث و التنقيب عن المعلومات و صياغة البحوث في قوالب جاهزة من دون أي جهد منه.

[1] **Moscovici,** *La psychanalyse, son image et son public*. Paris, Presses Universitaires de France. (Édition numérique, Les Classiques des sciences sociales, p.149

أما من جانب التواصل (Communication) فالأفراد يشكلون تمثلاتهم تجاه البيئة الرقمية من خلال كل أشكال التواصل التي تتم ضمن هذه البيئة (منشورات، نقاشات....)، أي أن التواصل الرقمي يساهم في تشكيل " وعي جماعي" أو " تمثل مشترك" يوحد معتقداتهم حول البيئة الرقمية والتكنولوجيا الحديثة و خاصة تقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في البيئة الرقمية.

هذا ويعرف **كريستيان غيميلي (Christian Guimelli)** التمثل:

« La représentation fonctionne (système de pré-décodage) de la réalité car elle détermine les anticipations et les conduites. Elle est une "vision du monde" qui modifie et guide l'action, en lui donnant à la fois un sens et une légitimité. »"

أي أن التمثل يعمل كنسق لفك شفرة مسبق للواقع لأنه يحدد التوقعات والسلوكيات، إنه "رؤية للعالم" تعدل وتوجه الفعل، من خلال منحه (أي الفعل) معنى وشرعية في آن واحد" التمثل الاجتماعي في سياق التكنولوجيا الحديثة هو عملية بناء معرفي واجتماعي تقوم أن التمثلات التقنية المستعملة في البيئة الرقمية من موضوع معقد إلى واقع بسيط ومألوف في الممارسات اليومية، وهو صورة ذهنية يتم رسمها حول الآلة، و "نظام تفسيري" يفسر وظيفة التكنولوجيا و معناها داخل الجماعة، مما يحدد مسبقا كيفية التعاطي معها و نمط استخدامها.[1]

إن اعتبار **(غيميلي)** بأن التمثل يعمل "كنسق لفك شفرة مسبق للواقع "على البيئة الرقمية، يعطي تفسيرا دقيقا للعلاقة بين إدراك الفرد وتعامله مع البيئة الرقمية من خلال المحاور التالية:

- **فك شفرة "الغموض الرقمي (Pré-décodage) "**

البيئة الرقمية هي بيئة "**تقنية غامضة**" ومعقدة بالنسبة الفرد غير المختص، هنا يعمل التمثل حسب (غيميللي) كأداة لفك هذه الشفرة، فبدلا من أن يرى الفرد برمجيات رقمية و خوارزميات معقدة، يرى تطبيقات للتواصل الاجتماعي و "أدوات بحث" أو "روبوتات حوارية او لتوليد مختلف الأفكار".

[1]Guimelli, C. (Éd.). *Structures et transformations des représentations sociales*. In *Les fondements des représentations sociales*. Neuchâtel: Delachaux et Niestlé. 1994. p. 124

➢ تحديد التوقعات والسلوك الاستهلاكي(Anticipations et Conduites)

هذا ويرى **(غيميللي)** أن التمثل "يحدد التوقعات والسلوكيات"، وهذا يربط مباشرة بين التمثلات الاجتماعية وأنماط الاستهلاك الرقمي كما يلي:

- **الاستهلاك التطويري:** فالتمثل يفك شفرة الذكاء الاصطناعي، "كشريك أو كمساعد معرفي"، أي انه الفرد يراه أداة تساعده في إشباع مختلف احتياجاته المعرفية، وبالتالي فالفرد سيستخدمه على هذا الأساس، مثلا: توقعات الطالب ستكون الحصول على مساعدة في إيجاد المراجع أو التدقيق والتحسين اللغوي، وبالتالي سيكون سلوكه الاستهلاكي "علميا ومدروسا"
- **الاستهلاك الاتكالي:** أي أن التمثل يساهم في فك شفرة الذكاء الاصطناعي **"كبديل ذهني"**، فالمستخدم هنا يرى الذكاء الاصطناعي كبديل يقوم بالتفكير في مكانه، مثلا: توقعات الطالب هي الحصول على بحث جاهز دون عناء، مما يؤدي حتما إلى سلوك استهلاكي "اتكالي" يعتمد على النسخ واللصق.

➢ منح "المعنى والشرعية" للممارسة الرقمية (Sens et Légitimité)

عندما يصبح تمثل الأفراد للوسائل الرقمية والتكنولوجيا الحديثة لاسيما الذكاء الاصطناعي على أنها "أداة العصر التي لا يمكن الاستغناء عنها"، فإن الفرد يشعر بنوع من الشرعية في استهلاكها بشكل مكثف (حتى لو كان ذلك لغرض الاتكال)، لأن **"التمثل الجمعي"** للأفراد الآخرين يشرعن هذا الفعل ويجعله مقبولاً اجتماعياً داخل الجماعة[1].

من خلال ما سبق تؤكد مختلف التعريفات والتحليلات التي تناولناها، أن التمثلات الاجتماعية تشكل نسقا معرفيا واجتماعيا يساهم بشكل كبير في تكوين العلاقة بين الفرد والبيئة الرقمية، فهي تعمل كأداة لفك شفرة التعقيدات التقنية، أي تبسيط المصطلحات والمفاهيم التقنية والرقمية المعقدة التي لا يفهمها إلا المختصون، حيث تقوم بتحويلها إلى معرفة عامية بسيطة يمكن لأي فرد أن يفهمها ويطبقها في حياته اليومية، كما تقوم بتحديد توقعاته وتوجيه سلوكياته الرقمية، سواء أكانت تطويرية أو اتكالية، لتمنح ممارساته وأفعاله معنى وشرعية اجتماعية عبر التفاعل مع الجماعة، فمن منظور (موسكوفيتشي)، تعد هذه التمثلات **"معرفة عامية"** توجه

[1]Ibid, p 125

السلوك والتواصل بين الأفراد، بينما يبرز (غيميلي) دورها كنظام مسبق لتفسير الواقع ويحدد التوقعات والسلوكيات ويعطي للسلوك الرقمي معنى وشرعية، وعليه، فإن دراسة التمثلات الاجتماعية في سياق الثورة الرقمية والتكنولوجية تتيح فهما معمقا لكيفية إدراك وتصور الأفراد للتقنيات والتكنولوجيا الحديثة، وتوجيه استخدامهم لها بطريقة تعكس التفاعل بين البعد المعرفي والاجتماعي والثقافي في المجتمع المعاصر.

المطلب الثاني: خصائص التمثلات الاجتماعية في البيئة الرقمية

تتميز التمثلات الاجتماعية في البيئة الرقمية عن التمثلات الاجتماعية التقليدية بعدة خصائص هي:[1]

1-البناء الاجتماعي للمعرفة: تعتبر التمثلات الاجتماعية ضمن البيئة الرقمية شكلا من أشكال المعرفة المشتركة التي تبنى من خلال التفاعل الاجتماعي والتواصل بين الأفراد، حيث يتم بناءها وتكوينها من خلال النقاشات والمنشورات على المنصات الرقمية وتبادل المحتوى.

2- توجيه الممارسة والسلوك: فالتمثلات الاجتماعية الرقمية هي تلك الآلية التي توجه السلوكيات والممارسات الرقمية، وتحدد طريقة فهم واستخدام الفرد للتكنولوجيا، سواء من حيث الاستخدام لأغراض البحث العلمي، الترفيه، أو غيرها.

3- التبسيط: تعمل التمثلات الاجتماعية كأداة لتبسيط الظواهر التقنية المعقدة وتحويلها إلى مفاهيم بسيطة ومألوفة في البيئة الرقمية، حيث تقوم بتحويل مفاهيم مثل الذكاء الاصطناعي أو الخوارزميات إلى تصورات بسيطة مثل "روبوت ذكي" أو "أداة بحث"

4- التغيير المستمر وعدم الثبات: تتميز التمثلات الاجتماعية بكونها غير ثابتة وتتغير بسرعة و باستمرار حسب السياق الاجتماعي في البيئة الرقمية، خاصة مع التطورات الهائلة و السريعة والابتكارات التكنولوجية الثورية التي تعرفها هذه البيئة.

[1]Abric, J. C.. *Méthodes d'étude des représentations sociales*. Paris:Érès. 2003 pp. 15–28

5- الارتباط بالسياق الثقافي والاجتماعي: ترتبط التمثلات الاجتماعية ارتباطا وثيقا بالمعتقدات والمعايير الثقافية والاجتماعية السائدة، مما يؤثر على كيفية إدراك الفرد للظواهر الرقمية واستخدامه للتكنولوجيا.

6- تفسيرية و تنظيمية: التمثلات الاجتماعية تقوم بتفسير الواقع الرقمي وتنظيم العلاقة بين الفرد والتكنولوجيا الحديثة، أي بين الفرد و البيئة الرقمية، حيث تساعد الأفراد على فهم بيئتهم الرقمية رغم كل تعقيداتها واتخاذ مواقف مناسبة تجاهها.

المطلب الثالث: آليات تشكل التمثّلات في البيئة الرقمية:

تتشكّل التمثّلات الاجتماعية داخل البيئة الرقمية من خلال مجموعة من الآليات المعرفية والاجتماعية التي تسمح للأفراد بفهم الظواهر التقنية والتفاعل معها، ويمكن إبراز أهم هذه الآليات فيما يأتي[1]:

01- التفاعل الاجتماعي الرقمي:

تتشكل التمثّلات الاجتماعية من خلال الاستخدام اليومي للوسائط الرقمية المختلفة مثل منصات التواصل الاجتماعي، وعبر التفاعل المستمر بين مستخدمي هذه المواقع، حيث تسهم وسائل الاتصال الحديثة مثل الشبكات الاجتماعية والمنصات الرقمية في تبادل المعلومات والآراء، الأمر الذي يؤدي إلى بناء تصورات مشتركة حول التكنولوجيا واستخداماتها.

2- التكرار والاستخدام اليومي للتكنولوجيا:

يساهم الاستخدام المتكرر للتكنولوجيا في تحويلها من مجرد أدوات تقنية إلى عناصر مألوفة في الحياة اليومية، مما يؤدي إلى ترسيخ تمثلات اجتماعية مستقرة حولها، فيتحول النشاط الاجتماعي المرتبط بالتكنولوجيا إلى نشاط اعتيادي داخل المجتمع بفضل التكرار والاستعمال المستمر، حيث يندمج في الممارسات والعادات اليومية للأفراد.

[1]Wagner, W., Duveen, G., Farr, R., Jovchelovitch, S., Lorenzi-Cioldi, F., Marková, I., & Rose, H. Social representations and the dynamics of knowledge in digital media.*Journal of Community & Applied Social Psychology*(27(5), 2017).p 321–334

وفي الأخير يمكن القول إن التمثّلات الاجتماعية في البيئة الرقمية تتشكل من خلال تفاعل الأفراد اليومي مع ما يتعرضون له في هذه البيئة من محتوى رقمي، وكذا مع المستخدمين الآخرين داخل هذا الفضاء الرقمي، حيث أن هذه التمثّلات تلعب دورا مهما في تشكيل أفكار الناس واتجاهاتهم وفهمهم لما يتعرضون له ضمن هده البيئة.

خلاصة:

استنتاجا مما سبق يمكن القول أن نظرية التمثلات الاجتماعية هي بمثابة الخارطة الذهنية التي تتيح للأفراد إدراك واقعهم وتوجيه سلوكياتهم، حيث تطرقنا في مباحث هذا الفصل إلى مسار تطور هذه النظرية من سياقها السوسيولوجي التقليدي إلى فضاءاتها الرقمية المعاصرة، أين تبين لنا أن هذه التمثلات تشكل نظاما تفسيريا يفك شفرة الغموض التقني المحيط بالتكنولوجيا الحديثة وتقنيات الذكاء الاصطناعي، محولة الأنظمة المعقدة إلى "**معرفة عامية**" بسيطة ومألوفة، وهو ما يحدد طبيعة الاستهلاك الرقمي للأفراد وكذا ممارساتهم وتفاعلاتهم اليومية بناء على محاور أساسية نلخصها في النقاط التالية:

– انطلقت النظرية من أطروحات **(إيميل دوركايم)** حول "التمثلات الجمعية" والضمير المشترك كقوة موجهة للمجتمع، لتتطور على يد سيرج (موسكوفيتشي) إلى "معرفة عامية مشتركة" تقوم على ثلاث أسس تشمل المعلومة، والاتجاه، وحقل التمثل.

– تبرز التمثلات كنظام يمكن من فك شفرة التعقيد التقني (كالخوارزميات)، فحسب أطروحات (كريستيان غيميلي)، فإن نمط تمثل التكنولوجيا يحدد أسلوب استخدامها، فإما أن يقود إلى استهلاك تطويري وعلمي، أو إلى استهلاك اتكالي يعتمد على الجاهز، وهي ممارسات يشرعنها التمثّل الجمعي السائد.

– تتنوع وظائف التمثلات بين معرفية لتفسير الواقع، وهوياتية لحماية خصوصية الجماعة، وتوجيهية للسلوك، وتكتسب في البيئة الرقمية خصائص أخرى مميزة أبرزها: البناء الاجتماعي التشاركي عبر المنصات، التبسيط، التغير المستمر السريع لمواكبة التطورات التقنية، والارتباط الوثيق بالسياق الثقافي.

– تتشكل هذه التمثلات في الفضاء الافتراضي من خلال جانبين رئيسيين، الأول هو التفاعل الاجتماعي الرقمي وتبادل الآراء والمحتوى عبر المنصات، والثاني هو آلية التكرار والاستخدام اليومي المستمر التي تنقل التقنيات من التعقيد إلى العادات والأنشطة الاعتيادية.

وبالتالي فإن نظرية التمثلات الاجتماعية حافظت على هدفها الأساسي التقليدي و المتمثل في "التفسير" في الفضاء الافتراضي، حيث استمرت كأداة لفهم كيفية إدراك المستخدمين للتقنيات الحديثة، ومحدد رئيسي لطبيعة تفاعلاتهم واستهلاكهم الرقمي داخل المجتمع المعاصر.

الفصل الثاني

التقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي

تمهيد

لقد تطورت وسائل التواصل الاجتماعي كثيرا بتوظيف الذكاء الاصطناعي فيها، ويمكن فهم هذا التحول في ضوء **فكرة (توماس كون)** حول التحول في النماذج العلمية، حيث يحدث انتقال من طريقة قديمة في فهم الظواهر إلى طريقة جديدة تغيّر شكلها ومعناها"[1]، وبالمثل انتقل الاتصال من نموذج بسيط يقوم على التفاعل المباشر بين الأفراد إلى نموذج ذكي تحكمه الخوارزميات وتوجيه البيانات، هذا التحول أثر في طبيعة التفاعل داخل هذه المنصات، وفي طريقة إدراك المستخدمين للعالم الرقمي وتشكّل تصوراتهم داخله.

[1]محمد أحمد الصغير علي عيد، السيطرة الخوارزمية، الطبعة الأولى.2025، ب. ب، ص 8

المبحث الأول: ماهية الذكاء الاصطناعي:

تعددت التعريفات التي تناولت الذكاء الاصطناعي و فيما يلي سوف نتطرق إلى أهمها و أشهرها:

المطلب الأول: تعريف الذكاء الاصطناعي

عرفه "**جون مكارتي**" **(John McCarthy)** ، أحد رواد مجال، علم وهندسة صناعة الآلات الذكية، "بان الذكاء الاصطناعي يعد فرعا من فروع علوم الحاسوب، يهدف إلى إنشاء أنظمة قادرة على تنفيذ مهام تتطلب عادة ذكاء بشريا، مثل التعلم، الفهم، التحليل، واتخاذ القرار"[1].

فيما يعرفه "**إدوارد فيجنبوم**" **(Feigenbaum)** "على أنه جزء من علوم الكمبيوتر يسعى إلى تصميم وإنشاء أنساق ذكية تعطى خصائص الذكاء نفسها المعروفة في الذكاء الإنساني، ويعرفه أيضا بأنه العلم الذي يهدف إلى إنشاء تطبيقات قادرة على أداء سلوكيات توصف بالذكاء عند الإنسان[2]..

أما "**مارفن مينسكي**" **(Marvin Minsky)** فيعرف الذكاء الاصطناعي بأنه العلم القادر على بناء آلات تقوم بمهام تتطلب قدرا من الذكاء البشري عندما يقوم بها الإنسان.[3]

يمكن القول من خلال التعريفات السابقة أن الذكاء الاصطناعي هو مجال من مجالات علوم الحاسوب يهتم بتطوير أنظمة وآلات قادرة على محاكاة بعض قدرات الإنسان العقلية، مثل التعلم، الفهم، التحليل، واتخاذ القرار، حيث يقوم هذا المجال على إنشاء برامج ذكية تستطيع أداء مهام تعد عادة من اختصاص الذكاء البشري، معتمدة على معالجة البيانات واكتساب الخبرة الحديثة، ومحدد رئيسي لطبيعة تفاعلاتهم واستهلاكهم الرقمي داخل المجتمع المعاصر.

[1] Jérémy Robert, Intelligence Artificielle : Définition, histoire, enjeux, Liora, consulte le19 février 2026

[2] خديجة الكبري سلطاني، الذكاء الاصطناعي مداخله ومفاهيمه وأهم خصائصه وتطبيقاته في المعالجة الآلية للغة العربية، جسر المعرفة، المجلد، 11عدد، 1، اطع عليه بتاريخ: 2026/02/24

[3] Hadj TAIBI ,SILICON VALLEY ET NEUROSCIENCES : DE L'APLOMB TECHNOLOGIQUE AUX CHANGEMENTS CEREBRAUX ET DISCURSIFS, Revue Multilinguales,30/06/2025, Volume : 13 / N° : 01 (2025), pp. 137, consulte le 23/02/2026, https://asjp.cerist.dz/en/article/271909

المطلب الثاني: نشأة و تطور الذكاء الاصطناعي:

لقد تطور الذكاء الاصطناعي الحالي كثيرا مقارنة ببداياته الأولى، ولكن تطوره هذا مر بعدة محطات، حيث نتطرق فيما يلي إلى، أصله، من أين بدأ و متى؟ ما هي الظروف التي أدت إلى نشأته؟ و كيف تطور إلى المستوى الذي هو عليه اليوم؟ حيث يمكن القول أن نشأته و تطوره مرت بخمس مراحل هي:[1]

- **المرحلة الأولى: مرحلة التأسيس النظري والفلسفي (1943 – 1956)**

قصة الذكاء الاصطناعي بدأت بفكرة بسيطة تأسست على تساؤل قد يبدو آنذاك ضربا من الخيال، ولكنه كان بمثابة ثورة علمية: هل يمكن للآلة أن تفكر مثل الإنسان؟ هذا السؤال الفلسفي في مضمونه، قاد في سنة 1943 العالمين (Warren McCulloch) و (Walter Pitts) " إلى نشر مقال علمي حاولا فيه لأول مرة تحليل طريقة عمل الدماغ البشري وتقليده باستخدام الرياضيات والمنطق، حيث تخيلا أن الخلية العصبية في الدماغ يمكن تمثيلها بمعادلة رياضية بسيطة: أي انهال تستقبل إشارات، وإذا كانت هذه الإشارات قوية بما فيه الكفاية، فإنها ترسل إشارة جديدة، هذه الفكرة البسيطة هي في الحقيقة الأساس الذي تقوم عليه اليوم الشبكات العصبية والذكاء الاصطناعي الحديث.

ولعل أكثر ما يميز هذا العمل أنه غير طريقة تفكير العلماء، محدثا قطيعة مع التفكير السائد: فإلى هنا كان الدماغ يدرس فقط كعضو بيولوجي في جسم الإنسان، فأصبح ينظر إليه كنظام يمكن فهمه بالمنطق والرياضيات، ولم لا محاولة تقليده بواسطة آلة؟ ليأتي بعد سنوات قليلة، العالم (Alan Turing) ليطرح سؤالا أكثر جرأة: متى يمكن أن نقول أن الآلة أصبحت ذكية؟ ومن هنا ظهر اختبار "تورينغ" الشهير، حيث يتم هذا الاختبار من خلال وضع إنسان منفردا داخل غرفة مغلقة، ويتواصل عبر الكتابة (أي بدون رؤية) مع طرفين هما: (إنسان حقيقي/ آلة – حاسوب)، وفي نهاية هذه العملية التواصلية يتم عرض نتائج المحادثة وتحليلها، فإذا لم يستطع الشخص أن يميز هل الذي تحدث معه إنسان أم آلة، فإننا نقول إن الآلة نجحت في اختبار "تورينغ"، والعكس صحيح، أو بمعنى أبسط، إذا استطاعت الآلة أن تحاور الإنسان، بدون أن يشك للحظة أنها آلة، فهي إذن آلة ذكية.

[1] Jérémy Robert,op-cit consulte le 19/02/2026

وبالتالي، انتقل التفكير في مجال الذكاء الاصطناعي إلى مرحلة جديدة هي: هل يمكن لسلوك الآلة أن يشبه أو يحاكي سلوك الإنسان؟ حيث انتقل التفكير من إمكانية محاكاة تفكير الآلة لتفكير البشر إلى محاكاة سلوك الإنسان، من حيث التفكير والتعلم واتخاذ القرار، لهذا يمكن أن نقول إنها المرحلة الأولى لميلاد الذكاء الاصطناعي الذي لم يكن فجأة بالطبع، حيث بدأ بعد محاولات عديدة لفهم العقل البشري، ثم بمحاولة تقليده من خلال عقل اصطناعي، ثم بمحاولة جعله يتعلم، وهذه المراحل هي التي أوصلتنا اليوم إلى ما نراه من تقنيات ذكية في حياتنا اليومية.

- **المرحلة الثانية: مرحلة التأسيس العلمي (1956 – 1974)**

يمكن اعتبار هذه المرحلة بمثابة الانطلاقة الحقيقية للذكاء الاصطناعي كعلم مستقل بذاته، وقد بدأت سنة 1956 خلال مؤتمر (دارتموث) الذي نظمه العالم (John McCarthy)، و هو احد رواد هذا المجال، حيث تم في هذا المؤتمر لأول مرة استخدام مصطلح "الذكاء الاصطناعي" (Artificial Intelligence) ولعل ابرز ما ميز هذه المرحلة هو السعي لتصميم برامج قادرة على محاكاة التفكير المنطقي للإنسان، مثل حل المسائل الرياضية، والبرهنة المنطقية والاستدلال بالدلائل، و كذا ممارسة العاب تعتمد بشكل أساسي على الذكاء مثل لعبة الشطرنج.

وقد ظهر أيضا في هذه المرحلة ما يسمى بالذكاء الاصطناعي الرمزي (Symbolic AI)، حيث كانت الأنظمة الذكية تعتمد أساسا على القواعد المنطقية التي يكتبها المبرمج، أي أن الآلة لم تكن ذكية بالمعنى الصريح وإنما كانت تنفذ برامج ذكية يضعها المبرمج أو الإنسان فرغم التفاؤل الكبير بتطور الذكاء الاصطناعي في هذه المرحلة، إلا أن هذه الأنظمة كانت محدودة، لأنها لا تستطيع التعلم أو التكيف مع مواقف جديدة، أو اتخاذ القرارات وبالتالي هي بعيدة كل البعد عن محاكاة العقل البشري وسلوك الإنسان.

- **المرحلة الثالثة: مرحلة التعلم الآلي وبداية جعل الآلة تتعلم (1959 – 1980)**

ظهرت في هذه المرحلة فكرة جديدة ومهمة، وهي أن الآلة لا يجب أن نبرمجها بكل شيء، بل يمكن أن نجعلها تتعلم بنفسها، وقد ظهر مصطلح "التعلم الآلي"[1] سنة 1959 على يد العالم Arthur Samuel، الذي صمّم برنامجًا يتعلم ممارسة لعبة "الداما" التي تعتمد على الذكاء، فكان البرنامج يلعب ضد لاعبين بشر قد يهزمونه في المراحل الأولى، ولكن هي تحسن مع

[1] Samuel, A. L. *Some studies in machine learning using the game of checkers*. IBM Journal of Research and Development,1959, 3(3), 210–229, https://ieeexplore.ieee.org/document/5392560, consulte le 13/3/2026

الوقت و يتطور ذاتيا من خلال التجربة والخطأ، أي من دون برمجة، أو بمعنى أخر: يتم برمجة الآلة مرة واحدة ثم تتعلم من التجارب التي تخوضها، و تصحح أخطاءها و تثري رصيدها المعرفي تماما مثل العقل البشري.

وقد استمر هذا التوجه خلال الستينيات، حيث حاول عدة علماء ابتكار برامج تحاول محاكاة التفكير البشري، ومن أشهر هذه البرامج، برنامج" ايليزا**ELIZA**" سنة 1966، الذي طوّره العالم (جوزيف ويزنبوم Joseph Weizenbaum)، وهو برنامج كان يحاكي المحادثة مع الإنسان، وكان الكثير من الناس يعتقدون أنهم يتحدثون مع إنسان حقيقي، في حين أنهم كانوا يتحدثون مع برنامج حاسوبي"[1]، وهو ما أعطى دفعا كبيرا لأبحاث الذكاء الاصطناعي في تلك الفترة.

لهذا فلقد مثّلت هذه المرحلة تحولا كبيرا و مهما في تاريخ تطور الذكاء الاصطناعي، حيث انتقل العلماء من فكرة برمجة الآلة على الذكاء إلى فكرة برمجة الآلة على التعلم، أي تعليم الآلة، ومع ذلك، واجهت أبحاث الذكاء الاصطناعي عراقيل و صعوبات كبيرة في هذه الفترة بسبب ضعف نوعية الحواسيب الموجودة آنذاك وكذا ونقص البيانات و ضعف شبكة الانترنت التي كانت في بداياتها، فكل هذه العوامل أدت إلى نوع من الجمود في هذه الأبحاث وهو ما سمي لاحقا بفترة شتاء الذكاء الاصطناعي (AI Winter)، حيث تراجع الاهتمام بهذا المجال مما سبب نقصا في تمويل الأبحاث التي تكلف كثيرا.

- **المرحلة الرابعة: مرحلة إحياء الشبكات العصبية والذكاء الاصطناعي التطبيقي (1980 – 2010)**

في هذه المرحلة، شهد الاهتمام بمجال الذكاء الاصطناعي والشبكات العصبية من جديد، خاصة بعد التطور الكبير في صناعة أجهزة الإعلام الآلي ذات القدرة الكبيرة في الاستيعاب والمعالجة و كذا تطور شبكة الانترنت من حيث النوعية و مجال التغطية والخدمات والأنظمة تم ابتكارها بفضل هذا التطور، والتي ساعدت في تسريع تطور الذكاء الاصطناعي من خلال توفير البيانات الضخمة و الانتشار أي أن الذكاء الاصطناعي خرج من المختبر إلى العالم، و نذكر على سبيل المثال لا الحصر، أنظمة:

[1] WEIZENBAUM, Joseph. « ELIZA—A Computer Program for the Study of Natural Language Communication Between Man and Machine », *Communications of the ACM*, vol. 9, n° 1, 1966, p. 36–45

(**Google could, Amazon Web Service AWS**، Microsoft)... وفي سنة 1989 تمكن العالم (Yann LeCun) من تطوير شبكة عصبية قادرة على التعرف على الأرقام المكتوبة يدويا، وقد استخدمت هذه التقنية الذكية في البنوك لقراءة الشيكات، وكان هذا من أول التطبيقات والتقنيات الذكية الناجحة للشبكات العصبية التي استخدمت في الواقع، أما في سنة 1997، تمكن حاسوب (Deep Blue) الذي طورته شركة (IBM) من تحقيق خطوة عملاقة في طريق منافسة الذكاء الاصطناعي للذكاء البشري، حيث نجح في هزيمة بطل العالم في الشطرنج آنذاك (Garry Kasparov)[1]، وكان هذا الحدث نقطة تحول كبيرة، لأنه أثبت أن الآلة يمكن أن تتفوق على الإنسان في بعض المهام الذهنية.

- **المرحلة الخامسة: المرحلة مرحلة التعلم العميق والبيانات الضخمة (2010 – إلى يومنا)**

لقد عرف للذكاء الاصطناعي، تطورا متسارعا و كبيرا في هذه المرحلة حيث ظهر ما يسمى بالتعلم العميق (Deep Learning)، وهو نوع من التعلم الآلي، يعتمد على الشبكات العصبية العميقة التي تتكون من عدة طبقات،وهذا بسبب ثلاثة عوامل رئيسية تتمثل فيما يلي: [2]

- تطور قدرة ونوعية الحواسيب الحديثة
- توفر كميات هائلة من البيانات (Big Data) حيث أصبح الوصول إليها متاحا بسهولة اكبر من ذي قبل.
- تتطور الخوارزميات الذكية التي تعتبر أساس تصميم و برمجة أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

ففي هذه المرحلة أصبحت الآلة بفضل هذه خوارزميات التخصيص التوصية، قادرة على أداء مهام كانت حكرا على الإنسان مثل: التعرف على الصور، وفهم اللغة، والترجمة، والتنبؤ، واتخاذ القرار، والأخطر ربما في كل هذا، هو تقليد مشاعر الإنسان وأحاسيسه من خلال تقنية التعلم العميق، وهو ما أدى إلى ظهور تطبيقات و برامج الذكاء الاصطناعي وانتشارها في مختلف المجالات كالطب، والتعليم، والإعلام، والاقتصاد، والاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي.

[1]Rumelhart, D. E., Hinton, G. E., & Williams, R. J*Learning representations by back-propagating errors*. Nature. (1986)., 323(6088), 533–536

[2]MAYER-SCHÖNBERGER (Viktor) et CUKIER (Kenneth), Big Data : A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think, New York, Houghton Mifflin Harcourt, 2013, p. 3-5,https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=55886, consulte le 19/03/2026

من خلال البحث في نشأة وتطور الذكاء الاصطناعي يمكننا القول أن تاريخ الذكاء الاصطناعي هو في الحقيقة تاريخ محاولة الإنسان لفهم عقله أولا، ثم محاولة بناء عقل يشبهه، فمن مرحلة التأسيس النظري مع أعمال (Warren McCulloch) و (Walter Pitts) ثم أفكار " ألان تورينغ (Alan Turing)، إلى مرحلة التأسيس العلمي في (مؤتمر دارموث Dartmouth Conference)، ثم ظهور التعلم الآلي مع (Arthur Samuel)، وصولا إلى التعلم العميق مع (Yann LeCun)، حيث يمكننا تلخيص مراحل تطوره في النقاط التالية:

- **اولا:** مجرد أفكار وإرهاصات ذات خلفية فلسفية حول إمكانية محاولة صنع آلة تحاكي التفكير والذكاء البشري.
- **ثانيا:** محاولة تقليد الدماغ والعقل البشري بيولوجياً، فالشبكات العصبية مثلا مستوحاة من الخلايا العصبية للعقل البشري.
- **ثالثا:** محاولة تطبيق مراحل تطور العقل البشري وآليات نموه والخاصيات التي يمتلكها مثل خاصية التعلم، على العقل الاصطناعي أو الآلة.
- **رابعا:** جعل العقل الاصطناعي يتمكن من أداء وظائف منوطة أساسا بالعقل البشري ومن أهمها الفهم واتخاذ القرار.
- **خامسا:** إخراج الذكاء الاصطناعي من المختبر إلى العالم، وغزوه لجميع مناحي الحياة البشرية، حيث انه ساهم في تسهيل حياة البشر في مختلف المجالات خاصة ما يتعلق بمعالجة البيانات الضخمة، بسرعة وفعالية ودقة، إلا أن الكثير من الباحثين يرون انه قد يشكل خطرا حقيقيا على التفكير البشري مستقبلا، أي انه في البداية كان ينظر إليه كخيال علمي، ثم كآلة حاسبة متطورة، ثم كآلة يمكن أن تتعلم، أما اليوم فينظر إليه كآلة يمكن أن تفهم، تتكلم، تقرر، وتؤثر في حياة الإنسان.

المطلب الثالث: أنواع الذكاء الاصطناعي (AI) وفروعه:

يتكون الذكاء الاصطناعي من عدة فروع وأنواع مختلفة من حيث الوظائف والقدرة، وفيما يلي سنحاول توضيح أنواعه حيث يمكن تقسيمها إلى نوعين أساسيين هما كالتالي[1]:

1- أنواع الذكاء الاصطناعي (AI) وفقا للقدرات: تعرف أنواع الذكاء الاصطناعي وفقا للقدرات على أنها تصنيف لأنظمة الذكاء الاصطناعي حسب مستوى أدائها وقدرتها على المحاكاة الذهنية، حيث تشمل الذكاء الاصطناعي الضيق الموجه لمهام محددة، والذكاء الاصطناعي العام القادر على محاكاة التفكير البشري، والذكاء الاصطناعي الفائق الذي يتجاوز قدرات الإنسان في جميع المجالات، وينقسم بدوره إلى:

- **الذكاء الاصطناعي الضيق:(Artificial Narrow Intelligence – ANI)**: حيث يعتبر هذا النوع من الذكاء الاصطناعي مصمما خصيصا لتنفيذ مهام محددة بكفاءة عالية، مثل: التعرف على الوجوه، التنبؤ بالنصوص، أو تشغيل روبوتات المصانع، وعلى الرغم من أن هذا النوع يمكن أن يتفوق على العقل البشري في مجالات معينة وأغلبها تلك المجالات الدقيقة، خاصة في كمية البيانات التي يعالجها والسرعة التي يتميز بها، إلا أنه لا يمتلك وعيا ذاتيا، أو القدرة على التفكير خارج نطاق المهمة التي تمت برمجته عليها.
- **الذكاء الاصطناعي العام:(Artificial General Intelligence – AGI)**:

الذكاء الاصطناعي العام يهدف أساسا إلى محاكاة وتقليد القدرة البشرية على التفكير والتعلم في مجالات متعددة، بحيث يمكن للنظام التعامل مع أي مهمة ذهنية كانت، تمامًا كما يفعل الإنسان، وحتى الآن لم يتعلق هذا المستوى في التطبيقات العملية بعد، لكنه يعتبر هدفا رئيسيا للأبحاث المستقبلية.

- **الذكاء الاصطناعي الفائق:(Artificial Super Intelligence – ASI)** يمثل الذكاء الاصطناعي الفائق نظاما افتراضيا يمتلك قدرات معرفية تتجاوز تلك التي يمتلكها البشر في جميع المجالات، يشمل ذلك قدرة على التفكير النقدي واتخاذ القرارات المعقدة وتوليد المعرفة الجديدة، وقد تم تحليل مخاطره وأبعاده المستقبلية في مختلف الدراسات العلمية مثل:

[1]Müller, V. C., &Bostrom, N.*Future Progress in Artificial Intelligence: A Survey of Expert Opinion*. https://arxiv.org/abs/2508.11681 consulte le 19/03/2026

Future progress in artificial intelligence: Asurvey of expert opinion التي اعتمدت على صبر آراء لخبراء عالميين في مجال الذكاء الاصطناعي حول إمكانية تطوّر الأنظمة العالية المستوى التي قد تقترب من الذكاء العام أو الفائق، وكذلك تقييم المخاطر المحتملة في المستقبل،حيث أشارت النتائج إلى أن العديد من الخبراء يتوقعون إمكانية وصول الذكاء الفائق في العقود القادمة، مع تقدير أن تكون العواقب وخيمة على وجود التفكير البشري **إذا** لم يتم إدارة الذكاء الاصطناعي بحذر.[1]

2- **أنواع الذكاء الاصطناعي وفقًا للوظائف:** هو تصنيف حسب طريقة عمل أنظمة الذكاء الاصطناعي، حيث توجد أنظمة بسيطة تستجيب مباشرة للمواقف، وأنظمة أخرى تستعمل المعلومات السابقة لتحسين قراراتها، وأنظمة أكثر تطورا تحاول فهم السياق واتخاذ قرارات أدق،وتنقسم إلى:[2]

- **الآلات التفاعلية (Reactive Machines)** :تعتبر الآلات التفاعلية من أبسط أشكال الذكاء الاصطناعي، حيث تستجيب فقط للمدخلات الحالية من البيانات وتنتج مخرجات دون استخدام ذاكرة أو تجربة سابقة، وتستخدم هذه الأنظمة في الألعاب والتطبيقات التي تتطلب استجابة فورية فقط.
- **الذاكرة المحدودة (Limited Memory)** :تستخدم الذاكرة المحدودة في الأنظمة التي تحفظ بيانات قصيرة الأمد لتعلم الأنماط وإجراء التنبؤات، مثل النماذج التي تعتمد على تجارب سابقة لتحسين الأداء دون تخزين كل المعلومات الماضية.
- **نظرية العقل (Theory of Mind)** : هذا النوع من الذكاء الاصطناعي يعتبر حاليا لا يزال في مرحلة البحث والتطوير، لأنه يهدف إلى تمكين الأنظمة من فهم وتحليل العمليات العقلية للبشر وإنما حتى تلك الخصائص العاطفية سواء للبشر أو للكائنات الأخرى، وبالتالي جعل هذه الأنظمة تستطيع الاستجابة مستقبلاً بشكل مناسب للعمليات الذهنية، والسلوك وحتى المشاعر والنية.[3]

[1]Ibid,https://arxiv.org/abs/2508.11681 consulte le 19/03/2026

[2] Russell, S. &Norvig, P., *ArtificialIntelligence: A Modern Approach*, 4e éd., Pearson, 2021, http://lib.ysu.am/disciplines_bk/efdd4d1d4c2087fe1cbe03d9ced67f34.pdf, consulte le 19/03/2026

[3]Premack, D., & Woodruff, G. (1978).*Does the chimpanzee have a theory of mind?* Behavioral and Brain Sciences, 1(4), pp. 515–516, https://doi.org/10.1017/S0140525X00076512consulte le 23/03/2026

- **الوعي الذاتي (Self–Aware AI)** : هذا المستوى لا يزال في نطاق الخيال العلمي للذكاء الاصطناعي حاليا، حيث تسعى الأبحاث والدراسات النظرية الحالية لوضع الأسس الأولى لخلق أنظمة ذكية تجعل الآلة تمتلك وعيا داخليا حقيقيا.

- **فروع الذكاء الاصطناعي:(AI Disciplines)**

- **التعلم الآلي:(Machine Learning – ML)** يعتبر التعلم الآلي فرعا من فروع الذكاء الاصطناعي ووظيفته الأساسية هي تمكين الأنظمة من **تحسين أدائها تلقائيا باستخدام البيانات بدل البرمجة التقليدية،** هذا يشمل تحليل الأنماط والتنبؤات دون تدخل بشري مباشر.
- **التعلم العميق (Deep Learning – DL)** التعلم العميق هو شكل من التعلم الآلي بحيث يعتمد على الشبكات العصبية الاصطناعية متعددة الطبقات، وهو قادر على التعامل مع البيانات المعقدة مثل الصور والنصوص بشكل يفوق النماذج التقليدية المعروفة.
- **معالجة اللغة الطبيعية (Natural LanguageProcessing – NLP)** تركز معالجة اللغة الطبيعية على تمكين الحواسيب من فهم اللغة البشرية وتفسيرها وتحليلها، وتشتمل على تطبيقات مثل الترجمة الآلية، والتعرف على الكلام، وتحليل المحتوى النصي.
- **الروبوتات (Robotics):** هي آلات ذكية تقوم بالدمج بين الذكاء الاصطناعي كتقنية ذكية، وأنظمة التحكم الحركي (motor control) للاستجابة في الواقع وأداء المهام بدقة وكفاءة،
- **المنطق الغامض (FuzzyLogic):** يسمح المنطق الغامض للأنظمة بالتعامل مع البيانات غير القطعية وعدم اليقين عن طريق استبدال القيم الصارمة بقيم متدرجة، مما يساعد في اتخاذ قرارات أكثر واقعية كما يفعل العقل البشري.
- **نظم الخبراء (Expert Systems):**هي نظم تعتمد على قاعدة معرفية (knowledge base) وقواعد منطقية لمحاكاة خبرة الإنسان في مجالات محددة وحل المشكلات بشكل مشابه للخبير البشري.
- **رؤية الكمبيوتر (Computer Vision – CV):** ترتكز رؤية الكمبيوتر على تمكين الأجهزة **من** التعرف على الصور والفيديو واستخلاص المعلومات منها عبر خوارزميات متقدمة مثل الشبكات العصبية.[1]

[1] Kaplan, J. *Artificial Intelligence: What Everyone Needs to Know*.Oxford: Oxford UniversityPress, (2016). pp. 65–67.

من خلال ما سبق فان الذكاء الاصطناعي تطور تدريجيا من أفكار نظرية بسيطة إلى أن تطور أكثر مع التعلم الآلي والشبكات العصبية، وأصبح اليوم قادرا على القيام بمهام معقدة بفضل التعلم العميق.

وينقسم الذكاء الاصطناعي إلى أنواع حسب قدراته: نوع بسيط مخصص لمهام محددة، ونوع يسعى لمحاكاة تفكير الإنسان، ونوع ثالث نظري يتجاوز قدرات الإنسان، كما يعمل بعدة طرق مثل الاستجابة المباشرة أو استخدام معلومات سابقة أو محاولات فهم أعمق للسياق.

وله فروع متعددة مثل التعلم الآلي، التعلم العميق، معالجة اللغة، والروبوتات، وهي التي جعلته يدخل في مجالات كثيرة من الحياة اليومية للإنسان.

المبحث الثاني: التقنيات الذكية وتوظيفها في مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد أصبحت التقنيات الذكية من العناصر الأساسية التي تدخل في تطوير مختلف المجالات، وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي التي تحولت من فضاءات للتواصل البسيط إلى منصات متقدمة تعتمد على أنظمة ذكية في تحليل البيانات وتخصيص المحتوى وتحسين تجربة المستخدم، حيث سنتناول في هذا المبحث مفهوم التقنيات الذكية ومفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، ثم سنحاول إبراز أهم أشكال توظيف هذه التقنيات داخل هذه المنصات.

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

تتعدد التسميات المستخدمة للإشارة إلى مواقع التواصل الاجتماعي، مثل: "المواقع الاجتماعية، الشبكات الاجتماعية، شبكات الإعلام الاجتماعي، ووسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن هذه المفاهيم جميعها تتشارك في خاصية أساسية تتمثل في البعد الاجتماعي، حيث تصنف هذه المنصات الرقمية ضمن تطبيقات الجيل الثاني للويب (Web 2.0) [1]، الذي مثّل تحولا نوعيا في بنية الاتصال الرقمي، من خلال جعل المستخدم ينتقل من متلق للمحتوى إلى فاعل يشارك في إنتاجه ونشره وتبادله، كما أن وصف هذه المواقع " بالاجتماعية" هو نتيجة لارتباطها ببناء المجتمعات الرقمية، حيث تتيح تشكيل شبكات من العلاقات الإنسانية داخل فضاءات افتراضية، وتدعم التفاعل المستمر بين الأفراد عبر تبادل المعلومات والآراء والمضامين الرمزية

[1]. عبد الكريم تفرقنيت، "مواقع التواصل الاجتماعي، الإيجابيات والسلبيات، دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية"، جامعة البليدة 2، 2016، ص 10.

في إطار اهتمامات مشتركة، حيث يرى العديد من الباحثين أن وصفها " بالاجتماعية" يعود إلى ارتباطها بفكرة بناء المجتمعات الرقمية، من خلال إنشاء علاقات وتفاعلات مستمرة بين الأفراد داخل فضاءات افتراضية مشتركة.

هذا ويعرف كل من "**بويد وآليسون**" (Boyd & Ellison)" مواقع الشبكات الاجتماعية أنها خدمات قائمة على الويب، تتيح للأفراد ثلاث وظائف أساسية[1]: أولا: إنشاء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن نظام محدد، ثانيا: تحديد قائمة من المستخدمين الآخرين الذين يرتبطون بهم بعلاقات،وثالثا،الاطلاع على شبكة علاقاتهم وعلاقات الآخرين ضمن هذا النظام.

فيما يعرفها "محمد عبد الحميد" بأنها "منظومة متكاملة من الشبكات الإلكترونية والتي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها[2]".

أما الباحث الأمريكي "جيمي مانينغ (Jimmie Manning)" ضمن احد احدث التعريفات التي وردت حول وسائل التواصل الاجتماعي أن وسائل التواصل الاجتماعي هي:

"أشكال جديدة من وسائل الإعلام تتسم بالمشاركة، والتفاعل، والاعتماد على المستخدم في إنتاج المحتوى وتبادله داخل مجتمعات افتراضية"[3].

المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

لا يمكن فصل تطور الشبكات الاجتماعية أو مواقع التواصل الاجتماعي عن التطور التقني للشبكة العنكبوتية، الإنترنت (Web)، حيث مرّت هذه المواقع بثلاث مراحل أساسية تحولت خلالها من أدوات تواصل بسيطة إلى أنظمة ذكية وهي كالتالي:

- **المرحلة الأولى:** و هي الحقبة التي شهدت تأسيس (جيل الويب 1.0 الثبات والتواصل المحدود) حيث بدأت هذه المرحلة في أوائل التسعينيات، وكان التفاعل فيها "سلبيا" إلى حد ما،

[1] Boyd, D., & Ellison, N., *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 2007, consulté le 9 avril 2026, https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583027

[2] محمد عبد الحميد، *الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت*، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 266

[3] Manning, J., "Social Media, Definition and Classes of", in Harvey K. (Ed.), *Encyclopedia of Social Media and Politics*, Sage Publications, Thousand Oaks, 2014, pp. 1158-1162, consulté le 9 avril 2026

حيث يكتفي المستخدم باستهلاك ما هو موجود دون القدرة على التغيير الكبير في البيانات، و كانت البدايات سنة (1995) التي شهدت ظهور أول موقع للتواصل الاجتماعي (Classmates) حيث كانت فكرته محاولة تقنية لجمع زملائه الدراسة، ثم ظهر بعده موقع (SixDegrees) عام 1997 الذي أتاح لأول مرة إنشاء ملفات شخصية وإرسال رسائل خاصة، لتشهد فترة ما بعد سنة 1999 ظهور منصات متخصصة مثل (Live Journal) للتدوين، وموقع (Kyze) لرجال الأعمال، وموقع (Cyworld) في كوريا.

ولقد تميزت مواقع التواصل الاجتماعي في هذه المرحلة بعدة سمات، حيث كانت المواقع تعتمد على لغة (HTML) الثابتة، كما أن التفاعل الاجتماعي كان مقتصرا على برامج الدردشة البسيطة والمنتديات،

- **المرحلة الثانية:** تعتبر المرحلة التي شهدت طفرة لمواقع التواصل الاجتماعي وهي مرحلة ما أطلق عليه اسم (جيل الويب 2.0 و مبدأه المشاركة والمركزية)، ففي هذه المرحلة، أصبح المستخدم هو المنتج الأساسي للمحتوى وليس مجرد مستهلك له، حيث كانت الانطلاقة الحقيقية من سنة (2002 – 2004)، أين حقق موقع (Friendster) نجاحاً كبيرا كمنصة للتعارف، ثم تبعه ظهور موقع (MySpace) عام 2003 الذي سيطر على المشهد العالمي قبل بزوغ نجم موقع (Facebook) الذي أحدث ثورة في مفهوم الشبكات الاجتماعية، حيث تحولت مواقع التواصل إلى منصات "اجتماعية" بالكامل، تتيح مشاركة الصور، الفيديوهات، و هذا ما تتميز بالبيانات دخول شركات التكنولوجيا الكبرى للاستثمار هذه المواقع التي تتميز بالبيانات الضخمة،

واهم ما ميز هذه المرحلة هو التركيز على مبدأ المشاركة الجماعية (Collaboration) والتبادل اللحظي للمعلومات، لكن هذا أدى إلى فقدان المستخدم للسيطرة على بياناته التي أصبحت مخزنة لدى الشركات الكبرى.

- **المرحلة الثالثة:** وهي المرحلة الحالية أي مرحلة الذكاء الاصطناعي والويب الدلالي (جيل الويب 3.0 مبدأ التخصيص والذكاء)وهي المرحلة التي نعيشها حالياً، حيث انتقلنا من المواقع المركزية إلى أنظمة تعتمد على تعلم الآلة والذكاء الاصطناعي،فتميزت باستخدام منصات مثل (YouTube, Netflix, TikTok) لخوارزميات ذكية تتنبأ باحتياجات المستخدم، مما أدى إلى ظهور أنماط استهلاك رقمي مخصصة جداً وموجهة آليا.

و من بين أهم سمات هذه المرحلة: توظيف الذكاء الاصطناعي: كمحرك أساسي لفرز البيانات وتقديمها للمستخدم في الوقت المناسب، اللامركزية (Blockchain): محاولة إعادة ملكية البيانات للمستخدم بعيدا عن سيطرة الشركات، العوالم الافتراضية: خاصة مع ظهور "الميتافيرس" والبيئات ثلاثية الأبعاد التي تدمج الواقع بالخيال الرقمي.[1]

في الجدول أدناه سنحاول توضيح الاختلاف بين Web 1.0 و 2.0 و 3.0:[2]

	Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0
المحتوى	**تفاعل سلبي للمستخدم**	**منصات اجتماعية ومحتوى ينشئه المستخدم**	**ملكية المستخدم للمحتوى**
التقنيات	**HTML**	**HTML ديناميكي، Javascript**	**بلوكشين، ذكاء اصطناعي، تعلم الآلة**
بيئات افتراضية	**لاشيء**	**استخدام مبدئي للأبعاد الثلاثية**	**أبعاد ثلاثية، واقع افتراضي، واقع معزز**
الإعلانات	**مزعجة (لوحات إعلانية، إلخ)**	**تفاعلية**	**موجهة بناء على سلوك المستخدم**
تخزين البيانات	**مخزنة على خوادم مواقع الويب الفردية**	**تملكها كبرى شركات التكنولوجيا**	**موزعة على المستخدمين**
الجمهور	**المستخدمون الأفراد**	**مجتمعات مستخدمين محددة**	**المستخدمون المرتبطون بعضهم البعض على الأجهزة والمنصات المتعددة**

الجدول رقم (06) يمثل توضيح الاختلافبين Web 1.0 و2.0 و3.0

[1] أكاديمية بينانس (Binance Academy)، تطور الإنترنت، شرح لمفهوم الويب 3.0"، 2026، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2026/03/07، متاح على الرابط الإلكتروني
https://www.binance.com/ar/academy/articles/the-evolution-of-the-internet-web-3-0-explained

[2] المرجع نفسه.

المطلب الثالث: مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

تتعدد وتتداخل مجالات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية للمستخدمين، حيث أصبحت فضاءات تواصلية ووظيفية متكاملة، ويمكن إجمال أبرز هذه الاستخدامات فيما يلي: [1]

- **التفاعل الأسري والاجتماعي:** تمنح هذه المنصات للمستخدمين القدرة على الحفاظ على روابط الاتصال الدائم والفوري مع أفراد العائلة والأصدقاء، متجاوزة بذلك عوائق المسافة والزمن.

- **المشاركة والممارسة السياسية:** أضحت هذه المواقع فضاء عموميا افتراضيا يتيح للأفراد التعبير عن آرائهم وتوجهاتهم السياسية، والمساهمة في القضايا العامة من خلال الاستفتاءات الرقمية والتفاعل مع الأحداث الجارية.
- **بناء الشبكات الاجتماعية (الصداقات الافتراضية):** توفر بيئة خصبة لتكوين صداقات جديدة وبناء علاقات إنسانية عابرة للحدود، وذلك وفقاً لمعايير واهتمامات يحددها المستخدم بنفسه.
- **الترفيه واستثمار وقت الفراغ:** تشكل هذه المواقع متنفساً لممارسة الهوايات وقضاء أوقات الفراغ عبر الألعاب التفاعلية الجماعية، مما يتيح للفرد مشاركة اهتماماته مع آخرين في بث مباشر ولحظي.
- **التسويق الرقمي والنشاط الإعلاني:** اعتمدت المؤسسات الاقتصادية على هذه الشبكات كمنصات إستراتيجية للترويج لمنتجاتها عبر الومضات الإشهارية، مستفيدة من قدرة هذه المواقع على الوصول إلى جماهير محددة بدقة.
- **الرعاية الصحية والإرشاد الطبي:** ظهرت تخصصات جديدة عبر هذه المواقع مثل "الطب عن بعد" والصفحات المتخصصة في النصائح الطبية والطب البديل، مما سهل وصول المستخدم للمعلومة الصحية.

[1] بوذينة نعيمة، "شبكات التواصل الاجتماعي: تعدد الأنواع والاستخدام"، **مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية**، مجلد 02، عدد 09، 2018، ص 267.

المطلب الرابع: مفهوم التقنيات الذكية (في مواقع التواصل الاجتماعي):

تعدّ التقنيات الذكية في مواقع التواصل الاجتماعي أنظمة تعتمد على الذكاء الاصطناعي لمعالجة البيانات وفهم سلوك المستخدمين، وقد ساهمت في تحسين طريقة عرض المحتوى وتطوير أسلوب التفاعل داخل هذه المنصات، لذلك سنقوم فيما يلي باستعراض بعض أهم التعريفات التي وردت حول التقنيات الذكية بصفة عامة والتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة.

ففي هذا السياقعرّف الباحث (ستيوارت راسل Stuart Russell) التقنيات الذكية التي تندرج مجال الذكاء الاصطناعي أي أحد أهم مكوناته، بأنها أنظمة تكتسب صفة الذكاء بقدر قدرتها على تحقيق الأهداف من خلال أفعالها.[1]

وفي نفس السياق عرف فريق بحثي تابع للمعهد العالي للإلكترونيك بباريس– فرنسا،(Institut Supérieur d'Électronique de Paris ISEP) في دراسة تم نشرها سنة 2024، التقنيات الذكية ضمن مفهوم (AIoT) وهو مصطلح مركب ينقسم إلى قسمين هما: "AI" (Artificial Intelligence) "الذكاء الاصطناعي" و (IoT Internet of Things) "إنترنت الأشياء" بأنها: أنظمة قائمة على ثلاث عناصر أساسية هي:[2]

- **الاستشعار (Sensing):** حيث تقوم بجمع البيانات من البيئة (حرارة، رطوبة، حركة) عبر أجهزة IoT.
- **التحليل (Learning / Processing):** تقوم بتحليل البيانات التي تم تجميعها من قبل.
- **اتخاذ القرار (Decision–making):** وهي أنظمة قادرة على اتخاذ قرارات تلقائية حسب نتائج البيانات التي تم تجميعها وتحليلها.

[1] Russell, S., Norvig, P., *ArtificialIntelligence: A Modern Approach*, Prentice Hall, États-Unis, 2010, p. 2

[2]Chowdhury, A. et al., , *Artificial Intelligence of Things (AIoT)*, **Journal of Network and Computer Applications**, Elsevier, Royaume-Uni, vol 2024. 228, article 103905, disponible sur : https://www.sciencedirect.com **Date de consultation : 10 avril 2026**

فهذه الثلاثية حسب هؤلاء الباحثين هي جوهر التقنيات الذكية الحديثة.

في حين عرفها الباحث (Kai-Fu Lee) بأنها تقنيات قائمة على الذكاء الاصطناعي، وتمثل قوة تحويلية شاملة لمختلف المجالات، بما يسمح للأنظمة بتحليل البيانات واتخاذ قرارات ذكية بشكل آلي.[1]

في ضوء ما تم عرضه من تعريفات متنوعة لمصطلح التقنيات الذكية، يتضح لنا جليا أن هذا المفهوم يتعدى كونه مفهوما تقنيا للذكاء الاصطناعي أو إنترنت الأشياء، إلى كونها منظومة بنيت على التفاعل بين جمع البيانات ومعالجتها كوظيفة تقنية، واتخاذ القرار كوظيفة اجتماعية، فقد أبرزت دراسة فريق **(Institut Supérieur d'Électronique de Paris ISEP)** التي وإن كان المجال الذي أجريت فيه الدراسة هو المجال الزراعي إلا أنها أبرزت الطابع البنيوي لهذه التقنيات من خلال ثلاثية الاستشعار والتحليل واتخاذ القرار، وهو مبدأ عمل التقنيات الذكية تقريبا في جميع المجالات، أما الباحث **(Kai-Fu Lee)** فقد أكد بعدها التحويلي العميق باعتبارها قوة قادرة على إعادة تشكيل مختلف القطاعات مثل التعليم و الصناعة و الصحة و الزراعة....الخ.

وعليه، يمكن القول بأن التقنيات الذكية تمثل اليوم عنصرا مهما في إدارة وتشغيل وتشكيل البيئة الرقمية، حيث تساهم في صناعة المحتوى وتنظيمه وتوجيهه بما يضمن تحقيق أهداف هذه المنصات وبالتالي التحكم في تفاعل المستخدمين داخل مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الخامس: أشكال توظيف التقنيات الذكية في مواقع التواصل الاجتماعي:

تعمل التقنيات الذكية في منصات التواصل الاجتماعي على تغيير طريقة استخدام و صناعة المحتوى الرقمي و كذا استهلاكه، بحيث أنها صارت بمثابة "القوة الناعمة"[2]، وذلك عندما فرضت نفسها كطرف غير مرئي، على شكل خوارزميات ذكية تقرأ رغبات المستخدم وتحلل سلوكه وتتوقع خطواته المستقبلية، إن هذا التوظيف العميق للتقنيات الذكية قد يثير العديد من

[1] Lee, K.-F., *,AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order*,Houghton Mifflin Harcourt, États-Unis, 2018, p. 11.

[2] NYE, Joseph, *Le Soft Power : l'influence douce*, traduit de l'anglais par Nicola G. Morels, Paris, Éditions Eyrolles, 2004, p. 45 https://openlibrary.org/books/OL24749708M/Soft_power?utm_source=chatgpt.com

التساؤلات، "فالتقنية الذكية صارت تظهر على واجهة صفحات المستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي ما تريده دون أي تدخل منه"[1]، لذا يمكن القول أن نقول أن هدا التوظيف خلق علاقة جدلية بين ذكاء الآلة واستجابة مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، وخلقت أيضا أنماطا استهلاكية جديدة تتراوح بين الرغبة في إشباع حاجاته المختلفة، والتوجيه الذي تطبقه الخوارزميات عليه، حيث تتجسد طرق توظيف الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي عبر عدة آليات برمجية معقدة، تهدف إلى ضبط والتحكم في الاستهلاك الرقمي اليومي للمستخدم،وتتمثل هده الآليات في[2]:

1- آلية التخصيص الخوارزمي (Algorithmic Personalization)

حيث أن هذه الآلية تعتمد على مبدأ "**التعلم العميق (Deep Learning)** "، إذ تجعل المنصة لا تكتفي برصد ما يعجب المستخدم فقط، بل تدرس سلوكه السلبي تجاه المحتوى المعروض أيضا.

مثال: عندما يتوقف طالب علوم الإعلام والاتصال مثلا طويلا عند مقطع فيديو يتناول موضوع "الذكاء الاصطناعي والإعلام " دون أي تفاعل منه مع الفيديو، فلا يضغط على زر "إعجاب" ولا يكتب تعليق، هنا تفهم الخوارزمية اهتمامه ضمن تقنية **(DwellTime)** التي تعني "**زمن المكوث**"، وتبدأ آليا بتكثيف هذا النوع من المحتوى في واجهته (News Feed) ، مما يخلق نمطاً استهلاكيا تخصصيا موجها و هو ما يسمى **بـ: التخصيص التنبؤي** (Personnalisation prédictive)

[1] CARDON, Dominique. *À quoi rêvent les algorithmes : Nos vies à l'heure des bigdata*. Paris, Seuil, 2015

[2] Ahmmad, M.; Shahzad, K.;Iqbal, A.; Latif, M. Trap of Social Media,Algorithms, A Systematic Reviewof,Research on Filter Bubbles, Echo Chambers, and Their Impact on Youth.Societies 2025, 15, 301, https://doi.org/10.3390/soc1511030consulte le 30/03/2026

2- آلية التنقيب الوجداني: (Sentiment Analysis & NLP)

توظف منصات التواصل الاجتماعي تقنية "**معالجة اللغات الطبيعية**" لتحويل لغة المستخدم اليومية التي يستخدمها سواء في (المنشورات، أو التعليقات، أو الرسائل) إلى بيانات ومعلومات نفسية تمكنها من فهم سلوكه ورغباته.

مثال: خلال فترة الامتحانات، يقوم النظام الذكي في منصات التواصل الاجتماعي بتحليل المصطلحات التي يستخدمها الطلبة في رسائلهم أو تعليقاتهم مثل: (ضغط، تعب، سهر)، وبناء على هذه "الحالة المزاجية للطالب"، تقوم التقنية بتقديم إعلانات لمشروبات الطاقة مثلا أو محتويات تحفيزية، وهذا ما يربط الاستهلاك الرقمي بالاحتياج النفسي اللحظي بعملية تحليل المزاج الرقمي أو ما يعرف ب(Sentiment Analysis).

3- آلية التصفية الذكية وعزل المحتوى:(FilterBubbles)

يتم فيها توظيف تقنيات تسمى بتقنيات "الفرز الذكي" لعزل المستخدم داخل بيئة معرفية تكرر تمثلاته السابقة، وهو ما يُعرف بـ "غرف الصدى."

مثال: إذا كان المستخدم لديه تمثلا سلبيا تجاه تقنيات معينة، فإن الذكاء الاصطناعي يتجنب إظهار أي محتويات أو مقالات علمية تخالف رأيه حتى و إن كان مخطئا، ويستمر في تزويده بمحتوى يدعم رأيه و وجهة نظره فقط، مما يحول استهلاكه للمحتوى الرقمي المعروض إلى أداة لترسيخ التوجهات الفكرية له، بدلا من الانفتاح المعرفي، و هو ما ينتج ما يطلق عليه تسمية: الانغلاق الخوارزمي او (enfermement algorithmique)

4- آلية الاستهداف الدقيق عبر البيانات الضخمة(Micro-targeting)

تعتمد هذه الآلية على: معالجة "**البيانات الضخمة**"لبناء "نموذج بروفايل" استهلاكي يتجاوز حدود المنصة.

مثال: قيام المستخدم بالبحث عن "منتجات ما" في مختلف محركات البحث حيث ينتج عنه ظهور إعلانات لمواقع تبيع هذه المنتجات، هذا الربط الذكي يسمى بـ: التتبع عبر المنصات (Cross-platform tracking)، وهو يوظف حاجات المستخدم لنشر المحتوى الاستهلاكي المناسب وهذه العملية هي: رأسمالية المراقبة أو(Capitalisme de surveillance) .[1]

[1]عبد الرزاق، قادة، « استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية وتحديات الاستخدام المعاصر للجمهور« ، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، المجلد 7، العدد 29، ، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، القاهرة،جانفي 2024

خلاصة:

تناولنا في هذا الفصل نشأة و تطور الذكاء الاصطناعي من بداياته التي كانت مجرد تساؤلات فلسفية، ثم ظهور آليات التعلم الذاتي للآلة والشبكات العصبية، وصولا إلى التعلم العميق والبيانات الضخمة، وأوضحنا كذلك كيف تطورت هذه الأنظمة في قدراتها ووظائفها وتعددت فروعها مثل معالجة اللغات الطبيعية ورؤية الكمبيوتر، كما تطرقنا إلى التحولات التقنية التي شهدتها مواقع التواصل الاجتماعي عبر أجيال الويب المختلفة، مما نقلها من فضاءات تفاعلية بسيطة إلى منصات ذكية موجهة، حيث أن هذه الشبكات توظف اليوم تقنيات ذكية غير مرئية تعتمد على التخصيص التنبؤي، والتنقيب الوجداني، والعزل المعرفي، والاستهداف الدقيق لسلوكيات الأفراد، وقد خلص الفصل إلى أن الدمج بين التقنية الذكية والتفاعل الرقمي يسهم بشكل مباشر في توجيه أنماط الاستهلاك اليومي وتشكل التصورات الذهنية للمستخدمين.

الفصل الثالث

العلاقة بين المحتوى الرقمي والتقنيات الذكية

تمهيد:

يعتبر المحتوى الرقمي من أهم عناصر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يشمل مختلف المعلومات والمواد التي يتم إنتاجها ونشرها عبرها، ومع التطور الذي شهدته هذه المواقع ومن أهمها إدماج التقنيات الذكية فيها، أصبحت عملية إنتاج هذا المحتوى أكثر تطورا وتنوعا من حيث الشكل والمضمون.

وعليه، سنتناول في هذا الفصل مفهوم المحتوى الرقمي، ثم سنستعرض أهم أنواعه، لنختتم بتوضيح كيفية توظيف التقنيات الذكية في صناعته وانتشاره.

المبحث الأول: مفهوم المحتوى الرقمي:

يعد المحتوى الرقمي من المفاهيم الحديثة، حيث ظهر بتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وارتبط في الغالب بمواقع التواصل الاجتماعي حيث إنه يعتبر من أهم مكوناتها، ويشير هذا المفهوم إلى مختلف المضامين التي يتم تداولها عبر الوسائط الرقمية، وقد أصبح يحظى باهتمام متزايد، نظرا لدوره في عملية الاتصال ونقل المعلومات داخل البيئة الرقمية، وفيما يلي سنستعرض أهم التعريفات التي وردت عن مفهوم المحتوى الرقمي:

المطلب الأول: تعريف المحتوى الرقمي

يشمل المحتوى الرقمي أي نوع من البيانات الرقمية بشكل عام، على سبيل المثال البيانات التي يشاركها الناس عبر منصات ومواقع التواصل الاجتماعي (السوشيال ميديا)، والمدونات والفيديو والأعمال الدرامية، وحتى بيانات خرائط جوجل وأي بيانات تم تخزينها بشكل رقمي غير ملموس، فهي تعتبر أحد أشكال المحتوى الرقمي.[1]

كما عرّف (دومينيك بولييه Dominique Boullier) المحتوى الرقمي بأنه:

"Le contenu numérique désigne l'ensemble des informations produites, stockées et diffusées sous forme numérique, accessibles via des dispositifs électroniques et des réseaux comme Internet"[2]

" أي أن المحتوى الرقمي يشير إلى مجموع المعلومات التي يتم إنتاجها وتخزينها ونشرها في شكل رقمي، وتكون متاحة عبر الأجهزة الإلكترونية والشبكات مثل الإنترنت "

[1] سهير اللحياني، صناعة المحتوى الرقمي العربي: الفرص المتاحة وآفاق التطوير، مداخلة مقدمة ضمن الندوة الإخبارية السنوية لاتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية (ASBU)، اطلع عليه بتاريخ 2026/04/18، الرابط:

https://www.asbu.net.https://www.asbu.net/ar/article/497/الندوة-الاخبارية-السنوية-لاتحاد-اذاعات-الدول-العربية-تبحث-واقع-صناعة-المحتوى-الرقمي-العربي-وسبل-النهوض-به

[2] BOULLIER, Dominique, *Sociologie du numérique*, Armand Colin, Paris, 2016, p. 45

ومن خلال ما سبق يمكن القول ان المحتوى الرقمي هو كل رسالة مسموعة، أو مقروءة، أو مرئية يصنعها مستخدم الوسائط الرقمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي ويقوم بنشرها بغية وصولها إلى الآخرين عبر هذه المنصات، بحيث تبدأ بإنتاج المعلومة وتخزينها، وتنتهي بظهورها على الشاشات كأداة للتفاعل والتواصل اليومي بين المستخدمين.

المطلب الثاني: أنواع المحتوى الرقمي:

تتعدد أنواع المحتوى الرقمي وتختلف إلى عدة تصنيفات حسب نسقه، ومصدره، وأهدافه، ووظائفه حيث يمكن تقسيم هذه الأنواع إلى ما يلي:

1- أنواع المحتوى الرقمي حسب النسق السيميائي:(NATURE DE SUPPORT) وينقسم هذا التصنيف إلى الأنواع التالي[1]:

- **المحتوى الرقمي النصي:(Le texte numérique)** وهو تلك المادة المكتوبة والمنشورة عبر مختلف منصات الفضاء الرقمي، ويشتمل على المنشورات أو المدونات والمقالات، ويعتبر من بين أكثر الأنواع فعالية لأنه قادر على جذب القراء، وناقل للصورة بوضوح.
- **المحتوى الرقمي المرئي:(Le contenu iconique)** ويشتمل على كل الصور أو الرسوم أو الأشكال التي ترمز إلى المعلومة المراد نشرها وتعبر عنها، فهو بمثابة أداة أساسية تساهم في توصيل الرسالة الاتصالية وتبسيط كل المعلومات المعقدة، وذلك على مختلف المنصات الرقمية ومن بينها وسائل التواصل الاجتماعي، أو من خلال إنشاء عرض مرئي يساهم في توضيح الأفكار.
- **المحتوى الرقمي السمعي البصري:(L'audiovisuel)** ويقصد به عملية دمج الصور المتحركة بالصوت أي "الفيديوهات"، حيث يعتبر من أفضل المحتويات التي تجذب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتوصل الرسالة بسهولة وفعالية كبيرتين، كما أنها طريقة سهلة تساعد على التواصل مع كل الجمهور المستهدف بشكل أكثر فاعلية وسرعة وانتشار.

[1] **اللبان، شريف درويش**، تكنولوجيا النشر الإلكتروني، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2014، ص. 52.

2-أنواع المحتوى الرقمي حسب المصدر والملكية:(source et propriété)

هذا التصنيف ينقسم حسب الجهة التي تصدره إلى الأنواع التالية[1]:

- **المحتوى المؤسساتي:(Contenu institutionnel)** وهو ذلك المحتوى الصادر عن مؤسسات وهيئات رسمية مثل (الجامعات، مراكز بحث، المؤسسات العامة أو الخاصة)، يتميز هذا النوع بالمصداقية العالية والخطاب الرصين والمدروس.

- **محتوى المستخدم:(Le Contenu Généré par l'Utilisateur)** هو المحتوى الذي ينتجه الأفراد مثل: (التدوينات، التعليقات، والفيديوهات....)، ويتميز هذا النوع بالعفوية والحرية، أي أنه غير مقيد بمعايير لغوية أو قانونية وغيرها، وهذا لكونه بعيد عن الرقابة المؤسساتية[2].

- **المحتوى الخطي (Linéaire):** وهو محتوى يتبع مسارا زمنيا واحدا لا يمكن للمستخدم تغييره (مثل مشاهدة بث مباشر).
- **المحتوى التشعبي (Hypertexte/Hypermédia):** هو نظام لإدارة المعلومات يعتمد على تخزين المعطيات في وحدات مستقلة تسمى "عُقد" (Nœuds/Nodes)، وهي الوحدات الأساسية للمحتوى في البيئة التقنية (وقد تكون فقرة، صورة، أو مقطع فيديو)، كل عقدة تمتلك عنواناً فريدا يعرف بـ (URL Uniform Resource Locator)، حيث يتم الربط بينها بواسطة "وصلات" (Liens/Links) برمجية، مما يمنح المستخدم استقلالية في بناء مساره المعرفي.
- **المحتوى الغامر (Immersif):** هو ذروة التطور في هندسة المحتوى الرقمي، حيث يتمثل هدفه في إلغاء المسافة بين "المستخدم" و"الوسيط"، لينتقل الفرد من حالة "المشاهدة" إلى حالة "التواجد" داخل المادة الرقمية كالواقع الافتراضي، حيث يختفي الفاصل بين المستخدم والمحتوى، ويصبح المستخدم "داخل" المادة الرقمية.

[1]**MERZEAU, Louise**, « Médium numérique », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, 2016, p. 14

[2] P. FUCHS, *Le traité de la réalité virtuelle*, Paris, Presses de l'École des Mines, 2006, p. 18

3-المحتوى الرقمي حسب الوظيفة والقصدية:(Finalité et Intention)

أما التصنيف التالي فيرتبط بالهدف النهائي من العملية الاتصالية وينقسم إلى: [1]

- **المحتوى التعليمي:(E-pedagogy)**: وهو محتوى مصمم لغرض نقل المعرفة والمعلومات وتطوير المهارات، ويتميز بالبناء المنهجي الواضح والدقيق.
- **المحتوى الإخباري والإعلامي**: يهدف هذا النوع لتقديم الأخبار والمعلومات بخصوص وقائع أو أحداث ما، ويهدف في مجمله لتشكيل الرأي العام حول قضايا معينة.
- **المحتوى الترفيهي (Edutainment)**: هذا النوع من المحتوى يهدف لتحقيق المتعة النفسية للمستخدمين، إلا أنه قد يتضمن رسائل خفية، وهو الأكثر جذبا خاصة لفئة الشباب.

تأسيسا على ما سبق فإنه يمكن القول أن المحتوى الرقمي يتميز بتنوع كبير، اكتفينا بذكر بعض أشهر أنواعه وأكثرهم استعمالا فقط، إذ يتحدد وفق أربعة تصنيفات أساسية هي: من حيث شكله التعبيري الذي يشمل النص والصورة والفيديو، ومن حيث مصدره الذي يتمثل في المحتوى المؤسساتي ومحتوى المستخدمين، وكذا من خلال مستوى التفاعل، فمن التلقي الخطي إلى التفاعل التشعبي ثم التجربة الغامرة، إضافة إلى وظيفته التي تتوزع بين التعليمي والإعلامي والترفيهي، وهذا التنوع يعكس طبيعة البيئة الرقمية بوصفها فضاء واسعا ومتشعبا ومرنا يجمع بين الإنتاج والتفاعل والاستخدام في آن واحد.

[1] حمادي، ماجدة، صناعة المحتوى الرقمي في البيئة الشبكية: المفاهيم، الخصائص، والأنواع، *المجلة العربية للأرشيف والمعلومات والكتب*، تونس، الجمعية التونسية للمكتبات والمعلومات، المجلد 22، العدد 43، 2018، ص. 15-20.

المبحث الثاني: توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراحل صناعة وإنتاج ونشر المحتوى الرقمي

يتناول هذا المبحث دور الذكاء الاصطناعي في مراحل صناعة المحتوى الرقمي من البداية وحتى النشر، اين سنتناول كيف يساهم في توليد الأفكار، وصياغتها، وإيصالها على شكل فيديو أو نص أو صورة إلى الجمهور.

المطلب الأول: مفهوم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراحل صناعة وإنتاج ونشر المحتوى الرقمي

هو إنتاج مواد رقمية (مثل الصوت والفيديو والصورة والنص وغيرها) بواسطة نظام مدعوم بالذكاء الاصطناعي، حيث تعمل خوارزميات ذكية عبر مجموعة من الأوامر التي تم تزويدها بها مسبقا بتحرير النصوص، والتقاط مقاطع الفيديو وتركيبها وقولبتها في قوالب ومضامين رقمية حسب الطلب[1].

كما يعرف بأنه هي عملية الاعتماد المتزايد على الخوارزميات والبرمجيات الذكية القادرة على تولي مهام الكتابة وصياغة النصوص الرقمية، والتقاط ومعالجة المواد البصرية، والاعتماد على الأتمتة التي تدعمها تقنيات الذكاء الاصطناعي لاستخلاص النتائج وزيادة سرعة وإنتاجية المحتوى دون تمييز بينه وبين صنع البشر[2].

ويمكن القول من خلال ما سبق انه الاعتماد على الأنظمة والبرمجيات الخوارزمية كمساعد تقني في كافة مراحل إنتاج المحتوى الرقمي، بحيث تستخدم هذه الأدوات الذكية لأتمتة العمليات وتوليد النصوص، وتحرير الصوت، وتركيب مقاطع الفيديو بدقة وسرعة عالية، مما يساهم في رفع الإنتاجية وتحسين جودة المنتج النهائي الموجه للجمهور عبر المنصات الرقمية.

---

[1] رنان محمد النذير وخيراني إبراهيم، اعتماد صناع المحتوى على الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الرقمي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عمار ثليجي بالأغواط، 2024/2023 ص 23.

[2] نفس المرجع السابق، ص 24

المطلب الثاني: آليات توظيف التقنيات الذكية في صناعة المحتوى الرقمي

يتجلى توظيف التقنيات الذكية في المحتوى الرقمي عبر كامل السلسلة الإنتاجية للمحتوى الرقمي، بدءا من مرحلة التخطيط والتشكيل النصي، ثم المعالجة الفنية والجمالية للمخرجات البصرية والسمعية، وصولا إلى هندسة التوزيع والنشر الذكي القائم على تتبع سلوك وتحليل بيانات المستخدمين، حيث سنستعرض فيما يلي أشكال هذا التوظيف، أين ارتأينا تقسيمها إلى" ثلاث مراحل هي":[1]

أ- مرحلة الإعداد والتوليد النصي (Scriptwriting & Content Drafting):

وتمثل هذه المرحلة الخطوة الأولى لصناعة أو إنشاء أي محتوى رقمي، مثل (صياغة النصوص التحريرية، والحوارية مثل (البودكاست، والتقارير الإلكترونية، والفيديوهات...)، حيث يتم فيها توظيف الذكاء الاصطناعي "كمنتج مساعد" (Co-creator) عبر عدة مستويات تتمثل فيما يلي:

1. **التوليد الآلي للأفكار والخطط التحريرية:** أين تستعمل خوارزميات التوليد في إمداد صناع المحتوى بهياكل تحريرية مقترحة، ومحاور للنقاش بناء على معالجة اتجاهات المنصات (Trends) والكلمات المفتاحية الأكثر رواجا.

2. **صياغة الاسكريبتات والمسودات التحريرية الصفرية:** يأتي توظيف نماذج معالجة اللغة الطبيعية (NLP)، وفي مقدمتها تطبيق (ChatGPT)، في طليعة الممارسات المهنية المعتمدة، حيث تكمن وظيفته في تحويل الأفكار المشتتة أو البيانات الخام إلى نصوص مهيكلة وسيناريوهات حوارية مخصصة للبودكاست، ويتميز هذا الشكل بقدرته على مواءمة أسلوب الكتابة وطبيعة الجمهور المستهدف (سواء كان الأسلوب بسيطا، أو أكاديميا، أو عاميا).

3. **التلخيص المكثف والتحرير اللغوي الفوري:** حيث تقوم البرمجيات الذكية بعدة ادوار نذكر منها، اختصار النصوص الطويلة والوثائق الضخمة، وتحويلها إلى تدوينات رقمية، تناسب

[1] ياسمين عطالله أحمد باكير، "الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي: دراسة كمية وكيفية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (94)، يناير/مارس 2026، ص. 83، تم الاطلاع عليه بتاريخ، 2026/05/06، https://journals.ekb.eg/article_490093.html

خصائص القراءة السريعة على الإنترنت، بالإضافة إلى القيام بالتدقيق الإملائي للنصوص، وإعادة الصياغة الأسلوبية (Paraphrasing) لرفع البلاغة الرقمية للنص دون المساس بمحتوى الفكرة وأهدافها وتنتقل الخوارزميات في هذه المرحلة من الفكرة إلى التجسيد، حيث يعتمد صناع المحتوى الرقمي على الذكاء الاصطناعي في رفع الجودة الفنية والجمالية للمنتج عبر الأشكال التالية:

4. **المعالجة الصوتية وهندسة الصوت الذكية (Acoustic Optimization)**: في مجال المحتوى السمعي البصري، مثل البودكاست، يتم توظيف البرمجيات المتقدمة أوتوماتيكيا في عدة جوانب مثل:عزل الضوضاء، وتصفية الترددات الخلفية، وموازنة الصوت (Mastering) لتبدو التسجيلات المنزلية أو الميدانية وكأنها سجلت في استوديوهات احترافية، مما يسهم في معالجة عيوب التجهيزات البسيطة والتقليدية.

5. **المونتاج البصري و تحرير الفيديو الدكي (Smart VideoEditing)**: وهي أدوات تحرير فيديوهات، تتخذ شكلا ذكيا يعتمد على "التعرف التلقائي" على الكلام والأصوات، حيث تقوم الخوارزميات بعدة ادوار مثل، القطع الآلي للمشاهد (Jumps-cuts) بناء على فترات الصمت، وتفريغ الصوت آليا لتحويله إلى ترجمة نصية متزامنة تظهر على الشاشة (Subtitles)، مما يلبي متطلبات الاستهلاك السريع للمحتوى على منصات مثل (TikTok).

6. **توليد الهويات البصرية والرسوم التوليدية:** هنا يبرز دور نظم المحاكاة وتوليد الصور مثل (DALL·E) و (MidJourney) في ابتكار صور غلاف فريدة (Thumbnails) ومواد إنفوجرافيك مصاحبة للمحتوى، حيث يعتمد صناع المحتوى على هذه الأدوات لبناء هويات بصرية تعبيرية يصعب التقاطها فوتوغرافيا، مما يمنح المادة الرقمية جاذبية بصرية متميزة تتجاوز مشكلة حقوق الملكية الفكرية التقليدية.

ب- مرحلة النشر، التوزيع، والتحكم الخوارزمي (Distribution & Algorithmic Governance) [1]:

[1] باكير، المرجع نفسه، ص. 98

في هذه المرحلة، تشمل صناعة المحتوى هندسة النشر الموجه والوصول الذكي، وتتحكم فيها الآليات الخوارزمية عبر مستويين رئيسين:

1. التخصيص التنبؤي للمحتوى (Predictive Personalization):

تعتمد منصات النشر الرقمي على تحليل بيانات المستخدمين السلوكية بدقة، مثل مدة البقاء والاهتمام، وكذا أنماط التصفح السابقة، وبناء على هذه المدخلات، يقوم الذكاء الاصطناعي بدفع وتوجيه المحتوى الرقمي ليعرض مباشرة في واجهة المستخدم، التي تتوافق مع اهتماماته النفسية والمعرفية، مما يسهم في زيادة معدلات البقاء في المنصة لأكبر وقت ممكن و الارتباط بها.

2. الأتمتة المجدولة والتتبع عبر المنصات (Cross-platform tracking):

هنا تتم أتمتة النشر بالكامل، حيث تقرأ الأنظمة الذكية أوقات الذروة لنشاط الجمهور المستهدف لتنشر تلقائيا المحتوى في تلك الساعات، وذلك مع توليد وسوم (Hashtags) ونصوص ترويجية ذكية تصاحب النشر، وهذا لتعزيز ظهور المحتوى في محركات البحث (SEO)، ثم تقوم تلك البرمجيات بتتبع مستمر للتفاعل، أين تقوم تلقائيا بسحب الإحصاءات الفورية لتعديل إستراتيجية نشر المحتوى مستقبلا بناء على المؤشرات التنبؤية التي تم الحصول عليها.

المطلب الثالث: دور التقنيات الذكية في صناعة المحتوى الرقمي و توجيهه

يتعاظم دور الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية الرقمية المعاصرة من خلال إدماج تقنياته وأدواته في مختلف مراحل السلسلة الإنتاجية للمحتوى، حيث يسهم بشكل محوري في الارتقاء بجودة الصناعة الإعلامية وتوجيهها بدقة نحو الجمهور المستهدف، وتتجلى أبعاد هذا الدور من خلال محورين رئيسين هما[1]:

- أولا: صناعة المحتوى الرقمي وأتمتة إنتاجه:

يمتد تأثير الذكاء الاصطناعي ليشمل الجوانب الموضوعية والفنية لصناعة المحتوى، فمن الناحية الموضوعية، تساعد الأدوات الذكية القائمين بالاتصال على معالجة قنوات البيانات الضخمة (Big Data) واستنباط الأخبار وإنتاج التقارير بدقة وعمق، فضلا عن تعزيز السياق اللغوي عبر الترجمة الآلية الفورية التي تكسر حواجز اللغات الطبيعية لتوسيع دائرة المتابعة عالميا. أما من الناحية الفنية، فقد أصبحت جودة المحتوى ترتبط ارتباطا وثيقا بـ "**الأتمتة الإعلامية**" التي ترفع كفاءة المؤسسات وتخفف الجهد البشري في ظل الكثافة المعلوماتية، حيث تتدخل التقنيات الذكية في تحسين مخرجات الصوت والصورة تلقائيا (مثل معالجة تقنيات الدقة العالية (K8 وK4)، وتصحيح الألوان والسطوع ذاتيا بناء على بيئة التصوير أو العرض.

- ثانيا: توجيه المحتوى وهندسة تدفقه الخوارزمي:

لا يقتصر دور التقنيات الذكية على الإنتاج، بل يمتد إلى التحكم في آليات بث المحتوى وتوجيهه الفردي والجماعي بناء على أولويات التعرض، حيث تتيح خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي مثل (TikTok) تقديم اقتراحات وتوصيات ذكية مستندة إلى المشاهدات السابقة للمستخدم، ويبرز هنا دور برمجيات "تحليل المشاعر" (Sentiment Analysis) كأحد نماذج التنقيب في البيانات لاستخراج الآراء وتصنيفها تلقائيا (إيجابيا، سلبيا، أو محايدا). هذا الفهم العميق لاتجاهات الجمهور يعزز من فاعلية التخصيص الاستهدافي، ودفع المحتوى المتوافق مع

[1] لخضر مختار، لغزالي حنان، "الذكاء الاصطناعي ودوره في إثراء المحتوى الإعلامي"، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، مجلد 17، عدد 02، ديسمبر 2025، ص. 269،265.

التفضيلات النفسية والمعرفية للمتلقي مباشرة في واجهته التفاعلية، مما يسهم في تبديد الغموض الاتصالي وتحقيق أعلى مستويات الارتباط بالمنصات الرقمية.

خلاصة:

بناء على ما تناولناه في هذا الفصل، يمكننا القول إن البيئة الرقمية حاليا تحولت إلى فضاءات ومنصات ذكية بامتياز، فالمنشورات، والصور، ومقاطع الفيديو، وغيرها من المحتويات التي نتعرض لها عبر شاشاتنا، هي الأساس في عملية التواصل، فمع دخول أدوات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الذكية إلى هذه المنصات، أصبحت صناعة المحتوى عملية منظمة وموجهة بدقة في جميع مراحلها، مثل توليد الأفكار وكتابة النصوص، وتحسين جودة الصوت والصورة والمونتاج، والأهم من كل هذا طريقة عرض هذه المواد وإيصالها إلينا.

إن هذه التقنيات الحديثة غيرت بشكل كبير الطريقة يتم بها صناعة المحتوى الرقمي، ونشره، حيث إن هذه المنصات أصبحت قادرة على فهم طباع المستخدم، وقراءة سلوكه، ومعرفة الأمور التي تجذبه لتجعله يقضي وقتا أطول في تصفحها، وبالتالي تنجح في تمرير رسائلها وتحقيق أهدافها، فمن خلال هذا الفهم الدقيق لاهتماماته ومشاعره، تختار له هذه الأدوات الذكية ما يناسب ذوقه بدقة، مما يجعل المستخدم يعيش في بيئة رقمية مصممة خصيصا لتوجيه اهتماماته ومواكبة تفاصيل حياته اليومية.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع: أثر تمثلات الطلبة للتقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط استهلاك المحتوى الرقمي

المبحث الأول: التعريف بالجامعة ميدان الدراسة وخصائص عينة البحث

المطلب الأول: بطاقة فنية عن جامعة البويرة

أنشأت جامعة أكلي امحند أولحاج البويرة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-241 المورّخ في 14 رجب عام 1433 الموافق لـ 04 يونيو سنة 2012 المتضمّن إنشاء جامعة البويرة. و هي مؤسسة عمومية ذات طابع علمي وثقافي و مهني تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

* ترتّب عن صدور المرسوم التنفيذي المشار إليه أعلاه، إعادة هيكلة الجامعة لتصبح مشكّلة من ستّ (06) كلّيات ومعهد على التوالي :

1. كليّة العلوم والتكنولوجيا.
2. كليّة علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض.
3. كليّة الآداب واللّغات.
4. كليّة العلوم الاجتماعية والإنسانية.
5. كليّة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
6. كليّة الحقوق والعلوم السياسية.
7. معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.
8. معهد التكنولوجيا

علاوة على أربع نيابات مديرية على مستوى رئاسة الجامعة مكلّفة بـ :

1. التكوين العالي في الطورين الأوّل والثاني والتكوين المتواصل والشهادات، وكذا التكوين العالي في التدرّج.
2. التكوين العالي في الطور الثالث والتأهيل الجامعي والبحث العلمي، وكذا التكوين العالي فيما بعد التدرّج.
3. العلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والتظاهرات العلمية.
4. التنمية والاستشراف والتوجيه.

نبذة تاريخية عن تطور الجامعة

- **2001/2002** : إنشاء ملحقة تابعة لجامعة محمد بوقرة بومرداس تتضمّن تخصص العلوم القانونية والإدارية.
- **2002/2003** : فتح تخصّص اللغة والأدب العربي.
- **2005/2006** : ترقية الملحقة إلى مركز جامعي مع استحداث تخصص آخر يتمثل في العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية بالإضافة إلى ميدان الحقوق والعلوم السياسية.
- **2006/2007** : فتح تخصص العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- **2007/2008** : فتح ميدان العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.
- **2008/ 2009** : فتح ميدان العلوم والتكنولوجيا.
- **2010/2011** : فتح ميدان الآداب واللغات، بالإضافة إلى قسم علوم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية.
- **2011/2012** : فتح كليّة علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض.
- **2012/06/04** : ترقية المركز الجامعي إلى جامعة.

المطلب الثاني: نبذة عن كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية:

أنشئت كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بموجب المرسوم التنفيذي تحت رقم 12-241 المؤرخ في 14 رجب عام 1433 الموافق 4 يونيو سنة 2012 والمتضمن إنشاء جامعة أكلي محند أولحاج و قد تداول على رئاستها كل من:

- الدكتورة: بن عالية وهيبة 2006 – 2010 ..... (معهد)
- الأستاذ: زناتي الاخضر 2010-2011 ..... (معهد)
- الدكتور :مكيري كريم 2012 – 2013
- البروفيسور: بدوي عبد الباقي 2013-2016
- الدكتورة : بن عالية وهيبة 2017- 2019
- البروفيسور أرزقي عبد النور 2019-2021
- وحاليا يترأسها الدكتور رميلي رضا من 2021- الى يومنا هذا

تضم الكلية حاليا ستة أقسام:

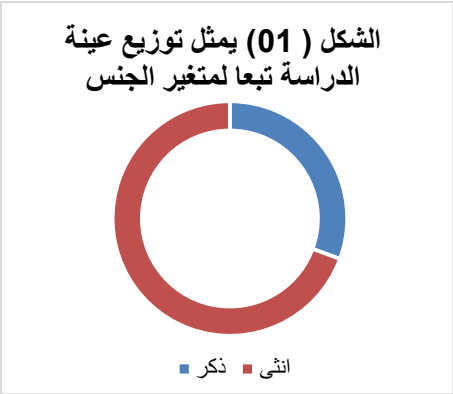
1. قسم علم الاجتماع
2. قسم علم النفس وعلوم التربية
3. قسم التاريخ
4. قسم الفلسفة
5. قسم العلوم الإسلامية
6. قسم علوم الإعلام والاتصال

المطلب الثالث: خصائص عينة الدراسة:

1. محور نتائج عينة الدراسة.

الجدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير الجنس.

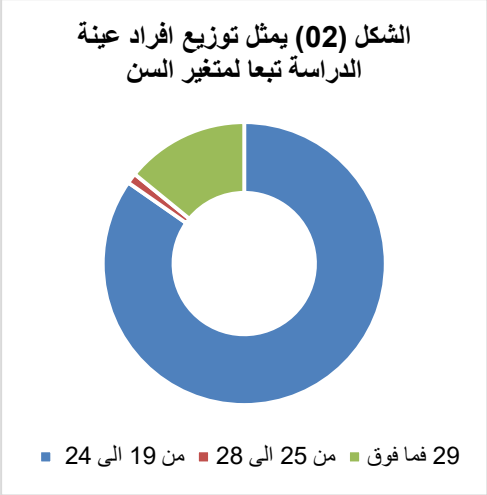
الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	26	%30.6
انثى	59	%69.4
المجموع	85	%100



أدلت معطيات الجدول رقم (07) أن فئة الإناث يمثلن أعلى نسبة في توزيع أفراد العينة، حيث قدرت ب 69.4% من عينة الدراسة، مقارنة مع نسبة الذكور التي تمثل نسبة 30% ،ويعود سبب تفوق نسبة الإناث إلى أنهن غالبا ما يسجلن معدلات أعلى في التفاعل مع الأدوات البحثية وفي مستوى الانخراط الأكاديمي، إذ أنهن أكثر استعدادا للمشاركة في الاستبيانات ذات الطابع العلمي، وبالتالي يعكس هذا أيضا تحولات اجتماعية تتمثل في ارتفاع تمثيل المرأة داخل مجال التعليم العالي،وهذا ما يبينه الشكل أعلاه.

الجدول رقم(08): يمثل توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لمتغير السن.

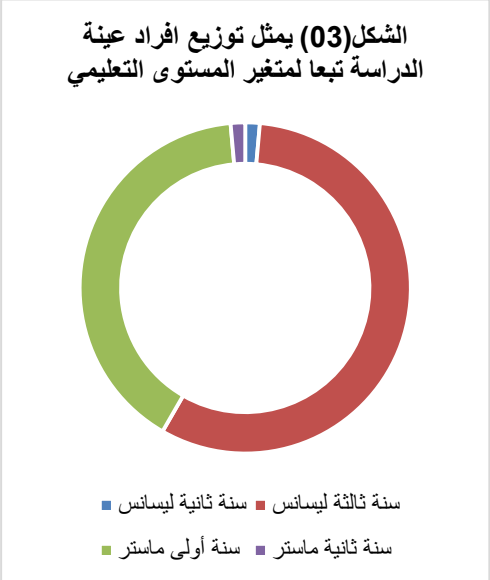
السن	التكرار	النسبة
من 19 الى 24	72	%84.7
من 25 الى 28	1	%1.2
29 فما فوق	12	%14.1
المجموع	85	%100



أظهرت معطيات الجدول (08) أعلاه أن الفئة العمرية من 19 إلى 24 سنة بلغت أكبر نسبة حيث قدرت ب 84.7% ، تليها في المرتبة الثانية فئة 29 فما فوق بنسبة تقدر ب 14.1% ، بينما سجلت الفئة العمرية من 25 إلى 28 سنة نسبة أقل قدرت ب 1.2%، وهذا ما يبينه الشكا أعلاه، ويعود هذا إلى توزيع الخضائص الديمغرافية للوسط الجامعي، حيث يشكل طلبة سن 19 إلى 24 سنة الفئة الأساسية والمنتشرة في التعليم العالي، وهو ما يفسر تمركز العينة ضمن هذا المجال العمري.

3.1. الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى الدراسي.

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة
سنة ثانية ليسانس	1	%1.2
سنة ثالثة ليسانس	41	%48.2
سنة أولى ماستر	29	%34.1
سنة ثانية ماستر	14	%16.5
المجموع	**85**	**%100**



بينت نتائج الجدول (09) أعلاه، أن فئة طلبة سنة ثالثة ليسانس مثلت أعلى نسبة قدرن ب 48.2%، تليها في المرتبة الثانية فئة سنة أولى ماستر بنسبة 34.1%، ثم تليها فئة سنة ثانية ماستر بنسبة 16.5%، وفي الأخير تأتي فئة سنة ثانية ليسانس بنسبة ضئيلة قدرت ب1.2%.

ويعكس هذا التوزيع طبيعة التدرج الجامعي للعينة، مع حضور أكبر للسنوات النهائية ليسانس التي تتميز بارتباطها المباشر فيما يتعلق بمذكرات التخرج والمشاركة في الدراسات الميدانية، ففي هذه المرحلة يصبح الطالب أكثر احتكاكا بالزملاء المقبلين على التخرج مما يزيد من استعداده للمشاركة في الدراسات الميدانية، حيث تتطور لدى الطالب قدرة أكبر على فهم أهمية البحث العلمي والتفاعل معه.

المبحث الثاني: الإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها

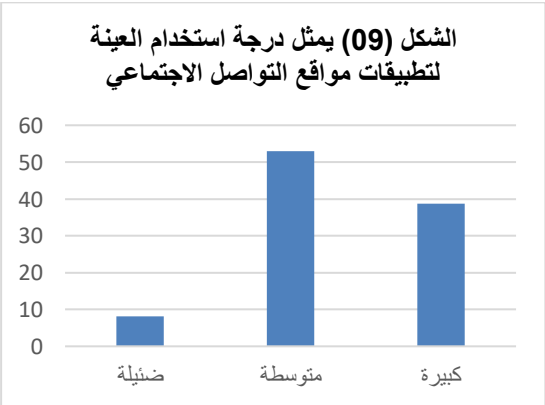
- **المطلب الاول: عادات وأنماط استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.**

➢ **عرض وتحليل نتائج تساؤلات المحور الثاني.**

الجدول رقم (10): يمثل درجة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي:

الدرجة	التكرار	النسبة
ضئيلة	7	%8.2
متوسطة	45	%52.9
كبيرة	33	%38.8
المجموع	85	%100

الشكل (09) يمثل درجة استخدام العينة لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي



أظهرت معطيات الجدول (10) أعلاه أن الدرجة المتوسطة في عادات وأنماط الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة بلغت 52.9%، وتأتي في

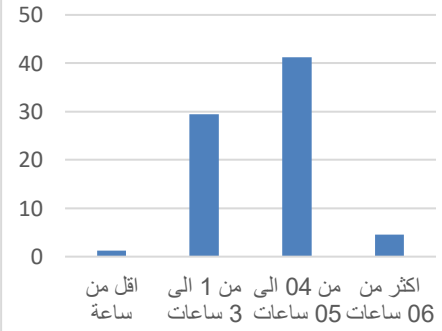
المرتبة الثانية الدرجة الكبيرة بنسبة قدرت ب 38.8%، وتأتي في المرتبة الأخيرة الدرجة الضئيلة في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 8.2%.

ويعود سبب تصدر الدرجة المتوسطة لمواقع التواصل الاجتماعي إلى الاستخدام المتوازن، حيث تدمج مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية ، كما يدل على قدرة نسبية لدى الطلبة على تنظيم وقتهم بين الاستخدام الرقمي والالتزام الاكاديمي، ويعكس هذا أيضا ان هذه المنصات تستخدم كوسيط مهم للاستزادة العلمية لدى الطلبة.

الجدول رقم (11): يمثل الساعات التي يقضيها أفراد عينة الدراسة على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي.

الساعة	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	1	%1.2
من 1 إلى 3 ساعات	25	%29.4
من 4 إلى 05 ساعات	35	%41.2
أكثر من 06 ساعات	24	%28.2
المجموع	**85**	**%100**

الشكل (05) يمثل ساعات قضاء افراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي يوميا



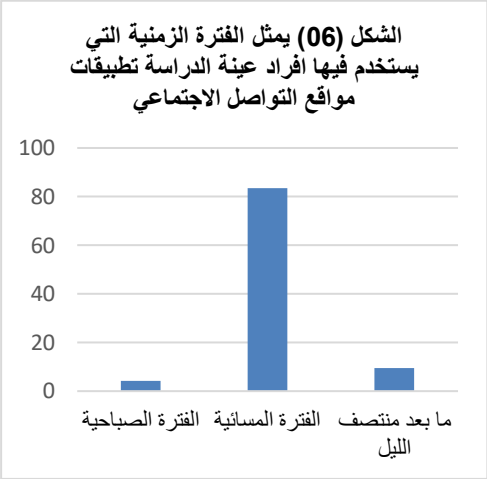
أوضحت نتائج الجدول (11) أعلاه أن نسبة من 04 الى 05 ساعات تمثل النسبة الأعلى من عدد الساعات التي يقضيها أفراد عينة الدراسة على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، وتليها في المرتبة الثانية من 01 إلى 03 ساعات بنسبة قدرت ب 29.4%، ثم تأتي بعدها في المرتبة الثالثة أكثر من 06 ساعات بنسبة قدرت ب 28.2%، وفي الأخير تأتي نسبة أقل من ساعة بنسبة ضئيلة جدا، تقدر ب 1.2%.

وهذا الارتفاع يعود إلى التدفق المستمر للمحتوى عبر الريلز أي الفيديوهات القصيرة والتي تجذب انتباه المستخدم بكثرة، ويعكس هذا زيادة كثافة التعرض لما ينشر، وفي جانب أخر اهتمام

الطلبة الجامعيين بالتحصيل العلمي والأكاديمي مما يدفعهم الى الاتزان في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (12): يمثل الفترة الزمنية التي يستخدم فيها أفراد عينة الدراسة تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي:

الفترة الزمنية	التكرار	النسبة
الفترة الصباحية	6	%7.1
الفترة المسائية	71	%83.5
ما بعد منتصف الليل	8	%9.4
المجموع	**85**	**%100**

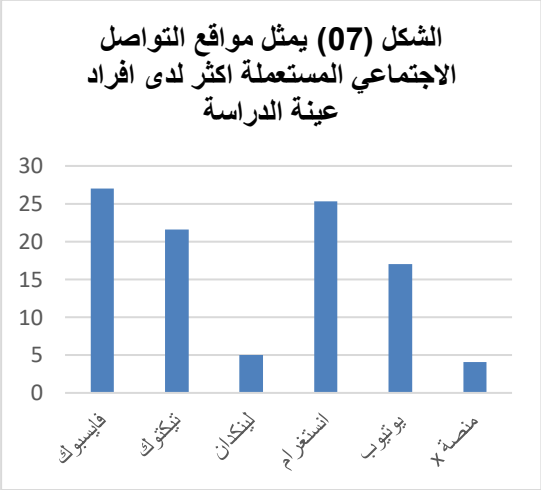


يتضح من خلال الجدول (12) أعلاه أن الفترة المسائية تمثل الفترة الزمنية الأعلى التي يستخدم فيها أفراد عينة الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 83.5%، وتليها فترة ما بعد منتسف الليل بنسبة تقدر ب 9.4%، وتليها في الأخير الفترة الصباحية بنسبة 7.1%.

ويعود سبب سيطرة الاستخدام في الفترة المسائية الى تفرغ الطلبة من أوقات الدراسة في الجامعة، كما ترتبط هذه الفترة بزيادة الميل نحو الراحة من الضغوط العلمية عن طريق استهلاك المحتوى الرقمي الترفيهي الذي تنشره مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (13) يمثل أنواع مواقع التواصل الاجتماعي التي يستعملها افراد عينة الدراسة:

المواقع	التكرار	النسبة
فايسبوك	65	%27.0
تيكتوك	52	%21.6
لينكدان	12	%5.0
أنستغرام	61	%25.3
يوتيوب	41	%17.0
منصة x	10	%4.1
المجموع	241	%100
موقع اخر اذكره	واتساب، بانترست	



أدلت معطيات الجدول (13) أعلاه أن موقع الفيسبوك يحتل المرتبة الأولى بنسبة بلغت ب 27.0% من أنواع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة، ويليه الموقع أنستغرام في المرتبة الثانية بنسبة قريبة قدرت ب 25.3%، ويأتي في المرتبة الثالثة بنسبة ليست بعيدة موقع تيكتوك بنسبة 21.6%، ثم يليه موقع اليوتوب في المرتبة الرابعة بنسبة 17.0%، ويليه موقع لينكدن بنسبة ضئيلة قدرت ب 5.0%، ثم في الأخير موقع منصة x وهي ادنى نسبة قدرت ب 4.1%.

ويعكس سبب تصدر موقع الفيسبوك النسبة الأعلى مقارنة بمواقع أخرى أنه موقع متعدد الوظائف يجمع بين التواصل الاجتماعي وتداول المعلومات والانخراطات في مجموعات الدردشة أو المجموعات العلمية، حيث يوفر بيئة كاملة للمحتوى الرقمي تجمع بين الصورة والفيديو والتنقل بين عدة استخدامات، كما أصبحت فضاء لتبادل الدروس والمعلومات الاكاديمية او الخدمات العلمية.

- **عرض وتحليل نتائج فرضيات المحور الثاني.**
- **عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى.**

التي تنص على: فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05 ≥α) في عادات وانماط استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السن.

الجدول رقم (14)، يمثل اختبار (كا) للكشف عن فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05 ≥α) في عادات وانماط استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السن.

السؤال	ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي؟							
السن	من 19 الى 24 سنة		من 25 الى 28 سنة		29 سنة فما فوق		المجموع	
الدرجة	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
الفترة الصباحية	6	%8.3	0	%0.0	0	%0.0	6	%7.1
الفترة المسائية	60	%83.3	0	%0.0	11	%91.7	71	%83.5
ما بعد منتصف الليل	6	%8.3	1	%100	1	%8.3	8	%9.4
المجموع	72	%100	1	%100	12	%100	85	%100
اختبار (كا)								
درجة الحرية: 4			(كا): 10.837				قيمة p: 0.028	

يلاحظ من خلال الجدول رقم (14)، ان افراد عينة الدراسة يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي في فترات زمنية متعددة، حسب الفئة العمرية، وتوضح معطيات الجدول ان الفئة العمرية من (29 سنة فما فوق) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية وهي فترة ذروة الاستخدام وذلك بنسبة 91.7%، وتليه الفئة العمرية من (29 الى 24 سنة) بنسبة 83.3 % في الفترة المسائية، أما في فترة ما بعد منتصف الليل فنجد ان جميع الفئات العمرية تتشارك في نسبة الاستخدام حيث قدرت ب 8.3% لصالح الفئة العمرية (من 29 الى 24

سنة) و (29 سنة فما فوق)، اما فئة (من 25 سنة الى 28 سنة) بلغت نسبة 100% بمبحوث واحد فقط، وفي الفترة الصباحية تستخدم فقط ما نسبته 8.3 % من الفئة العمرية (من 19 الى 24 سنة) تطبيقات التواصل الاجتماعي وهي فئة الشباب.

والظاهر من خلال بيانات الجدول ان اغلب الفئة العمرية (من 19 الى 24 سنة)، يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية وذلك بنسبة 83.3%، تليه الفترة الصباحية وفترة ما بعد منتصف الليل بنفس النسبة حيث قدرت ب: 8.3%.

أما الفئة العمرية من (25 الى 28 سنة)، فتستخدم تطبيقات التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية بنسبة بلغت 91.7%، في حين تستخدم ما نسبته 8.3% هذه التطبيقات في فترة ما بعد منتص الليل، ولا تستخدم هذه الفئة تطبيقات التواصل الاجتماعي في الفترة الصباحية.

وبالنسبة لفئة (29 سنة فما فوق)، فيستخدم اغلب افرادها تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية بنسبة قدرت ب 91.7%، تليه فترة ما بعد منتصف الليل بنسبة 8.3%، ولا تستخدم هذه الفئة هذه التطبيقات في الفترة الصباحية.

ومن خلال البيانات أعلاه، يتضح وجود اختلافات في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير السن، حيث ان فئة (29 سنة فما فوق) الأكثر استخداما لتطبيقات التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية بنسبة 91.7%، تليها فئة (من 19 الى 24 سنة) في حين ان هذه الفئة تستخدم هذه التطبيقات في الفترة الصباحية بنسبة 83.3%، وفئة (29 سنة فما فوق) لا تستخدمها ابدا في الفترة الصباحية، كما لم تسجل فئة (من 25 الى 28 سنة) أي نسبة استخدام في الفترة الصباحية والمسائية، وسجلت نسبة 100% في الفترة المسائية.

وتتجلى اختلافات إجابات المبحوثين من خلال اختبار (كا)، حيث ان قيمة (p)تساوي 0.028، وهي أصغر من مستوى الدلالة الإحصائية ($0.05 \geq \alpha$) ومنه ان (كا) دال احصائيا، ما بيرهن على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عادات ونماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السن، وهذا يؤدي الى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة ومنه فان الفرضية تحققت.

وتشير هذه النتيجة إحصائيا إلى أن السن يمثل متغيرا حاسما في تنظيم و تقسيم الفترات الزمنية للاستهلاك الرقمي لدى الطلبة، حيث تظهر الفروق تبعالمتغير السن في تفضيل الفترة المسائية كفترة ذروة مشتركة، مع خصوصية الفئة الشابة (19–24 سنة) في الاستخدام الصباحي، ويمكن تفسير ذلك بارتباط الفئات العمرية الأكبر بالتزامات أكاديمية أو مهنية تجعل من المساء متنفسا وحيدا للتفاعل الرقمي، بينما تعكس حيوية الفئة الأصغر سنا نمطا أكثر تحررا

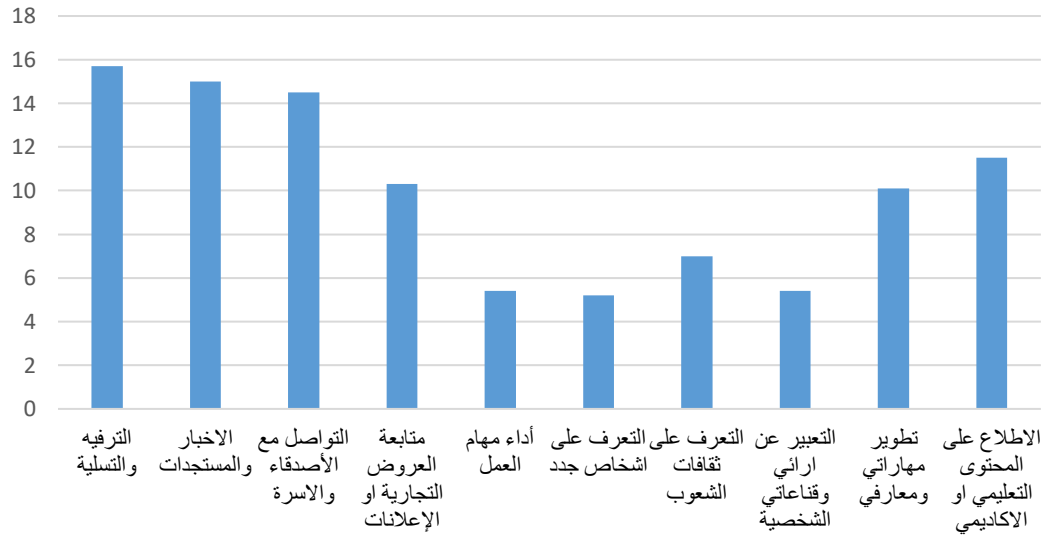
وتواصلا مع تطبيقات التواصل الاجتماعي منذ بداية اليوم، وعليه فإن قبول الفرضية البديلة يؤكد أن عادات الاستخدام هي في الحقيقة ممارسات اجتماعية تتشكل وفقا للمرحلة العمرية وما يرافقها من تمثلات للوقت والمسؤولية، فكلما تقدم الطالب في السن، مال إلى تركيز نشاطه الرقمي في أوقات محددة، مما يعزز فكرة أن النضج العمري يسهم في تنظيم التواجد الرقمي وتكييفه مع متطلبات الحياة اليومية.

المطلب الثاني: دوافع استخدامات الطلبة لتطبيقات التواصل الاجتماعي، و الاشباعات المحققة منها

- **عرض وتحليل نتائج تساؤلات المحور الثالث.**
- **الجدول رقم (15): الدوافع الأساسية وراء استخدام افراد عينة الدراسة لتطبيقات التواصل الاجتماعي**

الدوافع الأساسية وراء استخدام عينة الدراسة لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
الترفيه والتسلية	67	%15.7
الأخبار والمستجدات	64	%15.0
التواصل مع الأصدقاء والاسرة	62	%14.5
الاطلاع على المحتوى التعليمي أو الأكاديمي	49	%11.5
متابعة العروض التجارية أو الإعلانات	44	%10.3
أداء مهام العمل	23	%5.4
التعرف على أشخاص جدد	22	%5.2
التعرف على ثقافات الشعوب	30	%7.0
التعبير عن ارائي وقناعاتي الشخصية	23	%5.4
تطوير مهاراتي ومعارفي	43	%10.1
المجموع	**427**	**%100**

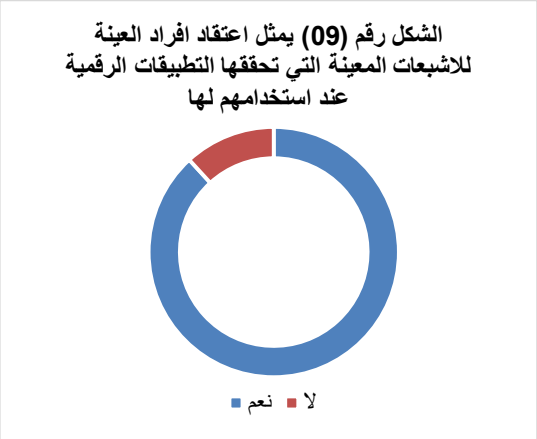
الشكل (08) يمثل الدوافع الاساسية وراء استخدام عينة الدراسة لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي



أظهرت معطيات الجدول رقم (15) أن دافع الترفيه والتسلية تصدر قائمة الدوافع الأساسية وراء استخدام عينة الدراسة لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 15.7%، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم لتلبية احتياجات الجمهور ومن بينهم الطلبة، وبالتالي توظيف هذه المواقع خصيصا على انتاج وترويج محتوى مصمم لجذب الانتباه، فالخواريزميات تعمل على تقديم محتوى ترفيهي مخصص يتوافق مع اهتمامات المستخدم كالطلبة،مثل القصص القصيرة عبر الفيديوهات موضوعها النجاح في الدراسة أو تحقيق المشاريع أوالطموحات مما يعزز استهلاكه، ويليه في المرتبة الثانية دافع الأخبار والمستجدات بنسبة 15.0%، ثم دافع التواصل مع الأصدقاء والأسرة بنسبة 14.5%، ويليه دافع الاطلاع على المحتوى التعليمي أو الأكاديمي بنسبة 11.5%، ويعود ذلك الى احتكاك الطلبة بالمحتوى العلمي لاجل التحصيل الدراسي، ويأتي بعده دافع تطوير مهاراتي ومعارفي بنسبة 10.1%، وفي مراتب أخرى، جاء دافع دافع التعرف على ثقافات الشعوب في المرتبة السابعة بنسبة 7.0%، ثم دافع أداء مهام العمل والتعبير عن أرائي وقناعاتي الشخصية بنسب متساوية بلغت 5.4% لكل منهما، وفي المرتبة الأخيرة دافع التعرف على اشخاص جدد بنسبة 5.2%.

الجدول رقم (16): يمثل اعتقاد افراد عينة الدراسة لمدى تحقيق التطبيقات الرقمية لاشباعات معينة عند استخدامهم لها.

هل تعتقد ان استخدامك لهذه التطبيقات يحقق لك اشباعات معينة	التكرار	النسبة
نعم	75	%88.2
لا	10	%11.8
المجموع	85	%100

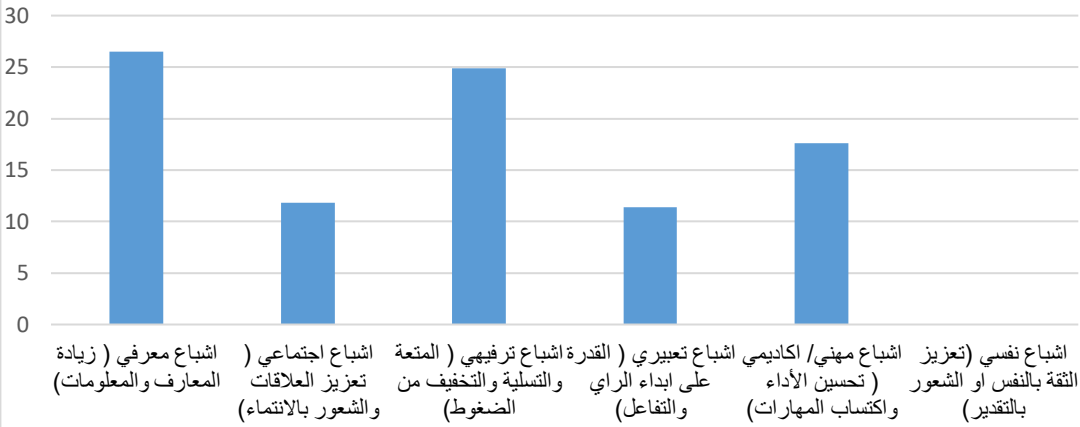


أدلت معطيات الجدول رقم (16)، أن معظم عينة الدراسة يعتقدون أن استخدامهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي يحقق لهم اشباعات معينة، حيث بلغت نسبة الإجابة بنعم 88.2%، أما نسبة لا فقد قدرت ب 11.8%، ويعود سبب ذلك إلى عدم التعرض المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي والاحتكاك بالكتب الورقية أو الانخراط في نوادي علمية وثقافية وغيرها.

الجدول رقم (17): يمثل أهم الالشباعات التي تحققها التطبيقات الرقمية لافراد عينة الدراسة عند استخدامهم لها.

إذا كانت اجابتك بنعم، ماهي اهم هذه الاشباعات؟	التكرار	النسبة
اشباع معرفي (زيادة المعارف والمعلومات)	65	%26.5
اشباع اجتماعي(تعزيز العلاقات والشعور بالانتماء)	29	%11.8
اشباع ترفيهي (المتعة والتسلية والتخفيف من الضغوط)	61	%24.9
اشباع تعبيري (القدرة على ابداء الراي والتفاعل)	28	%11.4
اشباع مهني/ أكاديمي (تحسين الأداء واكتساب المهارات	43	%17.6
اشباع نفسي (تعزيز الثقة بالنفس أو الشعور بالتقدير)	19	%7.8
المجموع	245	%100

الشكل (10) يمثل اهم الاشباعات التي تحققها التطبيقات الرقمية لافراد عينة الدراسة



أدلت معطيات الجدول رقم (17) أن الاشباع المعرفي المتمثل في زيادة المعارف والمعلومات قد احتل المرتبة الأولى بنسبة بلغت 26.5%، حيث أصبحت تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا سريعا للمعلوماتوتعد فضاء رقميا مميزا لكسب المعارف كاللغات الأجنبية أو مواضيع الثقافة العامة التي تهم فئة الطلبة كالاقتصاد والبيئة أو الرقمنةأو مواضيع متعلقة بالمجالات العلمية والمعرفية الأخرى، يليه في المرتبة الثانية الاشباع الترفيهي المتمثل في المتعة والتسلية والتخفيف من الضغوطبنسبة قدرت ب 24.9%، حيث يلجا الطلبة الى مواقع التواصل الاجتماعي للتخفيف من ضغوطات الدراسة بالمحتوى الترفيهي، وجاء في المرتبة الثالثة الاشباع المهني الأكاديمي المتمثل في تحسين الأداء واكتساب المهارات بنسبة 17.6%، ويعود ذلك إلى سهولة تداول المعلومات العلمية كنشر المحاضرات الجامعية والأبحاث الاكاديمية أو الكتب العلمية، أو الرغبة في إزالة غموض معين حول مادة دراسية ما، ويليه الاشباع الاجتماعي المتمثل في تعزيز العلاقات والشعور بالانتماء بنسبة 11.8%، ثم الاشباع التعبيري المتمثل في القدرة على إبداء الراي والتفاعل بنسبة 11.4%، وفي المرتبة الأخيرة يأتي الاشباع النفسي المرتبط ب بتعزيز الثقة بالنفس أو الشعور بالتقدير بنسبة بلغت 7.8%.

- **عرض وتحليل نتائج فرضيات المحور الثاني.**
- **عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية.**

التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دوافع استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

الجدول رقم (18)، يمثل نتائج اختبار (كا) للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دوافع استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى (لمتغير المستوى التعليمي).

السؤال	ما هو الدافع الأساسي من وراء استخدامك لتطبيقات التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار اكثر من إجابة)									
المستوى التعليمي	سنة ثانية ليسانس		سنة ثالثة ليسانس		سنة أولى ماستر		سنة ثانية ماستر		المجموع	
الدرجة	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
التسلية والترفيه	1	%100	33	%80.5	19	%65.5	14	%100	67	%78.8
الاخبار والمستجدات	1	%100	27	%65.9	23	%79.3	13	%92.9	64	%75.3
التواصل مع الأصدقاء	1	%100	27	%56.9	22	%75.9	12	%85.7	62	%72.9
الاطلاع على المحتوى التعليمي او الأكاديمي	1	%100	18	%43.9	17	%58.6	13	%92.9	49	%57.6
متابعة العروض التجارية والاعلانات	0	%0.0	19	%46.3	16	%55.2	9	%64.3	44	%51.8
أداء مهام العمل	1	%100	4	%9.8	9	%31.0	9	%64.3	23	%27.1
التعرف على اشخاص جدد	0	%0.0	5	%12.2	8	%27.6	9	%64.3	22	%25.9
التعرف على ثقافات الشعوب	0	%0.0	11	%26.8	11	%37.9	8	%57.1	30	%35.3
التعبير عن ارائي وقناعاتي الشخصية	0	%0.0	4	%9.8	8	%27.6	11	%78.6	23	%27.1
تطوير مهاراتي ومعارفي	1	%100	17	%41.5	16	%55.2	9	%64.3	43	%50.6
المجموع	1	%1.2	41	%48.2	29	%34.1	14	16.5%	85	%100
اختبار (كا)										
درجة الحرية: 30		(كا): 96.371			قيمة (p): 0.000					

يظهر من خلال الجدول رقم (18) أعلاه، ان افراد عينة الدراسة دوافع أساسية وراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير المستوى التعليمي، حيث يتضح ان دافع (الاخبار والمستجدات) مع دافع (التسلية والترفيه) قد جاء في المراتب الأولى بنسب (100%، 92.9%)، وذلك لصالح فئة سنة "ثانية ليسانس" وفئة "سنة ثانية ماستر"، ويأتي في المرتبة الثانية دافع الحصول على "الاخبار والمستجدات" و"الاطلاع على المحتوى التعليمي والاكاديمي" بنفس النسبة قدرت ب(92.2 %)، ويليه دافع التواصل مع الأصدقاء بنسبة 85.7% لصالح فئة "سنة ثانية ماستر"، وبعده دافع "التعبير عن ارائي وقراراتي الشخصية" بنسبة 78.6% لفئة "سنة ثانية ماستر"، ويليه دوافع " متابعة العروض التجارية والاعلانات" و " تطوير مهاراتي ومعارفي" و " التعرف على اشخاص جدد" وذلك بنفس النسبة حيث قدرت ب 64.3% لصالح فئة سنة ثانية ماستر، وأخيرا " دافع " التعرف على ثقافات الشعوب" بنسبة 51.1 % ولصالح فئة "سنة ثانية ماستر".

ويتضح من المعطيات أعلاه، أن فئة " سنة ثانية ليسانس" تستخدم تطبيقات التواصل الاجتماعي لدوافع: (التواصل مع الأصدقاء، التسلية والترفيه، الاخبار والمستجدات، الاطلاع على المحتوى التعليمي والأكاديمي، أداء مهام العمل، تطوير مهاراتي ومعارفي) وذلك بنسبة 100%، في حين لا تستخدم تطبيقات التواصل الاجتماعي لدوافع (متابعة العروض التجارية والاعلانات، التعرف على اشخاص جدد، التعرف على ثقافات الشعوب، التعبير عن ارائي وقناعاتي الشخصية).

اما فئة "سنة ثالثة ليسانس" فتستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بنسب اغلبها لأجل دوافع (التسلية والترفيه، الاخبار والمستجدات) حيث قدرت ب 80.5 %و65.9%، وتليه دوافع (التواصل مع الأصدقاء، تطوير مهاراتي ومعارفي، متابعة العروض التجارية والاعلانات، الاطلاع على المحتوى التعليمي والأكاديمي)، فيما اقلية هذه الفئة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي نسبة ضعيفة لأجل دوافع (التعرف على ثقافات الشعوب، أداء مهام العمل، التعرف على اشخاص جدد التعبير عن ارائي وقناعاتي الشخصية).

في حين فئة " سنة أولى ماستر" فان اغلب إجابات المبحوثين تنحصر حول دوافع (الاخبار والمستجدات والتواصل مع الأصدقاء)، تليه دوافع (التسلية والترفيه والتواصل مع الأصدقاء)، وجاءت بعد ذلك دوافع (متابعة العروض التجارية والاعلانات، الاطلاع على المحتوى التعليمي الأكاديمي، تطوير مهاراتي ومعارفي)، وتأتي في المراتب الأخيرة لصالح هذه الفئة دوافع (التعرف على ثقافات الشعوب، أداء مهام العمل، التعرف على اشخاص جدد).

اما فئة " سنة ثانية ماستر"، فان اغلب اجاباتها تتوجه نحو دوافع (التسلية والترفيه، الاخبار والمستجدات، الاطلاع على المحتوى التعليمي والأكاديمي، التواصل مع الأصدقاء، التعبير عن ارائي وقناعاتي الشخصية)، وتأتي بعدها دوافع (متابعة العروض التجارية، أداء مهام العمل، التعرف على اشخاص جدد وذلك بنفس النسبة)، وتأتي في الأخير بنسب منخفضة دوافع (التعرف على ثقافات الشعوب).

ويتجلى في المعطيات أعلاه وجود اختلافات وفروق في إجابات المبحوثين في دوافع استخدام تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير المستوى التعليمي، حيث ان فئة الماستر لها دوافع متعددة مقارنة بفئة السنة الثانية او الثالثة ليسانس، وتظهر الفروق من خلال قيمة اختبار (كا)، حيث ان قيمة (p) تساوي 0.000 وهي أصغر من مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq$ 0.05) ومنه ان (كا) دال احصائيا، ما بيرهن على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي، مما يفضي الى قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية ومنه فان الفرضية تحققت.

وتكشف هذه النتيجة عن اختلاف نوعي في أهداف الاستخدام الرقمي يتماشى مع التدرج في المسار الأكاديمي، فبينما يطغى الطابع الترفيهي والإخباري العام على فئة الليسانس، نجد أن فئة الماستر (خاصة السنة الثانية) تتجه نحو استخدامات أكثر "قصدية" وتنوعا، تشمل الاطلاع الأكاديمي والتعبير عن الآراء الشخصية وتطوير المهارات، ويمكن تفسير هذا التحول بأن التقدم في المستوى التعليمي يساهم في نضج التوجهات البحثية وتنامي الحاجة إلى إثبات الذات معرفيا، مما يحول منصات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الدراسات العليا من فضاءات للترفيه أو التواصل البسيط إلى أدوات وظيفية تدعم تخصصهم العلمي وترسم ملامح هويتهم الرقمية، إن

هذا الارتباط الدال إحصائيا بين المستوى التعليمي ودوافع الاستخدام يؤكد أن الوعي الأكاديمي يعمل كموجه للسلوك، حيث يرتفع مستوىالتوظيف المعرفي للتقنية كلما زاد التخصص المعرفي للطالب، وهو ما يعزز فكرة "الاستهلاك الهادف" الذي يتجاوز التسلية العابرة إلى المنفعة العلمية والمهنية.

المطلب الثالث: طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (19)، يمثل وتمثلات افراد عينة الدراسة حول التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي.

رقم العبارة	العبارات	التكرار/ النسبة	البدائل			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير	الرتبة
			موافق	محايد	غير موافق				
01	أرى أن توظيف التقنيات الذكية في هذه المواقع يقلل من الطابع الإنساني للتفاعل	ت	50	14	21	2.341	0.852	مرتفع	14
		ن	%58.5	%16.5	%24.7				
02	أنظر إلى الذكاء الاصطناعي الموظف في هذه المواقع باعتباره أداة مساعدة على تحسين جودة المحتوى	ت	65	12	8	2.670	0.643	مرتفع	04
		ن	%76.5	%14.1	%9.4				
03	أعتبر أن التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي تكرس منطق الربح على حساب القيمة المعرفية	ت	48	19	18	2.352	0.812	مرتفع	13
		ن	%56.5	%22.4	%21.2				
04	أرى ان حضور الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي يثير	ت	54	9	22	2.376	0.872	مرتفع	12
		ن	%63.5	%10.6	%25.9				

	إشكالات أخلاقية معقدة							
05	أرى أن تحليل البيانات ضمن هذه المواقع يخدم مصلحة المستخدم بالدرجة الأولى	ت	41	14	30	2.129	0.910	متوسط	17
		ن	%48.2	%16.5	%35.3				
06	أعتقد أن التقنيات الذكية تعزز من التفاعل داخل مواقع التواصل الاجتماعي	ت	65	7	13	2.611	0.741	مرتفع	07
		ن	%8.2	%8.2	%15.3				
07	أرى أن التحكم الخوارزمي ضمن مواقع التواصل الاجتماعي يمثل شكلا من اشكال الهيمنة الرقمية	ت	65	13	7	2.682	0.621	مرتفع	03
		ن	%76.5	%15.3	%8.2				
08	أرى أن الخوارزميات في هذه المواقع تعمل بكفاءة في تنظيم المحتوى المعروض	ت	53	14	18	2.411	0.820	مرتفع	11
		ن	%62.4	%16.5	%21.2				
09	أرى أن خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تعد أدوات تحليلية قادرة على فهم تفضيلات المستخدم	ت	66	8	11	2.647	0.702	مرتفع	05
		ن	%77.6	%9.4	%12.9				
10	أعتقد أن خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تقيد حرية المستخدم في اختيار المحتوى	ت	47	7	31	2.188	0.944	متوسط	18
		ن	%55.3	%8.2	%36.5				
11	أعتقد أن التقنيات الذكية الموظفة ضمن هذه المواقع تعد جزءا طبيعيا من التحول الرقمي العالمي	ت	57	13	15	2.494	0.781	مرتفع	09
		ن	%67.1	%15.3	.17 6%				

12	أرى أن التقنيات الذكية الموظفة ضمن هذه المواقع تفتقر إلى الشفافية في طريقة عملها	ت	51	10	24	2.317	0.889	متوسط	15
		ن	%60.0	%11.8	%28.2				
13	أعتقد أن التقنيات الذكية الموظفة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي تخدم مصالح الشركات أكثر من المستخدمين	ت	60	8	17	2.505	0.810	مرتفع	08
		ن	%70.6	%9.4	%20.0				
14	أعتقد أن تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي الذكية تساهم في تحسين جودة التجربة الرقمية للمستخدم	ت	59	9	17	2.494	0.810	مرتفع	09
		ن	%69.4	%10.6	%20.0				
15	أعتقد أن خوارزميات هذه المواقع تفرض انماطا فكرية محددة على المستخدمين	**ت**	56	13	16	2.740	0.795	مرتفع	01
		ن	%65.9	%15.3	%18.8				
16	أرى أن هذه التقنيات تمثل دعامة أساسية لتطور تطبيقات التواصل الاجتماعي	**ت**	66	6	13	2.623	0.739	مرتفع	06
		ن	%77.6	%7.1	%15.3				
17	أرى أن هذه التقنيات تعزز تحيز مواقع التواصل الاجتماعي في عرض القضايا والمضامين	**ت**	55	13	17	2.447	0.809	مرتفع	10
		ن	%64.7	%15.3	%20.0				
18	أعتقد أن الذكاء	**ت**	68	9	8	2.705	0.632	مرتفع	02

	الاصطناعي الموظف في هذه المواقع يساعد على تخصيص الحتوى وفق اهتمامات المستخدم	ن	%80.0	%10.6	%9.4				
المجموع						2.470	0.251	مرتفع	

أدلت نتائج اراء وتمثلات افراد عينة الدراسة حول التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي.

قد تراوحت تقديراتها بين المرتفع والمتوسط، حيث انحصرات المتوسطات الحسابية للعبارات ما بين 2.741 و 2.212، حيث تم تسجيل أعلى ثلاث عبارات وهي المرتبة الأولى عبارة رقم 15 والتي تتمثل في(أعتقد أن خوارزميات هذه المواقع تفرض انماطا فكرية محددة على المستخدمين) بأعلى متوسط قدره (2.740) تقدير مرتفع، تليها في المرتبة الثانية العبارة رقم (18) والتي تتمثل فيأعتقد أن الذكاء الاصطناعي الموظف في هذه المواقع يساعد على تخصيص المحتوى وفق اهتمامات المستخدمبمتوسط (2.705) وتقدير مرتفع، ثم العبارة رقم (07) التي تتمثل في أرى أن التحكم الخوارزمي ضمن مواقع التواصل الاجتماعي يمثل شكلا من اشكال الهيمنة الرقمية في المرتبة الثالثة بمتوسط (2.682) بتقدير مرتفع، أما بخصوص أدنى ثلاث عبارات تم تسجيلها هي: العبارة رقم (05) والتي تنص على أرى أن تحليل البيانات ضمن هذه المواقع يخدم مصلحة المستخدم بالدرجة الأولى بأقل متوسط قدره (2.129) بتقدير متوسط، ثم تليها العبارة رقم (10) والتي تتمثل في بمتوسط (2.188) بتقدير متوسط، ثم العبارة رقم (12) والتي تنص على أعتقد أن خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تقيد حرية المستخدم في اختيار المحتوىبمتوسط (2.317).

كما يتضح من خلال هذا الجدول أن عدد العبارات التي تحصل على تقدير مرتفع هي الأعلى مقارنة بالتقدير المتوسط، وتتمثل في 15 عبارة من ضمن 18 عبارة وهي العبارات رقم (01، 02، 03، 04، 06، 07، 08، 09، 11، 13، 14، 15، 16، 17، 18) بمتوسطات

حسابية تراوحت بين (2.341– 2.705)، في حين بلغ عدد العبارات التي حصلت على تقدير متوسط، وهي الثلاث العبارات المتبقية من ضمن 18 عبارة وهي الأقل مقارنة بتقدير مرتفع، وهي كل من العبارات (05، 10، 12)، بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2.129 إلى 2.317)، خلصت نتائج الدراسة إلى أن تمثلات أفراد العينة حول التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بتقدير عام "مرتفع"، بمتوسط حسابي إجمالي قدره (2.470) وتعكس هذه النتيجة وعيا مزدوجا يجمع بين الاعتراف بكفاءة وفعالية التقنية الذكية، وبين الهواجس النقديّة و المخاوف تجاه سلطتها،حيث ان تمثلات الطلبة نحو التقنيات الذكية تتسم بكونها تمثلات "نقدية وبرغماتية في ان واحد، فمن جهة يتخوفون منها ومن التحيز الذي قد تمارسه عليهم في "فرض أنماط فكرية معينة " ووكذا من "الهيمنة الرقمية" وتكريس "منطق الربح"على حساب الشفافية والمصلحة المباشرة للمستخدم، و من جهة اخرى يعتبرونها مساعدا ذكيا يفهم احتياجاتهم و رغباتهم و يكفيهم عناء البحث، ويدركون تماما كفاءتها في "تخصيص المحتوى وفهم التفضيلات "وكذلك كونها "جزءاطبيعيا من التحول الرقمي"، و بين هذا وذاك يتجلى نضج الطلبة في تقييم هذه التقنيات، حيث يظهر من خلال سيطرة التقدير المرتفع على 15عبارة من أصل 18 أن هذه التقنيات أصبحت تشكل واقعا تقنيا واجتماعيا مهيمنا في وعي الطلبة..

- **تفسير وتحليل نتائج الجدول رقم (19):**

جاءت العبارة رقم (15) في المرتبة الأولى، والتي تنص على "**أعتقد أن خوارزميات هذه المواقع تفرض أنماطا فكرية محددة على المستخدمين**"، بمتوسط حسابي قدره (2.74) وتقدير "مرتفع " تدل هذه النتيجة على وعي كبير لدى الطلبة بأن التكنولوجيا هي وسيلة تؤثر في طريقة فهمهم للأمور، وهذا يتفق مع ما شرحه (دومينيك كاردون) في كتابه "**بماذا تحلم الخوارزميات: حياتنا في عصر البيانات الضخمة**[1]"، حيث يرى أن الخوارزميات تتدخل في حياتنا وتفرض علينا خيارات محددة من خلال مراقبة سلوكنا اليومي على الإنترنت، فهي تعمل على تصفية المعلومات التي تظهر لنا وتقترح علينا ما يناسب أذواقنا السابقة، مما يضع المستخدم في اطار فكري ضيق قد يمنعه من اكتشاف أفكار جديدة أو مختلفة، وتتوافق هذه النتيجة مع"**نظرية الاستخدامات**

[1]Dominique Cardon, **À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data**, Paris, Éditions du Seuil, 2015, p. 13

والإشباعات"، من خلال بحث الطلبة عن محتوى يشبع حاجاتهم المعرفية أو الترفيهية او ما يعرف بالحاجات "النفعية والطقوسية"، لكن الخوارزميات تقوم بذكاء بتوجيه هذه الاختيارات، فالمستخدم يظن أنه يختار ما يريده بحرية تامة، إلا انه في الواقع تقوم الخوارزمية برسم "**خارطة استهلاكية**" له بناء على بياناته التي تشمل معلوماته الشخصية و توجهاته الفكرية وغيرها، و عليه يمكن القولان هذا الاعتقاد المرتفع عند الطلبة يعكس إدراك الطلبة أنهم داخل بيئة رقمية تحاول هندسة وعيهم وتنميط أفكارهم، مما يجعلهم أكثر حذرا في التعامل مع ما تعرضه هذه المواقع من محتوى موجه.

احتلت العبارة رقم (18) المرتبة الثانية، وهي تنص على: "**اعتقد ان الذكاء الاصطناعي الموظف في هذه المواقع يساعد على تخصيص المحتوى وفق اهتمامات المستخدم**"، بمتوسط قدره (2.70) وتقدير "مرتفع". تظهر هذه النتيجة أن الطلبة يجدون أنالأنظمة الذكية قادرة على فهم سلوكهم الرقمي و يساعدهم على الوصول لما يحبونه، وهذا يتوافق مع ما يعرف **بالتكنولوجيا الاقناعية** عند "**بي جي فوغ**"[1]، الذي يرى أن قوة هذه الأنظمة تكمن في قدرتها على التوافق مع دوافع المستخدم وتسهيل سلوكه الرقمي،ويمكن تفسير هذه النتيجة من خلال "نظرية الاستخدامات والاشباعات"، حيث يرى الطلبة في هذا التخصيص وسيلة فعالة لإشباع حاجاتهم المعرفية والترفيهية بأقل مجهود ممكن، فالمستخدم يميل إلى المنصات التي تفهم رغباته وتقدم له محتوى يوافق توجهاته المعرفية او السياسية او الثقافية و غيرها، وهو ما يعتبره الطلبة ميزة تخدم استهلاكهم اليومي،واستنتاجا من هذا يمكننا القولأن قبول الطلبة لهذا التخصيص يعبر عن رغبتهم في استخدام سهل يتميز بالسرعة و الفعالية، حيث يثقون ثقة تامة في قدرة الذكاء الاصطناعي على اختيار ما يناسبهم، مما يقلل من بحثهم عما يريدون ويجعلهم يعتمدون كليا على هذه المواقع لإشباع رغباتهم.

احتلت العبارة رقم (07) المرتبة الثالثة، وهي تنص على: "**أرى أن التحكم الخوارزمي ضمن مواقع التواصل الاجتماعي يمثل شكلا من أشكال الهيمنة الرقمية**"، بمتوسط قدره (2.68) وتقدير "مرتفع"،فتشير هذه النتيجة إلى وعي الطلبة بأن استخدام هذه المواقع التي تبدو مجانية في ظاهرها، و هي في الحقيقة تقوم مدفوعة و لكن بشكل غير مباشر، فهي أنظمة برمجية دقيقة تتحكم في ما نراه، وهذا يتوافق مع فكرة "رأسمالية المراقبة"[2] عند "شوشانا زوبوف"، التي ترى أن

[1] FOGG, Brian Jeffrey, **Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do**, San Francisco, Morgan Kaufmann Publishers, 2003, p. 32

[2] Shoshana ZUBOFF, **The Age of Surveillance Capitalism**, New York, PublicAffairs, 2019, p. 64

الشركات الكبرى تحول نشاط المستخدم اليومي إلى بيانات تهدف للسيطرة عليه، ويمكن تفسير هذه النتيجة من خلال "نظرية التمثلات الاجتماعية"، حيث نلاحظ أن الصورة الذهنية أو "التمثل" الذي تشكل لدى الطلبة عن الخوارزميات هو تمثل مرتبط بالسيطرة والقوة الرقمية، فهم يرون في هذه الأنظمة أداة خفية لممارسة الهيمنة وتوجيه الرأي العام،وبالتالي يمكننا القول، أن هذا التمثل يفسر حذر الطلبة من هذه المواقع، فإدراكهم بأن معلوماتهم الشخصية تتحول إلى بيانات للتحكم يجعلهم ينظرون إلى "التحكم الخوارزمي" كأداة تفرض عليهم أنماطا محددة من الاستهلاك الرقمي وتراقب نشاطهم في المنصات الرقمية بشكل مستمر.

احتلت العبارة رقم (02) المرتبة الرابعة، وهي تنص على: "**أنظر إلى الذكاء الاصطناعي الموظف في هذه المواقع باعتباره أداة مساعدة على تحسين جودة المحتوى**"، بمتوسط قدره (2.670) وتقدير "مرتفع"يفسر الطلبة الذكاء الاصطناعي هنا على انه أداة تقوم بالتحسين من قيمة المادة الرقمية المعروضة وجودتها، فوفقاً لـ (فريد ديفيس، TAM)[1]، يتحدد سلوك المستخدم بناء على عاملين أساسيين: **الفائدة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة،** فالفائدة المدركة هنا تعني درجة اعتقاد الشخص بأن استخدام نظام معين سيعزز من أدائه لمهامه، بينما تشير سهولة الاستخدام إلى مدى اعتقاد الفرد بأن استخدام النظام سيكون خاليا من الجهد البدني أو العقلي، حيث يمثل إدراك المستخدم لجودة وفائدة المحتوى الدافع الأساسي للاستمرار في استخدام المنصة،كما تتوافق هذه النتيجة مع ما جاءت به"**نظرية التمثلات الاجتماعية**"، حيث نلاحظ أن الطالب الجامعي يشكل صورة ذهنية عن الذكاء الاصطناعي باعتباره مصفاة معرفية ذكية تنظم له نشاطه الرقمي وتنقيه من الحشو،وبذلك، فإن هذا التمثل الإيجابي يعكس رغبة الطلبة في السيطرة على الزخم المعلوماتي الكبير الذي يميز البيئة الرقمية، فهم يرون في الخوارزمية مساعدا تقنيا يساعدهم على الوصول إلى محتوى عالي الجودة يتوافق مع اهتماماتهم، مما يجعلهم يتقبلون هذه التقنيات الذكية كضرورة لتحسين استهلاكهم المعرفي اليومي ..

واتت العبارة رقم (09) في المرتبة الخامسة حيث تنص على "**أرى أن خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تعد أدوات تحليلية قادرة على فهم تفضيلات المستخدم**" بمتوسط (2.64) وتقدير "مرتفع " حيث تجسد هذه العبارة إدراك الطلبة لقدرةالبيانات الضخمة (Big Data) على تحليل السلوك البشري، وقد أثبتت تجارب (ميشال كوينسكي MICHEL KOINSKI) "أن تحليل

[1] Fred DAVIS, « Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology », **MIS Quarterly**, vol. 13, n° 3, 1989, p. 320

الإعجابات كاف لرسم صورة دقيقة لشخصية المستخدم "[1]،و هذه القدرة التحليلية هي التي تبني "**التمثلات الثقافية**" الجديدة في مجتمعات البيئة الرقمية، حيث تصبح الخوارزمية تساهم في توجيه الحاجات المستقبلية للمستخدم بناء على نشاطه الرقمي، وهذا يبرهن على وعي لدى الطالب الجامعي حول طبيعة عمل الذكاء الاصطناعي ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، و هذا الوعي هو تمثل يؤثر في نمط استهلاك الطالب للمحتوى الرقمي، وهو ما يتماشى مع نظرية التمثلات الاجتماعية في سياقها الرقمي.

جاءت العبارة رقم (16) في المرتبة السادسة، و تنص على"**أرى أن هذه التقنيات تمثل دعامة أساسية لتطور تطبيقات التواصل الاجتماعي** "بمتوسط (2.62) وتقدير "**مرتفع**" يؤمن الطلبة هنا بالحتمية التكنولوجية[2](Technological Determinism)،فالتطور أصبح مفروضا و ليس خيارا،والذكاء الاصطناعي هو القوة المحركة التي تفرض أنماطا معينة من التفاعل البشري والاستهلاك الرقمي ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يتماشى مع نظرية التمثلات الاجتماعية ، حيث يعكس هذا التمثل واقعية الطلبة في فهم التطور التقني لمواقع التواصل الاجتماعي، كدعامة أساسية لنجاحها و انتشارها،و هذا ما يؤثر حتما في طرق استخدامهم لها و أنماط استهلاكهم لمضامينها.

العبارة رقم (06) في المرتبة السابعة تنص على "**أعتقد أن التقنيات الذكية تعزز من التفاعل داخل مواقع التواصل الاجتماعي**" بمتوسط (2.61) وتقدير "مرتفع"، يرتبط هذا التمثّل بمفهوم "**رأس المال الاجتماعي الرقمي**(Digital Social Capital)، فالطلبة يرون أن الخوارزميات تزيد من فرص التواصل والتفاعل (عبر الية اقتراح الأصدقاء والمجموعات)، حيث تؤكد دراسات إليسون وستينفيلد ولامب (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007) أن هذه الأنظمة الذكيةتساعد على بناء روابط وعلاقات اجتماعية جديدة (Bridging Social Capital) وتنشيط الروابط القديمة(Bonding Social Capital) "[3] ، كما توضح أيضا دراستهم التي أجروها عام2011،أن استراتيجيات التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعيمثل "**فيسبوك**"تؤدي إلى زيادة

[1] Michal KOSINSKI, David STILLWELL, and Thore GRAEPEL, « Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior », **Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS)**, vol. 110, n° 15, 2013, p. 5802

[2] Robert L. HEILBRONER, « Do Machines MakeHistory? », *Technology and Culture*, vol. 8, n° 3, 1967, **p. 336**

[3] Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. New Media & Society, 2007 ,2011, p 873-892

الموارد الاجتماعية المتاحة للمستخدمين،أي انهاتسمح للمستخدم ببناء شبكة واسعة من العلاقات، والتي تمنحه معلومات وفرصا جديدة يصعب الحصول عليها من محيطه الضيق، وعليه يمكن القول إن الطلبة الجامعيين يعتمدون على هذه المواقع كوسيلة تعزز من نشاطهم و حضورهم التفاعلي، مما يجعل الذكاء الاصطناعي في اعتقادهم انه يلعب دور "الوسيط"، بحيث يقوم بتسهيل عملية التفاعل داخل هذه المواقع،وبهذا، يعتبر هذا التمثّل عملية اجتماعية للتعامل مع التقنية الذكية، حيث يمكن تفسيره في إطار نظرية التمثلات الاجتماعية، من خلال اليتي الترسيخ و التجسيد، إذ يقوم الطلبة بـ"ترسيخ" مفهوم الوسيط في فهم دور التقنيات الذكية، و"تجسيد" هذه التقنيات في صورة "مساعد" يؤدي وظيفة تسهيل التفاعل بين المستخدمين، ، وبذلك يقوم بتبسيط المصطلحات التقنية المعقدة لفهم عام مبسط، وهو ما يتوافق مع الوظيفة الأساسية للتمثّلات الاجتماعية.

أما العبارة رقم 13 فجاءت فيالمرتبة الثامنةتنص على "**أعتقد أن التقنيات الذكية تخدم مصالح الشركات أكثر من المستخدمين**" بمتوسط (2.50)وتقدير"مرتفع " حيث تعكس هذه النتيجة أن التمثل السائدلدى الطلبة المبحوثينيتسم بنوع من الحذر و التخوف من استغلالهم من طرف هذه المنصات باستعمال التقنيات الذكية، التي تتعامل مع بياناتهم كسلعة اقتصادية، مما يظهر وعياً بالجانب المادي والمصلحي الذي يقف خلف مجانية الخدمات الرقمية.

العبارتان (11) و(14) – جاءتا في المرتبةالتاسعة و تنصان تواليا على"اعتقد ان التقنيات الموظفة ضمن هذه المواقع تعد جزءا طبيعيا من التحول الرقمي العالمي" **و** " اعتقد ان تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تحسين جودة التجربة الرقمية للمستخدم"**بمتوسط (2.49)** وتقدير "مرتفع" فهنا يظهر ان الطلبة يدركون أن الذكاء الاصطناعي هو تكنولوجيا العصر، كما تعكس هذه النتيجة رغبة الطلبة في مواكبة هذه التكنولوجياالتي تعتبر حتمية لا خيارا، بالاضافةإلى أنهم يشعرون أن جودة حياتهم اليومية وتواصلهم مع الآخرين أصبحت مرتبطة بمدى تطور هذه التقنيات، وبناء عليه، يمكن القول إن إجابات الطلبة تعبر عن أنهم يرون في هذه التكنولوجيا ضرورة حتمية للنجاح و لمواكبة التطورالعالمي الذي لم يعد يعترف بالوسائل التقليدية

في الاتصال، مما جعلهم ينظرون إليها بإيجابية كأداة تحسن من تجربتهم وتجعلهم أكثر اتصالا بالعالم.

جاءت العبارة رقم (17) في المرتبة العاشرة بنصّها"**أرى أن هذه التقنيات تعزز تحيز مواقع التواصل الاجتماعي في عرض القضايا والمضامين**"، محققةً متوسطاً حسابياً قدره (2.44) وبتقدير"**مرتفع**"وتعكس هذه النتيجة وعيا لدى المبحوثين بظاهرة "**التحيز الخوارزمي**" **(Algorithmic Bias)**إذ يدرك الطلبة أن التقنية ليست حيادية أو منزهة عن الميول الأيديولوجية لمصمميها، ويتوافق هذا الطرح مع ما ذهبت إليه صافية نوبل (Noble) في كتابها المعنون "خوارزميات الاضطهاد"، حيث فندت خرافة "موضوعية الآلة" حسب تعبيرها، مؤكدة أن الأنظمة الذكية ليست سوى انعكاس لمنظومات القوة السائدة، وهي تعمل غالبا على إعادة إنتاج التمييز أو تغليب وجهات نظر أيديولوجية واقتصادية معينة،"[1] وهذا ما يعني أن إدراك الطلبة بأن الخوارزميات الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي قد توظف لخدمة أجندات سياسية أو أهداف تجارية يمثل وعياً متقدما يكسر"أسطورة الحياد التقني"، ويؤكد فهمهم للذكاء الاصطناعي كبنية سلطوية قادرة على توجيه الرأي العام وتشكيل التمثلات الاجتماعية

أما العبارة رقم (08) فقد احتلت المرتبة الحادية عشرة بنصها"**أرى أن الخوارزميات في هذه المواقع تعمل بكفاءة في تنظيم المحتوى المعروض**"، محققة متوسطا حسابيا قدره (2.41) وتقدير"**مرتفع**"يبرز هذا التمثل تركيز الطلبة على الجانب التنظيمي والوظيفي للخوارزميات،بحيث ينضرون إليها كأداة حماية تقيهم من "**التيه**" في ظل الكمالكبير والضخممن المنشورات التي تميز مواقع التواصل الاجتماعي،وهذا يتماشى ما تم طرحه من طرف (بن شويخ) انه من دون هذه الخوارزمياتسيسود نمط من "الفوضى الإعلامية "الذي قد يؤدي إلى اغتراب المستخدم وفقدانه السيطرة على بيئته المعلوماتية ،[2] ويشير هذا التمثل الإيجابي إلى أن الطلبة، رغم وعيهم بالتحيزات الأيديولوجية المحتملة، يمنحون "ثقة وظيفية" للقدرة التنظيمية للآلة، باعتبارها ضرورة تقنية لتجاوز عشوائية المحتوى وضمان تجربة مستخدم منضبطة، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء

[1] Safiya Umoja NOBLE, *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*, New York: New York University Press, 2018, pp. 2, 7

[2] ، *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية*، المجلد 07، العدد 01، مارس « بوبكر الصديق بن شويخ، «إشكالية الاغتراب في العصر الرقمي 2023، ص ص 268-278

نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث يسعى الطلبة من خلال اعتمادهم على كفاءة الخوارزمية لتحقيق "إشباعاتهم المختلفة" حيث تضمن لهم الحصول على المحتوى الأكثر ملائمة لاهتماماتهم.

حصلت العبارة رقم **(04)**على المرتبة الثانية عشر، والتي تنص على"**أرى أن حضور الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي يثير إشكالات أخلاقية معقدة**"بمتوسط حسابي **(2.37)** وتقدير "**مرتفع**"وهذا يعني أن الطلبة يشعرون بقلق حقيقي من فكرة أن الذكاء الاصطناعي قد يتدخل في خصوصياتهم أو يوجه سلوكهم بطرق خفية، ويمكننا فهم هذا القلق من خلال دراسة "**ناصر الدين بوشيبة**"، الذي يشرح كيف أن التقنية الحديثة تحولت من أداة بسيطة في يدنا، الى قوة "**تستلب**"إرادة الإنسان (أي تسلب منه حرية الاختيار)، فبدلا من أن نتحكم نحن في التكنولوجيا، تحولنا نحن إلى ما يسميه هايدغر "**رصيداً قائماً**[1]"؛ أي ان مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أصبحوا بمثابةمصادر للمعلومات والبيانات التي تستغلها الخوارزميات وتوجهها كما تشاء، وهذا يفسر لماذا اعتبر الطلبة أن هذه الإشكالات "معقدة"، فالخوف من اختراق الحسابات، قد يجعلهم يفقدون قدرتهم على التفكير الحر والمستقل، و يمكن تفسير هذا التمثل ضمن ما جاءت به نظرية التمثلات الاجتماعية، باعتبار هذه المخاوف الأخلاقية تمثلا سلبيا لدى الطلبة تجاه الذكاء الاصطناعي، حيث يعد في نظرهم تقنية ذكية وقوة مسيطرة تهدد حريتهم وخصوصيتهم.

العبارة رقم (03) جاءت في المرتبة الثالثة عشرتنص على "**أعتبر أن التقنيات الذكية تكرس منطق الربح على حساب القيمة المعرفية** " بمتوسط حسابي (2.35) وتقدير "مرتفع"، حيث يعبر الطلبة عن قلقهم من "**تسليع المعرفة**"، ففي هذا الصدد يرى نيل بوستمان (Postman) أن تحويل المعلومة إلى مادة ترفيهية جالبة للربح يفسد العقل الجمعي[2]، وهو ما يلمسه الطلبة في تفضيل الخوارزميات للمحتوى "التافه" لأنه الأكثر ربحية، أي ان الطالب الجامعي اليوم اصبح يواجه تحدياً كبيراً، فهو يحاول البحث عن مراجع لمذكرته مثلا،الا ان الخوارزمية تفرض عليه اشياء اخرى،فالخوارزمية هنا تتعامل مع الطالب **كمستهلك**يجب إغراؤه بأي طريقة للبقاء متصلا لأكبر وقت ممكن، حتى لو كان ذلك على حساب جودة ما يتعلمه وعمق تفكيره.

---

[1] بن فريحة اسماء. "التقنية ومصير الوجود الإنساني: قراءة في نص التقنية، الحقيقة، الوجود لمارتن هايدغر"، مجلة مقاربات فلسفية، المجلد08،العـدد:02 (2021)،ص 123،122

[2] Neil POSTMAN, *AmusingOurselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, New York, Penguin Books, 2005 (1ère éd. 1985), p. 62,70

العبارة رقم (01) في المرتبة الرابعة عشر تشير النتائج المتعلقة بالعبارة التي تنص على "**أرى أن توظيف التقنيات الذكية في هذه المواقع يقلل من الطابع الإنساني للتفاعل** "، والتي حصلت على متوسط حسابي قدره (2.34) بتقدير 'مرتفع'، ويعكس هذا التمثل **شعور المبحوثين** بأن الخوارزمية صارت تحلمحل العفوية البشرية، حيث يرون أن التواصل الرقمي، رغم كثافته، يظل توصلا مع أنظمة برمجية جافة تفتقر للروح الإنسانية، فالتكنولوجيا قد تتحول إلى أداة للسيطرة، وإلغاءالمحتوى العاطفي والإنساني من العلاقات الاجتماعية ، محولة التفاعل الإنساني إلى مجرد استجابات الية مبرمجة،هذا يعني أن الطلبة صاروا يعتقدون ان الذكاء الاصطناعي يمنعهم من التواصل مع بعضهم بشكل طبيعي وعفوي، .

العبارة رقم (12) في المرتبة الخامسة عشرتنص على "**أرى أن التقنيات الذكية تفتقر إلى الشفافية في طريقة عملها**" بمتوسط (2.317) وتقدير "متوسط" و يشير التقدير "المتوسط" إلى حالة من النقص في المعرفة حول طريقة عمل التقنيات الذكية، لدى الطلبة حول مفهوم غموض الصندوق الأسود، الذي تناوله فرانك باسكوال (Pasquale) في كتابه "**مجتمع الصندوق الأسود**" بان تعمد الشركات إخفاء اليات عمل الخوارزميات يخلق فجوة في الثقة[1]، فالمستخدم الجزائري يلمس النتائج لكنه يجهل العمليات، مما يجعل تمثلاته تجاه "شفافية التقنية" متذبذبة وغير مستقرة.

العبارة رقم (05) احتلت المرتبة السابعة عشر و تنص على "أرى أن تحليل البيانات ضمن هذه المواقع يخدم مصلحة المستخدم بالدرجة الأولى "**بمتوسط (2.12) وتقدير "متوسط**"ان تراجع هذه العبارة إلى المراتب الأخيرة يؤكد أن الطلبة لا يثقون في المنصات الرقمية بصفة عامة و مواقع التواصل الاجتماعي، فالتوافق النفسي والاجتماعي مع التقنية لدى عينة الدراسة اتسم بالحذر الشديد، وهو تمثل واقعي يدل على أن الطالب الجامعي يدرك أن عملية تحليل بياناته تؤدي إلى سلب خصوصيته مقابل خدمات مجانية، مما جعل تمثلاته تتجه نحو التخوف بدلا من الثقة المطلقة.

[1] Frank PASQUALE, *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*, Cambridge, Harvard UniversityPress, 2015, p.213

العبارة رقم (10) جاءت في المرتبة الثامنة عشر والأخيرةتنص **على "أعتقد أن خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تقيد حرية المستخدم في اختيار المحتوى** "بمتوسط (2.18) وتقدير "متوسط"" احتلت هذه العبارة المرتبة الأخيرة لأن الطلبة يعيشون ما يسمى **بو**هم الحرية الرقمية[1] (Digital Freedom Illusion) فرغم القيود الخوارزمية، يشعر المستخدم بأنه هو من يختار وينقر ويبحث، مما يخفف من شعوره بالتقييد، فذكاء الخوارزميات يكمن في جعل الإكراه يبدو كأنه اختيار حر، وهو ما يفسر عدم اتفاق الطلبة القاطع على أن حريتهم مقيدة، رغم اعترافهم بوجود نوع منالهيمنة في عبارات أخرى.

[1]رميسة حساني– نبيل لحمر، تمثلات الحريات الرقمية من خلال استخدام الفضاءات الرقمية التواصلية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 14، العدد 05، 2025، ص 192

- **عرض وتحليل نتائج فرضيات المحور الرابع.**
- **عرض وتحليل نتائج الفرضية الثالثة.**

التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيري الجنس والسن.

الجدول رقم (20)، يمثل نتائج اختبار t. Test لعينتين مستقلتين للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس.

طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي	الفرضية	النوع	عدد الوحدات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار ليفين لتجانس المجموعتين		اختبار تساوي المتوسطين		
						(f)قيمة	الدلالة	(t) قيمة	درجة الحرية	الدلالة
	فرضية تساوي التباينين	ذكور	26	2.397	0.240	0.064	0.801	1.803	83	0.075
	فرضية عدم تساوي التباينين	اناث	559	2.502	00.251			11.836		

بينت نتائج اختبار (t. Test) في الجدول أعلاه، ان قيمة الدلالة في اختبار ليفين لطبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تساوي (0.801) وهي أكبر من مستوى الدلالة، ما يعني عدم وجود فروق في تباينات (المجموعتين متجانستين)، في حين ان قيمة دلالة الاختبار تساوي 0.075 وهي أكبر من ($\alpha \leq 0.05$) ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة اذ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وبالتالي فالفرضية غير محققة.

الجدول رقم (21)، يمثل نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السن.

طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي	المجموعات	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة الاختبار F	الدلالة
	بين المجموعات	0.022	0.011	2	0.168	0.845
	خارج المجموعات	5.297	0.065	82		
	المجموع	5.318		84		

أظهرت نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) في الجدول أعلاه للكشف عن الفروق في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير السن، ان قيمة دلالة الاختبار(F) تساوي (0.845)، وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لذلك نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة، حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي، وبالتالي فالفرضية غير محققة.

- **عرض وتحليل نتائج الفرضية الرابعة:**

التي تنص على: توجد علاقة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين حجم استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة تمثلاتهم للتقنيات الذكية الموظفة بها.

الجدول رقم (22) يمثل نتائج اختبار بيرسون (Pearson) للكشف عن وجود علاقة عند مستوى الدلالة (0.05 ≥α) بين حجم استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة تمثلاتهم للتقنيات الذكية الموظفة بها.

الاجتماعي وطبيعة تمثلاتهم للتقنيات الذكية الموظفة بها.	حجم استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي		
	حجم العينة	قيمة معامل الارتباط	الدلالة
	85	-0.072	0.515

تظهر نتائج اختبار (Pearson) في الجدول أعلاه، ان قيمة الدلالة لمعامل الارتباط أكبر من مستوى الدلالة (0.05 ≥α) حيث تساوي 0.072، وان قيمة الدلالة الإحصائية تساوي 0.515 وبالتالي فهي أكبر من (0.05 ≥α)، وهذا يفضي الى قبول الفرضية الصفرية، ورفض الفرضية البديلة وانه لا توجد علاقة عند مستوى الدلالة (0.05 ≥α) بين حجم استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة تمثلاتهم للتقنيات الذكية الموظفة بها، ومنه فالفرضية غير محققة.

المطلب الرابع: العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي

➢ عرض وتحليل نتائج تساؤلات المحور الخامس:

الجدول رقم (23): يمثل تمثلات الطلبة حول العوامل التي تشكل تصوراتهم نحو التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي.

رقم العبارة	العبارات	التكرار /النسبة	البدائل			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير	الرتبة
			موافق	محايد	لا اوافق				
01	تؤثر التقارير الإعلامية والوثائقية في الطريقة التي أتصور بها التقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي	ت	61	15	9	2.611	0.674	مرتفع	04
		ن	71.8 %	17.6 %	10.6 %				
02	يلعب المحتوى الذي يقدمه المؤثرون حول تجاربهم مع مواقع التواصل الاجتماعي دورا في تكوين موقفي من هذه التقنيات	ت	45	18	22	2.270	0.850	مرتفع	12
		ن	52.9 %	21.2 %	25.9 %				
03	أقارن أحيانا تجربتي الرقمية بتجارب الاخرين، وهذا يسهم في تشكيل فهمي لطبيعة عمل خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي	ت	60	7	18	2.491	0.825	مرتفع	06
		ن	70.6 %	%8.2	21.2 %				
04	تسهم النقاشات اليومية مع الأصدقاء والزملاء حول هذه التقنيات في بلورة تصوري عنها	ت	56	11	18	2.447	0.825	مرتفع	07
		ن	65.9 %	12.9 %	21.2 %				
05	تتأثر رؤيتي لهذه التقنيات بآراء العائلة والاقارب حول فائدتها أو خطورتها	ت	58	6	21	2.435	0.865	مرتفع	09
		ن	68.2 %	24.7 %	24.1 %				

06	أستند في فهمي للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي الى ما درسته في المقررات الاجتماعية	ت	49	15	21	2.329	0.850	متوسط	10
		ن	57.6 %	17.6 %	24.7 %				
07	يساهم اطلاعي على الكتب والأبحاث والمقالات العلمية في تعميق تمثلاتي حول آالية عمل خوارزميات ضمن مواقع التواصل الاجتماعي وتاثيرها	ت	62	5	18	2.517	0.825	مرتفع	05
		ن	72.9 %	%5.9	21.2 %				
08	تحدد تجربتي الشخصية في استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي إلى حد كبير قناعاتي تجاه التقنيات الذكية الموظفة فيها	ت	66	9	10	2.658	0.825	مرتفع	03
		ن	77.6 %	10.6 %	11.8 %				
09	يسهم تخصصي الدراسي في رفع مستوى وعيي بطبيعة هذه التقنيات وتأثيرها	ت	67	8	10	2.670	0.679	مرتفع	02
		ن	78.8 %	%9.4	11.8 %				
10	يعزز مستواي التعليمي فهمي للأبعاد التقنية والمعرفية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي الموظف ضمن هذه المواقع	ت	71	6	8	2.741	0.260	مرتفع	01
		ن	83.5 %	%7.1	%9.4				
11	تؤثر سمعة الموقع	ت	56	8	21	2.441	0.863	مرتفع	08

	ومصداقيته في الطريقة التي أتصور بها التقنيات الذكية الموظفة داخله	ن	65.9 %	%9.4	24.7 %				
12	تؤثر قيمي ومعتقداتي في الطريقة التي أفهم بها التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي	ت	59	9	17	2.491	0.810	مرتفع	06
		ن	69.4 %	10.6 %	20.0 %				
المجموع						2.506	0.318	مرتفع	

أدلت نتائج الجدول رقم أعلاه عن تمثلات الطلبة حول العوامل التي تشكل تصوراتهم نحو التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي قد تراوحت تقديراتها بين المرتفع والمتوسط، حيث انحصرت المتوسطات الحسابية للعبارات ما بين(2.741 و 2.329)، حيث تم تسجيل أعلى ثلاث عبارات وفي المرتبة الأولى العبارة رقم 10 والتي تتمثل في يعزز مستواي التعليمي فهمي للأبعاد التقنية والمعرفية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي الموظف ضمن هذه المواقع بأعلى متوسط قدره (2.741) بتقدير مرتفع، تليها في المرتبة الثانية العبارة رقم (02) والتي تتمثل في يلعب المحتوى الذي يقدمه المؤثرون حول تجاربهم مع مواقع التواصل الاجتماعي دورا في تكوين موقفي من هذه التقنيات بمتوسط (2.720) وتقدير مرتفع، ثم العبارة رقم (09) التي تتمثل يسهم تخصصي الدراسي في رفع مستوى وعيي بطبيعة هذه التقنيات وتأثيرها بمتوسط (2.670) بتقدير مرتفع، أما بخصوص أدنى ثلاث عبارات تم تسجيلها هي: العبارة رقم (06) والتي تنص على أستند في فهمي للتقنيات الكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي إلى ما درسته في المقررات الاجتماعية بأقل متوسط قدره (2.329) بتقدير متوسط، ثم تليها العبارة رقم (05)والتي تتمثل فيتتأثر رؤيتي لهذه التقنيات بآراء العائلة والاقارب حول فائدتها أو خطورتهابمتوسط (2.435) بتقدير متوسط، ثم العبارة رقم (11) التي تتمثل في تؤثر سمعة الموقع ومصداقيته في الطريقة التي أتصور بها التقنيات الذكية الموظفة داخله بمتوسط (2.441).

كما يتضح من خلال هذا الجدول أن عدد العبارات التي تحصل على تقدير مرتفع هي الأعلى مع المقارنة بالتقدير المتوسط، وهي11 عبارة من ضمن 12 عبارة وهي العبارات (01، 02، 03، 04، 05،07،، 08، 09، 10، 12) بمتوسطات حسابية تراوحت بين (2.741- 2.435)، في حين بلغ عدد العبارات التي حصلت على تقدير متوسط، عبارة واحدة وهي العبارة المتبقية رقم (06)من ضمن 12 عبارة وهي الأقل مقارنة بتقدير مرتفع، بمتوسط حسابي قدره 2.329 ، وتشير النتائج الإحصائية العامةللجدول اعلاه، إلى أن تمثلات الطلبة حول العوامل التي تشكل تصوراتهم ومعتقداتهم نحو التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بدرجة تقدير "مرتفعة"، وبمتوسط حسابي إجمالي قدره (2.50)،حيث تتمحور تمثلات الطلبة حول التقنيات الذكية بشكل أساسي حول "المعرفة المؤسساتية"وكذا "التحصيل الاكاديمي" و"الخبرة التطبيقية في الفضاء الرقمي"، مع تراجع واضح لأثر الموروث الاجتماعي التقليدي كعامل مهم و متحكم في تشكيل هذه التمثلات، وبالتالي نلاحظ تشكل وعي تقنيخبوي لدى الطلبة يعتمد على الوعي العلمي والممارسة الذاتية.

تفسير نتائج الجدول رقم (23):

نصت العبارة رقم (10) و التي جاءت في المرتبة الأولى على: "**يعزز مستواي التعليمي فهمي للأبعاد التقنية والمعرفية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي الموظف ضمن هذه المواقع**"، بمتوسط حسابي قدره (2.74) وتقدير "مرتفع"، حيث يعكس هذا التمثل الدور المهم الذي يلعبه المستوى التعليمي في تكوين و بناء الوعي الرقمي لدى الطلبة الجامعيين حول تقنيات الذكاء الاصطناعي، فمن خلال تحليل هذه النتيجة، يمكن القول إن الطلبة يربطون بين تحصيلهم العلمي وقدرتهم على فهم التقنيات الذكية، و هذا ما يدل على أن الدراسة الأكاديمية تمنحهم قدرة اكبر على فهمالبيئة الرقمية، **فكلما كان المستخدمون يمتلكون مستوى تعليميا أعلى،كلما زاد فهمهملآليات عمل هذه التقنيات، و في هذا السياق** يرى (Bourdieu 1986) أن الرأسمال الثقافي يسهم في تشكيل إدراك الأفراد وفهمهم للواقع[1]، كما أن هذا التمثل يمكن تفسيره أيضا في

[1]**BOURDIEU, Pierre,** « *The Forms of Capital* », in RICHARDSON, J. (dir.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York, Greenwood Press, 1986, p25 , https://home.iitk.ac.in/~amman/soc748/bourdieu_forms_of_capital.pdf consulte le 25/04/2026

ضوء نظرية التمثلات الاجتماعية لـ Serge Moscovici، حيث تتشكل تمثلات الطلبة حول الذكاء الاصطناعي من خلال المعرفة الأكاديمية التي اكتسبوها، من استخدامهم اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي، و كذا من محيطهم الاجتماعي.

"تنص العبارة رقم (09) التي جاءت في المرتبة الثانية على ما يلي: "**يسهم تخصصي الدراسي في رفع مستوى وعيي بطبيعة هذه التقنيات وتأثيرها**"، بمتوسط حسابي قدره (2.67) وتقدير "مرتفع"، حيث يعكس هذا التمثل تأثير التخصص الأكاديمي في توجيه الوعي التقني، حيث يظهر أن الطلبة لا يفصلون بين ، يعتبرون تخصصهم الدراسي وفهمهم للتكنولوجيا مصدرا رئيسيا لفهم تقنيات الذكاء الاصطناعي و طبيعة عملها و دورها في مواقع التواصل الاجتماعي،فطالب الإعلام مثلاً لا يدركها كما يدركها طالب علم النفس أو طلبة التخصصات التقنية فكل يراها و من زاوية تخصصه .

"تنص العبارة رقم (08) والتي جاءت في المرتبة الثالثة على "**تحدد تجربتي الشخصية في استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي إلى حد كبير قناعاتي تجاه هذه التقنيات**"، بمتوسط حسابي قدره (2.65) وتقدير "مرتفع"، حيث يعكس هذا التمثل أهمية التجربة الشخصية في بناء التصورات، حيث، اظهر أن الطلبة يعتمدون بشكل كبير على خبرتهم اليومية في الحكم على هذه التقنيات، و التجربة الشخصية هنا تبدو أكثر تأثيرا من أي مصدر اخر، لأنها مرتبطة بالاستخدام الفعلي والمتكرر الذي يعيشه الطالب داخل هذه المنصات،وتوافق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة **شيماء محمد زكريا مصطفى عمر وناهد قطب حواس (دراسة سابقة)**، والمعنونة بـ ***"تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي كنماذج على القيم المجتمعية لدى الشباب***[1] ، حيث أكدت الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي ليس من اجل المحتوى الترفيهي أو التواصل فقط، و انما يؤثر بشكل مباشر على القيم والمواقف والسلوكيات لدى الشباب ويمكن تفسير هذه النتيجة في سياق ما جاء في نظرية التمثلات الاجتماعية، حيث تتشكل تصورات الأفراد حول التقنيات الذكية من خلال التجربة اليومية والتفاعل المباشر معها اثناء استخدامهم

[1] *تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة على تقنيات "***شيماء محمد زكريا مصطفى عمر وناهد قطب حواس**، والمعنونة بـ *الذكاء الاصطناعي كنماذج على القيم المجتمعية لدى الشباب*، مجلةدراساتفيالتعليمالجامعي، العددالسادسوالستونيناير2020، ص 91

لمواقع التواصل الاجتماعي، مما يجعل الخبرة الشخصية عنصرا فعالا في بناء التمثل حول هذه التقنيات.

احتلت العبارة رقم (01) المرتبة الرابعة حيث نصت على: "**تؤثر التقارير الإعلامية والوثائقية في الطريقة التي أتصور بها هذه التقنيات**"، بمتوسط حسابي قدره (2.61) وتقدير "مرتفع"، هذه النتيجة تعكس دور الإعلام في تشكيل التمثلات تجاه هذه التقنيات ومن خلال هذه النتيجة، يظهر أن الطلبة يتأثرون بما يقدم في التقارير الإعلامية حول الذكاء الاصطناعي، **هذه التقارير تشكل نوعاً من "الإطار التفسيري الجاهز" الذي يساعد الطالب على فهم التقنية** حيث يتوافق هذا مع ما ذهب إليه يرى Lippmann أن الإعلام يساهم في بناء الصور الذهنية لدى الجمهور في شكل (قوالب نمطية)[1] أي صور ذهنية جاهزة مبسطة يبنيها الأفراد عن الأشخاص أو الظواهر دون فحص مباشر للواقع.

تنص العبارة رقم (07) التي أتت في المرتبة الخامسة على "**يساهم اطلاعي على الكتب والأبحاث في تعميق تمثلاتي حول آلية عمل الخوارزميات**"، بمتوسط حسابي قدره (2.51) وتقدير "مرتفع"، حيث يعكس هذا التمثل دور المعرفة العلمية في تطوير الفهم، ومن خلال هذه النتيجة، يظهر أن الاطلاع العلمي يساعد الطلبة على فهم أعمق و أكثر دقة للتقنيات، **و هذا يدل على أن الطالب الذي يقرأ ويتعمق في المصادر العلمية يكون أكثر قدرة على تحليل.** تحليل و فهم التكنولوجيا بدل الاستخدام السطحي لها، ويتوافق هذا الطرح مع ما توصلت إليه دراسة بوزيدي صورية وزريق بدرة (دراسة سابقة) حول *التمثلات الاجتماعية للذكاء الاصطناعي لدى الأساتذة الجزائريين*، حيث أكدت الدراسة أن المعرفة العلمية والاطلاع المستمر على المعلومات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي يساهمان في تكوين فهم أكثر وعياً ونقداً لهذه التقنيات[2]، ويعززان قدرة الأفراد على تفسير أبعادها المختلفة بدل التعامل معها بشكل سطحي.

اما العبارتان (03) و (12) فاحتلتا المرتبة السادسة و تنصان على " **أقارن أحيانا تجربتي الرقميةبتجارب الاخرين، وهذا يسهم في تشكيل فهمي لطبيعة عمل خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي**" و" **تؤثر قيمي ومعتقداتي في الطريقة التي أفهم بها التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي**"، بمتوسط حسابي قدره (2.49) وتقدير "مرتفع"، حيث تعكسان تأثير

[1]LIPPMANN, Walter, *Public Opinion*, New York, Harcourt, 1922, p 130

[2]**BOUZIDI, Souraya et ZERIG, Badra,***Les représentations sociales de l'intelligence artificielle chez les enseignants algériens : perceptions, craintes et perspectives d'intégration pédagogique* ،2025, p 144

البيئة الاجتماعية والثقافية في تشكيل التمثلات، فالطلبة يبنون تصوراتهم بشكل فردي وكذلك يتأثرون بما يحيط بهم من قيم وتجارب اجتماعية، و عليه يمكن القول ان هذا يؤكد أن فهم التقنيات هو نتاج تفاعل بين الفرد ومحيطه الاجتماعي والثقافي، و يتوافق هذا مع جاء في نظرية التمثلات الاجتماعية، بأن التمثلات حول أي موضوع أو ظاهرة تتشكل عبر "التفاعل الاجتماعي".

تنص العبارة رقم (04) التي جاءت في المرتبة السابعة على: "**تسهم النقاشات اليومية مع الأصدقاء في بلورة تصوري**"، بمتوسط حسابي قدره (2.44) وتقدير"مرتفع"، حيث تعكس هذه النتيجة دور الحوار الاجتماعي، مثل النقاشات اليومية، في تشكيل اراء الطلبة حول التقنيات، حيث ان الحوار بين الأصدقاء يعمل كمساحة لتبادل الخبرات، وقد يؤدي أحيانا إلى تعديل قناعات الطالب أو تعزيزها.

تنص العبارة رقم (11) التي جاءت في المرتبة الثامنة على: "**تؤثر سمعة الموقع ومصداقيته في الطريقة التي أتصور بها هذه التقنيات**"، بمتوسط حسابي قدره (2.44) وتقدير "مرتفع"، فهذا التمثل انما يدل على دور الثقة في تشكيل الإدراك حول تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث ان الطلبة يربطون بين مصداقية المنصة وطريقة فهمهم للتقنيات، أي ان **الثقة في المنصة تلعب دوراً غير مباشر في الحكم على التقنية الموظفة فيها نفسها و ذلك من خلال الحكم على تلك المنصة**، وهو الطرح الذي اشارت اليه الباحثة "**دينيز جودليه**" حيث تؤكد أن التمثل الاجتماعي ليس مجرد معرفة، بل هو عملية "توطين" للمفاهيم المعقدة (مثل الذكاء الاصطناعي) داخل إطار مألوف،فعندما يثق الطلبة في "مصداقية الموقع"، فإنهم يستخدمون هذه الثقة كمرساة (**Ancrage**) لتبسيط تصورهم للتقنية[1].

تنص العبارة رقم (05) التي جاءت في المرتبة التاسعة على"**:تتأثر رؤيتي باراء العائلة والاقارب حول فائدتها او خطورتها**"، بمتوسط حسابي قدره (2.43) وتقدير "مرتفع"، فهذا التمثل يعكس دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية، ومن خلال هذه النتيجة، التي تدل على أن العائلة و المحيط الاجتماعي للطالب يؤثران في مواقفه رغم الانفتاح الرقمي، حيث يرى "دوركايم" في هذا الشأن "أن الفرد ليس كائنا معزولا، بل هو نتاج مجتمعه، والتنشئة الاجتماعية (L'éducation) في نظره هي "عملية بناء الكائن الاجتماعي"، حيث تنقل الأسرة والمحيط القيم والمعايير التي تصبح

[1] JODELET (D.), Les représentations sociales, 7e éd., Paris, Presses Universitaires de France (PUF), 2003, p. 53.

بمثابة "عدسات" يرى من خلالها الفرد العالم، بما في ذلك التقنيات الحديثة"[1]، **وبالتالي فان المرجع العائلي يبقى حاضرا خصوصا في تقييم المخاطر أو الفوائد المرتبطة بالتكنولوجيا،**

تنص العبارة رقم (06) التي جاءت في المرتبة العاشرة على: "**أستند في فهمي للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي الى ما درسته في المقررات الاجتماعية**"، بمتوسط حسابي قدره (2.32) وتقدير "متوسط"، حيث يبين هذا التمثل محدودية تأثير التعليم النظري في تشكيل او بناء تمثلات الطلبة حول موضوع تقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة، تظهر لنا أن الطلبة لا يعتمدون بشكل كبير على المقررات الدراسية، في تكوين هذه التمثلات، هذا قد يعود إلى أن المقررات الدراسية خاصة في بلدان العالم الثالثأحيانا لا تواكب التطورات السريعة في المجال الرقمي الحاصل على مستوى العالم، وهذا ما قد يدفع بالطلبة للاعتماد على مصادر أخرى، لفهم و تفسير هذه الظاهرة.

تنص العبارة رقم (02) التي جاءت في المرتبة الحادية عشر والأخيرة على:"**يلعب المحتوى الذي يقدمه المؤثرون دورا في تكوين موقفي من هذه التقنيات**"، بمتوسط حسابي قدره (2.27) وتقدير "مرتفع"، ويدل هذا التمثل على تأثير أقل نسبيا للمؤثرين، في تشكيل تمثلات الطلبة حول هذا الموضوع، كما تدل هذه النتيجة، على أن الطلبة لا يمنحون ثقة كبيرة لمحتوى المؤثرين مقارنة بمصادر أخرى،و هذه النتيجة إلى تراجع دور المؤثرين في تشكيل تمثلات الطلبة، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء طرح **معن خليل عمر** في كتابه "علم المشكلات الاجتماعية"، حيث يرى أن الوعي الجمعي للأفراد، وخاصة الفئات ذات المستوى الدراسي العالي، يعمل "كمصفاة اجتماعية"[2] بحيث تقوم بانتقاء المحتوى الذي يتمتع بالمصداقية، فضعف دور المؤثرين هنا يعكس وعي الطلبة بضرورة استقاء المعلومات حول تقنيات معقدة مثل الذكاء الاصطناعي من مصادر موثوقة علميا من الاعتماد على المؤثرين الذين قد يفتقرون للمعرفة العلمية اللازمة، و**هذا يدل على أن الطلبة أصبحوا أكثر انتقائية، ولم يعودوا يعتمدون بشكل كامل على المؤثرين في بناء ارائهم.**

[1] **DURKHEIM (Émile)**, *Éducation et sociologie*, Paris, Librairie Félix Alcan, 1922, p 49.

[2] معن خليل عمر، **علم المشكلات الاجتماعية**، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2005، ص. 104

- **عرض وتحليل نتائج فرضيات المحور الخامس.**
- **عرض وتحليل نتائج الفرضية الخامسة.**

التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجدول رقم (24)، يمثل نتائج اختبار (t. Test)لعينتين مستقلتين للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس.

العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي.	الفرضية	النوع	عدد الوحدات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار ليفين لتجانس المجموعتين		اختبار تساوي المتوسطين		
						قيمة F	الدلالة	قيمة T	درجة الحرية	الدلالة
	فرضية تساوي التباينين	ذكور	26	2.397	0.240	0.064	0.801	1.803	83	0.075
	فرضية عدم تساوي التباينين	اناث	559	2.502	00.251			11.836	550.0	00.072

كشفت نتائج اختبار (t. Test)في الجدول أعلاه، ان قيمة الدلالة في اختبار ليفين للعوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تساوي 0.801 وهي أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية من ($0.05 \geq \alpha$)، ما يعني عدم وجود فروق في تباينات (المجموعتين متجانستين)، كما ان قيمة دلالة الاختبار تساوي 0.075 وهي أكبر من ($0.05 \geq \alpha$) ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة اذ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة

للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس، وبالتالي فالفرضية غير محققة.

الجدول رقم (25)، يمثل نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≤ 0.05) فيالعوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

	المجموعات	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة الاختبار F	الدلالة
العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	0.113	0.038	3	0.038	0.778
	خارج المجموعات	8.390	0.104	81		
	المجموع	8.503		84		

بينت نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) في الجدول أعلاه، للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≤ 0.05) فيالعوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي، ان قيمة دلالة الاختبار(F) تساوي 0.038 هي أكبر من مستوى الدلالة (α≤ 0.05)، و قيمة الدلالة الإحصائية قدر ب 0.778 وهو اكبر من مستوى الدلالة (α≤ 0.05) لذلك نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة، حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي، فالفرضية غير محققة.

- **عرض وتحليل نتائج الفرضية السادسة.**

التي تنص على: توجد علاقة ارتباطية عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين السعي لتحقيق الإشباعات الاجتماعية وبين الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية، في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (26)، يمثل نتائج اختبار معامل الارتباط سيبرمان (Spearman)، للكشف عن وجود علاقة ارتباطية عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين السعي لتحقيق الإشباعات الاجتماعية وبين الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية، في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي.

	الإشباعات الاجتماعية		
الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية	حجم العينة	قيمة معامل الارتباط	الدلالة
	85	0.018	0.872

تبين نتائج سبيرمان (Spearman) في الجدول أعلاه، ان قيمة معامل الارتباط سبيرمان قدرت ب 0.018، في حين بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.872 وهي أكبر من ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يفضي الى رفض الفرضية البديلة، وقبول الفرضية الصفرية وبالتالي لا توجد علاقة بين السعي لتحقيق الإشباعات الاجتماعية وبين الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي، والفرضية غير محققة.

- **عرض وتحليل نتائج الفرضية السابعة.**

التي تنص على: **توجد علاقة ارتباطية عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين السعي لتحقيق الإشباعات التعبيرية وبين الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية، في تشكيل الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي.**

الجدول رقم (27)، يمثل نتائج اختبار معامل الارتباط سيبرمان (Spearman)، للكشف عن وجود علاقة ارتباطية عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين السعي لتحقيق الإشباعات التعبيرية وبين الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية، في تشكيل الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي.

الاعتماد على المقررات والأبحاث الجامعية	الإشباعات التعبيرية		
	حجم العينة	قيمة معامل الارتباط	الدلالة
	85	0.004-	0.969

تكشف معطيات الجدول لاختبار سبيرمان (Spearman) أعلاه، ان قيمة معامل الارتباط سبيرمان بلغت -0.004 وهي قيمة تقترب من الصفر وان قيمة الدلالة الإحصائية تساوي 0.969 وهي أكبر من ($\alpha \leq 0.05$)، وبناء عليه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة، وانه لا توجد علاقة بين السعي لتحقيق الإشباعات التعبيرية وبين الاعتماد على المقررات الجامعية والأبحاث العلمية في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي، وهذا يدل ان الفرضية غير محققة.

المطلب الخامس: العلاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وانماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.

الجدول رقم (28): يمثل توجهات افراد عينة الدراسة حول العلاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي وانماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.

رقم العبارة	العبارات	التكرار/النسبة	البدائل			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير	الرتبة
			موافق	محايد	غير موافق				
01	ثقتي في فعالية الخوارزميات الموظفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من اعتمادي على المحتوى المقترح في استهلاكي اليومي	ت	59	13	12	2.559	0.733	مرتفع	02
		ن	%98.8	%15.3	%14.1				
02	شعوري بان المحتوى المقترح يقيد خياراتي المعرفية يدفعني للبحث عن مصادر خارج مواقع التواصل الاجتماعي	ت	64	10	11	2.623	0.706	مرتفع	01
		ن	%75.3	%11.8	%12.9				
03	شعوري بان المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي قد يحد من استقلاليتي المعرفية يجعلني اكثر ميلا الى الاستهلاك النقدي للمحتوى	ت	51	15	19	2.376	0.830	مرتفع	12
		ن	%60.0	%17.6	%22.4				
04	شعوري بان المحتوى المعروض يعكس ما كنت أفكر فيه مؤخرا يثير لدي شعورا بالذهول ويجعلني اراجع طريقة تفاعلي مع ما اتابعه	ت	60	8	17	2.505	0.810	مرتفع	04
		ن	%70.6	%9.4	%20.0				
05	شعوري بان الذكاء الاصطناعي يعرض لي محتوى متنوعا عبر هذه المواقع يحفزني على متابعة أفكار جديدة وتطوير اهتمامي بها	ت	54	10	21	2.388	0.860	مرتفع	11
		ن	%63.5	%11.8	%24.7				

06	ادراكي لاعتماد مواقع التواصل الاجتماعي على أنظمة ذكية لتحليل سلوكي يجعلني اتجنب التفاعل المكثف مع المحتوى	ت	53	17	15	2.447	0.779	مرتفع	07
		ن	%62.4	%20.0	%17.6				
07	ادراكي لقدرة الخوارزميات على فهم اهتماماتي يعزز اندماجي المستمر مع المحتوى المعروض في هذه المواقع	ت	43	17	25	2.211	0.874	متوسط	17
		ن	%50.6	%20.0	%29.4				
08	شكوكي حول اهداف التقنيات الذكية في هذه المواقع تقلل من اعتمادي على المحتوى المقترح اليا	ت	61.2	16	17	2.411	0.806	مرتفع	09
		ن	%52	%18.8	%20.0				
09	ادراكي لقدرة التقنيات الذكية على انتاج محتوى يحاكي الواقع يجعلني أكثر حذرا في تصديق ما اراه عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ت	55	16	14	2.482	0.765	مرتفع	06
		ن	%64.7	%18.8	%16.5				
10	شكي في حيادية الخوارزميات الموظفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من تفاعلي مع المحتوى المقترح	ت	60	7	18	2.494	0.825	مرتفع	05
		ن	%70.6	%8.2	%21.2				
11	شعوري بان التقنيات الذكية الموظفة في هذه المواقع تفهم توجهاتي يزيد من تفاعلي الإيجابي مع المحتوى المقترح	ت	48	13	24	2.282	0.881	متوسط	14
		ن	%56.5	%15.3	%28.2				
12	اعتقادي بوجود تقنيات	ت	57	9	19	2.447	0.838	مرتفع	07

	ذكية للمراقبة الرقمية في هذه المواقع يجعلني أكثر حذرا في استهلاك المحتوى	ن	%67.1	%10.6	%22.4				
13	شعوري بان مواقع التواصل الاجتماعي توظف الذكاء الاصطناعي بفعالية يجعل استهلاكي للمحتوى أكثر سرعة واقل جهدا	ت	48	12	25	2.270	0.891	متوسط	15
		ن	%56.5	%14.1	%29.4				
14	شعوري بان الأنظمة الذكية في هذه المواقع تركز على المحتوى الترفيهي اكثر من المعرفي يقلل اندماجي مع المحتوى المقترح	ت	58	10	17	2.482	0.810	مرتفع	06
		ن	%68.2	%11.8	%20.0				
15	قناعتي بموضوعية خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تقلل بحثي عن مصادر معلومات بديلة خارجها	ت	43	12	30	2.152	0.919	متوسط	18
		ن	%50.6	%14.1	%35.3				
16	شعوري بهيمنة المحتوى المكرر في مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من بحثي عن مصادر معلومات بديلة خارجها	ت	51	9	25	2.305	0.900	متوسط	13
		ن	%60.0	%10.6	%29.4				
17	ثقتي في دقة الاقتراحات الخوارزمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ت	48	11	26	2.258	0.901	متوسط	16

	تجعلني اقل ميلا الى تمحيص المحتوى المعروض	ن	%56.5	%12.9	%30.6				
18	ادراكي لذكاء أنظمة التوصية في هذه المواقع يزيد من احتمالية مشاركتي للمحتوى المقترح او إعادة نشره	ت	61	8	16	2.529	0.795	مرتفع	03
		ن	%71.8	%9.4	%18.8				
19	اقتناعي بان الذكاء الاصطناعي الموظف في هذه المواقع يساعدني في الوصول الى محتوى ملائم في الوقت المناسب يجعل استهلاكي اكثر ارتباطا بالأحداث الجارية	ت	54	11	20	2.400	0.847	مرتفع	10
		ن	%63.5	%12.9	%23.5				
20	اعتقادي بان الخوارزميات تعكس تفضيلاتي بدقة يقلل من اعتمادي على البحث اليدوي عن محتوى جديد	ت	58	5	22	2.423	0.877	مرتفع	08
		ن	%68.2	%5.9	%25.9				
	المجموع					2.402	0.248	مرتفع	

أدلت نتائج جدول العلاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي قد تراوحت تقديرات متوسطاتها الحسابية بين التقدير المرتفع والمتوسط، حيث انحصرت ما بين 2.623 و 2.152، وتم تسجيل أعلى ثلاث عبارات وتأتي في المرتبة الأولى العبارة رقم 02 والتي تنص حولشعوري بأن المحتوى المقترح يقيد خياراتي المعرفية يدفعني للبحث عن مصادر خارج مواقع التواصل الاجتماعي بأعلى متوسط قدره (2.623) بتقدير مرتفع، وتأتي بعدها في المرتبة الثانية العبارة رقم (01) والتي تتمثل ثقتي في فعالية الخوارزميات الموظفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من اعتمادي على المحتوى المقترح في استهلاكي اليومي بمتوسط (2.559) بتقدير مرتفع، ثم في المرتبة الثالثة العبارة رقم

(18) التي تتمثل فيادراكي لذكاء أنظمة التوصية في هذه المواقع يزيد من احتمالية مشاركتي للمحتوى المقترح او إعادة نشره بمتوسط (2.529) بتقدير مرتفع، أما بخصوص أدنى ثلاث عبارات تم تسجيلها هي: العبارة رقم (15) والتي تنص على قناعتي بموضوعية خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تقلل بحثي عن مصادر معلومات بديلة خارجها بأقل متوسط قدره (2.152) بتقدير متوسط، وبعدها العبارة رقم (07)والتي تتمثل فيادراكي لقدرة الخوارزميات على فهم اهتماماتي يعزز اندماجي المستمر مع المحتوى المعروض في هذه المواقعبمتوسط (2.211) بتقدير متوسط، ثم العبارة رقم (17) التي تتمثل في ثقتي في دقة الاقتراحات الخوارزمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تجعلني أقل ميلا الى تمحيص المحتوى المعروض بمتوسط (2.258).

كما يظهر من خلال هذا الجدول أن عدد العبارات التي حازت على تقدير مرتفع هي الأعلى مقارنة بالتقدير المتوسط، وتتدرج في14عبارة من ضمن 20 عبارة وهي العبارات (01، 02، 03، 04، 05 ،06، 08، 09، 10، 12، 14، 18، 19، 20) بمتوسطات حسابية تراوحت بين (2.632 و 2.376)، في حين سجلت ستٌّ عبارات على تقدير متوسط، وهي العبارات رقم (07، 11، 13، 15، 16، 17)من ضمن 20عبارة وهي الأقل مقارنة بتقدير مرتفع، بمتوسط حسابي يترواح بين (2.305 و 2.152)، وتظهر النتائج العامة المستنتجة من الجدول اعلاه، وجود علاقة ارتباطية ذات تقدير مرتفع بمتوسط حسابي عام بلغ (2.40)يربط بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية (خوارزميات، ذكاء اصطناعي، أنظمة توصية) وبين أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ما يعني ان علاقة الطلبة بالتقنيات الذكية في مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بكونها علاقة "تفاعلية حذرة"؛ فهي توفر لهم السرعة والسهولة في الوصول للمحتوى (نمط استهلاكي كثيف) من جهة، لكنها في الوقت ذاته تثير لديهم مخاوف تتعلق بالحرية المعرفية والخصوصية، مما يدفعهم لتبني أنماط استهلاكية واعية تجمع بين الاستفادة من الذكاء الاصطناعي والبحث عن التعددية خارج الاطر الخوارزمية التي قد تحددها الخوارزمية، أي ان الطالب هنا يستعمل التقنية الذكية بذكاء، بدل ان يكون تحت سيطرتها بحبث هي من تقوم باستعماله.

تفسير نتائج الجدول رقم (28):

تنص العبارة رقم **(02)**التي احتلت المرتبة الأولى على أن "**شعوري بأن المحتوى المقترح يقيد خياراتي المعرفية ويدفعني للبحث عن مصادر خارج مواقع التواصل الاجتماعي**" بمتوسط (2.62) وتقدير "مرتفع"، وهو ما يعكس تمثلا نقديا حول المحتوى المقترح بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يدرك المبحوثون أن الخوارزميات قد تقوم بعزلهم داخل نطاق معرفي ضيق و مقصود، فهذه الأنظمة قادرة على اظهار او حجب المحتويات الرقمية حسب التوجه الذي تمت برمجتها عليه، فالمستخدم الواعي هنا قد يلجأ لتنويع المصادر لمنع الخوارزمية من السيطرة عليه، وهذا يفسر ذهاب الطلبة نحو البحث عن بدائل تضمن لهم حريتهم في اختيار المحتوى الذي يناسبهم، و هذا ما يتوافق مع المفاهيم التي جاءت بها نظرية الاستخدامات و الاشباعات، التي تعتبر ان الجمهور "فاعل ونشط ، وليس مجرد متلق سلبي، (Active Audience) في انتقاء الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته المختلفة، مثل الحاجات المعرفية و الترفيهية...،فالطالب يرفض أن يكون مستهلكا سلبيا لما تعرضه عليه "خوارزميات التوصية"، فيقوم بنفسه بالبحث عن المحتوى الذي يشبع حاجاته.

وجاءت العبارة رقم **(01)** المرتبة الثانية ومفادها أن "**ثقتي في فعالية الخوارزميات الموظفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من اعتمادي على المحتوى المقترح في استهلاكي اليومي**" بمتوسط (2.55) وتقدير "مرتفع"، هذا التمثل يعني ان الطلبة لديهم في فعالية و كفاءة التقنية الذكية في تسهيل الوصول للمعلومات التي يريدونها، والمقصود بهذا هو "مصداقية المصدر" "source credibility"[1] من حيث الكفاءة و النجاعة والفعالية في توفير مايرده المستخدم باقل جهد و في اقصر وقت،وعليه يمكن القول بان الطالب اذن يميل لتبني أنماط استهلاك توفر له الثقة والمصداقية، وهو ما يبرر الاعتماد المرتفع للطلبة على التقنيات التي تقترح عليه المحتوى كأداة نفعية توفر الوقت والجهد في استهلاكهم اليومي و هذا يندرج ضمن ما جاءت به نظرية التمثلات الاجتماعية، ولذلكيمكن تأطير هذه التمثل ضمن نظرية التمثلات الاجتماعية،فوفقا لهذا لما جاء فيها، يقوم الأفراد ببناء فهم ومعنى مشترك حول الظواهر

[1]Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. *Digital Media, Youth, and Credibility*. Cambridge, MA: MIT Press(2008). p. 15.

والمستجدات في بيئتهم، وهذا الفهم المشترك هو ما يوجه سلوكياتهم وتفاعلاتهمفي هذه الظاهرة التي نحن بصدد دراستها، فإن التمثل الذي شكله الطالب عن التقنيات الخوارزمية (باعتبارها أداة فعالة وذات مصداقية نفعية) يشكل الأساس المعرفي الذي استند إليه في اتخاذ قرار الاعتماد عليها، و عليه يمكن ان نقولان سلوك الاعتماد هو نتيجة لعملية بناء معرفي اجتماعي حول طبيعة هذه التقنية والدور الذي يمكن أن تلعبه في الحياة اليومية.

أما العبارة رقم **(18)**التي جاءت في المرتبة الثالثة فتنص على أن "**إدراكي لذكاء أنظمة التوصية في هذه المواقع يزيد من احتمالية مشاركتي للمحتوى المقترح او إعادة نشره**" بمتوسط (2.52) وتقدير "مرتفع"، ويرتبط هذا التمثل بآليات "التكنولوجيا الإقناعية" Persuasive) (Technology حيث يرى "بي جيه فوغ (B.J. Fogg) " انها تجعل المستخدم يتفاعل إيجابيا مع النظام كلما شعر بدقته، حيث يؤكد أن قوة هذه الأنظمة تكمن في توافقها مع دوافع الفرد وتسهيل سلوكه[1]، و استنتاجا من هذا يمكن القولان هذا السلوك يثبت أن الطلبة يتعاملون مع التوصيات كخوارزميات **كمساعد معرفي ذكي،** حيث يرى الطالب في المحتوى المقترح هو انعكاس لاهتماماته و رغباته و توجهاته، مما يجعله يشاركه مع الآخرين كنوع من الرضى عن هذا المحتوى الموجه والمقترح بواسطة هذه التقنيات، و تتوافق هذه النتيجة مع ما جاءت به **نظرية الاستخدامات والإشباعات،** التي تفسر سلوك الطالب كجمهور نشط يختار ويشارك المحتوى الذي يحقق له إشباعات نفسية واجتماعية، فالمشاركة هنا هي وسيلة لتحقيق "إشباع الذات" و"التفاعل الاجتماعي" عبر محتويات تقترحها التقنيات الذكية بغرض اشباع حاجاته المعرفية ورغباته الشخصية.

وتنص العبارة رقم **(04)**التي احتلت المرتبة الرابعة على أن "**شعوري بان المحتوى المعروض يعكس ما كنت أفكر فيه مؤخرا يثير لدي شعورابالذهول ويجعلنيأراجع طريقة تفاعلي مع ما أتابعه**"بمتوسط (2.50) وتقدير "مرتفع"، وهو ما يعكس نوع من الصدمة و التخوف من طرف المستخدم اتجاه قدرة الذكاء الاصطناعي على التنبؤ برغباته و ميولاته حتى و ان كانت لا تزال مجرد افكار لم يبحث عنها في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ترى (شوشانا زوبوف) في هذا الشأن أن هذا الشعور بالانكشاف يمثل "رأسمالية المراقبة" بحيث تقوم هذه التقنيات باستغلال نشاط المستخدم اليومي وتحويله إلى بيانات خام، بغرض تحسين الخدمة، ولكنها تقوم بجمع ما

[1] B.J. FOGG, *Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do*, San Francisco, Morgan Kaufmann Publishers, 2003, p. 32.

يفيض عنها من معلومات شخصية لبناء منتجات تنبؤية، هذه المنتجات هي التي تمنح الأنظمة القدرة على قراءة رغبات الطالب واستباق خطواته القادمة[1]، وهذا ما يفسر شعوره الدائم بأن الخوارزمية تعرفه وتتوقع أفعاله، ويمكن ربط هذه النتيجة بـ **نظرية التمثلات الاجتماعية**، حيث يظهر ذهول الطالب كدليل على بنائه صورة ذهنية ترى الخوارزمية ادة مراقبة ذكية، مما يجعله يضبط سلوكه الرقمي بناء على هذا الفهم الجديد لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي الموظفة في منصات التواصل الاجتماعي.

وجاءت العبارة رقم **(10)**في المرتبة الخامسة ومفادها أن "**شكي في حيادية الخوارزميات الموظفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من تفاعلي مع المحتوى المقترح**" بمتوسط (2.494) وتقدير "مرتفع"، مما يبرز وعي الطلبة بالتحيزات البرمجية، وهذا ما يفسر تقليل الطلبة لتفاعلهم مع المحتوى الذي يشك فيه و في مصدره او غايته، كما تشير هذه النتيجة إلى امتلاك الطالب حسا نقديا يدفعه لإدراك أن المحتوى المقترح هو توجيه مقصود من طرف الخوارزميات، ويوضح هذا الوعي بالتحيز لجوء الطالب إلى الحذر في التفاعل مع المحتوى المقترح من طرف الخوارزميات، فاتخاذه قرار تقليل التفاعل يدل على وعيه بضرورة حماية قناعاته الشخصية من التلاعب الخوارزمي الذي يخدم مصالح المنصات التجارية.

واشتركت العبارتان **(09)** و**(14)** في المرتبة السادسة، حيث تنصان بالتوالي على ما يلي:"**ادراكي لقدرة التقنيات الذكية على انتاج محتوى يحاكي الواقع يجعلني أكثر حذرا في تصديق ما اراه عبر مواقع التواصل الاجتماعي**" و"**شعوري بان الأنظمة الذكية في هذه المواقع تركز على المحتوى الترفيهي اكثر من المعرفي يقلل اندماجي مع المحتوى المقترح** " بمتوسط (2.48) وتقدير "مرتفع"، وتكشف هذه النتيجة عن نضج الوعي المعلوماتي لدى الطالب، حيث ينتج لديه رد فعل دفاعي يتمثل في الحذر من المحتوى الذي يحاول تنميط أفكاره وسلوكه، ويرجع ذلك إلى إدراكه أن "المنصات الرقمية هي وسائط مبرمجة و موجهة بقيم وأهداف تسعى إلى **التوجيه المعرفي والمفاهيمي** للمتلقي"[2]،و عليه يمكننا القول انهذه النتيجة تفسر انالطالب يقلل من استخدامه لهذه المواقع كنوع من الدفاع الاستباقي عن نفسه، خوفا من أن تسيطر هذه

[1]Shoshana ZUBOFF, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, New York, PublicAffairs, 2019, p. 08.

[2]دليلة خينش، سوسيولوجيا الإعلام وعولمة المفاهيم، مجلة دفاتر المخبر، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 12، العدد 1، 2017، ص 58

المنصات على تفكيره أو تخدعه بمحتوى مزيف وتسلية تافهة تخدم أصحاب الشركات المالكة لهذه النصات فقط.

أما العبارتان **(06)** و**(12)** فقد جاءتا في المرتبة السابعة بمتوسط (2.447) وتقدير "مرتفع"، وتنصان على أن " **ادراكي لاعتماد مواقع التواصل الاجتماعي على أنظمة ذكية لتحليل سلوكي يجعلني اتجنب التفاعل المكثف مع المحتوى**" و " **اعتقادي بوجود تقنيات ذكية للمراقبة الرقمية في هذه المواقع يجعلني أكثر حذرا في استهلاك المحتوى**"، إلى أن الفرد يتردد في الاندماج الكامل مع الوسائط الرقمية التي يشعر أنها لا تحمي خصوصيته و تقوم بالاستيلاء عليها بشكل او باخر،حيث يتوافق هذا مع طرح "ميشيل فوكو" أن الشعور بالرقابة الدائمة يؤدي بالضرورة إلى انضباط ذاتي في السلوك وتعديل في أنماط الممارسة[1]، فتتحول هنا الخوارميات لاداة مراقبة تشبه اليات عمل "سجن البانوبتيكون" اذ ان شعور الطالب بالذهول أو التخوف من قدرة الخوارزمية على التنبؤ برغباته يمثل نوعا من **الرقابة الرقمية،** التي تدفع الطالب لمراجعة نشاطاته الرقمية، نتيجة إدراكه بأنه مكشوف تماما أمام نظام ذكي قادر على قراءة أفكاره واستباق خطواتهوهذا ما يفسر تبني الطلبة لنمط استهلاكي يتسم بالتحفظ والتقليل من استهلاك المحتوى الرقمي والتفاعل معه.

وفي المرتبة الثامنة جاءت العبارة رقم **(20)** ومفادها أن "**شكوكي حول اهداف التقنيات الذكية في هذه المواقع تقلل من اعتمادي على المحتوى المقترح اليا** " بمتوسط (2.42) وتقدير "مرتفع"، تشير هذه النتيجة إلى أن الطالب يمارس ما يعرف بـ "**العقلانية المحدودة**"، فهو يتخذ قراره بتقليل الاعتماد على التقنيات الذكية بناء على شكوكه ومعلوماته حول أهداف هذه التقنيات،فلا يخضعخضوعاتاما لما تقترحه عليه، فيختار التمسك بخياراته الشخصية، مما يعني أن هذه الشكوك انما هي أداة يستخدمها الطالب لحماية تفكيره من التوجيه الالي الذي قد لا يتوافق مع أهدافه الشخصية أو المعرفية.

وتنص العبارة رقم **(08)**التي احتلت المرتبة التاسعة على أن "**شكوكي حول اهداف التقنيات الذكية في هذه المواقع تقلل من اعتمادي على المحتوى المقترح اليا** " بمتوسط (2.41) وتقدير "مرتفع"، ويمكن لنا ان نربط هذا التمثل بـ :"**قانون كبح الإمكانات الجذري**" الذي وضعه "بريان وينستون"والذي يرى أن العمليات الاجتماعية تعمل على **كبح** الإمكانات التدميرية

[1]ميشيل فوكو، المراقبة والمعاقبة: ولادة السجن، ترجمة علي مقلد، بيروت، مركز الإنماء القومي، 2022، ص 272، 276.

للتكنولوجيا"[1]، وهو يصف كيف يعمل النظام الاجتماعي على إبطاء سرعة انتشار التكنولوجيا الجديدة، خاصة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التي يمكن ان تكون ذات اثر تدميري على التفكير البشري، وهذا يفسر قيام الطالب بوضع مسافة أمان ان صح التعبير بينه و بين المحتوى الرقمي الذي تقترحه الخوارزميات، عبر تقليل الاعتماد الكلي على ما تقترحه عليه.

وجاءت العبارة رقم **(19)**في المرتبة العاشرة بمتوسط (2.40) وتقدير "مرتفع"، وتنص على "**اقتناعي بان الذكاء الاصطناعي الموظف في هذه المواقع يساعدني في الوصول الى محتوى ملائم في الوقت المناسب يجعل استهلاكي اكثر ارتباطا بالأحداث الجارية**"، ويعكس هذا التمثل ان الذكاء الاصطناعي اصبح ضرورة لمواكبةالتطورات المتسارعة الحاصلة في العالم، و معايشة الأحداث بصفة انية و فورية، مما يجعل استهلاك الطلبة أكثر ارتباطا بالواقع، بفضل سرعة الخوارزميات بتزويده بالمعلومات، واطلاعه على الاحداث خاصة تلك التي تدخل ضمن اهتمامته في وقتها المناسب، و هذا لن يتأتى له دون استخدام هذه التقنيات، و هذه النتيجة تتوافق تماما مع نظرية الاستخدامات و الاشباعات، حيث تؤدي التقنيات الذكية دور المساعد في اشباع حاجات مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي المعرفية او الترفيهية او الاعلامية، من خلال ايصال المحتوى الملائم له في اسرع وقت ممكن.

أما العبارة رقم **(05)** فقد احتلت المرتبة الحادية عشرة بمتوسط (2.38) وتقدير "مرتفع"، ومفادها " **شعوري بان الذكاء الاصطناعي يعرض لي محتوى متنوعا عبر هذه المواقع يحفزني على متابعة أفكار جديدة وتطوير اهتمامي بها** "، وهو ما يشير إلى الجانب الإيجابي لتمثلات الذكاء الاصطناعي كأداة لاكتشاف واكتساب معارف جديدة، من خلال قيام الخوارزميات باقتراح فيديوهات أو مقالات في مجالات جديدة كليا لكنها تشبه اهتماماته، وهذا ما يجعل الطالب يكتشف معارف ومعلومات جديدة وانماط استهلاكية لم تكن تخطر على باله من قبل، مما يثري من رصيده المعرفي والثقافي هذا مايتوافق تماما مع مبادئ نظرية الاستخدامات و الاشباعات فالتقنية هنا توفر الإمكانية، والمستخدم يختار ما يشبع رغبته في التعلم.

وفي المرتبة الثانية عشرة جاءت العبارة رقم **(03)** بمتوسط (2.37) وتقدير "مرتفع"، وتنص على أن "**شعوري بان المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي قد يحد من استقلاليتي المعرفية و يجعلني اكثر ميلا الى الاستهلاك النقدي للمحتوى**"، هذا التمثل يدفع الطالب لتبني استهلاك

[1] Winston, Brian. **Media Technology and Society, A History from the Telegraph to the Internet**,London: Routledge, (1998),p. 11.

واعي، حيث ينطبق مع ما يراه "ألان تورين" بأن الذات الفاعلة هي التي ترفض الذوبان في الأنظمة التقنية لكي تحافظ على كينونتها[1]"و يعنيهذا أن الطالب عندما يشك في أهداف الذكاء الاصطناعي ويقلل من اعتماده عليه، فإنه يمارس حقه في أن يكون **"ذاتا مستقلة"** فهو يرفض أن يكون مستهلكا لما يمليه عليه الذكاء الاصطناعي فقط، وبهذا هو يحافظ على "كينونته" (شخصيته وتفكيره الخاص)، اي أن كل قراراته نابعة من عقله هو، وليست من التوجيه الخفي الذي تمارسه هذه التقنيات داخل المنصات الرقمية.

وجاءت العبارة رقم **(16)** في المرتبة الثالثة عشرة بمتوسط (2.305) وتقدير "متوسط"، وتنص على **"شعوري بهيمنة المحتوى المكرر في مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من بحثي عن مصادر معلومات بديلة خارجها"**، توضح هذه النتيجة أن الطالب وقع في فخ "الاعتياد"،حيث يتحول هنا المحتوى المكرر إلى عائق نفسي يمنعه من البحث عن التجديد خارج المنصة، فالطالب يشعر بأن المنصة تهيمن على وقته واهتماماته لدرجة تجعله لا يقوم بالبحث عن مصادر بديلة، وهذا يعكس تراجعا في الرغبة في تطوير المستوى المعرفيلدى الطالب، حيث يكتفي الطالب بما يعرض عليه من محتوى وهذا ما قد يجعله حبيسا لما تختاره له الخوارزمياتوهذه النتيجة و ان كانت بتقدير "متوسط " الا انها تعني أن عينة الدراسة منقسمة، فهناك جزء من الطلبة يشعرون بالهيمنة ويستسلمون لها.

أما العبارة رقم **(11)** فقد احتلت المرتبة الرابعة عشرة بمتوسط (2.28) وتقدير "متوسط"، ومفادها أن **"شعوري بان التقنيات الذكية الموظفة في هذه المواقع تفهم توجهاتي يزيد من تفاعلي الإيجابي مع المحتوى المقترح"**، حيث تعكس هذه النتيجة أن الطالب يثمن الية "التخصيص" ولكن بحذر، وهذا يبرر عدم الاندفاع الكامل في التفاعل الإيجابي رغم إدراك الطالب لقدرة التقنية على فهم رغباته و توجهاته، هذا و يمكنتفسير هذا التمثل في ضوء نظرية التمثلات الاجتماعية من خلال عملية **"التشييء" (Objectification)**، حيث تحول "الخوارزمية" في تمثلات الطلاب من تقنيةذكية إلى **"كيان يفهم ويحلل."**

وجاءت العبارة رقم **(13)**في المرتبة الخامسة عشرة بمتوسط (2.27) وتقدير "متوسط"، وتنص على أن "**اعتقادي بوجود تقنيات ذكية للمراقبة الرقمية في هذه المواقع يجعلني أكثر حذرا في استهلاك المحتوى**"، تشير هذه النتيجة ذات التقدير **المتوسط** إلى تشكل وعيٍ سوسيولوجي لدى

[1]ألان تورين، **نقد الحداثة**، ترجمة أنور مغيث، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، 1997، ص 254.

الطالب،وهو ما يتوافق مع مفهوم **المراقبة السائلة** لصاحبه (زيجمونت باومان) وهي حسبه نمط جديد من الرقابة يتناسب مع طبيعة العصر الرقمي "السائل[1]" حيث اصبح الذكاء الاصطناعي في تمثلات الطللبة مجرد أداة رصد وتتبع قادرة على اختراق خصوصياتهم،ويفسر هذا المتوسط الحسابي حالة من **الحذر**، فبالرغم من إدراك الطالب لاليات الرقابة الرقمية، إلا أنه يجد نفسه مضطرالاستخدامها لتحقيق إشباعاته، وهو ما يدفعه، و عليه يمكن القوال الطالب يقبل بقدر معين من استغلال الخوارزميات لخصوصياته مقابل الخدمات التي يحصل عليها، مع عدمالاندماج الكلي في البيئة الرقمية، خوفاعلى بياناته وخصوصياته.

وفي المرتبة السادسة عشرة جاءت العبارة رقم **(17)** بمتوسط (2.25) وتقدير "متوسط"، ومفادها أن " **ثقتي في دقة الاقتراحات الخوارزمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تجعلني اقل ميلا الى تمحيص المحتوى المعروض** "، يعتبر تراجع ترتيب هذه العبارة دليلا على **الوعي** المتزايد في الوسط الطلابي تجاه، حيث يظهر الطالب كمستخدم نشط يرفض التبعية المطلقة لما تقترحه عليه الخوارزميات،وهو ما يتوافق معنظرية التمثلات الاجتماعية، لان هذه النتيجة تؤكد أن صورة الذكاء الاصطناعي لدى الطالب لا تتعدى كونهاوسيلة مساعدة.

أما العبارة رقم (07) فقد جاءت في المرتبة السابعة عشرة بمتوسط (2.21) وتقدير "متوسط"، وتنص على "**إدراكي لقدرة الخوارزميات على فهم اهتماماتي يعزز اندماجي مع المحتوى**"حيث تكشف هذه النتيجة أن الطلبة لا يندمجونكليا في المواقع الافتراضية، بل يمارسون "**اندماجا ذكيا**"، فهم يستفيدون من الخوارزميات في عرض ما يريدونه، لكنهم يظلون متمسكين بحياتهم وحاجاتهم الواقعية، **ويتمثل أثر ذلك** في أن الطالب هو من يقومبالمبادرة، فلا يجعل التكنولوجيا تسيطر على وقته بالكامل، وهذا يتماشى مع "نظرية الاستخدامات والإشباعات"، التي تصف الطالب بأنه "مستخدم نشط" يختار ما ينفعه فقط ولا ينساق وراء ماتعرضه التقنيات الذكية بشكل اعمى.

وأخيراً، جاءت العبارة رقم (15) في المرتبة الثامنة عشرة والأخيرة بمتوسط (2.15) وتقدير "متوسط"، ونصها "**قناعتي بموضوعية الخوارزميات تقلل بحثي عن مصادر معلومات بديلة**"

[1]أحلام طكوك، أمال سكوب، تمثلات المراقبة السائلة في الوسائط الرقمية وعلاقاتها بخصوصية الحياة الاجتماعية للمستخدمين.من منظور "زيجمونت باومان"، جامعة بسكرة، 2023/2022، ص 50،51

وتكشف هذه الرتبة المتاخرة أن الطلبة لا يثقون ثقة عمياء في الذكاء الاصطناعي، فهم يدركون أن ما تقدمه المنصات ليس الحقيقة كاملة، **ويظهر ذلك** في قيامهم بالبحث عن المعلومات من مصادر أخرى خارج اطار الخوارزميات، وهذا ينسجم تماما مع "الاستخدامات و الاشباعات"، من خلال قيام الطالب بالبحث بنفسه عما يشبع حاجته للمعرفة الصحيحة من مصادر متنوعة لضمان الوصول إلى الحقيقة

عرض وتحليل نتائج فرضيات المحور السادس.

- **عرض وتحليل نتائج الفرضية الثامنة.**

التي تنصعلى: يوجد أثر عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لطبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية في توجيه وتشكيل أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (29)، يمثل نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للكشف عن وجود أثر عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لطبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية في توجيه وتشكيل أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي.

تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية عبر التطبيقات الرقمية وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.	تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي.						
	حجم العينة	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R^2)	المعامل غير المعياري (B)	قيمة (F)	قيمة (T)	الدلالة
	85	0.315	0.099	1.704	9.140	6.688	0.000

يظهر الجدول رقم (29) أعلاه لاختبار الانحدار الخطي البسيط، للكشف عن وجود أثر في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية في توجيه وتشكيل أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي ان قيمة معامل الارتباط) (Rقد بلغت 0.315 حيث تشير

الى وجود علاقة طردية في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي وتوجيه وتشكيل أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي، في حين ان معامل التحديد (R^2)بلغت قيمته 0.099 وهذا يبين ان تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية تساهم بنسبة 9.9 % في توجيه وتشكيل أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، كما بلغت قيمة الدلالة 0.000 وهي اصغر من قيمة الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) ما يؤكد على وجود اثر معنوي دال احصائيا في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي في توجيه وتشكيل أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، وهذا يفضي الى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة ومنه فان الفرضية تحققت.

هذا وتوضح نتائج الانحدار الخطي البسيط أن الطريقة التي يرى بها الطلبة التقنيات الذكية في أذهانهم تؤثر بشكل حقيقي وملموس على كيفية استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، فقبول الفرضية البديلة يعني أن تمثلات الطلبة وتصوراتهم تعتبر المحرك الذي يوجه سلوكهم الاستهلاكي الرقمي، فكلما كانت نظرتهم لهذه التقنيات ناضجة وعلمية، أصبح استهلاكهم للمحتوى أكثر تنظيما وفائدة، كما توضح هذه نتائج أن التمثلات السلبية التي يبنيها الطلبة حول التقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تلعب دورا حقيقيا في توجيه أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، فالطالب الجامعي الذي يمتلك تمثلا سلبيا ينظر إلى الذكاء الاصطناعي كأداة للهيمنة الرقمية وتكريس التبعية، حيث يتحول سلوكه الاستهلاكي تلقائيا إلى نمط حذر ومقيد، مدفوعا بالتخوف من قضايا انتهاك الخصوصية وسرقة البيانات الشخصية، كما أن وعي الطلبة بالخلفيات التجارية والربحية للشركات المالكة لهذه المنصات يولد لديهم نوعا من عدم الثقة، مما يجعلهم يتعاملون مع المحتوى الذي تقترحه الخوارزميات كـ "محتوى موجه ومفروض" ينمي لديهم سلوكا يقاوم محاولات فرض الأنماط الفكرية والقيمية الدخيلة، وبالرغم من أن هذه التمثلات تساهم بنسبة 9.9% في تشكيل نمط الاستهلاك، إلا أنها تؤكد أن إدراك الطلبة للآثار الاجتماعية والنفسية السلبية لهذه التقنيات، مثل خطر الإدمان الرقمي والعزلة الاجتماعية، يشتغل كمصفاة نقدية تكسر سلطة الخوارزميات، مما يحول هذه المخاوف والتمثلات السلبية إلى وسيلة حماية تقلص من الاستهلاك المفرط للمحتوى الترفيهي ويوجه السلوك نحو استخدام أكثر قصدية وعقلانية.

ولعل الأهم في هذه النتيجة يكمن في إثبات وجود وعي وفاعلية لدى الطالب أمام السلطة التي قد تفرضها التكنولوجيا، فبالرغم من قوة الذكاء الاصطناعي في جذب الانتباه، يظل وعي الطلبة وتصوراتهم عاملا مهما في توجيه هذه الأدوات لخدمة أهدافهم الشخصية والأكاديمية، وهو ما يحول التقنية من أداة للسيطرة إلى وسيلة مساعدة تسهم في إثراء معارفهم بذكاء وقصدية.

- **عرض وتحليل نتائج الفرضية التاسعة.**

التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وانماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي تعزى لمتغير السن

الجدول رقم (30)، يمثل نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وانماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي تعزى لمتغير السن.

	المجموعات	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة الاختبار F	الدلالة
تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وانماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.	بين المجموعات	0.149	0.075	2	1.216	0.302
	خارج المجموعات	5.036	0.061	82		
	المجموع	5.185		84		

تظهر نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) في الجدول أعلاه، للكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وانماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي تبعا لمتغير السن، ان قيمة دلالة الاختبار(F) قدرت ب 1.216 هي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، و قيمة الدلالة

الإحصائية بلغ 0.302 وهو اكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لذلك نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية، ومنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وانماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي تبعا لمتغير السن، وبالتالي فالفرضية غير محققة.

- **عرض وتحليل نتائج الفرضية العاشرة.**

التي تنص على: توجد علاقة ارتباطية عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين كثافة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وتمثلاتهم للتقنيات الذكية المدمجة فيها وانعكاساتها على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.

الجدول رقم (31)، يمثل نتائج اختبار معامل الارتباط سيبرمان (Spearman)، للكشف عن وجود علاقة ارتباطية عكسية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين كثافة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وتمثلاتهم للتقنيات الذكية المدمجة فيها وانعكاساتها على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.

تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية المدمجة فيها وانعكاساتها على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي	كثافة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي		
	حجم العينة	قيمة معامل الارتباط	الدلالة
	85	-0.167	0.126

تبين نتائج اختبار معامل سبيرمان في الجدول أعلاه، ان قيمة معامل الارتباط قدرت ب 0.167 –، كما ان قيمة الدلالة تساوي 0.126 وهي أكبر من قيمة الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يفضي الى رفض الفرضية البديلة وقبول الفرضية الصفرية وانه لا توجد علاقة ارتباطية عكسية بين كثافة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وتمثلاتهم للتقنيات الذكية المدمجة فيها وانعكاساتها على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، ومنه فان الفرضية غير محققة.

- **عرض وتحليل نتائج الفرضية الحادية عشرة.**

التي تنص على: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى سعي الطلبة لتحقيق الإشباعات الترفيهية وبين درجة تبنيهم لأنماط استهلاك اندماجي للمحتوى الرقمي المقترح خوارزميا.

يمثل الجدول رقم (32)، نتائج اختبار معامل الارتباط سيبرمان (Spearman)، للكشف عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى سعي الطلبة لتحقيق الإشباعات الترفيهية وبين درجة تبنيهم لأنماط استهلاك اندماجية للمحتوى الرقمي المقترح خوارزميا.

أنماط استهلاك اندماجية للمحتوى الرقمي المقترح خوارزميا	لتحقيق الإشباعات الترفيهية		
	حجم العينة	قيمة معامل الارتباط	الدلالة
	85	-0.021	0.846

يتبين من خلال نتائج اختبار معامل سبيرمان ان قيمة معامل الارتباط -0.021 وهي قيمة تقترب من الصفر، في حين قيمة الدلالة التي تساوي 0.846 أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$)، ما يؤكد عدم وجود علاقة ارتباطية للكشف بين مستوى سعي الطلبة لتحقيق الإشباعات الترفيهية وبين درجة تبنيهم لأنماط استهلاك اندماجية للمحتوى الرقمي المقترح خوارزميا، بين المتغيرين وبالتالي نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية، وبالتالي فالفرضية غير محققة.

- **عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية عشرة.**

التي تنص على: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≤0.05) بين العوامل التعليمية (الوعي العلمي والأكاديمي/ الثقافي) في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي، وانماط الا استهلاك الرقمي الموجه خوارزميا لاهتمامات واحتياجات الطلبة.

يمثل الجدول رقم (33)، نتائج اختبار معامل الارتباط سيبرمان (Spearman)، للكشف عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≤0.05) بين العوامل التعليمية (الوعي العلمي والأكاديمي/ الثقافي) في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي، وانماط الا استهلاك الرقمي الموجه خوارزميا لاهتمامات واحتياجات الطلبة.

أنماط الاستهلاك الرقمي الموجه لاهتمامات واحتياجات الطلبة	العوامل التعليمية (الوعي العلمي والأكاديمي/ الثقافي) في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي		
	حجم العينة	قيمة معامل الارتباط	الدلالة
	85	0.296**	0.006

يلاحظ من خلال نتائج اختبار معامل سبيرمان (Spearman) في الجدول أعلاه، ان قيمة معامل الارتباط 0.296 موجبة وهي علاقة ارتباطية متوسطة طردية، كما ان قيمة الدلالة تساوي 0.006 وهي اقل من مستوى الدلالة (α≤0.05)، حيث تؤشر الى وجود علاقة بين العوامل التعليمية (الوعي العلمي و الاكاديمي/ الثقافي) في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وانماط الاستهلاك الرقمي الموجه لاهتمامات واحتياجات الطلبة أي كلما ارتفعت العوامل التعليمية (الوعي العلمي والاكاديمي)زاد الاستهلاك

للمحتوى الرقمي الموجه خوارزميا، ومنه نقبل الفرضية البديلة ونرفض الفرضية الصفرية وبالتالي فان الفرضية تحققت.

وتجسد هذه النتيجة حالة من **النضج المعرفي** لدى الطلبة، حيث يعد الوعي الأكاديمي عاملا مهمايتدخل في صياغة سلوكهم الرقمي اليومي، إن قبول الفرضية البديلة هنا يمنحنا مؤشرا قويا على أن الطالب يمارس نوعا من "**الاستهلاك الرقمي الواعي**"، فهو يدرك أن هذه التقنيات هي أنظمة برمجية قابلة للتكييف والتحكم، مما يدفعه لاستغلال كفاءتها وسرعتها في الوصول للمعلومة مع الحفاظ على مسافة تحميه من الانقياد الكلي خلف ما تفرضه الخوارزميات.

ويشير هذا الارتباط الطردي إلى أن ارتقاء مستوى الوعي العلمي يعمل **كبوصلة معرفية**، فكلما تعمق الطالب في فهم آليات اشتغال التقنيات الذكية، زادت قدرته على تشكيل "نمط استهلاكي اختياري" بمايخدم احتياجاته البحثية والثقافية،ويمكن القول انها علاقة تجمع بين الذكاء البشري المتمثل في الوعي الأكاديمي، والذكاء الاصطناعي المتمثل في أنظمة التوصية، لتنتج في النهاية نموذجا للمستخدم "**البرغماتي الواعي**"الذي يستثمر في التقنية دون أن يتنازل عن حريته المعرفية أو خصوصيته الرقمية.

وعلى الرغم من أن قوة الارتباط الإحصائي تبدو في بدايات النطاق المتوسط، إلا أن دلالتها الإنسانية عميقة جدا، فهي تؤكد أن المؤسسة الجامعية تنجح في بناء "**مصفاة قيمية ومعرفية**"" لدى الطلبة، تجعلهم يتعاملون مع مواقع التواصل الاجتماعي كفضاءات للتحصيل العلمي وليس فقط كمنصات للترفيه، مما يحول الخوارزميات من أدوات للهيمنة إلى مساعدات ذكية تساهم في اثراء معرفتهم العلمية.

نتائج الدراسة ومناقشة فرضياتها

نتائج الدراسة ومناقشة فرضياتها:

المطلب الأول: عادات وأنماط استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.

1. أظهرت الدراسة أن أكثر من نصف المستجوبين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة، مما يعكس الاستخدام الكثيف لهذه المواقع.
2. بينت الدراسة على أن ما نسبته 41.2% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من 04 الى 05 ساعات في اليوم، وبلغت نسبة من يستخدم هذه المواقع من 01 إلى 03 و أكثر من 06 ساعات 29.4% و 28.2% على التوالي، وبالتالي فان قضاء الطلبة لعدة ساعات يوميا في تصفح هذه المواقع يرجع إلى اعتمادهم عليها كبيئة تجمع بين انجاز بحوثهم الأكاديمية وتبادل الدروس، وبين رغبتهم في الترويح عن النفس ومتابعة أحداث العالم بيسر وسهولة.
3. كشفت نتائج الدراسة عن تراجع ملحوظ للاستخدام الضئيل لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تذيل المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 8.2% فقط، مما يثبت صعوبة استغناء الطلبة عن هذه الأدوات الاتصالية في بيئتهم المعاصرة.
4. أظهرت الدراسة أن فئة الاستخدام لأقل من ساعة يوميا تذيلت الترتيب بنسبة هامشية جدا لم تتعدى 1.2%، مما يؤكد من جديد أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت ممارسة يومية وجزءا لا يتجزأ من نمط حياة الطالب الجامعي.
5. بينت الدراسة أن الفترة المسائية تمثل الفترة الزمنية الأعلى لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 83.5%، ويرجع ذلك بشكل مباشر إلى تفرغ الطلبة من أوقات الدراسة الجامعية، وبحثهم عن الراحة والترويح من الضغوط العلمية عبر استهلاك المحتوى الرقمي الترفيهي المتاح.
6. كشفت النتائج أن استخدام هذه المنصات في فترة ما بعد منتصف الليل جاء في المرتبة الثانية بنسبة 9.4%، بينما تراجعت الفترة الصباحية إلى المرتبة الأخيرة بنسبة 7.1%، مما يؤكد تركيز النشاط الرقمي في أوقات الفراغ والراحة المستقلة.
7. أظهرت الدراسة أن موقع فيسبوك يحتل المرتبة الأولى بين المنصات الأكثر استخداما بنسبة 27.0%، ويعود سبب هذا التصدر إلى كونه موقعا متعدد الوظائف يوفر بيئة كاملة تجمع بين

تداول المعلومات، والانخراط في مجموعات الدراسة، وتبادل الدروس والخدمات العلمية بجانب التواصل الاجتماعي.

8. بينت النتائج أن تطبيق انستغرام جاء في المرتبة الثانية بنسبة 25.3%، ويليه تيكتوك في المرتبة الثالثة بنسبة 21.6%، ثم يوتيوب في المرتبة الرابعة بنسبة 17.0%، مما يوضح تفضيل الطلبة للمنصات التي تعتمد بشكل أساسي على المحتوى البصري والفيديوهات.
9. كشفت الدراسة عن تراجع كبير في استخدام شبكة لينكدان التي حصلت على نسبة 5.0%، ومنصة "إكس" التي تذيلت الترتيب بنسبة 4.1%، مما يؤشر على ضعف إقبال الطلبة على المنصات الأكاديمية المتخصصة أو الإخبارية مقارنة بالمنصات التفاعلية العامة.

نتيجة اختبار الفرضية الأولى:

أسفرت نتائج اختبار (كا2) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السن، حيث بلغت قيمة (p) المحسوبة 0.028 وهي أصغر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، ومنه نقبل الفرضية البديلة ونرفض الفرضية الصفرية، مما يعني أن الفرضية قد تحققت .

المطلب الثاني: دوافع استخدامات الطلبة لتطبيقات التواصل الاجتماعي، والإشباعات المحققة منها

عرض وتحليل نتائج تساؤلات المحور الثالث:

1. أظهرت الدراسة أن دافع الترفيه والتسلية تصدر قائمة الدوافع الأساسية وراء استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 15.7%، مما يوضح ميل الطلاب لاستخدام هذه المنصات للترويح عن النفس عبر محتويات بصرية قصيرة مخصصة تجذب انتباههم وتتوافق مع اهتماماتهم اليومية.
2. بينت الدراسة أن دافع متابعة الأخبار والمستجدات حل في المرتبة الثانية بنسبة 15.0%، يليه مباشرة دافع التواصل مع الأصدقاء والأسرة بنسبة 14.5%، مما يؤكد دور هذه المنصات كقنوات اتصالية ومعلوماتية أساسية لا غنى عنها في حياة الطالب الجامعي.

3. كشفت نتائج الدراسة أن دافع الاطلاع على المحتوى التعليمي أو الأكاديمي حصل على نسبة 11.5%، بينما نال دافع تطوير المهارات والمعارف نسبة 10.1%، مما يثبت ميدانيا احتكاك الطلاب الدائم بالفضاء الرقمي لغرض التحصيل الدراسي والارتقاء بمستواهم العلمي.
4. اتضح من النتائج تراجع الدوافع الأخرى إلى مراتب متأخرة، حيث بلغت نسبة دافع التعرف على ثقافات الشعوب 7.0%، وتساوت نسب دافعي أداء مهام العمل والتعبير عن الآراء الشخصية عند 5.4%، بينما تذيل القائمة دافع التعرف على أشخاص جدد بنسبة بلغت 5.2%.
5. أثبتت النتائج أن معظم أفراد عينة الدراسة يعتقدون أن استخدامهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي يحقق لهم إشباعات معينة بأكبر نسبة بلغت 88.2%، في حين لم تتعد نسبة الذين أجابوا بـ "لا" 11.8%، مما يفسر كثافة التعرض لهذه المنصات لكونها تلبي احتياجاتهم المختلفة.
6. كشفت الدراسة أن الإشباع المعرفي (زيادة المعارف والمعلومات) احتل المرتبة الأولى بين الإشباعات المحققة بنسبة بلغت 26.5%، حيث تحولت هذه المواقع في نظر الطلاب إلى مصدر سريع لكسب المعارف في اللغات، الثقافة، الاقتصاد، والرقمنة وباقي التخصصات العلمية.
7. بينت النتائج أن الإشباع الترفيهي (المتعة والتسلية والتخفيف من الضغوط) جاء في المرتبة الثانية بنسبة تقدر بـ 24.9%، مما يوضح لجوء الطلبة المستمر إلى العالم الافتراضي للهروب من ضغوطات المناهج والامتحانات والترويح عن أنفسهم.
8. أظهرت الدراسة أن الإشباع المهني والأكاديمي حل في المرتبة الثالثة بنسبة 17.6% نتيجة سهولة تداول المحاضرات والأبحاث، يليه الإشباع الاجتماعي بنسبة 11.8%، ثم الإشباع التعبيري بنسبة 11.4%، بينما حل الإشباع النفسي في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 7.8%.

نتائج اختبار الفرضية الثانية:

أسفرت نتائج اختبار (كا) التربيعي عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع الاستخدام تعزى للمستوى التعليمي، حيث ظهرت قيمة (p) مساوية لـ 0.000 وهي أصغر تماما من مستوى الدلالة 0.05، وبناء على ذلك نقبل الفرضية البديلة ونرفض الفرضية الصفرية، مما يؤكد تحقق الفرضية .

المطلب الثالث: طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي

1. خلصت نتائج الدراسة إلى أن النظرة العامة للطلبة نحو التقنيات الذكية في مواقع التواصل جاءت بتقدير عام مرتفع، وهذا يبين وعي ونضج كبير عند الطلبة يجمع بين الاعتراف بفائدة وكفاءة هذه التكنولوجيا وفي نفس الوقت يبدون تخوفهم وحذرهم من سلطتها وتأثيرها.
2. بينت النتائج أن لدى الطلبة حذر كبير من الهيمنة الرقمية وتفضيل الشركات لمنطق الربح المادي على حساب الفائدة العلمية والمعرفية، مع اعتقادهم ان الخوارزميات تفرض عليهم أفكارا وتوجهات معينة، أما الحرية في الاختيار فهو مجرد وهم توهمهم به.
3. أظهرت النتائج أن الطلبة يتقبلون هذه التقنيات كأمر واقع وحتمية تكنولوجية تتماشى مع التحول الرقمي في العالم، ويرون فيها مساعدا ذكيا يسهل عليهم الوصول للمحتوى الذي يريدونه، وينظم لهم تدفق المعلومات لكي لا يقعوا في فخ الفوضى المعلوماتية.
4. كشفت النتائج أن الطالب الجامعي يعطي ثقة عملية للآلة كوسيط تكنولوجي يسهل التواصل البشري، ويزيد من فرص بناء علاقات وروابط اجتماعية جديدة داخل المنصات الرقمية وتجديد الروابط القديمة.
5. بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس.
6. أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السن.
7. كشفت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين حجم استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة تمثلاتهم للتقنيات الذكية الموظفة فيها.

نتيجة اختبار الفرضية الثالثة:

أسفرت نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة التمثلات تعزى للسن، حيث ظهرت قيمة دلالة الاختبار (F) مساوية لـ 0.845 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وبناء على ذلك نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة، مما يعني أن الفرضية لم تتحقق ميدانيا

نتيجة اختبار الفرضية الرابعة:

أسفرت نتائج اختبار بيرسون (Pearson) عن عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة الدلالة لمعامل الارتباط 0.072 وقيمة الدلالة الإحصائية 0.515 وهي أكبر تماما من مستوى الدلالة 0.05، مما يفضي إلى قبول الفرضية الصفرية ورفض البديلة، وبالتالي فإن الفرضية غير محققة ميدانيا.

المطلب الرابع: العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي

1. خلصت النتائج الإجمالية إلى أن التقدير العام للعوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة جاء بتقدير مرتفع (بمتوسط إجمالي 2.50)، مما يؤكد أن تصورات الطلبة نحو هذه التقنيات تتشكل بفعل عوامل قوية ومؤثرة تفرض نوعا من التجانس العام.
2. بينت النتائج أن المستوى التعليمي يمثل الأداة التفسيرية الأولى في تشكيل تمثلات الطلبة اتجاه تقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي، مما يثبت أن الوعي بالجوانب التقنية والاجتماعية للذكاء الاصطناعي يرتبط بالتحصيل الأكاديمي.
3. أظهرت النتائج أن التخصص الدراسي للطلبة يلعب دورا هاما ومباشرا في توجيه وعيهم وتشكيل مواقفهم من التكنولوجيا.
4. أثبتت النتائج الإحصائية باستخدام اختبار (t. Test) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المتحكمة في تشكيل تمثلات الطلبة تعزى لمتغير الجنس، وهذا يوضح أن العوامل المعرفية والشخصية تؤثر على الطلبة بنفس الطريقة وبغض النظر عن كون الطالب ذكرا أو أنثى، كما تظهر هذه النتيجة توافقا كبيرا بين الجنسين داخل المحيط الجامعي، حيث يتشارك الذكور والإناث نفس الفضاء الرقمي والظروف الأكاديمية والمهارات التقنية، مما جعل قناعاتهم وتصوراتهم نحو الذكاء الاصطناعي تتشكل تحت تأثير نفس العوامل دون أي تميز جنسي، وتؤكد أيضا هذه النتيجة أن الوصول إلى التكنولوجيا واستخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي صار متاحا للجميع بنفس القدر، وهو ما يؤدي في النهاية إلى تشابه العوامل التي تبني تمثلاتهم وتصوراتهم حول هذه التقنيات الذكية.

5. بينت النتائج عدم وجود فروق في العوامل المتحكمة في تشكيل هذه التمثلات تعزى لمتغير المستوى التعليمي مما يؤكد تجانس آراء أفراد العينة.

نتيجة اختبار الفرضية الخامسة:

أسفرت نتائج اختبار (t. Test) للمجموعات المستقلة عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، حيث بلغت قيمة الدلالة في اختبار ليفين لتجانس التباين 0.801 وهي أكبر من 0.05، كما أن قيمة دلالة اختبار تساوي المتوسطين بلغت 0.075 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وفي نفس السياق أسفرت نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) عن عدم وجود فروق تعزى للمستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية للاختبار (F) نحو 0.778 وهي أكبر تماما من مستوى الدلالة 0.05، ومنه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة للمتغيرين معا، مما يعني أن الفرضية لم تتحقق ميدانيا.

1. كشفت النتائج أن التجربة والخبرة الشخصية اليومية في استخدام المنصات الرقمية لها أثر كبير في تشكيل قناعات الطلبة، مما يدل على أن الاحتكاك المباشر بالتقنيات الذكية يساهم في تحويل الانطباعات الأولية إلى قناعات ثابتة، وهي تجربة عملية تنفصل عن الرغبة المجردة في الإشباع.
2. أسفرت النتائج عن دور واضح للإعلام المتخصص والمصادر العلمية في بلورة مواقف الطلبة، حيث حلت التقارير الإعلامية والوثائقية في المرتبة الرابعة، وتلاها مباشرة الاطلاع على الكتب والأبحاث العلمية في المرتبة الخامسة بتقديرات مرتفعة.
3. أظهرت النتائج تراجعا ملحوظا لأثر الموروث البيئي والاجتماعي التقليدي مثل آراء العائلة والأقارب، وكذا انخفاضا نسبيا لتأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون، حيث تذيلت هذه العوامل المراتب الأخيرة مقارنة بالتحصيل العلمي والخبرة الذاتية.
4. كشفت النتائج أن المقررات الدراسية النظرية جاءت في المرتبة العاشرة بتقدير متوسط وبأقل متوسط حسابي (2.32)، مما يوضح فجوة بين التعليم الكلاسيكي النظري وبين استيعاب وفهم ومواكبة التطورات الرقمية المتسارعة.
5. أكدت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطيه بين سعي الطلبة لتحقيق الإشباعات (الاجتماعية أو التعبيرية) وبين اعتمادهم على المقررات والبحوث الجامعية في تشكيل تمثلاتهم، مما يعني أن

الرغبة في التفاعل أو التعبير عبر المنصات تتم بشكل مستقل تماما عن التكوين العلمي للطالب.

نتيجة اختبار الفرضية السادسة:

أسفرت نتائج اختبار معامل الارتباط سبيرمان (Spearman) عن عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية، حيث قدرت قيمة معامل الارتباط بـ 0.018، في حين بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.872 وهي أكبر تماما من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وبناء على ذلك نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية، مما يعني أن الفرضية لم تتحقق ميدانيا.

نتيجة اختبار الفرضية السابعة:

أسفرت نتائج اختبار معامل الارتباط سبيرمان (Spearman) عن عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط −0.004 وهي قيمة تقترب من الصفر، في حين بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.969 وهي أكبر تماما من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وبناء على ذلك نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة، مما يعني أن الفرضية لم تتحقق ميدانيا.

المطلب الخامس: العلاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.

1. أظهرت النتائج العامة المستنتجة من جدول العبارات وجود علاقة ارتباطيه ذات تقدير مرتفع مما يثبت أن تمثلات الطلبة تنعكس مباشرة على سلوكهم الاستهلاكي، وقد انقسمت التوجهات لتؤكد طبيعة العلاقة التفاعلية الحذرة من خلال التمثلات السلبية التي تبين رفض الطلبة للتنميط الذي تمارسه الخوارزميات، ويدعم مبدأ فاعلية الجمهور النشط وفق نظرية الاستخدامات والإشباعات.
2. بينت النتائج أن اعتماد الطلبة على المحتوى المقترح من طرف الخوارزميات هو اعتماد نفعي وعقلاني، يهدف إلى استغلال كفاءة ومصداقية التقنيات الذكية في الوصول للمعلومات الملائمة بأقل جهد وفي أقصر وقت، دون الخضوع الكلي لها.

3. أظهرت النتائج أن الطلبة يمارسون سلوك مشاركة وإعادة نشر المحتوى كجمهور نشط عندما يدركون توافق المقترحات الذكية مع دوافعهم واهتماماتهم الشخصية، مما يسهم في تلبية احتياجاتهم المعرفية والعملية بفعالية.
4. كما كشفت النتائج أن تمثلات الطلبة تساهم بشكل كبير في توجيه وتشكيل أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي
5. تبرهن هذه النتائج أن الطريقة التي يتمثل بها الطلبة التقنيات الذكية تؤثر بشكل حقيقي وملموس على سلوكهم الاستهلاكي، حيث تشتغل التمثلات السلبية والتحذيرية والتخوفات (تجاه انتهاك الخصوصية، وهم الاختيار، التحيزات البرمجية، وخطر الإدمان والعزلة) بمثابة مصفاة للمحتوى، مما يثبت فاعلية الطالب الجامعي كجمهور نشط يستغل التقنية الذكية بذكاء ويجعل منها وسيلة تخدم أهدافه المعرفية والأكاديمية.

نتيجة اختبار الفرضية الثامنة:

أسفرت نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط عن وجود أثر معنوي دال إحصائيا، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (R) نحو 0.315 مما يشير لصلة طردية، وسجل معامل التحديد (R^2) قيمة بلغت 0.099، كما ظهرت قيمة الدلالة الإحصائية عند مستوى 0.000 وهي أصغر تماما من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وبناء على ذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، مما يعني أن الفرضية قد تحققت ميدانيا.

1. يتضح من خلال النتائج أن الوعي بالمخاطر الرقمية والتعامل مع التكنولوجيا لا يرتبط باختلاف الفئات العمرية داخل المحيط الجامعي، بل يمثل تمثلا جمعيا موحدا، كما تشير النتائج الإحصائية الاستدلالية إلى عدم وجود فروق في تمثلات الطلبة وأنماط استهلاكهم تعزى لمتغير السن.
2. كما أوضحت النتائج التقارب العمري الكبير بين طلبة الجامعة (الذين ينتمون جميعا إلى جيل واحد تقريبا)، بالإضافة إلى تشاركهم في نفس الفضاء الأكاديمي ونفس مستويات الاحتكاك اليومي بالمنصات الرقمية، مما أدى إلى بناء "تمثلات اجتماعية متجانسة" لا تتأثر بعامل السن وتوحد طبيعة استهلاكهم الرقمي الحذر.

نتيجة اختبار الفرضية التاسعة:

أسفرت نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير السن، حيث بلغت قيمة اختبار (F) المحسوبة 1.216، في حين بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.302 وهي أكبر تماما من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وبناء على ذلك نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية، مما يعني أن الفرضية لم تتحقق ميدانيا.

1. تبين نتائج الدراسة انقسام أفراد العينة بين الاعتياد على التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي، والاندماج معها كعنصر ذو أهمية كبيرة وكواقع لابد من مواكبته، إلا أن هذا الاندماج لا يعني أن الطلبة يسقطون في التبعية المطلقة مهما زادت ساعات الاستخدام.
2. تبين النتائج أنه لا توجد علاقة ارتباطيه عكسية دالة إحصائيا بين كثافة الاستخدام والتمثلات وانعكاساتها الاستهلاكية.
3. تؤكد النتائج أن زيادة فترات وكثافة استخدام الطلبة لمنصات التواصل الاجتماعي لا تعني بالضرورة استسلامهم التام للخوارزميات، فالطالب وإن كان استهلاكه كثيفا من حيث الوقت (لأغراض ترفيهية أو اجتماعية)، إلا أن تمثلاته التقنيات الذكية تعتبر مستقلة وثابتة وتحميه من التبعية المعرفية العشوائية، وهو ما يتماشى مع فرضية الجمهور الفاعل والنشط.

نتيجة اختبار الفرضية العاشرة:

أسفرت نتائج اختبار معامل الارتباط سبيرمان (Spearman) عن عدم وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية، حيث قدرت قيمة معامل الارتباط بـ 0.167-، في حين بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.126 وهي أكبر تماما من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وبناء على ذلك نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية، مما يعني أن الفرضية لم تتحقق ميدانيا.

1. أثبتت نتائج الدراسة وجود مخاوف فعلية لدى أغلبية الطلبة المبحوثين من الاستهلاك الاندماجي الكلي في حتى في شق استهلاك المحتوى الترفيهي.
2. يتبين من نتائج الدراسة عدم وجود أي علاقة ارتباطيه بين مستوى سعي الطلبة لتحقيق الإشباعات الترفيهية، ودرجة تبنيهم لأنماط استهلاك اندماجي للمحتوى الرقمي المقترح خوارزميا.
3. تشير النتيجة أيضا إلى أن بحث الطالب الجامعي عن التسلية والترفيه (كإشباعات نفسية مؤقتة) لا يقوده إلى تبني سلوك استهلاكي اندماجي أعمى تسيطر عليه أنظمة التوصية، فالطلبة يمارسون "اندماجا ذكيا ومشروطا"، حيث يستفيدون من المقترحات الترفيهية لتلبية حاجاتهم الراهنة دون السماح للآلة بالاستحواذ على تفكيرهم أو عزلهم عن واقعهم الاجتماعي والأكاديمي، تأكيدا لطرح "ألان تورين" حول الذات الفاعلة التي ترفض الذوبان في النظام التقني.

نتيجة اختبار الفرضية الحادية عشر:

أسفرت نتائج اختبار معامل الارتباط سبيرمان (Spearman) عن عدم وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.021- وهي قيمة تقترب من الصفر، في حين بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.846 وهي أكبر تماما من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وبناء على ذلك نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية، مما يعني أن الفرضية لم تتحقق ميدانيا.

1. أظهرت نتائج الدراسة أن الطلبة المبحوثين يوظفون التقنيات الذكية كأداوات مساعدة في التحصيل العلمي والثقافي.
2. أسفرت النتائج عن وجود علاقة ارتباطيه بين العوامل التعليمية والوعي الأكاديمي وبين تبني أنماط استهلاك موجهة وعقلانية تلبي الاحتياجات المختلفة للمبحوثين.
3. تفسر النتائج أن الوعي العلمي والأكاديمي المرتفع لدى طلبة الجامعة يمثل المحرك الأساسي الذي يوجه استخدامهم للمنصات الرقمية ليكون استخداما **"قصديا وهادفا"**، فالطالب هنا يستغل قدرة الخوارزميات على فهم تفضيلاته ورغباته لتطوير أفكاره ومواكبة التطورات العلمية الخاصة بأقل جهد وفي أسرع وقت ممكن، مما يحول البيئة الرقمية الذكية إلى بيئة مساعدة تساهم في إثراء الرصيد الثقافي والمعرفي وتخدم المسار التعليمي بامتياز.

4. بينت النتائج وجود أثر لطبيعة تمثلات الطلبة في توجيه وتشكيل أنماط استهلاك الطلبة ل للمحتوى الرقمي، حيث إن التمثل الإيجابي للتقنيات الذكاء الاصطناعي كأدوات ذكية مساعدة يساهم بنسبة (9.9%) في دفع الطلبة نحو نمط استهلاك نفعي وعقلاني يستغل كفاءة الخوارزميات للوصول للمعلومات بأقل جهود وفي أسرع وقت فيما تبين أن التمثلات السلبية التي يبنيها الطلبة حول الخوارزميات (باعتبارها أداة مقيدة لحرية الاختيار) تؤثر مباشرة على سلوكهم، وتدفعهم لتبني نمط استهلاك حذر ودفاعي يقاوم التنميط الخوارزمي من خلال البحث عن مصادر معلومات بديلة خارج منصات التواصل الاجتماعي.
5. أظهرت النتائج أن التمثل الواعي بذكاء أنظمة التوصية يوجه الطلبة نحو تبني أنماط استهلاك تفاعلية نشطة، يترجم ميدانيا في زيادة احتمالية مشاركة المحتوى الرقمي وإعادة نشره عندما يجدون أنه يوافق بدقة اهتماماتهم واحتياجاتهم المعرفية، بينما يعبر تمثل الطلبة للأنظمة الذكية كأداة للمراقبة وتحليل السلوك يجعل من نمط استهلاكهم متحفظا، وهو ما يدفعهم لتجنب التفاعل المكثف مع المحتوى المقترح لحماية خصوصيتهم وبياناتهم.
6. أظهرت النتائج أن تمثل الطلبة للذكاء الاصطناعي كأداة حتمية لمواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة يوجه أنماط استهلاكهم الرقمي ليكون أكثر ارتباطا بالواقع والأحداث الجارية، حيث يحفزهم هذا التمثل الإيجابي على استغلال التخصيص الخوارزمي في الوصول الى المعلومات والمعارف الجديدة بما يتماشى مع اهتماماتهم المختلفة بناء على ما تقترحه الأنظمة الذكية، إلا أن شعور الطلبة بالانكشاف المعرفي والذهول من قدرة الخوارزميات على التنبؤ بأفكارهم الحالية (رأسمالية المراقبة) يغير كليا أنماط استهلاكهم للمحتوى المعروض ويغير حتى نظرتهم لهذه المواقع، حيث يؤثر هذا التصور السلبي في كبح وتنظيم استهلاكهم الرقمي ويدفعهم تلقائيا إلى الحذر في تفاعلهم اليومي للاحتماء من التوجيه الخفي والتبعية المطلقة للآلة.
7. أظهرت النتائج أن تمثل الطلبة للذكاء الاصطناعي كأدوات تقدم محتويات متنوعة يؤثر إيجابيا على سلوكهم، حيث يحفزهم على متابعة المحتوى المعروض عن طريق الخوارزميات للاطلاع على أفكار جديدة وتطوير اهتماماتهم الثقافية بناء على الاقتراحات الذكية، فيما بينت النتائج أن شعور الطلبة بهيمنة المحتوى المكرر عبر المنصات يبني لديهم تمثلا سلبيا يؤثر على سلوكهم من خلال الخوف من الوقوع في "**فخ الاعتياد**"، حيث يتحول هذا التكرار إلى عائق نفسي يقلل من رغبتهم في البحث عن مصادر معلومات بديلة خارج المنصة، ويجعلهم حبيسي ما تختاره

الخوارزميات وما تقترحه عليهم كما أن إدراك الطلبة لتركيز الأنظمة الذكية على المضامين الترفيهية أكثر من المعرفية يبني لديهم تصورا سلبيا حول جدوى هذه المقترحات، مما يؤثر على نمط استهلاكهم عبر تقليل الاندماج مع المحتوى المعروض كنوع من الحماية من تضييع وقتهم في التسلية التافهة.

8. أسفرت النتائج عن أن قناعة الطلبة بقدرة التقنيات الذكية على إيصال المضمون المناسب في الوقت المناسب يوجه نمط استهلاكهم ليكون أكثر نفعا ومعايشة للواقع، مما يجعلهم مرتبطين بصفة آنية وفورية بالأحداث الجارية بفضل سرعة وصولهم الى المعلومات أو بالأحرى وصول المعلومات إليهم، فيما تبين النتائج أن عملية "التشييء" في تمثلات الطلبة (تحويل الخوارزمية من مجرد أداة تقنية إلى كيان يفهم رغباتهم ويحلل توجهاتهم وسلوكياتهم) تؤثر مباشرة على طبيعة التفاعل، حيث توجههم نحو تبني نمط استهلاك "اندماجي مشروط" يتفاعل إيجابيا مع التخصيص الخوارزمي لكنه يتسم بالحذر ولا يندفع بشكل كامل وراء ما تقترحه عليهم تلك التقنيات.
9. أسفرت النتائج عن أن اقتناع الطلبة بكفاءة التقنيات الذكية في تنظيم المحتوى الرقمي يبني لديهم تمثلا إيجابيا، ينعكس على نمط استهلاكهم من خلال زيادة الاعتماد على المقترحات الخوارزمية باعتبارها وسيلة مساعدة تضمن لهم الوصول الفوري للمقررات والأبحاث العلمية بأقل جهد ووقت ممكن، في حين بينت النتائج في المقابل أن إدراك الطلبة للفجوة الحاصلة بين التعليم النظري والتطور الرقمي يبني لديهم تمثلا سلبيا تجاه فاعلية هذا التعليم الكلاسيكي، مما يؤثر على سلوكهم عبر العمل على تقليص اهتمامهم بالجانب التعليمي القديم، وتوجيه نمط استهلاكهم نحو البحث الذاتي والواعي عن المعرفة الرقمية خارج الفضاء الأكاديمي الرسمي.

نتيجة اختبار الفرضية الثانية عشر:

أسفرت نتائج اختبار معامل الارتباط سبيرمان (Spearman) عن وجود علاقة ارتباطيه طردية دالة إحصائيا، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.296 وهي قيمة موجبة تشير إلى علاقة طردية متوسطة، في حين بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.006 وهي أصغر تماما من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وبناء على ذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، مما يعني أن الفرضية قد تحققت ميدانيا.

الخلاصة العامة

الخلاصة العامة:

خلاصة الدراسة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على موضوع علمي معاصر يكتسي أهمية بالغة في حقل علوم الإعلام والاتصال، وهو "**طبيعة تمثلات الطلبة الجامعيين للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي**"، ومع أن هذا الموضوع أصبح يتعلق مباشرة بصلب حياتنا اليومية، إلا أنه لم يشغل حيزا كبيرا في البحوث العلمية الحديثة ولم ينل حقه من الدراسة من حيث المتغيرات التي تناولتها الدراسة الحالية والعلاقة بينها، (حسب ما اطلعنا عليه من دراسات على الأقل) وذلك رغم أهميته البالغة، خاصة مع التحولات السريعة التي فرضها الذكاء الاصطناعي وتوظيف تقنياته وخوارزمياته في البيئة الاتصالية الرقمية حيث احدث هذا التوظيف تغيرا كليا في ملامح وأسس هذه البيئة خاصة منصات التواصل الاجتماعي، فالتمثلات الاجتماعية على المستوى المعرفي والذهني يمكن اعتبارها تلك الصورة التي تتشكل وتترسخ في أذهان الناس والتي تساهم بشكل كبير في تحديد سلوكهم، فمعظم خبراء علم الاجتماع والاتصال يرونها بمثابة الموجه والمحدد الأساسي للسلوك الإنساني والاتصالي، حيث تساهم في بناء أطر الفهم والوعي التي يتعامل من خلالها الفرد مع الفضاء الرقمي، كما أن أنماط الاستهلاك الرقمي تعكس مدى فاعلية أو استلاب الجمهور أمام سلطة التكنولوجيا وهيمنتها الرمزية، وما دفعنا إلى محاولة دراسة هذا الموضوع، هو ان هذا الفضاء الرقمي وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي صارت الوجهة المفضلة للشباب الجزائري الذي يبني عليه مستقبل المجتمع، لكن هذا الواقع الجديد أدى تغييرات كبيرة مست أفكار الطلبة، وعاداتهم، ونفسيتهم، وهي تغييرات ما زلنا حتى اليوم بحاجة ماسة لفهمها، ودراستها، ومعرفة أبعادها الحقيقية.

ولعل من أكثر الصعوبات التي واجهتنا خلال إنجاز هذه الدراسة هو ما تعلق بإعداد أداة قياس أثر تمثلات التقنيات الذكية على أنماط الاستهلاك الرقمي، ويعود ذلك إلى عدة أسباب من بينها عدم وجود دراسات حسب (حسب اطلاعنا) تتطابق مع دراستنا بصفة مباشرة من حيث المتغيرات (المستقل والتابع) المراد بحث العلاقة بينهما، وهو ما حال دون توفر دراسات نستعين و نستبصر بها في هذا المجال بالذات، إضافة إلى ذلك فإن أشهر مقاييس التمثلات الاجتماعية أو الاستخدامات هي مقاييس تم إعدادها خصيصا لقياس أبعاد منفصلة، كما أنها أعدت لدراسة

الخلاصة العامة:

مجتمعات تختلف في إطارها البيئي ومجالها الثقافي عن مجتمع دراستنا، وكمحاولة منا لتجاوز هذه الصعوبات قمنا بالاجتهاد في بناء أداة خاصة بدراستنا، وقد اعتمدنا في صياغة بعض بنودها على المقاربات السوسيولوجية والنظرية الكلاسيكية وتكييفها بما يتلاءم مع طبيعة دراستنا وأهدافها من جهة، وبما يوافق الإطار السوسيولوجي والثقافي لمجتمع الدراسة من جهة أخرى.

وقد خلصت الدراسة الحالية إلى أن تمثلات الطلبة الجامعيين الجزائريين للتقنيات الذكية تساهم في توجيه وترشيد أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي، وهذا يرجع إلى طبيعة الوعي الأكاديمي والعوامل التعليمية والثقافية التي يمتلكونها، والتي تعبر في مجملها عن بنية معرفية رصينة تتلاءم وخصوصية المجتمع والتكوين الجامعي، الأمر الذي يمنع حدوث مشكلات في استهلاكهم الرقمي، ومرد ذلك في كثير من الأحيان إلى حالة الاستقرار المعرفي والنقدي التي يشعر بها ويعيشها هؤلاء الطلبة على المستوى الإدراكي والاجتماعي نتيجة التوافق بين ما تقدمه البيئة الجامعية من معارف وبين ممارساتهم اليومية، مما جعلهم يتعاملون مع المنصات ببراغماتية واعية تضمن فاعليتهم وتمنع انقيادهم الأعمى وراء الخوارزميات.

وتجدر الإشارة في الختام إلى أننا لا نستطيع الجزم بأن ما توصلت إليه الدراسة من نتائج هو بمثابة احتواء كامل وشامل للظاهرة المدروسة، وإنما قد تمثل هذه الدراسة خطوة بحثية قدمت جزءا يسيرا من ظاهرة جديدة معقدة في حدود ما سطر من أهداف، كما قد تفتح هذه الدراسة آفاقا مستقبلية مرتبطة بموضوعها وإشكاليتها وأهدافها، ويمكن تحديد بعض العناوين على النحو التالي:

- أثر التعرض للمحتوى الرقمي الموجه خوارزميا على التوافق النفسي والاجتماعي لدى المراهق أو الشباب الجزائري.

يمكن البحث في ذات العنوان إسقاطه على: تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، برامج التعليم الذكي، والمنصات التفاعلية الناشئة.

- أثر الاعتماد على خوارزميات التوصية في تشكيل التمثلات الاجتماعية نحو القيم الثقافية لدى الطالب الجامعي.

الخلاصة العامة:

- استخدام التقنيات الذكية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالهوية الثقافية والوطنية لدى الشباب الجزائري.

يمكن البحث في ذات العنوان بتخصيص أحد أبعاد الاستهلاك الرقمي، مثل: الاستهلاك الاندماجي، الاستهلاك الترفيهي، أو الاستهلاك البحثي والأكاديمي.

- إدمان التعرض للمحتويات الرقمية الذكية وعلاقته "بالاغتراب النفسي والاجتماعي" لدى الشباب، أو لدى فئات أخرى في المجتمع الجزائري.

يمكن إجراء دراسات تحاول الكشف عن آثار التمثلات الاجتماعية للذكاء الاصطناعي، النفسية، والإدراكية والاجتماعية المختلفة لدى المتلقي في المنطقة العربية الإسلامية.

يمكن إجراء دراسات تحليلية وميدانية معمقة تستهدف الكشف عن آليات اشتغال التكنولوجيا الإقناعية في البيئة الرقمية وتأثيرها على فاعلية المستخدم.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: المراجع باللغة العربية

أ- الكتب العربية:

1. ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب، ط3، بيروت، دار صادر، 1414هـ.
2. أبو علام، رجاء محمود، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2004.
3. بدوي، أحمد زكي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، 1982.
4. الديلمي، عصام حسن؛ صالح، علي عبد الرحيم، البحث العلمي أسسه ومناهجه، ط1، عمان، الرضوان للنشر، 2014.
5. زرواتي، رشيد، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002.
6. الزركشي، بدر الدين محمد بن بهادر، البحر المحيط في أصول الفقه، بيروت، دار الكتبي، 1994.
7. الصغير علي عيد، محمد أحمد، السيطرة الخوارزمية، ط1، (ب.ب)، 2025.
8. عبيدات، ذوقان وآخرون، البحث العلمي: مفهومه، أدواته، أساليبه، عمان، دار الفكر، 2001.
9. علام، صلاح الدين محمود، القياس والتقويم التربوي والنفسي، القاهرة، دار الفكر العربي، 2000.
10. عمر، معن خليل، علم المشكلات الاجتماعية، عمان، دار الشروق، 2005.
11. اللبان، شريف درويش، تكنولوجيا النشر الإلكتروني، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2014.
12. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، القاهرة، عالم الكتب، 2007.

ب- الكتب المترجمة:

1. تورين، ألان، نقد الحداثة، ترجمة أنور مغيث، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، 1997.
2. فوكو، ميشيل، المراقبة والمعاقبة: ولادة السجن، ترجمة علي مقلد، بيروت، مركز الإنماء القومي، 2022.

ج- المذكرات والرسائل العلمية:

1. بن صالح، قمرا؛ آمال، الجيلالي؛ عبيد، مروة، التمثلات الاجتماعية للهجرة لدى الشباب، مذكرة ماستر، جامعة ابن خلدون تيارت، 2023.
2. تفرقنيت، عبد الكريم، مواقع التواصل الاجتماعي، الإيجابيات والسلبيات، [مذكرة]، جامعة البليدة 2، 2016.
3. حماني، إسماعيل، علاقة التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى الشباب، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2020.
4. صانع، رابح، استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي، [مذكرة]، جامعة البويرة، 2023.
5. طكوك، أحلام؛ سكوب، أمال، تمثلات المراقبة السائلة في الوسائط الرقمية (منظور زيجمونت باومان)، مذكرة تخرج، جامعة بسكرة، 2023.

د- المجلات العلمية والأوراق البحثية:

1. باكير، ياسمين عطاالله أحمد، « الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي: دراسة كمية وكيفية »، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 94، 2026.
2. بطواف، جليلة؛ خلوفي، محمد، « التصورات الاجتماعية مقاربة نظرية »، مجلة الحوار المتوسطي، المجلد 13، العدد 01، 2022.
3. بن شويخ، بوبكر الصديق، « إشكالية الاغتراب في العصر الرقمي »، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 07، العدد 01، 2023.
4. بن عودة، نصر الدين؛ ميلود، حسين أحمد، « دراسة سوسيولوجية للتمثلات الاجتماعية »، مخبر الدراسات في الثقافة والشخصية، جامعة الشلف، 2022.
5. بن فريحة، أسماء، « التقنية ومصير الوجود الإنساني: قراءة في نص مارتن هايدغر »، مجلة مقاربات فلسفية، المجلد 08، العدد 02، 2021.
6. بوذينة، نعيمة، « شبكات التواصل الاجتماعي: تعدد الأنواع والاستخدام »، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، المجلد 02، العدد 09.

7. حمليلن، أمين، « التمثّلات الاجتماعية مفهوم في مفترق الطرق الاجتماعية »، مجلة أفكار وآفاق، المجلد 21، العدد 04، 2024.
8. حمادي، ماجدة، « صناعة المحتوى الرقمي في البيئة الشبكية »، المجلة العربية للأرشيف والمعلومات والكتب، المجلد 22، العدد 43، 2018.
9. خينش، دليلة، « سوسيولوجيا الإعلام وعولمة المفاهيم »، مجلة دفاتر المخبر، جامعة بسكرة، المجلد 12، العدد 01، 2017.
10. دفون، محمد، « الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي »، مجلة التراث، المجلد الثاني، العدد 26.
11. سلطاني، خديجة الكبرى، « الذكاء الاصطناعي مداخله ومفاهيمه »، مجلة جسر المعرفة، المجلد 11، العدد 01، 2026.
12. عبد الرزاق، قادة، « استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية »، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، المجلد 07، العدد 29، 2024.
13. عمر، أسامة، « التمثلات الاجتماعية للوسائل التكنولوجية الحديثة »، مجلة الحوار المتوسطي، المجلد 12، 2026.
14. عمر، شيماء محمد زكريا؛ حواس، ناهد قطب، « تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي على القيم المجتمعية »، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، العدد 66، 2025.
15. اللحياني، سهير، « صناعة المحتوى الرقمي العربي: الفرص المتاحة وآفاق التطوير »، اتحاد إذاعات الدول العربية(ASBU) ، .2026
16. لخضر، مختار؛ لغزالي، حنان، « الذكاء الاصطناعي ودوره في إثراء المحتوى الإعلامي »، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية، المجلد 17، العدد 02، 2025.
17. محمد، در، « أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي »، مجلة الحكمة للدراسات التربوية، العدد 09، 2017.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. ABRIC (J. C.), Pratiques sociales et représentations, Paris, PUF, 1994.

2. ABRIC (J. C.), Méthodes d'étude des représentations sociales, Paris, Érès, 2003.
3. AHMMAD (M.) et al., « Trap of Social Media Algorithms », Societies, 15(11), 2025.
4. BOULLIER (D.), Sociologie du numérique, Paris, Armand Colin, 2016.
5. BOURDIEU (P.), « The Forms of Capital », in RICHARDSON (J.) (dir.), Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, 1986.
6. BOUZIDI (S.), ZARIF (B.), « Les représentations sociales de l'IA chez les enseignants algériens », Passerelle, 14(01), 2025.
7. BOYD (D.), ELLISON (N.), « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship », JCMC, 13(1), 2007.
8. CARDON (D.), À quoi rêvent les algorithmes, Paris, Seuil, 2015.
9. CASTELLS (M.), The Rise of the Network Society, 3e éd., Oxford, Wiley-Blackwell, 2010.
10. CHEN (L.), CHEN (P.), LIN (Z.), « Artificial Intelligence in Education: A Review », IEEE Access, vol. 8, 2020.
11. CHOWDHURY (A.) et al., « Artificial Intelligence of Things (AIoT) », Journal of Network and Computer Applications, vol. 228, 2024.
12. DAVIS (F.), « Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of IT », MIS Quarterly, 13(3), 1989.
13. DURKHEIM (É.), Éducation et sociologie, Paris, Félix Alcan, 1922.
14. DWIVEDI (Y. K.) et al., « Impact of COVID-19 pandemic on information management », IJIM, vol. 55, 2020.
15. ELLISON (N. B.) et al., « Connection strategies: Facebook-enabled communication practices », New Media & Society, 2011.
16. FLANAGIN (A. J.), METZGER (M. J.), Digital Media, Youth, and Credibility, Cambridge, MIT Press, 2008.
17. FOGG (B. J.), Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do, Morgan Kaufmann, 2003.
18. FUCHS (P.), Le traité de la réalité virtuelle, Paris, Presses de l'École des Mines, 2006.
19. GAYMARD (S.), Les fondements des représentations sociales, Paris, Dunod, 2021.
20. GUIMELLI (C.), Structures et transformations des représentations sociales, Delachaux et Niestlé, 1994.

21. HEILBRONER (R. L.), « Do Machines Make History? », Technology and Culture, 8(3), 1967.
22. JODELET (D.), Les représentations sociales, Paris, PUF, 2003.
23. KAPLAN (J.), Artificial Intelligence: What Everyone Needs to Know, Oxford University Press, 2016.
24. KATZ (E.) et al., « On the Use of the Mass Media for Important Things », ASR, 38(2), 1973.
25. KOSINSKI (M.) et al., « Private traits and attributes are predictable from digital records », PNAS, 110(15), 2013.
26. LEE (K.-F.), AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order, 2018.
27. LIPPMANN (W.), Public Opinion, New York, Harcourt, 1922.
28. MANNING (J.), Social Media, Definition and Classes of, SAGE, 2014.
29. MAYER-SCHÖNBERGER (V.), CUKIER (K.), Big Data: A Revolution, 2013.
30. MERZEAU (L.), « Médium numérique », Publictionnaire, 2016.
31. MOSCOVICI (S.), La psychanalyse, son image et son public, Paris, PUF, 1961.
32. MÜLLER (V. C.), BOSTROM (N.), « Future Progress in Artificial Intelligence », Arxiv, 2025.
33. NOBLE (S. U.), Algorithms of Oppression, NYU Press, 2018.
34. NYE (J.), Le Soft Power: l'influence douce, Paris, Eyrolles, 2004.
35. PASQUALE (F.), The Black Box Society, Harvard University Press, 2015.
36. PAVLIK (J. V.), New Media Technology, Allyn and Bacon, 1998.
37. POSTMAN (N.), Amusing Ourselves to Death, Penguin Books, 2005.
38. PREMACK (D.), WOODRUFF (G.), « Theory of mind in chimpanzees », BBS, 1(4), 1978.
39. ROBERT (J.), Intelligence Artificielle: Définition, histoire, enjeux, Liora, 2026.
40. RUMELHART (D. E.) et al., « Learning representations by back-propagating errors », Nature, 1986.
41. RUSSELL (S.), NORVIG (P.), Artificial Intelligence: A Modern Approach, Pearson, 2010/2021.
42. SAMUEL (A. L.), « Some studies in machine learning using the game of checkers », IBM Journal, 1959.

43. TAIBI (Hadj), « Silicon Valley et Neurosciences », Revue Multilinguales, 13(01), 2025.
44. WAGNER (W.) et al., « Social representations and the dynamics of knowledge in digital media », JCASP, 2017.
45. WEIZENBAUM (J.), « ELIZA—A Computer Program », ACM, 9(1), 1966.
46. WINSTON (B.), Media Technology and Society, Routledge, 1998.
47. ZUBOFF (S.), The Age of Surveillance Capitalism, PublicAffairs, 2019.

ثالثا: المواقع والوثائق والتقارير

1. أكاديمية بينانس(Binance Academy) ، تطور الإنترنت والويب 3.0، 2026.
2. جامعة البويرة، وثيقة نيابة العمادة المكلفة بالبيداغوجيا، كلية العلوم الإنسانية، 2026.
3. جامعة الأردن، Digital Content Creation, Modern Digital Skills
4. DataReportal ،Global Social Media Statistics ،2025.
5. International Telecommunication Union (ITU) ،AI for Smart Systems ،2021.
6. Oxford English Dictionary ،Online Edition ،2026.
7. Pew Research Center ،Social Media Use in 2021 ،2021.
8. ROUSE (M.) ،Smart technology definition ،TechTarget ،2026.
9. UNESCO ،Digital skills and content creation resources ،2026

قائمة الملاحق

الملاحق:

قائمة الملاحق:

الملحق رقم: 01

وزارة التعليم العالي

جامعة أكلي محند أولحاج البويرة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان

عزيزي/عزيزتي الطالب (ة)

تندرج هذه الاستمارة ضمن بحث أكاديمي يُنجز في إطار الإعداد لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، بعنوان: "**أثر تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي**"، فالرجاء منك القراءة المتأنية للاسئلة والاجاة عنها حسب رأيك الخاص، والمعلومات المقدّمة من طرفك لن تستعمل الا لأغراض البحث العلمي.

مشاركتكم طوعية ومحلّ تقدير

شكرًا جزيلًا لكم على تعاونكم

من إعداد الطالب:

عبدون بلقاسم

تحت إشراف:

الأستاذ حماني إسماعي

الملاحق:

يرجى منكم قراءة الأسئلة بعناية ووضع علامة (□) أمام الإجابة المناسبة

❖ **البيانات الشخصية:**

➢ **الجنس:**

- ذكر □
- انثى □

➢ **السن:**

- من 19 الى 24 □
- من 25 الى 28 □
- 29 سنة فما فوق □

➢ **المستوى الدراسي:**

- سنة ثانية ليسانس □
- سنة ثالثة ليسانس □
- سنة أولى ماستر □
- سنة ثانية ماستر □

❖ **المحور الاول: عادات و انماط استخدامات الطلبة لمو اقع التواصل الاجتماعي.**

1. ما درجة استخدامك لتطبيقات التواصل الاجتماعي؟

- ضئيلة □
- متوسطة □
- كبيرة □

2. كم ساعة تقضيها يوميا على تطبيقات التواصل الاجتماعي؟

- أقل من ساعة □
- من 01 إلى 03 ساعات □
- من 04 الى 05 ساعات □
- أكثر من 06 ساعات □

3. ما هي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي ؟

- الفترة الصباحية □

الملاحق:

- الفترة المسائية ☐
- ما بعد منتصف الليل ☐

4. ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستعملها أكثر؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة).

- فايسبوك ☐
- تيكتوك ☐
- لينكدان ☐
- انستغرام ☐
- يوتيوب ☐
- منصة X ☐
- موقع اخر، أذكره: .....

❖ **المحور الثاني: دو افع استخدامات الطلبة لمو اقع التواصل الاجتماعي، والاشباعات المحققة منها.**

6. ما هو الدافع الاساسي من وراء استخدامك لتطبيقات التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة).

- الترفيه والتسلية ☐
- الأخبار والمستجدات ☐
- التواصل مع الأصدقاء والأسرة ☐
- الاطلاع على المحتوى التعليمي أو الأكاديمي ☐
- متابعة العروض التجارية والإعلانات ☐
- أداء مهام العمل ☐
- التعرف على أشخاص جدد ☐
- التعرف على ثقافات الشعوب ☐
- التعبير عن ارائي وقناعاتي الشخصية ☐
- تطوير مهاراتي ومعارفي ☐
- دوافع اخرى، اذكرها:.....

7. هل تعتقد ان استخدامك لهذه التطبيقات يحقق لك اشباعات معينة؟

- نعم ☐
- لا ☐

▪ اذا كانت اجابتك بـ نعم، ما هي اهم هذه الاشباعات؟(يمكنك اختيار أكثر من اجابة).

الملاحق:

- إشباع معرفي (زيادة المعلومات والمعارف) ☐
- إشباع اجتماعي (تعزيز العلاقات والشعور بالانتماء) ☐
- إشباع ترفيهي (المتعة والتسلية والتخفيف من الضغوط) ☐
- إشباع تعبيري (القدرة على إبداء الرأي والتفاعل) ☐
- إشباع مهني/أكاديمي (تحسين الأداء أو اكتساب مهارات) ☐
- إشباع نفسي (تعزيز الثقة بالنفس أو الشعور بالتقدير) ☐
- إشباعات أخرى، اذكرها ..... :

❖ **المحور الثالث: طبيعة تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مو اقع التواصل الاجتماعي.**

➢ أمامك (18) عبارة، يرجى قراءتها بعناية، ثم تحديد مدى ارتباط كل عبارة بطبيعة تصوراتك وآرائك (تمثلاتك) حول التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال اختيار أحد البدائل الثلاثة المتاحة (أوافق، محايد، لا أوافق)، بوضع علامة (✓) في المربع المناسب.

الرقم	العبارة	أو افق	محايد	لا أو افق
01	أرى أن توظيف التقنيات الذكية في هذه المواقع يقلل من الطابع الإنساني للتفاعل.			
02	أنظر إلى الذكاء الاصطناعي الموظف في هذه المواقع باعتباره أداة مساعدة على تحسين جودة المحتوى.			
03	أعتبر أن التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي تُكرّس منطق الربح على حساب القيمة المعرفية.			
04	أرى أن حضور الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي يثير إشكالات أخلاقية معقدة.			
05	أرى أن تحليل البيانات ضمن هذه المواقع يخدم مصلحة المستخدم بالدرجة الاولى			
06	أعتقد أن التقنيات الذكية تعزز من التفاعل داخل مواقع التواصل الاجتماعي.			
07	أرى أن التحكم الخوارزمي ضمن مواقع التواصل الاجتماعي يمثل شكلا من أشكال الهيمنة الرقمية.			
08	أرى أن الخوارزميات في هذه المواقع تعمل بكفاءة في تنظيم المحتوى المعروض.			
09	ارى أن خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تعد أدوات تحليلية قادرة على فهم تفضيلات المستخدم.			
10	أعتقد أن خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تقيّد حرية المستخدم في اختيار المحتوى.			
11	اعتقد أن التقنيات الذكية الموظفة ضمن هذه المواقع تعد جزءا طبيعيا من التحول الرقمي العالمي.			
12	أرى أن التقنيات الذكية الموظفة ضمن هذه المواقع تفتقر إلى الشفافية في طريقة عملها.			
13	أعتقد أن التقنيات الذكية الموظفة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي تخدم مصالح الشركات أكثر من المستخدمين.			
14	أعتقد أن تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي الذكية تساهم في تحسين جودة التجربة الرقمية للمستخدم.			
15	أعتقد أن خوارزميات هذه المواقع تفرض أنماطا فكرية محددة على المستخدمين.			
16	أرى أن هذه التقنيات تمثل دعامة أساسية لتطور تطبيقات التواصل الاجتماعي.			
17	أرى أن هذه التقنيات تعزز تحيز مواقع التواصل الاجتماعي في عرض القضايا والمضامين			

الملاحق:

18	أعتقد أن الذكاء الاصطناعي الموظف في هذه المواقع يساعد على تخصيص المحتوى وفق اهتمامات المستخدم.			

❖ **المحور الرابع: العوامل المؤثرة في تشكيل تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي**

➢ أمامك (12) عبارة، يرجى قراءتها بعناية، ثم تحديد مدى ارتباط كل عبارة بتشكيل تصوراتك وآرائك (تمثلاتك) حول التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال اختيار أحد البدائل الثلاثة المتاحة (أوافق، محايد، لا أوافق)، بوضع علامة (✓) في المربع المناسب.

الرقم	العبارة	أو افق	محايد	لا أو افق
01	تؤثر التقارير الإعلامية والوثائقية في الطريقة التي أتصور بها التقنيات الذكية الموظفة في تطبيقات التواصل الاجتماعي.			
02	يلعب المحتوى الذي يقدمه المؤثرون حول تجاربهم مع مواقع التواصل الاجتماعي دورا في تكوين موقفي من هذه التقنيات.			
03	أقارن أحيانا تجربتي الرقمية بتجارب الآخرين، وهذا يسهم في تشكيل فهمي لطبيعة عمل خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي			
04	تسهم النقاشات اليومية مع الأصدقاء والزملاء حول هذه التقنيات في بلورة تصوري عنها.			
05	تتأثر رؤيتي لهذه التقنيات بآراء العائلة والأقارب حول فائدتها أو خطورتها.			
06	أستند في فهمي للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي إلى ما درسته في المقررات الجامعية			
07	يساهم اطلاعي على الكتب والأبحاث والمقالات العلمية في تعميق تمثلاتي حول آلية عمل الخوارزميات ضمن مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها.			
08	تحدد تجربتي الشخصية في استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي إلى حد كبير قناعاتي تجاه التقنيات الذكية الموظفة فيها.			
09	يسهم تخصصي الدراسي في رفع مستوى وعيي بطبيعة هذه التقنيات وتأثيرها.			
10	يعزز مستواي التعليمي فهمي للأبعاد التقنية والمعرفية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي الموظف ضمن هذه المواقع.			
11	تؤثر سمعة الموقع ومصداقيته في الطريقة التي أتصور بها التقنيات الذكية الموظفة داخله.			
12	تؤثر قيمي ومعتقداتي في الطريقة التي أفهم بها التقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي			

❖ **المحور الخامس: العلاقة بين تمثلات الطلبة للتقنيات الذكية الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي وانماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي.**

الملاحق:

- أمامك (20) عبارة، يرجى قراءتها بعناية، ثم تحديد مدى انطباقها عليك، وذلك من خلال اختيار أحد البدائل الثلاثة المتاحة (أوافق، محايد، لا أوافق)، بوضع علامة (✓) في المربع المناسب.

الرقم	العبارة	أو افق	محايد	لا أو افق
01	ثقتي في فعالية الخوارزميات الموظفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من اعتمادي على المحتوى المقترح في استهلاكي اليومي.			
02	شعوري بأن المحتوى المقترح يقيد خياراتي المعرفية يدفعني للبحث عن مصادر خارج مواقع التواصل الاجتماعي.			
03	شعوري بأن المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي قد يحدّ من استقلاليتي المعرفية يجعلني أكثر ميلا إلى الاستهلاك النقدي للمحتوى.			
04	شعوري بأن المحتوى المعروض يعكس ما كنت أفكر فيه مؤخرا يثير لدي شعورا بالذهول ويجعلني أراجع طريقة تفاعلي مع ما أتابعه.			
05	شعوري بأن الذكاء الاصطناعي يعرض لي محتوى متنوعا عبر هذه المواقع يحفزني على متابعة أفكار جديدة وتطوير اهتمامي بها.			
06	إدراكي لاعتماد مواقع التواصل الاجتماعي على أنظمة ذكية لتحليل سلوكي يجعلني أتجنب التفاعل المكثف مع المحتوى.			
07	إدراكي لقدرة الخوارزميات على فهم اهتماماتي يعزز اندماجي المستمر مع المحتوى المعروض في هذه المواقع .			
08	شكوكي حول أهداف التقنيات الذكية في هذه المواقع تقلل من اعتمادي على المحتوى المقترح آليا.			
09	إدراكي لقدرة التقنيات الذكية على إنتاج محتوى يحاكي الواقع يجعلني أكثر حذرا في تصديق ما أراه عبر مواقع التواصل الاجتماعي.			
10	شكي في حيادية الخوارزميات الموظفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من تفاعلي مع المحتوى المقترح.			
11	شعوري بأن التقنيات الذكية الموظفة في هذه المواقع تفهم توجهاتي يزيد من تفاعلي الايجابي مع المحتوى المقترح.			
12	اعتقادي بوجود تقنيات ذكية للمراقبة الرقمية في هذه المواقع يجعلني أكثر حذرا في استهلاك المحتوى.			
13	شعوري بأن مواقع التواصل الاجتماعي توظف الذكاء الاصطناعي بفعالية يجعل استهلاكي للمحتوى أكثر سرعة وأقل جهدا.			
14	شعوري بأن الانظمة الذكية في هذه المواقع تركز على المحتوى الترفيهي أكثر من المعرفي يقلل من اندماجي مع المحتوى المقترح.			
15	قناعتي بموضوعية خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تقلل من بحثي عن مصادر معلومات بديلة خارجها.			
16	شعوري بهيمنة المحتوى المكرر في مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من اندماجي واستمراري في المتابعة.			
17	ثقتي في دقة الاقتراحات الخوارزمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تجعلني أقل ميلا إلى تمحيص المحتوى المعروض.			
18	إدراكي لذكاء أنظمة التوصية في هذه المواقع يزيد من احتمالية مشاركتي للمحتوى المقترح وإعادة نشره.			
19	اقتناعي بأن الذكاء الاصطناعي الموظف في هذه المواقع يساعدني في الوصول إلى محتوى ملائم في الوقت			

الملاحق:

	المناسب يجعل استهلاكي أكثر ارتباطا بالأحداث الجارية.				
20	اعتقادي بأن الخوارزميات تعكس تفضيلاتي بدقة يقلل من اعتمادي على البحث اليدوي عن محتوى جديد.				

الملاحق:

الملحق رقم 2:

ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي * السن Tableau croisé

			السن	
			من 19 الى 24	من 25 الى 28
ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي	الفترة الصباحية	Effectif	6	0
		ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي % dans	100,0%	0,0%
		% du total	7,1%	0,0%
	الفترة المسائية	Effectif	60	0
		ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي % dans	84,5%	0,0%
		% du total	70,6%	0,0%
	ما بعد منتصف الليل	Effectif	6	1
		ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي % dans	75,0%	12,5%
		% du total	7,1%	1,2%
	Total	Effectif	72	1
		ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي % dans	84,7%	1,2%
		% du total	84,7%	1,2%

ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي * السن Tableau croisé

			السن	
			سنة فما فوق 29	Total
ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي	الفترة الصباحية	Effectif	0	6
		ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي % dans	0,0%	100,0%
		% du total	0,0%	7,1%
	الفترة المسائية	Effectif	11	71
		ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي % dans	15,5%	100,0%
		% du total	12,9%	83,5%
	ما بعد منتصف الليل	Effectif	1	8
		ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي % dans	12,5%	100,0%
		% du total	1,2%	9,4%
	Total	Effectif	12	85
		ماهي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي % dans	14,1%	100,0%
		% du total	14,1%	100,0%

الملاحق:

Tests du khi-carré

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
khi-carré de Pearson	10,837[a]	4	,028
Rapport de vraisemblance	6,778	4	,148
Association linéaire par linéaire	,841	1	,359
N d'observations valides	85		

الرفيه والتسلية

		Nombre	Nb. lignes (%)	Nb. valides par ligne (%)	Nb.colonnes (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	1	100,0%	100,0%	1,5%
	سنة ثالثة ليسانس	33	80,5%	80,5%	49,3%
	سنة اولى ماستر	19	65,5%	65,5%	28,4%
	سنة ثانية ماستر	14	100,0%	100,0%	20,9%

		الرفيه والتسلية	الاخبار والمستجدات		
		Nb. total colonnes (%)	Nombre	Nb. lignes (%)	Nb. valides par ligne (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	1,5%	1	100,0%	100,0%
	سنة ثالثة ليسانس	49,3%	27	65,9%	65,9%
	سنة اولى ماستر	28,4%	23	79,3%	79,3%
	سنة ثانية ماستر	20,9%	13	92,9%	92,9%

			الاخبار والمستجدات		
		Nb.colonnes (%)	Nb. total colonnes (%)	Nombre	Nb. lignes (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	1,6%	1,6%	1	100,0%
	سنة ثالثة ليسانس	42,2%	42,2%	27	65,9%
	سنة اولى ماستر	35,9%	35,9%	22	75,9%
	سنة ثانية ماستر	20,3%	20,3%	12	85,7%

			التواصل مع الاصدقاء والاسرة		
		Nb. valides par ligne (%)	Nb.colonnes (%)	Nb. total colonnes (%)	Nombre
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	100,0%	1,6%	1,6%	1
	سنة ثالثة ليسانس	65,9%	43,5%	43,5%	18
	سنة اولى ماستر	75,9%	35,5%	35,5%	17
	سنة ثانية ماستر	85,7%	19,4%	19,4%	13

الملاحق:

		الاطلاع على المحتوى التعليمي والاكاديمي			
		Nb. lignes (%)	Nb. valides par ligne (%)	Nb.colonnes (%)	Nb. total colonnes (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	100,0%	100,0%	2,0%	2,0%
	سنة ثالثة ليسانس	43,9%	43,9%	36,7%	36,7%
	سنة اولى ماستر	58,6%	58,6%	34,7%	34,7%
	سنة ثانية ماستر	92,9%	92,9%	26,5%	26,5%

		Nombre	Nb. lignes (%)	Nb. valides par ligne (%)	Nb.colonnes (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	0	0,0%	0,0%	0,0%
	سنة ثالثة ليسانس	19	46,3%	46,3%	43,2%
	سنة اولى ماستر	16	55,2%	55,2%	36,4%
	سنة ثانية ماستر	9	64,3%	64,3%	20,5%

			متابعة العروض التجارية والاعلانات اداء مهام العمل		
		Nb. total colonnes (%)	Nombre	Nb. lignes (%)	Nb. valides par ligne (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	0,0%	1	100,0%	100,0%
	سنة ثالثة ليسانس	43,2%	4	9,8%	9,8%
	سنة اولى ماستر	36,4%	9	31,0%	31,0%
	سنة ثانية ماستر	20,5%	9	64,3%	64,3%

اداء مهام العمل

		Nb.colonnes (%)	Nb. total colonnes (%)	Nombre	Nb. lignes (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	4,3%	4,3%	0	0,0%
	سنة ثالثة ليسانس	17,4%	17,4%	5	12,2%
	سنة اولى ماستر	39,1%	39,1%	8	27,6%
	سنة ثانية ماستر	39,1%	39,1%	9	64,3%

التعرف على اشخاص جدد

		Nb. valides par ligne (%)	Nb.colonnes (%)	Nb. total colonnes (%)	Nombre
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	0,0%	0,0%	0,0%	0
	سنة ثالثة ليسانس	12,2%	22,7%	22,7%	11
	سنة اولى ماستر	27,6%	36,4%	36,4%	11
	سنة ثانية ماستر	64,3%	40,9%	40,9%	8

الملاحق:

التعرف على ثقافات الشعوب

دوتفع موقع

		Nb. lignes (%)	Nb. valides par ligne (%)	Nb.colonnes (%)	Nb. total colonnes (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	سنة ثالثة ليسانس	26,8%	26,8%	36,7%	36,7%
	سنة اولى ماستر	37,9%	37,9%	36,7%	36,7%
	سنة ثانية ماستر	57,1%	57,1%	26,7%	26,7%

التعبير عن ارائي وقناعاتي الشخصية

		Nombre	Nb. lignes (%)	Nb. valides par ligne (%)	Nb.colonnes (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	0	0,0%	0,0%	0,0%
	سنة ثالثة ليسانس	4	9,8%	9,8%	17,4%
	سنة اولى ماستر	8	27,6%	27,6%	34,8%
	سنة ثانية ماستر	11	78,6%	78,6%	47,8%

		التعبير عن ارائي وقناعاتي الشخصية	تطوير مهاراتي ومعارفي		
		Nb. total colonnes (%)	Nombre	Nb. lignes (%)	Nb. valides par ligne (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	0,0%	1	100,0%	100,0%
	سنة ثالثة ليسانس	17,4%	17	41,5%	41,5%
	سنة اولى ماستر	34,8%	16	55,2%	55,2%
	سنة ثانية ماستر	47,8%	9	64,3%	64,3%

تطوير مهاراتي ومعارفي

		Nb.colonnes (%)	Nb. total colonnes (%)	Nombre	Nb. lignes (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	2,3%	2,3%	1	100,0%
	سنة ثالثة ليسانس	39,5%	39,5%	41	100,0%
	سنة اولى ماستر	37,2%	37,2%	29	100,0%
	سنة ثانية ماستر	20,9%	20,9%	14	100,0%

دوتفع موقع

		Total		
		Nb. valides par ligne (%)	Nb.colonnes (%)	Nb. total colonnes (%)
المستوى الدراسي	سنة ثانية ليسانس	100,0%	1,2%	1,2%
	سنة ثالثة ليسانس	100,0%	48,2%	48,2%
	سنة اولى ماستر	100,0%	34,1%	34,1%
	سنة ثانية ماستر	100,0%	16,5%	16,5%

Test Khi-carré de Pearson

دوتفع موقع

المستوى الدراسي	Khi-carré	96,371
	df	30
	Sig.	,000[*,b,c]

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes	
		F	Sig.	t	ddl
متوسط محور1	Hypothèse de variances égales	,064	,801	-1,803	83
	Hypothèse de variances inégales			-1,836	50,005

Test des échantillons indépendants

		Test t pour égalité des moyennes		
		Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard
متوسط محور1	Hypothèse de variances égales	,075	-,10539	,05845
	Hypothèse de variances inégales	,072	-,10539	,05739

Test des échantillons indépendants

		Test t pour égalité des moyennes	
		Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
		Inférieur	Supérieur
متوسط محور1	Hypothèse de variances égales	-,22165	,01087
	Hypothèse de variances inégales	-,22066	,00988

ANOVA

متوسط محور1

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	,022	2	,011	,168	,845
Intragroupes	5,297	82	,065		
Total	5,318	84			

Statistiques descriptives

	Moyenne	Ecart type	N
كم ساعة تقضيها يوميا على تطبيقات التواصل الاجتماعي	2,9647	,79353	85
متوسط محور1	2,4706	,25162	85

Corrélations

		كم ساعة تقضيها يوميا على تطبيقات التواصل الاجتماعي	متوسط محور1
كم ساعة تقضيها يوميا على تطبيقات التواصل الاجتماعي	Corrélation de Pearson	1	-,072
	Sig. (bilatérale)		,515
	N	85	85
متوسط محور1	Corrélation de Pearson	-,072	1
	Sig. (bilatérale)	,515	
	N	85	85

	الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
متوسط المحور 2	ذكر	26	2,4103	,37707	,07395
	انثى	59	2,5494	,28159	,03666

الملاحق:

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes	
		F	Sig.	t	ddl
متوسط المحور 2	Hypothèse de variances égales	2,028	,158	-1,886	83
	Hypothèse de variances inégales			-1,686	37,813

Test des échantillons indépendants

		Test t pour égalité des moyennes		
		Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard
متوسط المحور 2	Hypothèse de variances égales	,063	-,13918	,07378
	Hypothèse de variances inégales	,100	-,13918	,08254

Test des échantillons indépendants

		Test t pour égalité des moyennes	
		Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
		Inférieur	Supérieur
متوسط المحور 2	Hypothèse de variances égales	-,28592	,00756
	Hypothèse de variances inégales	-,30629	,02794

Les tests post hoc ne sont pas effectués pour متوسط المحور 2, car au moins un groupe possède moins de deux observations.

ANOVA

	متوسط المحور 2				
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	,113	3	,038	,365	,778
Intragroupes	8,390	81	,104		
Total	8,503	84			

الملاحق:

Corrélations

			مجموع دلرجات االمقررات 2
Rho de Spearman	مجموع دلرجات االمقررات 2	Coefficient de corrélation	1,000
		Sig. (bilatéral)	.
		N	85
	اشباع اجتماعي (تعزيز العلاقات والشعور بالانتماء)	Coefficient de corrélation	,018
		Sig. (bilatéral)	,872
		N	85

Corrélations

			اشباع اجتماعي (تعزيز العلاقات والشعور بالانتماء)
Rho de Spearman	مجموع دلرجات االمقررات 2	Coefficient de corrélation	,018
		Sig. (bilatéral)	,872
		N	85
	اشباع اجتماعي (تعزيز العلاقات والشعور بالانتماء)	Coefficient de corrélation	1,000
		Sig. (bilatéral)	.
		N	85

Corrélations

			مجموع دلرجات االمقررات 2
Rho de Spearman	مجموع دلرجات االمقررات 2	Coefficient de corrélation	1,000
		Sig. (bilatéral)	.
		N	85
	اشباع تعبيري (القدرة على ابداء الراي والتفاعل)	Coefficient de corrélation	-,004
		Sig. (bilatéral)	,969
		N	85

Corrélations

			اشباع تعبيري (القدرة على ابداء الراي والتفاعل)
Rho de Spearman	مجموع دلرجات االمقررات 2	Coefficient de corrélation	-,004
		Sig. (bilatéral)	,969
		N	85
	اشباع تعبيري (القدرة على ابداء الراي والتفاعل)	Coefficient de corrélation	1,000
		Sig. (bilatéral)	.
		N	85

الملاحق:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,315[a]	,099	,088	,24025

a. Prédicteurs : (Constante), متوسط المحور3

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,528	1	,528	9,140	,003[b]
	de Student	4,791	83	,058		
	Total	5,318	84			

a. Variable dépendante : متوسط محور1

b. Prédicteurs : (Constante), متوسط المحور3

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,704	,255		6,688	,000
	متوسط المحور3	,319	,106	,315	3,023	,003

ANOVA

متوسط المحور3

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	,149	2	,075	1,216	,302
Intragroupes	5,036	82	,061		
Total	5,185	84			

Corrélations

			كم ساعة تقضيها يوميا على تطبيقات التواصل الاجتماعي
Rho de Spearman	كم ساعة تقضيها يوميا على تطبيقات التواصل الاجتماعي	Coefficient de corrélation	1,000
		Sig. (bilatéral)	.
		N	85
	مجموع درجات المقياس3	Coefficient de corrélation	-,167
		Sig. (bilatéral)	,126
		N	85

الملاحق:

Corrélations

			مجموع درجات المقياس3
Rho de Spearman	كم ساعة تقضيها يوميا على تطبيقات التواصل الاجتماعي	Coefficient de corrélation	-,167
		Sig. (bilatéral)	,126
		N	85
	مجموع درجات المقياس3	Coefficient de corrélation	1,000
		Sig. (bilatéral)	.
		N	85

Corrélations

			اندماج والاستهلاك
Rho de Spearman	اندماج والاستهلاك	Coefficient de corrélation	1,000
		Sig. (bilatéral)	.
		N	85
	اشباع ترفيهي(المتعة والتسلية والتخفيف من الضغوط)	Coefficient de corrélation	-,021
		Sig. (bilatéral)	,846
		N	85

Corrélations

			اشباع ترفيهي(المتعة والتسلية والتخفيف من الضغوط)
Rho de Spearman	اندماج والاستهلاك	Coefficient de corrélation	-,021
		Sig. (bilatéral)	,846
		N	85
	اشباع ترفيهي(المتعة والتسلية والتخفيف من الضغوط)	Coefficient de corrélation	1,000
		Sig. (bilatéral)	.
		N	85

Corrélations

			عامل المستوى التعليمي	تفضيلات
Rho de Spearman	عامل المستوى التعليمي	Coefficient de corrélation	1,000	,296**
		Sig. (bilatéral)	.	,006
		N	85	85
	تفضيلات	Coefficient de corrélation	,296**	1,000
		Sig. (bilatéral)	,006	.
		N	85	85

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج
- البويرة -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muhend Ulhag - Tubirett -
Faculté des Sciences Sociales et Humaines

قسم علوم الاعلام والاتصال

إذن بإيداع مذكرة التخرج بعد التصحيح

نحن الأساتذة أعضاء اللجنة المناقشة:

الأستاذ(ة) المشرف(ة): ج...حيا...بنت...ا...سما...عيل...

الأستاذ(ة) المناقش(ة): د...بلجبيعي...سورية.....

الأستاذ(ة) الرئيس(ة): ح...سال...مبخ...كمال.....

نأذن بإيداع مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر بعد تصحيحها، والمعنونة

بـ...أثر...بتمثلات...الطلبة...لمستقبلات...الذكاء...الاصطناعي...المواكبة

في...ضوء...البوادر...الواجب...مراعاتها...لأخلاقيات...استعمالهم...المحتوى...الرقمي

و التي أعدها الطالب(ة): عبيد...بن...بلقاسم.....

و الطالب(ة): ...../.....

المسجل بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، ميدان: علوم...الإعلام...والاتصال...

تخصص: ...اتصال...وعلاقات...عامة.....

الموسم الجامعي: 2025/2026.....

إمضاء المشرف(ة):

إمضاء المناقش(ة):

إمضاء رئيس(ة) اللجنة:

البويرة في:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج
- البويرة -
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira
Tasdawit Akli Muhend Ulhag - Tubirett -
Faculté des sciences humaines et sociales

قسم علوم الإعلام والاتصال

نموذج التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز مذكرة الماستر

أنا الممضي أسفله، الطالب (ة) عبدون بلقاسم

رقم التسجيل 212133028190

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 412455177 الصادرة عن بتاريخ: 2024/07/11

والطالب (ة) .....

رقم التسجيل : .....

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم : ..... الصادرة بتاريخ: .....

والمكلف (ة) بإنجاز مذكرة ماستر عنوانها: أثر تمثلات الطلبة لتقنيات الذكاء الاصطناعي الموظفة في مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي

تحت إشراف الأستاذ (ة):

الشيخ طاسعديت

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية والأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2026/06/01 توقيع المعني (ة) (ين):

01 Juin 2026

رأي هيئة مراقبة السرقة العلمية :

النسبة : 11 %

جامعة البويرة
الخلية المكلفة