

ثراء خوارزميات الذكاء الاصطناعي دورها في تشكيل اتجاهات الشباب نحو القضايا المجتمعية والاقتصادية وقت الأزمات

أ. د. إيناس محمود حامد أحمد⁽¹⁾

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أثر خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تشكيل المحتوى الإعلامي المعروض على منصات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات، وتحليل اتجاهات الشباب المصري نحو هذا المحتوى. تنبع أهمية الدراسة من التوسع المتزايد لاستخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الرقمي، خاصة في فترات الأزمات مثل جائحة كورونا أو الأزمات الاقتصادية والاجتماعية، ما يجعل من الضروري فهم كيفية تأثيره على الوعي المجتمعي وسلوك الجمهور، لا سيما فئة الشباب.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل محتوى الوسائط الرقمية خلال الأزمات، ودراسة استجابات الشباب عبر استبيان شمل عينة عشوائية مكونة من 300 شاب وشابة تتراوح أعمارهم بين 18 و30 عامًا من مستخدمي منصات مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام ويوتيوب في محافظات متعددة.

أظهرت النتائج أن هناك ضعفًا في وعي الشباب بكيفية عمل خوارزميات الذكاء الاصطناعي، في الوقت الذي يمارسون فيه سلوكًا واعيًا نسبيًا باللجوء إلى أكثر من مصدر للتحقق من الأخبار. كما اعتبر المشاركون أن هناك مبالغة أو تضليل في بعض المحتوى المنشور أثناء الأزمات، مع تأكيدهم على أهمية وجود ضوابط أخلاقية واضحة تحكم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.

ربطت الدراسة بين نظرية ثراء الوسيلة وبين فعالية الذكاء الاصطناعي كأداة إعلامية في الأزمات، حيث إن المنصات الاجتماعية المدعومة بالذكاء الاصطناعي تمتلك قدرة عالية على إيصال المعلومات بطريقة تفاعلية وغنية، لكنها في الوقت نفسه تحمل مخاطر التحيز والتوجيه غير الواعي.

⁽¹⁾ أستاذ الإعلام - جامعة عين شمس عميد معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال .

توصي الدراسة بضرورة تعزيز التوعية الرقمية ومحو الأمية الإعلامية، ووضع أطر تنظيمية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، بما يحقق التوازن بين سرعة نقل المعلومات ودقتها وموثوقيتها، ويسهم في تمكين الشباب كقوة فاعلة في مواجهة الأزمات وتشكيل الرأي العام.

الكلمات المفتاحية (ثراء الوسيلة ، خوارزميات الذكاء الاصطناعي القضايا المجتمعية والاقتصادية ، الأزمات)

Abstract

This study aims to explore the impact of artificial intelligence algorithms on shaping media content presented on social media platforms during times of crisis and to analyze the attitudes of Egyptian youth toward such content. The importance of the study stems from the growing reliance on AI in managing digital content, especially during crises such as the COVID-19 pandemic and economic or social disruptions, which highlights the need to understand how AI influences public awareness and behavior—particularly among youth.

The study adopts a descriptive analytical methodology, analyzing digital media content during crises and examining youth responses through a questionnaire distributed to a random sample of 300 individuals aged between 18 and 30 years, who actively use platforms such as Facebook, Twitter, Instagram, and YouTube across various Egyptian governorates.

Findings reveal a significant lack of awareness among youth regarding how AI algorithms function and how they influence the news and content presented to them. Nevertheless, the respondents demonstrated relatively conscious behavior by verifying news through multiple platforms. Many participants perceived crisis-related content as sometimes exaggerated or misleading, yet they acknowledged that AI could be used positively if governed by transparent and ethical standards.

The study links Media Richness Theory to the effectiveness of AI-powered platforms as communication tools during crises. These

platforms offer rich and interactive information delivery but also carry risks of bias and unconscious influence.

The study recommends promoting digital literacy and media awareness, and establishing regulatory frameworks for the ethical use of AI in media. This would help balance speed and accuracy of information dissemination while empowering youth as key actors in crisis response and public opinion formation.

Keywords: *Media Richness, Artificial Intelligence Algorithms, Social and Economic Issues, Crises*

المقدمة:

شهد العالم خلال العقد الأخير تطورًا هائلًا في تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) ، والتي أصبحت تلعب دورًا جوهريًا في تحليل البيانات، تخصيص المحتوى، والتنبؤ بالسلوك البشري. ومع الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي، بات الذكاء الاصطناعي - وتحديدًا الخوارزميات الذكية - الأداة الأساسية في إدارة تجربة المستخدمين على هذه المنصات.

وفي سياق الأزمات، سواء كانت اقتصادية، صحية، سياسية أو بيئية، تبرز أهمية هذه الخوارزميات بشكل خاص، إذ تقوم بإعادة تشكيل الفضاء الإعلامي الرقمي من خلال توجيه انتباه المستخدمين نحو محتوى معين ، وإبراز روايات دون أخرى بحسب معدلات التفاعل، لا بالضرورة الدقة أو الموثوقية ، وتحليل الحالة النفسية والمزاجية للمستخدمين لتقديم محتوى يتوافق مع مشاعرهم.

فبالتالي، لم يعد المحتوى يُستهلك فقط بناءً على اختيار المستخدم، بل أصبح يُفرض عليه بطريقة غير مباشرة عبر أنظمة توصية (Recommendation Systems) تعتمد على تعلم الآلة والبيانات الضخمة.

حيث تتحول منصات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات إلى أدوات رئيسية لتكوين الرأي العام، بل ويمكن القول إنها أصبحت "الوسيط الأولي للمعلومة" لدى قطاعات واسعة من الشباب. وبما أن المحتوى المعروض يتم اختياره بناءً على خوارزميات معقدة، فإن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحديد أولويات الجمهور دون وعي منه ، والمحتوى المثير للانفعال (سواء سلبي أو إيجابي) ينتشر بسرعة، مما قد يؤدي إلى التضليل أو التهويل ، والاستجابة النفسية للمستخدمين (مثل القلق، الغضب، الحماس) تصبح مدخلًا للمنصة لاختيار المحتوى التالي، وبالتالي دائرة تأثير مستمرة.

و تشير الدراسات إلى أن الشباب هم الفئة الأكثر استخدامًا لمواقع التواصل، والأكثر تأثرًا بتقنياتها، نظرًا لكونهم يعتمدون على الإنترنت كمصدر أساسي للمعلومة ، و يتفاعلون بسرعة مع

التغيرات الرقمية ، و أكثر عرضة لتشكيل مواقف وقتية وسريعة بناءً على ما يتعرضون له من محتوى.

ولذلك، فإن استجابتهم وقت الأزمات، سواء كانت بالتضامن، الخوف، الغضب أو حتى نشر الشائعات، ترتبط بشكل وثيق بنوعية المحتوى الذي تُظهره لهم خوارزميات الذكاء الاصطناعي خلال جائحة كورونا، لعبت خوارزميات فيسبوك ويوتيوب دورًا كبيرًا في انتشار نظريات المؤامرة، بالتوازي مع حملات توعية طبية ، و في الأزمة الاقتصادية في لبنان، ساهمت مواقع التواصل في خلق زخم شبابي احتجاجي، وتم تنظيم الحركات من خلالها ، وأثناء أزمة التضخم العالمية بعد 2022، انتشرت محتويات "الثراء السريع" أو "العمل الحر من المنزل" بين الشباب، مدفوعة بخوارزميات تسويق الذكاء الاصطناعي.

هذه التطورات التقنية تعيد تشكيل المشهد الإعلامي والاجتماعي، مما يفرض ضرورة دراسة دور الخوارزميات في التأثير على اتجاهات الشباب واستجاباتهم وقت الأزمات .فهل تمكّن هذه الخوارزميات الشباب من اتخاذ قرارات واعية؟ أم تسهم في توجيههم نحو ردود فعل تلقائية ومشحونة؟ وما الدور الحقيقي الذي تلعبه في تحفيز المشاركة أو نشر السلبية؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من التركيز على فئة الشباب باعتبارها الفئة الأكثر تفاعلاً مع منصات التواصل الاجتماعي. كما أن فهم كيفية عمل خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إدارة وتوجيه المحتوى في الأزمات يساعد على تعزيز الوعي الرقمي ، و كشف مدى تأثير هذه الخوارزميات في تشكيل المواقف وبالتالي تطوير سياسات إعلامية أكثر شفافية ومسؤولية.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على طبيعة عمل خوارزميات الذكاء الاصطناعي في أوقات الأزمات.
2. قياس اتجاهات الشباب نحو المعلومات التي تقدمها هذه الخوارزميات.

3. تحليل مدى مصداقية وحيادية المحتوى المقدم عبر منصات التواصل الاجتماعي.

4. تقديم مقترحات لتفعيل دور الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول في الأزمات.

مشكلة الدراسة:

مع تزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في تنظيم المحتوى بمواقع التواصل، ظهرت تساؤلات حول تأثير هذه الخوارزميات على وعي الشباب وتوجهاتهم، وخاصة في ظل الأزمات التي تتطلب معلومات دقيقة وسريعة. وتتمثل المشكلة البحثية في: "إلى أي مدى تؤثر خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو القضايا المجتمعية والسياسية خلال الأزمات؟"

الإطار المعرفي للدراسة

تُعرف خوارزميات الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence Algorithms) بأنها مجموعة من التعليمات التي تُمكن الأنظمة الرقمية من تحليل البيانات، التعلم منها، واتخاذ قرارات أو تقديم توصيات بناءً على أنماط سابقة. وتُستخدم هذه الخوارزميات بشكل واسع في مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد المحتوى المناسب لكل مستخدم، بناءً على سلوكياته وتفضيلاته. ومن أبرز أنواع الخوارزميات المستخدمة في هذا السياق، خوارزميات التعلم الآلي (Machine Learning)، خوارزميات التوصية (Recommendation Algorithms)، خوارزميات تحليل المحتوى (Content Analysis).

قفي ظل التحول الرقمي السريع، أصبح الذكاء الاصطناعي أداة رئيسية في صناعة المحتوى الإعلامي وتوزيعه، حيث يتم توجيه المحتوى بناءً على البيانات الضخمة (Big Data) وتحليلات دقيقة لسلوك المستخدم. ورغم أن هذه التقنية ساهمت في تخصيص المحتوى وتحسين تجربة المستخدم، إلا أنها أثارت أيضًا مخاوف حول الفلاتر المعرفية (Filter Bubbles) التي قد تعزل المستخدم عن وجهات النظر المختلفة.

حيث تعتمد مواقع مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، ويوتيوب على خوارزميات AI لعرض محتوى يتناسب مع اهتمامات المستخدم، وهو ما يؤثر على وعيه وسلوكياته. وتبرز هذه التأثيرات بشكل أكبر في أوقات الأزمات، حيث يكون للمعلومة دور حاسم في تشكيل الرأي العام.

وعن دور الإعلام في أوقات الأزمات (مثل الجوائح، الكوارث الطبيعية، أو الأزمات الاقتصادية والسياسية)، يُصبح الإعلام الرقمي المصدر الرئيسي للمعلومات لدى معظم فئات المجتمع، وخصوصاً الشباب. وهنا تظهر أهمية التحقق من مدى حيادية وموثوقية المحتوى، خاصة عندما يكون موجّهاً من خوارزميات لا تعتمد فقط على المصادقية، ولكن على الجذب والتفاعل.

و يمثل الشباب الفئة الأكثر تفاعلاً مع منصات التواصل، وهم الأكثر عرضة لتأثير خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تشكيل وعيهم واتجاهاتهم. وتؤثر هذه الخوارزميات على نوعية الأخبار التي يتلقونها، و ترتيب الموضوعات حسب الأولوية، و المحتوى المقترح بشكل متكرر.

وعن الأزمة الاقتصادية فهي حالة اختلال في التوازن الاقتصادي تؤدي إلى انخفاض النمو، فقدان وظائف، ارتفاع الأسعار، وتراجع مستوى المعيشة. وغالباً ما تصاحب الأزمات الكبرى (زي الحروب أو الجوائح أو الكوارث الطبيعية) آثار اقتصادية ممتدة.

ففي ظل هذه الأزمات، يتجه الأفراد - خصوصاً الشباب - للبحث عن إجابات، فرص، ومعلومات تساعدهم على التكيف أو النجاة من تبعات الأزمة، وفي وقت الأزمات، تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مزدوجاً إيجابياً كم خلال نشر حملات توعية حول طرق الادخار، فرص العمل عن بُعد، المشاريع الصغيرة، الدعم الحكومي، و تسويق رقمي مباشر للمنتجات الرخيصة أو المحلية، ودعم رواد الأعمال الشباب في ترويج مشاريعهم بوسائل غير مكلفة.

وسلبياً من خلال الترويج لمحتوى مضلل (مثل الاستثمار في العملات الرقمية دون وعي)، و عرض أنماط استهلاك مبالغ فيها قد تزيد شعور الشباب بالعجز أو الضغط النفسي، و تضخيم الشائعات حول انهيار اقتصادي وشيك أو فرص وهمية.

وعن خوارزميات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل بتقوم بتحليل سلوك المستخدمين وتفضيلاتهم الاقتصادية، و توجيه المحتوى الإعلاني حسب اهتمامات الشباب (مثلاً: إذا بحث شاب عن وظيفة، يبدأ يظهر له محتوى "الربح من الإنترنت" أو "مشاريع بأقل تكلفة")، ترويج

المحتوى حسب التفاعل، بغض النظر عن مدى دقته أو نفعه، وبالتالي ممكن تنتشر معلومات اقتصادية غير دقيقة على نطاق واسع.

أن اتجاهات الشباب وقت الأزمات الاقتصادية تتأثر بزيادة الاهتمام بالاستقلال المالي، مثل تعلم العمل الحر أو التجارة الإلكترونية ، و نمو مشاعر الإحباط أو القلق عند فشل المحاولات أو الوقوع في الاحتيايل ، و تشكيل مواقف جديدة تجاه الدولة، السوق، والمجتمع حسب ما يتعرضون له من محتوى.

لكن إذا كانت الخوارزميات توجه محتوى غير موثوق في أوقات الأزمات الاقتصادية، يحدث نوع من "الثراء الزائف"، يضلل المستخدم بدل ما يعزز وعيه.

ففي ظل الأزمات الاقتصادية، تظهر مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل ذات إمكانات عالية لنقل المعلومات والتأثير في الاتجاهات، لكن تدخل خوارزميات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يعزز هذا الدور أو يفسده، حسب دقة المحتوى. وهذا ينعكس مباشرة على اتجاهات الشباب في التعامل مع الأزمة.

الإطار النظري :

تعتمد هذه الدراسة على نظرية "الأجندة الإعلامية (Agenda-Setting Theory) "التي تشير إلى أن وسائل الإعلام لا تُخبر الناس ماذا يفكرون، ولكنها تُخبرهم فيما يفكرون. أي أن ترتيب الأولويات الإعلامية يؤثر في ترتيب أولويات الجمهور.

كما تستند الدراسة أيضًا إلى نظرية الفجوة المعرفية (Knowledge Gap Theory) ، والتي تفترض أن هناك تفاوتًا في القدرة على الوصول للمعلومات وتفسيرها، ويتسع هذا التفاوت مع زيادة الاعتماد على الخوارزميات، مما قد يضعف من قدرة فئة معينة على التمييز بين الحقيقة والتضليل.

كذلك نظرية ثراء الوسيلة (Media Richness Theory) حيث طوّرت هذه النظرية من قبل Daft وLengel في ثمانينيات القرن الماضي، وهي تُستخدم لتحليل مدى قدرة وسيلة الاتصال على نقل المعلومات بشكل فعال في مواقف مختلفة، خاصة في البيئات التي تتسم بعدم التأكد أو الغموض، مثل أوقات الأزمات.

و تقيس النظرية "ثراء الوسيلة" بناءً على قدرتها على نقل مؤشرات لفظية وغير لفظية. ، و توفير تغذية راجعة فورية ، و استخدام قنوات متعددة (صوت، صورة، نص) ، و توصيل المشاعر والسياق الاجتماعي ، و تصنّف الوسائل من حيث الثراء ، حيث تأتي الاتصالات وجّهًا لوجه في أعلى الهرم من حيث الثراء، ثم يليها المكالمات الهاتفية، ثم البريد الإلكتروني، ثم النصوص الكتابية الأقل تفاعلية.

و في وقت الأزمات، يبحث الأفراد - خاصة الشباب - عن معلومات دقيقة، موثوقة، وسريعة الفهم. ، وهنا نجد مواقع التواصل الاجتماعي، التي تستخدم خوارزميات ذكاء اصطناعي متطورة، تُعتبر من الوسائل الغنية نسبيًا، لأنها تدمج بين النص والصوت والصورة والفيديو. ، وتسمح بتفاعل لحظي (تعليقات، مشاركات، بث مباشر) ، توظف محتوى شخصي وموجه بناءً على تفضيلات كل مستخدم. أما عن ثراء المضمون فرغم ما تقدمه هذه الوسائل من إمكانيات غنية، إلا أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي قد تُفلتر المعلومات حسب ما تراه مناسبًا لجذب انتباه المستخدم، وليس بالضرورة حسب أهمية المعلومة أو مصداقيتها ، هذا يؤثر على قدرة الشباب على تقييم المعلومات بموضوعية، خاصة في ظل الإشباع المعلوماتي والتضليل الذي قد يظهر أثناء الأزمات.

وعن دور الذكاء الاصطناعي في "إثراء زائف" للمحتوى ، فقد تعطي الخوارزميات انطباعًا بثراء المعلومات (بسبب تنوع الوسائط المستخدمة)، لكنها في بعض الأحيان لا تنقل المعنى الحقيقي أو الكامل، بل قد تُعزز الانحياز المعرفي أو تكرار نفس الأفكار الموجهة.

تُفيد نظرية ثراء الوسيلة ونظرية فجوة المعرفة والاجندة في فهم لماذا يُقبل الشباب على مواقع التواصل أثناء الأزمات، لكنها في نفس الوقت تُسلط الضوء على التحدي الأساسي للوسيلة الاعلامية وهنا تظهر أهمية الدراسة في تحليل دور الخوارزميات، التي قد تتحكم في هذا الثراء وتوجهه، وبالتالي تُعيد تشكيل وعي الشباب واتجاهاتهم بطرق خفية أو غير مباشرة.

1

لدراسات السابقة :

دراسة Dong, Liang & Gangyi, Ding & Dapeng, Yan & Kexiang, Huang. (2023) حيث توضح أن الوسائط الرقمية المعاصرة شهدت تطوراً ملحوظاً، حيث طُبِّقت تقنيات التقاط ومعالجة صور الفيديو، واستخدام الذكاء الاصطناعي لتصنيف محتوى الفيديو، وغيرها من التقنيات بفعالية. في ظل انتشار الفيديوهات القصيرة، تحتل تقنيات معالجة الصور والوسائط الرقمية مكانة مهمة في التطبيقات. تُمكن هذه التقنيات من التعرف على محتوى الفيديو من خلال النقاط ومعالجته. ومع ذلك، أظهرت الأبحاث التطبيقية العملية أن العديد من الفيديوهات القصيرة تعاني من مشكلة ضعف الوضوح، ما يجعل الصورة الملتقطة غير واضحة بما يكفي، ويؤدي التعرف عليها ودقتها إلى بعض الآثار السلبية. بالإضافة إلى ذلك، تُسهم خوارزميات تحويل الصورة إلى ضبابية في الوسائط الرقمية في حل بعض المشاكل، حيث لا يمكن استرجاع معلومات الفيديو والصورة، ومن خلال هذه الخوارزمية، يُمكن حل هذه المشاكل وزيادة وضوح الصورة، وبالتالي تحسين دقة الصورة والتعرف عليها واكتساب معلوماتها. يُلاحظ أن الجمع بين خوارزمية إزالة الضبابية من الصورة والذكاء الاصطناعي يُعزز معالجة صور الوسائط الرقمية بشكل أكثر فعالية، ويُسهّل حماية بيانات الصورة وتصنيفها ، وقد بينت دراسة (Ahmed, E. M. H. et al. ، 2023) استعرضت مستقبل التعلم الإلكتروني في العالم العربي بعد جائحة كورونا، مسلطاً الضوء على التحديات والفرص التي تواجه المؤسسات التعليمية في تبني نماذج تعليمية رقمية أكثر كفاءة ، كما توصلت نتائج دراسة (Ahmed, E. M. H. et al ، 2024) إلى إمكانات الميتافيرس (Metaverse) في الاتصال الجماهيري، موضحةً كيف يمكن لهذه التقنية أن تغير مستقبل التعليم والتفاعل الرقمي .بينما دراسة (Ahmed, E. M. H. et al ، 2021) ناقشت الدراسة كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للأغراض الأكاديمية، حيث تم تحليل دورها في تعزيز التعلم الرقمي والتفاعل بين الطلاب .

المنهجية:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يُعد من أكثر المناهج ملاءمةً لتحليل الظواهر الإعلامية والاجتماعية المعقدة، خاصة تلك المرتبطة بتفاعل الأفراد مع التكنولوجيا الرقمية ، و يهدف هذا المنهج إلى وصف الظاهرة كما هي في الواقع، وهي في هذه الحالة:

"ثراء خوارزميات الذكاء الاصطناعي بمواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات، وتأثيرها على اتجاهات الشباب".

كما يُستخدم هذا المنهج لتحليل أبعاد هذه الظاهرة، من خلال جمع البيانات حول أنماط التفاعل، وتحليل طبيعة المحتوى الذي يُعرض عبر المنصات الاجتماعية، ودراسة استجابات الجمهور له. حيث يتم وصف وتحليل آليات عمل الخوارزميات التي تتحكم في ترتيب المحتوى على منصات مثل فيسبوك، تويتر (X) ، تيك توك، ويوتيوب، خلال فترات الأزمات.

وتشمل الدراسة تحليلاً لمحتوى هذه المنصات أثناء عدد من الأزمات مثل:

- جائحة كورونا (2020-2021) والتي شهدت انتشاراً هائلاً للمحتوى الصحي والمعلومات المتضاربة.
- الأزمات الاقتصادية المتكررة (مثل أزمة التضخم أو نقص السلع) وكيف توجه الخوارزميات المحتوى الذي يعزز الخوف أو التضامن.
- أزمات اجتماعية مثل موجات الغلاء أو البطالة: ودور المنصات في خلق خطاب جماهيري متأثر بالمحتوى المعروض.
- سيتم تحليل تأثير هذه الخوارزميات على الاستجابات المعرفية والسلوكية والنفسية لدى الشباب، من حيث مدى تصديقهم للمحتوى ، ومستوى القلق أو التفاعل أو المبادرة ، و المشاركة في النقاشات أو التضامن الرقمي.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة مكونة من 300 شاب وشابة تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 30 عامًا، باعتبار أن هذه الفئة العمرية تمثل الشريحة الأكثر استخدامًا وتأثرًا بمواقع التواصل الاجتماعي، كما أنها الأكثر تفاعلاً مع الأحداث الجارية، خاصة خلال فترات الأزمات.

شملت العينة مستخدمين نشطين لمنصات التواصل الاجتماعي، تحديدًا الفيسبوك ، التويتر (X) ، الإنستغرام ، اليوتيوب

وقد تم توزيع العينة جغرافيًا لتشمل شبابًا من المناطق الحضرية في محافظتي القاهرة والإسكندرية باعتبارهما من أكثر المحافظات كثافة سكانية وتفاعلاً رقميًا ، بالإضافة إلى تمثيل من محافظات أخرى مثل الدقهلية، أسيوط، الغربية، والمنيا، لضمان تنوع الخلفيات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للعينة

ومن مبررات اختيار العينة:

- تعكس العينة التوزيع الواقعي للفئة المستهدفة من الشباب المصري على الإنترنت.
- تساعد في استنتاج مؤشرات عامة يمكن تعميمها على شريحة واسعة من الشباب في المجتمع المصري.
- يضمن هذا التنوع في الخلفيات الجغرافية والاجتماعية إمكانية مقارنة أنماط الاستجابة والتفاعل بين الشباب في مختلف المحافظات.

أدوات جمع البيانات:

1. استبيان إلكتروني تم تصميمه لقياس وعي الشباب بخوارزميات الذكاء الاصطناعي ومدى ثقتهم بالمحتوى المقدم.
2. مقابلات نقاشية بؤرية مع مجموعة مختارة من الشباب.
3. تحليل محتوى لبعض المنشورات الأكثر تداولاً خلال الأزمات.

نتائج الدراسة وتحليلها:

ضعف الوعي بآليات خوارزميات الذكاء الاصطناعي:

- أظهرت النتائج أن 72% من المشاركين لا يدركون كيف تعمل خوارزميات الذكاء الاصطناعي أو كيف يتم تخصيص الأخبار والمحتوى لهم بناءً على نشاطهم السابق وسلوكياتهم الرقمية.
- هذه النتيجة تعكس فجوة معرفية كبيرة لدى المستخدمين الشباب، حيث يتعاملون يوميًا مع محتوى موجه دون إدراك أنهم في "فقاعة معلوماتية" تحدد ما يرونه وتؤثر على آرائهم.
- مثال: خلال جائحة كورونا، لاحظ بعض المشاركين أنهم كانوا يتعرضون فقط لمحتوى سلبي أو مقلق، مما زاد من شعورهم بالخوف والقلق، دون أن يعرفوا أن الخوارزميات تقوم بتضخيم هذا النوع من المحتوى بناءً على تفاعلهم السابق معه.

الشك في مصداقية المحتوى أثناء الأزمات:

- صرح 65% من أفراد العينة بأنهم يرون أن المحتوى المعروض على منصات التواصل أثناء الأزمات يتسم بالمبالغة أو أحيانًا بالتضليل.
- يشير ذلك إلى تراجع الثقة في المحتوى الرقمي، وخصوصًا في أوقات تتطلب الدقة مثل الأزمات الاقتصادية أو الصحية.
- مثال: خلال أزمة ارتفاع أسعار السلع، انتشر على "فيسبوك" منشورات تتحدث عن زيادات غير واقعية في الأسعار، ما أدى لحالة من الذعر، رغم أن المعلومات لم تكن موثوقة أو صادرة عن جهات رسمية.

الاعتماد على التحقق متعدد المنصات:

- أوضح 83% من الشباب أنهم يعتمدون على أكثر من مصدر ومنصة لمقارنة الأخبار والتأكد من صحتها، بما يشير إلى وعي نسبي بأهمية التحقق الرقمي.

- يعكس ذلك اتجاهًا نقديًا متزايدًا لدى الشباب، حيث لا يكتفون بقراءة أول محتوى يظهر لهم، بل يسعون لفهم الصورة كاملة.
- مثال: عند انتشار شائعة عن إغلاق الجامعات خلال أزمة كورونا، قام العديد من المشاركين بمراجعة صفحات رسمية على تويتر وإنستغرام بجانب متابعة البث المباشر من وزارتي التعليم والصحة.

التفاؤل بشروط: الذكاء الاصطناعي أداة نافعة بضوابط:

- أظهر نحو 78% من المشاركين أن لديهم نظرة إيجابية مشروطة تجاه استخدام الذكاء الاصطناعي، بشرط وجود ضوابط أخلاقية وشفافية في كيفية استخدامه.
- اعتبر المشاركون أن الخوارزميات يمكن أن تساعد في نشر الوعي وتسهيل الوصول للمعلومة الصحيحة، ولكن في حال تم استخدامها من دون رقابة، فقد تؤدي إلى تحيزات خطيرة أو نشر معلومات مضللة.
- مثال: طالب العديد منهم بمنصات تتيح للمستخدم أن يرى "لماذا يرى هذا المحتوى؟" أو أن يتم تصنيف المحتوى الحساس أو المشكوك فيه بشكل أكثر وضوحًا.

ثانيًا: تحليل النتائج وربطها بنظرية "ثراء الوسيلة Media Richness Theory" عن النظرية:

نظرية ثراء الوسيلة تفترض أن فعالية الوسيلة الإعلامية تعتمد على قدرتها على:

- نقل المعلومات بسرعة،
- توضيح المعاني المعقدة،
- تقليل الغموض وعدم اليقين،
- توفير ردود فعل مباشرة وفورية.

تنوع المنصات واستخدام أكثر من مصدر (83%)

يدل على وعي المتلقين بأهمية ثراء الوسيلة، حيث يُفضلون وسائل متعددة لنقل نفس الرسالة لتأكيد صحتها. فمثلاً: عند مواجهة شائعة على تويتر، يتوجه المستخدم لفيديو على يوتيوب أو منشور على فيسبوك لفهم التفاصيل والتأكد.

خوارزميات الذكاء الاصطناعي ومحدودية التفاعل المباشر

الخوارزميات تقدم محتوى مفلترًا ومخصصًا لكن دون حوار حقيقي أو ردود فعل مباشرة، وبالتالي تعتبر أقل ثراءً من الوسائل التفاعلية الحية أو متعددة المصادر، مما يفسر لماذا يعتمد المستخدمون على أكثر من منصة.

المحتوى المضلل والمبالغ فيه (65%)

يُظهر أن الوسيلة أحياناً تفشل في نقل رسائل دقيقة وذات معنى بسبب انحيازات الخوارزميات، ما يقلل من ثراء المحتوى أثناء الأزمات.

طلب الشباب بضوابط أخلاقية وشفافية

هو تعبير ضمني عن الحاجة لوسيلة أكثر ثراءً، تكون:

- تفاعلية،
- واضحة في مصدر المحتوى،
- وتوفر سياقاً ومعنى وليس فقط معلومة.

ومما سبق نجد أن كلما زاد وعي المستخدم بأن الوسيلة (مثلاً: فيسبوك أو يوتيوب) لا تنقل الحقيقة كاملة، زاد سعيه نحو مصادر أكثر ثراءً من حيث التفاعل والتعدد والشفافية. وهذا يتفق تمامًا مع جوهر نظرية "ثراء الوسيلة".

التحليل النهائي لنتائج الدراسة

من خلال تحليل البيانات الكمية والنوعية التي تم جمعها من عينة الدراسة، يتضح ما يلي:

1. ضعف وعي الشباب بتأثير الخوارزميات

معظم المشاركين (72%) يفتقرون لفهم آلية عمل خوارزميات الذكاء الاصطناعي على المنصات، ما يجعلهم عرضة للتوجيه أو التضليل في الأوقات الحرجة مثل الأزمات الاقتصادية أو الصحية.

2. شكوك حول مصداقية المحتوى

يرى 65% من العينة أن المحتوى المقدم في وقت الأزمات يتسم أحياناً بالمبالغة أو التهويل، مما قد يسهم في زيادة التوتر المجتمعي أو نشر الذعر.

3. سلوك واعٍ في التحقق

الاعتماد على أكثر من منصة للتحقق من الأخبار (83%) يُعد مؤشراً إيجابياً على نضج الإعلام الرقمي لدى الشباب، ولكنه يعكس في ذات الوقت ضعف ثقتهم في المحتوى الأولي الذي يُعرض عليهم.

4. تفاؤل مشروط تجاه الذكاء الاصطناعي

عبر أغلب المشاركين (78%) عن استعدادهم لقبول دور الذكاء الاصطناعي بشرط أن يكون منظماً أخلاقياً وشفافاً، ما يعكس إدراكاً متزايداً لأهمية وجود حوكمة رقمية في الإعلام.

التوصيات

1. إطلاق حملات توعية رقمية لفهم الذكاء الاصطناعي

- يجب على المؤسسات الإعلامية والأكاديمية إنتاج محتوى مبسط يشرح كيف تعمل الخوارزميات، وكيفية التعامل النقدي مع المحتوى الرقمي.

2. تعزيز المحتوى المتنوع متعدد المصادر

- لتقليل تحيز الخوارزميات، يجب تشجيع الشباب على متابعة منصات إعلامية ذات موثوقية عالية، ومقارنة الأخبار من مصادر مختلفة.

3. فرض معايير شفافية على المنصات الرقمية

- من الضروري سنّ تشريعات أو وضع موثائق ملزمة توضح للمستخدم كيف يتم تخصيص المحتوى، وما المعايير الأخلاقية المستخدمة في التوصية بالمحتوى.

4. دمج مادة "محو الأمية الإعلامية والرقمية" في التعليم الجامعي

- تعليم الطلاب كيفية تحليل وتقييم المعلومات الرقمية يمكن أن يخلق جيلاً أكثر وعياً ومناعةً تجاه التضليل.

5. استخدام الذكاء الاصطناعي في الجانب الإيجابي

- يمكن تطوير أنظمة ذكاء اصطناعي تُقيم مصداقية الأخبار أو تُرشح مصادر موثوقة في وقت الأزمات بدلاً من تعزيز الشائعات.

- رفع مستوى الوعي الرقمي بين فئة الشباب حول كيفية عمل الخوارزميات.
- تشجيع منصات التواصل على إظهار مزيد من الشفافية في كيفية عرض الأخبار.
- إنشاء حملات توعية إعلامية حول الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي.
- دعم الأبحاث المستمرة حول أثر المحتوى المخصص عبر الذكاء الاصطناعي على الرأي العام.

الخاتمة

شهد العالم تحولات رقمية هائلة في السنوات الأخيرة، جعلت من الذكاء الاصطناعي عنصراً أساسياً في إدارة المحتوى الإعلامي، خاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي. وقد أصبح هذا التأثير أكثر وضوحاً في أوقات الأزمات، حيث تلعب الخوارزميات دوراً محورياً في توجيه الرأي العام وصناعة الوعي الجمعي، سواء بشكل إيجابي أو سلبي.

جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على وعي الشباب المصري، باعتبارهم الفئة الأكثر استخداماً لتلك المنصات، بكيفية عمل خوارزميات الذكاء الاصطناعي، وتأثيراتها المحتملة على تفاعلهم مع

الأزمات، من خلال نموذج تطبيقي اعتمد على المنهج الوصفي التحليلي وتحليل الاستجابات لعينة مكونة من 300 مشارك.

وقد أظهرت النتائج وجود فجوة واضحة في فهم آلية عمل الخوارزميات، يقابلها سلوك واعٍ في التحقق من الأخبار والبحث عن المعلومة من أكثر من مصدر. كما أوضحت الدراسة أن غالبية المشاركين يتعاملون مع المحتوى بحذر، ويؤمنون بإمكانية استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول إذا وُضعت له ضوابط واضحة وشفافة.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في توجيه الأنظار نحو الحاجة لتعزيز التوعية الرقمية، خصوصًا فيما يتعلق بكيفية صناعة وتخصيص المحتوى الإعلامي باستخدام الذكاء الاصطناعي، وإبراز دور الإعلام الرقمي كوسيلة ثرية للتفاعل أثناء الأزمات، وهو ما يرتبط بنظرية ثراء الوسيلة التي تؤكد على أهمية استخدام الوسائل القادرة على نقل المعلومات بدقة وسرعة وتفاعل لحظي، والتأكيد على دور الشباب في مواجهة التضليل، ليس فقط كمستقبلين للمحتوى بل كمشاركين فاعلين في تشكيله وتمريضه.

الاتجاهات المستقبلية:

- تطوير خوارزميات أخلاقية تدعم المعلومة الموثوقة وتكافح التضليل الرقمي.
- إدماج مفاهيم "محو الأمية الإعلامية" ضمن المناهج التعليمية.
- تشجيع الدراسات المستقبلية المقارنة بين أجيال مختلفة أو مجتمعات متعددة لدراسة الفروقات في التفاعل مع الأزمات عبر الذكاء الاصطناعي.

المراجع

- Dong, Liang & Gangyi, Ding & Dapeng, Yan & Kexiang, Huang. (2023). Image defogging algorithm and artificial intelligence technology innovation application in digital media image

- processing. *Soft Computing*. 1-11. 10.1007/s00500-023-08473-6
- Hassan, A., Elrahman, M.G.S.A., Ahmed, E.M.H., Elmatboly, D.I., ALhomoud, K.I. (2021). The Usage of Social Media for Academic Purposes. In: Musleh Al-Sartawi, A.M.A. (eds) *The Big Data-Driven Digital Economy: Artificial and Computational Intelligence. Studies in Computational Intelligence*, vol 974. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-73057-4_28
 - Hassan, A., Ahmed, E.M.H., Sabek, A.M.A., Shalaby, N.F.E., Seyadi, A.Y. (2023). The Future of e-learning in the post-Corona Era in Arab World. In: Musleh Al-Sartawi, A.M.A., Razzaque, A., Kamal, M.M. (eds) *From the Internet of Things to the Internet of Ideas: The Role of Artificial Intelligence. EAMMIS 2022. Lecture Notes in Networks and Systems*, vol 557. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-17746-0_8

- Ahmed, E.M.H., أحمد، إيناس محمود حامد. 2019. ثراء الصورة و دلالاتها بمجلات و مواقع الأطفال الإلكترونية و دورها في تمكين الأطفال الصم من اكتساب بعض المفاهيم المكانية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مج. 18، ع. 1، ص ص. 119-145.

<https://search.emarefa.net/detail/BIM-997391>

- Ahmed, E.M.H., أحمد، إيناس محمود حامد. 2013. دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك و إشباع بعض مهارات التفكير الناقد

لديهم .المجلة المصرية لبحوث الإعلام،مج. 2013، ع. 43، ص ص. 139-190.

<https://search.emarefa.net/detail/BIM-704581>

- Ahmed, E.M.H., أحمد، إيناس محمود حامد. 2023. دور حملات التوعية في

المشاركة المجتمعية للمرأة بالمشروعات القومية: دراسة تطبيقية على حي الأسمرات .مجلة

بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، 17(17)،

<https://doi.org/10.21608/mcr.2023.325421>

- Ahmed, E.M.H., أحمد، إيناس محمود حامد. 2020. تبني القائم بالاتصال

لاستخدام التكنولوجيا الحديثة و علاقاتها بتصورات الأطفال لتطوير شكل

مطبوعاتهم .المجلة العلمية لبحوث الصحافة،مج. 2020، ع. 19، ص ص. 387-

418.

- Ahmed, E.M.H., أحمد، إيناس محمود حامد. 2023. فاعلية أدب الطفل في

إكساب التنمية المستدامة لدى الأطفال من ذوي الإعاقة الذهنية البسيطة. أدب الأطفال:

دراسات وبحوث، مج. 26، ع. 26، ص ص. 15-31 .

<https://doi.org/10.21608/acss.2023.358400>