مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية
- أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

أ.م.د/ إبراهيم بسيونى - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

د/ جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد الخامس والسبعون- الجزء الأول - محرم ١٤٤٧هـ - يوليو ٢٠٢٥م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا للقواعد الآتية:

- **يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.**
- **ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمرًا علميًا.**
- **لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.**
- **يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.**
- **يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.**
- **يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.**
- **لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.**
- **تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر .**
- **ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- الاتجاهات الحديثة في البحوث الصحفية للصراع العربي الإسرائيلي- دراسة تحليلية من المستوى الثاني أ.م.د/ إبراهيم علي بسيوني محمد — ٩
- الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات سيميائية الصورة الدرامية: دراسة تحليلية من المستوى الثاني أ. م. د/ نادية قطب إبراهيم — ١٤٩
- دور البرامج الإذاعية الرقمية في تعزيز تفاعل الجمهور عبر المنصات الإلكترونية «دراسة للبودكاست التفاعلي» أ.م.د/ محمود جمال سيد — ٣٢٧
- الفجوة الجيلية في استخدام المنصات الرقمية: التحوّلات السلوكية بين المراهقين والشباب في ظلّ صعود الذكاء الاصطناعي- دراسة ميدانية مقارنة أ.م.د/ نها عبد المقصود غالي — ٤٦٩
- انعكاسات استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب النفسي لدى طلاب الجامعات المصرية: «دراسة ميدانية» أ.م.د/ ممدوح السيد شتلة — ٥٧٩
- تعرض الجمهور المصري لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالصورة الذهنية المكونة لديهم - دراسة ميدانية أ.م.د/ رباب صلاح السيد إبراهيم — ٦٧٣
- تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحوه.. دراسة ميدانية د/ محمد محب ناصف — ٧٧٣

- دور الإعلانات المقروءة من مضيفي البودكاست في الثقة المُدركة والتفاعل مع العلامات التجارية - دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الارتباط العاطفي مع العلامة التجارية ٨٥٥
  د/ منة الله محمد عبد الحميد

- وعي طلاب الإعلام بالجامعات المصرية بعلاقة تحيز الخوارزميات بالاضطهاد الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة حالة لإعلام أسيوط ٩٣١
  د/ شريهان محمد توفيق عبد الحافظ

- الابتكار في استراتيجيات العلاقات العامة وعلاقته بتنمية الرفاه الرقمي في بيئات العمل الهجينة: دراسة تطبيقية على جامعة عين شمس ٩٧٥
  د/ سمر أحمد حسانين مهران

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«وقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة – الآية ١٠٥

الافتتاحية

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواجد أمين

رئيس التحرير

مجلة البحوث الإعلامية ..الأولى عربيًا

الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله

وبعد ،،

القراء والباحثين الأعزاء ..

نقدم لكم العدد الخامس والسبعين من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدر عن كلية الإعلام جامعة الأزهر ، وقد حصلت المجلة على سمعة طيبة – بفضل الله تعالى - بين الباحثين وأساتذة الإعلام على مستوى مصر والوطن العربي، حيث صنفت وفقا لتقييم المجلس الأعلى للجامعات وللعام الرابع على التوالي بأعلى درجة تقييم ، وكانت من أولى المجلات التي تحصل على سبع نقاط ، وحصلت على تصنيف فئة Q١ وفقًا لمعامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية"أرسيف"، وهي الفئة الأعلى في المجلات العلمية ، حيث تعد المجلة وفقًا للتقرير السنوي للمجلات العربية لعام ٢٠٢٤ هي الأولى عربيًا في تخصص الإعلام والاتصال ، والسادسة على مستوى بقية المجلات العلمية في التخصصات الأخرى للعام ٢٠٢٤ م ، وهي مرتبة متقدمة تليق بالمجلة ، لأنها نتاج جهد وتوفيق من الله تعالى ، وأعتقد أن وراء هذا التميز مجموعة من الأسباب :

أولا: المجلة لديها نظام صارم في قبول أو عدم قبول الأبحاث العلمية ، إذ تخضع الدراسات لنظام تحكيم معمى من اثنين من المحكمين لا تقل رتبتهم عن درجة أستاذ ، وفي التخصص الدقيق للبحث .

ثانيا : تضم قائمة المحكمين كل أساتذة الإعلام بفروعه وتخصصاته الدقيقة المختلفة من جامعة الأزهر والجامعات المصرية الذين يقرؤون البحوث العلمية بعناية ، ويقومون بإعداد قائمة طويلة من التعديلات التي تستهدف تقوية البحث ، مما يعود بالنفع على الباحث والمجلة .

ثالثا: وجود درجة ثقة عالية من الباحثين للنشر في مجلة البحوث الإعلامية ، لما يلمسونه من جدية في الإجراءات والمراحل المختلفة للتعامل مع البحث والباحث من قبل هيئة تحرير المجلة ، وانتشرت مقولة مهمة بين الباحثين : أنهم يدخرون الأبحاث القوية للنشر في مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر .

رابعا : لابد هنا من الإشادة بالمستوى الاحترافي الذي يقوم به أعضاء هيئة تحرير المجلة ابتداء من التأكد من اتباع أخلاقيات النشر العلمي ، وانتهاء بإتاحة المجلة بأوعيتها الرقمية والورقية ، ومرورا بكل مراحل التعامل مع البحث والباحث ، ومما تجدر الإشارة إليه أن النظام الإلكتروني في المجلة سجل رفض نشر ١٤١ بحثا خلال الثلاث سنوات الأخيرة ، إما لرفض المحكمين للبحث أو لعدم استيفاء شروط النشر العلمي وفق ضوابط النشر في المجلة .

خامسا : الإتاحة الرقمية لأكثر من ٩٥ ٪ من أبحاث المجلة التي نشرت بها منذ العام ١٩٩٣م ، وكانت النتيجة وفقا للإحصائيات المتوفرة في موقع المجلة الإلكتروني أن المجلة تتيح رقميا أكثر من ١١٨٠ بحثا علميا بنظام الإتاحة المجانية open access ، تم تحميلها من قبل الباحثين والمهتمين لحوالي ١٣٠٠٠٠٠ مرة تحميل (مليون وثلاثمائة ألف تحميل لملفات ال PDF الخاصة بأبحاث المجلة) كما تم استعراض هذه البحوث – بدون تحميل – لأكثر من سبعمائة وخمسين ألف مرة ، وهي أرقام تؤشر لأهمية وثراء ونوعية البحوث المنشورة في المجلة .

وفي الختام أود أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى قيادات جامعة الأزهر : الأستاذ الدكتور سلامة داود رئيس الجامعة والأستاذ الدكتور محمود صديق نائب رئيس الجامعة للدراسات العليا والبحوث ، و لشركاء النجاح من الباحثين والأساتذة المحكمين وهيئة تحرير المجلة ، ونسأل الله تعالى دوام التوفيق ، وأن يستعملنا في طاعته ومرضاته ، إنه ولي ذلك والقادر عليه .

وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

والحمد لله رب العالمين .

أ.د/ رضا عبد الواجد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

و رئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنه	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	2536-9393	2735-4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-914X	2682-4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536-9237	2735-4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9158	2682-4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9131	2682-4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110-5836	2682-4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	1110-5844	2682-4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357-0407	2735-4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	2356-9891	2682-4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314-8721	2314-873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735-3796	2735-377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812-4812	2812-4820	2023	7

الفجوة الجيلية في استخدام المنصات الرقمية: التحوّلات السلوكية بين المراهقين والشباب في ظلّ صعود الذكاء الاصطناعي

«دراسة ميدانية مقارنة»

The Generational Gap in the Use of Digital Platforms: Behavioral Transformations Among Adolescents and Young Adults in the Age of Artificial Intelligence

"A Comparative Field Study"

أ.م.د/ نها عبد المقصود غالي

أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد- كلية الآداب - جامعة دمنهور

Email: noha.ghaly@art.dmu.edu.eg

ملخص الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في تسليط الضوء على الفجوة الجيلية بين المراهقين والشباب في استخدام المنصات الرقمية، مع التركيز على أنماط الاستخدام والتحولات السلوكية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية، إضافة إلى استكشاف توجهات كل من المراهقين والشباب تجاه مستقبل الذكاء الاصطناعي، وقد اعتمدت الدراسة على منهجية مقارنة لدراسة الفروقات بين الفئتين، من خلال استقصاء ميداني شمل عينة تضم 400 فرد، تم تقسيمهم بالتساوي بين المراهقين (من 13 إلى 18 عامًا) والشباب (من 18 إلى 23 عامًا).

وأظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائيًا في عدد ساعات استخدام المنصات الرقمية بين الفئتين، حيث لوحظ أن المراهقين يميلون إلى استخدام هذه المنصات لمدة معتدلة تتراوح بين 4 إلى 6 ساعات يوميًا، بينما سجل الشباب استخدامًا مكثفًا يصل إلى أكثر من 6 ساعات يوميًا، كما كانت منصة TikTok الأكثر تفضيلًا بين الفئتين، يليها Facebook وInstagram وYouTube ، ومع ذلك، كانت هناك بعض الفروقات بين المراهقين والشباب في تفضيل المنصات، حيث تميز المراهقون بتفضيل Instagram وSnapchat، بينما كان الشباب يفضلون Facebook وTelegram.

من حيث الدوافع، أظهرت النتائج تفوق الدوافع المعرفية التي تتعلق بتوسيع المعرفة وتعلم المهارات لدى الفئتين، يليها الدوافع الاجتماعية التي تشمل التواصل مع الأصدقاء والعائلة، ثم الترفيهية والنفسية.

الكلمات الدالة: الفجوة الجيلية -المنصات الرقمية- التحولات السلوكية- الذكاء الاصطناعي.

Abstract

The study aims to shed light on the generational gap between teenagers and young adults in the use of digital platforms, with a focus on usage patterns, behavioral transformations, and their impact on social relationships. Additionally, it seeks to explore the attitudes of both groups toward the future of artificial intelligence. The study employed a comparative methodology through a field survey conducted on a sample of 400 participants, equally divided between teenagers (13–18 years) and young adults (18–23 years).

The results revealed statistically significant differences in the number of hours spent on digital platforms. Teenagers tended to use these platforms moderately, averaging 4–6 hours per day, whereas young adults reported intensive use exceeding 6 hours daily. TikTok emerged as the most preferred platform for both groups, followed by Facebook, Instagram, and YouTube. Notably, teenagers showed a stronger preference for Instagram and Snapchat, while young adults favored Facebook and Telegram.

Regarding usage motivations, cognitive motives related to knowledge expansion and skill development ranked highest for both groups, followed by social motives (such as maintaining connections with friends and family), and then entertainment and psychological motives. Although teenagers displayed a greater tendency toward passive interaction (browsing without direct engagement), both groups showed moderate levels of interaction through likes, comments, and shares.

Keywords: Generational Gap – Digital Platforms – Behavioral Transformations – Artificial Intelligence.

مقدمة:

يشهد العالم المعاصر تحولًا جذريًا في أنماط الاتصال والسلوك الرقمي؛ نتيجة للتطور السريع في تقنيات الذكاء الاصطناعي، هذا التحول التكنولوجي الذي لم يقتصر على تطوير الأدوات الرقمية فقط، بل أتاح للمنصات الرقمية أن تصبح بيئةً ملائمةً لمختلف أشكال التفاعل الاجتماعي، ومجالًا لإنتاج المعنى وإعادة تشكيل السلوك والعلاقات، بما يتناسب مع تقنيات الذكاء الاصطناعي المدمجة فيها، وفي هذا السياق لم تعد المنصات الرقمية مجرد وسيلة للتواصل، بل أصبحت قوى مؤثرة في شكل التفاعل والتواصل داخل المجتمعات.

تتسم فئتا المراهقين والشباب بشدة الارتباط بهذه المنصات الرقمية، حيث يتمتعون بحضور قوي على منصات مثل: فيسبوك، إنستجرام، وتيك توك، فضلًا عن استخدامهم المتزايد لتقنيات الذكاء الاصطناعي، إلا إن استخدامهم لهذه المنصات يتباين بشكل ملحوظ، وهو ما يكشف عن فجوة جيلية متنامية حيث إن المراهقين يظهرون استجابة أسرع وأكثر تطوراً للأدوات الرقمية والذكاء الاصطناعي مقارنة بالشباب الذين قد يواجهون تحديات أكبر في التكيف مع هذه التقنيات الجديدة، وهذا الاختلاف بين الفئتين يمكن أن يُعزى إلى اختلافات في المستوى المعرفي، والتجربة التقنية، والقدرة على التفاعل مع التقنيات الذكية.

في ظلّ التحوّلات المتسارعة التي يشهدها العصر الرقمي، تبرز الفجوة الجيلية كإحدى أبرز التحديات التي تواجه المجتمعات الحديثة، لاسيما في سياق استخدام المنصات الرقمية وتفاعل الأجيال المختلفة معها، إذ يشير مفهوم "الجيل" إلى جماعات متقاربة في العمر، تعيش ضمن فترة زمنية وتاريخية محددة، وعادةً ما يفصل بين كل جيل والذي يليه ما بين عشرين إلى ثلاثين عامًا، ويُلاحظ في المجتمعات المعاصرة وجود ما بين ثلاثة إلى

أربعة أجيالٍ تتعايش في آن واحد، مما يفتح المجال أمام تباينات واضحة في أنماط التفكير، والتجارب، وأساليب التفاعل مع التكنولوجيا، لاسيما مع صعود الذكاء الاصطناعي وتدخله في تفاصيل الحياة اليومية.

كما يتفاوت السلوك الرقمي لكل من المراهقين والشباب في استجابته للأدوات الذكية، فقد أظهرت الدراسات أن المراهقين -بفضل تجاربهم المتعددة مع التطبيقات الذكية والألعاب التفاعلية- يتفاعلون بشكل أكثر إيجابية مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في حين يظل الشباب -في بعض الحالات- في حالة من التردد أو التحفظ حِيال بعض هذه الأدوات، وقد تؤثر هذه الاختلافات في سلوكهم على تكوين العلاقات الاجتماعية والاتصالية، مما يعزز أو يضعف روابطهم المجتمعية والعائلية.

وفي هذا الإطار، فإن فهم التحولات السلوكية بين المراهقين والشباب في علاقتهم بالمنصات الرقمية وأدوات الذكاء الاصطناعي لا يُعد فقط ضرورة علمية، بل هو مدخل مهم لتقليص الفجوة الجيلية، وضمان تواصل فعّال بين الأجيال، يسهم في ترسيخ القيم، وتحصين من السلوكيات السلبية، وتحقيق التوازن بين الحاضر الرقمي والموروث الاجتماعي والثقافي للأجيال السابقة.

ومن ثم تتمثل أهمية الدراسة في محاولتها لفهم أبعاد هذه الفجوة الجيلية من منظور مقارن بين الفئتين حيث إن الهدف الأساسي هو تحليل الفروق في السلوك الرقمي، وتصوراتهم لمستقبل الذكاء الاصطناعي، فضلًا عن الكشف عن تأثيرات هذه الفجوة على التفاعل المجتمعي والاتصال الرقمي كما أن النتائج المترتبة على هذه الفروق قد تسهم في توفير رؤى حول كيفية تخصيص التدريب والتطوير الرقمي لمختلف الفئات، وتوجيه السياسات الإعلامية والتعليمية التي تهدف إلى تقليص الفجوة الجيلية وتعزيز التواصل الفعّال عبر منصات الذكاء الاصطناعي في المجتمع.

وتجدر الإشارة إلى أن استخدام مصطلح "الفجوة الجيلية" في هذه الدراسة لا يعتمد على التعريف الكلاسيكي القائم على وجود فارق زمني يتراوح بين عشرين إلى ثلاثين عامًا بين الأجيال، بل ينطلق من مقاربة حديثة ترى أن التسارع التقني والرقمي أدى إلى تقلّص الفترات الزمنية اللازمة لظهور تحولات وفجوات سلوكية بين الفئات العمرية المختلفة،

حتى بين من ينتمون إلى ما يُعتبر تقليدياً جيلًا واحدًا، وبذلك فإن الدراسة تستخدم المصطلح للدلالة على الفروق والتحولات السلوكية والتفاعلية بين المراهقين والشباب في استخدام المنصات الرقمية والذكاء الاصطناعي، لا على الفروق العمرية فقط.

الدراسات السابقة:

في ظل التحوّلات التقنية المتسارعة التي تشهدها البيئات الرقمية، خاصةً مع تصاعد دور الذكاء الاصطناعي، أصبحت الفجوة الجيلية في استخدام المنصات الرقمية واحدة من أبرز القضايا المطروحة في أدبيات الإعلام والتواصل الرقمي، وقد تنوّعت اهتمامات الباحثين في السنوات الأخيرة بين تحليل أنماط الاستخدام، وتفسير الفروق السلوكية بين الفئات العمرية، ودراسة آثار الأدوات الذكية على التفاعل الرقمي، فضلًا عن محاولة فهم الانعكاسات الاجتماعية لتلك الفروق على العلاقات والروابط الإنسانية داخل الفضاء الرقمي.

وفي هذا السياق، عكست الدراسات السابقة تعدد الزوايا المنهجية والنظرية التي تم تناول الموضوع من خلالها، مما شكّل أرضية معرفية غنية يمكن البناء عليها في هذه الدراسة، ولتحقيق التكامل في مراجعة الأدبيات؛ تم تصنيف الدراسات السابقة في أربعة محاور رئيسية تغطي الجوانب السلوكية والتقنية والاجتماعية لموضوع الدراسة، على النحو الآتي:

1. دراسات تناولت الفجوة الجيلية في ظل التحوّلات الرقمية.
2. دراسات تناولت أنماط استخدام المنصات الرقمية بين المراهقين والشباب.
3. دراسات تناولت أثر الذكاء الاصطناعي في استخدام المنصات الرقمية.
4. دراسات تناولت أثر الفجوة الرقمية على العلاقات الاجتماعية والتواصلية.

يُسهم هذا التصنيف في بناء رؤية تحليلية متكاملة، تُظهِر موقع هذه الدراسة ضمن حقل معرفي متجدد، وتُبرِز في الوقت ذاته ما تنفرد به من تركيز على المقارنة الجيلية في ضوء التحولات التقنية والتفاعلية والاجتماعية المعاصرة.

المحور الأول: دراسات تناولت الفجوة الجيلية في ظل التحوّلات الرقمية:

شهدت السنوات الأخيرة اهتماما متزايدا بالفجوة الجيلية في السياقات الرقمية، لاسيما مع الانتشار المتسارع لأدوات الذكاء الاصطناعي وتطبيقات التواصل الاجتماعي، مما

جعل هذه الفجوة تتجاوز حدود العمر إلى اختلافات أعمق تشمل البنية المعرفية، والمهارات الرقمية، وأنماط التفاعل، والتصورات الثقافية تجاه التقنية.

في السياق العربي، توصلت دراسة الصعيدي (2023) إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم بدرجات متفاوتة في تضييق الفجوة بين الأجداد والأحفاد بمدينة جدة، إلا إنها في الوقت ذاته تُحدث تآكلًا تدريجيًا في أنماط التواصل الأسري التقليدي، وفي السعودية، كشفت دراسة الوعل (2024) عن وجود فروق واضحة بين الأجيال في استخدام التقنية، انعكست سلبًا على جودة التفاعل الاجتماعي، مما أبرز الحاجة إلى مبادرات توعية رقمية تستهدف سد هذه الفجوة، وفي السياق الخليجي الأوسع، أظهرت دراسة السميط ونافارو (2024) أن الفجوة الرقمية في الكويت تتعلق ليس فقط بالقدرة على الوصول إلى التكنولوجيا، بل بالمهارات اللازمة لاستغلالها، ما يؤدي إلى تقليص فرص كبار السن في الاستفادة من الإمكانات الرقمية الحديثة.

في البيئة التعليمية، بينت دراسة الرحيلي والموسوي (2023) أن الفجوة الرقمية تؤثر سلبًا على ديناميكيات التعليم، حيث يعجز بعض المعلمين عن مواكبة التغيرات التقنية، مما يضعف من جودة الأداء الأكاديمي، ويستدعي إعادة هيكلة المناهج لدمج المهارات الرقمية الحديثة. كما أظهرت دراسة عمر (2023) أن الشباب المصري يُبدون قبولًا مرتفعًا لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي مثلChatGPT ، مما يكشف عن فجوة معرفية متزايدة بينهم وبين الأجيال الأكبر سنًا.

على المستوى العالمي، بيّنت دراسة Chan and Lee (2023) أن طلاب الجيل Z يتمتعون باستعداد أعلى لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي مقارنة بمعلميهم من الجيل X، مما يدل على فجوة لا ترتبط فقط بالعمر بل بالفروقات الثقافية والتعليمية. وأكدت دراسة Taneja et al. (2018) أن الفجوة الجيلية في استهلاك الأخبار الرقمية ترتبط بالبنية التحتية الإعلامية والأنماط الاجتماعية أكثر من ارتباطها بالعمر وحده، ولفتت دراسة Wolfson (2023) إلى أن معدلات الثقة والارتياح تجاه التكنولوجيا تختلف بحدة بين الأجيال، ما ينعكس على طبيعة تفاعلهم مع المنصات الرقمية وسلوكياتهم الاتصالية.

من جهة أخرى، نبهت دراسة Mansfield et al. (2025) إلى خطورة بعض الأضرار الرقمية التي يتعرض لها المراهقون نتيجة التفاعل مع أدوات الذكاء الاصطناعي دون وعي كاف، مما يتطلب تطوير مقاربات بحثية أوسع تدمج التحليل السلوكي والنفسي مع التطور التقني.

وفي إطار متصل خلصت دراسة (Nguyen & Brown, 2024) إلى أن الفئات العمرية الشابة تُظهر مرونة أكبر في اعتماد الأنماط التفاعلية مع التطبيقات الذكية، بينما تبدي الفئات الأكبر سنًا مقاومة متزايدة تنعكس على معدلات تبني الذكاء الاصطناعي في الحياة اليومية.

بذلك، يتضح أن الفجوة الجيلية الرقمية تُشَكِّل ظاهرة مركبة، تتداخل فيها الأبعاد السلوكية والمعرفية والاجتماعية، مما يجعل دراستها في ظل تصاعد أدوات الذكاء الاصطناعي ضرورة بحثية لفهم التحولات العميقة في البنى الاتصالية والاجتماعية بين الأجيال.

المحور الثاني: دراسات تناولت أنماط استخدام المنصات الرقمية بين المراهقين والشباب:

حظيت أنماط استخدام المنصات الرقمية من قبل فئتي المراهقين والشباب باهتمام متزايد في الأدبيات الحديثة، نظراً لما لهذا الاستخدام من تأثيرات عميقة على السلوكيات والقيم والهوية الاجتماعية والنفسية، وتشير الدراسات إلى أن دوافع الاستخدام تتجاوز مجرد الترفيه أو التواصل الاجتماعي، لتشمل الحصول على المعلومات، وتشكيل الاتجاهات، وتلبية احتياجات نفسية وشخصية متنوعة.

في هذا السياق، أشار تقرير منظمة الصحة العالمية (World Health Organization, 2024) إلى أن الاستخدام المفرط للشاشات والمنصات الرقمية بين المراهقين مرتبط بزيادة اضطرابات النوم والقلق، مما استدعى التوصية بوضع استراتيجيات تربوية وصحية للتعامل مع الاستخدام الرقمي، كما أظهر تقرير مركز "بيو" للأبحاث (Pew Research Center, 2022) أن تطبيق "تيك توك" بات يحظى بشعبية واسعة بين المراهقين الأميركيين بنسبة 67٪، مقارنة بتراجع واضح في استخدام

"فيسبوك"، وهو ما يعكس تحوّلات جوهرية في التفضيلات الاتصالية نحو المحتوى القصير والسريع القائم على الوسائط البصرية.

في السياق العربي، أظهرت دراسة يوسف (2022) أن الاستخدام المتكرر لمنصات التواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعي في مصر يسهم في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا العامة، خاصة عندما تتوافر الثقة العالية في محتوى المنصة.

أما على المستوى النفسي، فقد كشفت دراسة Iqbal, et al. (2024) أن الإفراط في استخدام المنصات الرقمية لدى الشباب يرتبط بارتفاع مستويات القلق وتأجيل المهام واضطرابات النوم، رغم وجود فوائد محتملة مرتبطة بالتواصل الاجتماعي وتبادل الوسائط، وخلصت دراسة عبد الحكيم (2019) إلى أن التفاعل المكثف مع شبكات التواصل يسهم في إعادة تشكيل الهوية الثقافية والقيم الاجتماعية، لا سيما أن طبيعة المنصة ومستوى التفاعل يؤديان دوراً حاسماً في بلورة هذه التأثيرات.

وأظهرت دراسة غندر (2016) التي أجريت على طلاب الجامعات المصرية أن دوافع الاستخدام تتراوح بين أهداف معرفية مثل الحصول على المعلومات، ودوافع طقوسية كتمضية الوقت، مع ارتباط كثافة الاستخدام بمستويات الإشباع النفسي والاجتماعي.

كما تشير دراسة حديثة أجراها Al-Menayes (2023) إلى أن استخدام منصات الفيديو القصير مثل: TikTok و Instagram Reels بين الشباب العربي أدى إلى تغييرات واضحة في أنماط التعلم والتواصل، مع تراجع الاهتمام بالمحتوى النصي الطويل لصالح المحتوى البصري السريع، كما أوضحت دراسة Jiao et al. (2024) أن التفاعل المكثف مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات الاجتماعية (مثل الروبوتات التفاعلية) يسهم في تعزيز الإشباع الفوري لدى المراهقين، لكنه يزيد من احتمالات الاعتماد النفسي على التفاعل الرقمي السريع.

وتؤكد هذه النتائج مجتمعة أن المراهقين والشباب يتفاعلون مع المنصات الرقمية عبر أنماط ودوافع مركبة، تتأرجح بين تلبية الحاجات المعرفية والاجتماعية من جهة، والانجذاب إلى الإشباعات السريعة والمباشرة من جهة أخرى، ما يجعل المنصات مُحفزًا

للتطور الشخصي أو مصدراً لمشكلات نفسية وسلوكية تبعًا لدرجة الوعي والنمط التفاعلي المستخدم.

المحور الثالث: دراسات تناولت أثر الذكاء الاصطناعي في استخدام المنصات الرقمية بين المراهقين والشباب:

شهدت السنوات الأخيرة تسارعًا ملحوظًا في دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن بيئة المنصات الرقمية، ما أدى إلى تحوّلات جوهرية في أنماط الاستخدام بين فئتي المراهقين والشباب، وأثر بوضوح في سلوكهم الرقمي، وتفاعلهم الاجتماعي، وأنماط تعلمهم، فضلًا عن انعكاساته النفسية والاجتماعية.

في هذا السياق، دعا Mansfield, et al. (2025) إلى تطوير مناهج بحثية أدق لدراسة التأثيرات النفسية الناتجة عن التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي محذرين من نقص الأدبيات الكافية حول تأثير هذه التقنيات على الصحة النفسية للمراهقين، وفي دراسة مماثلة، أوضحت Brisson, et al. (2023) في الصين أن الإفراط في الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي يرتبط بزيادة معدلات القلق والاكتئاب لدى المراهقين، مع بروز دوافع اجتماعية مثل الهروب من الواقع أو التعويض النفسي.

وفي تأكيد لهذه النتائج، شدد Bhat et al. (2025) على أهمية المبادرة الفورية لفهم آثار الذكاء الاصطناعي على الصحة النفسية للفئات الشابة وتحديد أبعاده الأخلاقية، مشيرين إلى ضرورة تطوير أطر تنظيمية تحمي المستخدمين دون كبح الابتكار التكنولوجي.

أما في السياق العربي، فقد كشفت دراسة عبد الكريم (2024) أن الذكاء الاصطناعي بات يشكل عاملًا رئيسيًا في توجيه توجهات الشباب نحو قضايا الرأي العام من خلال أدوات الاستهداف والتحليل التنبؤي للمحتوى، كما أكدت دراسة اليماني (2023) أن التفاعل المستمر مع الوسائط الرقمية يعزز تقبل الشباب لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يسهم في دمج هذه التقنيات ضمن أنساقهم الثقافية والتفاعلية.

من ناحية أخرى، أشار تقرير صادر عن Google Workspace (Aidalil.com, 2025) إلى أن 93٪ من أفراد الجيل Z يستخدمون أكثر من أداة ذكاء اصطناعي

أسبوعيًا، مثل ChatGPT وDALL-E، في سياقات إنتاجية متعددة، مما يعكس تزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي كجزء من أدوات العمل والتعلم اليومية.

وفي المجال التعليمي، أظهرت دراسة شعشاعة (2024) التي أجريت على طالبات المرحلة الثانوية في الإمارات أن استخدام المنصات التعليمية المدعومة بالذكاء الاصطناعي، مثل Khan Academy وVidnoz أسهم في تحسين مهارات الرياضيات وتعزيز دافعية التعلم، مع التأكيد على أهمية توجيه الاستخدام عبر تدريب المعلمين والطلبة لضمان تحقيق الأهداف التعليمية المرجوة.

وفي تحليل مقارن، استعرضت دراسة جلال (2023) الفرص والمخاطر المرتبطة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم عبر تحليل السياسات التعليمية في مصر والسعودية وهونغ كونغ، مشددة على أهمية تطوير البنية التحتية الرقمية، وتحديث مناهج إعداد المعلمين، وإنشاء أطر تنظيمية متوازنة تحمي الفئات الشابة دون الإخلال بفاعلية الابتكار التكنولوجي.

وفي دراسة أخرى، بيّن عساف (2021) أن اتجاهات المراهقين المصريين نحو استخدام المنصات التعليمية الرقمية تتسم بعلاقة طردية بين كثافة التفاعل مع المنصات وبين درجة التقبل لها، مما يبرز أهمية تصميم المنصات المدعومة بالذكاء الاصطناعي بطريقة تشجع على الانخراط الرقمي الإيجابي.

وفي توسع حديث لهذه القضية بيّنت دراسة conducted by Lin et al. (2024) أن التفاعل مع روبوتات المحادثة القائمة على الذكاء الاصطناعي يعزز من الإشباع الفوري والحاجة للتقدير الذاتي لدى المراهقين، إلا إنه قد يؤدي إلى تراجع التفاعل الاجتماعي الواقعي، كما خلصت دراسة Zhang and Sun (2025) إلى أن الاستخدام المكثف لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الشبكات الاجتماعية يسهم في إعادة تشكيل الهوية الذاتية لدى الشباب، حيث يصبح جزءًا من تصور الذات مبنيًا على التفاعل مع الأنظمة الذكية.

بناءً عليه، تُظهر هذه الدراسات مجتمعة أن دمج الذكاء الاصطناعي في المنصات الرقمية لا يمثل مجرد تطور تقني، بل هو تحول نوعي يمس الإدراك والسلوك والهوية الاجتماعية

لدى المراهقين والشباب، ويتطلب مداخل بحثية مستقبلية أكثر تعمقًا لضمان الاستخدام الآمن، المتوازن، والمثمر لهذه التقنيات في بيئاتهم الاتصالية والتعليمية والاجتماعية.

المحور الرابع: دراسات تناولت أثر الفجوة الرقمية على العلاقات الاجتماعية والتواصلية بين المراهقين والشباب:

ناقشت العديد من الدراسات تأثير الفجوة الرقمية على طبيعة العلاقات الاجتماعية والتواصلية بين الأجيال، خاصة مع تصاعد الاعتماد على المنصات الرقمية بين المراهقين والشباب، وقد أظهرت الأدبيات الحديثة أن الفجوات الرقمية لا تقتصر على المهارات التقنية، بل تمتد إلى التأثير على البنية النفسية والعاطفية للعلاقات داخل الأسرة والمجتمع.

ففي دراسة الشمري (2023)، تبيّن أن ضعف المهارات الرقمية لدى كبار السن يؤدي إلى شعور متزايد بالعزلة الاجتماعية، مما يستدعي ضرورة إعادة تعريف التكنولوجيا كأداة داعمة للتواصل وليس مجرد وسيلة ترفيه، وأوضحت يوسف (2023) أن الإفراط في التفاعل الرقمي بين الشباب يسهم في نشوء ما يسمى بـ"الارتباط الهش"، حيث تضعف العلاقات القائمة على الثقة والتفاعل المباشر.

وفي دراسة أجراها Odgers and Jensen (2020) ، تبيّن أن الفجوة الرقمية بين المراهقين والأجيال الأكبر سنًا قد تخلق مشاعر العزلة وعدم الانتماء، خاصة لمن يفتقرون إلى المهارات التقنية المتقدمة، مما يعزز الحاجة إلى تشجيع الاستخدام الاجتماعي الصحي للتقنيات، وأكد George et al. (2020) أن الاستخدام المكثف للتقنيات الرقمية قد يؤدي إلى انخفاض جودة العلاقات الاجتماعية وزيادة مشاعر القلق، لا سيما عندما يحل التفاعل الرقمي محل التواصل الإنساني المباشر.

كما كشفت دراسة الشهري (2020) حول استخدام منصات مثل فيسبوك وتويتر بين طالبات الجامعات، أن هذه المنصات تعزز من التواصل مع الأصدقاء لكنها تسهم في تراجع التفاعل الأسري، وأظهرت نتائج دراسة الشامي (2022) أن طول فترات استخدام الوسائط الاجتماعية من قبل المراهقين يؤدي إلى تراجع سلطة الآباء وظهور فجوة إدراكية ونفسية بين الأجيال.

وسلَّطت دراسة ناصف (2014) الضوء على أن الاعتماد المفرط على الإنترنت قد يضعف الروابط الأسرية التقليدية رغم بعض الفوائد المرتبطة بتوسيع دوائر العلاقات، كما رصدت دراسة العجمي (2024) مظاهر الفجوة الجيلية داخل الأسرة المصرية، وأوضحت أن تباين أنماط استخدام التقنية يفاقم ضعف التفاهم والتواصل الأسري، وأوضحت دراسة جمعية الاجتماعيين العُمانية (2020) أن الاستخدام غير الموجه للأطفال للتقنيات الرقمية يُضعف قدرة الأسرة على أداء دورها التربوي التقليدي.

وفي جانب متصل، بينت دراسة عبد المالك (2021) أن ممارسة الألعاب الإلكترونية ترتبط بارتفاع بعض مؤشرات الكفاءة الاجتماعية مثل التعاون والانتماء، لكنها لا تسهم بنفس الدرجة في تنمية الثقة أو تعزيز العلاقات الاجتماعية العميقة، خاصة لدى الإناث.

كما أوضحت دراسة Watson et al. (2024) أن الفجوة الرقمية بين الأجيال لا تؤثر فقط على طرق التواصل ولكنها تُحدث تحولات نفسية في إدراك القيم الاجتماعية والمعايير الأخلاقية المرتبطة بالتواصل، مما يتطلب نماذج تدخل جديدة تعزز من بناء "جسور رقمية" بين الأجيال المختلفة.

التعقيب على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

أظهرت مراجعة الدراسات السابقة أن الفجوة الجيلية في البيئة الرقمية لا تُختزل في مجرد تباين في أنماط الاستخدام، بل تتخذ طابعًا مركّبًا يمتد إلى الأبعاد السلوكية، والقيمية، والاجتماعية، والتقنية، وقد أسهمت تلك الدراسات في بلورة فهم أولي لعدة مسارات بحثية دعّمت التوجه المنهجي للدراسة الحالية، كما يلي:

- أوضحت دراسة (**يوسف**، 2022) أن المراهقين والشباب يتفاعلون مع المنصات الرقمية وفق دوافع وأهداف متباينة، تختلف في طبيعة المحتوى المفضل، وأنماط التفاعل، ودرجة الوعي الوظيفي للمنصة، وهي نتائج تُمكّن من توظيف نظرية الاستخدامات والإشباعات في تفسير هذه الدوافع، ومواءمتها مع تساؤلات الدراسة حول دوافع الاستخدام واختلافات التفاعل بين الفئتين.
- أظهرت دراسات أخرى مثل: (Brisson et al., 2023 - Bhat et al. (2025 - **شعشاعة**، 2024) أن أدوات الذكاء الاصطناعي أصبحت تشكّل "فاعلًا خفيًا" في

تشكيل السلوك الرقمي، سواء من خلال التوصيات الذكية أو التفاعل الآلي أو أدوات التوليد التنبؤية، وهو ما يستدعي تحليلًا يتجاوز البعد التقني، ليمتد إلى فهم اجتماعي ونفسي متعمق، وتتقاطع هذه النتائج بوضوح مع الفروض المركزية في نظرية الفجوة الرقمية، التي تفسر التفاوتات في المهارات الرقمية والوعي التكنولوجي كأساس للتمييز السلوكي والاتصالي بين الأجيال.

- تم إدراج البعد الاجتماعي في الدراسات مثل: (**الشامى**، 2022 - Odgers & Jensen, 2020)، فقد كشف عن جانب حيوي يغفله كثير من الباحثين، وهو أثر الفجوة الرقمية في العلاقات الاجتماعية والتواصلية بين الأجيال. حيث أوضحت هذه الدراسات أن اختلاف نمط الاستخدام قد يؤدي إلى عزلة رقمية أو تراجع التفاهم الأسري، مما يدعم الفرضية الخاصة بتأثير الفجوة على البنية العاطفية والاجتماعية، ويعزز الحاجة إلى دمج البعد العلائقي في تحليل السلوك الرقمي، بما ينسجم مع تساؤلات الدراسة المتعلقة بتأثير الفجوة على جودة العلاقات.
- من حيث المنظور الجيلي، فإن النتائج المستخلصة من دراسات مثل: (Chan & Lee, 2023 - Mansfield et al., 2025 - **عمر**، 2023) تبرز ملامح واضحة لما تصفه نظرية الأجيال الرقمية من اختلافات إدراكية ووجدانية بين "الرقميين الأصليين" (Digital Natives) و"المهاجرين الرقميين" (Digital Immigrants)، وهو ما يعزز التوجه نحو دراسة الفجوة الجيلية بوصفها تحولًا ثقافيًا ومعرفيًا، لا يقتصر على الأعمار الزمنية فقط.

وبذلك، يمكن القول إن الدراسة الحالية تستفيد من هذه الخلفية المعرفية في تعزيز رؤيتها التحليلية، من خلال تناول الفجوة الجيلية من منظور مقارن، يجمع بين التحليل السلوكي، التقني، والاجتماعي، لتقديم قراءة أكثر شمولًا لطبيعة العلاقة المعاصرة بين المستخدم والمنصة الرقمية، في ظل هيمنة الذكاء الاصطناعي، وتميز الدراسة نفسها عن سابقاتها من خلال تناولها التحولات التفاعلية والعلائقية ضمن إطار تطبيقي ميداني يقيس الإدراك، والسلوك، والاتجاهات، ويختبرها في سياق واقعي بين فئتي المراهقين والشباب.

الإطار النظري للدراسة:

أولًا: مشكلة الدراسة:

تشهد المنصات الرقمية تطورات تقنية متسارعة تهيّئ لظهور بيئة اتصالية جديدة، يُعد صعود أدوات الذكاء الاصطناعي من أبرز ملامحها، وقد أصبح استخدام الأجيال الشابة لهذه المنصات محل اهتمام متزايد في دراسات الإعلام والدراسات الجيلية، خصوصاً المراهقين والشباب باعتبارهم من أكثر الفئات تفاعلًا مع هذه المنصات.

ورغم أن مصطلح "الفجوة الجيلية" يُستخدم تقليديًا للإشارة إلى الفوارق بين أجيال يفصل بينها عقدان أو أكثر، فإن هذه الدراسة تتبنى مقاربة حديثة ترى أن التسارع الرقمي أوجد فجوات وتحولات سلوكية ملحوظة حتى بين الفئات العمرية المتقاربة، كالمراهقين والشباب الذين لا يتجاوز الفارق بينهم خمس سنوات، هذه المقاربة تسلط الضوء على انكماش الفترات الزمنية اللازمة لظهور التحولات الجيلية بفعل الثورة الرقمية.

كما تُدرِك الدراسة أن المراهقين والشباب ليسوا عينتين متماثلتين تمامًا، إلا أن المقارنة بينهما تتيح الكشف عن طبيعة الفروق والتحولات في السلوك الرقمي التي تنشأ حتى ضمن الفوارق العمرية الصغيرة، التي كانت تُعتبر سابقًا ضمن نطاق جيل واحد.

بناء على ما سبق، تتمثل مشكلة الدراسة في:

تحليل الفجوة الجيلية بين المراهقين والشباب في استخدام المنصات الرقمية، من حيث أنماط الاستخدام، والأدوات الذكية، والتحولات السلوكية، وتأثيرها على العلاقات الرقمية، واتجاهات الفئتين نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي، من خلال دراسة ميدانية مقارنة تُبرز تقلّص الفترات الزمنية اللازمة لظهور هذه الفجوات في العصر الرقمي.

ثانيا: أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية: تنبع الأهمية العلمية للدراسة من:

- تركيزها على واحدة من القضايا البازغة في أدبيات الإعلام الرقمي، وهي الفجوة الجيلية في استخدام المنصات الرقمية، في ظل صعود أدوات الذكاء الاصطناعي.

- تُسهم الدراسة في تقديم فهم متعمق للفروق السلوكية بين جيلين من المستخدمين الرقميين، بما يُسهم في تطوير المعالجة العلمية لمفاهيم "السلوك الرقمي"، و"التحول التكنولوجي"، و"الذكاء الاصطناعي التفاعلي".

الأهمية النظرية: تسعى الدراسة إلى:

- إثراء البنية النظرية لبحوث الإعلام الرقمي من خلال الربط بين الأبعاد السلوكية والجيلية والتقنية.
- إدخال محور جديد في اتجاهات المستخدمين نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي داخل البيئة الرقمية.
- تُسَلِيط الضوء على تأثير الفجوة الجيلية على العلاقات الاجتماعية في البيئات الاتصالية الجديدة، ما يعزّز من تكامل الأطر النظرية المُستَخدَمَة مستقبلًا في بحوث الأجيال الرقمية.

ثالثًا: أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

- تحليل أنماط استخدام المنصات الرقمية لدى كل من المراهقين والشباب.
- الكشف عن أوجه الفجوة الجيلية في السلوكيات الرقمية وأساليب التفاعل مع المحتوى.
- تحديد الأدوات الذكية الأكثر استخداماً ضمن المنصات الرقمية من قبل كل فئة.
- تحليل التحولات السلوكية المصاحبة لصعود الذكاء الاصطناعي داخل بيئة الاستخدام.
- الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل الفروق الجيلية الرقمية (التعليمية، التقنية، وغيرها).
- تفسير أثر الفجوة الجيلية على العلاقات الاجتماعية والاتصالية لدى الفئتين.
- استكشاف اتجاهات المراهقين والشباب نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي ضمن التفاعل الرقمي.

رابعا: الموجهات النظرية للدراسة:

في ظل التحوّلات الكبرى التي تشهدها البيئات الرقمية، خاصةً مع تصاعد حضور الذكاء الاصطناعي في المنصات التفاعلية، بات من الضروري تبنّي أطر نظرية متعددة تتيح تفسير الفجوة الجيلية في أنماط الاستخدام والسلوك الرقمي، خاصةً بين فئتَي المراهقين والشباب، الأكثر انغماساً في هذه المنظومة التكنولوجية.

وتأتي هذه الدراسة في سياق البحث عن فهم متكامل لتلك الفروق الجيلية، ليس فقط من حيث الاستخدام الظاهري، وإنما من حيث الدوافع، والاستجابات السلوكية، ومستوى التفاعل مع الأدوات الذكية، وهو ما يتطلب قراءة متعددة الأبعاد تجمع بين الدوافع الفردية، والفروق المعرفية، والاختلافات الجيلية في التفاعل مع التقنية.

ولتحقيق هذا الغرض، تم اختيار ثلاث نظريات متكاملة:

1- نظرية الاستخدامات والإشباعات لتفسير دوافع المراهقين والشباب لاستخدام المنصات الرقمية، ونوع الإشباعات المرجوّة من هذا الاستخدام، سواء كانت معرفية أو اجتماعية أو ترفيهية.

2- نظرية الفجوة الرقمية لتفسير التفاوت المعرفي والتقني بين الفئتين، خاصة في الوعي بأدوات الذكاء الاصطناعي، والقدرة على توظيفها، والانخراط الفعّال في بيئة الاستخدام الرقمي.

3- نظرية الأجيال الرقمية لتقديم إطار مقارن يوضح كيف تختلف الأجيال في بنيتها السلوكية والمعرفية والنفسية في التعامل مع البيئة الرقمية، كامتداد طبيعي للهوية الجيلية.

ويُمَكِن هذا التكامل بين تلك الأطر النظرية الثلاث من تقديم تحليل شامل للظاهرة المدروسة، من منظور سلوكي ومعرفي واتصالي، بما يُسهم في تفسير الفروق الرقمية في ضوء التحوّلات التقنية والمجتمعية التي تفرضها بيئة الذكاء الاصطناعي.

1- **نظرية الاستخدامات والإشباعات** (Uses and Gratifications Theory):

النشأة والتطور:

ظهرت نظرية الاستخدامات والإشباعات (U&G) في أربعينيات القرن العشرين كرد فعل على نماذج التأثير الخطي التي اعتبرت الجمهور سلبياً أمام وسائل الإعلام، حيث طرح

كل من Blumler و Katz فكرة محورية، هي: "لماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟" بدلًا من الاكتفاء بسؤال "ما تأثير وسائل الإعلام عليهم؟" (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973, p. 510).

مع مرور الوقت، تطورت النظرية، وخصوصاً مع بروز الإعلام التفاعلي والوسائط الرقمية، حيث لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ، بل أصبح شريكًا فاعلًا في اختيار وتوظيف الوسائط بحسب حاجاته، مما جعل النظرية أكثر ملاءمة لتفسير أنماط الاستخدام عبر المنصات الرقمية، لاسيما تلك المدعومة بالذكاء الاصطناعي (Sundar & Limperos, 2013, p. 512).

وفي العقدين الأخيرين، توسّع نطاق تطبيق النظرية ليشمل بيئات الإعلام الاجتماعي، وأدوات الذكاء الاصطناعي مثل روبوتات الدردشة وخوارزميات التوصية، مما يعكس مرونة هذه النظرية في تفسير دوافع الاستخدام الرقمي المعاصر (Ruggiero, 2000, p. 13).

الفروض النظرية الأساسية:

ترتكز النظرية على مجموعة من الفروض التي تفسّر أنماط الاستخدام الرقمي، أهمها:

الجمهور نشط: الأفراد يملكون حرية انتقائية في اختيار الوسيلة والمنصة التي تلبي احتياجاتهم.

الاستخدام الواعي: يُنظر إلى المستخدمين باعتبارهم مدركين لدوافعهم وأهدافهم من استخدام الوسائط.

تنوع الدوافع: دوافع الاستخدام تختلف تبعًا للخصائص العمرية والثقافية والتعليمية، وتشمل دوافع معرفية، وجدانية، اجتماعية، وترفيهية.

الإشباعات المرجوة: يُستخدم الإعلام لتلبية احتياجات مثل اكتساب المعرفة، التسلية، بناء الهوية، وإقامة الروابط الاجتماعية.(Whiting & Williams, 2013, p. 363)

مميزات النظرية:

تحليل الدوافع الفردية: تقدم إطاراً مرنًا لتحليل دوافع الأفراد لاستخدام الوسائط الرقمية، بما يتوافق مع بيئات التواصل التفاعلي الحديث.

تفسير الفروق الجيلية: تتيح فهم اختلاف دوافع الاستخدام بين فئات عمرية مختلفة، وهو أمر جوهري لدراسة الفجوة الجيلية الرقمية.

التطبيق على البيئة الذكية: تسمح بتفسير أنماط التفاعل مع أدوات الذكاء الاصطناعي مثل المساعدات الرقمية، وتطبيقات الذكاء التنبئي.

مرونة تفسيرية: تتكيف مع التحولات في بيئات الإعلام الحديثة، بما في ذلك التفاعل مع المحتوى الذكي والمخصص.

النقد الموجه للنظرية:

الاعتماد على التقارير الذاتية: تمثل أحد أبرز الانتقادات، إذ يعتمد تفسير الدوافع غالبًا على ما يقره المستخدمون، مما قد يخضع للتحيّز الإدراكي (McQuail, 2010, p. 423).

تجاهل تأثيرات الوسيلة: تركز على الاستخدامات الفردية دون إعطاء اهتمامٍ كافٍ لسياق الوسيلة وطبيعة المحتوى وتأثيراته البعيدة.

محدودية التحليل الاجتماعى: تفسر الاستخدام الفردي بفاعلية لكنها أقل قدرة على تفسير تأثيرات الاستخدام الجماعي على العلاقات الاجتماعية أو الأسرية.

توظيف النظرية في الدراسة الحالية:

تؤدي نظرية الاستخدامات والإشباعات دورًا مركزيًا في هذه الدراسة من خلال:

تفسير الفروق الجيلية في أنماط الاستخدام: فهي تتيح فهم كيف تختلف دوافع المراهقين والشباب في التعامل مع المنصات الرقمية، تبعًا لاحتياجاتهم المعرفية والاجتماعية والترفيهية.

تحليل دوافع التفاعل مع أدوات الذكاء الاصطناعى: مثل روبوتات المحادثة، أدوات التوليد الذكي للمحتوى، وخوارزميات التوصية، التي تلبي احتياجات محددة للمستخدمين.

تفسير أنماط السلوك الرقمى: تساعد النظرية في استكشاف طبيعة المحتوى المفضل لدى كل فئة، وأساليب التفاعل المختلفة (النشر، والتصفح السلبي، والتفاعل النشط).

دعم تفسير التحولات السلوكية المصاحبة لصعود الذكاء الاصطناعى: من خلال فهم كيف تغيرت دوافع الاستخدام مع إدماج أدوات ذكية داخل المنصات، بما يرتبط مباشرة بأهداف وتساؤلات الدراسة.

2- نظرية الفجوة الرقمية (Digital Divide Theory):

النشأة والتطور:

ظهر مفهوم "الفجوة الرقمية" في تسعينيات القرن العشرين في سياق النقاشات حول العدالة الاجتماعية وحقوق الوصول إلى التقنيات الحديثة، بالتوازي مع الانتشار الواسع للإنترنت، وقد أشارت البحوث الأولى إلى وجود تباين واضح بين الفئات الاجتماعية في مدى القدرة على الوصول إلى الإنترنت.(van Dijk, 2006, p. 222)

مع مرور الوقت، تطور المفهوم بشكل أعمق، فلم يعد يُقصر الفجوة الرقمية على التفاوت في الوصول المادي للتكنولوجيا، بل توسّع ليشمل فجوات في الاستخدام الفعّال، والكفاءة الرقمية، والمشاركة الإنتاجية في المجتمع الرقمي، كما ظهر اتجاه لدراسة الفجوة الرقمية عبر أبعاد متعددة مثل: العمر، المستوى التعليمي، الجنس، والموقع الجغرافي (Hargittai, 2002, p. 45).

في السياق المعاصر، أُعيد تعريف الفجوة الرقمية لتشمل ليس فقط **فجوة الوصول**، بل أيضًا **فجوة الاستخدام** و**فجوة الكفاءة**، مما يجعل النظرية أكثر تعقيدًا ودقة في تفسير أوجه التفاوت الرقمي عبر مختلف الفئات والأجيال.

الفروض النظرية الأساسية:

ترتكز نظرية الفجوة الرقمية على ثلاث مستويات مترابطة:

فجوة الوصول (Access Gap): التفاوت في القدرة المادية للوصول إلى الأجهزة والتقنيات الحديثة (حواسيب، هواتف ذكية، إنترنت عالي السرعة).

فجوة الاستخدام (Usage Gap): التفاوت في القدرة على استخدام التكنولوجيا بطريقة فعالة، وعدم اقتصار الاستخدام على أنشطة بسيطة أو سطحية.

فجوة الكفاءة (Skills Gap): التفاوت في امتلاك المهارات الرقمية المعقدة كالبحث المتقدم، تحليل البيانات، التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي، وصناعة المحتوى (van Dijk & Hacker, 2003, p. 319).

تشير النظرية إلى أن هذه الفجوات تسهم في إعادة إنتاج الفوارق الاجتماعية والاقتصادية عبر البيئات الرقمية.

مميزات النظرية:

كشف الجذور العميقة للفجوة الرقمية: بدمج الأبعاد التقنية، الاجتماعية، والثقافية في تفسير الفروق الرقمية.

المرونة التطبيقية: يمكن استخدامها لتحليل الفروق الرقمية بين الفئات العمرية، بما في ذلك المراهقين والشباب.

تفسير التفاوت في الذكاء الاصطناعي: قادرة على تفسير الاختلافات في وعي الفئات العمرية بخصائص أدوات الذكاء الاصطناعي، ومدى تفاعلهم مع تلك الأدوات (Scheerder et al., 2017, p. 29).

النقد الموجّه للنظرية:

التركيز الزائد على الجانب التقني: بعض تطبيقات النظرية تُغفل تأثير العوامل النفسية والثقافية التي تؤثر على الاستخدام الرقمي.

ضعف التمييز بين أنماط الفجوة: خاصة بين فجوة الفعل الرقمي (Actual Usage) وفجوة التمثيل الثقافي (Meaning and Representation Gap)، كما انتقده (Robinson et al. 2015, p. 572).

الحاجة إلى تطويعها لسياقات المراهقين والشباب: حيث يملكون عادة وصولًا كاملًا إلى التكنولوجيا، ولكنهم يختلفون في كيفية التفاعل والإدراك.

توظيف النظرية في الدراسة الحالية:

تقوم نظرية الفجوة الرقمية بدورٍ تفسيري جوهري في هذه الدراسة، من خلال:

تحليل الفروق الجيلية الرقمية: فهي تساعد على تفسير أوجه التفاوت بين المراهقين والشباب في مهارات الاستخدام الرقمي والقدرة على التعامل الواعي مع أدوات الذكاء الاصطناعي.

ربط العوامل المؤثرة بالفجوة الجيلية: مثل أثر الخلفية التعليمية، والنوع الاجتماعي، ومستوى التعرض الرقمي على مستوى الاستخدام والكفاءة بين الفئتين.

فهم تباين الاستجابات تجاه أدوات الذكاء الاصطناعي: بما ينسجم مع تساؤلات الدراسة حول الوعي بالأدوات الذكية (مثل: التوصيات الذكية، وروبوتات المحادثة، وأدوات التوليد الآلي).

دعم التحليل المقارن بين الفئتين: عبر قياس فجوات الكفاءة الرقمية وكيفية انعكاسها على السلوك الاتصالي والعلاقات الاجتماعية داخل الفضاء الرقمي.

3- **نظرية الأجيال الرقمية** (Digital Natives & Digital Immigrants):

النشأة والتطور:

طُرِحَت لأول مرة فكرة "الأجيال الرقمية" بواسطة **مارك برينسكى** (Prensky) عام 2001، في محاولته تفسير التباين في أساليب التفكير والتفاعل مع التكنولوجيا بين الفئات العمرية المختلفة، صاغ برينسكي مصطلحي:

المواطنون الرقميون (Digital Natives): وهم الأفراد الذين وُلدوا بعد انتشار الإنترنت، ونشؤوا محاطين بالتكنولوجيا، مما جعل التقنية جزءًا طبيعيًا من حياتهم (Prensky, 2001a, p. 1).

المهاجرون الرقميون (Digital Immigrants): الأفراد الذين وُلدوا قبل الثورة الرقمية واضطروا لاحقًا إلى التكيف مع بيئات التكنولوجيا الحديثة.

في البداية، طُبّقت النظرية بشكل أساسي على البيئات التعليمية لتفسير اختلاف أنماط التعلم والتفكير بين الطلاب والمعلمين، ومع تقدم الزمن، توسع استخدامها ليشمل فهم أنماط التفاعل مع وسائل الإعلام الرقمية، وخصوصًا مع بروز أجيال مثل الجيل Z والجيل Alpha الذين نشؤوا في بيئات مغمورة بالتقنيات الذكية والاتصال الدائم بالشبكة.(Kirschner & De Bruyckere, 2017, p. 135)

تطورت النظرية مع ظهور وسائل الإعلام الاجتماعية، والتقنيات التفاعلية، وأدوات الذكاء الاصطناعي، مما أظهر أن الفروقات الجيلية في التفاعل مع البيئة الرقمية لم تعد محصورة فقط بمستوى الاستخدام، بل امتدت إلى أساليب المعالجة المعرفية والتمثّل الثقافي للتكنولوجيا.

الفروض النظرية الأساسية:

ترتكز النظرية على عدة فروض مركزية:

اختلاف أساليب التفكير والمعالجة: المواطنون الرقميون يتعاملون مع المعلومات بسرعة، ويفضلون التعددية الوسائطية (Multitasking) والتفاعل اللحظي مع التكنولوجيا.

تباين طبيعة التفاعل مع التقنية: الجيل الرقمي يعتبر التكنولوجيا جزءًا طبيعيًا من الحياة اليومية، بينما يتعامل معها المهاجرون الرقميون كأدوات مكتسبة تتطلب مجهودًا للتعلم والتكيف.

اختلاف القيم والسلوكيات الرقمية: يتميز الجيل الرقمي بميول نحو الفردانية، والاتصال المستمر، والتعبير الذاتي السريع مقارنة بالأجيال السابقة (Prensky, 2001b, p. 5).

إعادة تعريف الهوية الثقافية: يرى بعض الباحثين أن التكنولوجيا أصبحت جزءًا من تشكيل الهوية الذاتية والاجتماعية للأجيال الرقمية، ما يجعل الفجوة الجيلية ظاهرة ثقافية قبل أن تكون تقنية.

مميزات النظرية:

تقديم إطار مفاهيمي واضح: لفهم الفروقات الجيلية في التفاعل مع التكنولوجيا والمنصات الرقمية.

ملاءمة التحليل المقارن: مفيدة بشكل خاص في الدراسات المقارنة، مثل دراستنا التي تقارن سلوك المراهقين والشباب في البيئات الرقمية.

التفسير العميق لتباين استجابات الأجيال تجاه أدوات الذكاء الاصطناعي والوسائط الذكية الجديدة.

تكاملها مع نظريات أخرى: قابلة للتكامل مع نظريات مثل الاستخدامات والإشباعات والفجوة الرقمية لتقديم رؤية متعددة الأبعاد للسلوك الرقمي.

النقد الموجّه للنظرية:

التعميم المفرط: انتقد (Bennett et al. 2008, p. 777) النظرية لافتراضها أن جميع الأفراد ضمن جيل معين يتشاركون نفس القدرات والسلوكيات الرقمية، بينما تختلف المهارات بشكل كبير داخل الجيل الواحد.

تجاهل الفروق الفردية: مثل الفروق في الخلفية التعليمية، والمستوى الاقتصادي، والخبرات السابقة مع التكنولوجيا.

عدم مراعاة السياقات الثقافية: أظهرت دراسات حديثة أن سلوك الأجيال الرقمية قد يختلف باختلاف السياقات الاجتماعية والثقافية، مما يجعل تعميم النتائج عبر المجتمعات مسألة إشكالية.

تطور السياق التكنولوجى: تسارع وتيرة الابتكار التكنولوجي جعل الفروقات بين الأجيال أكثر تداخلًا مما تصوره النظرية الأصلية.

توظيف النظرية في الدراسة الحالية:

تؤدي نظرية الأجيال الرقمية دوراً محورياً في هذه الدراسة عبر:

تحليل الاختلافات الجيلية في التعامل مع المنصات الرقمية: حيث يمثل المراهقون جيل Alphaغالبًا، بينما ينتمي الشباب إلى نهاية الجيل Z أو بداية الجيلY .

تفسير أنماط التفاعل مع الذكاء الاصطناعى: باعتبار أن المواطنين الرقميين أكثر قبولًا للأدوات الذكية واستخداماتها اليومية، مما يؤثر على سلوكهم الرقمي وتصورهم للتقنيات الحديثة.

فهم التصورات المستقبلية تجاه الذكاء الاصطناعى: تساعد النظرية على تفسير تباين اتجاهات الفئتين نحو مستقبل التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في حياتهم الرقمية والمهنية.

بناء التحليل المقارن على الهوية الجيلية الرقمية: وليس فقط على أساس الفروق البيولوجية أو التعليمية، مما يعزز تفسير التحولات في السلوك الرقمي والاجتماعي.

الإطار المعرفي ومفاهيم الدراسة:

1- **الفجوة الجيلية** (Generational Gap)

التعريف الاصطلاحى:

تشير الفجوة الجيلية إلى الفوارق الفكرية، والقيمية، والسلوكية، والتقنية التي تفصل بين جيلين أو أكثر، نتيجة لاختلاف السياقات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي نشأ فيها كل جيل(Bengtson, 1970, p. 245) ، وتُستخدم المفاهيم الجيلية لتفسير التحولات في المواقف، والاتجاهات، وأنماط التفاعل، لا سيما مع التطورات التكنولوجية المتسارعة.

في السياق الإعلامي والاجتماعي، أصبح مصطلح الفجوة الجيلية يُشير بشكل خاص إلى التباين في أنماط استخدام الوسائط الرقمية، وأساليب تبني التكنولوجيا الجديدة، والاستجابات الاجتماعية والثقافية لهذه التحوّلات، حيث تبيّن أن الأجيال المختلفة تختلف ليس فقط في مدى استخدام التكنولوجيا، ولكن أيضًا في طريقة التفاعل مع معطياتها وتأثيراتها.(Zhou & Xie, 2019, p. 223)

وتأتي قضية الفجوة الجيلية في استخدام المنصات الرقمية لتجسد هذه الاختلافات بوضوح، حيث تختلف دوافع وسلوكيات الاستخدام بين جيل المراهقين وجيل الشباب، كما تختلف تصوراتهم تجاه التقنيات الحديثة، وخاصة أدوات الذكاء الاصطناعي. ومع اتساع هذه الفجوة، تزداد الحاجة إلى تعزيز قنوات التواصل بين الأجيال بطريقة رشيدة وإيجابية، باعتبارها الوسيلة الأنجح لنقل الخبرات وتطويرها، وضمان استقرار العلاقة بين الأجيال، بما يسهم في تمكين الجيل الجديد من المشاركة في مواقع التأثير، دون أن يصطدم ذلك بمشاعر التنازع أو العداء التي قد تعوق هذا الانتقال السلس (بكر وآخرون، 2020).

وتشمل الفئات المعنية في سياق دراسة الفجوة الجيلية ثلاثة أجيال رقمية متعاقبة، لكل منها خصائصه الخاصة في التفاعل مع التكنولوجيا حيث يبدأ ذلك بجيل "Y" أو جيل الألفية، وهم من وُلدوا في أوائل الثمانينيات حتى منتصف التسعينيات، ويُعدّون أول من عاش مرحلة الطفولة والمراهقة مع بزوغ الإنترنت وتطوراته، يليهم جيل "Z"، الذي يمتد من منتصف التسعينيات حتى نهاية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، ويُعدّ هذا الجيل من أكثر الفئات اندماجًا في البيئة الرقمية نظرًا لنشأتهم وسط ثورة الأجهزة الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي، أما جيل "Alpha"، المولود من عام 2010 فصاعدًا، فهو الجيل الأول الذي وُلد وتفاعل منذ نشأته المبكرة مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا الذكية، مما يضعه في موقع مختلف تمامًا من حيث أدوات التفاعل الرقمي وأساليب التفكير التكنولوجي (عبد المجيد، 2022).

وبحسب (Livingstone and Helsper 2007, p. 671)، فقد توسع مفهوم الفجوة الجيلية ليشمل التفاوت في الكفاءة الرقمية، والقدرة على التعامل مع الأدوات الذكية

والوسائط التفاعلية، مما جعله مفهومًا ديناميًا يواكب التحولات الرقمية والذكاء الاصطناعي في البيئة الاجتماعية الحديثة.

علاوة على ذلك، ترى دراسات حديثة أن الفجوة الجيلية لم تعد محصورة فقط في "الوصول إلى التكنولوجيا"، بل باتت تشمل – أيضًا- التفاوت في "استخدام التكنولوجيا بطريقة فعالة وواعية"، مما يعمق أبعاد الفجوة الثقافية والرقمية بين الأجيال (Van Dijk, 2020, p. 14).

التعريف الإجرائي في هذه الدراسة:

يقصد بمفهوم "الفجوة الجيلية" في هذه الدراسة:

الاختلافات السلوكية والتفاعلية التي تظهر بين فئتي المراهقين (13–18 سنة) والشباب المبكر (أكبر من 18 حتى 23 سنة) في أنماط استخدام المنصات الرقمية وتوظيف أدوات الذكاء الاصطناعي، لا على أساس زمني تقليدي، بل انطلاقًا من مقاربة حديثة ترى أن التسارع التقني قلّص الفترات اللازمة لظهور الفروقات الجيلية حتى بين فئات عمرية متقاربة تُعدّ تقليديًا جزءًا من الجيل نفسه.

وتُقاس هذه الفجوة من خلال مجموعة من المؤشرات الكمية والتحليلية، أبرزها:

- المنصات الرقمية الأكثر استخدامًا من قِبَل كل فئة.
- دوافع الاستخدام (معرفية – ترفيهية – تواصلية/ نفسية).
- أثر المنصات على العلاقات الاجتماعية الواقعية، ووجود فجوة تواصلية بين الفئات العمرية.
- الاتجاهات العامة نحو مستقبل أدوات الذكاء الاصطناعي والتوسّع استخدامها.

ويمثل هذا المفهوم محور التحليل المقارن في الدراسة، ويسمح بفهم كيف تؤدي التحوّلات الرقمية المتسارعة إلى نشوء فروق ملموسة في الاستخدام والسلوك الرقمي حتى بين فئات عمرية تنتمي إلى الجيل الاسمي نفسه، ما يدعم رؤية الدراسة في تجاوز المنظور الزمني التقليدي للفجوة الجيلية.

2-**الاستخدام الرقمى** (Digital Usage):

التعريف الاصطلاحى:

يشير مصطلح "الاستخدام الرقمي" إلى الأنشطة التفاعلية التي ينفذها الأفراد أو الجماعات عبر الوسائط المتصلة بالإنترنت، التي تشمل التصفّح، البحث، المشاركة، إنتاج المعلومات، وتوظيف التطبيقات والمنصات الرقمية لتحقيق أهداف متعددة مثل التعليم، والعمل، والترفيه، أو التواصل الاجتماعي.(Hargittai & Hsieh, 2013, p. 489)

ويُفهم الاستخدام الرقمي اليوم على أنه سلوك ديناميكي نشط، يتجاوز مجرد التعرض السلبي للمحتوى ليعبر عن عمليات معقدة من التفاعل، والتحكم، والمشاركة، مدفوعاً بجملة من العوامل المؤثرة مثل العمر، والجنس، والخلفية الثقافية، والكفاءة الرقمية، ومستوى الوعي التكنولوجي.(van Dijk, 2006, p. 223)

كما أشار (Helsper and Eynon 2010, p. 504) إلى أن الاستخدام الرقمي لا يُقاس فقط بكمية الوقت الذي يقضيه الفرد عبر الإنترنت، بل بنوعية الأنشطة الرقمية ومستوى المهارات المنخرطة في هذا الاستخدام، بما في ذلك استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، التطبيقات التفاعلية، والمنصات الذكية.

وفي السياق الإعلامي الحديث، أصبح الاستخدام الرقمي يمثل إحدى الركائز الأساسية لفهم ديناميكيات الإعلام الجديد، وأنماط المشاركة في الفضاءات التفاعلية، بما يعكس تحول الأفراد من متلقين إلى فاعلين ومنتجين للمحتوى.

التعريف الإجرائى في هذه الدراسة:

يقصد بالاستخدام الرقمي في هذه الدراسة:

التفاعلات والسلوكيات الرقمية التي يقوم بها كل من المراهقين والشباب عبر المنصات الرقمية، ويشمل ذلك:

الاستهلاك الرقمى: مثل المشاهدة، القراءة، متابعة الحسابات أو الصفحات أو القنوات الرقمية.

المشاركة الرقمية: مثل الإعجاب بالمحتوى، والتعليق، والمشاركة أو إعادة النشر.

الإنتاج أو التخصيص الرقمى: مثل النشر الذاتي للمحتوى، وتعديل الإعدادات، واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنشاء أو تخصيص المحتوى.

ويُقاس هذا المفهوم من خلال المؤشرات الآتية:

- عدد المنصات الرقمية المستخدمة من قبل كل فئة عمرية.
- نوع المنصات المفضلة (ترفيهية، تعليمية، اجتماعية).
- تكرار الاستخدام اليومي (عدد الساعات والأنشطة).
- نمط التفاعل (سلبي: تصفّح فقط، أو نشط: تفاعل ومشاركة).
- مدى دمج أدوات الذكاء الاصطناعي في الاستخدام اليومي، مثل استخدام روبوتات المحادثة، الفلاتر الذكية، أدوات التوصية الذكية.

يمثل هذا المفهوم محوراً أساسًا لتحليل أوجه الفجوة الجيلية الرقمية في أنماط السلوك الرقمي والتحولات المصاحبة لصعود الذكاء الاصطناعي.

3- **المنصات الرقمية** (Digital Platforms):

التعريف الاصطلاحي:

تشير المنصات الرقمية إلى أنظمة تقنية تفاعلية وسيطة تُتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى، ومشاركته، واستهلاكه، والتفاعل معه في بيئة رقمية ديناميكية تجمع بين منتجي المحتوى ومستهلكيه ضمن إطار تكنولوجي موحّد.(Helmond, 2015, p. 4)

تشمل المنصات الرقمية مجموعة متنوعة من البيئات التشاركية مثل: شبكات التواصل الاجتماعي(Facebook, Instagram) ، وتطبيقات الرسائل الفورية (WhatsApp, Telegram)، وخدمات بث الفيديو (YouTube, Netflix)، والمنتديات التفاعلية (Reddit)، ومنصات الألعاب الإلكترونية(Twitch, Roblox) .

وتُعد المنصات الرقمية أكثر من مجرد وسائط اتصال؛ إذ باتت تُعيد تشكيل أنماط التفاعل الاجتماعي، وتُنتج تحوّلات ثقافية واقتصادية عميقة، من خلال دمجها المتزايد لخوارزميات ذكية توجه تجربة المستخدم، وتبرز أنواعًا معينة من المحتوى بناءً على أنماط التفضيل والتفاعل.(van Dijck, Poell, & de Waal, 2018, p. 3)

كما أشار (Nieborg and Poell 2018, p. 427) إلى أن المنصات الرقمية تمثل منظومات بيئية اقتصادية تعتمد على تدفق البيانات، حيث أصبح المستخدمون ليسوا فقط مستهلكين، بل أيضًا منتجين للبيانات التي تستغلها الشركات التقنية في أنماط الاستهداف والتخصيص الإعلاني.

وبذلك، فإن مفهوم المنصات الرقمية يُمثل حجر الزاوية لفهم الإعلام المعاصر، حيث تتقاطع التقنية، والثقافة، والسياسة، والاقتصاد ضمن فضاءات رقمية متطورة ومتشابكة.

التعريف الإجرائي في هذه الدراسة:

يقصد بمفهوم "المنصات الرقمية" في هذه الدراسة:

البيئات الرقمية التفاعلية التي يستخدمها المراهقون والشباب بصفة يومية لأغراض متعددة تشمل:

- استهلاك المحتوى الرقمي (مشاهدة، قراءة، متابعة حسابات وصفحات).
- إنتاج المحتوى (نشر منشورات، إنشاء مقاطع فيديو، بث مباشر).
- التفاعل الاجتماعي الرقمي (تعليقات، إعجابات، مشاركات).
- تخصيص بيئة الاستخدام (تفعيل أدوات الذكاء الاصطناعي، تعديل إعدادات الخصوصية، استخدام الفلاتر والتوصيات الذكية).

ويُقاس هذا المفهوم من خلال مجموعة من المؤشرات التطبيقية، أبرزها:

عدد المنصات الرقمية المستخدمة ونوعها (ترفيهية، تعليمية، اجتماعية).

- مدة وتكرار الاستخدام اليومي أو الأسبوعي.
- نمط التفاعل المهيمن داخل المنصة (سلبي: تصفح فقط/ نشط: تفاعل ونشر).
- مدى دمج الأدوات الذكية (مثل روبوتات المحادثة، التوصيات الذكية، أدوات التخصيص الآلي).

يُعد تحليل هذا المفهوم محورياً في فهم أوجه الفجوة الجيلية في أنماط التفاعل الرقمي، وتأثير دمج الذكاء الاصطناعي على سلوكيات المراهقين والشباب داخل البيئات الرقمية المعاصرة.

4- التحوّلات السلوكية (Behavioral Transformations):

التعريف الاصطلاحي:

يُشير مصطلح "التحوّلات السلوكية" إلى التغيرات الجوهرية أو التدريجية التي تحدث في أنماط السلوك الفردي أو الجماعي نتيجة لعوامل بيئية أو تقنية أو اجتماعية متغيرة (Ajzen, 1991, p. 179). وتمثل هذه التحوّلات عملية ديناميكية مستمرة يتكيف من

خلالها الأفراد مع الظروف الجديدة، سواء على مستوى الممارسات اليومية أو أنماط التفاعل الاجتماعي.

في البيئة الرقمية، توسّع استخدام هذا المفهوم في الأدبيات الإعلامية والاتصالية ليصف التحوّلات التي تطرأ على سلوك المستخدمين نتيجة التفاعل المستمر مع الوسائط الجديدة والتقنيات الذكية، وأوضح Bucher (2018, p. 55) أن منصات الإعلام الرقمي، من خلال دمج الخوارزميات وتقنيات التخصيص الآلي وتوليد المحتوى بالذكاء الاصطناعي، أدت إلى تغييرات ملموسة في كيفية تعرّف المستخدمين إلى المعلومات، وكيفية اتخاذ قراراتهم التفاعلية داخل الفضاء الرقمي.

علاوة على ذلك، أشار Sundar and Marathe (2010, p. 400) إلى أن التحوّلات السلوكية في البيئة الرقمية تتضمن الانتقال من أنماط الاستخدام التقليدي القائم على الاستقبال إلى أنماط جديدة قائمة على المشاركة الفعّالة، وصناعة المحتوى، والتفاعل مع الخوارزميات الذكية التي تحدد نوعية المعلومات التي يتعرض لها المستخدم.

وبذلك، يُعد مفهوم التحوّلات السلوكية من المفاهيم المركزية لفهم آثار التحول الرقمي، خصوصاً مع صعود الذكاء الاصطناعي، حيث أصبح السلوك الرقمي أكثر استجابة للخوارزميات الذكية من أي وقت مضى.

التعريف الإجرائي في هذه الدراسة:

يُقصد بمصطلح "التحوّلات السلوكية" في هذه الدراسة:

التغيرات الملحوظة في أنماط سلوك المراهقين والشباب في تفاعلهم مع المنصات الرقمية، نتيجة لتزايد دمج أدوات الذكاء الاصطناعي في بيئاتهم الرقمية اليومية.

وتشمل هذه التحوّلات:

- تغيّر وتيرة ومدة الاستخدام الرقمي (زيادة/نقصان وقت الاستخدام اليومي).
- الانتقال من أنماط الاستهلاك السلبي (مشاهدة وتصفّح فقط) إلى أنماط التفاعل النشط (تعليق، نشر، تخصيص المحتوى).
- تزايد الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي مثل: (المحتوى المولد آلياً، الفلاتر الذكية، أدوات التوصية).

- تغيّر أنماط إدارة الخصوصية والهوية الرقمية، مع بروز سلوكيات جديدة مثل: التخصيص الدقيق للملفات الشخصية أو الحذر من تتبع البيانات.

وتُقاس هذه التحوّلات عبر مؤشرات مركبة تهدف إلى رسم صورة مقارنة دقيقة للفروق الجيلية بين المراهقين والشباب في البيئة الرقمية المتحوّلة.

5- **المراهقون** (Adolescents):

التعريف الاصطلاحي:

يُشير مصطلح "المراهقين" إلى الفئة العمرية الانتقالية الواقعة بين الطفولة والرشد، التي يتميّز فيها الفرد بتغيرات نفسية، وجسدية، وعاطفية تؤسس لاستقلاله الذاتي، وبناء هويته الاجتماعية والشخصية.

وتُعرِّف منظمة الصحة العالمية (WHO) المراهق بأنه الشخص الذي يتراوح عمره بين 10 و19 عامًا (WHO, 2022)، مما يجعل المراهقة مرحلة حيوية في تطور الهوية والانخراط الاجتماعي.

تتميّز هذه المرحلة بخصائص نمائية تجعل الأفراد أكثر ميلًا نحو:

- التجريب والاستكشاف.
- الانخراط في شبكات اجتماعية موسعة.
- تبنّي أنماط تفاعل جديدة، سواء في السياقات الواقعية أو الرقمية (Arnett, 1999, p. 318).

وفي السياق الإعلامي الرقمي، تُعد المراهقة مرحلة حرجة، حيث يصبح المراهقون:

- مستخدمين كثيفي الانخراط مع المنصات الرقمية.
- منتجين للمحتوى عبر الشبكات الاجتماعية.
- فئة مستهدفة رئيسية في تصميم الخوارزميات الذكية التي تخصص المحتوى، وتشكل التفاعل السلوكي.(Livingstone & Sefton-Green, 2016, p. 29)

وأشار Viner et al. (2019, p. 157) إلى أن استخدام المراهقين للوسائط الرقمية له تأثيرات مركبة تشمل الجوانب النفسية، والاجتماعية، والمعرفية، مما يجعلهم أكثر حساسية للتحولات التكنولوجية الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي والأدوات التفاعلية.

التعريف الإجرائى في هذه الدراسة:

يُقصد بمفهوم "المراهقين" في هذه الدراسة:

الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 13 و18 عامًا، ممن يستخدمون المنصات الرقمية بانتظام لأغراض التصفح، التفاعل، أو إنشاء المحتوى، ويتفاعلون مع الأدوات الذكية المدمجة ضمن هذه المنصات.

وتتم دراسة هذه الفئة بناءً على:

- خصائصها الجيلية (غالبًا بداية الجيل Alpha).
- معدلات الاستخدام الرقمي اليومي (عدد الساعات – عدد المنصات).
- نمط السلوك الرقمي (استهلاك سلبي/ تفاعل نشط/ إنتاج محتوى).
- استجاباتها لأدوات الذكاء الاصطناعي (مثل روبوتات المحادثة، والفلاتر، وأنظمة التوصية الذكية).
- تصوراتها لمستقبل الذكاء الاصطناعي وتأثيره على تجربتها الرقمية والاجتماعية.

ويمثل تحليل سلوكيات هذه الفئة مدخلًا أساسيًا لفهم الفجوة الجيلية الرقمية قيد الدراسة، ولاستكشاف تحوّلات الهوية الرقمية في العصر التكنولوجي.

6- **الشباب** (Youth):

التعريف الاصطلاحى:

يُستخدم مصطلح "الشباب" للإشارة إلى مرحلة عمرية انتقالية تمتد بين المراهقة والرشد الكامل، وتمتاز بخصائص نفسية واجتماعية معقدة تتضمن:

- السعي نحو الاستقلال الشخصي.
- بناء الهوية الذاتية.
- الانخراط الفعّال في المجتمع.
- اتخاذ القرارات المرتبطة بالمسار المهني والاجتماعي.

وفق تعريف الأمم المتحدة، تضم فئة الشباب الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و24 عامًا .(UN, 2013) ومع ذلك، تختلف التعريفات الدقيقة تبعًا للسياقات الثقافية والبحثية، حيث قد تُضيق أو تُوسع الفئة بحسب الهدف التحليلي.

وفي الدراسات الإعلامية والسلوكية الحديثة، غالبًا ما يُقسَّم الشباب إلى مراحل فرعية، أبرزها مرحلة الشباب المبكر (18–24 عامًا)، وهي المرحلة التي تُعد أكثر اتصالًا بالعالم الرقمي، وأكثر نشاطًا في استهلاك وصناعة المحتوى الرقمي (Bolton et al., 2013, p. 247).

كما أشار Twenge (2017, p. 45) إلى أن هذا الجيل، المرتبط غالبًا بجيل Z ، يتسم بخصائص سلوكية فريدة مثل:

- الاعتماد العالي على المنصات الرقمية في التفاعل الاجتماعي والتعلم والعمل.
- التفاعل المستمر مع الخوارزميات الذكية وأدوات التخصيص الرقمي.
- ارتفاع معدلات التوجس من قضايا الخصوصية والأمان الرقمي.

وهكذا، أصبح مفهوم الشباب، في السياق الرقمي المعاصر، مرتبطًا بفهم التحولات الثقافية والاجتماعية الناتجة عن التغير التكنولوجي السريع.

التعريف الإجرائي في هذه الدراسة:

يُقصد بمفهوم "الشباب" في هذه الدراسة:

الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 18و23 عامًا، والذين يمثلون شريحة "الشباب المبكر"، وتتميز بالارتباط العالي بالبيئات الرقمية المتفاعلة والمدمجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

وتمت دراسة هذه الفئة بناءً على عدة أبعاد تحليلية:

- خصائصها الجيلية: غالبيتهم ينتمون إلى الجيلZ .
- وعيهم الرقمي المرتفع، مقارنة بالمراهقين، في استخدام وإدارة المنصات والأدوات الذكية.
- أنماط تفاعلهم مع المحتوى الرقمي (استهلاك – إنتاج – تخصيص).
- استجاباتهم للسلوكيات الرقمية الناتجة عن الذكاء الاصطناعي، مثل المحتوى التنبئي، أدوات التخصيص الخوارزمية، روبوتات المحادثة.
- تصوراتهم المستقبلية نحو الذكاء الاصطناعي، ومدى قبولهم لتوسع دوره في الحياة الاجتماعية.

ويمثل تحليل هذه الفئة مدخلًا أساسيًا لفهم أوجه الفجوة الجيلية الرقمية مع فئة المراهقين، خصوصًا فيما يتعلق بتطور أنماط السلوك الرقمي تحت تأثير الذكاء الاصطناعي.

7- **الذكاء الاصطناعى** (Artificial Intelligence):

التعريف الاصطلاحى:

يُعرَّف الذكاء الاصطناعي (AI) بأنه قدرة الأنظمة أو الآلات الرقمية على محاكاة مهام تتطلب عادةً ذكاءً بشريًا، مثل الفهم، التعلّم، التحليل، التنبؤ، واتخاذ القرار بناءً على بيانات ضخمة أو بيئات متغيرة.(Russell & Norvig, 2021, p. 1)

وتندرج تحت هذا المصطلح العديد من التقنيات الفرعية مثل:

- التعلم الآلي (Machine Learning) .
- معالجة اللغة الطبيعية (Natural Language Processing) .
- التعرّف على الصور.
- أنظمة التوصية التنبؤية.

في السياق الإعلامي والاتصالي، توسّع مفهوم الذكاء الاصطناعي ليشمل التقنيات الذكية المدمجة داخل المنصات الرقمية، مثل:

- روبوتات المحادثة (Chatbots) .
- أدوات التخصيص الخوارزمية.
- أنظمة التوصية التلقائية (مثل أنظمة اقتراح المحتوى).
- أدوات التوليد الذكي للمحتوى.(West et al., 2019, p. 20)

وتُعد هذه الأدوات جزءًا لا يتجزأ من التجربة الرقمية المعاصرة، حيث لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد أداة تكنولوجية، بل أصبح منظومة تأثيرية عميقة تتداخل مع عمليات الإدراك، واتخاذ القرار، وبناء الثقة الرقمية.(Floridi, 2021, p. 11)

وبالنسبة للأجيال الرقمية الجديدة، خاصة المراهقين والشباب، فإن الذكاء الاصطناعي يشكل جزءًا أساسيًا من بيئة الاستخدام اليومية، مما يجعله فاعلًا خفيًا في إعادة تشكيل السلوك الرقمي والهويات الاجتماعية داخل الفضاء التفاعلي.

التعريف الإجرائى في هذه الدراسة:

يُقصد بمفهوم "الذكاء الاصطناعي" في هذه الدراسة:

جميع الأدوات والخوارزميات الذكية المدمجة في المنصات الرقمية، والتي يتفاعل معها المراهقون والشباب ضمن روتينهم الرقمي اليومي، وتشمل:

- روبوتات المحادثة مثل: (ChatGPT ، وBard).
- أنظمة التوصية التنبؤية مثل: (مقترحات الفيديو، وقوائم التشغيل الآلية).
- أدوات التخصيص الذكي مثل: (فلاتر الاهتمامات، وأدوات عرض المحتوى المخصص).
- أدوات التوليد الذكي للمحتوى النصي أو البصري مثل: (DALL·E أو أدوات توليد النصوص).

ويقاس هذا المفهوم عبر مجموعة من المؤشرات التطبيقية مثل:

- درجة وعي المستخدمين بوجود أدوات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات.
- مدى الاعتماد اليومي على هذه الأدوات ضمن أنشطة التصفح أو التفاعل أو إنشاء المحتوى.
- نوعية الأدوات الذكية الأكثر استخداماً وتأثيراً (مثل روبوتات المحادثة مقابل أنظمة التوصية).
- تصورات المراهقين والشباب لمستقبل الذكاء الاصطناعي، من حيث: (القبول، التوجس، التفاعل).

ويمثل الذكاء الاصطناعي محوراً رئيسيًا لتحليل التحولات السلوكية الرقمية، وأحد أبرز العوامل المؤثرة في الفجوة الجيلية الحديثة.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

التساؤل الرئيسى: يتمثل في: ما أوجه الفجوة الجيلية في أنماط استخدام المنصات الرقمية بين المراهقين والشباب في ظل صعود الذكاء الاصطناعي؟

ويتفرع من هذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية كما يلي:

1- ما أبرز المنصات الرقمية التي يستخدمها كلٌ من المراهقين والشباب؟

2- ما الأهداف أو الدوافع الرئيسة لاستخدام هذه المنصات لدى كل فئة؟

3- كيف تختلف طبيعة المحتوى المفضَّل والتفاعلات الرقمية بين المراهقين والشباب؟

4- ما مدى وعي كل من المراهقين والشباب بوجود أدوات الذكاء الاصطناعي في المنصات الرقمية؟

5- ما أكثر الأدوات الذكية استخداماً لدى الفئتين؟ مثل: (روبوتات المحادثة، أدوات التوليد الذكي)؟

6- ما أوجه التشابه والاختلاف في سلوكيات النشر والتفاعل بين الفئتين؟

7- كيف تختلف استجابات المراهقين والشباب للمحتوى المُنتج أو المُعدّل بالذكاء الاصطناعي؟

8- ما العوامل الاجتماعية والثقافية والتقنية التي تسهم في تشكيل الفجوة الجيلية الرقمية؟

9- ما دور النوع الاجتماعي، والخلفية التعليمية، ومستوى التعرض في تعميق الفجوة أو تقليصها؟

10- كيف تؤثر أنماط الاستخدام المختلفة في جودة العلاقات الاجتماعية والرقمية لدى الفئتين؟

11- هل يشعر المراهقون أو الشباب بانفصال تواصلي أو سلوكي عن الفئة الأخرى بسبب اختلاف أنماط التفاعل الرقمي؟

12- ما تصورات كل من المراهقين والشباب لمستقبل الذكاء الاصطناعي في المجال الاتصالي؟

13- ما مستوى القبول أو التوجّس لدى الفئتين من ازدياد دور الذكاء الاصطناعي في بيئات التفاعل الرقمي؟

فروض الدراسة:

الفرض الرئيسى الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية ودرجة وعي عينة الدراسة بأدوات الذكاء الاصطناعي.

الفرض الرئيسى الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في السلوك الرقمي وفقًا للمتغيرات الديموجرافية.

الفرض الرئيسى الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية ودرجة تأثيرها على العلاقات الاجتماعية الواقعية.

الفرض الرئيسى الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية واتجاهات المستخدم نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي.

الفرض الرئيسى الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في الاتجاه نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي وفقًا للمتغيرات الديموجرافية.

الإطار المنهجى للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية ذات الطابع المقارن، حيث تسعى إلى وصف وتحليل أوجه الفجوة الجيلية بين فئتي المراهقين والشباب في استخدام المنصات الرقمية، والتعرّف على أنماط سلوكهم الرقمي، ومدى وعيهم وتعاملهم مع أدوات الذكاء الاصطناعي، مع التركيز على الفروق الدالة إحصائيًا بين الفئتين، ويُعد الطابع المقارن عنصرًا أساسيًا في تصميم الدراسة، نظرًا لاستنادها إلى تحليل فئتين عمريتين مختلفتين.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على المنهج المسحي الوصفي، وهو من أكثر المناهج ملاءمةً للبحوث الإعلامية الميدانية التي تهدف إلى رصد الظواهر وقياس اتجاهات أو أنماط استخدام لدى فئات محددة من الجمهور، ويُتيح هذا المنهج جمع بيانات كمية من عينة ممثلة وتحليلها إحصائيًا بهدف وصف الواقع القائم والكشف عن أنماط السلوك والاتجاهات داخل المجتمع المدروس، دون التوسع في تفسير الأسباب العميقة وراء الظواهر.

مبررات اختيار المنهج والأدوات:

تم اعتماد المنهج المسحي الوصفي نظرًا لطبيعة موضوع الدراسة، الذي يهدف إلى رصد ووصف أوجه الفجوة الجيلية في الاستخدام الرقمي بين فئتي المراهقين والشباب، ويُعد هذا المنهج الأنسب لرصد أنماط السلوك الرقمي، وقياس مستوى الوعي بأدوات الذكاء الاصطناعي، وتحليل الفروق بين الفئتين باستخدام أدوات القياس الكمي والأساليب

الإحصائية المناسبة، كما أن المقارنة بين مجموعتين تتطلب منهجًا قادراً على تقديم وصف كمي دقيق للفروق القائمة بينهما، وهو ما يوفره المنهج المسحي الوصفي بكفاءة.

إجراءات الدراسة الميدانية:

في ضوء تصميم أداة الدراسة (الاستبانة)، وبناءً على أهداف البحث وتساؤلاته، تحددت مجموعة من الفئات التحليلية الإحصائية تمثل المتغيرات الرئيسة محل الدراسة، التي سيتم تحليلها إحصائيًا لاحقًا للكشف عن الفروق الجيلية بين المراهقين والشباب في استخدام المنصات الرقمية، ومدى تفاعلهم مع أدوات الذكاء الاصطناعي، وتصوراتهم المستقبلية بشأنها.

أولًا: الفئات الديموجرافية:

- الفئة العمرية (مراهق/ شاب).
- النوع الاجتماعي (ذكر/ أنثى).
- المستوى التعليمي (ثانوي – جامعي – غيره).
- عدد ساعات الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية.

ثانيا: فئات الاستخدام الرقمى:

- المنصات الرقمية الأكثر استخداماً.
- دوافع الاستخدام الرئيسة (ترفيه – تعلم – تواصل – تعبير ذاتي، وغيرها).
- نوع التفاعل مع المنصات (تصفّح سلبي – تفاعل – نشر – تخصيص المحتوى).

ثالثًا: فئات أدوات الذكاء الاصطناعى:

- درجة الوعي بوجود أدوات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات.
- أنواع الأدوات الذكية المستخدمة (خوارزميات توصية – روبوتات – فلاتر – أدوات توليد).
- درجة الاعتماد اليومي على أدوات الذكاء الاصطناعي.

رابعا: الفروق الجيلية في السلوك الرقمى:

- الإحساس بالاختلاف السلوكي مع فئات عمرية أخرى.
- التفاعل مع المحتوى المُنتج أو المُعدّل بواسطة الذكاء الاصطناعي.

خامسًا: العلاقات الاجتماعية الرقمية:

- أثر الاستخدام الرقمي على العلاقات الاجتماعية الواقعية.
- الإحساس بالفجوة التواصلية بين الأجيال في البيئة الرقمية.

سادسًا: التصورات المستقبلية للذكاء الاصطناعي:

- تقييم الذكاء الاصطناعي كعنصر مؤثر في التجربة الرقمية.
- اتجاه المستخدم نحو توسع استخدام الذكاء الاصطناعي (قبول – حياد – قلق).

أداة جمع البيانات وآلية التطبيق:

استُخدمت أداة الاستبانة الإلكترونية بوصفها الوسيلة الرئيسة لجمع البيانات، وقد تم تصميمها بناءً على محاور الدراسة وتساؤلاتها، مع مراعاة خصائص العينة المستهدفة (المراهقون والشباب)، واشتملت أداة الاستبانة على عدد من البنود المغلقة، وتنوّعت بين أسئلة اختيار من متعدد، وأسئلة تقييم باستخدام مقياس ليكرت، بما يتيح تحليل النتائج باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

طُبِّقت الاستبانة إلكترونيًا عبر توزيع روابطها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات طلابية وشبابية، بما يضمن الوصول إلى الفئتين العمريتين ضمن بيئتهما الرقمية المعتادة، باستخدام أسلوب المسح الإلكتروني الذاتي (Self-administered Online Survey)، الذي يُعد من أنسب الأساليب للوصول إلى شرائح رقمية نشطة، خاصةً في البيئات الدراسية أو المجتمعية الافتراضية التي يوجد فيها المراهقون والشباب.

قياس متغيرات الدراسة (Measurement of Variables):

تم تحديد متغيرات الدراسة وتصنيفها إلى متغيرات مستقلة مثل: فئات الاستخدام الرقمي وأدوات الذكاء الاصطناعي، ومتغيرات تابعة مثل: الفروق الجيلية في السلوك الرقمي، والعلاقات الاجتماعية الرقمية، والتصورات المستقبلية للذكاء الاصطناعي.

وقد استُخدمت أدوات قياس مناسبة لكل متغير وفق طبيعته، فاعتمدت الدراسة على مزيج من الأسئلة المغلقة والمقاييس التقديرية مثل مقياس ليكرت الثلاثي أو الخماسي، وتنوعت أنماط الإجابة بين الاختيار المتعدد والتقدير الرقمي للمواقف والاتجاهات، بما يعكس دقة القياس، كما يلي:

جدول (1)
قياس متغيرات الدراسة

المتغير	عدد العبارات	المقياس	نموذج مقياس ليكرت	المحور/الفئة	المتغير
دوافع استخدام المنصات الرقمية	9عبارات	ثلاثي	موافق، محايد، غير موافق	دوافع معرفية، ترفيهية، تواصلية	دوافع استخدام المنصات الرقمية
نمط التفاعل الرقمى	1سؤال اختياري	اسمي	تصفح سلبي، تفاعل ، نشر، تخصيص	أنماط الاستخدام	نمط التفاعل الرقمي
الوعى بأدوات الذكاء الاصطناعى	1سؤال تصنيفي	ثنائي	واعي، غير واعٍ	أدوات الذكاء الاصطناعي	الوعي بأدوات الذكاء الاصطناعي
مدى الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعى	1سؤال تصنيفي	رتبي	دائم، مستمر، أحيانًا، نادرًا	أدوات الذكاء الاصطناعي	مدى الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي
الفروق الجيلية في السلوك الرقمى	10 عبارات	خماسي	أوافق بشدة ← لا أوافق بشدة	الفروق الجيلية	الفروق الجيلية في السلوك الرقمي
التصورات المستقبلية نحو الذكاء الاصطناعى	10 عبارات	خماسي	أوافق بشدة ← لا أوافق بشدة	اتجاهات المستخدم	التصورات المستقبلية نحو الذكاء الاصطناعي

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الأفراد المنتمين إلى فئتي المراهقين (13–18 عامًا) والشباب المبكر (أكبر من 18–23 عامًا) في البيئات الرقمية النشطة داخل المجتمع المحلي مثل: الطلاب في المدارس الثانوية والجامعات والمعاهد، ممن يستخدمون المنصات الرقمية بشكل متكرر، وقد استُهدف هذا المجتمع نظرًا لكونه يمثل البيئة المثلى لرصد الفجوة الجيلية الرقمية في الاستخدام، وخصوصًا في ظل تنامي تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي على تجربة المستخدم.

عينة الدراسة:

اختيرت عينة قصدية (Purposive Sample) من داخل المجتمع الرقمي النشط، بحيث تُمثّل كلتا الفئتين المستهدفتين: المراهقين (من 13 حتى 18 عامًا)، والشباب المبكر

(أكبر من 18 حتى 23 عامًا)، وقد تم توزيع الاستبانة إلكترونيًا لضمان الوصول إلى المستخدمين النشطين على المنصات الرقمية.

وتتبنى الدراسة مقاربة حديثة لمفهوم الفجوة الجيلية ترى أن التسارع التكنولوجي الهائل، لا سيّما في أدوات الذكاء الاصطناعي، أدى إلى تقليص الفترات الزمنية المطلوبة لظهور فجوات سلوكية ومعرفية بين الفئات العمرية المتجاورة، مما يجعل المقارنة بين المراهقين والشباب المبكر ذات أهمية علمية ومجتمعية واضحة، رغم تقارب أعمارهم الزمني.

معايير اختيار العينة:

- أن يكون عمر المشارِك بين 13 و23 عامًا، موزّعين بدقة على الفئتين المستهدفتين.
- أن يستخدم المنصات الرقمية بشكل يومي أو شبه يومي.
- أن يكون لديه تعامل مباشر أو غير مباشر مع أدوات الذكاء الاصطناعي في بيئة رقمية.

حجم العينة:

نظرا لطبيعة الدراسة المقارنة، تم استهداف عينة تقدّر بنحو (400 مفردة)، موزّعة بشكل متساوٍ بين فئة المراهقين (13–18 عامًا) وفئة الشباب المبكر (أكبر من 18–23 عامًا)، بهدف ضمان التمثيل الكافي واستخلاص الفروق السلوكية والمعرفية ذات الصلة باستخدام المنصات الرقمية والذكاء الاصطناعي.

وقد اختير هذا الحجم للعينة بناءً على مجموعة من الاعتبارات المنهجية:

- التناسب مع المنهج الوصفي التحليلي المستخدم في الدراسة.
- ملاءمة العدد لتحليل الفروق بين المجموعتين باستخدام الاختبارات الإحصائية المقارنة مثل: (T-test، أو تحليل التباين ANOVA).
- تمثيل كافٍ يسمح بالكشف عن الأنماط السلوكية واتجاهات التفاعل مع الذكاء الاصطناعي.
- تحديد حجم العينة بناءً على معدل الاستجابة الفعلية، بعد استبعاد الاستجابات غير المكتملة وغير الصالحة، مع التحقق من صدق وثبات الأداة إحصائيًا قبل إجراء التحليل النهائي للبيانات.

واختيرت الاستبانة الإلكترونية أداة رئيسة لجمع البيانات لعدة اعتبارات:

- تتيح الوصول إلى الفئات الرقمية النشطة داخل البيئة الافتراضية -ميدان الدراسة الحقيقي.
- توفّر الاستبانة درجة عالية من السهولة والمرونة والتكلفة المنخفضة مقارنةً بالأدوات الأخرى.
- تناسب خصائص العينة المستهدفة من المراهقين والشباب المعتادين على التفاعل الرقمي الذاتي.
- تتيح تصميم أسئلة مغلقة قابلة للتحليل الكمي، بما يتناسب مع طبيعة المتغيرات التي تسعى الدراسة إلى قياسها ومقارنتها إحصائيًا.

وعن خصائص عينة الدراسة الميدانية فقد جاءت كما يلى:

جدول (2)

خصائص عينة الدراسة الميدانية

البيانات شخصية		المراهقين		الشباب		الإجمالى	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪
العمر		200	50	200	50	400	100
النوع	ذكر	113	56.5	67	33.5	180	45
	أنثى	87	43.5	133	66.5	220	55
	الإجمالى	200	100	200	100	400	100
مستوى التعليم	ثانوي	178	89	11	5.5	189	47.2
	جامعى	22	11	189	94.5	211	52.8
	الإجمالى	200	100	200	100	400	100
محل الإقامة	ريف (محافظة البحيرة)	86	43	56	28	142	35.5
	حضر (محافظة الإسكندرية)	114	57	144	72	258	64.5
	الإجمالى	200	100	200	100	400	100

يكشف الجدول السابق عن خصائص عينة الدراسة كما يلي:

- قُسِمَت العينة بين المراهقين (50٪) والشباب (50٪)، ما يضمن توازنًا في المقارنة بين الفئتين.
- شكّل الذكور 56.5٪ من المراهقين، بينما مثّلوا فقط 33.5٪ من الشباب، مقابل 43.5٪ من الإناث بين المراهقين و66.5٪ بين الشباب.
- بلغت نسبة من هم في المستوى الثانوي 89٪ من المراهقين، مقارنة بـ 94.5٪ من

الشباب في المستوى الجامعي، وهو ما يعكس الفروق العمرية والتعليمية بين الفئتين.

- سُجِلَت إقامة حضرية بنسبة 57٪ بين المراهقين، و72٪ بين الشباب، بينما كانت نسبة سكان الريف 43٪ بين المراهقين و28٪ فقط بين الشباب.

اختبارا الصدق والثبات: اختبرت صلاحية استمارة الاستبانة فى جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو الآتي:

اختبار الصدق (Validity): ويعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، عرضت الباحثة الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المحكمين[1]، ممن لهم خبرة في مجال البحث، لإبداء الرأي حول مناسبة وكفاية المحاور والعبارات ومناسبة صياغتها لعينة البحث، وفي ضوء آراء هؤلاء الخبراء تم تعديل صياغة بعض العبارات وحذف عدد آخر.

اختبار الثبات (Reliability): يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم للأسس والأساليب نفسها على المادة الإعلامية ذاتها، أي محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن، من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وتم تطبيق اختبار الثبات في الدراسة الميدانية على عينة تمثل 10٪ من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستقصاء، ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5٪ من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول، كما تم التحقق من مؤشرات ثبات أسئلة أداة الدراسة من خلال تطبيق معامل "ألفا كرونباخ"، الذي جاءت قيمته (0.801)، وهي قيمة تشير إلى أن الدراسة حققت درجة جيدة من الثبات، وجاءت نتائج معامل الثبات كما يوضحه الجدول الآتي:

---

[1] أ.د/ غادة محمد عثمان، أستاذ الإعلام، كلية الإمارات للتكنولوجيا.

أ.د/ صالح العراقي، أستاذ الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة الزقتزيق.

د/ محمد الحفناوي، أستاذ الإعلام المساعد، كلية الآداب – جامعة كفر الشيخ.

د/ تامر سكر، أستاذ الإعلام المساعد، جامعة أسوان.

جدول (3)
قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبانة والدرجة الكلية لها

المحور	معامل ألفا (معامل الثبات)
المقياس العام حول الدوافع	0.812
المقياس العام حول الفروق الجيلية في السلوك الرقمى	0.743
المقياس العام حول اتجاهات المستخدم نحو مستقبل الذكاء الاصطناعى	0.848
صحيفة الاستبانة كاملة	0.801
الصدق الذاتى	٪89.4

يكشف الجدول السابق عن ارتفاع قيم معامل ألفا (الثبات) لمقاييس الدراسة التي جميعها تستهدف توصيف الفجوة الجيلية في استخدام المنصات الرقمية، حيث توضيح التحوّلات السلوكية بين المراهقين والشباب في ظلّ صعود الذكاء الاصطناعي، واتسمت كافة المقاييس الدراسة بارتفاع قيم الثبات بين عبارتها في قياس الهدف منها، حيث جاء ثبات الاستمارة بكافة مقاييسها بقيمة (80.1٪)، وجاءت قيم الثبات للمقاييس مرتبة من الأعلى قيمة فالأقل، وذلك على النحو الآتي:

- جاءت قيمة معامل الثبات لمقياس دوافع عينة الدراسة مع المنصات الرقمية (0.812).
- جاءت قيمة معامل الثبات لمقياس الفروق الجيلية في السلوك الرقمي (0.743).
- جاءت قيمة معامل الثبات لمقياس اتجاهات المستخدم نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي (0.848).

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على تحليل الفجوة الجيلية في استخدام المنصات الرقمية بين المراهقين والشباب، مع التركيز على أنماط الاستخدام، والتفاعل مع أدوات الذكاء الاصطناعي، والتحوّلات السلوكية المصاحبة، والتصورات المستقبلية للذكاء الاصطناعي، ولا تمتد إلى تحليل منصات بعينها أو تأثير الذكاء الاصطناعي في مجالات أخرى، كالصحة أو التعليم أو الاقتصاد.

الحدود الزمانية: أُجريت الدراسة خلال النصف الأول من عام 2025م، وهي فترة تتسم بتصاعد الحضور اليومي لأدوات الذكاء الاصطناعي في المنصات الرقمية، وتزايد

النقاشات حول أثرها على المستخدمين الشباب، ما يجعل التوقيت مناسبًا لرصد الفروق الجيلية الطارئة.

الحدود المكانية: تُركّز الدراسة على مجتمع المستخدمين الرقميين داخل البيئة المصرية، خصوصًا بين طلاب المدارس الثانوية والمعاهد والجامعات، ممن يتفاعلون فعليًا مع المنصات الرقمية عبر الإنترنت، مع حصر التفاعل بموقع جغرافي محدد لمجتمعين أحدهما ريفي (محافظة البحيرة)، والآخر حضري (محافظة الاسكندرية) لإمكانية الوصول للعينة وجمع البيانات.

الحدود البشرية: تُحدد الدراسة جمهورها في فئتين عمريتين:

- فئة المراهقين (13–18 عامًا).
- فئة الشباب المبكر (أكبر من 18 حتى 23 عامًا).

وذلك بهدف إجراء مقارنة بين خصائص الاستخدام والتفاعل الرقمي في ظل الذكاء الاصطناعي، دون التوسّع في فئات عمرية أخرى.

المعالجة الإحصائية للدراسة:

تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل، وتمثلت الأساليب الاحصائية المستخدمة في الدراسة:

أولًا: المقاييس الوصفية:

التي تمثلت في التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي، وكذلك الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

ثانيا: الاختبارات الإحصائية:

وتمثلت في اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test)، وتحليل التباين ذو البُعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف باسم ANOVA.

ثالثًا: معاملات الارتباط Correlation:

وتمثلت في معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

نتائج الدراسة الميدانية:

الجزء الأول: نتائج الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

المحور الأول: فئات الاستخدام الرقمى للمنصات الرقمية:

1- عدد ساعات الاستخدام اليومى للمنصات الرقمية:

جدول (4)

عدد ساعات الاستخدام اليومى للمنصات الرقمية

عدد الساعات	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أقل من ساعة	33	16.5	5	2.5	38	9.5
من 1 إلى 3 ساعات	47	23.5	70	35	117	29.3
من 4 إلى 6 ساعات	102	51	73	36.5	175	43.7
أكثر من 6 ساعات	18	9	52	26	70	17.5
الإجمالى	200	100	200	100	400	100
كا^2: 46.473 درجة الحرية: 3 مستوى المعنوية: .0.000 دال معامل التوافق: 0.323						

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائيًا بين فئات عينة الدراسة (المراهقين والشباب) في عدد ساعات الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية، حيث بلغت قيمة مربع كاي (كا^2) 46.473، بدرجة حرية 3، ومستوى معنوية 0.000، وهو مستوى يدل على دلالة إحصائية قوية، ويُعزز هذا الارتباط وجود معامل توافق بلغ 0.323، ما يشير إلى علاقة متوسطة بين الفئتين من حيث استخدامهم اليومي للمنصات الرقمية، ويتضح أن فئة المراهقين تميل إلى الاستخدام المعتدل، حيث إن 51٪ منهم يستخدمون المنصات الرقمية لمدة تتراوح بين 4 إلى 6 ساعات يوميًا، وهي النسبة الأعلى ضمن فئتهم، في حين أن نسبة من يقضون أقل من ساعة يوميًا بلغت 16.5٪، وهو ما يشير إلى أن نسبة كبيرة منهم تنخرط في استخدام شبه مكثف للمنصات، كما أن 9٪ منهم يستخدمونها لأكثر من 6 ساعات، وهي نسبة تقل كثيرًا عن الشباب.

أما فئة الشباب، فتُظهِر توجهًا أكثر نحو الاستخدام المكثف، حيث إن نسبة 26٪ منهم يقضون أكثر من 6 ساعات يوميًا على المنصات الرقمية، وهي نسبة تفوق بثلاثة أضعاف تقريبًا ما يقابلها لدى المراهقين، كما أن نسبة من يستخدمون المنصات من 4 إلى 6 ساعات يوميًا بلغت 36.5٪، وهي نسبة مرتفعة أيضًا، بالمقابل فإن نسبة من يستخدمونها أقل من ساعة في اليوم لا تتجاوز 2.5٪، وهو ما يؤكد أن استخدام الشباب أكثر كثافة من المراهقين.

وعند النظر إلى الإجمالي الكلي لعينة الدراسة، نجد أن الفئة الأكثر شيوعًا في الاستخدام هي من 4 إلى 6 ساعات يوميًا بنسبة 43.7٪، يليها فئة من 1 إلى 3 ساعات بنسبة 29.3٪، مما يعكس أن الاستخدام المعتدل إلى المكثف هو السمة الغالبة بين أفراد العينة، في حين أن نسبة من يستخدمون المنصات لأكثر من 6 ساعات تمثل 17.5٪، وهي نسبة لا يُستهان بها.

ويمكن تفسير هذه النتائج من خلال إدراك الطبيعة المتغيرة لاستخدام المنصات الرقمية في حياة المراهقين والشباب، حيث يتأثر كل منهما بعوامل اجتماعية ونفسية وعمرية مختلفة، فبينما يميل المراهقون إلى استخدام المنصات بهدف الترفيه والتواصل الاجتماعي، فإن الشباب قد يستخدمونها لأغراض متعددة تشمل الدراسة أوالعمل أو حتى متابعة القضايا العامة، مما يبرر الفروق في مدة الاستخدام، وبشكل عام، تدل هذه البيانات على أهمية توجيه السياسات التوعوية والإعلامية نحو تعزيز الاستخدام الواعي والمنظم للمنصات الرقمية، خاصة في ظل ارتفاع نسب الاستخدام المكثف بين فئة الشباب في عينة الدراسة، مع تعزيز التوجهات التربوية الحديثة التي تحُث الآباء على مراقبة استخدام أبنائهم -سواء كانوا أطفالًا أو ضمن الفئة العمرية التي تستهدفها الدراسة الحالية من "المراهقين"- لوسائل التكنولوجيا الحديثة وما تتيحه من منصات رقمية متعددة الاستخدامات، لأهداف ودوافع تختلف باختلاف الفئة العمرية، والاهتمامات والميول الفردية.

2- المنصات الرقمية التى تستخدمها عينة الدراسة بانتظام:

جدول (5)

المنصات الرقمية التى تستخدمها عينة الدراسة بانتظام

المنصة	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
TikTok	169	19.2	156	20.5	325	19.8
Facebook	118	13.4	164	21.6	282	17.2
Instagram	168	19.1	109	14.3	277	16.9
YouTube	131	14.9	106	13.9	237	14.5
Snapchat	102	11.6	53	7.0	155	9.5
X/ Twitter	99	11.3	54	7.1	153	9.3
Telegram	50	5.7	65	8.5	115	7.0
منصات تعليمية) مثلCoursera، Edmodo...)	41	4.7	54	7.1	95	5.8
الإجمالى	878	100	761	100	1639	100

تُظهر نتائج الجدول السابق توزيع المنصات الرقمية الأكثر استخداماً بين فئات عينة الدراسة من المراهقين والشباب، مع تباين ملحوظ بين الفئتين في تفضيلاتها لاستخدام المنصات الرقمية، حيث يمكن ملاحظة أن TikTok هو الأكثر شيوعاً في الاستخدام بين الفئتين، حيث يستخدمه 169 مراهقًا (19.2٪) و156 شاباً (20.5٪)، ليكون إجمالي عدد مستخدميه في عينة الدراسة 325 شخصًا (19.8٪)، ويُظهر هذا الاتجاه الواسع الاستخدام لتطبيق TikTok باعتباره منصة ترفيهية ومؤثرة، خاصة بين الفئات الشبابية، مما يعكس ازدهار هذا التطبيق في فترات زمنية حديثة.

وجاء Facebook ليحتل المرتبة الثانية في الاستخدام بين عينة الدراسة، حيث يستخدمه 118 مراهقًا (13.4٪) و164 شاباً (21.6٪)، ليصل الإجمالي إلى 282 شخصًا (17.2٪)، وأن هذه النسب تظهر تفضيلًا أكبر لدى الشباب مقارنة بـ المراهقين، مما يعكس استمرار تأثير Facebook في الفئات الأكبر سنًا، ورغم تراجع تأثير هذه المنصة بين المراهقين مقارنة بالسنوات السابقة، إلا إنها تظل واحدة من الأكثر استخداماً بين الفئات العمرية المختلفة.

ويأتي Instagram في المرتبة الثالثة، حيث يستخدمه 168 مراهقًا (19.1٪) و109 شباب (14.3٪)، ليصل الإجمالي إلى 277 شخصًا (16.9٪) حيث تشير هذه الأرقام

إلى تفضيل المراهقين لهذه المنصة بشكل ملحوظ مقارنة بالشباب، مما يعكس ميلهم إلى منصات مرئية تركز على الصور والفيديوهات، وهو ما يعزز من شعبية Instagram في هذه الفئة، وفي المرتبة الرابعة جاءت منصة YouTube، حيث يستخدمه 131 مراهقًا (14.9٪) و106 شباب (13.9٪)، ليصل الإجمالي إلى 237 شخصًا (14.5٪)، ورغم تساوي النسب تقريبًا بين الفئتين، إلا إن YouTube يبقى من بين المنصات الأساسية المستخدمة لأغراض الترفيه والتعليم في آن واحد، وهو ما يفسر انتشاره بين كلا الفئتين.

أما بالنسبة إلى Snapchat، فقد أظهر المراهقون ميولًا أكبر لاستخدامه مقارنة بالشباب، حيث استخدمه 102 مراهق (11.6٪) و53 شابًا (7.0٪)، ليصل الإجمالي إلى 155 شخصًا (9.5٪)، وهذه النتيجة تبرز ميول المراهقين نحو منصات تركز على الصور والفيديوهات ذات الطابع الزمني والمحتوى غير المستمر، مما يواكب اهتماماتهم الترفيهية، وتظل منصة X/ Twitter يظل متوسطة الاستخدام في عينة الدراسة، حيث استخدمها 99 مراهقًا (11.3٪) و54 شابًا (7.1٪)، ليصل الإجمالي إلى 153 شخصًا (9.3٪) وتظهر هذه النسب تراجعًا في استخدام Twitter بين الفئات الأصغر سنًا، وهو ما قد يعكس تراجع الاهتمام بهذه المنصة لصالح منصات أخرى أكثر تفاعلية.

ويحظى Telegram بانتشار محدود في عينة الدراسة، حيث استخدمه 50 مراهقًا (5.7٪) و65 شابًا (8.5٪)، ليصل الإجمالي إلى 115 شخصًا (7.0٪)، مما يعكس هذا الاستخدام المحدود لتطبيقات المراسلة الشعبية، حيث يظل Telegram منصة تركز على الخصوصية والتواصل الفردي والجماعي، أما المنصات التعليمية مثل Coursera وEdmodo، فقد استخدمها 41 مراهقًا (4.7٪) و54 شابًا (7.1٪)، ليصل الإجمالي إلى 95 شخصًا (5.8٪)، فعلى الرغم من أنها تمثل خيارًا أقل شعبية مقارنة بالمنصات الترفيهية، فإن هذه المنصات تظل مهمة في سياقات التعليم والتطوير الذاتي.

والتحليل العام لهذه النتائج يشير إلى أن عينة الدراسة تميل بوضوح إلى استخدام منصات رقمية ترفيهية، مع وجود تفاوتات واضحة بين المراهقين والشباب في تفضيلات الاستخدام، كما تشير النتائج إلى أن الشباب يميلون إلى استخدام منصات أكثر تنوعًا من

المراهقين، مع تفضيلات كبيرة للمنصات مثل Facebook وTikTok، بينما يفضل المراهقون منصات مثل Instagram وSnapchat.

3- دوافع استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية:

جدول (6)

دوافع استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية

العبارة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
أستخدم المنصات الرقمية مصدرا لاكتساب المعرفة واستكشاف موضوعات جديدة تُثري فهمى للعالم	268	67.0	127	31.8	5	1.3	2.66	0.501	88.7
أستخدمها للتواصل مع الأصدقاء أو أفراد العائلة	221	55.3	168	42.0	11	2.8	2.53	0.552	84.3
أستخدمها وسيلة للهروب من الملل	219	54.8	171	42.8	10	2.5	2.52	0.548	84.0
أحب متابعة المشاهير أو المقاطع الطريفة والموسيقى	223	55.8	156	39.0	21	5.3	2.51	0.597	83.7
أسعى لتنمية مهاراتى وتطوير لغتى من خلال التفاعل المستمر مع المحتوى الهادف على المنصات الرقمية	213	53.3	160	40.0	27	6.8	2.47	0.62	82.3
أحرص على متابعة الحسابات المتخصصة في المجالات التعليمية والعلمية لتعزيز معارفي وتوسيع مداركى	197	49.3	187	46.8	16	4.0	2.45	0.573	81.7
أستخدم المنصات للترفيه ومتابعة الفيديوهات المسلية	190	47.5	194	48.5	16	4.0	2.43	0.571	81.0
تساعدنى على التعبير عن مشاعري أو أفكاري بحرية	188	47.0	167	41.8	45	11.3	2.36	0.675	78.7
أشعر بالراحة النفسية عندما أشارك منشورات أو صورا	131	32.8	189	47.3	80	20.0	2.13	0.716	71.0

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن دوافع استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية تتنوع بين أهداف معرفية، اجتماعية، ترفيهية، ونفسية، إلا إن الدوافع المعرفية والتطويرية تصدّرت المشهد بقوة حيث جاءت العبارة "أستخدم المنصات الرقمية مصدراً لاكتساب المعرفة واستكشاف موضوعات جديدة تُثري فهمي للعالم" وحصلت أعلى وزن نسبي بلغ 88.7 درجة، مما يعكس وعيًا مرتفعًا لدى المستخدمين بأهمية هذه المنصات في تنمية معارفهم وتعزيز إدراكهم، ويؤكد هذا التوجه –أيضًا– نتائج العبارات الأخرى المرتبطة بالتعلم، مثل متابعة الحسابات التعليمية والتفاعل مع محتوى يهدف لتطوير المهارات

واللغة، حيث تراوحت أوزانها النسبية بين 81.7 درجة و82.3 درجة، هذه المؤشرات تعزز فكرة أن استخدام المنصات الرقمية لا يقتصر على التسلية، بل أصبح جزءًا أساسيًا من عملية بناء الذات والتطور المعرفي، خاصة في ظل الفضاء المفتوح الذي توفره هذه المنصات للوصول إلى مصادر متعددة ومتنوعة للمعلومة.

أما على مستوى الدوافع الاجتماعية، فقد اتضح أن المنصات الرقمية تلعب دورًا محوريًا في تعزيز الروابط الاجتماعية، حيث جاء دافع "التواصل مع الأصدقاء أو أفراد العائلة" في المرتبة الثانية بوزن نسبي مرتفع بلغ 84.3 درجة، ويعكس هذا أن هذه الوسائط لا تُستخدم فقط كأدوات تكنولوجية، بل تؤدي وظيفة اجتماعية مهمة تساعد الأفراد على المحافظة على علاقاتهم، خاصة في ظل المسافات الجغرافية والقيود المجتمعية، كما عبّر جزء كبير من أفراد العينة عن استخدام المنصات وسيلة للتعبير عن الذات ومشاركة المشاعر والأفكار، وإن كان هذا الدافع قد جاء بدرجة أقل نسبيًا، مما يشير إلى بعض الحذر أو الانتقائية في استخدام هذه الوسائل لأغراض شخصية عميقة.

ومن ناحية أخرى، برزت الدوافع الترفيهية والهروبية كعنصر أساسي في استخدام المنصات الرقمية، إذ سجلت عبارات مثل "أستخدمها كوسيلة للهروب من الملل" و"أحب متابعة المشاهير أو المقاطع الطريفة والموسيقى" أوزانًا نسبية مرتفعة تجاوزت 83 درجة، وهو ما يوضح أن المحتوى الترفيهي لا يزال يحظى بجاذبية كبيرة لدى الأفراد، حيث تُستخدم هذه المنصات كوسيلة للراحة النفسية، قضاء الوقت، والترويح عن النفس، وتُعد هذه النتائج منسجمة مع الطبيعة البصرية والسريعة للمحتوى المنتشر عبر هذه الوسائط، والتي تلبي حاجات آنية وسريعة للهروب من ضغط الحياة اليومية.

أما بالنسبة للدوافع النفسية والشخصية، فقد ظهرت بدرجة أقل مقارنة بالدوافع الأخرى، حيث أظهرت عبارة "أشعر بالراحة النفسية عندما أشارك منشورات أو صورًا" وزنًا نسبيًا متوسطًا بلغ 71 درجة. هذه النسبة تعكس نوعًا من التردد أو عدم اليقين في استخدام الفضاء الرقمي للتعبير الحر عن الذات أو المشاعر، وربما تشير إلى قلق متعلق بالخصوصية أو الخوف من التقييم الاجتماعي، ومع ذلك، فإن وجود نسبة معتبرة من المستخدمين الذين عبّروا عن شعورهم بالحرية في التعبير عبر هذه المنصات، يدل على

أن البعض ما زال يرى في الفضاء الرقمي مساحة للتنفيس والانفتاح، وإن كان ذلك مشروطًا بمعايير الثقة والأمان.

بشكل عام، تُبرِز النتائج أن استخدام المنصات الرقمية ينطلق من دوافع متعددة ومتشابكة، تتقدم فيها الدوافع المعرفية، يليها الاجتماعية والترفيهية، بينما تتراجع الدوافع النفسية بشكل نسبي، وهذا التنوع في الدوافع يعكس تباين الاستخدامات بحسب الحاجات الفردية، ويؤكد الدور المتعدد الوظائف للمنصات الرقمية في حياة الأفراد، حيث باتت أداة للمعرفة ووسيلة للتواصل ومتنفسًا ترفيهيًا ومساحة محتملة للتعبير الذاتي.

ويُستَخلَص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة المعبرة عن دوافع استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية مقياسٌ عامٌ جاءت مستوياته كما يلي:

جدول (7)

مستويات المقياس العام لدوافع استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية

المستوى	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
منخفض	0	0	5	2.5	5	1.3
متوسط	73	36.5	77	38.5	150	37.5
مرتفع	127	63.5	118	59	245	61.2
الإجمالى	200	100	200	100	400	100
كا^2 0: 5.437 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: .0.066 غير دال						

تشير نتائج مستويات المقياس العام لدوافع استخدام المنصات الرقمية لدى عينة الدراسة –التي قُسمت إلى فئتي المراهقين والشباب – إلى أن الدوافع لا تختلف بشكل جوهري بين الفئتين من حيث مستويات الاستخدام، حيث تظهر القيم أن الغالبية من المراهقين (63.5٪) والشباب (59٪) يقعون في المستوى المرتفع من دوافع الاستخدام، وهذا يشير إلى أن هناك توجهًا عامًا لدى الفئتين نحو استخدام المنصات الرقمية بشكل مكثف ولأسباب متعدّدة، سواء كانت معرفية، ترفيهية، اجتماعية، أو نفسية، كما ورد في تحليل سابق للعبارات المفردة.

أما النسبة الأقل من العينة فقد وقعت ضمن المستوى المتوسط، بنسبة تقارب 36.5٪ للمراهقين و38.5٪ للشباب، وهي نسبة ليست ضئيلة وتشير إلى وجود شريحة من الأفراد تستخدم المنصات الرقمية باعتدال، ربما بسبب عوامل تنظيم الوقت، أو تباين في

الأهداف، أو نقص في الدافعية مقارنة بالفئة الأعلى، واللافت للنظر هو أن المستوى المنخفض كان شبهَ غائب لدى المراهقين تماماً (0٪)، وظهر بنسبة ضئيلة جداً لدى الشباب (2.5٪)، ما يعكس مدى تغلغل هذه المنصات في الحياة اليومية للجيلين، خاصة المراهقين الذين نشأوا في بيئة رقمية منذ طفولتهم.

وعند النظر إلى الاختبار الإحصائي (كا^2)، يتضح أن قيمة مربع كاي بلغت 5.437 بدرجة حرية 2، ومستوى معنوية 0.066، وهو ما يعني أن الفروق بين المراهقين والشباب ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05. ويفسر هذا أن دوافع استخدام المنصات الرقمية لا تختلف بشكل جوهري بين الفئتين العمريتين، وهو ما يعزز فكرة أن الرقمنة أصبحت نمطًا مشتركًا بين مختلف الأعمار في هذه المرحلة، وأن البيئة الاجتماعية والتكنولوجية تلعب دوراً موحداً في تشكيل دوافع الاستخدام، بغض النظر عن الفروق الطفيفة في العمر.

وبالتالي يمكن القول إن المنصات الرقمية تشكل جزءاً أساسياً من الحياة اليومية لكل من المراهقين والشباب، وتُستخدم بشكل مرتفع من الطرفين، وهو ما يجب أن يُؤخذ في الاعتبار عند تصميم برامج التوعية أو المبادرات التربوية أو السياسات المتعلقة بالتثقيف الرقمي، بحيث تُوجَّه للجميع دون افتراض فروق عمرية كبيرة في دافع الاستخدام.

4- نوع المحتوى الرقمى الذي تفضّله غالبا على المنصات الرقمية:

جدول (8)

نوع المحتوى الرقمى الذي تفضله غالبا على المنصات الرقمية

نوع المحتوى	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
محتوى ترفيهى	158	19.5	125	16.3	283	18.0
محتوى فكاهى	150	18.5	128	16.7	278	17.7
محتوى ثقافي	136	16.8	114	14.9	250	15.9
محتوى اجتماعى	129	15.9	114	14.9	243	15.4
محتوى تعليمى	103	12.7	113	14.8	216	13.7
محتوى تفاعلى	101	12.5	74	9.7	175	11.1
محتوى دينى	32	4.0	98	12.8	130	8.3
الإجمالى	809	100	766	100	1575	100

تُظهر نتائج الجدول السابق تفضيلات عينة الدراسة فيما يتعلق بنوع المحتوى الرقمي

المفضل أن هناك تباينًا ملحوظًا بين المراهقين والشباب في اختيار نوعية المحتوى الذي يتفاعلون معه على المنصات الرقمية، نبدأ بملاحظة أن "المحتوى الترفيهي" يأتي في صدارة تفضيلات عينة الدراسة، حيث يُفضل 158 مراهقًا (19.5٪) و125 شابًا (16.3٪) هذا النوع من المحتوى، مما يشير إلى أن المحتوى الترفيهي يمثل جزءًا كبيرًا من اهتمامات عينة الدراسة، خاصة في الفئة المراهقة، وهذا يعكس أن هذه الفئة العمرية تميل إلى منصات تركز على التسلية والترفيه، مثل الفيديوهات القصيرة والمحتوى الذي يقدم التسلية.

ويأتي في المرتبة الثانية "المحتوى الفكاهي"، حيث يُفضل 150 مراهقًا (18.5٪) و128 شابًا (16.7٪) هذا النوع من المحتوى مما يشير هذا إلى اهتمام عينة الدراسة الكبير بالمحتوى الذي يُقدم بأسلوب فكاهي أو ترفيهي يعزز من التفاعل والمشاركة على المنصات، ويبدو أن الشباب، على وجه الخصوص، يفضلون هذا النوع من المحتوى كوسيلة للترفيه والتفاعل مع المتابعين.

أما "المحتوى الثقافي" فقد حصل على تفضيل 136 مراهقًا (16.8٪) و114 شابًا (14.9٪)، ليصل الإجمالي إلى 250 شخصًا (15.9٪)، وهذا يعكس اهتمامًا متزايدًا بين أفراد عينة الدراسة بمعرفة الموضوعات الثقافية والاطلاع على المعلومات المتعلقة بالتاريخ والفنون والآداب، حيث قد تمثل هذه الموضوعات مصدرًا لإثراء المعرفة وتعميق الفهم لدى المستخدمين، وقد يساعد في هذا التوجه الإيجابي لدى فئتي عينة الدراسة نحو المحتوى الثقافي سهولة الحصول عليه، وجاذبية إعداده وتقديمه في صورة فيديوهات مُنَشَأة بتقنيات متطورة في الصوت والصورة، مما يسترعي انتباه المتعرضين له واهتمامهم بالمحتوى المُقدَّم، ومن ثَمّ وقوع الهدف التثقيفي بشكل سلس وطبيعي.

ويأتي "المحتوى الاجتماعي" في المرتبة الرابعة، حيث يُفضل 129 مراهقًا (15.9٪) و114 شابًا (14.9٪) هذا النوع من المحتوى، مما يبرز أهمية هذا النوع من المواد في تعزيز التواصل الاجتماعي بين الأفراد أو المجموعات "عائلات أو جماعات مصلحة أو تخصص"، وبالنظر إلى الاهتمام المتزايد بالمسائل الاجتماعية وتبادل الآراء حول القضايا المعاصرة، يمكن تفسير هذا التفضيل كنوع من الرغبة في التفاعل مع القضايا الاجتماعية

من خلال المنصات الرقمية.

أما فيما يتعلق بـ "المحتوى التعليمي"، فقد أبدى 103 مراهقين (12.7٪) و113 شاباً (14.8٪) تفضيلهم لهذا النوع من المحتوى، وعلى الرغم من أن نسبته أقل مقارنة ببقية الأنواع، إلا إن هذا يعكس رغبة في التعلم واكتساب المهارات والمعرفة عبر المنصات الرقمية، خاصة بين الشباب الذين قد يستخدمون هذه المنصات في أغراض تعليمية وتطويرية، سواء كان ذلك بشكل إجباري من خلال جهات التعليم التي ينتمون إليها، أو بشكل اختياري خاضعاً لرغبة حقيقية في التعلم وتطوير الذات.

أما "المحتوى التفاعلي" كان المُفضَل لـ 101 مراهقًا (12.5٪) و74 شاباً (9.7٪)، وتُبرِز هذه النسب الحاجة إلى تفاعل أكبر في المحتوى، مثل استطلاعات الرأي والتعليقات والتفاعل المباشر مع المحتوى، مما يعكس تحولًا نحو منصات تشجع التفاعل والمشاركة، في حين أن "المحتوى الديني" حصل على تفضيل أقل، حيث فضل 32 مراهقًا (4.0٪) و98 شاباً (12.8٪) هذا النوع من المحتوى، ويُظهِر هذا تبايناً في الاهتمام بالمحتوى الديني بين الفئتين، إذ يفضل الشباب هذا النوع بشكل أكبر من المراهقين، مما قد يعكس تأثيرات ثقافية أو اجتماعية في تفضيلات المحتوى، وتظل النسبة لدى الفئتين متواضعة مقارنةً بأنواع المحتوى الأخرى، مما يُشير إلى ضعف الدوافع الروحية لدى الفئتين لمتابعة صناع المحتوى الديني أو التعرض لمُختَلَف أشكال هذا المحتوى، إلا إن هذا الضعف والإنكماش كان ظاهراً بشكل أكثر وضوحًا لدى فئة المُراهقين، الأمر الذي قد يُفَسّر في إطار حداثة سنهم وحداثة تكليفهم شرعًا، أو في إطار أن الأجيال المتتابعة يقل ارتباط الأصغر منهم بالدين وتقل رغبته في التفقه فيه والتعرف على ضوابطه وأحكامه، وهذا التفسير رغم مجرد احتماليته وعدم اليقين به، إلا إنه يُعَد ناقوس خطر، ومؤشر يجب وضعه في الاعتبار.

ويُشير التحليل العام لهذه النتائج إلى أن عينة الدراسة تميل بشكل رئيسي إلى المحتوى الترفيهي والفكاهي، بينما تحظى الموضوعات الثقافية والاجتماعية أيضًا باهتمام كبير، يمكن ملاحظة أيضًا أن هناك تفضيلًا متزايدًا للمحتوى الذي يشجع على التفاعل والمشاركة، وهو ما يعكس تأثير منصات الوسائط الاجتماعية في تشكيل تفضيلات

الشباب والمراهقين.

5- طريقة تفاعل عينة الدراسة المعتادة مع المنصات الرقمية:

جدول (9)

طريقة تفاعل عينة الدراسة المعتادة مع المنصات الرقمية

طريقة التفاعل	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
تفاعل فقط (إعجابات – تعليقات – إعادة نشر)	65	32.5	102	51	167	41.7
تصفّح سلبى (دون تفاعل أو مشاركة)	92	46	56	28	148	37.0
تخصيص المحتوى (فلترة – إعدادات – متابعة مخصصة)	15	7.5	32	16	47	11.8
نشر محتوى خاص بى	28	14	10	5	38	9.5
الإجمالى	200	100	200	100	400	100.0
كا^2: 31.630 درجة الحرية: 3 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.271						

تُظهر نتائج الجدول السابق طريقة تفاعل عينة الدراسة مع المنصات الرقمية تنوعًا ملحوظًا في أساليب التفاعل بين المراهقين والشباب، ما يعكس اختلافات في سلوكيات الاستخدام والتفاعل على هذه المنصات وذلك بدءًا من التفاعل الأكثر شيوعًا، نجد أن نسبة 41.7٪ من عينة الدراسة تتفاعل فقط مع المحتوى عبر "الإعجابات والتعليقات أو إعادة النشر"، حيث سجل 65 مراهقًا (32.5٪) و102 شاب (51٪) هذا النوع من التفاعل، مما يشير إلى أن غالبية عينة الدراسة تُفَضِل التفاعل السطحي مع المحتوى دون الانخراط العميق في إنشاء أو تخصيص المحتوى.

ومن جهة أخرى، يُظهر 46٪ من المراهقين (92 شخصًا) و28٪ من الشباب (56 شخصًا) تفضيلًا لـ "التصفح السلبي"، حيث يكتفون بالمشاهدة فقط دون التفاعل أو المشاركة في المحتوى، هذه النسبة المرتفعة بين المراهقين قد تعكس سلوكيات تفاعلية أقل تطورًا في هذا العمر، في حين يمكن أن يكون لدى الشباب دافع أكبر للمشاركة، يمكن تفسير ذلك برغبة المراهقين في البقاء على اطلاع دون الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي المباشر أو الإسهام في المحتوى.

بالنسبة لـ "تخصيص المحتوى"، الذي يشمل الفلترة أو تعديل الإعدادات أو متابعة الحسابات المخصصة، فقد لوحظ تفضيل منخفض من قبل عينة الدراسة، إذ أبدى 7.5٪ من المراهقين و16٪ من الشباب اهتمامًا بهذا النوع من التفاعل، ويمكن أن يعكس

هذا تزايد رغبة بعض الشباب في تخصيص تجربتهم الرقمية لتتوافق مع اهتماماتهم الشخصية أو الموضوعات التي يفضلونها، بينما قد تكون نسبة المراهقين أقل في هذا الاتجاه نتيجة ضعف اهتمامهم بتخصيص المحتوى.

وأخيرًا، يُعتبر "نشر المحتوى الشخصي" من أقل أساليب التفاعل انتشارًا بين عينة الدراسة، حيث أبدى 14 مراهقًا (7.5٪) و10 شباب (5٪) اهتمامًا بنشر المحتوى الخاص بهم، ويوضح ذلك أن معظم أفراد عينة الدراسة يفضلون الاستهلاك على إنتاج المحتوى، وهو ما قد يرجع إلى وجود تردد أو نقص في الثقة الذاتية لدى المراهقين والشباب في مشاركة محتوى شخصي على هذه المنصات.

وبشكل عام يتضح أن عينة الدراسة تتمتع بنمط تفاعل متنوع، حيث يميل معظمهم إلى التفاعل السطحي أو السلبي مع المحتوى عبر المنصات الرقمية، في حين أن تخصيص المحتوى أو إنتاجه يبقى محدودًا، ويمكن أن تعكس هذه النتائج تباينًا في درجة التفاعل حسب العمر أو الاهتمامات الشخصية لدى الأفراد في عينة الدراسة.

مناقشة نتائج المحور الأول في ضوء نتائج الدراسات السابقة:

تُظهِر نتائج الدراسة الحالية أن الاستخدام المعتدل إلى المكثف للمنصات الرقمية شائع بين المراهقين والشباب، مع تباينات في دوافع وأنماط الاستخدام، وتتقاطع هذه النتيجة مع ما أظهرته دراسة **الصعيدي** (2023) ودراسة **الوعل** (2024) من أن الفجوة الرقمية تتعدى مسألة الفروقات العمرية لتشمل اختلافات في أنماط التفاعل والمهارات الرقمية، فالنتائج الحالية تدعم هذه الفرضية من خلال توضيح أن الشباب يستخدمون المنصات الرقمية لأغراض معرفية ووظيفية، في حين يميل المراهقون أكثر نحو الترفيه والتواصل، ما يعكس تباينًا معرفيًا وثقافيًا واضحًا.

كذلك، فإن ضعف إنتاج المحتوى من قِبَل عينة الدراسة، واقتصار التفاعل على الأشكال السطحية (الإعجاب، المشاركة، المشاهدة)، يتماشى مع ما أشار إليه Mansfield et al. (2025) من أن هناك حاجة ماسة إلى تنمية الوعي الرقمي، خاصةً في ظل تعرض المراهقين لمخاطر الذكاء الاصطناعي دون استعداد كاف.

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الدوافع المعرفية والاجتماعية والترفيهية تتداخل في

استخدام المنصات الرقمية، وأن المحتوى الترفيهي والفُكَاهِي يحظى بالأولوية، وهذا يتوافق مع ما توصلت إليه دراسة (2024) .Iqbal, et al ودراسة **غندر** (2016) من أن دوافع الاستخدام تتنوع بين المعرفة والترفيه، لكنها تؤثر بدرجات متفاوتة على الصحة النفسية والانضباط الشخصي.

كما أن التفضيل المتزايد لمنصات مثل TikTok وSnapchat بين المراهقين، مقابل استخدام أكبر لمنصات كـ Facebook من قِبل الشباب، ينسجم مع ما ذكره Pew Research Center (2022) بشأن التحول نحو المحتوى البصري السريع عند المراهقين، مما يعكس تغيراً في التوجهات والأشكال الاتصالية مع تطور المنصات.

من ناحية أخرى، تدعم نتائج الدراسة الحالية ما توصلت إليه دراسة **يوسف** (2022) من أن استخدام المنصات يؤثر على تشكيل الاتجاهات نحو القضايا العامة، لا سيما لدى فئة الشباب الجامعي الذين يسعون لتوظيف هذه المنصات في التعليم والعمل والتفاعل مع الشأن العام، مما يتطلب في الحالة الحالية تعزيز هذه المهارات بصورة موجهة، إذ إن الاستخدام الكثيف لدى البعض لم يُترجَم بالضرورة إلى إنتاجية أو تنظيم ذاتي واضح.

ويتضح أن نتائج الدراسة الحالية تنسجم في مجملها مع ما توصلت إليه الأدبيات السابقة، خاصة فيما يتعلق بتعدد دوافع الاستخدام، وتنوع أنماط التفاعل بين المراهقين والشباب، وتأثير الفروقات المعرفية والثقافية في توظيف المنصات، كما أن وجود فجوة جيلية تتعدى مجرد الفارق الزمني إلى اختلافات في المهارات والتصورات يظهر بوضوح، مما يفرض ضرورة تكامل الجهود التوعوية والتعليمية لتقليل آثار هذه الفجوة وتعزيز التفاعل الرقمي الإيجابي والواعي لدى مختلف الفئات العمرية.

المحور الثانى: أدوات الذكاء الاصطناعى في الاستخدام الرقمى

1- وعى عينة الدراسة بوجود أدوات الذكاء الاصطناعى داخل المنصات التى تستخدمها:

جدول (10)

وعى عينة الدراسة بوجود أدوات الذكاء الاصطناعى داخل المنصات التى تستخدمها

درجة الوعى	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
على وعى جيد باستخدامها وأفهم كيف تعمل	146	73	89	44.5	235	58.7
أعرف أنها موجودة لكن لا أعرف تفاصيل استخدامها	54	27	111	55.6	165	41.3
الإجمالى	200	100	200	100	400	100.0
كا^2: 33.516 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.278						

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود تفاوت ملحوظ في وعي عينة الدراسة بوجود واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات الرقمية حيث أظهرت 73٪ من المراهقين و44.5٪ من الشباب أنهم على وعي جيد باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي ويفهمون كيف تعمل، ويشير هذا إلى أن غالبية المراهقين يمتلكون معرفة قوية بالأدوات الذكية المتاحة على المنصات، بينما توجد فجوة كبيرة لدى الشباب في هذا الصدد.

من جهة أخرى، فإن 27٪ من المراهقين و55.6٪ من الشباب يعرفون بوجود أدوات الذكاء الاصطناعي على المنصات لكنهم يفتقرون إلى الفهم الكامل لآلية عملها، وهذا يشير إلى أن فئة الشباب على وجه الخصوص تدرك وجود هذه الأدوات، لكنهم لا يملكون تفاصيل كافية عن كيفية استخدامها بشكل فعال، ويمكن تفسير ذلك بزيادة انتشار هذه الأدوات على منصات التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي، لكن ليس الجميع قادراً على الاستفادة منها بسبب نقص المعرفة أو الاهتمام، والاقتناع أو الدافعية لذلك.

من الجدير بالذكر أن عينة الدراسة بشكل عام تُظهر مستوى وعي متوسط بوجود أدوات الذكاء الاصطناعي، مع تباين واضح بين المراهقين والشباب، ففي حين أبدى المراهقون اهتماماً أكبر بالمعرفة التفصيلية حول أدوات الذكاء الاصطناعي، تبين أن الشباب لديهم درجة أدنى من الوعي أو المعرفة العميقة بهذه الأدوات، وهو ما يفتح المجال للمزيد من التعليم والتوعية حول هذه التقنية وأثرها في استخدام المنصات الرقمية، وأوجه الاستفادة منها على الصعيد المعرفي "التعليمي والتثقيفي الحر" وعلى الصعيد العملي "التوظيفي في

مجالات العمل والانتاج للدراسة وغيرها"، وعلى صعيد صناعة المحتوى وتطويره -إن وجد- إلى جانب الترفيه، وتمضية أوقات الفراغ.

إجمالًا، يوضح تحليل البيانات السابقة أن هناك فجوةً في الوعي والمعرفة بين الأجيال في عينة الدراسة بشأن أدوات الذكاء الاصطناعي في المنصات الرقمية، ما يعكس ضرورة توفير المزيد من الموارد التعليمية والمعلومات حول هذه الأدوات لتعزيز الفهم والتمكين لدى كلتا الفئتين.

2- طبيعة الأدوات الذكية التى استخدمتها بالفعل داخل المنصات الرقمية:

جدول (11)

طبيعة الأدوات الذكية التى استخدمتها بالفعل داخل المنصات الرقمية

	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
فلاتر الصور والفيديو مثل: (فلاتر Instagram وTikTok)	166	35.6	151	34.3	317	35.0
أدوات التوصية الذكية مثل: (اقتراحات الفيديوهات أو المنشورات)	114	24.5	103	23.4	217	24.0
روبوتات المحادثة مثل: (شات بوتات المتاجر أو المواقع)	109	23.4	97	22.0	206	22.7
أدوات توليد المحتوى مثل: (توليد الصور أو النصوص آليا)	77	16.5	89	20.2	166	18.3
الإجمالى	466	100	440	100	906	100

تكشف نتائج الجدول السابق عن طبيعة الاستخدام الواسع والمتنوع للأدوات الذكية داخل المنصات الرقمية من قِبَل عينة الدراسة، حيث تَبرُز "فلاتر الصور والفيديو" مثل تلك المتوفرة في (Instagram وTikTok) كأكثر الأدوات استخداماً بين المراهقين والشباب، إذ أشار 35.6٪ من المراهقين و34.3٪ من الشباب إلى أنهم يستخدمون هذه الفلاتر بشكل منتظم، مما يعكس الاهتمام الكبير بهذه الأدوات التفاعلية التي تمنح المستخدمين القدرة على تعديل وتحسين صورهم وفيديوهاتهم بطريقة مبتكرة ومرحة، مما يسهم في تعزيز تجربة التفاعل على منصات مثل Instagram وTikTok.

في المرتبة الثانية جاءت: أدوات التوصية الذكية" مثل: (اقتراحات الفيديوهات أو المنشورات)، حيث أفاد 24.5٪ من المراهقين و23.4٪ من الشباب باستخدامها، وتشير هذه النسبة إلى أن عينة الدراسة تُدرِك وتستفيد من خوارزميات التوصية التي تُقَدِم محتوى مخصصاً، وهو ما يعزز تجربتهم الرقمية بتقديم اقتراحات تتناسب مع اهتماماتهم وسلوكياتهم السابقة على المنصات.

أما بالنسبة لـ "استخدام روبوتات المحادثة" مثل: (شات بوتات المتاجر أو المواقع)، فقد أظهرت عينة الدراسة نسبة أقل من الاستخدام مقارنة بالأدوات الأخرى، حيث استخدمها 23.4٪ من المراهقين و22.0٪ من الشباب، ويمكن تفسير هذه النسبة بأنها تعكس تفاعلًا أقل مع هذه الأدوات رغم فائدتها في تسهيل التفاعل مع العملاء، الأمر الذي قد يعزى إلى محدودية الوعي أو الاستخدام في سياقات معينة مثل التسوق والشراء الإلكتروني أو الدعم الفني وخدمة العملاء.

وفيما يتعلق بـ "أدوات توليد المحتوى" مثل: (توليد الصور أو النصوص آليًا)، استخدمها 16.5٪ من المراهقين و20.2٪ من الشباب، على الرغم من أنها تُمَثِل أقل الأدوات استخداماً ضمن القائمة، إلا إن هذه الأداة تحمل أهمية خاصة في مجالات الإبداع والمحتوى الرقمي، مما يشير إلى اهتمام عينة الدراسة بهذه الأدوات في سياقات متقدمة مثل الإنتاج الرقمي.

إجمالًا، يتضح من نتائج الجدول أن عينة الدراسة تستخدم مجموعة متنوعة من الأدوات الذكية داخل المنصات الرقمية، مع تفضيل واضح للأدوات التي تعزز التفاعل الشخصي والتخصيص مثل الفلاتر وأدوات التوصية، هذه الأنماط تشير إلى تأثير هذه الأدوات في تخصيص التجربة الرقمية وتوجيه المحتوى المقدم للمستخدمين، مما يعزز من مشاركتهم ورضاهم في استخدامها.

3- اعتماد عينة الدراسة اليومى على أدوات الذكاء الاصطناعى داخل المنصات:

جدول (12)

اعتماد عينة الدراسة اليومى على أدوات الذكاء الاصطناعى داخل المنصات

درجة الاعتماد	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أعتمد عليها بشكل دائم	50	25	6	3	56	14.0
اعتمد عليها في أمور محددة وبشكل مستمر	97	48.5	100	50	197	49.2
أعتمد عليها أحيانًا حسب الحاجة	37	18.5	79	39.5	116	29.0
نادرا ما أستخدمها	16	8	15	7.5	31	7.8
الإجمالى	200	100	200	100	400	100.0
كا^2: 49.856 درجة الحرية: 3 مستوى المعنوية: 0.000 دال					معامل التوافق: 0.333	

تكشف نتائج الجدول السابق عن تباين واضح في مدى اعتماد الأفراد على أدوات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات الرقمية بشكل يومي، حيث تتفاوت الأنماط بحسب الفئات

العمرية، فوفقًا للبيانات، يظهر أن نسبة 49.2٪ من عينة الدراسة يعتمدون على هذه الأدوات في أمور محددة وبشكل مستمر، وهي النسبة الأعلى بين الخيارات المختلفة، ويعكس هذا تزايد الوعي بأدوات الذكاء الاصطناعي واستخدامها بشكل متكرر في مهام متعددة على المنصات الرقمية مثل: التوصيات الذكية أو التفاعل مع محتوى مخصص.

في المقابل تشير البيانات إلى أن نسبة 14.0٪ من عينة الدراسة تعتمد على أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل دائم، وقد تشير هذه النسبة المنخفضة إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي لم يصل بعد إلى مرحلة الاعتماد الكامل من قِبَل أغلب الأفراد في الحياة اليومية على المنصات الرقمية، خاصة وأن هذه الأدوات -غالبًا- تكون مُدمَجَة بشكل غير مرئي في العديد من التطبيقات والخدمات.

أما بالنسبة للذين يعتمدون على هذه الأدوات أحيانًا حسب الحاجة، فقد بلغت نسبتهم 29.0٪ من عينة الدراسة، وهذا يشير إلى أن الذكاء الاصطناعي يُستخدم بشكل متقطع بناءً على الحاجة أو السياق، مثل: الاستفادة من الشات بوتات أو أدوات توليد المحتوى فقط عند الضرورة.

وأخيرًا، أفادت نسبة 7.8٪ فقط من عينة الدراسة بأنهم نادرًا ما يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي، مما يعكس تقليدية أو محدودية استخدام هذه الأدوات من قبل هذه الفئة، وإجمالًا تُبَين النتائجُ أن عينة الدراسة تُظهِر استخدامًا متزايدًا لأدوات الذكاء الاصطناعي خاصةً في السياقات المحددة والمستمرّة، مع تزايد الإلمام والفهم لهذه الأدوات في الحياة اليومية على المنصات الرقمية.

مناقشة نتائج المحور الثانى في ضوء نتائج الدراسات السابقة:

أظهرت نتائج الدراسة الحالية وجود فجوة واضحة في الوعي والمعرفة باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات الرقمية، وهو ما يتسق مع دعوة Mansfield et al. (2025) إلى تطوير مناهج بحثية تركز على التأثيرات النفسية والمعرفية للتفاعل مع الذكاء الاصطناعي، كما يتماشى مع دراسة **عبد الكريم** (2024) التي أكدت أن الشباب أكثر تأثرًا واستهدافًا بهذه الأدوات مقارنةً بجيل الأهل أو الكبار، مما يعكس تحولًا في سلوكيات التلقي الرقمي والاهتمامات.

أشارت نتائج الدراسة إلى استخدام متزايد لأدوات مثل: الفلاتر وأدوات التوصية التي تعزز من التفاعل الشخصي، وهذا يتماشى مع دراسة Zhang and Sun (2025) التي بينت أن هذه الأدوات تسهم في تشكيل الهوية الذاتية للمراهقين من خلال التفاعل المستمر مع الأنظمة الذكية، وكذلك مع Lin et al. (2024) التي أظهرت أن التفاعل مع روبوتات المحادثة يسهم في الإشباع الفوري وتعزيز الحاجة للاعتراف الذاتي، ما يفسر الانجذاب إلى هذه الأدوات.

والنسبة الصغيرة (7.8٪) التي نادراً ما تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي تعكس وجود فئة تقليدية أو مُتَحفظَة في الاستخدام، وهو ما يدعمه تحليل **جلال** (2023)، التي شددت على أهمية تطوير البنية التحتية ومناهج الإعداد التكنولوجي لتقليص هذا التفاوت وضمان شمولية التحول الرقمي.

كما أوضحت نتائج الدراسة استخداماً متصاعدًا لأدوات الذكاء الاصطناعي، خاصة في السياقات اليومية، بما يعكس نتائج تقرير Google Workspace (2025) الذي أشار إلى أن 93٪ من الجيل Z يستخدمون أدوات ذكاء اصطناعي بشكل أسبوعي، ودراسة **شعشاعة** (2024) التي أثبتت أن استخدام الذكاء الاصطناعي في التعليم يحسن الأداء والتحفيز.

وأكدت نتائج الدراسة أن أدوات الذكاء الاصطناعي باتت جزءاً من الاستخدام اليومي والمشاركة الرقمية، وهذا ينسجم مع دراسة **اليمانى** (2023) التي ربطت بين التفاعل المستمر واندماج الذكاء الاصطناعي في الأنماط الثقافية والاجتماعية للشباب، ومع دراسة **عساف** (2021) التي بينت العلاقة الطردية بين كثافة الاستخدام وقبول التقنية.

على الرغم من عدم تركيز الدراسة الحالية بشكل مباشر على الأثر النفسي، فإن الاستخدام المتكرر والمستمر قد يحمل آثاراً نفسية حذرت منها دراسة Brisson et al. (2023)، حيث يرتبط الاستخدام المفرط للذكاء الاصطناعي بزيادة القلق والاكتئاب، مما يدعو إلى التوازن وتنظيم الاستخدام، خاصة لدى المراهقين؛ تقليلًا لمخاطر تعرُضهُم لتلك الآثار الناتجة عن الاستخدام المبالغ فيه.

وتُظهر الدراسة الحالية بوضوح أن أدوات الذكاء الاصطناعي تُستخدم بشكل واسع بين

الشباب، خصوصاً في ما يتعلق بالتخصيص والتفاعل، لكنها تكشف في الوقت ذاته عن فجوات معرفية وفئات متحفظة في الاستخدام، وتتماشى هذه النتائج مع الاتجاهات العالمية والعربية في الدراسات السابقة، التي أكدت أهمية تبني استراتيجيات تعليمية وتوعوية وتنظيمية لضمان الاستخدام الآمن والمثمر لهذه التقنيات، بما يعزز من فرص التطوير الذاتي والاجتماعي دون التسبب في أعباء نفسية أو تهميش ثقافي لأي فئة أو تعريض الأفراد والمجتمعات لأثار سلبية غير متوقعة.

المحور الثالث: الفروق الجيلية في السلوك الرقمى:

1- شعور عينة الدراسة بوجود اختلاف في طريقة استخدامهم للمنصات الرقمية مقارنةً بأشخاص من فئة عمرية مختلفة (أكبر أو أصغر منهم):

جدول (13)

شعور عينة الدراسة بوجود اختلاف في طريقة استخدامهم للمنصات الرقمية

درجة الشعور بالاختلاف	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نعم، أشعر باختلاف كبير	98	49	64	32	162	40.4
نعم، لكن الاختلاف بسيط	59	29.5	76	38	135	33.8
نعم، يبرز الاختلاف حسب موضوع التفاعل	32	16	44	22	76	19.0
لا، لا أشعر بأي فرق	11	5.5	16	8	27	6.8
الإجمالى	200	100	200	100	400	100.0
كا^2: 12.097 درجة الحرية: 3 مستوى المعنوية: 0.007 دال معامل التوافق: 0.171						

تكشف نتائج الجدول السابق عن وجود تباين ملحوظ في طريقة استخدام المنصات الرقمية بين الفئات العمرية المختلفة، حيث أشار نسبة 40.4٪ من عينة الدراسة إلى أنهم يشعرون بوجود اختلاف كبير في طريقة استخدام المنصات الرقمية مقارنةً بالأشخاص من فئات عمرية مختلفة، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يلاحظون تبايناً واضحاً في سلوكيات استخدام المنصات الرقمية بين الفئات العمرية، مما قد يعكس تبايناً في التفضيلات الرقمية وأسلوب التفاعل مع محتوى الإنترنت بين الأجيال المختلفة، بالشكل الذي تتصوره ذهنياً كل فئة وتقتنع به.

أما نسبة 33.8٪ من عينة الدراسة فأفادوا بأنهم يشعرون بوجود اختلاف بسيط في طريقة الاستخدام بين فئات عمرية مختلفة، وهذا يشير إلى أن العديد من الأفراد يلاحظون بعض الفروقات في الاستخدام، لكنها لا تكون شديدة الوضوح أو ملحوظة في

معظم الأحيان، ربما بسبب تشابه بعض الأنماط الرقمية بين الأجيال المختلفة، من جانب آخر صرَّحت نسبة 19.0٪ من عينة الدراسة بأن الاختلاف في استخدام المنصات الرقمية يرتبط بموضوع التفاعل، وهو ما يعني أن طبيعة المحتوى أو النشاط على المنصات مثل: (التفاعل مع المحتوى الترفيهي أو التعليمي أو الاجتماعي) قد تحدد مستوى الاختلاف بين الفئات العمرية، بدلًا من كون الاختلاف في الأسلوب العام لاستخدام المنصات.

وأخيراً أفادت نسبة 6.8٪ من عينة الدراسة أنهم لا يشعرون بأي فرق في طريقة استخدام المنصات الرقمية مقارنةً بالأشخاص من فئات عمرية أخرى، مما يشير إلى أن هناك شريحة صغيرة تعتبر أن استخدام المنصات الرقمية موحد بين جميع الأعمار، ولا تلاحظ أي فروق في أساليب التفاعل.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن الفئات العمرية المختلفة في عينة الدراسة تميل إلى إدراك الفروق في استخدام المنصات الرقمية، لكن هذه الفروق تتفاوت في حجمها وأثرها، حيث يبرز الاختلاف الكبير بشكل أكبر في أنماط التفاعل والمحتوى الذي يتم التفاعل معه.

2- كيفية تفاعل عينة الدراسة عادةً مع المحتوى المُنتَج أو المُعدّل باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي:

جدول (14)

كيفية تفاعل عينة الدراسة عادةً مع المحتوى المُنتج أو المُعدّل باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي

شكل التفاعل مع المحتوى	المراهقين		الشباب		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أميز بسهولة أن هذا المحتوى صناعي أو مُعدّل	80	40	32	16	112	28.0
أتعامل معه بشكل طبيعي دون تمييز	46	23	66	33	112	28.0
أتعامل معه لأن ما يهمني المحتوى	54	27	92	46	146	36.4
أشعر بالريبة أو الحذر تجاه هذا النوع من المحتوى	10	5	5	2.5	15	3.8
لا ألاحظ إن كان المحتوى معدلًا أو لا	10	5	5	2.5	15	3.8
الإجمالي	200	100	200	100	400	100.0
كا^2: 37.367 درجة الحرية: 4 مستوى المعنوية: .0.022 دال معامل التوافق: 0.292						

تكشف نتائج الجدول السابق عن تباين في كيفية التفاعل مع المحتوى المُنتج أو المُعدّل باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، حيث أشارت نسبة 28.0٪ من عينة الدراسة إلى

أنهم يستطيعون تمييز إذا كان المحتوى صناعيًا أو مُعدّلًابسهولة، ويتبين من ذلك أن جزءًا من الأفراد في عينة الدراسة يمتلكون القدرة على التفريق بين المحتوى الأصلي والمحتوى الذي خضع لتعديلات باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يعكس درجة عالية من الوعي بهذه الأدوات واستخداماتها.

أما نسبة 36.4٪ من عينة الدراسة فأفادوا بأنهم يتعاملون مع المحتوى لأن ما يهمهم هو المحتوى ذاته دون النظر إلى كونه مُنتجًا أو مُعدلًا بواسطة الذكاء الاصطناعي، وهذا يشير إلى أن بعض الأفراد يركزون بشكل أكبر على جودة المحتوى بغض النظر عن مصدره أو طريقة إنتاجه، مما يعكس تفضيلًا للمحتوى المفيد بغض النظر عن طريقة تصنيعه.

في حين أن نسبة 28.0٪ من عينة الدراسة أفادوا بأنهم يتعاملون مع المحتوى بشكل طبيعي دون تمييز، مما قد يعني أن هؤلاء الأفراد لا يعيرون اهتمامًا كبيرًا لعملية إنتاج المحتوى سواء كان باستخدام الذكاء الاصطناعي أو لا، مما يؤكد على أن هؤلاء الأفراد يفضلون التفاعل مع المحتوى بناءً على قيمته وتناسبه مع احتياجاتهم، وليس على كيفية إنتاجه.

وقد أشار 3.8٪ فقط من عينة الدراسة إلى أنهم يشعرون بالريبة أو الحذر تجاه هذا النوع من المحتوى، مما يعكس قلقًا لدى شريحة صغيرة جدًا من الأفراد تجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج أو تعديل المحتوى، كما أظهر 3.8٪ من عينة الدراسة أنهم لا يلاحظون إذا كان المحتوى معدلًا أم لا، مما يشير إلى أن هذه الشريحة قد لا تهتم أو تُلاحِظ الفروق بين المحتوى الأصلي والمحتوى الذي يتم تعديله باستخدام الذكاء الاصطناعي.

بناءً على هذه النتائج يمكن القول إن عينة الدراسة تتمتع بوعي متنوع تجاه المحتوى المُعدل أو المُنتج باستخدام الذكاء الاصطناعي، بينما يظل جزء من الأفراد قادراً على التمييز بين أنواع المحتوى، ويرى البعض الآخر أن المهم هو محتوى المادة بغض النظر عن مصدرها.

3- تقييم عينة الدراسة للفروق الجيلية في السلوك الرقمى:

جدول (15)

تقييم عينة الدراسة للفروق الجيلية في السلوك الرقمى

العبارة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
ألاحظ أن أسلوبى في التفاعل الرقمى يختلف عن أسلوب فئات عمرية أخرى	252	63.0	142	35.5	6	1.5	2.62	0.517	87.3
ألاحظ أن اهتمامى بالأمن الرقمى والخصوصية مختلف عن اهتمام الأجيال الأخرى	226	56.5	158	39.5	16	4.0	2.52	0.575	84.0
طريقة التعبير والتعليق على المحتوى تختلف بين جيلى والأجيال الأخرى.	214	53.5	181	45.3	5	1.3	2.52	0.525	84.0
غالبا ما أشرح كيفية استخدام بعض التطبيقات أو الخصائص الرقمية للأكبر سنًا	214	53.5	166	41.5	20	5.0	2.49	0.592	83.0
أرى أن الجيل الأصغر يفضل التفاعل السريع والمحتوى القصير مقارنة بالجيل الأكبر.	202	50.5	182	45.5	16	4.0	2.47	0.574	82.3
المحتوى الذي أفضله يختلف تماما عما تتابعه الفئات الأخرى	193	48.3	186	46.5	21	5.3	2.43	0.592	81.0
أشعر أن جيلى لديه طريقة مميزة في استخدام المنصات الرقمية	205	51.3	153	38.3	42	10.5	2.41	0.673	80.3
لا أرتاح للتفاعل مع من هم أكبر أو أصغر سنًا عبر المنصات	167	41.8	212	53.0	21	5.3	2.37	0.581	79.0
أشعر أن بعض المنصات موجهة أساسا لفئة عمرية معينة ولا تناسبنى.	183	45.8	170	42.5	47	11.8	2.34	0.679	78.0
أواجه صعوبة أحيانًا في فهم طريقة تفاعل الجيل الآخر مع المنصات	161	40.3	202	50.5	37	9.3	2.31	0.632	77.0

تعكس نتائج تقييم عينة الدراسة للفروق الجيلية في السلوك الرقمي وعيًا واضحًا لدى المشاركين بوجود اختلافات ملحوظة بين فئاتهم العمرية وغيرها في أنماط استخدام المنصات الرقمية، فقد أشار أغلبهم إلى أن "أسلوبهم في التفاعل الرقمي يختلف عن أساليب الأجيال الأخرى" بوزن نسبي 87.3 درجة، مما يدل على شعور قوي بالتمايز الجيلي في أنماط التفاعل الرقمي، كما عبر المشاركون عن "اختلاف أولوياتهم في ما يتعلق بالأمن الرقمي والخصوصية مقارنةً بالأجيال الأخرى" بوزن نسبي 84.0 درجة، وهو ما يعكس اهتمامًا متزايدًا من جيلهم بهذه القضايا، كذلك أقرّوا ب، "وجود تباين في أسلوب

التعبير والتعليق بين جيلهم والأجيال الأخرى" بالدرجة نفسها 84.0، مما يشير إلى تنوع في أنماط الخطاب الرقمي بين الأجيال.

من جهة أخرى أظهرت النتائج إدراكًا واضحًا للدور الذي يلعبه الجيل الأصغر في نقل المعرفة الرقمية، حيث عبّر عددٌ كبيرٌ من المشاركين عن "قيامهم بشرح كيفية استخدام التطبيقات أو الخصائص الرقمية للأكبر سنًا" بوزن نسبي 83.0 درجة، كما أشاروا إلى "تفضيل جيلهم للمحتوى القصير والتفاعلي مقارنة بالجيل الأكبر" بوزن نسبي 82.3 درجة، و"اختلاف واضح في نوعية المحتوى المفضل" بوزن نسبي 81.0 درجة، مما يعكس اختلافًا ثقافيًا رقميًا، أما ما يتعلق بـ "الشعور بعدم الراحة في التفاعل مع فئات عمرية مختلفة"، فقد جاءت بدرجة 79.0، مما يبرز حدودًا اجتماعية داخل الفضاء الرقمي، كذلك عبّر المشاركون عن شعورهم بأن "بعض المنصات موجهة لفئات عمرية لا ينتمون إليها" بوزن نسبي 78.0 درجة، وأقرّوا بـ "صعوبة فهم طريقة تفاعل الأجيال الأخرى" بدرجة 77.0، كل هذه النتائج تؤكد أن الفروق الجيلية في التفاعل الرقمي حاضرة بوضوح في وعي عينة الدراسة، وتستدعي الانتباه عند تصميم السياسات الرقمية والتعليمية التي تستهدف مختلف الفئات العمرية، وذلك على الرغم من التقارب في العمر بين فئتي عينة الدراسة.

ويُستَخلَص من إجابات عينة الدراسة مقياسٌ عامٌ لتقييم عينة الدراسة للفروق الجيلية في السلوك الرقمي جاءت مستوياته كما يلي:

جدول (16)

مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة للفروق الجيلية في السلوك الرقمي

المستوى	المراهقين		الشباب		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
منخفض	0	0	5	2.5	5	1.3
متوسط	41	20.5	60	30	101	25.3
مرتفع	159	79.5	135	67.5	294	73.4
الإجمالي	200	100	200	100	400	100
كا^2: 10.533 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.005 دال معامل التوافق: 0.160						

تشير نتائج مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة للفروق الجيلية في السلوك الرقمي إلى وجود وعي مرتفع بين أفراد العينة -سواء من فئة المراهقين أو الشباب-

بوجود تمايزات في أنماط استخدام المنصات الرقمية بين الأجيال المختلفة، حيث تركزت النسبة الأكبر من العينة في المستوى المرتفع، وبلغت 79.5٪ من المراهقين و67.5٪ من الشباب، ما يمثل 73.4٪ من إجمالي العينة، وهذا يُبرِز إدراكًا واسعًا لدى الغالبية بأن لكل جيل خصائصه وسلوكياته الرقمية المميزة، سواء في طريقة التفاعل، أو طبيعة المحتوى المفضل، أو حتى في القضايا المرتبطة بالأمان والخصوصية.

في المقابل، جاءت نسبة من هم في المستوى المتوسط أقل، حيث شكّلوا 20.5٪ من المراهقين و30٪ من الشباب، ما يعكس تباينًا نسبيًا في شدة الوعي أو الاختلافات الفردية في إدراك التمايزات الجيلية، أما النسبة التي صُنِفَت في المستوى المنخفض فكانت هامشية للغاية، إذ اقتصرت على 5 أفراد من الشباب فقط، أي 1.3٪ من إجمالي العينة، ما يعزز من مصداقية التوجه العام نحو الاعتراف بوجود فروق جيلية في السلوك الرقمي.

وتُظهر نتائج اختبار كا^2 دلالة إحصائية واضحة (كا^2 = 10.533، بدرجة حرية = 2، ومستوى معنوية = 0.005)، وهو ما يعني أن الفروق بين فئتي المراهقين والشباب في هذا السياق ليست عشوائية بل تُعزى إلى اختلافات حقيقية بين المجموعتين، كما أن معامل التوافق (0.160) وإن كان منخفضًا نسبيًا، إلا إنه يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة وإن كانت ضعيفة بين الفئة العمرية ومستوى الوعي بالفروق الجيلية في السلوك الرقمي.

بُناءً عليه، يمكن القول إن المراهقين أبدوا وعيًا أعلى من الشباب فيما يتعلق بتلك الفروق، وهو ما قد يرتبط بتزايد اعتمادهم على المنصات الرقمية في سن مبكرة، واحتكاكهم المستمر والمكثف بها كجزء من نمط حياتهم اليومي، مقارنةً بالشباب الذين ربما يتعاملون مع هذه الوسائل بدرجة أعلى من التخصص أو الغرضية التي لا تخلو من المنفعة المباشرة أو الأثر السريع.

مناقشة نتائج المحور الثالث في ضوء نتائج الدراسات السابقة:

تتسق نتائج الدراسة الحالية مع ما أشارت إليه الأدبيات السابقة من وجود اختلافات واضحة في أنماط استخدام المنصات الرقمية بين الفئات العمرية، خصوصًا بين فئتي

المراهقين والشباب، وهو ما تؤكده النسبة المرتفعة من المشاركين الذين شعروا بوجود اختلاف كبير أو بسيط في طرق استخدام المنصات بين الأجيال، وهذا يعكس ما ذكرته دراسة **يوسف** (2022) حول تأثير الثقة في محتوى المنصات على توجهات الشباب، وأيضًا ما أوردته دراسة **غندر** (2016) حول تباين دوافع الاستخدام بين المعرفة وتمضية الوقت، ما يؤكد أن أنماط التفاعل تختلف بالفعل باختلاف المرحلة العمرية.

كما تتوافق النتائج مع ما توصلت إليه دراسة Al-Menayes (2023) التي أشارت إلى تحول الشباب نحو المحتوى القصير والبصري، وهو ما انعكس في تفضيل أفراد العينة – خاصة المراهقين– للمحتوى التفاعلي القصير، وتأكيدهم على اختلاف نوعية المحتوى المفضل مقارنةً بالأجيال الأكبر. وهذا يعزز ما ذكرته الدراسة الحالية من إدراك المشاركين لطبيعة الاختلاف في أنماط التفاعل، وشعورهم بأن بعض المنصات لا تناسب فئات عمرية معينة، كما تتلاقى هذه النتائج مع دراسة Iqbal, et al. (2024) حول تأثير الاستخدام المفرط على الصحة النفسية، خصوصًا في ظل وجود تفاعل مكثف ومختلف بين الأجيال، ما قد يخلق نوعًا من التوتر أو الضغط الاجتماعي.

تُبرز نتائج الدراسة الحالية وعيًا متناميًا بين المراهقين تجاه الفروقات في أنماط الاستخدام، لا سيما تلك المرتبطة بالمحتوى الناتج أو المُعدّل باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ويتناغم هذا مع ما ذكرته دراسة **عبد الكريم** (2024) بشأن دور الذكاء الاصطناعي في توجيه التفاعلات وتشكيل الرأي العام بين الشباب، وهو ما تعكسه الدراسة من خلال إشارة المشاركين إلى التفاوت في القدرة على التمييز بين أنواع المحتوى، واهتمام بعضهم بالمحتوى بغض النظر عن مصدره.

كما أن إدراك الجيل الأصغر لدوره في نقل المعرفة الرقمية –وهو ما ظهر في الوزن النسبي المرتفع (83.0 درجة)– يدعم ما أشار إليه تقرير Google Workspace (2025) من تزايد الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي في الحياة اليومية، وهذا التداخل بين الاستخدام التقني والمجتمعي يؤكد ما أوضحته دراسة **اليمانى** (2023) من أن هذه التقنيات أصبحت جزءاً لا يتجزأ من ثقافة الشباب وتفاعلاتهم الرقمية التي يتأثرون بها في تشكيل علاقاتهم الاجتماعية بالآخرين.

وتتلاقى هذه النتائج مع تحذيرات Mansfield et al. (2025) وBrisson, et al. (2023) من الأثر النفسي للاستخدام المكثف لتقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة بين المراهقين، وهو ما يمكن أن يُفسَّر في ضوء شعور بعض المشاركين بصعوبة فهم تفاعلات الفئات الأخرى أو عدم الراحة في التواصل الرقمي متعدد الأجيال، ما قد يشير إلى توتر نفسي ناتج عن الفجوة الرقمية بين الأجيال.

المحور الرابع: العلاقات الاجتماعية الرقمية

1- استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية وتأثيرها على علاقاتهم الاجتماعية الواقعية:

جدول (17)

استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية وتأثيرها على علاقاتهم الاجتماعية الواقعية

شكل الاستخدام	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
تأثير إيجابى: يعزّز تواصلى مع الأصدقاء أو العائلة	119	59.5	103	51.5	222	55.5
تأثير سلبى: يسبّب لى عزلة أو ضعفًا في العلاقات الواقعية	40	20	64	32	104	26.0
ليس له تأثير ملحوظ	25	12.5	23	11.5	48	12.0
لا أعرف	16	8	10	5	26	6.5
الإجمالى	200	100	200	100	400	100.0
كا^2: 8.160 درجة الحرية: 3 مستوى المعنوية: .0.043 دال معامل التوافق: 0.141						

تُظهر نتائج الجدول السابق تأثرًا متنوعًا لاستخدام المنصات الرقمية على العلاقات الاجتماعية الواقعية، حيث أكدت نسبة 59.5٪ من المراهقين ونسبة 51.5٪ من الشباب أن استخدامهم للمنصات الرقمية له "تأثير إيجابي يعزز تواصلهم مع الأصدقاء والعائلة"، وهذا يشير إلى أن غالبية عينة الدراسة تعتبر المنصات الرقمية أداة فعالة لتعزيز الروابط الاجتماعية، من خلال تسهيل التواصل مع الأفراد المقربين في حياتهم اليومية، خاصة في ظل التحديات التي قد تطرأ في الحياة الواقعية مثل المسافات الجغرافية أو الجداول الزمنية المزدحمة.

من جهة أخرى أفادت نسبة 26.0٪ من عينة الدراسة بمعدل 20٪ من المراهقين و32٪ من الشباب بأن المنصات الرقمية "تؤثر سلبًا على علاقاتهم الواقعية"، مسببة لهم عزلة أو ضعفًا في التواصل المباشر مع الآخرين، وهذه النسبة تشير إلى القلق المتزايد حول الأثر السلبي المحتمل لاستخدام المنصات الرقمية على التفاعلات الحقيقية، حيث قد يُفَضِّل

البعض التواصل الرقمي على العلاقات الشخصية، مما يؤدي إلى نقص في التفاعل وجهًا لوجه.

بينما أكد 48 فردًا من عينة الدراسة (12.0٪) على "أنه ليس له تأثير ملحوظ على علاقاتهم الواقعية"، مما يعكس توازنًا لدى بعض الأفراد بين استخدامهم للمنصات الرقمية والعلاقات الاجتماعية الحقيقية، حيث لا يشعرون بتأثير كبير من هذا الاستخدام على حياتهم الاجتماعية الواقعية، وأخيرًا ذكر 26 فردًا من عينة الدراسة بنسبة (6.5٪) أنهم "لا يعرفون تأثير استخدام المنصات الرقمية على علاقاتهم الاجتماعية"، مما يشير إلى غياب وعي أو وضوح في هذه الفئة حول الآثار الاجتماعية المرتبطة باستخدام المنصات الرقمية،

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن عينة الدراسة تتوزع بين تأثيرات إيجابية وسلبية لاستخدام المنصات الرقمية على العلاقات الاجتماعية الواقعية، بينما يظل بعض الأفراد في حالة توازن أو عدم وضوح في تقييمهم لهذا التأثير.

2- شعور عينة الدراسة بوجود فجوة تواصلية أو اختلاف في أسلوب التفاعل الرقمى بينهم وبين فئات عمرية أخرى (أكبر أو أصغر منهم):

جدول (18)

شعور عينة الدراسة بوجود فجوة تواصلية أو اختلاف في أسلوب التفاعل الرقمى بينهم وبين فئات عمرية أخرى (أكبر أو أصغر منهم)

درجة الشعور بالفجوة التواصلية	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نعم، وأشعر أحيانًا بعدم القدرة على التفاهم الرقمى معهم	93	46.5	50	25	143	35.8
نعم، لكننى أتكيف معها بسهولة	65	32.5	97	48.5	162	40.4
لا، أستطيع التفاعل مع مختلف الفئات بسهولة	27	13.5	48	24	75	18.8
لا أعرف/ لم ألاحظ ذلك	15	7.5	5	2.5	20	5.0
الإجمالى	200	100	200	100	400	100.0
كا^2: 30.132 درجة الحرية: 3 مستوى المعنوية: 0.000دال معامل التوافق: 0.265						

تُظهر نتائج الجدول السابق تفاوتًا في كيفية شعور الأفراد بالفجوة التواصلية أو اختلاف أسلوب التفاعل الرقمي بين مختلف الفئات العمرية حيث يشعر 46.5٪ من المراهقين و25٪ من الشباب بوجود فجوة تواصلية أحيانًا مع الفئات العمرية الأخرى، مما يعكس وجود صعوبة في التفاهم الرقمي معهم في بعض الأحيان، وهذا يشير إلى أن الفجوات

التقنية أو الفروق في طريقة استخدام المنصات الرقمية قد تؤثر على التفاعل بين الأجيال المختلفة، خاصة في ظل التطور السريع للأدوات الرقمية التي قد تكون محط اهتمام الأجيال الشابة أكثر من الأكبر سنًا.

من جهة أخرى، أفادت نسبة 32.5٪ من المراهقين ونسبة 48.5٪ من الشباب إلى أنهم يتكيفون بسهولة مع هذه الفجوة التواصلية ويجدون طرقًا لتجاوز الصعوبات الرقمية، ويُظهِر هذا قدرة الأفراد في عينة الدراسة على التكيف مع أساليب التفاعل الرقمي المختلفة بين الأجيال، وهو ما يعكس مرونة عالية في التعامل مع التطورات التقنية المختلفة.

أما نسبة 18.8٪ من عينة الدراسة 13.5٪ من المراهقين و24٪ من الشباب، فقد أكدت أنه لا توجد فجوة تواصلية أو اختلاف في التفاعل الرقمي بينها وبين الفئات العمرية الأخرى، وأن هذه النسبة تشير إلى أن بعض الأفراد لا يواجهون تحديات في التواصل الرقمي مع مختلف الأعمار، وقد يُعزى ذلك إلى فهم مشترك للأساليب الرقمية أو إلى تقارب في استخدام المنصات والوسائل التكنولوجية على مختلف أنواعها ولمختلف الأسباب.

وأخيراً، فهناك نسبة 5٪ من عينة الدراسة لم تلحظ أي فجوة تواصلية أو لم تكن قادرة على تحديد وجودها، مما يوضح أن بعض الأفراد قد لا يكونون واعين بوجود هذه الفجوة أو أن التواصل الرقمي بين الأجيال المختلفة بالنسبة لهم لا يشكل تحدياً كبيراً، وبُناءً على هذه النتائج يمكن استنتاج أن عينة الدراسة تتباين في شعورها بوجود فجوة تواصلية رقمية بين الفئات العمرية المختلفة، حيث يتفاوت التأثير حسب القدرة على التكيف والتفاعل مع التقنيات الحديثة.

مناقشة نتائج المحور الرابع في ضوء نتائج الدراسات السابقة:

تشير نتائج الدراسة الحالية إلى تباين واضح في تصورات أفراد العينة حول تأثير استخدام المنصات الرقمية على العلاقات الاجتماعية الواقعية ووجود فجوة تواصلية رقمية بين الأجيال، وهو ما يتسق مع ما أظهرته دراسات سابقة مثل: دراسة Turkle (2015) التي أكدت أن الاستخدام المفرط للتكنولوجيا يمكن أن يؤدي إلى "عزلة

اجتماعية رقمية"، رغم شعور الأفراد بأنهم على اتصال دائم، مما يدعم فئة الأفراد الذين لاحظوا تأثيراً سلبياً على علاقاتهم الواقعية، حيث ينعكس تحقيق توازن نسبي بين الحياة الرقمية والواقعية في الفئة التي لم تشعر بتأثير ملحوظ لاستخدام المنصات على علاقاتها الاجتماعية؛ لقدرتهم على إحداث هذا النوع من التوازن والإدراك.

أما فيما يتعلق بالفئة التي لم تستطع تحديد أثر استخدام المنصات على علاقاتها الاجتماعية، فهي تُقَابِل ما وصفه Livingstone & Helsper (2007) بـ"الفجوة الرقمية في الوعي"، حيث أشاروا إلى وجود فئة من المستخدمين لا تملك الوعي الكافي لفهم التأثيرات الاجتماعية للتكنولوجيا، كما أن تفاوت الشعور بوجود فجوة تواصلية بين الأجيال الرقمية يتماشى مع ما ورد في دراسة Prensky (2001)، والتي فرّقت بين "الجيل الرقمي الأصلي" و"المهاجرين الرقميين"، مشيرة إلى أن التباين في المهارات الرقمية ينعكس على طبيعة التواصل بين الفئات العمرية المختلفة، ومن ثَمَّ فإن نتائج هذه الدراسة تدعم ما أكدته الأدبيات السابقة من أن العلاقة مع المنصات الرقمية ليست أحادية الاتجاه، بل تخضع لعوامل متعددة مثل: الوعي الرقمي، والقدرة على التكيف، والفئة العمرية، ومستوى الانخراط في البيئة التكنولوجية، مما يؤثر بشكل جمعي على طبيعة هذه العلاقة.

المحور الخامس: التصورات المستقبلية للذكاء الاصطناعي:

1- كيفية تقييم عينة الدراسة لتأثير الذكاء الاصطناعي على تجربتهم في استخدام المنصات الرقمية:

جدول (19)

كيف تقيم عينة الدراسة لتأثير الذكاء الاصطناعي على تجربتهم في استخدام المنصات الرقمية

شكل التقييم	المراهقين		الشباب		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
تأثير إيجابي: يجعل التفاعل أسهل وأكثر تخصيصا	136	68	92	46	228	57.0
تأثير سلبي: يقلّل من حريتي أو استقلاليتي في الاستخدام	33	16.5	57	28.5	90	22.5
ليس له تأثير واضح أو مباشر	20	10	36	18	56	14.0
لا أعرف	11	5.5	15	7.5	26	6.5
الإجمالي	200	100	200	100	400	100.0
كا^2: 20.078 درجة الحرية: 3 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.219						

تكشف نتائج الجدول السابق عن نظرة شاملة حول تأثير الذكاء الاصطناعي على تجربة الأفراد في استخدام المنصات الرقمية، حيث أشار 68٪ من المراهقين و46٪ من الشباب إلى أن لديهم "تأثيرًا إيجابيًا" من الذكاء الاصطناعي في تفاعلهم مع المنصات، حيث يعتبرونه يُسهم في تسهيل التفاعل ويُقدّم تخصيصًا أفضل للمحتوى، مما يعكس تفضيلًا قويًا من قِبَل عينة الدراسة لاستخدام الأدوات الذكية التي تُعزِّز تجربتهم الرقمية، سواء من خلال التوصيات التلقائية أو تخصيص المحتوى حسب اهتماماتهم وطبيعة استخدامهم ودوافعهم النفعية.

على النقيض، فقد عبّر 16.5٪ من المراهقين و28.5٪ من الشباب عن أن الذكاء الاصطناعي له "تأثير سلبي"، حيث يُقلِل من حريتهم أو استقلاليتهم في استخدام المنصات، وقد يكون هذا التقييم نتيجة للشعور بأن أدوات الذكاء الاصطناعي تُقيّد خيارات المستخدم أو تؤثر على تقديم المحتوى بشكل يُمَارَس عليه نوعًا من التوجيه الزائد أو التخصيص المفرط الذي يحد من الخيارات المفتوحة أمام المستخدم ويؤثر على طبيعة هذا الاستخدام والأهداف المرجوة منه.

من جهة أخرى أشار 10٪ من المراهقين و18٪ من الشباب إلى أن الذكاء الاصطناعي "لا يملك تأثيرًا واضحًا أو مباشرًا" على تجربتهم، مما يعني أن هذه الفئة من عينة الدراسة لا تشعر بوجود فارق ملحوظ في التفاعل مع المنصات الرقمية بسبب تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهو ما قد يعكس استخدامهم المحدود لهذه التقنيات أو تفضيلهم لأدوات أخرى.

وأخيرًا، فهناك نسبة 6.5٪ من عينة الدراسة لم تستطع تحديد تأثير الذكاء الاصطناعي على تجربتها، مما يدل على غموض أو نقص في الفهم لدى بعض الأفراد حول دور الذكاء الاصطناعي في استخدامهم الرقمي، وبُناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن عينة الدراسة تُقَيِّم تأثير الذكاء الاصطناعي على تجربتها الرقمية بشكل متنوع، حيث يوجد تأييد واضح من بعض الأفراد لكونه يُسَهِل التفاعل ويعزز التخصيص، بينما يشعر آخرون بالقلق من تأثيره على استقلاليتهم في استخدام المنصات، ومن ثَمَّ يستشعرون سلبية تأثيره.

2- ماهية اتجاهات عينة الدراسة العام نحو توسع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعى في المستقبل:

جدول (20)

اتجاهات عينة الدراسة العام نحو توسع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعى في المستقبل

شكل الاتجاه	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أرحّب به وأراه ضروريا للتطور	82	41	27	13.5	109	27.3
أوافق على التوسع لكن مع وضع ضوابط	50	25	99	49.5	149	37.3
لا يهمنى كثيرا – محايد	31	15.5	27	13.5	58	14.5
أشعر بالقلق أو التوجّس من تطوره السريع	27	13.5	42	21	69	17.3
لم أُفكّر في الأمر مسبقًا	10	5	5	2.5	15	3.8
الإجمالى	200	100	200	100	400	100.0
كا^2: 49.070 درجة الحرية: 4 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.331						

توفر نتائج الجدول السابق -اتجاهات الأفراد نحو توسع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في المستقبل- رؤى متنوعة تعكس تباينًا في الآراء حول كيفية التعامل مع هذا التوسع من خلال تحليل البيانات الواردة به، ويمكن ملاحظة أن 41٪ من المراهقين و13.5٪ من الشباب "يرحبون بشكل كبير بالتوسع في استخدام الذكاء الاصطناعي معتبرين إنه ضروريٌ للتطور"، وهو ما يعكس حماسة جزء كبير من عينة الدراسة نحو الابتكار التكنولوجي وأدوات الذكاء الاصطناعي، في المقابل نجد أن 25٪ من المراهقين و49.5٪ من الشباب "يوافقون على توسع استخدام الذكاء الاصطناعي ولكن مع وضع ضوابط لضمان تنظيمه وحمايته من الاستخدامات السلبية"، ويشير هذا التوجه إلى أن هناك اهتمامًا إيجابيًا لدى جزء كبير من عينة الدراسة باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، ولكنهم يفضلون أن يتم استخدام هذه الأدوات ضمن إطار من التنظيم والضوابط التي تضمن عدم الانزلاق في مخاطر محتملة، أو التأثُر بسلبيات الإفراط في الاستخدام.

أما نسبة 15.5٪ من المراهقين و13.5٪ من الشباب فقد عبّروا عن موقف محايد، حيث "لا يهمهم كثيرًا توسع استخدام الذكاء الاصطناعي"، مما يعكس عدم اهتمام أو عدم قلق بالنسبة للتطورات التكنولوجية؛ وقد يكون ذلك نتيجة للانشغال بمواضيع أخرى أو عدم إدراك لمدى تأثير الذكاء الاصطناعي على حياتهم الآن ومستقبلًا في ظل هذه

التطورات الهائلة.

من جهة أخرى أكد 13.5٪ من المراهقين و21٪ من الشباب على "قلقهم من التطور السريع للذكاء الاصطناعي"، ما يثير تساؤلات حول الأبعاد الاجتماعية والأخلاقية لهذا التوسع، وتشير هذه النسبة إلى أن جزءاً من عينة الدراسة يشعرون بالتحفظ حيال سرعة تطور هذه التكنولوجيا وتأثيرها على حياتهم اليومية، وأخيراً فهناك 5٪ من المراهقين و2.5٪ من الشباب "لم يفكروا في الأمر مسبقًا"، مما يعكس عدم الوعي أو غياب الاهتمام بهذه القضية بالنسبة لبعض الأفراد في عينة الدراسة.

بُناءً على هذه النتائج يتضح أن هناك توجهًا عامًا لدى عينة الدراسة نحو قبول الذكاء الاصطناعي، ولكن مع تباين في مستويات القبول والقلق، حيث يرى البعض ضرورة التوسع في استخدام هذه الأدوات، في حين يشعر آخرون بالحاجة إلى تنظيمات لضمان استخدامها بشكل آمن وفعال.

3- اتجاهات المستخدم نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي:

جدول (21)

اتجاهات المستخدم نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي

العبارة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
أعتقد أن أدوات الذكاء الاصطناعى ستصبح أكثر تأثيرا في حياتنا الرقمية	296	74.0	88	22.0	16	4.0	2.7	0.539	90.0
أرى أن الذكاء الاصطناعى سيغير طريقة تفاعلنا مع الآخرين رقميا	241	60.3	133	33.3	26	6.5	2.54	0.616	84.7
أرحب باستخدام الذكاء الاصطناعى في تخصيص المحتوى المعروض لى	205	51.3	168	42.0	27	6.8	2.45	0.619	81.7
أشعر بالقلق من توسّع استخدام الذكاء الاصطناعى دون ضوابط	201	50.3	177	44.3	22	5.5	2.45	0.598	81.7
أفضل أن أكون مطّلعا على كيفية عمل أنظمة الذكاء الاصطناعى التي أستخدمها	196	49.0	189	47.3	15	3.8	2.45	0.569	81.7
أفضل أن أتحكّم بنفسى في المحتوى بدلًا من الاعتماد على أدوات ذكية	190	47.5	190	47.5	20	5.0	2.43	0.588	81.0
أشعر أن الذكاء الاصطناعى قد يؤثر سلبا على العلاقات الإنسانية.	189	47.3	190	47.5	21	5.3	2.42	0.591	80.7

العبارة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
أعتقد أن الذكاء الاصطناعي سيحدث ثورة في مجال التعليم الذاتي وتطوير المهارات.	175	43.8	214	53.5	11	2.8	2.41	0.546	80.3
أؤمن بأن استخدام الذكاء الاصطناعي يجب أن يكون محكوما بأطر أخلاقية واضحة.	150	37.5	239	59.8	11	2.8	2.35	0.531	78.3
أستخدم تطبيقات تعتمد على الذكاء الاصطناعي بشكل متكرر في حياتي اليومية.	176	44.0	183	45.8	41	10.3	2.34	0.655	78.0

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن اتجاهات المستخدمين نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي تتسم بالإيجابية المرتفعة والتوقعات العالية بشأن دوره المتزايد في الحياة الرقمية، فقد جاءت العبارة "أعتقد أن أدوات الذكاء الاصطناعي ستصبح أكثر تأثيرًا في حياتنا الرقمية" في مقدمة العبارات بوزن نسبي 90.0 درجة، مما يعكس قناعة راسخة لدى الغالبية بأن الذكاء الاصطناعي سيشكل عنصرًا جوهريًا في تشكيل نمط الحياة الرقمي في المستقبل، ويتعزز هذا التوجه أيضًا من خلال موافقة نسبة مرتفعة على عبارة "أرى أن الذكاء الاصطناعي سيغيّر طريقة تفاعلنا مع الآخرين رقميًا"، والتي حصلت على وزن نسبي 84.7 درجة، وهو ما يدل على وعي المستخدمين بتأثير هذه التقنيات على العلاقات والاتصالات في الفضاء الرقمي لاسيما في ظل التطور اللحظي الذي نعايشه.

من جهة أخرى عبّرت عدة عبارات عن قبول نسبي مشوب بالحذر، فقد حصلت العبارات "أرحّب باستخدام الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى المعروض لي"، و"أشعر بالقلق من توسّع استخدام الذكاء الاصطناعي دون ضوابط"، و"أُفَضِّل أن أكون مطّلعًا على كيفية عمل أنظمة الذكاء الاصطناعي التي أستخدمها" على أوزان نسبية متساوية بلغت 81.7 درجة لكل منها، هذا التساوي الذي يعكس توجهًا مزدوجًا لدى المستخدمين، يجمع بين الترحيب بالذكاء الاصطناعي من جهة، والرغبة في الرقابة والشفافية وضبط أدواته من جهة أخرى.

ويُلاحظ أيضًا وجودُ ميلٍ لدى بعض المستخدمين للحفاظ على استقلالية القرار الرقمي، حيث حصلت عبارة "أُفَضِّل أن أتحكّم بنفسي في المحتوى بدلًا من الاعتماد على أدوات ذكية" على وزن نسبي 81.0 درجة، وهو ما يشير إلى وجود توجه لدى نسبة معتبرة نحو

الحذر من الاعتماد المفرط على الخوارزميات، كما أعرب المشاركون عن "تخوف نسبي من تأثير الذكاء الاصطناعي على العلاقات الإنسانية" بوزن نسبي 80.7 درجة، ما يعكس حساسية اجتماعية تجاه الأثر المحتمل لهذه التقنيات على الإنسان وعلاقاته العملية والاجتماعية أيضًا.

في المقابل جاءت عبارة "أعتقد أن الذكاء الاصطناعي سيُحدث ثورة في مجال التعليم الذاتي وتطوير المهارات" بوزن نسبي 80.3 درجة، مما يُبرز إدراكًا متزايدًا لإمكانات الذكاء الاصطناعي في دعم التعلم الفردي وتمكين المستخدمين من تنمية مهاراتهم، كما أظهرت النتائج تقديرًا لأهمية وجود أطر أخلاقية، حيث إن عبارة "أؤمن بأن استخدام الذكاء الاصطناعي يجب أن يكون محكومًا بأطر أخلاقية واضحة" حصلت على وزن نسبي 78.3 درجة، ما يشير إلى وجود وعي أخلاقي، وإن لم يكن بالدرجة العليا المتوقعة في هذا المجال.

وأخيرًا فإن "الاستخدام الفعلي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الحياة اليومية" جاء بوزن نسبي 78.0 درجةً، مما يدل على أن الاعتماد على هذه التقنيات بدأ في الترسخ، لكنه لا يزال في مرحلة التوسع التدريجي بين المستخدمين، وليس استخدامًا عامًا أو شاملًا بعد، ويمكن القول إن المستخدمين يتبنون الذكاء الاصطناعي بوعي نقدي يجمع بين الحماسة والاحتياط، ويؤسسون لمستقبل رقمي متوازن يعتمد على المعرفة والمساءلة والحذر المسؤل.

ويُستَخلَّص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة التي تعبر عن اتجاهات المستخدم نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي مقياسٌ عامٌ جاءت مستوياته كما يلي:

جدول (22)

مستويات المقياس العام لاتجاهات المستخدم نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي

الاتجاه	المراهقين		الشباب		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
سلبى	5	2.5	0	0	5	1.3
محايد	32	16	65	32.5	97	24.3
إيجابى	163	81.5	135	67.5	298	74.4
الإجمالى	200	100	200	100	400	100
كا^2: 18.858 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.022 دال معامل التوافق: 0.212						

تشير نتائج الجدول السابق لمستويات المقياس العام لاتجاهات المستخدمين نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي إلى أن الاتجاه العام يغلب عليه الطابع الإيجابي، سواء لدى فئة المراهقين أو الشباب، مما يعكس حالة من التفاؤل والانفتاح نحو التغيرات المستقبلية التي ستفرضها تقنيات الذكاء الاصطناعي، فقد جاءت النسبة الأعلى من العينة ضمن المستوى الإيجابي بنسبة 74.4٪ من إجمالي العينة، وهو ما يدل على أن غالبية المستخدمين يتبنون رؤى متفائلة تجاه إمكانيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في الحياة الرقمية.

ويظهر بوضوح أن المراهقين أكثر ميلًا للاتجاه الإيجابي من الشباب، إذ بلغت نسبتهم في هذا المستوى 81.5٪، مقارنة بـ 67.5٪ فقط بين فئة الشباب، وقد يُعزى هذا الفارق إلى أن المراهقين ينشؤون في بيئة رقمية متكاملة منذ بدايتها، ويتعاملون مع تقنيات الذكاء الاصطناعي بوصفها جزءًا طبيعيًا من حياتهم اليومية، مما يجعلهم أكثر استعدادًا لتقبل هذه الأدوات دون تحفظات، في المقابل قد يحمل الشباب تصورات أكثر توازنًا تجمع بين الإيجابية والحذر، الأمر الذي يتضح من ارتفاع نسبة الاتجاه المحايد لديهم إلى 32.5٪، مقارنة بـ 16٪ فقط بين المراهقين، ويتسق ذلك مع النضج النوعي الذي تتمتع به هذه الفئة مقارنةً بالفئة الأصغر سنًا، مما يضفي على آرائهم حذرًا مسؤلًا نتيجة عدم تسليمهم بأهمية الأشياء أو عدم الاستغناء عنها إلا بالتجربة الحقيقية.

أما المستوى السلبي، فقد سجّل حضورًا طفيفًا جدًا بنسبة لا تتجاوز 1.3٪ على مستوى العينة الكلية، وانحصر وجوده بين فئة المراهقين فقط بنسبة 2.5٪، دون أي تمثيل له في فئة الشباب، وهذا يشير إلى أن الاعتراضات أو المخاوف الواضحة من الذكاء الاصطناعي محدودة للغاية، وهو ما يعزز دلالة الاتجاه العام الإيجابي نحو وجود الذكاء الاصطناعي.

ويُعزز اختبار "كا^2" (Chi-Square) هذه الفروق الدالة إحصائيًا، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.022، وهو أقل من القيمة المرجعية (0.05)، ما يعني أن الفروق بين الفئتين العمريتين في اتجاهاتهم نحو الذكاء الاصطناعي ليست عشوائية، بل تعكس تباينًا حقيقيًا في التوجهات، كما يشير معامل التوافق البالغ 0.212 إلى وجود علاقة متوسطة القوة

بين الفئة العمرية ونوع الاتجاه، وهي علاقة تستحق التأمل في سياق التغيرات الاجتماعية والرقمية المتسارعة.

وبناءً على هذه النتائج يمكن القول: إن المراهقين يتبنون الذكاء الاصطناعي بحماس أكبر، بينما يظهر الشباب ميولًا نحو الحياد النسبي، في إشارة إلى تباين أنماط التفاعل مع التكنولوجيا بين الأجيال، الأمر الذي ينبغي مراعاته عند تطوير سياسات التعليم الرقمي والتوعية بأخلاقيات وأطر استخدام الذكاء الاصطناعي مستقبلًا.

مناقشة نتائج المحور الخامس في ضوء نتائج الدراسات السابقة:

تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن غالبية المراهقين (68٪) ونسبة معتبرة من الشباب (46٪) يرون أن الذكاء الاصطناعي يسهم إيجابيًا في تحسين تجربتهم الرقمية من خلال تخصيص المحتوى وتسهيل التفاعل، ويتفق ذلك مع ما أوردته دراسة **عبد الكريم** (2024) ودراسة **اليمانى** (2023)، حيث أظهرت كلتا الدراستين أن الشباب أصبحوا أكثر تقبلًا لتقنيات الذكاء الاصطناعي، ويرون فيها أدوات فاعلة للتفاعل الرقمي وتشكيل التوجهات العامة.

كذلك يتماشى التقييم الإيجابي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الدراسة الحالية مع تقرير Google Workspace (2025)، الذي أكد الاستخدام المنتظم لتقنيات مثل ChatGPT وDALL-E من قبل الجيل Z في سياقات إنتاجية وتعليمية، ما يشير إلى رسوخ الذكاء الاصطناعي في الحياة الرقمية اليومية لدى هذه الفئة، واعتمادهم عليه على المستويين المعرفي والترفيهي.

إلا إن الدراسة الحالية تلفت النظر أيضًا إلى وجود نسبة من الشباب (28.5٪) والمراهقين (16.5٪) عبّروا عن قلقهم من التأثير السلبي للذكاء الاصطناعي على الاستقلالية، وهو ما يتفق مع تحذيرات Mansfield et al. (2025) و Brisson, et al. (2023) حول التأثيرات النفسية السلبية، مثل الشعور بالقلق أو فقدان السيطرة نتيجة الاستخدام المفرط أو التخصيص المفرط للمحتوى، والذي قد يوجه المستخدم بشكل غير واعٍ نحو مسارات معينة ذات تأثير سلبي.

كما تدعم نتائج الدراسة الحالية ما توصلت إليه دراسة Zhang and Sun (2025)

من أن الذكاء الاصطناعي لا يؤثر فقط على الاستخدام الظاهري للمنصات، بل يمتد لإعادة تشكيل الهوية الذاتية، خصوصًا عند المراهقين، الذين أظهرت الدراسة أنهم الأكثر حماسًا لتبني هذه التقنيات مقارنة بالشباب، مما يشير إلى نمط تفاعل أكثر عاطفية وتطويعًا للهوية الرقمية.

الحياد النسبي الذي أبداه بعض الشباب، ونسبة العينة التي لم تستطع تحديد أثر الذكاء الاصطناعي، يعكس ما أشارت إليه دراسة Bhat et al. (2025) من ضرورة تطوير أطر أخلاقية وتنظيمية لحماية المستخدمين الشباب، خاصة في ظل الغموض المحيط بأثر الذكاء الاصطناعي على الصحة النفسية، كما أن الحذر والتردد في التقييم يُشير إلى وعي نقدي بدأ يتبلور، وهو ما يعزز نتائج Lin et al. (2024) حول أن هذه التقنيات قد تخلق حالة من الإشباع اللحظي على حساب العلاقات الاجتماعية الواقعية، الأمر الذي قد يترتب عليه آثارًا اجتماعية ونفسية شديدة الخطورة أحيانًا.

الاعتماد المتزايد على أدوات الذكاء الاصطناعي وبلوغه وزنًا نسبيًا بمعدل 78.0 درجة في الدراسة الحالية، ينسجم مع ما خلصت إليه دراسة **شعشاعة** (2024)، التي أكدت أن أدوات الذكاء الاصطناعي مثل Khan Academy أسهمت في تحسين المهارات التعليمية، شرط أن يتم توجيه الاستخدام تربويًا من قبل المعلمين، وتؤكد دراسة **جلال** (2023) الحاجة إلى بنية تحتية تعليمية وتنظيمية تراعي التوازن بين التحفيز التقني والحماية التربوية.

وتُظهر الدراسة أن المراهقين أكثر حماسًا وتفاعلًا مع الذكاء الاصطناعي مقارنة بالشباب الذين يميلون إلى الحياد أو الحذر، هذا التباين يتوافق مع دراسة **عساف** (2021)، التي أوضحت أن كثافة التفاعل ترتبط مباشرة بدرجة التقبل، وهو ما يُبرز الفروق الجيلية في التعاطي مع الذكاء الاصطناعي، كما أن هذه الفروقات ينبغي أن تُؤخذ في الحسبان عند تصميم سياسات تعليمية أو حملات توعية رقمية تراعي الحاجات المتفاوتة للفئات العمرية المختلفة.

تعكس نتائج الدراسة الحالية واقعًا مركبًا لاستخدام الذكاء الاصطناعي بين المراهقين والشباب، يتداخل فيه الحماس مع الحذر، والإيجابية مع القلق، في انسجام واضح مع ما

أكدته الأدبيات العلمية الحديثة، وتدل المؤشرات على أن الذكاء الاصطناعي لم يعد مجرد أداة تقنية بل أصبح عنصراً مكوناً للتجربة الرقمية، والسلوك الاجتماعي، وحتى التكوين النفسي والهوية الذاتية. وبالتالي، فإن هذا الواقع يدعو إلى تطوير استراتيجيات متكاملة تجمع بين الدعم التقني، والتمكين المعرفي، والحماية النفسية والاجتماعية للمستخدمين، خاصة في فئتي المراهقين والشباب.

الجزء الثانى: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الرئيسى الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية ودرجة وعي عينة الدراسة بأدوات الذكاء الاصطناعي.

جدول (23)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين كثافة الاستخدام اليومى للمنصات الرقمية ودرجة وعى عينة الدراسة بأدوات الذكاء الاصطناعى

المتابعة / الوعى	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	0.253**	0.000	دال

تشير نتيجة تحليل معامل ارتباط بيرسون بين كثافة الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية ودرجة وعي عينة الدراسة بأدوات الذكاء الاصطناعي إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.253) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي قيمة أقل من 0.05، ما يجعل العلاقة دالة إحصائياً.

وتُفسَّر هذه النتيجة بأن الأفراد الذين يستخدمون المنصات الرقمية بشكل يومي ومرتفع هم أكثر وعياً ومعرفة بأدوات الذكاء الاصطناعي، مما يدل على أن الاستخدام المكثف لهذه المنصات يعزز فرص التعرّف على التقنيات الحديثة والتفاعل معها، سواء من خلال التجربة المباشرة أو التعرض المستمر للمحتوى الرقمي المتعلق بها، وهذا أمر منطقي؛ نظراً لأن العديد من المنصات الرقمية باتت تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقديم محتواها مثل: التوصيات وتحليل التفضيلات وتخصيص الإعلانات، وهو ما يُمَكِّن المستخدمين النشطين من ملاحظة هذه الأدوات وفهمها بشكل أفضل.

ورغم أن قوة العلاقة تُصنف ضمن مستوى الارتباط الضعيف إلى المتوسط، إلا إن دلالتها الإحصائية تؤكد أن الاستخدام المتكرر للمنصات الرقمية يمكن أن يُعتبر أحد المؤشرات الداعمة لرفع مستوى الوعي المجتمعي بأدوات الذكاء الاصطناعي، ومن ثَمّ فإن تعزيز

هذا الاستخدام –لا سيما الاستخدام الواعي والهادف– قد يكون مدخلًا مهمًا في استراتيجيات التعليم الرقمي والتثقيف بالتقنيات الذكية، خصوصًا بين الفئات العمرية الشابة.

الفرض الرئيسى الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في السلوك الرقمي وفقًا للمتغيرات الديموجرافية.

جدول (24)

اختبار فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة في السلوك الرقمى وفقًا للمتغيرات الديموجرافية

المتغيرات الديموجرافية / السلوك الرقمى		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	180	2.7167	0.51	ت= 0.049	398	0.825 غير دال
	أنثى	220	2.7273	0.4464			
العمر	من 13 إلى 18 سنة (مراهق)	200	2.795	0.4047	ت= 9.499	398	0.002 دال
	من 19 إلى 23 سنة (شاب)	200	2.65	0.5281			
مستوى التعليم	ثانوي	189	2.7566	0.4303	ت= 1.848	398	0.175 غير دال
	جامعى	211	2.6919	0.5117			
محل الإقامة	ريف	142	2.7394	0.4405	ت= 0.279	398	0.598 غير دال
	حضر	258	2.7132	0.4942			

يكشف الجدول السابق عن نتائج اختبار الفروق المعنوية في السلوك الرقمي لأفراد عينة الدراسة بحسب المتغيرات الديموجرافية عن وجود اختلافات محدودة ذات دلالة إحصائية، مقابل غياب فروق معنوية في معظم المتغيرات.

فيما يخص النوع (ذكر/ أنثى)، أظهرت النتائج أن الذكور (متوسط = 2.7167) والإناث (متوسط = 2.7273) يتقاربون في سلوكهم الرقمي، كما أن اختبار "ت" (t = 0.049) أظهر قيمة معنوية مرتفعة (0.825)، وهي غير دالة إحصائيًا، مما يعني أن الجنس لا يشكل عاملًا مؤثرًا في الفروق في السلوك الرقمي بين الأفراد في العينة، وهو ما يشير إلى تقارب فرص الاستخدام الرقمي والاعتماد على التكنولوجيا بين الذكور والإناث في البيئة المدروسة.

أما بالنسبة لمتغير العمر، فقد أظهرت النتائج وجود فروق معنوية واضحة، حيث كان

متوسط السلوك الرقمي لدى المراهقين (من 13 إلى 18 سنة) أعلى (2.795) مقارنة بالشباب (من 19 إلى 23 سنة) الذين بلغ متوسطهم (2.65)، مع اختبار "ت" بقيمة (t = 9.499) ودلالة معنوية (0.002)، وهي قيمة دالة إحصائيًا، وهذا يعكس أن المراهقين يتسمون بدرجة أعلى من الانخراط الرقمي مقارنة بالشباب، ما قد يُعزى إلى أن هذه الفئة العمرية تتفاعل بشكل أعمق مع التكنولوجيا كجزء أساسي من تواصلها اليومي، وإنها أكثر تأثرًا بالاتجاهات الرقمية الحديثة مثل: الألعاب والتطبيقات الترفيهية، مما يزيد من مستوى السلوك الرقمي لديها.

بالنسبة إلى مستوى التعليم، فقد تبين أن الفروق بين طلاب المرحلة الثانوية (متوسط = 2.7566) والجامعيين (متوسط = 2.6919) لم تكن ذات دلالة إحصائية (t = 1.848، مستوى المعنوية = 0.175)، ما يدل على أن المستوى التعليمي في هذه المرحلة لا يُحدث فرقًا واضحًا في السلوك الرقمي، وربما يعود ذلك إلى تشابه الخبرات الرقمية المكتسبة لدى الفئتين من خلال الاستخدام الشخصي أو المقررات التعليمية.

وأخيرًا أظهرت نتائج التحليل حسب محل الإقامة (ريف/حضر) عدم وجود فروق معنوية، حيث كان متوسطَ السلوكِ الرقمي في الريف (2.7394) قريبًا من الحضر (2.7132)، واختبار "ت" لم يُظهر دلالة إحصائية (0.598)، مما يعكس أن الفجوة الرقمية بين الريف والحضر قد تكون في تراجع، نتيجة انتشار الهواتف الذكية والإنترنت في مختلف المناطق، مما أسهم في تقليص الفروق في استخدام التكنولوجيا الرقمية.

بشكلٍ عام، تُظهر النتائج أن العمر هو المتغير الأكثر تأثيرًا في السلوك الرقمي ضمن العينة، ما يشير إلى أهمية تصميم برامج توعوية وتثقيفية تراعي اختلافات المراحل العمرية في التعامل مع البيئة الرقمية للحفاظ على سلامة العلاقات الإنسانية والاجتماعية، مع تحقيق الاستفادة من أوجه التطور التقني المتاحة دون إفراط أو تفريط.

الفرض الرئيسى الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية ودرجة تأثيرها على العلاقات الاجتماعية الواقعية.

جدول (25)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين كثافة الاستخدام اليومى للمنصات الرقمية ودرجة تأثيرها على العلاقات الاجتماعية الواقعية

التأثير / المتابعة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	0.237**	0.000	دال

تشير نتائج الجدول السابق لقيمة معامل ارتباط بيرسون بين كثافة الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية ودرجة تأثيرها على العلاقات الاجتماعية الواقعية إلى وجود ارتباط إيجابي ضعيف ولكنه دال إحصائيًا، حيث أظهرت النتائج أن معامل الارتباط بلغ 0.237 مع مستوى معنوية 0.000، مما يعني أن هناك تأثيرًا طفيفًا ولكنه ذو دلالة إحصائية بين الاستخدام المكثف للمنصات الرقمية ومدى تأثير ذلك على العلاقات الاجتماعية الواقعية للأفراد.

وهذه النتيجة تشير إلى أن الأفراد الذين يقضون وقتًا أطول على المنصات الرقمية قد يشعرون بتأثير في علاقاتهم الاجتماعية الحقيقية مثل: تقليص التفاعل وجهًا لوجه أو تغييرات في نوعية التواصل الشخصي، ورغم أن الارتباط ليس قويًا جدًا، إلا إنه يظل دالًا من الناحية الإحصائية، مما يعكس أهمية أخذ هذا التأثير في الاعتبار عند دراسة العلاقة بين الاستخدام الرقمي والعلاقات الاجتماعية.

وقد يُعزى هذا الارتباط إلى أن الاستخدام المفرط للمنصات الرقمية قد يؤدي إلى تراجع التفاعل الاجتماعي الواقعي، رغم ما تقدمه هذه المنصات من مزايا في التواصل الرقمي، مما يفتح المجال لدراسة كيف يمكن توازن استخدام التكنولوجيا مع الحفاظ على العلاقات الاجتماعية المباشرة والواقعية.

الفرض الرئيسى الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية واتجاهات المستخدم نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي.

جدول (26)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين كثافة الاستخدام اليومى للمنصات الرقمية واتجاهات المستخدم نحو مستقبل الذكاء الاصطناعى

المتابعة / الاتجاهات	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	0.172**	0.000	دال

تشير نتائج الجدول السابق لقيمة معامل ارتباط بيرسون بين كثافة الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية واتجاهات المستخدم نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي وقد تبين وجود ارتباط إيجابي ضعيف لكنه دال إحصائيًا، حيث بلغ معامل الارتباط 0.172 مع مستوى معنوية 0.000، مما يعني أن هناك علاقةً إيجابيةً ذات دلالة بين هذين المتغيرين.

وهذه النتيجة توضح أن الأشخاص الذين يستخدمون المنصات الرقمية بشكل أكبر يميلون إلى أن يكون لديهم اتجاهات أكثر إيجابية نحو الذكاء الاصطناعي في المستقبل، على الرغم من أن الارتباط ضعيف، إلا إن الدلالة الإحصائية تشير إلى أن هذه العلاقة ليست صدفة، مما يفتح المجال لاستنتاج أن الاستخدام المكثف للتكنولوجيا الرقمية قد يسهم في زيادة الوعي والتفاعل الإيجابي مع الابتكارات التقنية في مجال الذكاء الاصطناعي، والاتجاه نحو تجربتها والاعتماد عليها مستقبلًا.

ومن الممكن أن يكون هذا الارتباط ناتجًا عن زيادة Exposure أو تعرض الأفراد للمحتوى المتعلق بالذكاء الاصطناعي عبر المنصات الرقمية، مما يجعلهم أكثر انفتاحًا نحو هذه التكنولوجيا، كما قد يعكس هذا التوجه استجابة إيجابية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في جوانب الحياة الرقمية مثل: تخصيص المحتوى وتحسين التفاعل الرقمي وغيره.

الفرض الرئيسى الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في الاتجاه نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي وفقًا للمتغيرات الديموجرافية.

جدول (27)

اختبار فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة في الاتجاه نحو مستقبل الذكاء الاصطناعى وفقًا للمتغيرات الديموجرافية

المتغيرات الديموجرافية / الاتجاهات		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	180	2.7222	0.4492	ت= 0.156	398	0.693 غير دال
	أنثى	220	2.7409	0.4884			
العمر	من 13 إلى 18 سنة (مراهق)	200	2.79	0.4658	ت= 6.046	398	0.014 دال
	من 19 إلى 23 سنة (شاب)	200	2.675	0.4696			
مستوى التعليم	ثانوي	189	2.7831	0.4733	ت= 4.169	398	0.042 دال
	جامعى	211	2.6872	0.4647			
محل الإقامة	ريف	142	2.8099	0.3938	ت= 6.023	398	0.015 دال
	حضر	258	2.6899	0.5037			

يكشف الجدول السابق عن نتائج اختبار الفروق المعنوية بين أفراد عينة الدراسة في الاتجاه نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي وفقًا للمتغيرات الديموجرافية حيث تبين وجود فروق معنوية بين بعض الفئات، بينما لم توجد فروق دالة في بعضها الآخر.

بالنسبة لمتغير "النوع" تبين أنه لا توجد فروق معنوية بين الذكور والإناث في الاتجاه نحو الذكاء الاصطناعي، حيث كانت قيمة مؤشر ت هي 0.156 ومستوى المعنوية 0.693، مما يشير إلى أن الاتجاه نحو الذكاء الاصطناعي لا يتأثر بالنوع.

أما فيما يتعلق بـ "العمر"، فقد أظهرت النتائج وجود فروق معنوية بين فئتي المراهقين (من 13 إلى 18 سنة) والشباب (من 18 إلى 23 سنة)، حيث كانت قيمة مؤشر ت 6.046 ومستوى المعنوية 0.014، مما يعني أن المراهقين يظهرون اتجاهات أكثر إيجابية نحو الذكاء الاصطناعي مقارنةً بالشباب، الأمر الناتج عن طبيعة نشأتهم وارتباطهم بتلك التقنيات منذ ظهورها.

من جهة أخرى تبين أن "مستوى التعليم" له تأثير معنوي على الاتجاه نحو الذكاء الاصطناعي، حيث أظهرت نتائج اختبار ت أن الأشخاص في المرحلة الثانوية لديهم

اتجاهات أكثر إيجابية (قيمة مؤشر ت كانت 4.169 ومستوى المعنوية 0.042) مقارنة بمن هم في مرحلة التعليم الجامعي، النتيجة التي تتسق مع نتيجة متغير العمر، فمُعظَم فئة المراهقين لا زالوا في المرحلة الثانوية، والقليل منهم في المرحلة الجامعية، بينما تتركز فئة الشباب في المرحلة الجامعية بحسب بيانات الدراسة الديموجرافية.

كما أظهرت نتائج التحليل بالنسبة لـ "محل الإقامة"، أن هناك فروق معنوية بين سكان الريف والمدينة، حيث كانت قيمة مؤشر ت 6.023 ومستوى المعنوية 0.015، مما يشير إلى أن سكان الريف يظهرون اتجاهات أكثر إيجابية تجاه الذكاء الاصطناعي مقارنة بسكان الحضر.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن العمر، مستوى التعليم، ومحل الإقامة تؤثر بشكل معنوي على الاتجاهات نحو الذكاء الاصطناعي، بينما لا يؤثر النوع بشكل كبير على هذه الاتجاهات.

أبرز نتائج الدراسة:

- كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين والشباب في عدد ساعات الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية، حيث يميل المراهقون إلى استخدام معتدل، تتراوح مدته غالبًا بين 4 إلى 6 ساعات يوميًا، في حين يُظهر الشباب استخدامًا أكثر كثافة، إذ يقضي أكثر من ربعهم أكثر من 6 ساعات يوميًا، وتُظهر هذه الفروقات توجهًا عامًا نحو الاستخدام المعتدل إلى المكثف بين أفراد العينة، ما يعكس تزايد اعتمادهم على المنصات الرقمية كجزء أساسي من نمط حياتهم اليومي في ظل تنامي هذه المنصات وفرض وجودها على مختلف أوجه وأنشطة الحياة.
- يتصدر TikTok قائمة المنصات الأكثر استخدامًا بين المراهقين والشباب، يليه Facebookثم Instagram و .YouTube ويُلاحظ أن الشباب يميلون إلى Facebookو Telegram أكثر، بينما يفضل المراهقون Instagram و .Snapchat ويشير هذا التفاوت إلى اختلاف في طبيعة الاهتمامات الرقمية بين الفئتين، حيث تنجذب الفئة الأصغر إلى المنصات ذات الطابع البصري والترفيهي

الفوري، بينما ينفتح الشباب على منصات أكثر تنوعًا في الاستخدامات، بما في ذلك المنصات التعليمية والمراسلة الآمنة.

- تتوزع دوافع استخدام المنصات الرقمية بين دوافع معرفية، اجتماعية، ترفيهية ونفسية، وقد تصدرت الدوافع المعرفية المرتبة الأولى، ما يعكس وعيًا بأهمية هذه المنصات في تنمية المعرفة والمهارات، يليها دوافع اجتماعية تتعلق بالتواصل مع الأهل والأصدقاء، أما الدوافع الترفيهية مثل: الهروب من الملل ومتابعة المشاهير، فقد جاءت في المرتبة الثالثة، بينما ظهرت الدوافع النفسية (كالشعور بالراحة عند التعبير الذاتي) بدرجة أقل، وبشكلٍ عام تُظهِر النتائج أن دوافع الاستخدام مرتفعة لدى كلتا الفئتين، ما يدل على ارتباط وثيق وتفاعلي بين الأفراد والمنصات الرقمية، وتعدد الوظائف التي تؤديها في حياتهم اليومية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن المحتوى الترفيهي يحتل المرتبة الأولى بين اهتمامات المراهقين والشباب، يليه المحتوى الفكاهي، ما يعكس ميولًا عامة نحو التسلية والمرح، كما حاز المحتوى الثقافي والاجتماعي على اهتمامٍ ملحوظ، مما يدل على انفتاح العينة على الموضوعات ذات البعد المعرفي والمجتمعي، بينما جاء المحتوى التعليمي والتفاعلي في مراتب متوسطة، وهو ما يشير إلى إدراك محدود لدور المنصات كأدوات تعلم ومشاركة فعالة، خاصة بين المراهقين، أما المحتوى الديني فقد حظي بأقل نسبة من التفضيل، مع ميل واضح من الشباب أكثر من المراهقين نحوه، في دلالة على تباين ثقافي وعمري في الاهتمام بهذا النوع من المحتوى.
- كشفت النتائج عن أن غالبية أفراد العينة يفضلون التفاعل السطحي مع المحتوى، كالإعجابات والتعليقات وإعادة النشر، دون الانخراط في تخصيص أو إنتاج محتوى شخصي، كما اتضح أن نسبة كبيرة من المراهقين تميل إلى التصفح السلبي، أي مشاهدة المحتوى دون تفاعل، في حين يظهر الشباب ميلًا أكبر نحو تخصيص المحتوى وتعديله بما يتناسب مع اهتماماتهم، ومع ذلك يظل إنتاج المحتوى الشخصي من أقل الأنماط انتشاراً بين الفئتين، ما يشير إلى تفضيل عام للاستهلاك الرقمي على حساب الإسهام الفعلي في صناعة المحتوى.

- أظهرت نتائج الدراسة تفاوتًا واضحًا في وعي المراهقين والشباب بأدوات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات الرقمية، حيث يمتلك المراهقون وعيًا ومعرفة أعلى بنسبة 73٪ مقارنة بـ 44.5٪ لدى الشباب، مما يعكس تفوق الفئة الأصغر سنًا في فهم كيفية عمل هذه الأدوات، في المقابل فإن أكثر من نصف الشباب (55.6٪) يعرفون بوجود هذه الأدوات دون فهم آلياتها بشكل دقيق، مقابل 27٪ فقط من المراهقين، ما يشير إلى فجوة معرفية تتطلب تعزيز التوعية بتلك الأدوات خاصةً لدى فئة الشباب ممن يعرفون تلك الأدوات ولم يحاولوا استكشافها والاستفادة منها.
- حظيَّت الأدوات التفاعلية والشخصية مثل فلاتر الصور والفيديوهات بأعلى نسب استخدام لدى الفئتين (35.6٪ من المراهقين و34.3٪ من الشباب)، يليها أدوات التوصية الذكية التي يستخدمها نحو ربع العينة، أما روبوتات المحادثة فشهدت استخدامًا أقل، ويبدو أن دورها يظل محصورًا في السياقات التجارية والدعم الفني، وتُعد أدوات توليد المحتوى (كالنصوص والصور) الأقل استخدامًا نسبيًا، رغم أهميتها المتزايدة في السياقات الإبداعية، ما يدل على وجود اهتمام متزايد لكنها ما زالت محدودة الانتشار.
- يعتمد نحو نصف العينة (49.2٪) على أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل مستمر ولكن في مهام محددة، مما يشير إلى دمج متزايد لهذه الأدوات في الروتين الرقمي، ومع ذلك فإن نسبة الاعتماد الدائم لا تزال منخفضة (14.0٪)، بينما يستخدم 29.0٪ هذه الأدوات حسب الحاجة فقط، وتشير نسبة 7.8٪ من المستخدمين الذين نادرًا ما يعتمدون على الذكاء الاصطناعي إلى وجود فئة لا تزال تعتمد على الأساليب التقليدية أو تفتقر إلى الإلمام الكافي بالتقنيات الذكية.
- أصبحت أدوات الذكاء الاصطناعي جزءًا فاعلًا من تجربة المستخدم الرقمية، خاصة في الجوانب الترفيهية والتفاعلية، إلا إن هناك تفاوتًا في مستوى الوعي والاعتماد، حيث يظهر المراهقون انخراطًا أكبر وفهمًا أعمق مقارنة بالشباب، ما يسلط الضوء على الحاجة إلى مبادرات تعليمية وتوعوية تعزز من الاستخدام الأمثل لتلك الأدوات لدى مختلف الفئات العمرية.

- وجود وعي ملحوظ لدى المشاركين باختلاف أنماط استخدام المنصات الرقمية بين الفئات العمرية المختلفة، إذ أشار أغلب أفراد العينة إلى شعورهم بوجود فروقات كبيرة في طرق التفاعل الرقمي، حيث عبّر 40.4٪ عن إدراكهم لاختلاف كبير في الاستخدام بين الأجيال، مما يعكس تمايزًا واضحًا في التفضيلات الرقمية وأساليب التفاعل مع المحتوى الإلكتروني، كما أن نسبة 33.8٪ رأت أن هناك اختلافًا بسيطًا، وهو ما قد يدل على وجود بعض التقاطعات في الاستخدام، ربما نتيجة لتقارب الأنماط الرقمية أو انتقال العادات بين الأجيال، من جانب آخر أكد 19٪ أن طبيعة التفاعل تتغير وفق نوع المحتوى، مما يبرز أن اختلاف الأجيال لا يقتصر فقط على الأسلوب بل يتأثر أيضًا بنوعية المحتوى (ترفيهي، تعليمي، اجتماعي). في المقابل، رأى 6.8٪ فقط من العينة أنه لا يوجد فرق ملحوظ في الاستخدام بين الفئات العمرية، وهي نسبة ضئيلة تؤكد أن الفروقات الجيلية حاضرة بوضوح في إدراك أغلب المشاركين.
- أظهرت النتائج تنوعًا في وعي العينة عند التعامل مع المحتوى المُنتج أو المُعدّل باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، فقد أشار 28٪ من المشاركين إلى قدرتهم على التمييز بسهولة بين المحتوى الأصلي والمعدّل، مما يعكس وعيًا معرفيًا بالتقنيات الحديثة، بالمقابل رأى 36.4٪ أن ما يهمهم هو مضمون المحتوى وليس طريقة إنتاجه، وهو ما يشير إلى تفضيل المحتوى المفيد بغض النظر عن مصدره، وأوضح 28٪ أنهم يتفاعلون مع المحتوى دون تمييز، بينما عبّر 3.8٪ عن ريبة تجاه المحتوى المعتمد على الذكاء الاصطناعي، وهي نسبة تعكس وجود قلق محدود لدى البعض، وأفاد 3.8٪ أيضًا بعدم قدرتهم على تحديد ما إذا كان المحتوى معدلًا، مما يدل على أن نسبة ضئيلة لا تمتلك الأدوات أو المعرفة الكافية للتمييز.
- أظهرت النتائج وعيًا مرتفعًا بين المراهقين والشباب فيما يخص التقييم العام للفروق الجيلية في السلوك الرقمي، إذ بلغت النسبة الكلية للمستوى المرتفع من الوعي 73.4٪ من إجمالي العينة، توزعت بواقع 79.5٪ بين المراهقين و67.5٪ بين الشباب، وهو ما يدل على إدراك واسع لدى الجيلين بوجود تمايزات رقمية حقيقية

في أنماط الاستخدام، بالمقابل تراجعت نسبة من هم في المستوى المتوسط، بينما لم تتجاوز نسبة من هم في المستوى المنخفض 1.3٪ من العينة، مما يعكس قوة الاتجاه العام نحو الاعتراف بالفروقات الرقمية بين الأجيال.

- يَترُك استخدام المنصات الرقمية أثرًا متباينًا على العلاقات الاجتماعية الواقعية، إذ يرى غالبية المراهقين (59.5٪) ونسبة معتبرة من الشباب (51.5٪) أن هذه المنصات تؤدي دورًا إيجابيًا في تعزيز تواصلهم مع الأصدقاء والعائلة، خاصةً في ظل التحديات الواقعية مثل: ضيق الوقت أو البعد الجغرافي، ويعكس هذا التوجه إيمانًا بدور التكنولوجيا في تقوية الروابط الاجتماعية، حيث توفر هذه المنصات وسيلة فعالة للحفاظ على الاتصال مع الأحبة رغم الصعوبات المحيطة، وفي المقابل، أبدى 26.0٪ من المشاركين (20٪ من المراهقين و32٪ من الشباب) رأيًا مغايرًا، حيث يرون أن المنصات الرقمية تُضعف العلاقات الواقعية وتُسهم في خلق نوع من العزلة أو الابتعاد عن التواصل المباشر، ويكشف هذا عن مخاوف حقيقية لدى فئة من المستخدمين من الاعتماد الزائد على التواصل الرقمي على حساب التفاعل الإنساني الطبيعي، أما الفئة التي لم تلحظ أي تأثير (12.0٪)، فهي تمثل الأفراد الذين يحافظون على توازن بين الواقع والافتراضي، ما يدل على وعي معتدل في التعامل مع أدوات التواصل الحديثة، بينما تعكس نسبة 6.5٪ التي لم تكن قادرة على تحديد التأثير حالة من الغموض أو ضعف الوعي حول طبيعة التغيرات الاجتماعية التي تفرضها التقنيات الرقمية.
- أظهرت النتائج أن الفجوة التواصلية بين الأجيال تُمثل تحديًا لبعض المراهقين (46.5٪) والشباب (25٪)، حيث أشاروا إلى صعوبة التفاهم الرقمي مع الفئات الأكبر سنًا، ويعكس هذا التفاوت الفجوة الرقمية المتولدة عن اختلاف المهارات التقنية وطرق استخدام المنصات، وهو ما قد يؤثر على نوعية التواصل بين الأجيال، ورغم ذلك أبدى 32.5٪ من المراهقين و48.5٪ من الشباب قدرة على التكيف مع هذه الفجوة، ما يدل على مرونة رقمية ووعي بتقنيات التفاعل مع مختلف الفئات، أما الفئة التي لم تُشِر إلى وجود فجوة (18.8٪)، فهي تمثل شريحة متجانسة رقميًا

أو تمتلك مهارات تُمكّنها من تجاوز هذا الحاجز، في حين تعكس نسبة 5٪ عدم الوعي أو عدم الشعور بهذه الفروقات أو بوجودها من الأساس.

- تنظر فئة واسعة من المراهقين (68٪) ونسبة معتبرة من الشباب (46٪) بإيجابية إلى الذكاء الاصطناعي ودوره في تحسين تجربة استخدام المنصات الرقمية، خاصةً من حيث تخصيص المحتوى وسهولة التفاعل، ويعكس ذلك ميلًا واضحًا نحو تقبّل التكنولوجيا الذكية، واعتبارها وسيلة لتعزيز الكفاءة والراحة في الفضاء الرقمي، ومع ذلك عبَّرت نسبة من العينة عن تحفظات تتعلق بالحرية الرقمية، حيث شعر 16.5٪ من المراهقين و28.5٪ من الشباب بأن الذكاء الاصطناعي يُقيد استقلاليتهم، ما يعكس قلقًا مشروعًا حول التوجيه غير المرئي والتلاعب بالمحتوى، في المقابل، ترى نسبة أخرى (10٪ من المراهقين و18٪ من الشباب) أن الذكاء الاصطناعي لا يُحدث فارقًا يُذكر في تجربتهم، وهو ما قد يرتبط بضعف الاعتماد على هذه الأدوات أو عدم الانتباه لتأثيراتها، وتبقى نسبة 6.5٪ في خانة عدم الإدراك أو الغموض حول تأثير الذكاء الاصطناعي، ما يعكس حاجة لتعزيز الوعي والمعرفة الرقمية لدى هذه الفئة.
- هناك تفاوت واضح بين الحماسة والقلق بخصوص التصورات المستقبلية لاستخدام الذكاء الاصطناعي، فقد أبدى 41٪ من المراهقين و13.5٪ من الشباب تأييدًا قويًا لتوسّع الذكاء الاصطناعي، انطلاقًا من إيمانهم بأنه ضرورة للتطور، بينما وافق 25٪ من المراهقين و49.5٪ من الشباب على هذا التوسّع بشرط وجود ضوابط تنظيمية، مما يعكس رغبة في توجيه الاستخدام نحو الأمان والفائدة المجتمعية، في المقابل اتخذ البعض موقفًا حياديًا (15.5٪ من المراهقين و13.5٪ من الشباب)، ما قد يشير إلى ضعف ارتباطهم المباشر بالتكنولوجيا أو انشغالهم بقضايا أخرى تمس احتياجاتهم الفعلية بعيدًا عن الواقع الافتراضي، بينما أشارت فئة من الشباب (21٪) والمراهقين (13.5٪) عن قلقهم من التسارع التكنولوجي، خاصة فيما يتعلق بالأبعاد الأخلاقية والاجتماعية للذكاء الاصطناعي، مما يعكس وعيًا نقديًا يُطالب بالتأني والرقابة، ولا يمكن إغفال نسبة 5٪ من المراهقين و2.5٪ من الشباب الذين

لم يفكروا في مستقبل الذكاء الاصطناعي، ما يدل على غياب التفكير المستقبلي أو ضعف الاهتمام.

مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإطار النظري للدراسة:

في إطار تحليل نتائج الدراسة الميدانية يمكن توظيف نظريات الدراسة الثلاث بشكلٍ متكامل لتفسير الظواهر الرقمية التي تم رصدها من خلال بيانات الدراسة ومؤشراتها:

- **نظرية الاستخدامات والإشباعات:** تؤدي دوراً حيوياً في تفسير دوافع المراهقين والشباب لاستخدام المنصات الرقمية، هذه النظرية التي توضح أن استخدام الأفراد للتكنولوجيا يعتمد بشكلٍ كبير على نوع الإشباع الذي يسعون لتحقيقه، سواء كان إشباعًا اجتماعيًا، معرفيًا أو ترفيهيًا، ومن خلال النتائج التي سجلتها الدراسة نجد أن المراهقين والشباب غالبًا ما يلجؤون إلى منصات التواصل الاجتماعي لتحقيق تفاعلات اجتماعية وتلبية حاجاتهم للترفيه أو الحصول على المعرفة، كما تبين أن هناك تفاوتًا في الاستخدامات، حيث يُفَضِل البعض استخدام المنصات للأغراض الترفيهية بينما يفضل آخرون تحقيق الإشباع المعرفي من خلال استهلاك محتوى يعزز من قدراتهم التقنية والمعرفية.
- **نظرية الفجوة الرقمية:** تُسهم في تفسير التفاوت المعرفي والتقني بين الأفراد، خاصة فيما يتعلق بوعيهم بأدوات الذكاء الاصطناعي ومدى قدرتهم على توظيف هذه الأدوات في حياتهم اليومية، وتشير نتائج الدراسة إلى وجود فجوة واضحة بين الأجيال في معرفتهم واستخدامهم للتقنيات الحديثة، إذ يظهر أن الأجيال الأصغر سنًا تتمتع بقدرة أكبر على التكيف مع الأدوات الرقمية، بما في ذلك الذكاء الاصطناعي، مقارنة بالأجيال الأكبر سنًا، وتُعزى هذه الفجوة إلى التفاوت في الوصول إلى المعرفة والموارد التقنية، مما يعكس تأثير الفجوة الرقمية على قدرة الأفراد على الانخراط بفعالية في بيئة الاستخدام الرقمي.
- **نظرية الأجيال الرقمية:** تُقَدِّم إطاراً لفهم الاختلافات السلوكية والمعرفية بين الأجيال في تعاملهم مع التكنولوجيا الرقمية، وقد كشفت نتائج الدراسة عن الفرق الكبير في سلوكيات الأجيال المختلفة تجاه التكنولوجيا، حيث يتسم الجيل الأصغر

بقدرة أكبر على التفاعل مع الأدوات الرقمية والذكاء الاصطناعي بشكل أسرع وأكثر فاعلية، هذا التفاوت يعكس التفاعل الطبيعي بين الهوية الجيلية والتكنولوجيا الحديثة، حيث يختلف جيل الشباب في بنيته النفسية والمعرفية عن الأجيال السابقة في كيفية استخدامهم للمنصات الرقمية وأدواتها.

فمن خلال التكامل بين هذه الأطر النظرية تم تقديم تحليل شامل للظاهرة المدروسة، حيث أظهرت النتائج كيف أن السلوك الرقمي يتأثر بالاحتياجات الشخصية التي يسعى الأفراد لتحقيقها من خلال استخدام المنصات الرقمية، بينما تتجلى الفجوة الرقمية في التفاوت بين الأجيال في التعامل مع الأدوات التقنية الحديثة، في الوقت نفسه تَبرُز تأثيرات نظرية الأجيال الرقمية في اختلاف أساليب التفاعل مع البيئة الرقمية بناءً على الخصائص الجيلية، مما يعكس التحولات المجتمعية والتقنية.

مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نتائج الدراسات السابقة:

- أظهرت الدراسة الحالية أن الفجوة الجيلية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وأدوات التواصل الاجتماعي تتفاقم في العديد من المجتمعات العربية، وهو ما يتفق مع النتائج التي توصلت إليها دراسات سابقة، ففي دراسة **الصعيدي** (2023)، تم تأكيد أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في تضييق الفجوة بين الأجيال في مدينة جدة، لكنها في الوقت ذاته تُحدث تآكلًا في أنماط التواصل الأسري التقليدية، ومن جهة أخرى، كشف **الوعل** (2024) عن وجود فروق واضحة بين الأجيال في استخدام التكنولوجيا في السعودية، وهو ما يعكس التأثير السلبي على جودة التفاعل الاجتماعي، وهو ما يتماشى مع نتائج دراستنا التي أظهرت –أيضًا– تأثيرات سلبية على العلاقات الاجتماعية التقليدية، علاوة على ذلك، تؤكد دراسة **السميط ونافارو** (2024) في الكويت أن الفجوة الرقمية تتعلق أيضًا بمهارات استخدام التكنولوجيا، وليس مجرد القدرة على الوصول إليها، وهو ما يتسق مع ما توصلت إليه الدراسة من أن الفجوة بين الأجيال لا تقتصر فقط على الوصول إلى الأجهزة بل تتعداها إلى المهارات الرقمية، وإمكانية توظيفها لتحقيق الاستفادة وتطوير الذات.
- بَيَّنَت النتائج أن المراهقين والشباب يستخدمون المنصات الرقمية بشكل متزايد، وهو

ما يتوافق مع نتائج **تقرير منظمة الصحة العالمية** (2024) الذي أشار إلى الارتباط بين الاستخدام المفرط للمنصات الرقمية وزيادة اضطرابات النوم والقلق، وتشير الدراسة الحالية إلى أن هذه الأنماط من الاستخدام قد تؤدي إلى تأثيرات نفسية سلبية، خاصة عند الاستخدام المفرط، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة Iqbal, et al. (2024)، التي ربطت الإفراط في الاستخدام بارتفاع مستويات القلق وتأجيل المهام، كما أن نتائج دراسة **يوسف** (2022) حول الشباب الجامعي في مصر تدعم ما أظهرته هذه الدراسة من أن المنصات الرقمية تسهم بشكل كبير في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا العامة، مما يدل على تداخل بين التأثيرات الاجتماعية والسياسية لاستخدام هذه المنصات، حيث أنها فرضت نفسها في حياة المستخدمين وأصبحت جُزءًا لا يتجزأ منها.

- أشارت النتائج إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تُستخدم بشكل متزايد في المنصات الرقمية، وأن ذلك له تأثيرات عميقة على أنماط الاستخدام بين المراهقين والشباب، وتتماشى هذه النتائج مع ما أظهرته دراسات مثل Mansfield et al. (2025)، التي دعت إلى تطوير مناهج بحثية لدراسة التأثيرات النفسية الناجمة عن التفاعل مع هذه التقنيات، وقد أكدت نتائج الدراسة على أن المراهقين يتفاعلون بشكل متزايد مع روبوتات المحادثة وأدوات الذكاء الاصطناعي، مما يعزز الإشباع الفوري لديهم ويزيد من الاعتماد على التفاعل الرقمي السريع، كذلك تؤكد دراسة **عبد الكريم** (2024) أن الذكاء الاصطناعي يؤثر بشكل كبير على توجهات الشباب نحو قضايا الرأي العام من خلال استهداف المحتوى وتحليل البيانات، وهو ما يظهر في نتائج الدراسة التي رصدت تأثير الذكاء الاصطناعي في تشكيل الرأي العام وزيادة الاستجابة لمحتوى الذكاء الاصطناعي.
- أكدت نتائج الدراسة أن الفجوة الرقمية بين الأجيال تؤثر بشكل كبير على الروابط الاجتماعية والعلاقات الأسرية، ويتفق ذلك مع نتائج دراسة **الشمري** (2023)، التي أشارت إلى أن ضعف المهارات الرقمية لدى كبار السن يؤدي إلى تراجع في مستوى التفاعل الاجتماعي بين الأجيال، مما يؤدي إلى شعور بالعُزلَة لدى الفئات الأكبر

سنًا، كما أظهرت نتائج الدراسة الحالية أن هذه الفجوة تؤثر سلبًا على أنماط التواصل الأسري، وهو ما يتماشى مع نتائج دراسة **عبد الحكيم** (2019)، التي أوضحت أن التفاعل المكثف مع منصات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى إعادة تشكيل الهوية الثقافية والقيم الاجتماعية.

- أسهمت الدراسات السابقة في إظهار الصورة المتكاملة للأثر الذي تتركه الفجوة الجيلية والتحولات الرقمية على المجتمع، سواء في جوانب التفاعل الاجتماعي أو على مستوى الفرد، كما أن النتائج التي تم الحصول عليها في هذه الدراسة تتناغم مع الأدبيات السابقة، مما يعزز الفهم الحالي حول كيفية تأثير هذه الفجوات الرقمية على الأنماط التفاعلية للأجيال المختلفة، وبشكل عام تبين أن الفجوة الجيلية الرقمية ليست مجرد مسألة تقنية تتعلق باستخدام الأجهزة أو الوصول إلى الإنترنت، بل هي مسألة أعمق تشمل التفاوت في المهارات الرقمية والقدرة على التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي وتقبُلها، مما يتطلب استراتيجيات توعية شاملة ومبنية على نتائج أبحاث مماثلة لضمان بناء مجتمع رقمي متكامل وشامل.

التوصيات:

1- **تعزيز البرامج التوعوية الرقمية:** حيث يجب إطلاق حملات توعية مُستَهدفة لتثقيف الأجيال الأكبر سنًا حول كيفية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة، مما يساعد في تقليل الفجوة الرقمية بين الأجيال.

2- **إدخال الذكاء الاصطناعى في المناهج التعليمية:** فينبغي دمج الذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية في المناهج الدراسية بدءًا من المراحل التعليمية المبكرة، لتعزيز المهارات التقنية لدى الطلاب وتوفير قاعدة معرفية قوية.

3- **دعم المحتوى الرقمى التعليمى:** بتشجيع المنصات الرقمية على تطوير محتوى تعليمي يتناسب مع احتياجات المراهقين والشباب، مما يوفر لهم الإشباع المعرفي ويساعدهم على استيعاب التطورات التكنولوجية بشكل أفضل.

4- **تعزيز الوعى بالمسؤولية الرقمية:** من خلال تحفيز الأفراد على استخدام التكنولوجيا بشكل مسؤول ونشر قيم الاستخدام الآمن للأدوات الرقمية، والتركيز على القيم

الاجتماعية والأخلاقية.

5- **التوسع في الدراسات الاجتماعية والنفسية حول التكنولوجيا:** حيث دعم الأبحاث التي تتناول تأثير التكنولوجيا على الهوية الجيلية والتفاعلات الاجتماعية، بهدف فهم سلوكيات الأجيال المختلفة تجاه الأدوات الرقمية وكيفية تعديلها وتطوير أدائها.

6- **تنظيم ورش عمل تدريبية للأجيال الأكبر سنًا:** من خلال تقديم ورش عمل تدريبية للأجيال الأكبر سنًا، لتعليمهم كيفية التعامل مع الأدوات الرقمية والذكاء الاصطناعي، مما يساعد في تقليص الفجوة المعرفية بين مختلف الأجيال والتقريب بينهم.

7- **تطوير منصات تفاعلية لجميع الأعمار:** وذلك بتطوير منصات تعليمية تفاعلية سهلة الاستخدام وتناسب جميع الفئات العمرية؛ لتشجيع الجميع على التعلم الرقمي وتحقيق التفاعل الفعّال مع التكنولوجيا الحديثة، مما يُساعِد في بناء العلاقات الاجتماعية الرقمية.

المقترحات البحثية:

1- **دراسة تأثير الذكاء الاصطناعى على تفاعل الأجيال مع التكنولوجيا:** بإجراء دراسة طويلة المدى؛ لتحليل كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على سلوكيات الأجيال المختلفة، وكيفية تكيفهم مع هذه التقنيات، والاستفادة منها.

2- **البحث في فجوة الاستخدام الرقمى بين الفئات العمرية:** بإجراء دراسات ميدانية لتحديد الفجوات الرقمية بين الأجيال الصغيرة والأكبر سنًا في مجالات استخدام التكنولوجيا، مع التركيز على الوعي الذاتي والإدراك التقني.

3- **استكشاف دور التعليم الإلكترونى في سد الفجوة الرقمية:** من خلال دراسة أثر برامج التعليم الإلكتروني على تطور المهارات الرقمية لدى الأجيال المختلفة، وخاصة في المجتمعات النامية.

4- **تحليل تأثير المنصات الرقمية على الهوية الجيلية:** بإجراء دراسة مقارنة حول تأثير استخدام المنصات الرقمية على الهوية الاجتماعية والثقافية للأجيال، وكيفية تأثير ذلك على سلوكياتهم.

5- **دراسة العلاقة بين الإشباعات الرقمية والنمو المعرفي:** من خلال فحص العلاقة بين استخدام المنصات الرقمية والإشباعات التي توفرها للأفراد، سواء كانت معرفية أو اجتماعية، وكيف يؤثر ذلك على نموهم العقلي والاجتماعي.

6- **تحليل تأثير الورش التدريبية في تعزيز المهارات الرقمية:** بإجراء دراسة تقييمية حول تأثير الورش التدريبية التي تهدف إلى تعليم الأفراد من كبار السن تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحسين قدرتهم في استخدام التكنولوجيا.

7- **استكشاف تأثير سياسات الحكومات في تقليص الفجوة الرقمية:** بدراسة تأثير السياسات الحكومية في تقليص الفجوة الرقمية بين الأجيال المختلفة، وكيفية تكامل هذه السياسات مع مشاريع تطوير الذكاء الاصطناعي في المؤسسات التعليمية.

مراجع الدراسة

أولا: المراجع العربية:

1. الشامي, ع. (2022). محددات ظاهرة الفجوة الرقمية وتأثيراتها الاجتماعية في المجتمع المصري .*المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*، (39)*2022*،79-48. doi: 10.21608/jkom.2022.287277
2. الشمري، ج ف. (2023). الأمية الرقمية وعلاقتها بالعزلة الاجتماعية لدى كبار السن .*مجلة مستقبل العلوم الإجتماعية*(1)*12*، 165-208. doi: 10.21608/fjssj.2023.182826.1124 .
3. الشهري، ن. (2020). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بين طالبات الجامعات .*مجلة الإعلام والاتصال، 12*(3)، 55– 72 .
4. العجمي، د. (2024). ظاهرة الفجوة بين الأجيال في مصر .*منتدى الدراسات المستقبلية،وحدة البحوث والدراسات* مايو 2024، 1-36. https://future-studies-forum.com/%D8%B8%D8%A7%D9%87%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%AC%D9%88%D8%A9-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D9%84-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1/
5. اليماني، ط، ع. (2023). تفاعل الشباب المصري مع وسائل الإعلام الرقمية وتأثيراتها في قبول تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لديهم .*المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*،(25) ، 489 - 529. doi: 10.21608/ejsrt.2023.302423
6. بكر، م.ع.، زيدان، أ. م.، عبد القادر، ف. (2020). العلاقة بين الأجيال: أسباب الخلاف وطرق تعزيز الوئام .*مجلة الحكمة*، 12.(1) http://spaj.ukm.my/jalhikmah/index.php/jalhikmah
7. جلال، هـ. (2023). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم: فرص ومخاطر من منظور السياسات التعليمية في مصر والسعودية وهونغ كونغ .*مجلة السياسات التربوية، 18*(2)، 112– 130.

https://journals.ekb.eg/article_321271_2caab94ce407ed9c345cfc357dccec7d.pdf
8. جمعية الاجتماعيين العُمانية. (2020). أثر استخدام الأطفال لوسائل التواصل الاجتماعي على التنشئة الاجتماعية: تقرير بحثي. مسقط: سلطنة عُمان.

https://portal.mosd.gov.om/webcenter/content/conn/WebCenterSpaces-ucm/path/Enterprise%20Libraries/MOSDExternalPortal/Publications/socialstudies/29.pdf

9. شعشاعة، س، م . (2024). أثر استخدام المنصات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في اكتساب مهارات الرياضيات وزيادة دافعية الطالبات نحو التعلم بالصف الثاني عشر العام بمدرسة رقية الثانوية للبنات .*المجلة العربية للتربية النوعية* 8(34), 1-22. doi: 10.21608/ejev.2024.390719 ,
10. عبد الحكيم، ع ، ر. (2019). أنماط تفاعل الشباب المصري مع شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بهويتهم الثقافية .*المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، *18*(1)، 443-473 . doi: 10.21608/joa.2019.91768
11. عبد الكريم، ن، ح. (2024). تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على استهداف وتشكيل توجهات الشباب المصري نحو قضايا الرأي العام: دراسة ميدانية للشباب وآراء الخبراء في الإعلام والذكاء الاصطناعي .*مجلة البحوث الإعلامية*، *72*(4)، 2415 -2504. doi: 10.21608/jsb.2024.318400.1808.
12. عبد المالك، هـ، ح . (2023). ممارسة الألعاب الإلكترونية وعلاقتها بالكفاءة الاجتماعية لدى المراهقين .*مجلة كلية التربية فى العلوم النفسية*، *47*(2)، 270-221. doi: 10.21608/jfeps.2023.312257
13. عبد المجيد، و. (2022). الجيل "Z" ومستقبل الفجوة بين الأجيال .*آفاق اجتماعية، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار مجلس الوزراء*، (3)، مايو 2022.
14. https://idsc.gov.eg/upload/DocumentLibrary/AttachmentA/7094/%D8%AF.%20%D9%88%D8%AD%D9%8A%D9%80%D9%80%D9%80%D8%AF%20%D8%B9%D8%A8%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D9%8A%D9%80%D9%80%D9%80%D8%AF.pdf
15. عساف، د، م. (2021). اتجاهات المراهقين نحو استخدام المنصات التعليمية: دراسة في إطار نظرية ثراء وسائل الإعلام .مجلة *بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (2)47، ج. 2*، 641-694. https://search.emarefa.net/detail/BIM-1418464
16. غندر، س. (2016). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها "دراسة ميدانية ."*مجلة كلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد*210-182 ,(3)3 , doi: 10.21608/pssrj.2016.33224 .
17. يوسف، م، ر. (2023). إدمان الهواتف الذكية وعلاقته بالقلق الاجتماعي والشعور بالوحدة النفسية لدى طلاب الجامعة .*مجلة كلية التربية فى العلوم النفسية*، *47*(3) ، 177 – 262 . doi: 10.21608/jfeps.2023.327350

ثانيا: المراجع الأجنبية:

18. Aidalil.com. (2025). Google Workspace: 93% of Gen Z use AI tools weekly. Retrieved from https://aidalil.com/google-workspace-93-of-gen-z-use-ai-tools-weekly/
19. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T
20. Al-Menayes, J. J. (2023). The effect of short-form video addiction on undergraduates' academic procrastination: The mediating role of attentional control and the moderating role of boredom proneness. *Frontiers in Psychology, 14*, Article 10756502. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.10756502

21. Arnett, J. J. (1999). Adolescent storm and stress, reconsidered. *American Psychologist, 54*(5), 317–326. https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.5.317
22. Bengtson, V. L. (1970). Generation and family effects in value socialization. *American Sociological Review, 35*(3), 358–371. https://doi.org/10.2307/2093032
23. Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology, 39*(5), 775–786. https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x
24. Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Komarova Loureiro, Y., & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management, 24*(3), 245–267. https://doi.org/10.1108/09564231311326987
25. Bhat, R & Kowshik, S & Suresh, S & Alamelu, G & Gite, S & Albattat, A. (2025). Digital Companionship or Psychological Risk? The Role of AI Characters in Shaping Youth Mental Health. Asian Journal of Psychiatry. 104. 104356. 10.1016/j.ajp.2024.104356.
26. Bucher, T. (2018). If... Then: Algorithmic power and politics. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780190493028.001.0001
27. Chan, C. K. Y., & Lee, K. K. W. (2023). The AI generation gap: Are Gen Z students more interested in adopting generative AI such as ChatGPT in teaching and learning than their Gen X and millennial generation teachers? *Smart Learning Environments, 10*(1), Article 60. https://doi.org/10.1186/s40561-023-00269-3
28. Floridi, L. (2021). The ethics of artificial intelligence. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780198833635.001.0001
29. George, M. J., Russell, M. A., Piontak, J. R., & Odgers, C. L. (2020). Concurrent and subsequent associations between daily digital technology use and high-risk adolescents' mental health symptoms. *Child Development, 89*(1), 78–88. https://doi.org/10.1111/cdev.12819
30. Hargittai, E. (2002). Second-level digital divide: Differences in people's online skills. *First Monday, 7*(4). https://doi.org/10.5210/fm.v7i4.942
31. Hargittai, E., & Hsieh, Y. P. (2013). Digital inequality. In W. H. Dutton (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies* (pp. 485–502). Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.0025
32. Helsper, E. J., & Eynon, R. (2010). Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal, 36*(3), 503–520. https://doi.org/10.1080/01411920902989227
33. Brisson J, Bélisle-Pipon JC, Ravitsky V. Investigating the Influence of Artificial Intelligence on Adolescent Health: An Urgent Call to Action. J Adolesc Health. 2023 Oct;73(4):795. doi: 10.1016/j.jadohealth.2023.06.002. PMID: 37716717.

34. Iqbal, A & Iftikhar, M & Hussain, T. (2024). Impact Of Social Media Use On The Mental Health Of University Students. Migration Letters. 21. 1848-1862.
https://www.researchgate.net/publication/378874589_Impact_Of_Social_Media_Use_On_The_Mental_Health_Of_University_Students
35. Jiao, Y., Li, G., & Wu, T. (2024). Effects of short-form video app addiction on academic anxiety and academic engagement: The mediating role of mindfulness. *Frontiers in Psychology, 15*, Article 1428813. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1428813
36. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly, 37*(4), 509–523.
https://doi.org/10.1086/268109
37. Katz, J & Rice, R. (2002). Social Consequences of Internet Use. Access, Involvement, and Interaction. 10.2307/1556636.
38. Kirschner, P. A., & De Bruyckere, P. (2017). The myths of the digital native and the multitasker. *Teaching and Teacher Education, 67*, 135–142.
https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.06.001
39. Lin, J., Chen, S., & Zhao, Y. (2024). On the relationship between mind perception and social support of AI chatbots. *Frontiers in Psychology, 15*, Article 1282036.
https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1282036
40. Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people, and the digital divide. *New Media & Society, 9*(4), 671–696.
https://doi.org/10.1177/1461444807080335
41. Livingstone, S., & Sefton-Green, J. (2016). *The class: Living and learning in the digital age*. New York University Press.
DOI:10.18574/nyu/9781479884575.001.0001
42. Mansfield, K. L., Ghai, S., Hakman, T., Ballou, N., Vuorre, M., & Przybylski, A. K. (2025). From social media to artificial intelligence: Improving research on digital harms in youth. *The Lancet Child & Adolescent Health, 9*(3), 210–212. https://doi.org/10.1016/S2352-4642(24)00332-8
43. McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
44. Nguyen, T., & Brown, L. (2024). Artificial Intelligence (AI) in Education: A Case Study on ChatGPT's Influence on Student Learning Behaviors. *Journal of Educational Technology, 15*(2), 45–60.
45. Odgers, C. L., & Jensen, M. R. (2020). Adolescent development and growing divides in the digital age. *Developmental Cognitive Neuroscience, 45*, 100866.
https://doi.org/10.1016/j.dcn.2020.100866

46. Pew Research Center. (2022). Teens, social media and technology 2022. Retrieved from https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/
47. Prensky, M. (2001a). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon, 9*(5), 1–6. https://doi.org/10.1108/10748120110424816
48. Prensky, M. (2001b). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently? *On the Horizon, 9*(6), 1–6. https://doi.org/10.1108/10748120110424843
49. Robinson, L., Cotten, S. R., Ono, H., Quan-Haase, A., Mesch, G., Chen, W., & Stern, M. J. (2015). Digital inequalities and why they matter. *Information, Communication & Society, 18*(5), 569–582. https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1012532
50. Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society, 3*(1), 3–37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
51. Russell, S. J., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
52. Scheerder, A., van Deursen, A. J. A. M., & van Dijk, J. A. G. M. (2017). Determinants of Internet skills, uses, and outcomes: A systematic review of the second- and third-level digital divide. *Telematics and Informatics, 34*(8), 1607–1624. https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.07.007
53. Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57*(4), 504–525. https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827
54. Sundar, S. S., & Marathe, S. S. (2010). Personalization versus customization: The importance of agency, privacy, and power usage. *Human Communication Research, 36*(3), 298–322. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2010.01377.x
55. Taneja, H., Wu, A. X., & Edgerly, S. (2018). Rethinking the generational gap in online news use: An infrastructural perspective. *New Media & Society, 20*(5), 1792–1812. https://doi.org/10.1177/1461444817707348
56. Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy—and completely unprepared for adulthood—and what that means for the rest of us*. Atria Books.
57. Twenge, J. M. (2019). More time on technology, less happiness? Associations between digital-media use and psychological well-being. *Current Directions in Psychological Science, 28*(4), 372–379. https://doi.org/10.1177/0963721419838244
58. United Nations (UN). (2013). Definition of youth. Retrieved from https://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-definition.pdf

59. Van Deursen, A. J. A. M., & Helsper, E. J. (2018). Collateral benefits of Internet use: Explaining the diverse outcomes of engaging with the Internet. *New Media & Society, 20*(7), 2333–2350. https://doi.org/10.1177/1461444817715282
60. van Dijk, J. A. G. M. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics, 34*(4–5), 221–235. https://doi.org/10.1016/j.poetic.2006.05.004
61. van Dijk, J. A. G. M. (2020). *The Digital Divide*. Polity Press.
62. van Dijk, J. A. G. M., & Hacker, K. (2003). The digital divide as a complex and dynamic phenomenon. *The Information Society, 19*(4), 315–326. https://doi.org/10.1080/01972240309487
63. Viner, R. M., Davie, M., & Firth, A. (2019). The health impacts of screen time: A guide for clinicians and parents. *BMJ Open, 9*(1), e023899. https://doi.org/10.1136/bmjopen-2018-023899
64. Watson, C. (2024).. *University of Alabama at Birmingham*. Retrieved from https://digitalcommons.library.uab.edu/etd-collection/3838/
65. West, D. M., Allen, J. R., & Huang, C. (2019). Artificial intelligence and the future of humans. *Brookings Institution*. Retrieved from https://www.brookings.edu/research/artificial-intelligence-and-the-future-of-humans/
66. Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal, 16*(4), 362–369. https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041
67. Wolfson, A. (2023). Generational divides in technology adoption: Understanding age-related disparities in digital engagement. *Medium*. Retrieved from. https://medium.com/@lbadamstn/generational-divides-in-technology-adoptionunderstanding-age-related-disparities-in-digital-9c23dc0607ab
68. World Health Organization (WHO). (2022). Adolescent health. Retrieved from https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-health
69. World Health Organization (WHO). (2024). Adolescent mental health and screen time: A WHO report. Retrieved from https://www.who.int/publications/i/item/9789240062024
70. Zhang, L., & Sun, H. (2025). Chinese adolescents' self-presentation on Douyin: Exploring digital identity construction. *Frontiers in Psychology, 16*, Article 1544224. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1544224
71. Zhou, X., & Xie, Y. (2019). Market transition, industrialization, and social mobility trends in postrevolution China. *American Journal of Sociology, 124*(5), 1515–1550. https://doi.org/10.1086/701440

References

- Al-Shami, A. (2022). muhadadat zahirat alfajwat alraqamiat watathiratuha aliajtimaeiat fi almujtamae almisrii. almajalat alearabiat libuhuth alaelam waliaitisal, 39(3),48-79. doi: 10.21608/jkom.2022.287277
- Al-Shammari, J. (2023). al'umiyat alraqamiat waealaqatuha bialeuzlat alaijtimaeiat ladaa kibar alsuna. majalat mustaqbal aleulum al'iijtimaeiati, 12(1), 165-208. doi: 10.21608/fjssj.2023.182826.1124.
- Al-Shahri, N. (2020). 'athar aistikhdam wasayil altawasul alaijtimaeii ealaa alealaqat al'usariat bayn talibat aljamieati. majalat al'iielam walaitisali, 12(3), 55- 72 .
- Al-Ajami, D. (2024). zahirat alfajwat bayn al'ajyal fi masri. muntadaa aldirasat almustaqbaliati,wahdat albuhuth waldirasat 3(1), 1-36.
- Al-Yamani, T. (2023). tafaeul alshabab almisrii mae wasayil al'iielam alraqmiat watathiratiha fi qubul tiknulujia aldhaka' alaistinaeii ladayhim. almajalat aleilmiat libuhuth al'iidhaeat waltilfizyuni, 25(1), 489- 529. doi: 10.21608/ejsrt.2023.302423
- Bakr, M. (2020). alealaqat bayn al'ajyal: 'asbab alkhilaf waturuq taeziz alwiaama. majalat alhikmati, 12(1).
- Jalal, H. (2023). tatbiqat aldhaka' alaistinaeii fi altaelimi: furas wamakhatir min manzur alsiyasat altaelimiat fi misr walsaeudiat wahungh kungh. majalat alsiyasat altarbawiati, 18(2), 112- 130.
- https://journals.ekb.eg/article_321271_2caab94ce407ed9c345cfc357dccec7d.pdf
- -jameiat aliajtimaeiiyn aleumany. (2020). 'athar aistikhdam al'atfal liwasayil altawasul alaijtimaeii ealaa altanshiat alaijtimaeiati: taqrir bihathi. masqat: saltanat euman.
- https://portal.mosd.gov.om/webcenter/content/conn/WebCenterSpaces-ucm/path/Enterprise%20Libraries/MOSDExternalPortal/Publications/socialstudies/29.pdf
- Shasha'a, S. (2024). 'athar aistikhdam alminasaat alraqamiat watatbiqat aldhaka' alaistinaeii fi aiktisab maharat alriyadiaat waziadat dafieiat altaalibat nahw altaealum bialsafu althaani eashar aleam bimadrasat ruqayat althaanawiat lilbanati. almajalat alearabiat liltarbiat alnaweiati, 34(8), 1-22. doi: 10.21608/ejev.2024.390719
- Abdel Hakim, A. (2019). 'anmat tafaeul alshabab almisrii mae shabkat altawasul alaijtimaeii waealaqatiha bihuiatihim althaqafiati. almajalat almisriat libuhuth alra'aa aleama, 18(1), 443-473 . doi: 10.21608/joa.2019.91768
- Abdel Karim, N. (2024). tathir tiqniaat aldhaka' alaistinaeii ealaa aistihdaf watashkil tawajuhat alshabab almisrii nahw qadaya alraay aleami: dirasat maydaniatan lilshabab wara' alkhubara' fi al'iielam waldhaka' alaistinaeii.

majalat albuhuth al'iielamiati,72(4), 2415 -2504. doi: 10.21608/jsb.2024.318400.1808.

- Abdel-Malik, H. (2023). mumarasat al'aleab al'iiliktruniat waealaqatiha bialkafa'at aliaijtimaeiat ladaa almurahiqina. majalat kliat altarbiat faa aleulum alnafsiati,47(2), 221-270. doi: 10.21608/jfeps.2023.312257
- Abdul Majeed, W. (2022). aljil "Z" wamustaqbal alfajwat bayn al'ajyal. afaq aijtimaeiatin, markaz almaelumat wadaem aitikhadh alqarar majlis alwuzara'i, 12(3).
- https://idsc.gov.eg/upload/DocumentLibrary/AttachmentA/7094/%D8%AF.%20%D9%88%D8%AD%D9%8A%D9%80%D9%80%D9%80%D8%AF%20%D8%B9%D8%A8%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D9%8A%D9%80%D9%80%D9%80%D8%AF.pdf
- Assaf, D. (2021). atijahat almurahiqin nahw astikhdam alminasaat altaelimiati: dirasatan fi 'iitar nazariat thara' wasayil al'iielami. majalat buhuth alealaqat aleamat alsharq al'awsat, 47(2), 641-694.
- https://search.emarefa.net/detail/BIM-1418464
- Ghandour, S. (2016). astikhdam alshabab aljamieii limawaqie altawasul aliajtimaeii wal'iishbaeat almutahaqiqat minha "dirasat maydaniati". majalat kliat altarbiat alnaweiat - jamieat bursaeid, 3(3), 182-210 . doi: 10.21608/pssrj.2016.33224
- Youssef, M. (2023). 'iidman alhawatif aldhakiat waealaqatih bialqalaq aliajtimaeii walshueur bialwahdat alnafsiat ladaa tulaab aljamieati. majalat kliat altarbiat faa aleulum alnafsiata, 47(3), 177 - 262 . doi: 10.21608/jfeps.2023.327350
- Aidalil.com. (2025). Google Workspace: 93% of Gen Z use AI tools weekly. Retrieved from https://aidalil.com/google-workspace-93-of-gen-z-use-ai-tools-weekly/
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Al-Menayes, J. J. (2023). The effect of short-form video addiction on undergraduates' academic procrastination: The mediating role of attentional control and the moderating role of boredom proneness. *Frontiers in Psychology, 14*, Article 10756502.
- https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.10756502
- Arnett, J. J. (1999). Adolescent storm and stress, reconsidered. *American Psychologist, 54*(5), 317–326. https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.5.317
- Bengtson, V. L. (1970). Generation and family effects in value socialization. *American Sociological Review, 35*(3), 358–371.
- https://doi.org/10.2307/2093032
- Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The ‘digital natives’ debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology, 39*(5), 775–786.

- https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Komarova Loureiro, Y., & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management, 24*(3), 245–267.
- https://doi.org/10.1108/09564231311326987
- Bhat, R & Kowshik, S & Suresh, S & Alamelu, G & Gite, S & Albattat, A. (2025). Digital Companionship or Psychological Risk? The Role of AI Characters in Shaping Youth Mental Health. Asian Journal of Psychiatry. 104. 104356. 10.1016/j.ajp.2024.104356.
- Bucher, T. (2018). If... Then: Algorithmic power and politics. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780190493028.001.0001
- Chan, C. K. Y., & Lee, K. K. W. (2023). The AI generation gap: Are Gen Z students more interested in adopting generative AI such as ChatGPT in teaching and learning than their Gen X and millennial generation teachers? *Smart Learning Environments, 10*(1), Article 60. https://doi.org/10.1186/s40561-023-00269-3
- Floridi, L. (2021). The ethics of artificial intelligence. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780198833635.001.0001
- George, M. J., Russell, M. A., Piontak, J. R., & Odgers, C. L. (2020). Concurrent and subsequent associations between daily digital technology use and high-risk adolescents' mental health symptoms. *Child Development, 89*(1), 78–88. https://doi.org/10.1111/cdev.12819
- Hargittai, E. (2002). Second-level digital divide: Differences in people's online skills. *First Monday, 7*(4). https://doi.org/10.5210/fm.v7i4.942
- Hargittai, E., & Hsieh, Y. P. (2013). Digital inequality. In W. H. Dutton (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies* (pp. 485–502). Oxford University Press.
- https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.0025
- Helsper, E. J., & Eynon, R. (2010). Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal, 36*(3), 503–520.
- https://doi.org/10.1080/01411920902989227
- Brisson J, Bélisle-Pipon JC, Ravitsky V. Investigating the Influence of Artificial Intelligence on Adolescent Health: An Urgent Call to Action. J Adolesc Health. 2023 Oct;73(4):795. doi: 10.1016/j.jadohealth.2023.06.002. PMID: 37716717.
- Iqbal, A & Iftikhar, M & Hussain, T. (2024). Impact Of Social Media Use On The Mental Health Of University Students. Migration Letters. 21. 1848-1862.
- https://www.researchgate.net/publication/378874589_Impact_Of_Social_Media_Use_On_The_Mental_Health_Of_University_Students
- Jiao, Y., Li, G., & Wu, T. (2024). Effects of short-form video app addiction on academic anxiety and academic engagement: The mediating role of

mindfulness. *Frontiers in Psychology, 15*, Article 1428813. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1428813

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly, 37*(4), 509–523.
- https://doi.org/10.1086/268109
- Katz, J & Rice, R. (2002). Social Consequences of Internet Use. Access, Involvement, and Interaction. 10.2307/1556636.
- Kirschner, P. A., & De Bruyckere, P. (2017). The myths of the digital native and the multitasker. *Teaching and Teacher Education, 67*, 135–142.
- https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.06.001
- Lin, J., Chen, S., & Zhao, Y. (2024). On the relationship between mind perception and social support of AI chatbots. *Frontiers in Psychology, 15*, Article 1282036.
- https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1282036
- Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people, and the digital divide. *New Media & Society, 9*(4), 671–696.
- https://doi.org/10.1177/1461444807080335
- Livingstone, S., & Sefton-Green, J. (2016). *The class: Living and learning in the digital age*. New York University Press.
- DOI:10.18574/nyu/9781479884575.001.0001
- Mansfield, K. L., Ghai, S., Hakman, T., Ballou, N., Vuorre, M., & Przybylski, A. K. (2025). From social media to artificial intelligence: Improving research on digital harms in youth. *The Lancet Child & Adolescent Health, 9*(3), 210–212. https://doi.org/10.1016/S2352-4642(24)00332-8
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Nguyen, T., & Brown, L. (2024). Artificial Intelligence (AI) in Education: A Case Study on ChatGPT's Influence on Student Learning Behaviors. *Journal of Educational Technology, 15*(2), 45–60.
- Odgers, C. L., & Jensen, M. R. (2020). Adolescent development and growing divides in the digital age. *Developmental Cognitive Neuroscience, 45*, 100866.
- https://doi.org/10.1016/j.dcn.2020.100866
- Pew Research Center. (2022). Teens, social media and technology 2022. Retrieved from https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/
- Prensky, M. (2001a). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon, 9*(5), 1–6. https://doi.org/10.1108/10748120110424816
- Prensky, M. (2001b). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently? *On the Horizon, 9*(6), 1–6.
- https://doi.org/10.1108/10748120110424843

- Robinson, L., Cotten, S. R., Ono, H., Quan-Haase, A., Mesch, G., Chen, W., & Stern, M. J. (2015). Digital inequalities and why they matter. *Information, Communication & Society, 18*(5), 569–582.
- https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1012532
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society, 3*(1), 3–37.
- https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
- Scheerder, A., van Deursen, A. J. A. M., & van Dijk, J. A. G. M. (2017). Determinants of Internet skills, uses, and outcomes: A systematic review of the second- and third-level digital divide. *Telematics and Informatics, 34*(8), 1607–1624.
- https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.07.007
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57*(4), 504–525.
- https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827
- Sundar, S. S., & Marathe, S. S. (2010). Personalization versus customization: The importance of agency, privacy, and power usage. *Human Communication Research, 36*(3), 298–322.
- https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2010.01377.x
- Taneja, H., Wu, A. X., & Edgerly, S. (2018). Rethinking the generational gap in online news use: An infrastructural perspective. *New Media & Society, 20*(5), 1792–1812.
- https://doi.org/10.1177/1461444817707348
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy—and completely unprepared for adulthood—and what that means for the rest of us*. Atria Books.
- Twenge, J. M. (2019). More time on technology, less happiness? Associations between digital-media use and psychological well-being. *Current Directions in Psychological Science, 28*(4), 372–379. https://doi.org/10.1177/0963721419838244
- United Nations (UN). (2013). Definition of youth. Retrieved from
- https://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-definition.pdf
- Van Deursen, A. J. A. M., & Helsper, E. J. (2018). Collateral benefits of Internet use: Explaining the diverse outcomes of engaging with the Internet. *New Media & Society, 20*(7), 2333–2350. https://doi.org/10.1177/1461444817715282
- van Dijk, J. A. G. M. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics, 34*(4–5), 221–235. https://doi.org/10.1016/j.poetic.2006.05.004

- van Dijk, J. A. G. M. (2020). *The Digital Divide*. Polity Press.
- van Dijk, J. A. G. M., & Hacker, K. (2003). The digital divide as a complex and dynamic phenomenon. *The Information Society, 19*(4), 315–326.
- https://doi.org/10.1080/01972240309487
- Viner, R. M., Davie, M., & Firth, A. (2019). The health impacts of screen time: A guide for clinicians and parents. *BMJ Open, 9*(1), e023899.
- https://doi.org/10.1136/bmjopen-2018-023899
- Watson, C. (2024).. *University of Alabama at Birmingham*. Retrieved from
- https://digitalcommons.library.uab.edu/etd-collection/3838/
- West, D. M., Allen, J. R., & Huang, C. (2019). Artificial intelligence and the future of humans. *Brookings Institution*. Retrieved from https://www.brookings.edu/research/artificial-intelligence-and-the-future-of-humans/
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal, 16*(4), 362–369.
- https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041
- Wolfson, A. (2023). Generational divides in technology adoption: Understanding age-related disparities in digital engagement. *Medium*. Retrieved from.
- https://medium.com/@lbadamstn/generational-divides-in-technology-adoptionunderstanding-age-related-disparities-in-digital-9c23dc0607ab
- World Health Organization (WHO). (2022). Adolescent health. Retrieved from
- https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-health
- World Health Organization (WHO). (2024). Adolescent mental health and screen time: A WHO report. Retrieved from https://www.who.int/publications/i/item/9789240062024
- Zhang, L., & Sun, H. (2025). Chinese adolescents' self-presentation on Douyin: Exploring digital identity construction. *Frontiers in Psychology, 16*, Article 1544224.
- https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1544224
- Zhou, X., & Xie, Y. (2019). Market transition, industrialization, and social mobility trends in postrevolution China. *American Journal of Sociology, 124*(5), 1515–1550.
- https://doi.org/10.1086/701440

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud
President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin
Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar
- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi
- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada
- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Assistant professor at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo : Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Issue 75 July 2025 - part 1

Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.