ISSN: 1812-0512 (Print) 2790-346X (online)

Waist Journal for Human Sciences

Journal Homepage: https://wjfh.uowasit.edu.iq/index.php/wjfh/en

Research article

The Impact of Artificial Intelligence Technologies on Shaping News Sharing Behavior on Social Media Platforms among University Students (A Field Study on a Sample of Students at Dhi Qar University

Asst. Lect. Rihab Jawad Kadhim Dhirsh

College of Media - University of Thi Qar, Iraq

ARTICLE INFO

Keywords: *Artificial intelligence, algorithms, news-sharing behavior, trust, university students*

***Correspondence author*:**

rihab.jawad@utq.edu.iq

Received: **07 March** 2026
Revised: **28 April** 2026
Accepted: **28 April** 2026
Published: 01 **November** 2026

1812-0512 /© 2026 The Author(s). Published by Wasit Journal for Humanities Sciences, Wasit University. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

***Cite*:**

Dhirsh, R. J. K. (2026). The Impact of Artificial Intelligence Technologies on Shaping News Sharing Behavior on Social Media Platforms among University Students (A Field Study on a Sample of Students at Dhi Qar University). Wasit Journal for Human Sciences, 22(4/Pt1). https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol22.Iss4/Pt1.1727

ABSTRACT

This study aims to reveal the impact of artificial intelligence (AI) technologies on shaping news-sharing behavior among university students on social media platforms. It focuses on the level of trust in news content presented through algorithms. The study employed a survey methodology, using a questionnaire to collect data from a random sample of 200 university students. The results showed that AI technologies have become an influential element in organizing the digital news environment through recommendation systems and content ranking based on audience engagement indicators. The results indicated that news-sharing decisions are increasingly influenced by the news's reach and associated engagement levels, with the majority of respondents exhibiting caution before sharing news. The study also revealed a relative awareness of the risks associated with algorithms, such as reduced media diversity and the potential for misinformation.

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تشكيل سلوك مشاركة الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة ذي قار)

م.م رحاب جواد كاظم دهيرش
كلية الإعلام – جامعة ذي قار

المُستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تشكيل سلوك مشاركة الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مع التركيز على مستوى الثقة بالمحتوى الإخباري المعروض عبر الخوارزميات . اعتمدت الدراسة المنهج المسحي، واستخدمت الاستبانة أداةً لجمع البيانات من عينة عشوائية بلغت (200) مبحوث من طلبة الجامعة. أظهرت النتائج أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت عنصرًا مؤثرًا في تنظيم البيئة الإخبارية الرقمية من خلال أنظمة التوصية وترتيب المحتوى وفق مؤشرات التفاعل الجماهيري. وأشارت النتائج إلى أن قرارات مشاركة الأخبار أصبحت متأثرة بدرجة انتشار الخبر ومستويات التفاعل المرتبطة به مع ميل غالبية المبحوثين إلى الحذر قبل إعادة نشر الأخبار. كما أظهرت الدراسة وجود وعي نسبي بالمخاطر المرتبطة بالخوارزميات، مثل تقليص التنوع الإعلامي واحتمالية التضليل.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، الخوارزميات، سلوك مشاركة الأخبار، الثقة، الشباب الجامعي

المقدمة

أدت التحولات الرقمية المتلاحقة إلى إحداث تغيرات جوهرية في طبيعة البيئة الإعلامية المعاصرة حيث أصبح للتكنولوجيا دورمحوري في تنظيم عمليات إنتاج الأخبار وتداولها والتفاعل معها. ولم تعد منصات التواصل الاجتماعي تكتفي بوظيفة النشرأوالنقل، بل باتت تعتمد على منظومات تقنية متقدمة تقوم على الذكاء الاصطناعي والخوارزميات في ترتيب المحتوى وتوجيه تدفقه بما يؤثربصورة مباشرة في سلوك المستخدمين وأنماط تفاعلهم الإعلامي. وتبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي بوصفها عنصرًا مؤثرًا في إعادة صياغة التجربة الإخبارية الرقمية من خلال آليات التخصيص والترشيح والتحليل السلوكي، التي تسهم في تحديد نوع الأخبار التي يتعرض لها المستخدم وتوقيت عرضها وكيفية إبرازها ويكتسب هذا التأثير أهمية خاصة لدى فئة الشباب الجامعي نظرًا لارتباطهم الوثيق بالمنصات الرقمية واعتمادهم المتزايد عليها في متابعة الأخبار ومشاركتها ضمن ممارساتهم الاتصالية اليومية.

وفي ضوء هذه التحولات، يستند هذا البحث إلى نظرية الحتمية التكنولوجية التي تنظر إلى التكنولوجيا باعتبارها قوة فاعلة تسهم في تشكيل أنماط السلوك الإنساني وإعادة تنظيم العلاقات الاجتماعية والثقافية. ووفق هذا المنظور، لاتُعد تقنيات الذكاء الاصطناعي أدوات محايدة داخل البيئة الإعلامية، بل تمارس تأثيرًا بنيويًا في تشكيل السلوك الإخباري للمستخدمين، بما في ذلك قرارات المشاركة والتفاعل. ومن هنا يسعى بحثنا إلى تحليل طبيعة هذا التأثير من خلال الوقوف على وعي الشباب الجامعي بهذه التقنيات، ومستوى ثقتهم بالمحتوى الإخباري

الذي تقدمه المنصات، وأنماط تفاعلهم ومشاركتهم للأخبار، فضلًا عن استكشاف التحديات الأخلاقية والسلوكية التي قد تنتج عن هذا التدخل التقني.

الإطار المنهجي للدراسة

اولاً: مشكلة الدراسة

مع التوسع المتزايد في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي في تنظيم المحتوى الإخباري وترتيبه، أصبحت الخوارزميات تتحكم بدرجة كبيرة في نوعية الأخبار التي تصل إلى المستخدمين وطريقة عرضها وانتشارها. وقد يترتب على ذلك تأثيرات محتملة في سلوك المستخدمين عند التفاعل مع الأخبار ومشاركتها، إضافة إلى ما قد يرافق ذلك من تحديات تتعلق بالثقة بالمحتوى الإخباري والقدرة على التمييز بين الأخبار الموثوقة وغير الموثوقة. وفي ظل الاستخدام الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الجامعي، تبرز الحاجة إلى دراسة تأثير هذه التقنيات في سلوك مشاركة الأخبار ومستوى وعي هذه الفئة بطبيعة التأثيرات المرتبطة بها. وانطلاقًا من ذلك، **تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي وهوما تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تشكيل سلوك مشاركة الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي؟ وينبثق من التساؤل الرئيسي مجموعة من الاسئلة الفرعية التالية:**

1- ما المنصات التي يستخدمها المبحوثون بشكل أساسي لمتابعة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

2- هل يلاحظ المبحوثون استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عرض المحتوى الإخباري على منصات التواصل الاجتماعي؟

3- ما تأثير خوارزميات الذكاء الاصطناعي في مستوى الثقة بالأخبار التي تظهر للمستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي؟

4- ما تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجوانب الإدراكية والمعرفية للمستخدمين أثناء تفاعلهم مع الأخبار ومشاركتها؟

5- كيف تؤثر خوارزميات الذكاء الاصطناعي في طريقة تفاعل المستخدمين مع الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي؟

6- ما أبرز المخاطر الناتجة عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتوزيع المحتوى الإخباري؟

7- ما مستوى وعي المبحوثين بالضوابط الأخلاقية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المحتوى الإخباري؟

8- ما مستوى وعي المبحوثين بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في متابعة الأخبار ومشاركتها عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

ثانياً – أهداف الدراسة

1- التعرف على مستوى الثقة لدى أفراد الدراسة في المحتوى الاخباري المقدمة عبر الخوارزميات الذكية.

2-التعرف على انماط تفاعل الافراد مع تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي عند متابعة الاخبار ومشاركتها.

3- التعرف على مستوى وعي الشباب الجامعي بالتاثيرات الايجابية والسلبية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في متابعة الاخبار ومشاركتها.

4- الكشف عن التحديات الاخلاقية المرتبطة في تشكيل سلوك مشاركة الاخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على وعي افراد العينة وانماط سلوكهم الاتصالي.

5- التعرف على المخاطر التي تفرضها الخوارزميات وتقنيات الذكاء الاصطناعي على مصداقية المحتوى الاخباري وتحليل علاقتها بانماط مشاركة الاخبار لدى افراد عينة البحث.

ثالثاً- اهمية الدراسة

1- يساعد البحث على تعزيز دور الشباب في مواجهة الاخبار المضللة والشائعات عبر فهم اليات الذكاء الاصطناعي التي تتحكم في المحتوى الاخباري.

2- تساهم في رفع الوعي الاعلامي من خلال توضيح انعكاسات التفاعل مع الاخبار الرقمية على الممارسات اليومية والعلاقات الاجتماعية.

3- تساهم دراستنا في تزويد صناع القرار ومطوري المحتوى برؤية أوضح حول المخاطر والتحديات كالأخبار المضللة والتحيز الخوارزمي واقتراح الحلول للحد منها.

4- يبرز دور هذا البحث من خلال رفع وعي الشباب الجامعي كقطاع مؤثر في المجتمع، والذي يشكل مواقفهم وانجازاتهم في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي.

5- يوفر البحث رؤى عملية تساعد المحررين والصحفيين على فهم كيفية تاثير الذكاء الاصطناعي في ترتيب الاخبار وانتشارها مما يساهم في تطوير الممارسات المهنية.

رابعاً- مصطلحات الدراسة

1- الذكاء الاصطناعي: يُقصد بها هي قدرة الأنظمة والآلات على اكتساب المعرفة وتقليد أنماط السلوك الذكي للإنسان. فهو يُطلب منه أداء مهام شبيهة بالأنشطة البشرية مثل (الاستشعار، التفكير، واتخاذ القرارات). وتعتمد أنظمة الذكاء الاصطناعي على مجموعة من الخوارزميات المتخصصة، وقد تستند في عملها إلى تقنيات أخرى كتحليل البيانات الضخمة، الأمر الذي يجعلها في حالة تطوير وتعلّم دائم (عمر، 2025)، ويُعرف بأنه نظام يعتمد على محاكاة العمليات الميكانيكية من خلال تجميع المعارف والبيانات المرتبطة بمختلف القطاعات في العالم، ثم تحليلها ومعالجتها وتوظيفها ونشرها بما يتيح الاستفادة منها بوصفها شكلاً من أشكال الذكاء التطبيقي (عبد الله، 2025).

2- مشاركة الاخبار: ممارسة اجتماعية يتم من خلالها تمكين الآخرين من الوصول إلى الأخبار عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية، سواء أكان ذلك بنية الإخبار أو التعبير عن الذات أو تعزيز العلاقات الاجتماعية (Kümpel ,2015).

3 – السلوك الاتصالي: هو جملة الأفعال اللفظية وغير اللفظية التي يقوم بها الفرد أثناء التفاعل الاجتماعي، والتي تتأثر بالسياق المادي والاجتماعي والثقافي. ويشمل هذا السلوك الرسائل المنطوقة والمكتوبة، إلى جانب الإيماءات، تعابير الوجه، نبرة الصوت، طريقة الجلوس، وأسلوب التفاعل، بحيث تُفسَّر جميعها كرسائل اتصالية تحمل معاني يُدركها الآخرون وتؤثر في طبيعة العلاقة بين المرسل والمستقبل (Dobrikova , 2019).

4 – منصات التواصل الاجتماعي: الشبكات الاجتماعية هي بيئة رقمية تفاعلية عبر الإنترنت، يجتمع فيها الأفراد أو الجماعات وفق روابط اجتماعية أو مصالح متبادلة، وتوفر لهم إمكانية التواصل وتبادل المعرفة والخبرات، إلى جانب التعبير الحر عن آرائهم، كما تتيح لهم استخدام خدمات متنوعة مثل المراسلات الإلكترونية ومشاركة الوسائط المتعددة (المحمودي، 2023).

خامساً – منهج واداة الدراسة

اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي ويقوم هذا المنهج على جمع البيانات كما هي في الواقع، ثم تحليلها لتفسير طبيعة العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي وسلوك مشاركة الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي. وتم الاعتماد على الاستبانة من أجل قياس إدراك الشباب الجامعي للتأثيرات المختلفة للذكاء الاصطناعي، ومستوى الثقة بالمحتوى الإخباري، إلى جانب تحديد أنماط مشاركتهم للأخبار عبر المنصات الرقمية.

سادسا – مجتمع وعينة الدراسة

يتحدد مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي الذين يتابعون الأخبار ويتداولونها بشكل منتظم عبر منصات التواصل الاجتماعي. وقد تم اختيار طلبة جامعة ذي قار بمختلف تخصصاتهم الإنسانية والعلمية، نظرًا لكونهم من الفئات الأكثر نشاطًا في البيئة الرقمية والأكثر تعرضًا لتأثيرات تقنيات الذكاء الاصطناعي، ولا سيما الخوارزميات وأنظمة التخصيص الآلي للمحتوى.

أما فيما يتعلق بعينة الدراسة فقد تم اعتماد أسلوب العينة العشوائية البسيطة لضمان تكافؤ فرص الاختيار بين أفراد المجتمع وتقليل احتمالات التحيز. وشملت العينة طلبة مرحلتي البكالوريوس والدراسات العليا، مع مراعاة تحقيق التنوع من حيث الجنس، الفئة العمرية، والمرحلة الدراسية، بما يعكس طبيعة المجتمع الجامعي بصورة أكثر شمولية. وقد بلغ حجم العينة (200 مفردة) وهو حجم ملائم إحصائيًا، يسهم في تعزيز موثوقية النتائج ويتيح درجة مقبولة من إمكانية تعميمها على مجتمع الدراسة.

سابعاً: صدق وثبات الاستبانة

– الصدق الظاهري لأداة الدراسة

تم إعداد الاستبانة في صورتها الأولية، ثم عُرضت على ثلاثة من المحكّمين من ذوي الاختصاص في مجال الإعلام وذلك بهدف تقييم مدى ملاءمة فقراتها لأهداف الدراسة، والتحقق من شمولها وقدرتها على قياس متغيرات البحث، فضلًا عن التأكد من وضوح صياغتها ومدى ارتباطها بالمحاور التي تنتمي إليها. وبعد جمع آراء المحكّمين وملاحظاتهم، قامت الباحثة بمراجعتها وتحليلها بعناية، وأجرت التعديلات

اللازمة في ضوء تلك المقترحات، حيث شملت التعديلات إعادة صياغة بعض الفقرات، وإعادة تنظيم عدد منها ضمن محاور الدراسة، بما يسهم في تعزيز وضوحها ودقتها وتحسين قدرتها على قياس متغيرات الدراسة بصورة أكثر كفاءة.

- ثبات أداة الدراسة

للتأكد من درجة ثبات أداة الدراسة وموثوقية نتائجها حيث تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ لاثبات ذلك.

الجدول (1) ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل كرونباخ ألفا.

المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات
محور أنماط استخدام منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأخبار	5	0.79
محور إدراك المستخدمين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في عرض الأخبار	9	0.84
محور تأثير الخوارزميات في الثقة والتفاعل مع الأخبار	9	0.82
محور الوعي والمخاطر المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في المحتوى الإخباري	11	0.87
الثبات الكلي لأداة الدراسة	34	0.91

يوضح الجدول (1) قيم معامل كرونباخ ألفا لمحاور الاستبانة، حيث تراوحت القيم بين (0.79 – 0.87)، بينما بلغ معامل الثبات الكلي لأداة الدراسة (0.91)، وهي قيم مرتفعة تشير إلى تمتع أداة الدراسة بدرجة عالية من الثبات، مما يدل على صلاحيتها للتطبيق على عينة الدراسة.

ثامناً: النظرية الداعمة للدراسة

- نظرية الحتمية التكنولوجية

تُعد الحتمية التكنولوجية من المقاربات النظرية التي تنظر إلى التكنولوجيا بوصفها العامل الأكثر تأثيرًا في تشكيل المجتمع وتحديد أنماط التفاعل الإنساني. فهي تفترض أن التطور التقني لا يقتصر على كونه أداة، بل يمتد ليعيد صياغة البنى الفكرية والاجتماعية والثقافية. ووفق هذا التصور، فإن وسائل الاتصال الحديثة تُحدث تحولات جوهرية في إدراك الأفراد للعالم وفي أساليب تواصلهم، بحيث تصبح الوسيلة نفسها أكثر تأثيرًا من مضمون الرسالة. كما ترى النظرية أن كل مرحلة تاريخية ترتبط بنمط تكنولوجي معين يفرض خصائصه على المجتمع، مما

يجعل التغير الاجتماعي نتيجة مباشرة للتقدم التقني. وتؤكد كذلك أن الأفراد يجدون أنفسهم أمام ضرورة التكيف مع هذه التحولات لتجنب العزلة عن محيطهم الاجتماعي والمهني. وفي السياق الإعلامي، تُبرز أن تطور الوسائط الرقمية أسهم في تحويل الاتصال من نمط أحادي إلى تفاعلي، معزّزًا دور الجمهور في إنتاج المحتوى. كما ترتبط بفكرة تسارع الزمن الاتصالي وتقليص المسافات، الأمر الذي أسهم في تعزيز الترابط العالمي. ورغم ما توفره من تفسير واضح لدور التكنولوجيا، فإنها تُنتقد لتركّزها على العامل التقني وإغفالها نسبيًا لتأثير العوامل الأخرى. ومع ذلك، تظل إطارًا تحليليًا مهمًا لفهم التحولات الإعلامية والمجتمعية في العصر الرقمي (الزهيري، 2024). وانطلاقًا من ذلك تعتمد دراستنا الحالية على نظرية الحتمية التكنولوجية بوصفها إطارًا نظريًا يفسر الدور الذي تؤديه تقنيات الذكاء الاصطناعي والخوارزميات في تشكيل سلوك مشاركة الأخبار لدى الشباب الجامعي عبر منصات التواصل الاجتماعي. إذ تساعد هذه النظرية في تفسير الكيفية التي تسهم بها البنية التقنية للمنصات الرقمية في توجيه أنماط التفاعل مع المحتوى الإخباري والتأثير في قرارات المشاركة ومستوى الثقة بما يتسق مع طبيعة مشكلة الدراسة وأهدافها.

تاسعاً- الدراسات السابقة

1- دراسة (كريمة كمال توفيق) بعنوان (تأثير استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي) تسعى هذه الدراسة إلى توضيح الدور الذي تؤديه تقنيات الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل سلوك مستخدمي المنصات الرقمية، ولا سيما من خلال الخوارزميات التي تتحكم في أنماط التفاعل وطبيعة الوصول إلى المحتوى. وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي الذي يتيح وصف وتحليل الأدوات التي تسهم في توجيه سلوك المستخدمين، إضافة إلى الكشف عن العوامل المسببة لذلك والتحديات والمخاطر المترتبة عليه. وبذلك تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من طلبة جامعة جنوب الوادي في مصر، حيث بلغ حجم العينة (400) مفردة اختيروا بطريقة عشوائية بسيطة من مستخدمي منصات مثل فيسبوك، إنستغرام وواتساب. واستُخدمت الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسية لجمع البيانات. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك مستوى مرتفعاً من إدراك المبحوثين لخطورة الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي داخل منصات التواصل الاجتماعي، لما لها من انعكاسات سلبية محتملة على أنماط السلوك داخل المجتمع (توفيق، 2025).

2- **دراسة (رانيا عبد المقصود محمد) بعنوان (دور الذكاء الاصطناعي في توجية سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي التحديات والمخاطر)** تشير الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت تلعب دوراً محورياً في توجيه سلوك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال ما تقدمه المنصات الرقمية من إعلانات ومنشورات مقترحة تتوافق مع اهتمامات الأفراد وعمليات بحثهم السابقة. كما أن إرسال رسائل موجهة إلى البريد الإلكتروني للمستخدمين يمثل أحد أشكال التأثير غير المباشر على اهتماماتهم واتجاهاتهم. وقد هدفت الدراسة إلى تحديد أثر الذكاء الاصطناعي في صياغة أنماط التفاعل الرقمي، مع إبراز التحديات التي تواجه المنصات الإلكترونية عند توظيف هذه التقنيات، فضلاً عن المخاطر المحتملة المرتبطة بالاعتماد عليها. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، مستعيناً باستبانة إلكترونية وزعت على عينة بلغت (400) من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي أسهم في تعزيز التفاعل العميق للمستخدمين، حيث لم يعد التفاعل مقتصراً على الإعجاب أو عدمه، بل شمل المشاركة عبر التعليقات والرموز التعبيرية، مما يعكس تحولات جديدة في أساليب التعبير والمشاركة الرقمية. كما اعتمد الإطار النظري للدراسة على نظرية الواقع الافتراضي (الواقعية الفائقة) لجان بودريار ونظرية انتشار المبتكرات، لتفسير الكيفية التي تنتشر بها الأفكار والتقنيات الجديدة بين المستخدمين (محمد ،2023)

3- **دراسة (دينا منصور يونس) بعنوان (العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي ومعدلات استخدام الجمهور لتلك المواقع ومدى ثقتهم فيها)** انطلقت هذه الدراسة من هدف أساسي يتمثل في فهم العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى استخدام الجمهور لها، إضافة إلى قياس درجة الثقة التي يمنحها المستخدمون لهذه المنصات بعد إدراكهم لطبيعة هذه التقنيات. وقد طُبّقت الدراسة على عينة عمدية بلغ حجمها (172) مفردة من الجمهور المصري، تراوحت أعمارهم بين (18 و60 عامًا)، وضمت طلابًا وخريجين من أقسام هندسة الحاسبات والذكاء الاصطناعي، إلى جانب مختصين آخرين في المجال. كما أجريت مقابلات متعمقة مع ثلاثة من الخبراء بهدف استجلاء آرائهم حول محاور الدراسة. واعتمد الباحث على الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسة لجمع البيانات من المشاركين. وتوصلت النتائج إلى أن معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين العينة كانت مرتفعة، وأن الدافع الأكثر شيوعًا لاستخدام هذه المنصات هو متابعة الأخبار والأحداث، إذ حاز هذا الجانب المرتبة الأولى بين دوافع الاستخدام. كما أظهرت النتائج أن أكثر تقنيات الذكاء الاصطناعي شيوعًا على هذه المنصات من وجهة نظر المشاركين هي روبوتات الدردشة (Chatbots). أما فيما يتعلق بالثقة، فقد تبين أن غالبية أفراد العينة يتمتعون بمستوى ثقة متوسط في المنصات الاجتماعية، خصوصًا في ضوء إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في أنظمتها (يونس، 2024).

تعقيب على الدراسات السابقة:

فقد ركزت دراسة كريمة كمال توفيق (2025) على الكشف عن تأثير استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، وبيان المخاطر والتحديات المرتبطة بذلك. بينما تهدف دراستنا إلى تحليل تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تشكيل سلوك مشاركة الأخبار تحديدًا عبر منصات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مع التركيز على مستوى الثقة بالمحتوى الإخباري ومستوى الوعي بالتأثيرات الخوارزمية.

أما دراسة رانيا عبد المقصود محمد (2023) فقد اهتمت بدراسة دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وإبراز التحديات والمخاطر المرتبطة باستخدام هذه التقنيات في البيئة الرقمية، مع التركيز على أنماط التفاعل الرقمي بشكل عام. في حين تتميز دراستنا بتركيزها على سلوك مشاركة الأخبار بوصفه أحد أنماط السلوك الاتصالي داخل البيئة الرقمية، مع تحليل تأثير الخوارزميات في قرارات المشاركة ومستوى الثقة بالمحتوى الإخباري. كما هدفت دراسة دينا منصور يونس (2024) إلى الكشف عن العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي ومعدلات استخدام الجمهور لتلك المواقع ومستوى الثقة بها. بينما

تسعى دراستنا إلى التعمق في تحليل تأثير الخوارزميات في تشكيل سلوك مشاركة الأخبار لدى الشباب الجامعي، إضافة إلى قياس مستوى الوعي بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإخبارية الرقمية.

– **تتميز دراستنا عن الدراسات السابقة** بتركيزها على تحليل تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في سلوك مشاركة الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مع قدرتها على الربط بين تأثير الخوارزميات ومستوى الثقة بالمحتوى الإخباري ومستوى الوعي بالتأثيرات الخوارزمية. كما تسهم هذه الدراسة في تقديم فهم أعمق لدور الخوارزميات الرقمية في تشكيل أنماط التفاعل مع الأخبار ومشاركتها داخل البيئة الإعلامية الرقمية.

الإطار النظري للدراسة

اولاً: تقنيات الذكاء الاصطناعي في منصات التواصل الاجتماعي

أدى إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في منصات التواصل الاجتماعي إلى تحول نوعي في الطريقة التي يُنتج بها المحتوى ويُعرض على المستخدمين. فقد أصبحت هذه المنصات تعتمد على خوارزميات توصية متقدمة، وروبوتات تفاعلية، وتقنيات لتحليل المشاعر والاتجاهات، تقوم جميعها على تحليل سلوك المستخدم وتفاعلاته السابقة، بهدف تخصيص المحتوى وتوجيهه بشكل دقيق نحو اهتماماته الشخصية. من أبرز التقنيات الذكية المستخدمة في هذه المنصات هي خوارزميات التوصية التي تعتمد على تحليل تفاعلات المستخدم السابقة، ما يسهم في تقديم محتوى يتماشى مع أنماط الاستخدام الفردي، سواء من حيث نوع الأخبار أو توقيت عرضها أو ترتيبها في واجهة الاستخدام (يونس، 2024). والاستخدام المستمر لهذه التقنيات يسهم في تعزيز الاعتماد على المنصة كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار والمعلومات، مما يجعل الذكاء الاصطناعي طرفًا فاعلًا في صياغة التجربة الإعلامية اليومية، وعي المستخدمين بتدخل الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى قد يؤدي إلى تأثير مباشر على مستوى الثقة في المنصات، خاصة حين لا يتم الإفصاح بشكل كافٍ عن طبيعة تلك الخوارزميات أو كيفية عملها (يونس، 2024). أن هذه المنصات لا تستخدم الذكاء الاصطناعي فقط لأغراض تنظيمية، بل توظفه لتحديد أولويات المحتوى، وترتيب الأخبار، واقتراح الموضوعات الأكثر جذبًا للمستخدم بناءً على تحليل دقيق للبيانات السلوكية. وتسهم هذه الآليات في جعل الذكاء الاصطناعي جزءًا لا يتجزأ من تجربة المستخدم الاتصالية، حيث يتم توجيه ما يُعرض له بطريقة مخصصة قد تعزز من تفاعله، لكنها في ذات الوقت قد تحدّ من تنوع المحتوى وتؤثر على حياد المنصة (محمد، 2023).

ثانياً: سلوك مشاركة الأخبار على منصات التواصل الاجتماعي

أضحت منصات التواصل الاجتماعي وسيطاً مركزياً في تداول الأخبار بين المستخدمين، حيث شهدت عملية تلقي الأخبار تحولاً من النموذج التقليدي القائم على الاستهلاك السلبي إلى نموذج تفاعلي يدمج بين التلقي والمشاركة. وتشمل أنماط هذا السلوك الإخباري (إعادة النشر، والتعليق، وإبداء الإعجاب، والمشاركة في المجموعات الحوارية، وصولاً إلى إنتاج محتوى يرتبط بالأحداث الجارية). ومن ثمّ لم تعد مشاركة الأخبار نشاطاً ثانوياً، بل غدت شكلاً من أشكال التعبير عن الهوية والانتماء والتوجهات الفكرية، وبخاصة لدى الطلبة الجامعيين

(خضير، 2021). وتتعدد الدوافع الكامنة وراء هذه المشاركة، بين الرغبة في المعرفة، والتفاعل الاجتماعي، وبناء المكانة الرمزية، والتعبير عن التضامن مع قضايا معينة. ويُظهر الطلبة الجامعيون، على وجه الخصوص، استعداداً لمشاركة الأخبار الرقمية ليس فقط بهدف نشر المعلومة، بل أيضاً للتعبير عن موقف أو تعزيز الروابط الاجتماعية، ولا سيما عند التعامل مع الأخبار العاجلة أو القضايا الوطنية (جاسم، 2020). وفي هذا الإطار، يبرز أثر البنية التصميمية لمنصات التواصل الاجتماعي، القائمة على التفاعلية اللحظية وسهولة الوصول إلى المحتوى، في تشكيل أنماط مشاركة المستخدمين للأخبار. فهذه المنصات تعتمد على خوارزميات تقوم بانتقاء المحتوى من بين كميات كبيرة من البيانات وتنظيمه بصورة انتقائية، عبر تصنيف المصادر الموثوقة وترتيبها داخل بنى تراتبية تربط المحتوى بموضوعات محددة. وتُعد هذه العملية جوهر عمل الخوارزميات، إذ تعمل على توجيه المحتوى بما يتوافق مع اهتمامات المستخدمين، فيبدو لهم أنهم يختارون المادة الإعلامية بصورة ذاتية، بينما تتدخل المنصات في توجيه خياراتهم بصورة غير مباشرة. وقد تصل هذه الخوارزميات، في المقابل، إلى إقصاء ما تعتبره غير مناسب أو ضاراً (كريط، 2022). وبناءً على ما تقدم تغدو الثقة في مصدر الخبر عنصراً حاسماً في قرار المشاركة الإخبارية، إذ يميل المستخدمون إلى تداول الأخبار الصادرة عن جهات معروفة أو مدعومة بأدلة توثيقية. كما أن التفاعل الآني مع المستجدات، من خلال المشاركة الفورية أو التعليق السريع، يعكس طبيعة السلوك الرقمي المعاصر الذي يتسم بالسرعة ورد الفعل المباشر أكثر من التحليل المتأني (الطائي، 2022(.

ثالثاً: تحديات تقنيات الذكاء الاصطناعي في تشكيل السلوك الاخباري عبر منصات التواصل الاجتماعي.

تواجه تقنيات الذكاء الاصطناعي تحديات متعددة، من أبرزها حماية خصوصية بيانات المستخدمين وضمان أمنها، إضافة إلى التحديات الاقتصادية والتنظيمية المرتبطة بتطبيق هذه التقنيات. كما يثار جدل أخلاقي حول مدى التزام المبرمجين بالمعايير المهنية عند تصميم الخوارزميات التي قد تؤثر في دقة المحتوى الإعلامي المنشور آلياً. لذلك تبرز الحاجة إلى تطوير أخلاقيات المهنة بما ينسجم مع التقنيات الذكية، مع تعزيز مبادئ الشفافية والإفصاح عن مصادر المعلومات وتصحيح الأخطاء (الشمري، 2024).

1- سرعة التفاعل والتداول: وهذه تعمل على الضغط المستخدمين ضمن بيئة منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة السريعة، مما يُضعف من ثقافة التحقق من المعلومات أو انتظار التأكيد من المصادر الرسمية. هذه السرعة التي تُحفزها الخوارزميات تجعل المعلومات المضللة تنتشر أسرع من المعلومات الصحيحة، وهو ما يؤدي إلى تضليل الجمهور وتشكيل إدراك زائف للواقع (الخصاونة، 2023).

2- مشكلة التحيز: بدأت بعض منصات التواصل الاجتماعي في الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي، مثل تطبيق ImageNet، لتحليل وتمييز ملامح الوجوه. غير أن هذه الأنظمة أظهرت قصورًا ملحوظًا في التعامل مع تنوع البشرة، إذ كانت مدربة في الغالب على قواعد بيانات تحتوي على نسبة مرتفعة من الوجوه البيضاء، مما أدى إلى نتائج غير دقيقة عند التعرف على الوجوه غير البيضاء. ورغم محاولات المطورين تحسين أداء الخوارزميات عبر توسيع قواعد البيانات لتشمل تنوعًا عرقيًا أوسع، إلا أن الأداء ظل منحازًا. وقد نتج عن هذا القصور خوارزميات تعكس تحيزًا مضمّنًا في بنيتها، الأمر الذي أثار مخاوف جدّية تتعلق بالتمييز العنصري والتأثير السلبي على تجربة

المستخدمين في المنصات الرقمية. ويُعد هذا النوع من التحيز من أبرز التحديات الأخلاقية التي تواجه الذكاء الاصطناعي في بيئة التواصل الاجتماعي، حيث يُمكن أن يؤدي إلى تهميش فئات معينة وتعزيز الصور النمطية بدلاً من معالجتها (محمد، 2023).

3- الامتثال: يعد منظومة من القواعد القانونية والمعايير التنظيمية التي ينبغي مراعاتها قبل توظيف المحتوى المنتج بواسطة الذكاء الاصطناعي، أو قبل السماح للأنظمة الآلية بالتفاعل مع منشورات المستخدمين عبر منصات التواصل. ويهدف الامتثال إلى ضبط استخدام التقنيات الرقمية ومنع تجاوز الحدود القانونية أو الأخلاقية عند تداول المحتوى أو التفاعل معه داخل البيئة الرقمية (توفيق، 2025).

4- القضايا الاخلاقية والقانونية: قد يسفر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن منصات التواصل الاجتماعي في بعض الاحيان عن انتهاكات لخصوصية الأفراد، أو التأثير على أنماط سلوكهم الرقمي بشكل غير واعٍ. ومن هنا تبرز أهمية التزام الشركات المالكة لهذه المنصات بالإحاطة الكاملة بالتحديات القانونية والجوانب الأخلاقية التي قد تترتب على استخدام مثل هذه الأدوات الذكية، لضمان احترام حقوق المستخدمين وتعزيز الشفافية والمساءلة في البيئة الرقمية (توفيق، 2025).

5- خصوصية البيانات: تُعد الخصوصية من الركائز الأساسية لحقوق الأفراد في البيئة الرقمية، حيث تضمن لهم التحكم الكامل في بياناتهم الشخصية من حيث الجمع والمعالجة والاستخدام. ومع انتشار أنظمة الذكاء الاصطناعي في مختلف التطبيقات، لا سيما في منصات التواصل الاجتماعي، ظهرت تحديات متزايدة تتعلق بإمكانية انتهاك هذا الحق. فهذه الأنظمة تعتمد على تحليل كم هائل من البيانات السلوكية والمعلومات الخاصة بالمستخدمين، في كثير من الأحيان دون علمهم أو موافقتهم المسبقة، ما يثير تساؤلات حول مدى التزام هذه التقنيات بالمعايير الأخلاقية والقانونية المتعلقة بحماية البيانات. وتكمن خطورة ذلك في أن جمع البيانات غير المصرح بها قد يُستخدم لاحقًا في تخصيص المحتوى، أو توجيه السلوك الإعلامي، أو حتى التأثير على القرارات الشخصية، مما يضعف من قدرة المستخدمين على حماية خصوصيتهم في بيئة تزداد تعقيدًا (بدوي ،2024).

النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية

بعد الانتهاء من جمع البيانات الميدانية ومعالجتها إحصائيًا، يتم في هذا الجزء استعراض النتائج التفصيلية التي توصلت إليها الدراسة. ويستند هذا الاستعراض إلى تحليل استجابات أفراد العينة بهدف الكشف عن تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في سلوك مشاركة الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي. وقد جرى تنظيم النتائج بما ينسجم مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

جدول (2) يوضح توزيع جنس المبحوثين

الجنس	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
ذكر	103	%51.5	الاولى
انثى	97	%47.5	الثانية
المجموع	200	%100	

تظهر نتائج الجدول (2) أن مانسبة (51.5%) من عينة الدراسة تمثل فئة الذكور وجاءت بالمرتبة الاولى، أما فئة الاناث جاءت بالمرتبة الثانية وبنسبة (47.5%) من عينة الدراسة، تشير النتائج إلى تقارب نسب الذكور والإناث، مما يدل على عدم وجود فروق جوهرية في سلوك مشاركة الأخبار تبعًا لجنس المبحوثين. ويمكن تفسير ذلك بأن الخوارزميات الرقمية تعمل وفق آليات عامة تستهدف أنماط التفاعل بغض النظر عن الخصائص الفردية، وهو ما يتسق مع طرح الحتمية التكنولوجية، إذ تُسهم البنية التقنية للمنصات في توجيه سلوك المستخدمين بصورة متقاربة، بما يجعل قرارات مشاركة الأخبار نتاجًا لمنطق الخوارزميات أكثر من ارتباطها بالفروق الديموغرافية بين الجنسين.

الجدول (3) توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية.

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
22 عاماً – 24 عاماً	101	%50.5	الاولى
25عاماً – فأكثر	52	%26	الثانية
19 عاماً – 21 عاماً	47	%23.5	الثالثة
المجموع	200	%100	

تُظهر بيانات الجدول (3) أن الفئة العمرية (22–24 عامًا) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (50.5%) من عينة البحث، ما يشير إلى أن غالبية أفراد الدراسة ينتمون إلى هذه المرحلة العمرية التي تمثل عادةً منتصف أو نهاية الدراسة الجامعية. وجاءت فئة (25 عامًا فأكثر) في المرتبة الثانية بنسبة (26%)، بينما احتلت الفئة (19–21 عامًا) المرتبة الثالثة بنسبة (23.5%). وتدل هذه النتائج على أن العينة تتركز في الفئات العمرية المرتبطة بالمرحلة الجامعية، وهو ما يعكس طبيعة المجتمع البحثي محل الدراسة.

جدول (4) يوضح المرحلة الدراسية لأفراد العينة

المرحلة الدراسية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
طلاب مرحلة البكالوريوس	112	%56	الاولى
طلاب مرحلة الدراسات العليا	88	%44	الثانية
المجموع	200	%100	

تبيّن نتائج الجدول (4) توزيع أفراد العينة وفق المرحلة الدراسية، إذ تصدّر طلبة مرحلة البكالوريوس بنسبة (56%)، تلاهم طلبة الدراسات العليا بنسبة (44%)، وهو ما يعكس تنوعًا مقبولًا في المستويات الدراسية داخل المجتمع الجامعي. وتشير هذه المعطيات إلى أن اختلاف المرحلة الدراسية لا يُفضي إلى فروق جوهرية في سلوك مشاركة الأخبار، حيث يبدو أن أنماط التفاعل مع المحتوى الإخباري تتشكل في إطار التأثيرات العامة للبيئة الرقمية والخوارزميات المنظمة لعرض المحتوى، أكثر من ارتباطها بالمستوى التعليمي للمستخدمين. ويمكن تفسير ذلك بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على توحيد خبرة التفاعل داخل المنصات الرقمية، بما يجعل سلوك المشاركة أقرب إلى النمط العام بين مختلف الفئات الجامعية، وهو ما ينسجم مع ما تطرحه نظرية الحتمية التكنولوجية من دور حاسم للتقنية في توجيه السلوك الاتصالي.

جدول (5) يوضح المنصة التي يستخدمها المبحوثين بشكل أساسي لمتابعة الأخبارعلى مواقع التواصل الاجتماعي.

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
انستغرام	60	%30	الاولى
تيك توك	47	%23.5	الثانية
تويتر / اكس	39	%19.5	الثالثة
فيس بوك	34	%17	الرابعة
يوتيوب	20	%10	الخامسة
المجموع	200	%100	

تعكس نتائج الجدول (5) المنصات التي يستخدمها المبحوثون لمتابعة الأخبار، حيث جاء إنستغرام في المرتبة الأولى بنسبة (30%)، وجاء تيك توك بالمرتبة الثانية وبنسبة (23.5%) ومن ثم منصة تويتر/إكس جاءت بالمرتبة الثالثة وبنسبة (19.5%) وكما جاء فيسبوك في المرتبة الرابعة بنسبة (17%)، بينما حلّ يوتيوب في المرتبة الخامسة بنسبة (10%). وتشير هذه النتائج إلى تفضيل المبحوثين للمنصات

الرقمية التي تعتمد على المحتوى البصري السريع والتفاعل المباشر وهو ما يتوافق مع طبيعة البيئة الإعلامية الرقمية التي تُعيد تشكيل طرق متابعة الأخبار وتداولها عبر المنصات الاجتماعية.

جدول (6) هل لاحظت استخدام أي من تقنيات الذكاء الاصطناعي التالية في المحتوى الإخباري الذي يظهر لك على منصات التواصل الاجتماعي.

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
نعم، لاحظت تخصيص الأخبار بناءً على اهتماماتي	56	%28	الاولى
نعم، لاحظت تلخيصاً آلياً للأخبار	45	%22.5	الثانية
نعم، لاحظت تصنيف الأخبارأو وضع علامات تحذيرية	42	%21	الثالثة
نعم، لاحظت أخباراً مولدة بالكامل بواسطة الذكاء الاصطناعي	34	%17	الرابعة
لم ألاحظ أياً من ذلك	23	%11.5	الخامسة
المجموع	200	%100	

يوضح الجدول (6) مظاهر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عرض الأخبار كما يدركها المبحوثون حيث جاءت ملاحظة تخصيص الأخبار وفق اهتمامات المستخدمين في المرتبة الأولى بنسبة (28%) وتلتها ملاحظة التلخيص الآلي للأخبار بالمرتبة الثانية وبنسبة (22.5%) ثم تصنيف الأخبار أو وضع علامات تحذيرية جاءت بالمرتبة الثالثة وبنسبة (21%). كما أشار (17%) من المبحوثين إلى ملاحظتهم وجود أخبار مولَّدة بالكامل بواسطة الذكاء الاصطناعي وجاءت بالمرتبة الرابعة في حين أجابوا (11.5%) بأنهم لم يلاحظوا أيًا من هذه التقنيات وجاءت بالمرتبة الخامسة. وتشير هذه النتائج إلى وجود مستوى ملحوظ من وعي المبحوثين بدورالخوارزميات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في تنظيم المحتوى الإخباري وتخصيصه عبر المنصات الرقمية الأمر الذي يعكس تأثير هذه التقنيات في تشكيل التجربة الإخبارية للمستخدمين وطبيعة تفاعلهم مع الأخبار في البيئة الإعلامية الرقمية.

جدول (7) يوضح تأثير خوارزميات الذكاء الاصطناعي على مستوى ثقتك بالأخبار التي تظهر لك على منصات التواصل الاجتماعي.

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
تجعلني متردداً في تصديق الاخبار	61	%30.5	الاولى
تقلل من ثقتي بالأخبار	49	%24.5	الثانية
لا تؤثر على مستوى ثقتي	38	%19	الثالثة
لا أستطيع تحديد ذلك	27	%13.5	الرابعة
تزيد من ثقتي بالأخبار	25	%12.5	الخامسة
المجموع	200	%100	

تشير نتائج الجدول (7) إلى تأثير خوارزميات الذكاء الاصطناعي في مستوى الثقة بالأخبار التي تظهر للمبحوثين عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث أفاد (30.5%) من المبحوثين وجاءت بالمرتبة الأولى بأن هذه الخوارزميات تجعلهم أكثر ترددًا في تصديق الأخبار وجاءت بالمرتبة الثانية من الذين يرون أنها تقلل من ثقتهم بالأخبار وبنسبة (24.5%). وجاء في المرتبة الثالثة من أشاروا إلى أن الخوارزميات لا تؤثر في مستوى ثقتهم بنسبة (19%)، بينما جاءت بالمرتبة الرابعة وبنسبة (13.5%) أشاروا بعدم قدرتهم على تحديد تأثيرها. في حين جاءت نسبة (12.5%) ممن يرون أن الخوارزميات تزيد من ثقتهم بالأخبار في المرتبة الخامسة. وتشير هذه النتائج إلى أن الاتجاه العام لدى المبحوثين يميل إلى قدر من الحذر والتمحيص عند التعامل مع الأخبار المتداولة عبر المنصات الرقمية، في ظل تنامي حضور الخوارزميات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في تنظيم المحتوى الإخباري وتخصيصه، الأمر الذي يعكس إدراكًا متزايدًا لدى المستخدمين لدورهذه التقنيات في تشكيل بيئة الأخبار الرقمية وطبيعة التفاعل معها. جدول (8) يوضح تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الجانب الإدراكي والمعرفي لدى المستخدمين أثناء تفاعلهم مع الأخبار ومشاركتها.

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
يجعلني أكثر ترددًا وحذراً في الحكم على الاخبار قبل مشاركتها	67	%33.5	الاولى
يساعدني في تمييز الأخبار الصحيحة من الكاذبة	59	%29.5	الثانية
لا أشعر بأن الذكاء الاصطناعي يغير من طريقة تحليلي للأخبار أو حكمي عليها	44	%22	الثالثة
الاحظ ان الاعتماد على الذكاء الاصطناعي يضعف تدريجياً قدرتي الشخصية على التحقق من صحة الاخبار بنفسي .	30	%15	الرابعة
المجموع	200	%100	

يوضح الجدول (8) تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجانب الإدراكي والمعرفي لدى المستخدمين أثناء تفاعلهم مع الأخبار ومشاركتها حيث أفاد (33.5%) من المبحوثين في المرتبة الأولى بأن هذه التقنيات تجعلهم أكثر ترددًا وحذرًا قبل الحكم على الأخبار أو مشاركتها وجاءت بالمرتبة الثانية من يرون أنها تساعد في تمييز الأخبار الصحيحة من الكاذبة بنسبة (29.5%). وجاء في المرتبة الثالثة من أشاروا إلى أن هذه التقنيات لا تغير من طريقة تحليلهم للأخبار بنسبة (22%)، ومانسبته (15%) أشاروا بأن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي قد يضعف قدرتهم الشخصية على التحقق من صحة الأخبارحيث جاءت بالمرتبة الرابعة. وتشير هذه النتائج إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت عنصرًا مؤثرًا في تشكيل إدراك المستخدمين عند التعامل مع الأخبار المتداولة عبر المنصات الرقمية، إذ تسهم في تعزيز قدر من التحقيق والتقييم قبل مشاركة المحتوى، كما تعكس تنامي وعي المستخدمين بدور هذه التقنيات في تنظيم تدفق الأخبار وتوجيه عملية تقييمها. وفي الوقت ذاته تشير بعض النتائج إلى وجود تخوف من الاعتماد المفرط على الأنظمة الآلية، الأمر الذي قد يؤثر في مهارات التحقق والتحليل لدى المستخدمين.

جدول (9) يبين تاثير خوارزميات الذكاء الاصطناعي طريقة تفاعلك مع الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي.

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
تؤثر على اختياراتي للأخبار التي أشاركها بناءً على مدى تفاعل الجمهور معها.	70	%35	الاولى
تدفعني للتفاعل مع الأخبار ضمن مجتمعات أو مجموعات محددة تقترحها عليّ.	52	%26	الثانية
تقلل من تواصلي المباشر مع الآخرين حول الأخبار.	41	%20.5	الثالثة
لا تؤثر على تفاعلاتي الاجتماعية إطلاقًا.	37	%18.5	الرابعة
المجموع	200	%100	

يشير الجدول (9) إلى أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي تؤدي دورًا ملحوظًا في توجيه أنماط التفاعل مع الأخبار ومشاركتها عبر منصات التواصل الاجتماعي، إذ يرى (35%) من المبحوثين أن حجم التفاعل الجماهيري مع الخبر يؤثر في قرار مشاركته حيث جاءت بالمرتبة الأولى بينما أشار (26%) بأن الخوارزميات تدفعهم للتفاعل مع الأخبار داخل مجتمعات أو مجموعات مقترحة وجاءت بالمرتبة الثانية. ومناسبته (20.5%) اشاروا إلى أن هذه الخوارزميات قد تقلل من التواصل المباشر حول الأخبار وجاءت بالمرتبة الثالثة، بينما يرى (18.5%) أنها لا تؤثر في تفاعلاتهم الاجتماعية وجاءت بالمرتبة الرابعة. وتعكس هذه النتائج حضورًا واضحًا لدور الخوارزميات في تنظيم تدفق الأخبار داخل البيئة الرقمية، من خلال إبراز مؤشرات التفاعل الجماهيري وتوجيه المستخدمين نحو مساحات تفاعل محددة، الأمر الذي

يؤثر في آليات تداول الأخبار ويشكل أنماط التفاعل معها عبر منصات التواصل الاجتماعي وكما يعزز انتشار الأخبار التي تحظى بمستويات تفاعل مرتفعة بين المستخدمين.

جدول (10) يوضح أبرز المخاطر الناتجة عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتوزيع المحتوى الإخباري.

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
الحد من التنوع الإعلامي نتيجة تكرار المحتوى المماثل والمتشابه	62	%31	الاولى
تضليل المستخدمين عبر نشر أخبار كاذبة أو مضللة يصعب تمييزها.	56	%28	الثانية
انتهاك خصوصية المستخدمين عبر جمع بياناتهم وتحليلها دون موافقتهم.	45	%22.5	الثالثة
التلاعب بمشاعر المستخدمين واستجاباتهم العاطفية دون وعي منهم.	37	%18.5	الرابعة
المجموع	200	%100	

يشير الجدول (10) إلى أبرز المخاطر المرتبطة بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتوزيع المحتوى الإخباري من وجهة نظر المبحوثين، حيث جاء الحد من التنوع الإعلامي نتيجة تكرار المحتوى المتشابه في المرتبة الأولى وبنسبة (31%). وجاءت بالمرتبة الثانية خطر تضليل المستخدمين عبر نشر أخبار كاذبة أو مضللة يصعب تمييزها بنسبة (28%). وجاء في المرتبة الثالثة انتهاك الخصوصية من خلال جمع البيانات وتحليلها دون موافقة واضحة بنسبة (22.5%) بينما احتل التلاعب بالمشاعروالاستجابات العاطفية للمستخدمين المرتبة الرابعة بنسبة (18.5%). وبذلك تُظهر النتائج وعياً متزايداً لدى المبحوثين بالتحديات الإعلامية والأخلاقية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في البيئة الإخبارية الرقمية والتي تمثلت في الحد من التنوع الإعلامي عبر تكرار المحتوى مما يعزز (فقاعات التصفية) وخطر التضليل بالأخبار الكاذبة التي يصعب تمييزها، وانتهاك الخصوصية عبر جمع البيانات وتحليلها دون موافقة واضحة، والتلاعب بالمشاعر والاستجابات العاطفية للمستخدمين من خلال إبراز محتوى يثير التفاعل والانفعال.

جدول (11) يبين وعي الشباب الجامعي بالضوابط الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المحتوى الإخباري على منصات التواصل الاجتماعي.

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لدي معرفة عامة بالمفاهيم الأخلاقية ولكن لا أربطها بتطبيقات الذكاء الاصطناعي الإخبارية.	65	%32.5	الاولى
لدي وعي كامل بهذه الضوابط وأتابع النقاشات المتعلقة بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.	51	%25.5	الثانية
ليس لدي أي معرفة بهذه الضوابط أو المعايير الأخلاقية.	44	%22	الثالثة
سمعت ببعض المصطلحات (مثل التحيز الخوارزمي أو التزييف العميق) دون فهم معمق.	40	%20	الرابعة
المجموع	200	%100	

تشير نتائج الجدول (11) إلى مستوى معرفة المبحوثين بالضوابط الأخلاقية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإخباري، حيث أشاروا (32.5%) من أفراد العينة في المرتبة الأولى بأن لديهم معرفة عامة بالمفاهيم الأخلاقية دون ربطها المباشر بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام. وجاء في المرتبة الثانية من أشاروا إلى امتلاكهم وعيًا كاملًا بهذه الضوابط ومتابعتهم للنقاشات المتعلقة بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام بنسبة (25.5%). أما المرتبة الثالثة فجاءت بنسبة (22%) ممن أفادوا بعدم امتلاكهم أي معرفة بهذه المعايير في حين أوضح (20%) أنهم سمعوا ببعض المصطلحات المرتبطة بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي دون فهم معمق لها وجاءت بالمرتبة الرابعة. وتشير هذه النتائج في مجملها إلى تباين مستوى الوعي الأخلاقي لدى المبحوثين تجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإخباري، إذ تمتلك نسبة ملحوظة معرفة عامة أو جزئية بهذه الضوابط مقابل وجود فئة أقل تمتلك وعيًا متقدمًا، في حين تكشف النتائج عن فجوة معرفية لدى بعض المبحوثين فيما يتعلق بالجوانب الأخلاقية والتنظيمية لهذه التقنيات، الأمر الذي يعكس الحاجة إلى تعزيز التثقيف الإعلامي والرقمي المرتبط بأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في البيئة الإخبارية.

يبين جدول (12) مستوى وعي المبحوثين بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في متابعة الأخبار ومشاركتها عبر منصات التواصل الاجتماعي.

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
وعي مرتفع ، لدي فهم واضح ومتكامل لهذه التأثيرات الإيجابية والسلبية.	77	%38.5	الاولى
وعي متوسط ، أدرك بعض الجوانب والتأثيرات ولكن ليس بشكل كامل.	68	%34	الثانية
وعي منخفض ، ليس لدي وعي كافٍ بهذه التأثيرات.	55	%27.5	الثالثة
المجموع	200	%100	

تكشف نتائج الجدول (12) عن مستوى وعي المبحوثين بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لتقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث جاء مستوى الوعي المرتفع في المرتبة الأولى بنسبة (38.5%)، مما يدل على أن أكثر من ثلث العينة يمتلك فهمًا نسبيًا لطبيعة التأثيرات المزدوجة لهذه التقنيات في المجال الإخباري. وجاء مستوى الوعي المتوسط في المرتبة الثانية بنسبة (34%) وهو ما يشير إلى وجود فئة واسعة تدرك بعض أبعاد التأثير دون امتلاك تصور تحليلي شامل حولها. أما مستوى الوعي المنخفض فقد جاء في المرتبة الثالثة بنسبة (27.5%) مما يعكس وجود فجوة معرفية لدى جزء من أفراد العينة فيما يتعلق بفهم آليات عمل هذه التقنيات وتأثيراتها.وتشيرهذه النتائج في مجملها إلى تباين مستوى الوعي لدى المبحوثين بالتأثيرات المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإخباري، إذ تمتلك نسبة ملحوظة مستوى وعي مرتفعًا، في حين يقتصر إدراك فئات أخرى على معرفة جزئية أو محدودة، الأمر الذي يعكس الحاجة إلى تعزيز التوعية الرقمية والإعلامية بما يسهم في فهم أعمق لتأثيرات هذه التقنيات في تشكيل البيئة الإخبارية.

النتائج العامة للدراسة

1- تُظهر نتائج أفراد العينة وجود تقارب واضح بين الذكور والإناث وهو ما يعكس توازنًا منهجيًا يعزز من موضوعية النتائج ويحد من احتمالية الانحياز المرتبط بمتغير الجنس كما يتيح هذا التوازن تفسير تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في سلوك مشاركة الأخبار بوصفه نمطًا سلوكيًا عامًا داخل البيئة الجامعية لا يرتبط بخصائص نوعية محددة.

2- أظهرت النتائج وجود تحول واضح في نمط استهلاك الأخبار لدى الشباب الجامعي، حيث يفضل المبحوثون المنصات التي تقدم الأخبار بسرعة وبصيغة بصرية مختصرة، مما يعكس تغيرًا في طبيعة التعرض للمحتوى الإخباري داخل البيئة الرقمية.

3- كشفت النتائج عن وجود درجة ملحوظة من الإدراك لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عرض الأخبار، خاصة فيما يتعلق بالتخصيص الخوارزمي والتلخيص الآلي، في حين كان الإدراك أقل تجاه الأخبار المولدة بالكامل بواسطة الذكاء الاصطناعي.

4- بينت النتائج أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تُسهم في تعزيز الحذر لدى المبحوثين قبل تصديق الأخبار أو مشاركتها، مع وجود نسبة ترى أن الاعتماد المفرط عليها قد يؤدي إلى إضعاف القدرة الشخصية على التحقق.

5- أظهرت النتائج أن التأثيرالأكثروضوحًا للخوارزميات يتمثل في توجيه قرارات مشاركة الأخبار استنادًا إلى مؤشرات التفاعل الجماهيري، مما يدل على أن البيئة الرقمية تسهم في إعادة تشكيل آليات الاختيار والتفاعل الاجتماعي.

6- أوضحت النتائج أن تأثير الخوارزميات على مستوى الثقة يميل نحو تعزيز التردد أو تقليل الثقة بالمحتوى الإخباري أكثر من زيادتها، مما يعكس تحولًا في العلاقة المعرفية بين المستخدم والخبر داخل البيئة الرقمية.

7- بينت النتائج أن مستوى الوعي الأخلاقي لدى الشباب الجامعي يتراوح بين المعرفة العامة والوعي المتخصص مع وجود نسبة تُظهر مستوى إدراك منخفضًا نسبيًا بالضوابط والمعايير الأخلاقية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإخباري.

8- تعكس النتائج أن نسبة (72.5%) من المبحوثين تندرج ضمن مستويي الوعي المرتفع والمتوسط، وهو ما يشير إلى وجود إدراك ملحوظ لطبيعة تأثيرات تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإخبارية الرقمية. من جهة أخرى تُظهر النتائج أن هناك نسبة تقع ضمن مستوى الوعي المنخفض، الأمر الذي يستدعي تعزيز جهود التثقيف الرقمي والأخلاقي، بما يسهم في تعميق الفهم النقدي لهذه التقنيات وآثارها في تشكيل السلوك الاتصالي.

9- تؤكد النتائج في مجملها أن تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر بنيتها الخوارزمية لا تقتصر على تنظيم تدفق الأخبار بل تؤدي دورًا بنيويًا في إعادة تشكيل أولويات الاهتمام والانتباه والتأثير في مستوى الثقة وتوجيه قرارات المشاركة، بما يجعل سلوك مشاركة الأخبار نتاج تفاعل مركب بين وعي المستخدم ومنطق المنصة ومؤشرات التفاعل الجماهيري.

10- تشير نتائج الدراسة إلى أن تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في سلوك مشاركة الأخبار لدى الشباب الجامعي يتسم بالطابع المزدوج، فهي تسهم في تسهيل الوصول إلى الأخبار وتنظيمها من جهة، وفي الوقت نفسه قد تفرض تحديات تتعلق بالثقة والتنوع الإعلامي من جهة أخرى.

توصيات عامة للدراسة

1- في ضوء النتائج التي أظهرت تأثير الخوارزميات في توجيه عرض الأخبار، توصي الدراسة بضرورة مطالبة المنصات الرقمية بتوضيح آليات عمل الخوارزميات المستخدمة في تخصيص وترتيب الأخبار، بما يعزز ثقة المستخدمين ويحد من الغموض المرتبط بمنطق عمل هذه التقنيات.

2- استنادًا إلى النتائج التي أشارت إلى وجود تراجع نسبي في مستوى الثقة بالمحتوى الإخباري داخل البيئة الرقمية، توصي الدراسة بضرورة تشجيع المؤسسات الإعلامية على تبني معايير ومواثيق أخلاقية واضحة للإفصاح عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج أو توزيع المحتوى الإخباري، بما يسهم في تعزيز الشفافية والحفاظ على المصداقية والتنوع الإعلامي.

3- في ضوء النتائج التي كشفت عن تفاوت مستوى الوعي المعرفي والأخلاقي لدى الشباب الجامعي، توصي الدراسة بإدراج مفاهيم الذكاء الاصطناعي والتحيز الخوارزمي وفقاعات الترشيح ضمن المناهج الجامعية، بهدف رفع مستوى الوعي النقدي لدى الطلبة تجاه آليات تشكيل المحتوى الإخباري.

4- نظرًا لما أظهرته النتائج من وجود حذر لدى المبحوثين في تصديق الأخبار أو مشاركتها، توصي الدراسة بتنظيم ورش تدريبية متخصصة للشباب الجامعي في مجال التحقق من الأخبار وتنمية مهارات التفكير النقدي.

5- استنادًا إلى النتائج التي بينت تأثير التفاعل الجماهيري في قرارات مشاركة الأخبار، توصي الدراسة بتعزيز توجه الشباب الجامعي نحو تنويع مصادر متابعة الأخبار والاعتماد على مصادر مستقلة خارج التوصيات الخوارزمية، للحد من تأثير غرف الصدى وفقاعات الترشيح.

6- استنادًا إلى النتائج التي كشفت عن الحاجة إلى تعزيز الفهم العام لتأثيرات الخوارزميات، توصي الدراسة بإطلاق مبادرات تثقيفية موجهة للجمهور حول طبيعة عمل تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإخباري وتأثيراتها في أنماط الاستهلاك والثقة والمشاركة.

المصادر

أولاً: المراجع العربية

1- الخصاونة، إبراهيم فؤاد، والدبيسي، عبد الكريم علي جبر. (2023). الذكاء الاصطناعي وتحديات المعلومات المضللة عبر الإنترنت. مجلة الاتصال والتنمية، (36).

https://search.emarefa.net/detail/BIM-1717597

2- الطائي، زهراء كاظم. (2022). الذكاء الاصطناعي وسلوك الجمهور الرقمي في تداول الأخبار. مجلة الاتصال والإعلام الرقمي، (8).

3- المحمودي، فضل محمد إبراهيم، والمنسي، معاذ حسن عبده. (2023). منصات التواصل الاجتماعي وأثرها على الاتصالات التسويقية المتكاملة: دراسة حالة شركة يمن موبايل. مجلة الآداب، جامعة ذمار، 11(4).

https://doi.org/10.35696/arts.v11i4.1699

4- الشمري، مرتضى حسن علي. (2024). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، 20(4).

https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol20.Iss4.73

5- الزهيري، طلال ناظم. (2024). الحتمية التكنولوجية وتأثيرها في تشكيل الاعلام الجديد: دراسة استقرائية. مجلة الإعلام والمجتمع، 8(2).

6- بدوي، وائل ماجد السيد. (2024). المشكلات الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي ودورة حياة البيانات. مجلة كلية الآداب، جامعة بنها، 36(5).

https://doi.org/10.21608/jfab.2025.336770.1250

7- توفيق، كريمة كمال. (2025). تأثير استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (90)، ج3.

8- جاسم، هناء حسين. (2020). الشباب الجامعي وتطبيقات الإعلام الجديد: دراسة في الاستخدامات والإشباعات. مجلة البحوث الإعلامية، (55)، 117.

9- خضير، عمر فاضل. (2021). سلوك مشاركة الأخبارعبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات العراقية. مجلة دراسات إعلامية، (11).

10- عبد الله، سرمد أحمد، وحازم، مينا حارث. (2025). دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحريرالإخباري عبر وسائل الإعلام الرقمية. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، 21(3).

https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss3.993

11- عمر، شيماء محمد زكريا، وحواس، ناهد قطب. (2025). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي على القيم المجتمعية لدى الشباب. مجلة دراسات في التعليم الجامعي، (66).

https://doi.org/10.21608/deu.2025.403858

12- كريط، عائشة. (2022). خوارزميات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي: أي دور؟ وأي علاقة؟. مجلة الإعلام والمجتمع، 6(2).

13- محمد، رانيا عبد المقصود. (2023). دور الذكاء الاصطناعي في توجيه سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي: التحديات والمخاطر. مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية.

https://doi.org/10.21608/sjam.2023.243829.2152

14- يونس، دنيا منصور محمود. (2024). العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي ومعدلات استخدام الجمهور لها ومدى الثقة بها. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (29)، ج1.

https://doi.org/10.21608/ejsrt.2024.377214

ثانياً: المراجع الأجنبية

15- Kümpel, A. S., Karnowski, V., & Keyling, T. (2015). News sharing in social media: A review of current research on users, content, and networks. Social Media + Society, 1(2).

https://doi.org/10.1177/2056305115610141

16 - Dobrikova, K. (2019). Post mass media in the modern informational society. European Proceedings of Social & Behavioural Sciences (EpSBS).

https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.08.02.69

Reference

1- Al-Khasawneh, I. F., & Al-Dubaisi, A. K. A. J. (2023). Artificial intelligence and the challenges of misinformation online. Communication and Development.(36) .

https://search.emarefa.net/detail/BIM-1717597

2- Al-Taie, Z. K. (2022). Artificial intelligence and digital audience behavior in news circulation. Communication and Digital Media Journal.(8)

3- Al-Mahmoudi, F. M. I., & Al-Mansi, M. H. A. (2023). Social media platforms and their impact on integrated marketing communications: A case study of Yemen Mobile. Journal of Arts, Dhamar University, 11.(4)

https://doi.org/10.35696/arts.v11i4.1699

4- Al-Shammari, M. H. A. (2024). The use of artificial intelligence technologies in journalism and its impact on the professional practice of Iraqi journalists. Wasit Journal of Humanities, 20.(4)

https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol20.Iss4.732

5- Al-Zahiri, Talal Nazim. (2024). Technological determinism and its impact on the shaping of new media: An inductive study. Journal of Media and Society, 8(2).

6- Badawi, W. M. (2024). Ethical issues related to artificial intelligence and the data life cycle. Journal of the Faculty of Arts, Banha University, 36.(5)

https://doi.org/10.21608/jfab.2025.336770.1250

7- Tawfiq, K. K. (2025). The impact of using artificial intelligence tools in guiding the behavior of social media users. Egyptian Journal of Media Research, (90), 3.

https://doi.org/10.21608/ejsc.2025.418263

8- Jassim, H. H. (2020). University students and new media applications: A study of uses and gratifications. Media Research Journal,(55) .

9- Khudair, O. F. (2021). News sharing behavior on social media among Iraqi university students. Media Studies Journal ,(11) .

10- Abdullah, S. A., & Hazim, M. H. (2025). The role of artificial intelligence technologies in news editing through digital media. Wasit Journal of Humanities, 21.(3)

https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss3.993

11 - Omar, S. M. Z., & Hawas, N. Q. (2025). The impact of using social media sites based on artificial intelligence technologies on the social values of youth. Journal of Studies in University Education ، (66) .

https://doi.org/10.21608/deu.2025.403858

12- Krait, A. (2022). Artificial intelligence algorithms and the ethics of social media content: What role and what relationship? Media and Society Journal, 6.(2)

13- Mohamed, R. A. M. (2023). The role of artificial intelligence in guiding the behavior of social media users: Challenges and risks. Journal of Arts Faculty Research, Menoufia University.

https://doi.org/10.21608/sjam.2023.243829.2152

14- Younis, D. M. M. (2024). The relationship between the use of artificial intelligence technologies on social media sites and public usage rates and trust levels. Scientific Journal of Radio and Television Research, 29.(1)

https://doi.org/10.21608/ejsrt.2024.377214

15- Kümpel, A. S., Karnowski, V., & Keyling, T. (2015). News sharing in social media: A review of current research on users, content, and networks. Social Media + Society, 1.(2)

https://doi.org/10.1177/2056305115610141

16 - Dobrikova, K. (2019). Post mass media in the modern informational society. European Proceedings of Social & Behavioural Sciences (EpSBS).

https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.08.02.69

- أسماء الخبراء الذين تم عرض استمارة الاستبانه عليهم .
- أ.د هادي فليح حسن / كلية الاعلام.
- م.د نور اختياري موحان / كلية الاعلام .
- م. عبير عبد الامير / كلية الاعلام .