



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



*Corresponding author

**Mohammad Jawad Kazem
Abdul Abadi**

University of Wasit – College of
Computer Science and
Information Technology

Email:

mm2022jj2022@gmail.com

Keywords: Media - University
Media - Iraqi University
Students - Employment of
Artificial Intelligence
A R T I C L E I N F O

Article history:

Received 9Jan2025

Accepted 11Feb 2025

Available online 1 Apr2025



University Media and Its Role in Encouraging University Students to Use Artificial Intelligence Technologies

ABSTRACT

The study aimed to determine the extent to which Iraqi university students follow university media to obtain information about the use of artificial intelligence in daily activities. It also sought to identify the most relied-upon university media platforms and assess the role and impact of artificial intelligence in university media. Using a descriptive-analytical methodology and a questionnaire, the study found that Iraqi students follow university media to a moderate degree, with university WhatsApp groups being the most commonly used platform. One of the most significant effects of this reliance was the ability to distinguish between different types of artificial intelligence applications.

© 2025 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.4134>

الإعلام الجامعي ودوره في تشجيع طلبة الجامعات على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

الباحث محمد جواد كاظم عبد العابدي/جامعة واسط- كلية علوم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات

الملخص

هدفت الدراسة إلى تحديد الدرجة التي تتم بها متابعة طلبة الجامعات العراقية للإعلام الجامعي لتلقي معلوماتهم فيما يخص توظيف الذكاء الاصطناعي في النشاط اليومي، وبيان أهم وسائل الإعلام الجامعي التي يعتمد عليها الطلبة في ذلك وتحديد دور الذكاء الاصطناعي في الإعلام الجامعي وتأثيراته، وذلك باعتماد المنهج الوصفي التحليلي عبر استبانة، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلبة العراقيين يتابعون الإعلام الجامعي بدرجة متوسطة، وأن مجموعات الواتساب الجامعية تمثل أكثر وسائل الإعلام الجامعي اعتماداً، كما أن أبرز التأثيرات التي نجمت عن مثل هذا الاعتماد تمثلت في التفريق بين أنواع تطبيقات الذكاء الاصطناعي. الكلمات المفتاحية: الإعلام- الإعلام الجامعي- طلبة الجامعات العراقية- توظيف الذكاء الاصطناعي.

مقدمة

يمثل الإعلام ركيزة أساسية من ركائز العمل المجتمعي على مختلف مستوياته وأنواعه، إذ يقدم الوسيلة التي يتم بها نقل الأخبار والأحداث لأفراده، فضلاً عن دوره التنموي على صعيد توسيع المدارك وتحسين المستوى الثقافي والمعرفي للإنسان، وذلك عبر المحتوى الذي يقدمه والذي يتفق مع الفروقات الفردية والمتطلبات المعرفية لهم. ومثل الإعلام الجامعي أحد الأنواع الخاصة من الإعلام، وذلك كونه يتجه لشريحة محددة من المتلقين والتمثلة بطلبة الجامعات، وهو ما يتطلب أن تكون موضوعاته متفقة مع الخصائص النمائية والانفعالية لهذه المرحلة العمرية، كما يستوجب الحداثة والجدة في المحتوى بحيث تتفق مع توجهات الطلبة الجامعيين وتوجهاتهم المعرفية والترفيهية.

إن التعويل على الإعلام الجامعي في تحديد أولويات الطلبة ودفعهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي يأتي من أهمية هذا الإعلام وقدرته على استهداف الطلبة بمحتوى يتفق مع تطلعاتهم الإعلامية، وهو ما ينعكس على تعاطي الطلبة مع هذه التقنيات وتوظيفهم لها سواء في الموضوعات التي تتصل بدراساتهم الجامعية، أو الموضوعات المتصلة بشؤون حياتهم اليومية.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للبحث

ثالثاً: مشكلة البحث وتساؤلاته

تعد المرحلة الجامعية من أهم المراحل في حياة الإنسان، إذ تُحدّد فيها التوجهات التعليمية والمهنية المستقبلية. كما تمثل هذه المرحلة فرصة هامة لتنمية آراء الطلاب وتوجهاتهم، فضلاً عن تحديد مواقفهم من التحديات والمشكلات التي قد يواجهونها، والتي قد تؤثر في حياتهم بشكل مستمر. في هذه المرحلة، ويؤدي

الإعلام الجامعي دوراً مهماً بوصفه أداة رئيسية للتعريف بالبيئة الجامعية، فهو القناة التي تنقل القرارات المتعلقة بالدراسة، وتُستخدم لمتابعة الأمور الدراسية سواء كانت أكاديمية أو إدارية.

إن التعاطي مع تقنيات الذكاء الاصطناعي يمثل إشكالية كبيرة، فالعديد من طلبة الجامعات لديهم انطباعات مسبقة تجاهها، فيما يتجه آخرون للتعامل معها بشكل جيد، ومنه فإن إشكالية الدراسة الحالية تتحدد في تحديد الأدوار التي يمارسها الإعلام الجامعي في توجيه طلبة الجامعات العراقية نحو توظيف تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي

وتتحدد تساؤلات الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي :

ما دور الإعلام الجامعي في تشجيع طلبة الجامعات على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
وتتفرع عنه التساؤلات:

1. ما الدرجة التي يتتبع فيها طلبة الجامعات العراقية المحتوى الخاص بالذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الجامعي العراقي؟
2. ما الأسباب التي تجعل الطلبة يعتمدون الإعلام الجامعي بوصفه مصدراً للمعلومات يخص تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

3. ما هي التأثيرات (المعرفية- السلوكية- الوجدانية) التي تتأتى عن الاعتماد على الإعلام الجامعي بوصفه مصدراً للمعلومات يخص تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

ثانياً: أهمية البحث

تأتي هذه الأهمية بما يلي:

أ- بالنسبة للمجتمع

1. أهمية الإعلام الجامعي والتي تأتي من طبيعة الشريحة الجماهيرية التي يستهدفها والمتمثلة بطلبة الجامعات، إذ يشكل هؤلاء نواة تطوير المجتمع والنهوض به، وجزءاً أساسياً من المستقبل.
2. أهمية الذكاء الاصطناعي وتنامي دوره واستخداماته في الحياة اليومية، حيث بات متواجداً في العديد من المهام والوظائف التي يؤديها الإنسان، كما توسع استخدامه ليطرق مداخل لم تكن موجودة قبلاً، وهو ما يزيد في مكانته الحالية والمستقبلية.

ب- الأهمية العلمية

1. قد تشكل الدراسة الحالية بحثاً يضاف إلى المكتبة المعرفية، بحيث يكون بمقدور الدارسين الرجوع إليه في حال القيام بدراسات علمية مشابهة.
2. من المتوقع أن تساعد الدراسة الحالية في تحسين المدارك العلمية للباحث وغيره من الدارسين فيما يتعلق بموضوع البحث.

ت- الأهمية بالنسبة للمؤسسة الجامعية

1-من المتوقع أن تقدم الدراسة الحالية بيانات هامة للقائمين على تحرير الإعلام الجامعي العراقي بهدف تحسين محتواه فيما يتصل بتشجيع الطلبة على توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

ثالثاً: أهداف البحث

نسعى في هذا البحث إلى تحقيق ما يلي:

1-تحديد الدرجة التي يتابع فيها طلبة الجامعات العراقية المحتوى الخاص بالذكاء الاصطناعي في الإعلام الجامعي العراقي.

2-توضيح الأسباب التي تجعل الطلبة يعتمدون الإعلام الجامعي بوصفه مصدراً للمعلومات التي تخص تقنيات الذكاء الاصطناعي.

3-تحديد التأثيرات (المعرفية- السلوكية- الوجدانية) التي تتأتى عن الاعتماد على الإعلام الجامعي بوصفه مصدراً للمعلومات التي تخص تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

رابعاً: الدراسات السابقة

1- دراسة أنوف (2024) بعنوان: تصورات أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة عين شمس لتوظيف الذكاء الاصطناعي وآفاقه المستقبلية، مصر

تخص إمكانيات توظيف الذكاء الصناعي في التعليم العالي في جمهورية مصر باعتماد المنهج الوصفي التحليلي عبر توجيه استبانة من تصميمه لمجموعة من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة عين شمس بلغ قوامها (62) مبحوثاً تم اختيارهم عشوائياً، وبينت نتائج الدراسة أن عدم توفر التجهيزات الفنية والتقنية اللازمة يشكل عائقاً أمام توظيف هذه التقنيات.

2- دراسة الجابري (2024) توافق المقررات الدراسية مع توظيف الذكاء الاصطناعي، مجلة كلية التربية، سورية.

هدفت تحديد الموضوعات والمقررات الدراسية الأكثر قدرة على استيعاب تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر المدرسين ، وذلك من اختيار عينة عشوائية من مدرسي مرحلة التعليم الثانوي في سورية عددهم (360) مدرساً، وقد اعتمدت الدراسة أسلوب المسح بالعينات عبر استبانة من تصميم الباحثة، وتوصلت الدراسة إلى أن المواد التطبيقية هي الأكثر توائماً مع طبيعة الذكاء الاصطناعي لذلك يتم استخدام هذه التقنيات فيها بشكل أكبر.

3- دراسة University Media and its Position among the Media(2019) Bakar كوالالمبور

هدفت إلى تحديد فوائد الإعلام الموجه للشباب الجامعي وقدرته على تعديل الاتجاهات نحو القضايا المجتمعية التي تخص المجتمع الماليزي باعتماد المنهج الوصفي التحليلي عبر عينة من طلبة الجامعات

قوامها (200) مبحوث، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الجامعي الماليزي لا يقدم الخيارات الإعلامية التي تجعله جذاب وشيق بالنسبة للشباب الماليزي.

4- دراسة Chinese Youth's Attitudes Towards Artificial Intelligence Employment (2019) Liu شنهائي

هدفت إلى تعرف الأسباب التي تدفع الشباب الصيني نحو توظيف الذكاء الاصطناعي واستثمارهم في أعمالهم اليومية، وذلك عبر المنهج الوصفي من خلال عينة من (367) طالبًا وطالبة من جامعة جنوب الصين، وتوصلت إلى أن الرغبة في مساندة الحداثة والبقاء على اطلاع على آخر التقنيات العلمية مثل الدافع الأول وراء هذا الاستخدام.

التعقيب على الدراسات السابقة

تشترك الدراسات السابقة فيما بينها في التعرض لمتغيرات تتصل بكل من الإعلام الجامعي أو الذكاء الاصطناعي والتي تعد متغيرات دراستنا الحالية، كما تشترك الدراسات السابقة باعتماد المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب العينات.

تختلف الدراسة الحالية عن سابقتها في كونها تسعى لدراسة دور الإعلام الجامعي في تشجيع الذكاء الاصطناعي، وقد أفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في اختيار منهج البحث، كما أفادت منها أيضًا في تصميم أداة الدراسة. **خامسًا: منهج البحث وأدواته**

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي عبر أسلوب المسح بالعينات باختيار عينة ممثلة للمجتمع الإحصائي، كما تم اعتماد الاستبانة لتكون أداة الدراسة الحالية.

سادسًا: مجالات البحث

المجالات الزمنية: جرى استكمال إجراءات البحث في المدة بين 2024/11/1 لغاية 2024/12/1م.

المجالات المكانية: اقتصر على جامعة بغداد في العراق كلية الإعلام.

المجالات البشرية: جميع طلبة جامعة بغداد كلية الإعلام المسجلين في العام الدراسي 2024-2025م.

سابعًا: مصطلحات البحث

الإعلام الجامعي

هو الإعلام الموجه لطلبة الجامعات والذي يتم عبر أشكال متعددة منها المقروء أو المسموع أو المرئي، بحيث يصاغ محتواه بصورة تهم الطالب الجامعي وتلبي احتياجاته الإعلامية (عدلي، 2022، 103).

كما يتم تعريفه على أنه شكل من أشكال الإعلام التخصصي من حيث فئة المستهدفين يخصص لمخاطبة طلبة الجامعات وتعريفهم بما يجري فيها من أحداث (علامي، 2016، 128).

ونعرف الإعلام الجامعي في الدراسة الحالية على أنه المحتوى الموجه لطلبة الجامعات العراقية الذي يثبت ضمن وسائط الإعلام التقليدية أو الجديدة ضمن الجامعات.

الذكاء الاصطناعي

هو علم من علوم الحاسوب، يختص بتصميم وتمثيل وبرمجة نماذج حاسوبية في مجالات الحياة المختلفة، تحاكي في عملها طريقة تفكير الإنسان وردود أفعاله في مواقف معينة (مكرم الله، 2023، 141). كما يعرف على أنه سلوك وخصائص معينة تتسم بها البرامج الحاسوبية تجعلها تحاكي القدرات الذهنية البشرية وأنماط عملها. ومن أهم هذه الخصائص القدرة على التعلم والاستنتاج ورد الفعل على أوضاع لم تبرمج في الآلة (معهد الدراسات المصرفية، 2021، 8). قدرة الآلة على محاكاة العقل البشري وطريقة عمله، مثل قدرته على التفكير والاستكشاف (ضعض، 2024، 202).

ويعرف الذكاء الاصطناعي إجرائيًا في دراستنا بأنه التطبيقات التي تسمح للآلات بتقليد السلوك الإنساني وأساليب تفكيره في العمل.

طلبة الجامعات

يعرف طلبة الجامعات إجرائيًا خلال الدراسة الحالية بكونهم الشباب والشابات العراقيات المقبولين والمسجلين في الجامعات العراقية على مختلف تخصصاتها في العام الدراسي 2024-2025م. **ثامناً: نظرية البحث**

الاعتماد على وسائل الإعلام

تقوم هذه النظرية على فكرة مفادها أن تشابك متطلبات الحياة التي يعيشها الإنسان وتفاعلها مع مفرزات التقنيات الحديثة أدى إلى تنامي دور وسائل الإعلام بوصفها مصدراً للمعلومات والبيانات، الأمر الذي أدى إلى اتجاه الأفراد لزيادة الاعتماد على هذه الوسائل بغرض تشكيل المعارف والاتجاهات نحو ما يقع في المجتمع المحلي والمجتمعات الأخرى، وأن درجة الاعتماد على وسيلة أو تخصيصها إنما هو نتيجة إشباعها لحاجات الشخصية أو الاجتماعية للفرد (حلاق، 2018، 41).

وتختص النظرية بتوضيح طبيعة العلاقة بين الشخص ووسائل الإعلام، بأنه كلما ازدادت سوية اعتماد المتلقي على تلك الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية لعبت الوسائل دوراً مؤثراً في الحياة النفسية والاجتماعية للفرد، وبالتالي يزداد تأثيرها، وكذلك دورها خاصة في أوقات التغيير والأزمات (مرسي، 2020، 114).

وتستند هذه النظرية إلى الفروض الرئيسية الآتية:

(1) أن مقدار استقرار النظام الاجتماعي واتزانه تتباين جراء التغيرات الدائمة ووفق هذا الاختلاف ترتفع أو تنقص الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام (شقير، 2022، 38).

(2) بقدر تنامي ضرورة المعلومات ترتفع سوية اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وكلما تنامت احتمالية تعديل المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام تنامت درجة تطوير معارف الجمهور وانفعالاته وسلوكه، الأمر الذي يولد علاقة متينة بين الوسيلة الإعلامية والمجتمع (سلماني، 2014، 13).

وتحدد التأثيرات المتحصلة من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ضمن المستويات (تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية) وهي تمثل في الوقت ذاته الأهداف المتعلقة بالجمهور من اعتماده على وسائل الإعلام، وتبين البحوث التنظيرية أن درجة الاعتماد تنعكس على هذه الوسائل واتجاهات التغيير في المعرفة أو الشعور أو السلوك باعتبارها مجالات التأثير المتحصلة عن هذا الاعتماد (عمارين، 2016، 106-107). ويعد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام منطلقاً ملائماً لهذه الدراسة؛ إذ يمكن الكشف عن العلاقة بين اعتماد الشباب الجامعي العراقي على الإعلام الجامعي بوصفه وسيلة لتلقي المعلومات والبيانات وبين اتجاهاتهم نحو تطبيق الذكاء الاصطناعي في مهامهم وحياتهم اليومية.

الفصل الثاني:

الإطار النظري

محلة لارك للفلسفة والعلوم الاجتماعية
المبحث الأول: الإعلام الجامعي:

يعد الإعلام الجامعي من بين التحديات الكبرى التي تواجه منظومة التعليم العالي في أي بلد، وذلك لما له من الأهمية في تغيير الأفكار وشرح السياسة التعليمية وتسهيل وصول المعلومات لكل الموارد البشرية الجامعية والعمل على تزويد الطلبة بالمعلومات اللازمة عن مسارهم الدراسي (فضلون، 2014، 94). فلإعلام الجامعي الدور الكبير في توجيه وإعلام الطلبة بمختلف المعلومات التي قد يحتاجونها بغية تسهيل حياتهم الجامعية وبالتالي فهو يساعدهم على النجاح في الدراسة، ومن أهم الأدوار التي يقوم بها الإعلام الجامعي والتي تؤكد أهميته في تحسين نوعية التكوين الجامعي انطلاقاً من تحسين أداء الطالب الجامعي بوصفه أحد الموارد البشرية الجامعية نذكر ما يلي (امبابي، 2007، 34):

- بلورة وتكوين رأي عام طلابي متقارب ومتجانس في الميول والأهداف.
- اكتشاف المواهب الإعلامية عند الطلاب.

- تنمية الطلاب على البحث العلمي بغرس روح البحث العلمي والثقافي والإعلامي والتعمق فيه.
- إفساح المجال للطلاب للإسهام الإيجابي في المشروعات الوطنية التي تخدم البيئة المحلية، وتبصير الرأي العام الطلابي بقضايا المجتمع ومقترحات لحلها.
- إعلام الطلبة وإرشادهم وتوجيههم في أسرار الشعب وآفاق التخصصات المتوفرة في الجامعة.

- توجيه الطلاب ومساعدتهم على إيجاد الحلول للمشكلات التي قد تعيق مسارهم الدراسي.

المبحث الثاني: الذكاء الاصطناعي

أنواع تطبيقات الذكاء الاصطناعي:

يمكن تقسيم أنواع الذكاء الاصطناعي إلى ثلاثة أنواع رئيسية تتراوح من رد الفعل البسيط إلى الإدراك والتفاعل الذاتي، وذلك على النحو التالي:

1- الذكاء الاصطناعي الضيق أو الضعيف

هذا النوع من الذكاء الاصطناعي يُعد الأبسط بين أشكال الذكاء الاصطناعي، حيث يتم برمجته لتنفيذ مهام محددة في بيئة معينة. يعتمد سلوكه على ردود فعل مباشرة تجاه مواقف محددة، ولا يمكنه العمل خارج نطاق البيئة التي صُمم لها.

من أبرز الأمثلة على ذلك هو الروبوت "ديب بلو" الذي طورته شركة IBM. يُعد "ديب بلو" واحداً من أولى النماذج التي أظهرت قدرات متميزة للذكاء الاصطناعي، إذ تمكن من هزيمة بطل العالم في الشطرنج، في إنجاز مثّل نقطة تحول في هذا المجال (الهيئة السعودية للذكاء الاصطناعي، 2023، 2).

2- الذكاء الاصطناعي القوي أو العام

يتميز هذا الذكاء الاصطناعي بقدرته على جمع المعلومات وتحليلها، فضلاً عن اكتسابه الخبرات من المواقف التي يواجهها، مما يمكنه من اتخاذ قرارات مستقلة. ومن أبرز الأمثلة على تطبيقاتها السيارات ذاتية القيادة، وروبوتات المحادثات الفورية، وبرامج المساعدة الذاتية الشخصية (سلام، 2022، 31).

3- الذكاء الاصطناعي الخارق

هي نماذج لا تزال قيد التطوير والتجربة، وتهدف إلى محاكاة قدرات الإنسان بطرق متقدمة. يمكن تصنيفها إلى نوعين رئيسيين:

النموذج الأول: يسعى لفهم الأفكار البشرية والانفعالات التي تؤثر على سلوك الأفراد. يتميز بقدرة محدودة على التفاعل الاجتماعي، إذ يركز على دراسة المشاعر والأنماط البشرية.

النموذج الثاني: يُعرف بنموذج "نظرية العقل"، وهو أكثر تطوراً، حيث يمكن لهذه النماذج التعبير عن حالاتها الداخلية والتنبؤ بمشاعر الآخرين وسلوكياتهم. كما تمتلك القدرة على التفاعل بذكاء مع البيانات الاجتماعية، مما يجعلها الجيل القادم من الآلات فائقة الذكاء (إيهاب، 2014).

وهناك أنواع أخرى للذكاء الاصطناعي مبنية على الوظائف ويشمل كما حدد الشاوي (2023) ما يلي:

•النوع التفاعلي:

الآلات التفاعلية تعتمد في عملها على تحليل المعلومات المتوفرة في اللحظة الراهنة دون تخزين أي بيانات من تجاربها السابقة. وهذا يجعلها فعّالة بشكل خاص في أداء المهام التي تتطلب استجابات فورية، مثل

الألعاب، إذ يمكنها اختيار الحركات الأكثر ذكاءً للتغلب على الخصم. مثال على هذا النوع من الآلات: "ديب بلو" آلة الشطرنج و "AlphaGo" آلة لعبة الجو.

•نوع الذاكرة المحدودة:

يتميز هذا النوع عن الآلات التفاعلية بقدرته على تخزين أجزاء محدودة من البيانات التي يستخدمها لتحسين استجابته أثناء التفاعل. ومع ذلك، فإن هذه الذاكرة تكون قصيرة المدى ولا تحفظ لأوقات طويلة. من أبرز أمثلة هذا النوع: إشارات المرور الذكية، السيارات ذاتية القيادة، وروبوتات الدردشة.

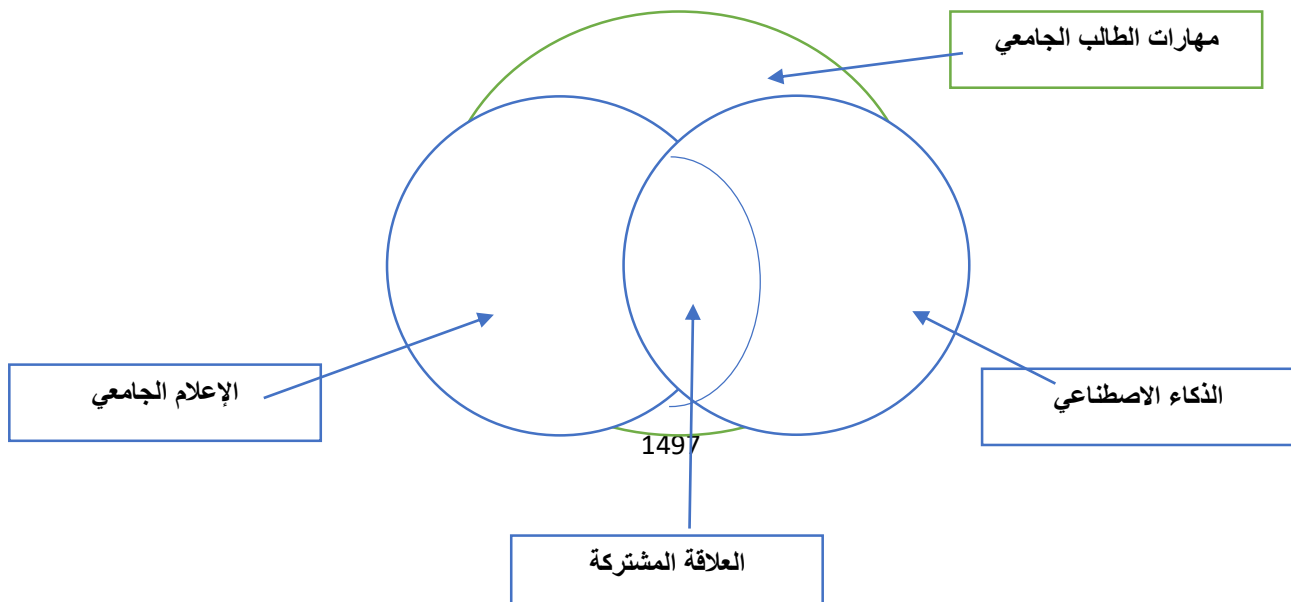
•نوع نظرية العقل:

يُعد هذا النوع من الآلات الأكثر تطورًا وذكاءً، إذ يعتمد في تفاعله على فهم أفكار ومشاعر البشر. تتميز هذه الآلات بقدرتها على التكيف مع من حولها، بناء علاقات اجتماعية، والتنبؤ بتوقعات الأفراد فيما يخص كيفية معاملتهم. وبناءً على ذلك، تستجيب بشكل يتماشى مع تلك التوقعات.

•النوع الذاتي الإدراك:

يمثل هذا الاتجاه تطورًا من "نظرية العقل" التي تتميز بالقدرة على التعرف على نفسها. أي إن هذه الآلات تمتلك القدرة التي تمكنها من فهم احتياجاتها وحالتها الداخلية بطريقة أعمق مما يستطيع البشر. فضلًا عن ذلك، تتمتع هذه الآلات بقدرة فريدة على إدراك الوعي، وهي قدرة تتجاوز قدرة البشر.

العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإعلام الجامعي
يمارس كل من الذكاء الاصطناعي والإعلام الجامعي أدوارًا تكاملية في التعليم الجامعي، إذ يعمل الإعلام الجامعي على تطوير مهارات الطلبة في مجالات التخصص المختلفة عبر المعلومات النظرية والتطبيقية التي تقدمها هذه الوسائل من خلال دورها المكمل للتعليم الجامعي. كما تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين المهارات الشخصية والأكاديمية للطلبة الجامعيين من خلال المعلومات التي توفرها وفق نظم المحاكاة والنمذجة وتأمين نماذج تحاكي المعلومات والمعارف التي تقدم للطلبة ضمن التعليم الجامعي، ويمكن توضيح العلاقة بين الإعلام الجامعي والذكاء الاصطناعي وفق النموذج الآتي



الإطار العملي

منهج البحث

جرى الاستناد إلى المنهج الوصفي الذي يقوم على تحليل الظاهرة الخاضعة للبحث بشكل متعمق يوضح جزئياتها والعناصر الأساسية الداخلة فيها وبيان العلائقية بين هذه المكونات للوصول إلى تعميمات تصلح لجميع الظواهر المماثلة (فوال، 2014، 16).

عينة الدراسة

تألف مجتمع الدراسة الحالية من جميع طلبة جامعة بغداد /كلية الإعلام المقيدين للعام الدراسي

2024-2025

وجرى احتساب حجم العينة عبر استخدام معادلة كوكران للمجتمعات معلومة العدد

$$N = PQ(Z)^2/E$$

حيث (N) تمثل حجم العينة

(P) نسبة المجتمع المراد دراسته وهي في الدراسة الحالية (693) طالبًا وطالبة

(Q) النسبة المكملية

(Z) الدرجة المعيارية وهي (1.96).

(E) الخطأ المعياري عند 0.01، ومن خلال التطبيق تبين أن العينة (191) تعد ممثلة إحصائيًا للمجتمع، لذلك تم سحب عينة عشوائية من (200) طالب وطالبة، كما تم سحب عينة استطلاعية من (40) مبحوثًا لتجريب الاستبانة وقياس الصدق والثبات، ولم يتم احتساب هذه العينة من العينة الإجمالية للبحث كي لا تؤثر على نتائج البحث بطريقة غير مرغوبة.

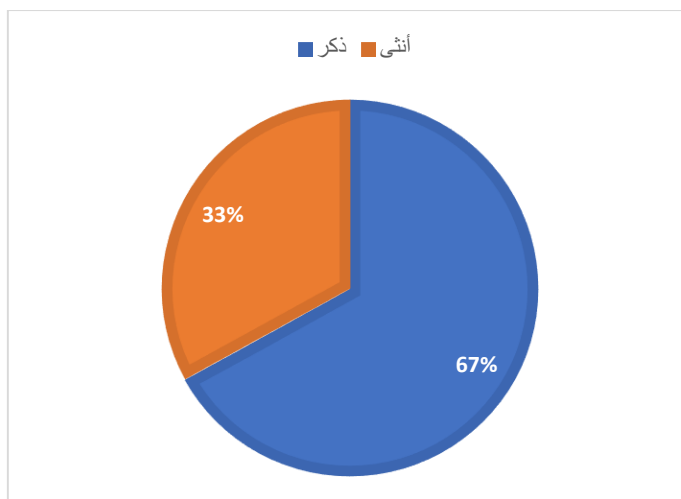
والجدول التالي يبين توزيع عينة البحث تبعًا للمتغيرات الديمغرافية التي من الممكن أن تؤثر في نتائج البحث

الجدول (1) تقسيم العينة من خلال المتغيرات الخاصة بالبحث

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	138	69
	أنثى	62	31
السنة الدراسية	الأولى	46	23
	الثانية	40	20
	الثالثة	33	16.5
	الرابعة	34	17
	الخامسة	24	12.75
	دراسات عليا	22	10.75
	المجموع	200	100

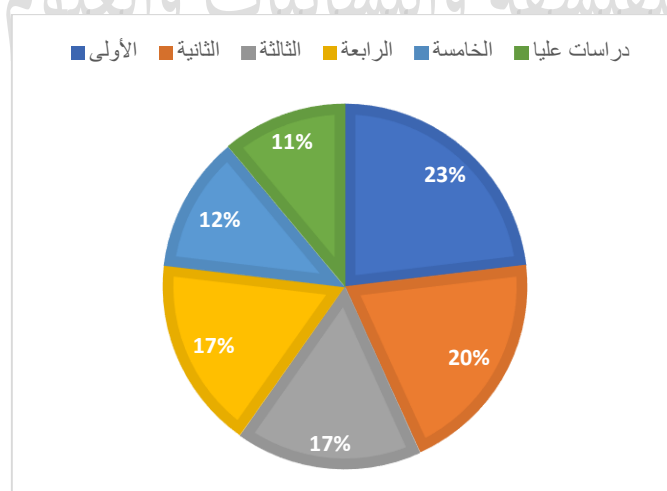
نلاحظ من الجدول ان الذكور كانوا أكثر تمثيلاً ضمن العينة من الإناث، إذ بلغ عدد الذكور الذين اجابوا

عن استبانة البحث (138) مقابل (62) من الإناث وفق ما يتضح من الشكل التالي



الشكل (1) توزيع العينة وفق الجنس

أما من ناحية السنة الجامعية التي يدرس فيها الطلبة فيظهر تقارب في أعداد أفراد العينة مع تفوق لطلبة السنة الأولى الذين بلغوا (46) مبحوثاً بنسبة (23%) من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة طلبة الدراسات العليا (10.75%) من المبحوثين.



الشكل (2) انتشار العينة وفق السنة الدراسية

أداة الدراسة

تمثلت أداة الدراسة بالاستبانة لأنها تتفق مع متطلبات منهج البحث المعتمد وأسلوبه، ولأنها تساعد الباحث على استخلاص أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات من العينة عن الإعلام الجامعي وقدرته على تشكيل اتجاهات الطلبة نحو توظيف الذكاء الاصطناعي، وقد تم بناء الاستبانة وفق المحاور (درجة المتابعة- أسباب المتابعة- تأثيرات المتابعة)، ومن ثم تم صياغة عبارات وأسئلة لكل محور من هذه المحاور، واختيار

مفتاح إجابة ليكارت الثلاثي (موافق- محايد- غير موافق)، وتحديد الدرجات (1-1.66-1.67-2.33، أكبر من 2.33) لتقابل الدرجات (منخفض- متوسط- مرتفع).

وتم عرض الاستبانة على المحكمين للحكم على مواءمة المحاور للأهداف ومناسبة العبارات لهذه المحاور، وتغطية الأسئلة لكل متطلبات الدراسة، ثم قمنا بمراجعة الاستبانة وإجراء التعديلات المطلوبة من قبلهم.

كما قمنا بتطبيق الاستبانة على العينة الاستطلاعية الخاصة بالدراسة، وذلك لاحتساب الخصائص السيكمترية لها كالصدق والثبات، حيث تم في البداية حساب الصدق الظاهري من طريق إعادة عرض الاستبانة للمرة الثانية على المحكمين بعد القيام بما هو مطلوب من تعديلات، وقد دلت التعقيبات أن الاستبانة تقيس بالفعل توظيف الذكاء الاصطناعي من قبل الطلبة الجامعيين جراء التعرض لوسائل الإعلام الجامعي.

الجدول (2) يعرض قيم معاملات الارتباط لعبارات الاستبانة لقياس صدق البناء

م	R	م	R	م	R
1	**0.849	9	**0.825	17	**0.716
2	**0.773	10	**0.813	18	**0.725
3	**0.749	11	**0.721	19	**0.729
4	**0.725	12	**0.715	20	**0.771
5	**0.761	13	**0.767	21	**0.715
6	**0.779	14	**0.735	22	**0.718
7	**0.749	15	**0.735	23	**0.737
8	**0.881	16	**0.704	24	**0.744

** دال عند 0.0

وقمنا باختبار الصدق من خلال البناء الداخلي للاستبانة، إذ تم حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات وبين الاستبانة بالصورة النهائية بعد تطبيق التجربة الاستطلاعية على العينة المحددة وإدخال البيانات للحاسب ومعالجتها إحصائياً عبر برنامج (SPSS) النسخة 31، والجدول التالي يبين نتائج هذا الاختبار

من خلال قيم معاملات الارتباط السابقة يتبين أن عبارات الاستبانة تتسم بدرجة من الصدق البنائي الذي يمكن من توظيفها ضمن الدراسة.

كما جرى تحليل الصدق عبر قياس معامل اتساق محاور الاستبانة فيما بينها، وهو ما يعرف بالاتساق الداخلي للأداة، والجدول التالي يبين قيم هذا الاختبار.

جدول (3) القيم الخاصة بصدق الاتساق الداخلي

المجال	الدرجة	الأسباب	التأثيرات	الكلية
درجة الاعتماد	1	**0.773	*0.802	**0.769
أسباب الاعتماد	-	1	**0.759	**0.743
تأثيرات الاعتماد	-	-	1	**0.844
الكلية	-	-	-	1

يتبين أن قيم معاملات الارتباط الخاصة بمجالات الاستبانة جميعها تحمل دلالة إحصائية مما يمكننا بالحكم على اتسام الاستبانة بالاتساق الداخلي الذي يجعله منها صادقة.

كما جرى تقصى الثبات بتحليل نتائج التجريب الاستطلاعي وفق معامل كرونباخ ألفا وفق التالي

جدول (4) قيم كرونباخ ألفا لقياس الثبات

م	المحور	ألفا
1	درجة الاعتماد	0.79
2	أسباب الاعتماد	0.77
3	تأثيرات الاعتماد	0.73
4	الكلية	0.75

يتبين أن قيم كرونباخ جميعها كانت فوق (0.60) وهو ما يدل على أن الاستبانة تتسم بدرجة عالية من الثبات، أي إنه يمكن استخدامها من أكثر من باحث على العينة ذاتها أو من قبل الباحث على العينة لأكثر من مرة مع ضمان الوصول إلى نتائج مترابطة.

تحليل نتائج الدراسة

النتائج الخاصة بالتساؤل الأول: ما الدرجة التي يتتبع فيها طلبة الجامعات العراقية المحتوى الخاص بالذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الجامعي العراقي؟

الجدول (5) يجيب على التساؤل الفرعي الأول لمحور الاعتماد على الإعلام الجامعي

م	العبرة	المتوسط الحسابي	التقدير	الترتيب
1	اعتماد الإعلام الجامعي لتلقي المعلومات فيما يخص الذكاء الاصطناعي	2.11	متوسط	-

يتبين من الجدول أن قيمة المتوسط الحسابي للإجابات التي قدمها طلبة الجامعات العراقية عن درجة اعتمادهم على الإعلام الجامعي لتلقي خبراتهم في توظيف الذكاء الاصطناعي بلغ (2.11) بدرجة تقدير متوسطة، أي أن طلبة الجامعة العراقية يقدرون بمستوى متوسط اعتمادهم على هذا الإعلام.

الجدول (6) يجيب على التساؤل الفرعي الثاني لمحور الاعتماد على الإعلام الجامعي

م	العبرة	المتوسط الحسابي	التقدير	الترتيب
	مجموعات الواتساب	2.64	مرتفع	1
	مجموعات التلغرام	2.41	مرتفع	2

3	متوسط	2.03	الإذاعة الجامعية	ما هي أنواع الإعلام الجامعي التي تعتمد كمصدر لمعلوماتك
4	متوسط	2.01	الصحف الجامعية	

يتبين عبر الجدول أن مجموعات الواتساب هي أكثر أنواع الإعلام الجامعي التي يعتمد عليها طلبة الجامعات العراقي لتلقي معلوماتهم فيما يخص الأمور الخاصة بالجامعة ويخص توظيف الذكاء الاصطناعي، إذ بلغ متوسط هذه الإجابة (2.64) بدرجة تقدير مرتفعة، يلي ذلك مجموعات التلغرام بمتوسط (2.41) ثم الإذاعة الجامعية وأخيراً الصحافة الجامعية.

ويفسر ذلك بسهولة إنشاء مجموعات الواتساب وقدرتها على الوصول لجميع الطلبة بالوقت ذاته، كما تتيح تقديم المحتوى بالصوت والصورة والمحتوى الكتابي وهو ما يعطيها مميزات إضافية

النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني: ما الأسباب التي تجعل الطلبة يعتمدون الإعلام الجامعي بوصفه مصدراً للمعلومات التي تخص تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

الجدول (7) يبين النتائج الخاصة بمحور أسباب الاعتماد على الإعلام الجامعي

م	العبارة	المتوسط	التقدير	الترتيب
1	تتيح للطلبة عرض تقييماتهم عن هذا التوظيف	2.57	مرتفع	1
2	تنوع من أساليب عرض المحتوى بصورة تلبي احتياجات الطلبة	2.49	مرتفع	2
3	تعرض تجارب واقعية عن الذكاء الاصطناعي	2.41	مرتفع	3
4	تعتمد مصادر معتمدة لدى نقل المعلومات الخاصة بالذكاء الاصطناعي	2.23	متوسط	4
5	تعطي معلومات موثقة عن الذكاء الاصطناعي	2.22	متوسط	5

نرى عبر النتائج السابقة أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن الأسباب التي تدفعهم لاعتماد الإعلام الجامعي بوصفه مصدراً للمعلومات التي تخص الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في الحياة اليومية تراوحت بين (2.22- 2.57) بدرجات تقدير بين المتوسط والمرتفع.

كما يتبين أن السبب الأهم الذي يجعل الطلبة يعتمدون هذا الإعلام تمثل بكون معظم وسائله تمكن الطلبة من عرض تقييم تجاربهم الشخصية عن هذا الاستخدام الأمر الذي يساعد في تغيير وجهات نظر بقية الطلبة ويحدد اتجاهاتهم نحو توظيف الذكاء الاصطناعي.

النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث: ما هي التأثيرات (المعرفية- السلوكية- الوجدانية) التي تتأتى عن الاعتماد على الإعلام الجامعي بوصفه مصدراً للمعلومات التي تخص تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

الجدول (8) يبين النتائج الخاصة بالتأثيرات المعرفية للاعتماد على الإعلام الجامعي

م	العبارة	المتوسط	التقدير	الترتيب
1	أصبحت أفرق بين أنواع الذكاء الاصطناعي	2.69	مرتفع	1
2	ازدادت معلوماتي حول تاريخ الذكاء الاصطناعي	2.51	مرتفع	2
3	تنمية معارفي حول أهمية الذكاء الاصطناعي	2.50	مرتفع	3
4	أعرف متطلبات توظيف الذكاء الاصطناعي	2.46	مرتفع	4
5	أصبحت أفرق بين الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا	2.44	مرتفع	5

يتبين عبر بيانات الجدول السابق أن متوسطات إجابات العينة عن التأثيرات المعرفية التي ولدها اعتمادهم الإعلام الجامعي بوصفه وسيلة لتلقي المحتوى الخاص بتوظيف الذكاء الاصطناعي تراوحت بين (2.44- 2.69) بدرجات تقدير مرتفعة.

كما يتضح أن أهم التأثيرات المعرفية التي نجمت عن هذا الاعتماد تمثلت في التفريق بين أنواع الذكاء الاصطناعي، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.69) ودرجة تقدير مرتفعة

الجدول (9) يبين النتائج الخاصة بالتأثيرات السلوكية للاعتماد على الإعلام الجامعي

م	العبرة	المتوسط	التقدير	الترتيب
1	أعمل على اقتناء البرمجيات الخاصة بالذكاء الاصطناعي	2.53	مرتفع	1
2	أبحث عن كل جديد فيما يتعلق بالذكاء الاصطناعي	2.51	مرتفع	2
3	أسأل أساتذتي عن إمكانيات توظيفه في دراستي الجامعية	2.51	مرتفع	2
4	أعمل على تلقي المزيد من المعلومات حول الذكاء الاصطناعي	2.26	متوسط	4
5	أعمل على إقناع زملائي بجدوى توظيف الذكاء الاصطناعي	2.21	متوسط	5

يتبين عبر بيانات الجدول السابق أن متوسطات إجابات العينة عن التأثيرات السلوكية التي ولدها اعتمادهم الإعلام الجامعي بوصفه وسيلة لتلقي المحتوى الخاص بتوظيف الذكاء الاصطناعي تراوحت بين (2.21- 2.53) بدرجات تقدير بين المرتفعة والمتوسطة.

كما يتضح أن أهم التأثيرات السلوكية التي نجمت عن هذا الاعتماد تمثلت في العمل اقتناء البرمجيات الخاصة بالذكاء الاصطناعي، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.53) ودرجة تقدير مرتفعة

الجدول (10) يبين النتائج الخاصة بالتأثيرات الوجدانية للاعتماد على الإعلام الجامعي

م	العبرة	المتوسط	التقدير	الترتيب
1	أؤمن الفوائد التي تأتي عن هذا التوظيف	2.48	مرتفع	1
2	أكن مشاعر الاحترام للقائمين على إنتاج مثل هذه التقنية	2.47	مرتفع	2
3	أقدر بصورة إيجابية توظيف الذكاء الاصطناعي	2.39	مرتفع	3
4	أعمل على تنمية القناعة بها لدى زملائي	2.35	مرتفع	4

يتبين عبر بيانات الجدول السابق أن متوسطات إجابات العينة عن التأثيرات الوجدانية التي ولدها اعتمادهم الإعلام الجامعي بوصفه وسيلة لتلقي المحتوى الخاص بتوظيف الذكاء الاصطناعي تراوحت بين (2.35- 2.48) بدرجات تقدير مرتفعة.

كما يتضح أن أهم التأثيرات الوجدانية التي نجمت عن هذا الاعتماد تمثلت في تثمين الفوائد التي تأتي عن هذا التوظيف، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.48) ودرجة تقدير مرتفعة.

نتائج الدراسة

النتائج والتوصيات التي توصلت اليها الدراسة :

-يتابع الطلبة العراقيون وسائل الإعلام الجامعي لتلقي معلوماتهم فيما يخص توظيف الذكاء الاصطناعي بدرجة متوسطة.

-تعد مجموعات الواتساب الجامعية أكثر أنواع الإعلام الجامعي التي يعتمد عليها طلبة الجامعات العراقية في تلقي معلوماتهم الإعلامية، وذلك لسهولة تكوين هذه المجموعات وقدرتها للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الطلبة في وقت زمني قصير.

-إن إتاحة الإعلام الجامعي الحيز للطلبة لعرض تقييم تجاربهم الشخصية مع توظيف الذكاء الاصطناعي يمثل السبب الأول الذي يدفعهم للاعتماد على هذا الإعلام، وهو ما يساعد على التعليم من خلال النمذجة.

-إن القدرة على التفريق بين أنواع الذكاء الاصطناعي كانت أحد أهم التأثيرات المعرفية التي نجمت عن الاعتماد على وسائط الإعلام الجامعي في تلقي المعلومات.

-من أبرز التأثيرات السلوكية التي تأتت عن اعتماد الإعلام الجامعي فيما يخص الذكاء الاصطناعي تمثل في السعي لاقتناء البرمجيات الخاصة بالذكاء الاصطناعي.

-إن تقدير فوائد توظيف الذكاء الاصطناعي وتثمينه مثل أهم التأثيرات الوجدانية التي لحقت بطلبة الجامعات العراقية خلال اعتمادهم الإعلام الجامعي بوصفه مصدرا للمعلومات التي تخص الذكاء الاصطناعي.

-العمل على توسيع توظيف إدارة كلية الإعلام في جامعة بغداد لتطبيق الإعلام الجامعي كونه يمثل قناة للربط بينها وبين الطلبة.

المراجع الكتب:

1. حلاق، بطرس (2018م): نظريات الإعلام وتطبيقاتها، منشورات الجامعة الافتراضية، دمشق، سورية.
2. سلام، فاروق (2022): الذكاء الاصطناعي رؤيا مستقبلية، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان، الأردن.
3. شقير، بارعة (2022): تطور نظريات الإعلام في القرن العشرين، دار طلاس للطباعة والنشر، دمشق، سورية.
4. علامي، راشد محمود (2016): الإعلام الأنواع والمميزات والعقبات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن.
5. عمارين، سلمان (2016): أسس الإعلام الحديث، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن.
6. فوال، محمد خير (2014): مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار الوحدة للطباعة والنشر، دمشق، سورية.
7. لشاوي، أيمن (2023): الذكاء الصناعي مدخل تمهيدي، محاضرات موجهة لطلبة ماجستير تكنولوجيا المعلومات، جامعة دمشق، سورية.

8. مرسى، عمران (2020): نظريات الإعلام، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان، الأردن.
9. امبابي، علي. (2007). الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية . دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، مصر

الرسائل الجامعية والبحوث

1. أنوف، نائل سالم (2024) تصورات أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة عين شمس لتوظيف الذكاء الاصطناعي وآفاقه المستقبلية، ر م غ، جامعة عين شمس، كلية التربية الأساسية، مصر.
2. الجابري، سهى (2024): توافق المقررات الدراسية مع توظيف الذكاء الاصطناعي، مجلة كلية التربية، جامعة حلب، المجلد 19، العدد 2، سورية.

3. سلمان، محمد أنس (2014): اعتماد الصحفيين المصريين على الوكالات العالمية كمصدر للمعلومات الصحفية، ر م غ، جامعة القاهرة، مصر.
4. ضعزع، هبة عبد اللطيف (2024): بناء مقياس قلق الذكاء الاصطناعي لدى الراشدين وعلاقته ببعض المتغيرات، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 32، العدد 10، العراق.
5. عدلي، منير فوزي (2022): أنواع وسائل الإعلام، مجلة أبحاث في التربية، العدد 25، قطر.
6. معهد الدراسات المصرفية (2021): الذكاء الاصطناعي، سلسلة إضاءات، السلسلة 13، العدد 4، الكويت.
7. مكرم الله، رشا حسن (2023): النمذجة البنائية للذكاء الاصطناعي والقلق الاجتماعي والذكاء العاطفي لدى موظفي البنوك بمحافظة أسيوط، المجلة المصرية للدراسات النفسية، المجلد 34، العدد 122، الجزء 1، مصر.
8. الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (2023): مبادئ أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، تقرير تنفيذي رقم 1، المملكة العربية السعودية.
9. فضلون، زهرة (2014): دور الإعلام الجامعي في التوجيه الأكاديمي والمهني للموارد البشرية المتعلمة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 17، الجزائر.

مواقع إلكترونية

1. إيهاب خليفة، الذكاء الاصطناعي: تأثيرات تزايد دور التقنيات الذكية في الحياة اليومية للبشر، دت، استرجع 2024/12/4، متوفر على <https://academia-arabia.com/ar/reader/2/100450>.
1. شاكر، فران، فينتورا. (2012). الخطاب السينمائي .. لغة الصورة ،علاء شنانة(مترجم) دمشق، المؤسسة العامة للسينما (انموذجًا)، لارك، <https://doi.org/10.31185/lark.vo12.lss49.2962>.
2. الصادقي، العمادي. (2019). سيولوجيا السينما: الصورة والمجتمع، مجلة سينفيليا، ع 19 (انموذجًا)، لارك، <https://doi.org/10.31185/lark.vo12.lss49.2962>.
3. محمود، قاسم. (2018). المدينة والفيلم، الجيزة، وكالة الصحافة العربية، (انموذجًا)، لارك، <https://doi.org/10.31185/lark.vo12.lss49.2962>.
4. توفيق، سعد الدين. (1967). قصة السينما في العالم. دار الكتاب العربي للطباعة والنشر (انموذجًا)، لارك، <https://doi.org/10.31185/lark.vo12.lss49.2962>.

1. Bakar, Mahmud (2019): University Media and its Position among the Media, Sun University, Kuala Lumpur.
2. Liu, Junjun (2019): Chinese Youth's Attitudes Towards Artificial Intelligence Employment, Journal of South China University, Vol. 12, No. 11, Shanghai.
3. Halaq, Batros (2018): Media Theories and Their Applications, Virtual University Publications, Damascus, Syria.
4. Salam, Farouk (2022): Artificial Intelligence: A Future Vision, Dar Al-Maseera for Printing and Publishing, Amman, Jordan.
5. Shaqir, Bariah (2022): The Evolution of Media Theories in the 20th Century, Dar Talas for Printing and Publishing, Damascus, Syria.

6. Alami, Rashid Mahmoud (2016): Media: Types, Features, and Obstacles, Dar Wail for Printing and Publishing, Amman, Jordan.
7. Amarin, Salman (2016): Foundations of Modern Media, Dar Wail for Printing and Publishing, Amman, Jordan.
8. Fawal, Mohammed Khair (2014): Research Methodologies in Education and Psychology, Dar Al-Wahda for Printing and Publishing, Damascus, Syria.
9. Lashawi, Ayman (2023): Artificial Intelligence: An Introductory Approach, Lectures for Master's Students in Information Technology, University of Damascus, Syria.
10. Morsi, Omran (2020): Media Theories, Dar Al-Maseera for Printing and Publishing, Amman, Jordan.
11. Embabi, Ali (2007): Educational Media in Educational Institutions, Dar Al-Ilm wal Iman for Publishing and Distribution, Egypt.
12. Theses and Research Papers:
13. Anouf, Nael Salem (2024): Perceptions of Faculty Members at Ain Shams University on the Employment of Artificial Intelligence and Its Future Horizons, M.A. Thesis, Ain Shams University, Faculty of Basic Education, Egypt.
14. Al-Jabri, Suha (2024): Compatibility of Curricula with the Employment of Artificial Intelligence, Journal of the College of Education, University of Aleppo, Volume 19, Issue 2, Syria.
15. Salmany, Mohammed Anas (2014): The Dependence of Egyptian Journalists on Global News Agencies as a Source of Journalistic Information, M.A. Thesis, Cairo University, Egypt.
16. Dadda, Heba Abdel-Latif (2024): Building a Scale for Artificial Intelligence Anxiety Among Adults and Its Relationship to Some Variables, Journal of Humanities Studies, University of Babylon, Volume 32, Issue 10, Iraq.
17. Adly, Muneer Fawzi (2022): Types of Media, Journal of Research in Education, Issue 25, Qatar.
18. Institute of Banking Studies (2021): Artificial Intelligence, Illuminations Series, Series 13, Issue 4, Kuwait.
19. Makram Allah, Rasha Hassan (2023): Structural Modeling of Artificial Intelligence, Social Anxiety, and Emotional Intelligence Among Bank

Employees in Assiut Governorate, Egyptian Journal of Psychological Studies, Volume 34, Issue 122, Part 1, Egypt.

20. Saudi Data and Artificial Intelligence Authority (2023): Principles of Artificial Intelligence Ethics, Executive Report No. 1, Saudi Arabia.
21. Fadloun, Zahra (2014): The Role of University Media in Academic and Career Guidance for Educated Human Resources, Journal of Social and Human Sciences, Issue 17, Algeria.
22. Websites:
23. Ihab Khalifa: Artificial Intelligence: The Effects of the Increasing Role of Smart Technologies in Human Daily Life, n.d., Retrieved on 4/12/2024, Available at <https://academia-arabia.com/ar/reader/2/100450>.

مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية