

الكفاءات الاتصالية لتطبيقات روبوتات الدردشة chatbots وعلاقتها برضا الشباب العربي عن المعلومات المقدّمة من خلالها

د. مراح محمد إبراهيم يونس

مدرس العلاقات العامة والإعلان - كلية الآداب - قسم الإعلام

جامعة كفر الشيخ

د. نهلة صلاح عبد السميع

مدرس الإعلام الرقمي - كلية الإعلام والتسويق - جامعة ميدأوشن

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير الكفاءات الاتصالية التي تتمتع بها تطبيقات روبوتات الدردشة chatbots على رضا الشباب العربي عن المعلومات المقدّمة من خلالها؛ من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها (٦٠٦) مفردات من الشباب العربي في الدول التالية: (مصر - السعودية - الإمارات - المغرب - الأردن) في الفترة من ٣ يناير إلى ٢ أبريل ٢٠٢٥م؛ للتعرف على دور الكفاءات الاتصالية المتمثلة في خصائص كلّ تطبيق على رضا الشباب العربي عند استخدامهم لها، وكذلك التعرف على تأثير تحقيق معايير مصداقية تطبيقات روبوتات الدردشة على رضا الشباب



العربي عن المعلومات المُقدّمة من خلالها، والوقوف على تأثير الاختلاف بين المبحوثين حسب خصائصهم الديموجرافية في مستوى رضاهم عن المعلومات المُقدّمة من خلال تطبيقات روبوتات الدردشة.

وتوصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- وجود علاقة دالة إحصائيًا بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية وبين رضا الشباب العربي عن المعلومات المُقدّمة من خلالها.
 - تمثّلت الكفاءات الاتصالية التي تُحقّق رضا الشباب العربي عن تطبيقات روبوتات الدردشة في (الإفصاح الدّائي، التعاطف، الاسترخاء الاجتماعي، إدارة التفاعل، الحزم، التعبير، الدعم، الفورية، التحكّم).
 - تُعدّ الدقة، والشفافية، والموثوقية، والنزاهة، والسمعة الإيجابية؛ عوامل أساسية تزيد من رضا الشباب العربي عن المعلومات المُقدّمة من تطبيقات روبوتات الدردشة، حيث يبحثون عن مصادر موثوقة وواضحة تحظى بتقييمات المستخدمين الآخرين، نتيجة لهذه المصادقية بمختلف أبعادها، تُبنى الثقة بقيمة المعلومات التي تُقدّمها هذه التقنيات.
 - "قدرة الشباب العربي على تطويع تطبيقات روبوتات الدردشة وحذف بياناتهم" تمنحهم شعورًا بالتمكين والسيطرة وتعزز الأمان والثقة؛ مما يجعل التجربة أكثر توافقًا مع احتياجاتهم الفردية، وتسهم في بناء علاقة شخصية ترفع من مستوى رضاهم عن المعلومات المُقدّمة من تلك التطبيقات.
- الكلمات المفتاحية:** الكفاءات الاتصالية، تطبيقات الذكاء الاصطناعي، روبوتات الدردشة chatbots، رضا الشباب العربي، المصادقية.



The Communicative Competencies of Chatbot Applications and Their Relationship to Arab Youth's Satisfaction with the Information Provided through them

Dr/ Remah Mohamed Ibrahim Younis

Lecturer of Public Relations and Advertising - Faculty of Arts -
Department of Media – KFS University

Dr/ Nahla Salah Abd Elsamie

Lecture of Digital Media - faculty of Media and Marketing - Midocean
University

Abstract:

This study aims to investigate the impact of the communicative competencies inherent in chatbot applications on the satisfaction of Arab youth with the information provided through them. To achieve this, a field study has been conducted on a purposive sample of (606) Arab youth individuals from the following countries: (Egypt – Saudi Arabia – UAE – Morocco – Jordan) during the period from January 3rd to April 2nd, 2025. The study seeks to determine the role of communicative competencies, represented by the features of each application, in the satisfaction of Arab youth when using them. Furthermore, it aims to identify the effect of achieving credibility standards in chatbot applications on the satisfaction of Arab youth with the information provided through these platforms, and to examine the influence of differences among respondents based on their demographic characteristics on their level of satisfaction with the information delivered by chatbot applications. The study reaches a set of key findings, including:

- A statistically significant relationship exists between the achievement of communicative competencies by chatbots



and the satisfaction of Arab youth with the information provided through them.

- The communicative competencies that contribute to the satisfaction of Arab youth with chatbot applications were identified as (self-disclosure, empathy, social relaxation, interaction management, assertiveness, expressiveness, support, immediacy, control).
- Accuracy, transparency, reliability, integrity, and a positive reputation are fundamental factors that enhance the satisfaction of Arab youth with the information provided by chatbot applications. They seek dependable and clear sources that have received positive evaluations from other users. Consequently, this multifaceted credibility fosters trust in the value of the information offered by these technologies.
- The ability of Arab youth to customize chatbot applications and remove their data provides them with a sense of empowerment and control, while also bolstering security and trust. This makes the experience more aligned with their individual needs and contributes to building a personal connection that elevates their satisfaction with the information provided through these applications.

Key words: Communication Competencies, Artificial Intelligence Applications, Chatbots, Arab Youth Satisfaction, Credibility.

مقدمة:

إن الهيمنة التكنولوجية لهذا العصر الذي نعيش فيه فرضت علينا وبقوة تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وأصبح الاعتمادُ عليها بشكلٍ متزايد في الحياة اليومية للأفراد في كلِّ مجالات الحياة كالتعليم، والصحة، والتسويق الإلكتروني، ولعلَّ أبرزَ تلك التطبيقات تطبيقاتُ الدردشة، فمن خلالها يستطيع المُستخدمُ التحدُّثَ مع إنسان آليٍّ ويطلب منه معلومات عن كلِّ مجالات الحياة؛ من خلال معرفة المُستخدمٍ لهندسة الأوامر الخاصة بكلِّ تطبيق، وهو ما يُميز تطبيقات الدردشة عن غيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في أي مجال، كتطبيقات الترجمة وتطبيقات صناعة المحتوى.. وغيرها، كما تتميز تطبيقات الدردشة بسهولةٍ في الاستخدام، ومعظمها يتيح الخدمات بشكلٍ مجانيٍّ، وهذا أدى إلى شُيوع استخدامها من قِبل الأفراد؛ وبصفة خاصة الشباب لاستخدامهم التكنولوجيا بشكلٍ يومي في تلبية احتياجاتهم، كما أنها تمتاز بسرعة إنجازها للأعمال بكفاءة ودقة.

وتُعدُّ الكفاءاتُ الاتصالية التي تتمتع بها تطبيقاتُ روبوتات الدردشة- من إمكانية استخدامها في أيِّ وقت، بالإضافة إلى إمكانية تطويعها لتلبية احتياجات المُستخدمين، فضلاً عن إمكانياتها في تقديم الدَّعم الاجتماعيِّ والعاطفيِّ للأفراد، والتسليّة، وقضاء وقت الفراغ- عاملاً مهماً لتحديد مدى رضا الشباب العربي عن المعلومات والخدمات التي تقدمها روبوتات الدردشة، كما أن قدرة روبوتات الدردشة على الاستجابة لمتطلبات الشباب تؤثر بشكلٍ كبير على تصوُّرات الشباب لموثوقية ومصادقية معلوماتها.

ومن خلال هذا البحث سيتم استكشاف العلاقة بين الكفاءات الاتصالية التي تتمتع بها تطبيقاتُ روبوتات الدردشة ورضا الشباب العربيِّ عن المعلومات المُقدَّمة من خلالها، وهو أمرٌ في غاية الأهمية؛ فاستخدامُ تطبيقات روبوتات الدردشة يحمل الكثير من التحديات، بدايةً من الحاجة للتأكد من دقَّة ومصادقية المعلومات المُقدَّمة من خلالها،



بالإضافة للتحديات الأخلاقية والاجتماعية والعاطفية لاستخدامها، ففهم دوافع الشباب من هذه التطبيقات ومدى رضاهم عنها سوف يساعد الشركات التكنولوجية في تطوير وتصميم تطبيقات دردشة أكثر فعالية، وقادرة على فهم احتياجاتهم بشكل أفضل.

مشكلة الدراسة:

في ظل انتشار تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتسرّع الشركات التكنولوجية الكبرى للحاق بسباق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تزايد إنتاج العديد من روبوتات الدردشة، لعل أبرزها مؤخراً إنتاج شركة ميتا Meta Ai عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي؛ نظراً لزيادة اعتماد المستخدمين - وبصفة خاصة الشباب - على روبوتات الدردشة في الحصول على المعلومات في كافة مجالات الحياة؛ لما تتميز به هذه التطبيقات من سهولة في الاستخدام، وسرعة الحصول على المعلومات من خلالها، بالإضافة إلى مجانية هذه التطبيقات، وإمكانية تطويعها لتلبية احتياجات المستخدمين، وتقديمها الدعم العاطفي لهم في كل مشكلات الحياة، وهذا يمثل تحديات اجتماعية وحالة من انخراط الشباب مع هذه التطبيقات بشكل كبير قد تصل حد الانعزال عن الواقع الفعلي، لذلك سعت هذه الدراسة للتعرف على دور الكفاءات الاتصالية المتمثلة في خصائص كل تطبيق على رضا الشباب العربي عن المعلومات المقدمة من خلالها، وكذلك معرفة تأثير مصادقية روبوتات الدردشة وانعكاس إمكانية تطويع تلك الروبوتات لتلبية احتياجاتهم على رضاهم عن تلك التطبيقات واستمرارية استخدامها، ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيس:

"ما تأثير الكفاءات الاتصالية التي تتمتع بها روبوتات الدردشة chatbots على رضا الشباب العربي عن المعلومات المقدمة من خلالها؟"

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة إلى ما يلي:

أولاً: الأهمية العلمية:

١. افتقار الدراسات العربية لدراساتٍ تتناول الكفاءات الاتصالية لتطبيقات روبوتات الدردشة chatbots وعلاقتها برضا الشباب العربي عن المعلومات المُقدّمة من خلالها، وبالتالي سوف تمثل هذه الدراسة إضافةً جديدةً في مجال بحوث الذكاء الاصطناعي.

٢. تبحث هذه الدراسة في رضا الشباب العربي عن المعلومات المُقدّمة من خلال تطبيقات روبوتات الدردشة، واعتمد مقياس الرضا في هذه الدراسة على كفاءة تطبيقات الدردشة والثقة ومعايير المصداقية؛ مما يُساهم في التعرف على مستوى ثقة الشباب العربي في تطبيقات روبوتات الدردشة.

٣. تقدّم هذه الدراسة بُعدًا جديدًا على الدراسات العربية هو التعرف على الكفاءات الاتصالية التي تتميز بها تطبيقات روبوتات الدردشة من وجهة نظر الشباب العربي، وبالتالي سوف تمثل الدراسة إضافةً جديدةً للمكتبة العربية.

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

١. تتناول الدراسة تأثيرَ تطويع إمكانيات روبوتات الدردشة على رضا الشباب العربي عن المعلومات المُقدّمة من خلالها، ومن ثم ستفيد الدراسة الشركات التكنولوجية في التعرف على احتياجات وتوقعات الشباب العربي من أجل تحسين أدائها مستقبلاً.

٢. تُعدّ الدراسة دليلاً للشركات التكنولوجية للتعرف على أفضل تطبيقات روبوتات الدردشة استخداماً من قبل الشباب العربي، وأكثر الموضوعات التي يبحث



عنها الشباب العربي من خلالها؛ مما يسهم في تحسين جودة خدماتها، وينعكس على رفع معدل رضا الشباب عن تلك التقنيات.

٣. تسهم الدراسة الحالية في تقديم توصيات لتحسين أداء روبوتات الدردشة؛ مما يجعلها تحظى بمصداقية ورضا أكبر عند الشباب العربي.

أهداف الدراسة:

١. رصد الكفاءات الاتصالية لتطبيقات روبوتات الدردشة وتأثيرها على رضا الشباب العربي عن تلك التطبيقات.
٢. الوقوف على تأثير تحقيق معايير مصداقية تطبيقات روبوتات الدردشة على رضا الشباب العربي عن تلك التطبيقات.
٣. معرفة انعكاس قدرة الشباب العربي على تطويع تطبيقات روبوتات الدردشة لخدمتهم على رضاهم عن تلك التطبيقات.
٤. اختبار الاختلاف بين المبحوثين حسب خصائصهم الديموجرافية في مستوى رضاهم عن تطبيقات روبوتات الدردشة.

الدراسات السابقة:

باستعراض التراث العلمي السابق تم تقسيم الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة إلى محورين، هما:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت كفاءة تطبيقات روبوتات الدردشة chatbots:

تسلط دراسة (Ashfaq, et al., 2025) الضوء على دور روبوتات الدردشة في خلق وتعزيز تجربة إيجابية مع مستخدميها، بالاستناد إلى نظريتي الإتاحة التقنية والألفة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت أداة الاستبانة، وتمثلت عينة الدراسة في ٧٦١ من مستخدمي تطبيقات روبوتات الدردشة، وتوصلت الدراسة

لعدة نتائج، من أهمها: أن قدرات روبوتات الدردشة، المتمثلة في التفاعلية (تواصل ثنائي الاتجاه، تحكم نشط وتزامن)، الانتقائية (التخصيص، والتطويع)، المعلومات (جودة الحجة ومصادقية المصدر)، الترابط (الاتصالية والشعور بالأمان) والتنقل، كل هذه الكفاءات تؤثر بشكل إيجابي على تجارب العملاء الذكية (الحسّية والمعرفيّة)؛ مما يؤدي إلى تعلّق المُستخدمين بروبوتات الدردشة.

رصدت دراسة (Ahmed, et al., 2025) التحليل البليومتري لأدبيات روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي المنشورة في قاعدة بيانات إل سيفير سكوبس على مدار العشرين عاماً من (٢٠٠٤-٢٠٢٤م)، وخلص الفحص البليوغرافي لـ ٩١٥ وثيقة مفهومة في سكوبس عن حادثة هذا المجال البحثي، وتناول هذا التحليل البليومتري تطبيقات روبوتات الدردشة القائمة على الذكاء الاصطناعي في مختلف المجالات، مع التركيز بشكل خاص على إمكانياتها في تحسين جودة الخدمات والتحديات المصاحبة لتطبيقها في الجامعات ومؤسسات التعليم العالي، وخلص التحليل إلى أن روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي تقدّم مزايا عديدة، من أبرزها قدرتها على التعامل بكفاءة مع استفسارات المُستخدمين.

وكشفت دراسة (Ndunagu, et al., 2025) أن الجامعة الوطنية المفتوحة في نيجيريا (NOUN) تعتمد على نظام دعم تذاكر إلكترونيّ حاليّ يعمل يدوياً، والذي أدى إلى تأخير كبير في وقت الاستجابة للتذاكر الإلكتروني، وتم إجراء استبانة على ٢٠٠٠ طالب من جامعة NOUN باستخدام طريقة المسح عبر الإنترنت، ٥٧٩ طالباً منهم استجابوا للاستبانة، أبدى نسبة ٦٤% منهم موافقة على أن روبوت الدردشة كان مفيداً للغاية في حلّ مشكلاتهم وشكواهم، ويؤدي تخصيص روبوت دردشة بالذكاء الاصطناعي في مؤسسات التعليم المفتوح عن بُعد كنظام دعم إلى تقليل معدل التسرب.

حاولت دراسة (لطفی عبد العزیز، إنجي ٢٠٢٤م) تقييم خبراء الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي لمصادقية المحتوى الصحفي المولد من تطبيق الشات جي بي تي،



واعتمدت الدراسة على المنهج الاستكشافي، واستخدمت دليل المقابلة المتعمقة كأداة لجمع البيانات، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها (١٨) خبيراً في مجال الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر من نصف عينة الدراسة من الخبراء المتخصصين أفادوا أن المحتوى التكنولوجي هو الأكثر استخداماً ضمن المحتويات التوليدية الناتجة عن تطبيق شات جي بي تي في العمل الصحفي وفقاً للمعطيات المقدمة للتطبيق، كما أشار أكثر من نصف عينة الدراسة أن الإيجابيات التي تحققت من خلال استخدام شات جي بي تي في الواقع الصحفي مثل: القدرة على الرد عن التساؤلات، وإنشاء عناوين جذابة، وتحسين صياغة المحتوى، بالإضافة إلى طرح أفكار جديدة، وجاءت اتجاهات أكثر من نصف العينة من الخبراء محايدة بشأن مصداقية المحتوى المصنوع التوليدي بواسطة تطبيق Chat GPT.

وهدفَت دراسة (خيري محمد، محمد ٢٠٢٤م) إلى التعرف على مدى الاستعانة ببروبات الدردشة التفاعلية (Chatbots) كأشهر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البحث العلمي وتأثير ذلك على البحث العلمي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة، والمقابلات الشخصية، وتحليل المحتوى، تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٧٥) مفردة من أعضاء هيئة التدريس وطلاب الدراسات العليا، وخلصت الدراسة إلى أن روبوتات الدردشة التفاعلية توفر للباحثين وصولاً سريعاً إلى كم كبير من البيانات والمراجع العلمية، كما توفر تحليل كميات ضخمة من البيانات بسرعة وفعالية، كما تعمل على تقليل الأخطاء الشائعة في جمع وتحليل البيانات، كما تسهم الروبوتات في تقليل الإجهاد الرقمي الناتج عن البحث التقليدي عبر الإنترنت من خلال الاستجابة الفورية للأسئلة.

حلَّت دراسة (Ng, et al., 2024) البيانات الضخمة للخطاب العام الأولي المحيط بالروبوت الدردشة Chat GPT، من خلال تحديد أولاً القضايا والموضوعات ذات التفاعل الأعلى التي وُدت أكبر قدر من التفاعل؛ وثانياً تحديد الكلمات الرئيسية ذات التفاعل الأعلى على جانبي مقياس التكافؤ العاطفي (الإيجابي والسلبي) المرتبطة

بـ ChatGPT، وتم اختيار جميع التغريدات المنشورة باللغة الإنجليزية والتي تحتوي على الكلمة المفتاحية "ChatGPT" المستخدمة في سياق إما ككلمة مفتاحية أو علامة تصنيف (هاشتاج)، والمنشورة في الفترة بين (١ ديسمبر ٢٠٢٢ إلى ١ مارس ٢٠٢٣م)، وبلغ عدد التغريدات التي تم تحليلها ٦٦٢,٤, ٢٥١, وتوصلت نتائج الدراسة إلى تحديد ستة موضوعات بارزة، تمثلت في: الضجيج والتردد، والفائدة وإساءة الاستخدام في البيئات المهنية والأكاديمية، والتحيز الديموجرافي، والتجارب الفكرية الفلسفية حول الأخلاق، والذكاء الاصطناعي كمرآة للمعرفة الإنسانية، أما الجوانب السلبية ذات التكرار الأعلى تضمنت موضوعات متعلقة بمخاوف بشأن المصادقية، والتحيز الضمني، وأخلاقيات البيئة، وحقوق توظيف مُعلقي البيانات والمبرمجين، وأخلاقيات مجموعات بيانات الشبكات العصبية، أما الجوانب الإيجابية، فشملت الحماس للتطبيق- وخاصة في مجال البرمجة، كأداة إبداعية- والتعليم، والإنتاجية الشخصية.

وكشفت دراسة (محمد أحمد، شيرين، ٢٠٢٣م) عن مدى قبول الشباب المصري برنامج الدردشة Chat GPT، وتحديد مدى أهميته بالنسبة لهم، واعتمدت الدراسة على المنهج الاستكشافي، واستخدمت عينة عمدية قوامها ١٢١ مفردة من الشباب المصري، ومجموعة بؤر نقاش مكونة من ثماني مفردات، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة الإلكترونية لتحقيق أهداف الدراسة، كما اعتمدت الدراسة على نظرية انتشار الأفكار المستحدثة ونموذج قبول التكنولوجيا، وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل التي تزيد من استخدام برنامج Chat GPT لدى المبحوثين تصدّر عامل إذا حقق الفائدة بشكل فوري من الوصول لمعلومات إضافية، ثم العامل إذا تمكّن المستخدم من استخدام البرنامج بشكل مجاني، ثم العامل إذا وقر البرنامج مزايا يسهل ملاحظتها عند الاستخدام، ثم جاء العامل إذا وقر معلومات موثوق بها في المرتبة الأخيرة، أمّا طبيعة الموضوعات التي يبحث عنها المبحوثون من خلال برنامج Chat GPT تصدّرت المعلومات التكنولوجية المرتبة الأولى، تلتها العلمية والأكاديمية، ثم الطبية والرياضية



والاجتماعية بنسب متساوية، ثم الاقتصادية والسياسية بنفس النسب، ثم المعلومات الفنية، وجاءت المعلومات الدينية في المرتبة الأخيرة .

وقارنت دراسة (Zarouali, et al., 2021) بين مدى تقبل الجمهور للمحتوى الإخباري المعارض عند تقديمه برؤوسات الدردشة مقابل تقديمه بواسطة العامل البشري في المواقع الإخبارية، ومدى تأثير طريقة التقديم على تصورات المصادقية، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ١٩٠ شاب تتراوح أعمارهم بين (١٨ - ٣٥) عاماً في هولندا، وتوصلت الدراسة إلى أن الجمهور أبدى موافقة أكبر على مقال إخباري يتعارض مع مواقفهم عندما تم تقديمه بواسطة روبوت دردشة إخباري مقارنة بالمقال المنشور على الموقع الإخباري، بالإضافة إلى ذلك تصور المستخدمين أيضاً أن مقال روبوت الدردشة أكثر مصداقية؛ وذلك بفضل خصائص رؤوسات الدردشة الشبيهة بالبشر وخصائصها الاجتماعية تُقنع الأفراد بدرجة أكبر بالموافقة على رسائل تعارض آرائهم ومعتقداتهم.

سعت دراسة (Skjuve, et al., 2021) للتعرف على تأثير استخدام رؤوسات الدردشة الاجتماعية على السياق الاجتماعي للمستخدمين، واعتمدت الدراسة على نظرية الاختراق الاجتماعي، واستخدمت الدراسة أداة المقابلة مع ١٨ مشاركاً، طوروا جميعاً صداقة مع روبوت محادثة اجتماعي يُدعى Replik ريبليكا لفهم عملية تطور العلاقات بين الإنسان والروبوت، كشفت الدراسة أن العلاقات في بدايتها تنسم عادةً بطابع سطحي مدفوعاً بفضول المستخدمين، وتتميز العلاقات المتطورة باستكشاف ومشاركة عاطفية كبيرين مع ازدياد ثقة المستخدمين وانخراطهم في الكشف عن الذات، ومع تطور العلاقة إلى حالة مستقرة، قد ينخفض تواتر التفاعلات، لكن لا يزال من الممكن اعتبار العلاقة ذات قيمة عاطفية واجتماعية كبيرة، وأكدت الدراسة أن العلاقة مع الروبوت الاجتماعي للمحادثة مُجزية لمستخدميها، حيث تؤثر بشكل إيجابي على الرفاهية المتصورة للمشاركين، وشملت الخصائص الرئيسة للروبوت التي سهّلت تطور العلاقة اعتبار الروبوت متقبلاً ومتفهماً وغير مصدر للأحكام .

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة :chatbots

هدفت دراسة (Al-Shafei, 2025) إلى فهم العوامل المؤثرة في تفاعلات المستخدمين لتعزيز فعاليتها، واستخدمت الدراسة، الملاحظة، والمقابلات، ومجموعات النقاش المتعمقة لفحص تجارب المستهلكين مع روبوتات الدردشة، مع التركيز على التجسيم البشري، وأساليب التواصل، ونصوص الخدمة، والعواطف، ومخاوف الخصوصية، والثقة. وكشفت النتائج عن تأثير كبير للتجسيم البشري وأسلوب التواصل على رضا المستخدمين، وأكدت على أن الفائدة المدركة هي عامل متعدد الأوجه يؤثر في التفاعل، كما حددت الدراسة المشاعر السلبية ومخاوف الخصوصية كعوامل رئيسة في تفاعلات المستهلكين مع روبوتات الدردشة؛ مما يستدعي اهتماماً دقيقاً في تصميمها ووظيفتها.

وحققت دراسة (Cheng, et al., 2025) في تأثير الإشباع المستمدة من استخدام "فلورنس"، وهي خدمة دردشة آلية متعددة اللغات طورتها منظمة الصحة العالمية (WHO) لنشر المعلومات المتعلقة بـ COVID-19، واستخدمت الدراسة البيانات من مسح وطني شمل على ٥٩١ مشاركاً في الولايات المتحدة الأمريكية، وكشفت نتائج الدراسة عن التأثير الكبير للإشباع المتحققة من استخدام روبوت الدردشة، بما في ذلك الأسلوب (الجاذبية)، والفاعلية (التعزيز)، والتفاعل (النشاط)، وسهولة التصفح، على رضا المستخدمين عن الروبوت الدردشة، كما أكدت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية بين الرضا عن روبوت الدردشة، ومشاركة المستخدمين، والعلاقة المتصورة عن منظمة الصحة العالمية؛ مما يؤكد على أهمية تفاعل روبوت الدردشة في تعزيز علاقات إيجابية بين المنظمة والجمهور.

هدفت دراسة (Lee, et al., 2024) إلى البحث عن تأثير كفاءات الاتصال لدى روبوتات الدردشة القائمة على الذكاء الاصطناعي على مصداقيتها، واعتمدت



الدراسة على منهج المسح، وتم تطبيق الدراسة على ٣٠٦ مستخدمين لتطبيق Xiaohongshu الصيني، وخلصت الدراسة إلى أن هناك أهمية كبيرة لكفاءة التواصل في بناء مصداقية روبوتات الدردشة؛ مما يبرز الحاجة المستمرة إلى تطوير وتحسين مهارات التواصل لديها، فمن خلال تعزيز المصداقية، تستطيع روبوتات الدردشة اكتساب ثقة المستخدمين ورضاهم.

حدّدت دراسة (Feretzakis, et al., 2024) مدى فعالية ChatGPT في دعم عملهم في نظام رعاية صحية مليء بالتحديات مثل النظام اليوناني، وتم تطبيق الدراسة على ١٨٢ طبيباً يونانياً من مناطق متنوعة على مدار شهر، وتوصلت الدراسة إلى وجود مستويات رضا متفاوتة عبر أربعة معايير، هي: (الوضوح، وسرعة الاستجابة، والدقة، والرضا العام)، حيث أعرب الأطباء عن رضاهم عن سرعة المعلومات التي قدمها ChatGPT، لكنهم أبدوا رضا متوسطاً فقط عن دقتها ووضوحها، بناءً على معرفتهم وسنوات خبرتهم، وكان رضاهم العام عن التفاعل مع ChatGPT متوسطاً؛ مما يشير إلى وجود مجال كبير لتحسين تقنية ChatGPT في مجال الرعاية الطبية.

حدّدت دراسة (Liu, et al., 2023) ما إذا كانت عوامل الرضا ونية الاستخدام تختلف باختلاف مراحل تبني وتطوير روبوتات الدردشة من خلال إجراء دراسة مقارنة بين سكان الصين القارية وهونغ كونج، واستندت الدراسة إلى نموذج بحثي يدمج نموذج نجاح نظام المعلومات لديلون وماكلين ومخاوف الخصوصية، وتم إجراء مقابلات جماعية مركزة مع ١٥ مفردة في كلتا المنطقتين، وتم تطبيق الدراسة عبر الاستبانة الإلكترونية على ٦٣٧ مفردة في بر الصين الرئيس، و٦٤٧ مفردة في هونغ كونج، وأظهرت نتائج الدراسة أن نية الاستخدام يمكن أن تتأثر إيجاباً بالرضا، وأن الرضا يمكن أن يزداد من خلال الملاءمة والاكتمال، والمتعة، والضمان في كلتا المنطقتين، ومع ذلك فإن وقت الاستجابة والتعاطف هما عاملان يؤثران على الرضا فقط في بر الصين الرئيس، أما مخاوف الخصوصية لن تؤثر على الرضا في كلتا المنطقتين.

أما دراسة (Jansom, et al., 2022) هدفت لدراسة تأثير جهود التسويق لوكلاء خدمة العملاء الإلكترونية من خلال روبوتات الدردشة، والتي تشتمل على (التفاعل- والترفيه- ومواكبة الموضة- وحل المشكلات) على تصور العملاء التايلانديين لمصادقية الاتصال ورضاهم في قطاع بيع الملابس بالتجزئة إلكتروني، وتم تطبيق الدراسة من خلال الاستبانة الإلكترونية على ٤٠٠ مستهلك تايلاندي سبق لهم استخدام روبوتات الدردشة في قطاع بيع الملابس بالتجزئة، وتوصلت الدراسة إلى أن أدوات التسويق بالخدمات الإلكترونية عبر روبوتات الدردشة- بما في ذلك التفاعل ومواكبة الموضة وحل المشكلات- أثرت على رضا العملاء باستثناء عنصر الترفيه، وأوضحت الدراسة أن المعلومات المتعلقة بمصادقية الاتصال هي الأكثر تأثيراً في رضا العملاء.

فحصت دراسة (Orden- Mejía, et al., 2022) العلاقة بين المعلوماتية، والتعاطف، وسهولة الوصول، والتفاعل، ورضا مستخدمي روبوتات الدردشة للشركات والوجهات السياحية، واستندت الدراسة إلى أداة المسح والتجربة على عينة قوامها ٤٦٨ سائح من مستخدمي روبوت الدردشة أثناء رحلتهم السياحية، وقد أكدت نتائج الدراسة أن سمات المعلوماتية والتعاطف والتفاعلية لروبوتات الدردشة الخاصة بالجهات السياحية هي السمات التي تؤثر على رضا السياح وتنبأ به، في حين لا تؤثر سمته سهولة الوصول على رضا السياح.

وبحثت دراسة (Lubbe, et al., 2021) في كيفية تأثير سهولة الاستخدام المدركة، والمرح المدرك، والفائدة المدركة، لروبوتات الدردشة على تجربة العملاء، وكيف تؤثر هذه التجارب على رضا المستخدمين في سياق الأسواق الناشئة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٣٣٣ مفردة من جيل الألفية في جنوب أفريقيا، كشفت نتائج الدراسة أن جميع الفرضيات المقترحة كانت إيجابية وذات دلالة إحصائية، وأن الفائدة المدركة كانت أقوى مؤشر عند تفاعل المستخدمين مع روبوتات الدردشة، وتنبأت تجربة المستخدمين بالرضا بشكل كبير.



التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، يمكننا استنتاج العديد من المؤشرات، على النحو التالي:

من حيث الأهداف: هدفت معظم الدراسات إلى التعرف على توظيف تطبيقات روبوتات الدردشة في مجال التسويق، أو في خدمة العملية التعليمية والبحث العلمي، وانعكاس هذا التوظيف على رضا المستخدمين عن المحتوى المُقدَّم من خلالها مثل: دراسة (خيري محمد، محمد، ٢٠٢٤م) و (Al-Shafei, 2025, و Jansom, et al., 2022)، في حين هدفت بعض الدراسات إلى رصد مدى قبول تطبيق Chat GPT لدى الجمهور، ومدى تقبُّل الجمهور للمحتوى الإخباري المُعارض عند تقديمه بروبوتات الدردشة مقابل تقديمه بواسطة العامل البشري في المواقع الإخبارية، مثل: دراسة (محمد أحمد، شيرين، ٢٠٢٣م) و (Zarouali, et al., 2021).

من حيث المنهج: اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح والمنهج الاستكشافي، مثل دراسة (Lee, et al., 2024) و (لطفى عبد العزيز، إنجي، ٢٠٢٤م)، واستخدمت دراسة (Ahmed, et al., 2025) التحليل الببليومتري (Bibliometrics).

من حيث العينة: تنوعت العينات في الدراسات، ولكن كان التركيز على العينة العمدية وخاصة الشباب، سواء الجامعي أو طلاب الدراسات العليا؛ وذلك لأن الشباب هي الفئة الأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية، وأيضاً طُبِّقت بعض الدراسات على عينة من الخبراء سواء في مجال التكنولوجيا والإعلام الرقمي وأعضاء هيئة التدريس بالجامعات، وطُبِّقت بعضها على جمهور عام.

من حيث أدوات جمع البيانات: تنوعت الأدوات التي تمَّ استخدامها في الدراسات ما بين أداة الاستبانة، مثل: دراسة (Lubbe, et al., 2021) و (Cheng, et al., 2025)، وأداة المقابلة المتعمقة، وتحليل المحتوى، وأداة التحليل الكيفي، وكذلك أداة مجموعات النقاش المركزة.

من حيث الإطار النظري المُستخدَم: تعددت الأطر النظرية المستخدمة في الدراسات، ولعل أبرزها نظرية الاختراق الاجتماعي، مثل: دراسة (Skjuve et al., 2021) ونظرية انتشار الأفكار المستحدثة، ونموذج قبول التكنولوجيا.

من حيث النتائج:

- اتفقت معظم الدراسات مثل (خيري محمد، محمد، ٢٠٢٤م) و(لطفى عبد العزيز، إنجي، ٢٠٢٤م) و (محمد أحمد، شيرين، ٢٠٢٣م) و (Ahmed, et al., 2025) على أن روبوتات الدردشة تتميز بالعديد من المميزات، مثل: القدرة على التعامل بكفاءة مع استفسارات المستخدمين، وإنشاء عناوين جذابة، وتحسين صياغة المحتوى، بالإضافة إلى طرح أفكار جديدة، وسرعة وصولها إلى كم كبير من البيانات والمراجع العلمية، كما توفر تحليل كميات ضخمة من البيانات بسرعة وفعالية، وسهولة الاستخدام، وأعربت دراسة (Ng, et al., 2024) عن بعض الجوانب السلبية لتطبيق Chat GPT مثل: مخاوف بشأن المصادقية، والتحيز الضمني.
- اتفقت بعض الدراسات مثل: دراسات (لطفى عبد العزيز، إنجي، ٢٠٢٤م) و(محمد أحمد، شيرين، ٢٠٢٣م) في أن المعلومات التكنولوجية تصدرت المرتبة الأولى في أنواع المعلومات التي يبحث عنها المستخدمون في تطبيقات روبوتات الدردشة، كما اتفقت معظم الدراسات على وجود علاقة ارتباطية بين المميزات التي تنتجها تطبيقات الدردشة ومستوى رضا المستخدمين عنها مثل دراسة (Cheng , et al., 2025) و (Jansom, et al., 2022) و (Orden-Mejía, et al., 2022).
- ركزت معظم الدراسات على تطبيق الدردشة Chat GPT؛ وذلك بسبب شعبية وانتشار هذا التطبيق، بالإضافة إلى الخدمات التي يقدمها التطبيق في كل المجالات.



أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- أسهمت مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة من تكوين قاعدة نظرية عامة حول متغيرات الدراسة.
- مكنتنا الدراسات السابقة - بأطرها النظرية المتنوعة من نظريات ومقاييس مختلفة لمزايا تطبيقات روبوتات الدردشة - من تحديد الإطار النظري المناسب لموضوع الدراسة الحالية.
- ساعدت الدراسات السابقة في الإحساس بمشكلة الدراسة وبلورتها.
- الوقوف على أهم المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في الدراسة الحالية.
- التعرف على المنهج وأدوات جمع البيانات المناسبة للدراسة الحالية، ونوع العينة المناسب، ومن ثم الوصول إلى أن عينة الشباب العربي هي العينة الملائمة للدراسة الحالية.
- مقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة؛ وذلك لتعزيز مصداقية النتائج ودعم صحتها.

مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها:

التعريفات الإجرائية:

الكفاءات الاتصالية: تُعرف بأنها "الخصائص والمميزات التي تتمتع بها تطبيقات روبوتات الدردشة مثل: الإفصاح الذاتي، والتفاعل، والتحكم، والدعم، والفورية، والتي تُمكن المستخدمين من استخدام التطبيقات بكل سهولة ويسر، ومن ثم الحصول على المعلومات التي يحتاجونها منها في أسرع وقت".

تطبيقات روبوتات الدردشة: عبارة عن برامج محادثة تعتمد على تقنيات اللغة الطبيعية NLP والتعلم الآلي Machine Learning تم تصميمها لإجراء محادثات ديناميكية بين الإنسان وتلك التقنية، تستطيع أن تستجيب لكلّ التساؤلات بناءً على قواعد البيانات المخزنة بها؛ مما يتيح للمستخدم تجربة مُخصّصة وقادرةً على فهم السياق.

الرضا عن المعلومات: وفقاً للدراسة الحالية فإن الرضا هو قبول الشباب العربيّ محل الدراسة المعلومات المقدمة من خلال تطبيقات روبوتات الدردشة وإشباعها لاحتياجاتهم.

الإطار المعرفي للدراسة:

تؤدي روبوتات الدردشة حالياً دوراً حيوياً في تغيير أسلوب التواصل بين البشر والأنظمة الذكية، حيث تُسهم هذه الروبوتات في تحسين التواصل بين الأنظمة الذكية والبشر، حيث صُممت روبوتات الدردشة لبناء حوار مع البشر مستخدمة تقنيات الذكاء الاصطناعي هذه الآلات الافتراضية ليست مقتصرة على مجال واحد فقط، بل يمكن استخدامها في العديد من المجالات، مثل قطاع التعليم، والطب، ووسائل التواصل الاجتماعي، والخدمات المصرفية والمالية، وغيرها، وتُعد روبوتات الدردشة أساسية في جميع المؤسسات، حيث تُمثل منصةً لحلّ استفسارات الأفراد بسهولة وفورية. يُعد إدخال اللغة الطبيعية والشبكات العصبية العميقة من الأدوات الرئيسة المستخدمة في تطوير هذه الروبوتات (Asha, et al., 2023).

مفهوم روبوتات الدردشة: إحدى تطبيقات الذكاء الاصطناعي تم تطويرها لمحاكاة المحادثة البشرية بين الإنسان والآلة، وهي لا توفر الإجابات من خلال أجوبة محفوظة مسبقاً، بل تعتمد على معالجة اللغة الطبيعية والقاعدة المعرفية الخاص بالروبوت، ويمكنها التواصل مع المستخدمين من خلال واجهة اتصال رسومية سواء بالصوت، أو النص، أو كليهما، ويمكنها التفاعل في أي مكان، وفي أي وقت باستخدام الحواسيب المختلفة والأجهزة الذكية (أحمد فهمي، سميرة، ٢٠٢٣م).



أنواع روبوتات الدردشة:

يوجد عدة أنواع من روبوتات الدردشة الآلية القائمة على الذكاء الاصطناعي كما تناولتها دراسة (Taecharungroj, 2023):

١. روبوتات الدردشة المعتمدة على التعلم الآلي: تستخدم هذه الروبوتات خوارزميات التعلم الآلي، لتتعلم من تفاعلات المستخدم؛ مما يساعدها على تحسين استجاباتها مع مرور الوقت، وهي قادرة على التعامل مع استفسارات أكثر تعقيداً مقارنة بالروبوتات القائمة على القواعد، ومن أشهر روبوتات الدردشة التي تعتمد على التعلم الآلي chat Gpt و Deep Seek و Microsoft copilot.

٢. روبوتات الدردشة السياقية Contextual chatbots: تعتمد هذه الروبوتات على الوعي بالسياق لفهم نية المستخدم وتقديم ردود ملائمة، فهي تستطيع فهم سياق المحادثة وتقديم التوصيات مخصصة بناء على ذلك، ومن أشهر روبوتات الدردشة السياقية Google bard ، IBM Watson ، Assistant ، Replika.

٣. مساعدو الذكاء الاصطناعي للمحادثة: تم تصميم هذه الروبوتات لتقليد المحادثات البشرية؛ مما يمكنها من التعامل مع الاستفسارات المعقدة وتقديم توصيات مخصصة، بالإضافة إلى أداء مهام مثل حجز المواعيد أو إجراء الحجوزات، ومن أشهر أنواعها Siri ، Alexa ، Ada.

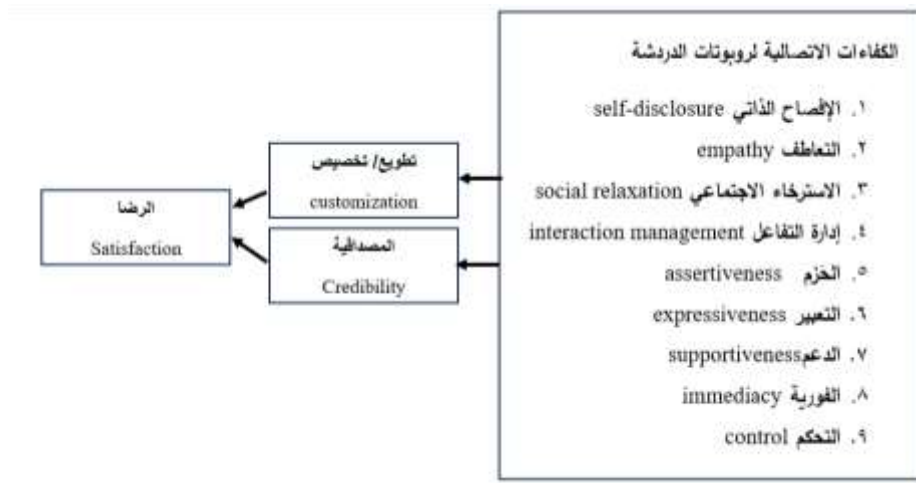
٤. روبوتات الدردشة القائم على القواعد: تعتمد هذه الروبوتات على مجموعة محدّدة مسبقاً من القواعد، وتستجيب لاستفسارات المستخدم بناءً على تلك القواعد، ومع ذلك فإن قدرتها على فهم اللغة الطبيعية محدودة؛ مما يجعلها غير قادرة على التعامل مع الاستفسارات المعقدة، ومن أشهر أنواعها: Banking

Customer ،HR Chatbots ،Booking Chatbots ،FAQs Chatbot Feedback Bots

مؤشرات كفاءة تطبيقات روبوتات الدردشة (Lareh, et al., 2025):

١. **جودة النظام:** تشير إلى الجودة التقنية للنظام، مثل الموثوقية والأداء والمرونة (سهولة الاستخدام، وسرعة الوصول المتاحة، وموثوقية النظام).
٢. **جودة المعلومات:** تتعلق بدقة ووضوح وأهمية المعلومات التي يُقدّمها النظام (اكتمال المعلومات، ودقة الإجابات، وأهمية الإجابات).
٣. **جودة الخدمة:** تصف جودة الخدمة المقدّمة لمستخدمي النظام، بما في ذلك الدعم الفني والتدريب (الضمانات المقدّمة من الخدمة، والموقف والرعاية التي يتلقاها المستخدمون، ودعم المستخدمين).
٤. **صافي المنافع:** تأثير النظام على الأداء التنظيمي، مثل زيادة الإنتاجية، والكفاءة، والفعالية (كفاءة الوقت، والرضا النهائي).
٥. **كثافة الاستخدام:** عدد مرات ومقدار استخدام النظام من قبل المستخدمين (استخدام المستخدم اليومي، وتكرار الاستخدام، واستمرارية استخدام الخدمة).
٦. **رضا المستخدم:** مستوى رضا المستخدم وثقته في النظام (المحتوى المتاح، والراحة المتصورة، والدقة).

الإطار النظري للدراسة:



شكل (١) يوضح الكفاءات الاتصالية لروبوتات الدردشة

Source: Lee, F. Y., & Chan, T. J. (2024, January). Establishing credibility in AI chatbots: the importance of customization, communication competency and user satisfaction. In 4th International Conference on Communication, Language, **Education and Social Sciences** (CLESS 2023) (pp. 88-106).

يُقدّم هذا النموذج إطاراً نظرياً خاصاً بالكفاءات الاتصالية لروبوتات الدردشة؛ لرصد العوامل المؤثرة على رضا المستخدمين عن تطبيقات روبوتات الدردشة Chatbot، من خلال تسليط الضوء على تسعة متغيرات رئيسية، بالإضافة إلى عامل المصداقية والتطوير، وفيما يلي توضيح لمتغيرات النموذج:

فيما يخص مظاهر الكفاءات الاتصالية لروبوتات الدردشة:

١. الإفصاح الذاتي self-disclosure: يُعرف الإفصاح الذاتي بأنه الكشف عن المعلومات الشخصية، مثل المواقع، والهوايات، والصور، عند التسجيل أو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الهاتف المحمول (Wang, et al., 2017).

وتتمتع روبوتات الدردشة بإمكاناتٍ كبيرةٍ لتكونَ أداةً فعالةً ومنخفضةً التكلفةً لدعم إفصاح الأشخاص عن ذواتهم، حيث تحدث تبادلية في الحوار بين الإنسان والآلة؛ حيث إن إفصاح روبوت الدردشة عن ذاته له تأثير تبادلي في تعزيز إفصاح المستخدمين عن ذواتهم (Lee, et al., 2020) .

٢. **التعاطف empathy:** يُعرف التعاطف بأنه استجابة عاطفية (وجدانية)، تعتمد على التفاعل بين سمات الشخصية وتأثيرات الحالة؛ حيث تُثار العمليات العاطفية تلقائيًا، ولكنها تتشكّل أيضًا من خلال عمليات تحكّم من أعلى إلى أسفل، تُشبه العاطفة الناتجة إدراك الفرد (سواءً مُجرّبًا أو مُتخيّلًا) وفهمه (التعاطف المعرفي) للعاطفة المُحرّزة، مع إدراك أن مصدر هذه العاطفة ليس الفرد نفسه (Chang-Arana, et al., 2022).

وأوضحت دراسة (Djufril, et al., 2025) عدّة أسباب تجعل مستخدمي تطبيقات الدردشة تربطهم روابط عاطفية بروبوتات الدردشة ويشعرون أنها أفضل من العلاقات الإنسانية في بعض النواحي، فهم يرون أن روبوتات الدردشة أقل إصدارًا للأحكام، وأكثر حبًا، وأسهل تواصلًا، وأقل أنانية من البشريين، كما أنهم يشعرون بأمان أكبر في الكشف عن أسرارهم لروبوت الدردشة؛ لأنهم يعلمون أنه مُبرمج ليكون رحيماً ومتعاطفاً مع اهتماماتهم.

٣. **الاسترخاء الاجتماعي social relaxation:** تشير دراسة (Skjuve, et al., 2021) أن تبادل النصوص والصور ومكالمات الفيديو والرسائل الصوتية مع روبوتات الدردشة يخلق شعوراً بالتواجد الاجتماعي، ووفق دراسة (Kim, et al., 2025) أدّى استخدام روبوتات الدردشة الاجتماعية لمدة أربعة أسابيع إلى انخفاض ملحوظ في الشعور بالوحدة والقلق الاجتماعي لدى المستخدمين، ويبدو أن شخصية روبوت الدردشة الاجتماعية النشطة واللطيفة- إلى جانب قدرته على توفير التعاطف والراحة- قد حقّقت تأثيراً إيجابياً في الاسترخاء الاجتماعي.



٤. إدارة التفاعل **interaction management**: برز تفاعل المستخدمين في السنوات الأخيرة مع روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي؛ وذلك لأنها توفر قدرات تفاعلية سلسلة في الوقت الفعلي، من خلال الرد على الاستفسارات والاستجابة السريعة؛ مما يخدم إثراء التفاعل، ويُعزز من تجربة المستخدمين لمثل هذه التطبيقات (Gupta, et al., 2024).
٥. الحزم **assertiveness**: يتضمن الحزم التعبير عن الأفكار والمشاعر والحدود بشكل مناسب، مع احترام حقوق الآخرين، والحفاظ على تأثير إيجابي لدى المستقبل، ومراعاة العواقب المحتملة لهذا التعبير، ويشمل التعبيرات الإيجابية والسلبية، ويسعى إلى تحقيق أهداف شخصية أو عملية (Pfaffman, 2017).
٦. التعبير **expressiveness**: يُعرّف التعبير عن الذات بأنه القدرة على توصيل أفكار المرء ومشاعره وتجاربه بصدق وفعالية، وبواسطة أدوات الذكاء الاصطناعي أسهمت في إعطاء شكل للأفكار، والآراء، والتجارب، والعواطف، حيث يُعبر المستخدمون عن تأملاتهم ورؤاهم من خلال تلك الأدوات (Maurya, 2024).
٧. الدعم **supportiveness**: الهدف الرئيس لأي تقدم تكنولوجي هو تسهيل حياة البشر، وينطبق هذا على مجال معالجة اللغة الطبيعية، وهذا هو السبب وراء الشعبية الكبيرة التي اكتسبتها أنظمة المحادثة، المعروفة أيضاً باسم أنظمة روبوتات الدردشة، في الوقت الحاضر، وقد تمّ تكييف وتطوير أنظمة روبوتات الدردشة لتناسب العديد من المجالات المختلفة (Nagarhalli, et al., 2020)، وتقدم هذه الروبوتات تحسناً في كفاءة المؤسسات وتعزز الأداء في دعم المستخدمين (Sousa, et al., 2019).
٨. الفورية **immediacy**: تُعد روبوتات الدردشة إحدى الخدمات الرقمية التي يزداد انتشارها باستمرار، وقد أحدث وجودها تغييرات كبيرة في طريقة تفاعل البشر مع التكنولوجيا، فباستخدام الذكاء الاصطناعي، تستطيع روبوتات الدردشة تقديم

استجابات وحلول فورية للمستخدمين؛ مما يسرع عمليات التواصل ويُحسن كفاءة الخدمة (De Cock, et al., 2020) .

وقد حسّنت التطورات في معالجة اللغة الطبيعية والتعلم الآلي قدرة تطبيقات روبوتات الدردشة على فهم أسئلة المستخدمين والرد عليها بطريقة تُشبه التواصل البشري، وهذا يُخفف العبء عن مُختصي دعم العملاء البشريين، ويضمن تجارب مُنسقة وفي الوقت المناسب (Abdulquadri, et al., 2021).

٩. **التحكّم: control** أصبحت روبوتات الدردشة القادرة على استشعار المشاعر الإنسانية، منتشرة بشكل متزايد. ومع ذلك، فإن إظهار العواطف من قبل روبوتات الدردشة المدركة للعواطف يقوض استقلالية الإنسان وثقة المستخدمين؛ لذلك كانت إحدى طرق ضمان الاستقلالية هي توفير القدرة على التحكّم في روبوتات الدردشة. وفي المقابل، قد يؤدي تقديم قدر كبير من التحكّم إلى زيادة الجهد المعرفي للمستخدمين، حيث إن مستويات التحكّم الأعلى تزيد من الاستقلالية والثقة في روبوتات الدردشة (Benke, et al., 2022).

فيما يخص متغير المصادقية: وفقًا لقاموس أكسفورد للغة الإنجليزية فإن المصادقية هي نوعية الثقة والاعتقاد في شيء ما؛ حيث يشير تعريف القاموس إلى أن مفهوم المصادقية يعتمد على صفات أو أبعاد محددة مثل الجدارة بالثقة، والتي تشارك في جعل الناس يعتقدون في شيء ما

(The American Heritage Dictionary of the English Language, 5th ed)

لذلك إذا قدّمت روبوتات الدردشة إجابات خاطئة أو غير كافية للمستخدمين، أو إذا كرّرت طرح نفس الأسئلة، فإنها تفقد مصداقيتها، وسرعان ما سيقطع المستخدمون الاتصال، ولن يستخدموا روبوت الدردشة بعد ذلك (Zumstein, et al., 2017).



فيما يخص متغير التطويع أو التخصيص: تُعد أولى خطوات تطويع تطبيقات روبوتات الدردشة لخدمة المستخدمين هي فهم العوامل الاجتماعية والسلوكية للمستخدمين (Schanke, et al., 2021).

توظيف النموذج في الدراسة الحالية:

تم توظيف متغيرات الكفاءات الاتصالية لروبوتات الدردشة كما يلي:

أولاً: الإفصاح الذاتي Self-Disclosure: تم قياس مدى إدراك الشباب العربي أن روبوتات الدردشة تشارك معلومات عن ذاتها كطريقة عملها، أو الكشف عن هويتها، وتوضيح ما إذا كانت مجانية أم مدفوعة، وتأثير هذا الإفصاح على رضا الشباب العربي عن كفاءة تلك التطبيقات.

ثانياً: التعاطف Empathy: تم التركيز على تقييم الشباب العربي لقدرة تطبيقات روبوتات الدردشة على فهم مشاعر الشباب العربي محل الدراسة، والتعبير عن الاهتمام باحتياجاتهم، وتم ربط ذلك بمستوى رضاهم عن التطبيق؛ فكلما أحسوا بتعاطف تطبيقات روبوتات الدردشة، قد يرتفع رضاهم عن تلك التقنيات.

ثالثاً: الاسترخاء الاجتماعي Social Relaxation: تم دراسة ما إذا كان تفاعل الشباب العربي مع تطبيقات روبوتات الدردشة يخلق لديهم شعوراً بالراحة، أو يقلل من شعورهم بالوحدة والقلق الاجتماعي، وتم قياس مدى شعورهم بالتواجد الاجتماعي، واعتبار التطبيق صديقاً حقيقياً أثناء استخدام التطبيق؛ وذلك لمعرفة ما إذا كان روبوتات الدردشة مريحة اجتماعياً، ومدى تأثير ذلك على رضاهم عنها.

رابعاً: إدارة التفاعل Interaction Management: تم تقييم مدى فعالية تفاعل روبوتات الدردشة مع استفسارات الشباب العربي، بما في ذلك سرعة الاستجابة والفهم الصحيح لتلك الاستفسارات؛ لقياس مدى رضاهم عن طريقة إدارة تطبيقات روبوتات الدردشة للحوار بين المستخدم والتطبيق.

خامساً: الحزم Assertiveness: تمَّ قياس مدى إدراك الشباب العربيّ أن تطبيقات روبوتات الدردشة التي يستخدمونها تُقدِّم معلوماتٍ واضحة ومباشرةً ومنطقيةً، ومدى تأثير هذا الحزم على رضا الشباب العربيّ عن المعلومات المُقدَّمة من روبوتات الدردشة.

سادساً: التعبير Expressiveness: تمَّ البحث عن قدرة تطبيقات روبوتات الدردشة على إيصال المعلومات والأفكار بطريقةٍ جذابة؛ من خلال التعبير بأسلوبٍ ولغةٍ واضحةٍ ومدى رضا الشباب العربيّ محل الدراسة عن تلك الكفاءة.

سابعاً: الدعم Supportiveness: تمَّ قياس مدى قدرة تطبيقات روبوتات الدردشة على تقديم المساعدة والدعم للشباب العربيّ، وتأثير ذلك على تسهيل حياتهم وتلبية احتياجاتهم في مختلف مجالات الحياة، وانعكاس هذا على مستوى الرضا عن المعلومات المُقدَّمة من تلك التقنيات.

ثامناً: الفورية Immediacy: تمَّ دراسة تأثير الاستجابات السريعة والفورية التي تقدِّمها تطبيقات روبوتات الدردشة على مستوى رضا الشباب العربيّ عن تلك التطبيقات.

تاسعاً: التحكم Control: تمَّ قياس علاقة مستوى التحكم الذي تتيحه تطبيقات روبوتات الدردشة، وقدرتها على **تطوير** قدرتها لتلبية رغبات الشباب العربيّ على رضاهم عن كفاءة روبوتات الدردشة.

كما تمَّ قياس متغير المصادقية من خلال عدّة جوانب مهمة:

أولاً: الدقة من خلال معرفة دقّة إجابات تطبيقات روبوتات الدردشة. **ثانياً: الشفافية** من خلال رصد تأثير الإفصاح عن الهوية وسياسات الخصوصية الخاصة بالروبوتات. **ثالثاً: الموثوقية** من خلال الكشف عن تأثير الاستناد لمصادر موثوقة وتحديث



المعلومات باستمرار. وأخيراً: **النزاهة** من خلال توضيح أثر تجنب التحيز واحترام الآراء المختلفة والالتزام بالأخلاقيات، بالإضافة إلى تأثير **السُّمعة** المستمدة من تقييمات المستخدمين وتجاربهم على الرضا عن المعلومات المُقدَّمة عبر تطبيقات روبوتات الدردشة.

وتمَّ قياس متغير تطويع روبوتات الدردشة من خلال عدة عوامل أساسية تمنح المُستخدم شعوراً بالتحكم في التطبيق وفقاً لمتطلباته الفردية والرضا عن التجربة معه، وهي إمكانية تعديل إعدادات التطبيق للمستخدم، السيطرة على الإشعارات من قبل المُستخدم؛ لأن تحديد أنواع الإشعارات التي يرغب المستخدم في استقبالها تؤثر على رضاه؛ لأن ذلك يمنحه تجربة خالية من الإزعاج، ويعزز التركيز على المعلومات التي يرغبها فقط، كما أن القدرة على حفظ واسترجاع المعلومات تسهل على المُستخدم الوصول إلى بياناته؛ مما يوفر وقته وجهده، ولعل جوهر التطويع هو تخصيصُ التطبيق ليتوافق مع الاحتياجات، حيث يسمح للمستخدم بتكييف ميزات التطبيق لتلبية متطلباته؛ مما يعزز من فعالية روبوتات الدردشة.

أما بخصوص متغير الرضا: يُعد توافر أبعاد الكفاءات الاتصالية لروبوتات الدردشة- السابق ذكرها وكذلك مصداقية المعلومات المُقدَّمة من خلال روبوتات الدردشة ومستوى الثقة في تلك التقنيات، وتطويع التطبيق وتخصيصه لتلبية احتياجات المُستخدم- هي مقاييسُ رضا الشباب العربي عن روبوتات الدردشة.

تساؤلات الدراسة:

١. ما معدّل استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لتطبيقات روبوتات الدردشة؟
٢. ما أكثر أنواع تطبيقات روبوتات الدردشة استخداماً من قبل الشباب العربي عينة الدراسة؟

٣. ما الموضوعات التي يتناولها الشباب العربيُّ عينةُ الدراسة في محادثاتهم مع تطبيقات روبوتات الدردشة؟
٤. ما دوافعُ استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لتطبيقات روبوتات الدردشة؟
٥. ما أهم الكفاءات الاتصالية التي تؤثر على رضا الشباب العربيِّ عينة الدراسة عن المعلومات المُقدَّمة من تطبيقات روبوتات الدردشة؟
٦. ما تأثير تحقيق معايير المصادقية على رضا الشباب العربي عينة الدراسة عن المعلومات المقدمة من تطبيقات روبوتات الدردشة؟
٧. ما تأثيرُ إمكانية تطويع تطبيقات روبوتات لتلبية احتياجات الشباب العربي عينة الدراسة على رضاهم عن تلك التطبيقات؟
٨. ما تأثير اختلاف الخصائص الديموجرافية بين الشباب العربي عينة الدراسة في مستوى رضاهم عن المعلومات المُقدَّمة من تطبيقات روبوتات الدردشة؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لروبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لروبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها.
- الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى شعور الشباب العربي عينة الدراسة بالرضا عن التجربة معها.
- الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معايير مصادقية روبوتات الدردشة ومدى شعور الشباب العربي عينة الدراسة بالرضا عن التجربة معها.



الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين القدرة على تطويع روبوتات الدردشة ومدى شعور الشباب العربي عينة الدراسة بالرضا عن التجربة معها.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب خصائصهم الديموجرافية (النوع، والجنسية، والسن، والمستوى التعليمي، ومستوى الدخل).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تتتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى رصد خصائص مجموعة معينة وتوصيفها؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات دقيقة وكافية عنها؛ حيث تستهدف الدراسة الحالية رصد الكفاءات الاتصالية لتطبيقات روبوتات الدردشة وانعكاسها على رضا الشباب العربي عن المعلومات المُقدّمة من خلالها.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي؛ وذلك من خلال مسح عينة عمدية متاحة من الشباب العربي الذي يستخدمون تطبيقات روبوتات الدردشة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل في الشباب العربي (الذكور - الإناث) في المرحلة العمرية من (١٨ - ٤٥) عامًا، في دول (مصر - السعودية - الإمارات - المغرب - الأردن).

عينة الدراسة:

تمّ تطبيق الدراسة على عينة عمدية متاحة من الشباب العربي ممن يستخدمون تطبيقات روبوتات الدردشة بواقع (٦٠٦) مفردات في الفئة العمرية من (١٨ – ٤٥) عاماً، في دول (مصر – السعودية – الإمارات – المغرب – الأردن)، وتم نشر الاستبانة في مجموعات خاصة بالسفر والتي تتضمن أعضاء من الدول العربية للحصول على العينة، وكذلك الاستعانة ببعض مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة الوصول لعينة الدراسة، وتم اختيار عينة الشباب والدول العربية لعدة أسباب يمكن إجمالها فيما يلي:

يلي:

- فئة الشباب تُعدّ الفئة الأكثر استخداماً للتطبيقات التكنولوجية وفقاً لمراجعة الدراسات السابقة.
- وتم اختيار دولة مصر: لأنها دولة ذات كثافة سكانية عالية، ولارتفاع نسبة الشباب ضمن التركيبة السكانية لمصر، كما أن مصر تؤدي دوراً مركزياً في المشهد الثقافي العربي؛ مما قد يجعل تجارب الشباب المصري مع تقنيات روبوتات الدردشة مؤشراً على اتجاهات أوسع في المنطقة العربية.
- أما السعودية والإمارات: فهما من الدول المتقدمة تكنولوجياً، وبصفة خاصة في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، ومن أوائل الدول العربية التي بدأت في استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في جميع مؤسساتها.
- وبذلك تمّ مراعاة التقسيم الجغرافي بتوازن واختيار دولة تمثل دول الشرق الأوسط وهي مصر، ودول الخليج العربي والتي تم تمثيلها في السعودية والإمارات، ودول المغرب العربي وتم تمثيلهم في المغرب والأردن.



خصائص عينة الدراسة:

جدول (١)

خصائص عينة الدراسة (ن=٦٠٦)

النوع	الجنسية	السن	المستوى التعليمي	مستوى الدخل
ذكر	مصري	من ١٨ لأقل من ٢٥ سنة	جامعي	منخفض
أنثى	سعودي	من ٢٥ لأقل من ٣٠ سنة	دراسات عليا	متوسط
	إماراتي	من ٣٠ لأقل من ٣٥ سنة	منخفض	متوسط
	مغربي	من ٣٥ سنة إلى ٤٥	دراسات عليا	عال
	أردني	مؤهل متوسط/ فوق المتوسط	منخفض	متوسط
			جامعي	عال
			دراسات عليا	
			منخفض	
			متوسط	
			عال	

أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة أداة الاستبانة الإلكترونية؛ وذلك لتغطية تساؤلات الدراسة وأهدافها، وتضمنت الاستبانة ١٦ سؤالاً، وتم تقسيم الاستبانة إلى ثلاثة محاور، المحور الأول: تضمّن عادات واستخدامات روبوتات الدردشة، وتضمّن المحور الثاني: الكفاءات الاتصالية لتطبيقات روبوتات الدردشة، وتضمّن المحور الثالث: تأثير مصداقية المحتوى المُقدّم عبر روبوتات الدردشة على مستوى الرضا عن تلك التطبيقات، وتم تطبيق الاستبانة في الفترة الزمنية من ٣ يناير إلى ٢ أبريل ٢٠٢٥م.

أساليب القياس المستخدمة في الاستمارة:

جدول (٢)

مقاييس الدراسة

المتغيرات	أسئلة القياس	توزيع الدرجات	تصنيف المبحوثين
كثافة استخدام روبوتات الدردشة	س١ + س٢	دائمًا، من ثلاث ساعات فأكثر (٣ درجات) أحيانًا، من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات (درجتين) نادرًا، أقل من ساعة (درجة)	(٦-٢) منخفض (٣-٢) متوسط (٤) مرتفع (٦-٥)
دوافع نفعية	س٥ (٦ عبارات)	موافق (٣ درجات) محايد (درجتين) معارض (درجة)	(١٨-٦) منخفض (٩-٦) متوسط (١٤-١٠) مرتفع (١٨-١٥)
دوافع طقوسية	س٥ (٦ عبارات)	موافق (٣ درجات) محايد (درجتين) معارض (درجة)	(١٨-٦) منخفض (٩-٦) متوسط (١٤-١٠) مرتفع (١٨-١٥)
مجمل الدوافع	س٥	موافق (٣ درجات) محايد (درجتين) معارض (درجة)	(٣٦-١٢) منخفض (١٩-١٢) متوسط (٢٨-٢٠) مرتفع (٣٦-٢٩)
الافصاح الذاتي	س٦ (٤ عبارات)	راضٍ إلى حدٍّ كبير (٣ درجات) راضٍ إلى حدٍّ ما (درجتين) غير راضٍ (درجة)	(١٢-٤) منخفض (٦-٤) متوسط (٩-٧) مرتفع (١٢-١٠)
التعاطف	س٦ (٣ عبارات)	راضٍ إلى حدٍّ كبير (٣ درجات) راضٍ إلى حدٍّ ما (درجتين) غير راضٍ (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
الاسترخاء الاجتماعي	س٦ (٣ عبارات)	راضٍ إلى حدٍّ كبير (٣ درجات) راضٍ إلى حدٍّ ما (درجتين) غير راضٍ (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
إدارة التفاعل	س٦ (٣ عبارات)	راضٍ إلى حدٍّ كبير (٣ درجات) راضٍ إلى حدٍّ ما (درجتين) غير راضٍ (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
الحزم	س٦ (٤ عبارات)	راضٍ إلى حدٍّ كبير (٣ درجات) راضٍ إلى حدٍّ ما (درجتين) غير راضٍ (درجة)	(١٢-٤) منخفض (٦-٤) متوسط (٩-٧) مرتفع (١٢-١٠)



المتغيرات	أسئلة القياس	توزيع الدرجات	تصنيف المبحوثين
التعبير	س٦ (٣ عبارات)	راض إلى حد كبير (٣ درجات) راض إلى حد ما (درجتين) غير راض (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
الدعم	س٦ (٣ عبارات)	راض إلى حد كبير (٣ درجات) راض إلى حد ما (درجتين) غير راض (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
الفورية	س٦ (٣ عبارات)	راض إلى حد كبير (٣ درجات) راض إلى حد ما (درجتين) غير راض (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
التحكم	س٦ (٣ عبارات)	راض إلى حد كبير (٣ درجات) راض إلى حد ما (درجتين) غير راض (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
مجمل الكفاءات الاتصالية	س٦	راض إلى حد كبير (٣ درجات) راض إلى حد ما (درجتين) غير راض (درجة)	(٨٧-٢٩) منخفض (٤٨-٢٩) متوسط (٦٧-٤٩) مرتفع (٨٧-٦٨)
الدقة	س٨ (٣ عبارات)	تؤثر بدرجة كبيرة (٣ درجات) تؤثر إلى حد ما (درجتين) لا تؤثر (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
الشفافية	س٨ (٣ عبارات)	تؤثر بدرجة كبيرة (٣ درجات) تؤثر إلى حد ما (درجتين) لا تؤثر (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
الموثوقية	س٨ (٣ عبارات)	تؤثر بدرجة كبيرة (٣ درجات) تؤثر إلى حد ما (درجتين) لا تؤثر (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
النزاهة	س٨ (٣ عبارات)	تؤثر بدرجة كبيرة (٣ درجات) تؤثر إلى حد ما (درجتين) لا تؤثر (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
السمعة	س٨ (٣ عبارات)	تؤثر بدرجة كبيرة (٣ درجات) تؤثر إلى حد ما (درجتين) لا تؤثر (درجة)	(٩-٣) منخفض (٤-٣) متوسط (٧-٥) مرتفع (٩-٨)
القدرة على تطويع روبوتات الدردشة	س٩ (٥ عبارات)	تؤثر بدرجة كبيرة (٣ درجات) تؤثر إلى حد ما (درجتين) لا تؤثر (درجة)	(١٥-٥) منخفض (٨-٥) متوسط (١١-٩) مرتفع (١٥-١٢)

صدق وثبات أدوات القياس:

تمَّ إجراء الفحص الدقيق لكل فئة وسؤالٍ للتأكد من الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه من أجل تحقيق الهدف المطلوب للدراسة، ومن أجل التحقق من صدق الاستبانة تمَّ عرض الاستبانة على السادة المحكمين(*) لتقييم مدى ملائمتها وصلاحيته للتطبيق، وتمَّ إجراء التعديلات اللازمة بناء على ملاحظاتهم، ثم قامت الباحثتان بإجراء اختبار قبلي-**pre test** للاستبانة على عينةٍ مشابهة للعينة الرئيسة قوامها ٦٠ مفردة؛ أي ما يعادل ١٠% من إجمالي العينة الأصلية؛ وذلك للتعرف على درجة وضوح العبارات ومدى فهم أفراد العينة للأسئلة.

واستخدمت الباحثتان معادلة ألفا كرونباخ **Alpha – Cronbach** لقياس معامل الثبات لمقياس الدراسة، من خلال تحديد قيمة الاتساق الداخلي بين عبارات المقياس، وتوضح بيانات الجدول (٣) تمتع المقياس بدرجةٍ كبيرةٍ من الثبات.

(*) السادة المحكمون:

- أ.د. علي عجوة: أستاذ العلاقات العامة والإعلان العميد السابق لكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ.د. وائل إسماعيل عبدالباري: أستاذ الإعلام بكلية البنات- جامعة عين شمس.
- أ.م.د. محمد عتران: أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ.م.د. مروي السعيد: أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بكلية الآداب- جامعة المنصورة.
- أ.م.د. أسامة عبد الحميد: أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بكلية الآداب- جامعة كفر الشيخ.



جدول (٣)

ثبات المقاييس وصدقها

المتغيرات	ثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق الذاتي
كثافة استخدام روبوتات الدردشة	٠.٧١٦	٠.٨٤٦
الدوافع		
دوافع نفعية	٠.٨٩٠	٠.٩٤٣
دوافع طقوسية	٠.٩٢٨	٠.٩٦٣
مجمّل الدوافع	٠.٩٣٣	٠.٩٦٥
الكفاءات الاتصالية لروبوتات الدردشة		
الإفصاح الذاتي	٠.٧٠٨	٠.٨٤١
التعاطف	٠.٦٢٨	٠.٧٩٢
الاسترخاء الاجتماعي	٠.٨٤٣	٠.٩١٨
إدارة التفاعل	٠.٨٢٥	٠.٩٠٨
الحزم	٠.٨٤٤	٠.٩١٨
التعبير	٠.٦١٤	٠.٧٨٣
الدعم	٠.٦٩٢	٠.٨٣١
الفورية	٠.٦٥١	٠.٨٠٦
التحكّم	٠.٧٩٢	٠.٨٨٩
مجمّل الكفاءات الاتصالية	٠.٨٩١	٠.٩٤٣
المصداقية		
الدقة	٠.٧٦٦	٠.٨٧٥
الشفافية	٠.٧٧٩	٠.٨٨٢
الموثوقية	٠.٧٢٥	٠.٨٥١
النزاهة	٠.٨٣٥	٠.٩١٣
السّمة	٠.٨٣٩	٠.٩١٥
التطويع		
القدرة على تطويع روبوتات الدردشة	٠.٨٢٩	٠.٩١٠

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: الكفاءات الاتصالية لتطبيقات روبوتات الدردشة.

المتغير التابع: الرضا عن المعلومات.

المتغيرات الوسيطة: تتمثل في المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة (السن، النوع، الجنسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي (مرتفع، متوسط، منخفض)، المستوى التعليمي (مرتفع، متوسط، منخفض).

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة، تم إدخالها- بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences (Version 23)؛ وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. حساب الوزن النسبي للبيانات المقاسة على مقياس ليكرت، وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لها، ثم ضرب النتائج $X 100$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس.
٣. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٤، ومتوسطة ما بين ٠.٤-٠.٧، وقوية إذا بلغت ٠.٧ فأكثر.
٤. اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
٥. تحليل التباين ذي البعد الواحد (One way Analysis of Variance)



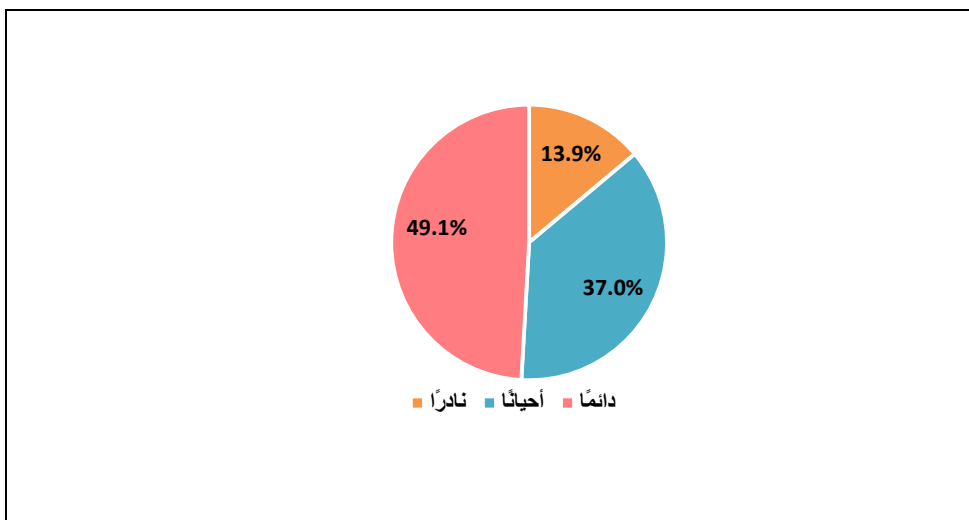
المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

٦. الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

٧. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل

النتائج العامة للدراسة الميدانية:

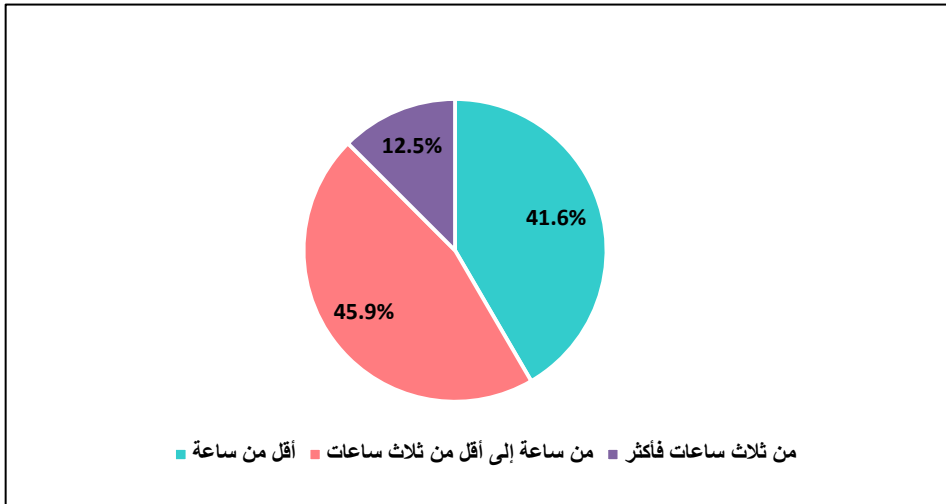
١. معدل استخدام تطبيقات روبوتات الدردشة chatbots



شكل (٢): معدل استخدام تطبيقات روبوتات الدردشة chatbots

يتضح من الشكل البياني (٢)، أن معدل استخدام تطبيقات روبوتات الدردشة chatbots عند المبحوثين عينة الدراسة بنسبة ٤٩.١% كان بشكل دائم، يليه الاستخدام أحياناً بنسبة ٣٧%، في حين جاء استخدام تطبيقات روبوتات الدردشة نادراً بنسبة ١٣.٩%، وتشير هذه النتيجة إلى أن تطبيقات روبوتات الدردشة تتمتع بانتشار واسع بين الشباب؛ مما يعكس تبني هذه التقنية في جميع مجالات الحياة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Wang, et al., 2022) التي أكدت على تزايد دول العالم في تبني برامج الدردشة الآلية الموجهة بالذكاء الاصطناعي.

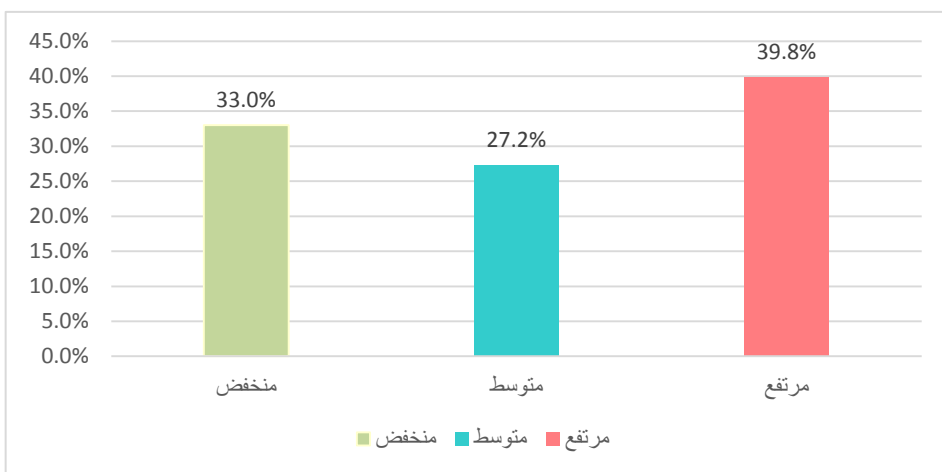
٢. عدد ساعات استخدام تطبيقات روبوتات الدردشة chatbots



شكل (٣): عدد ساعات استخدام تطبيقات روبوتات الدردشة chatbots



يتضح من الشكل البياني (٣)، أن عدد ساعات استخدام تطبيقات روبوتات الدردشة chatbots عند أغلب المبحوثين عينة الدراسة كانت من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة ٤٥.٩%، يليه الاستخدام أقل من ساعة بنسبة ٤١.٦%، في حين جاء استخدام تطبيقات روبوتات الدردشة من ثلاث ساعات فأكثر بنسبة ١٢.٥%، وتشير هذه النتيجة إلى أن جمهور الشباب يستخدم تطبيقات روبوتات الدردشة بشكل معتدل خلال اليوم.



شكل (٤): كثافة استخدام روبوتات الدردشة

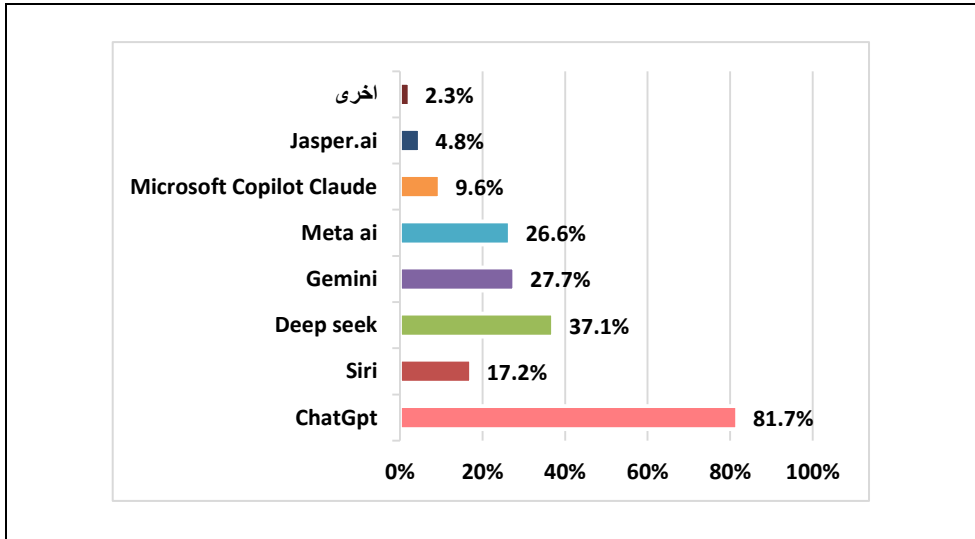
يوضح الشكل البياني (٤) كثافة استخدام روبوتات الدردشة chatbots، حيث جاء الاستخدام مرتفعاً بنسبة ٣٩.٨%، يليه الاستخدام المنخفض لروبوتات الدردشة chatbots بنسبة ٣٣%، ثم جاء الاستخدام المتوسط بنسبة ٢٧.٢%.

تشير كثافة الاستخدام إلى إدراك الشباب العربي لأهمية وفوائد روبوتات الدردشة، بينما تشير النسبة المتوسطة إلى أن هناك نسبة من الشباب العربي لا تزال تستكشف روبوتات الدردشة، في حين قد تكشف النسبة المنخفضة إلى تحفظ بعض الشباب العربي

من استخدام تلك التقنيات ربما بسبب مخاوف الخصوصية، أو عدم المعرفة الكافية ببروبات الدردشة.

وترجع دراسة (Bae Brandtzaeg, et al., 2021) أن كثافة الإقبال على تطبيقات روبوتات الدردشة ينطوي على فرص تجربة الشباب لأنواع مختلفة من الدعم الاجتماعي، والمعلوماتي، والعاطفي، والعملية، بينما تؤكد دراسة كل من (De Cosmo, et al., 2021) (Ischen, et al., 2020) (Hasal, et al., 2021) أن مخاوف المستخدمين بشأن الخصوصية تؤثر سلباً على النية السلوكية لاستخدام تطبيقات روبوتات الدردشة.

٣. أكثر أنواع روبوتات الدردشة chatbots استخداماً:



شكل (٥): أكثر أنواع روبوتات الدردشة chatbots استخداماً

يوضح الشكل البياني (٥) أكثر أنواع روبوتات الدردشة chatbots استخداماً، حيث تصدر تطبيق chat Gpt أكثر أنواع روبوتات الدردشة استخداماً بنسبة ٨١.٧%، يليه في الترتيب الثاني تطبيق Deep seek بنسبة ٣٧.١%، يليه في

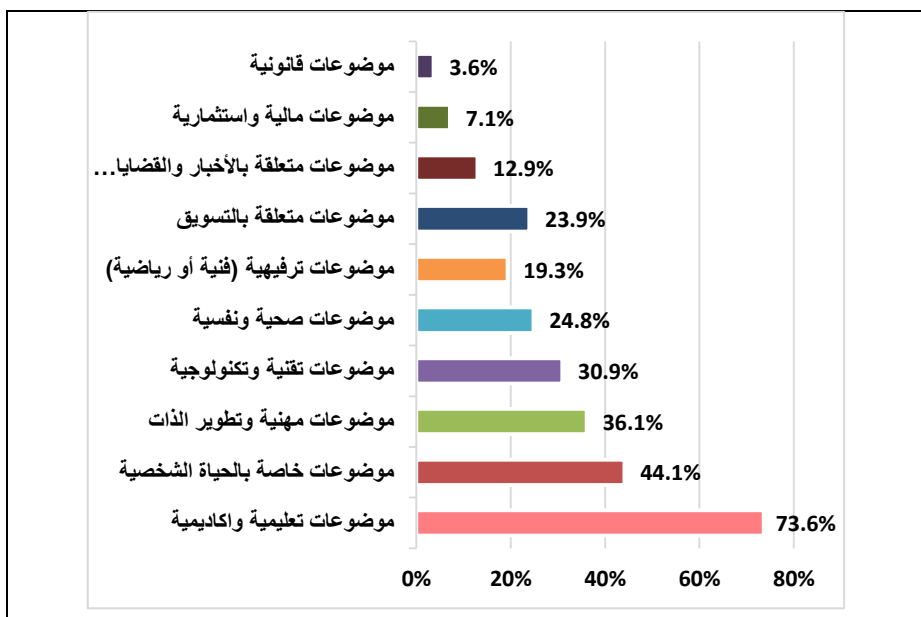


الترتيب الثالث تطبيق Gemini بنسبة ٢٧.٧٪، يليه في الترتيب الرابع meta ai بنسبة ٢٦.٦٪، ثم Siri بنسبة ١٧.٢٪، ثم Microsoft copilot claude بنسبة ٩.٦٪، ثم Jasper. Ai بنسبة ٤.٨٪، وتطبيقات أخرى بنسبة ٢.٣٪ مثل (Deep .search, Replika, Consensus, Janitor ai).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Sapkota, et al., 2025) التي أكدت على شعبية وانتشار تطبيق chat Gpt و Deep seek بشكل كبير جداً.

تشير هذه النتيجة إلى هيمنة تطبيق chat Gpt بفارق كبير جداً على منافسيه من التطبيقات، وربما يرجع ذلك إلى سهولة استخدامه وفهمه للغة الطبيعية وإتاحته بشكل مجاني، وتنافس تطبيقات Deep seek، و Gemini، و meta ai بشكل قوي أيضاً؛ مما يعكس وعي الشباب العربي بوجود بدائل متعددة لتطبيقات chatbots.

٤. الموضوعات محل التناول في المحادثات مع روبوتات الدردشة:



شكل (٦): الموضوعات محل التناول في المحادثات مع روبوتات الدردشة

توضح بيانات الشكل (٦) الموضوعات محلّ التناول في المحادثات مع روبوتات الدردشة؛ حيث جاءت موضوعات تعليمية وأكاديمية بنسبة ٧٣.٦% في الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني موضوعات خاصة بالحياة الشخصية بنسبة ٤٤.١%، يليها في الترتيب الرابع موضوعات مهنية وتطوير الذات بنسبة ٣٦.١%، يليها في الترتيب الخامس موضوعات تقنية وتكنولوجية بنسبة ٣٠.٩%، يليها في الترتيب السادس موضوعات صحية ونفسية ٢٤.٨%، ثمّ موضوعات متعلّقة بالتسويق ٢٣.٩%، ثمّ موضوعات ترفيهية (فنية أو رياضية) بنسبة ١٩.٣%، ثمّ موضوعات متعلّقة بالأخبار والقضايا المجتمعية ١٢.٩%، ثمّ موضوعات مالية واستثمارية ٧.١%، وأخيراً موضوعات قانونية ٣.٦%.

تعكس هذه النتيجة التنوّع الضخم في الموضوعات التي تتناولها تطبيقات روبوتات الدردشة؛ مما يشير إلى مرونة هذه التقنيات في تلبية احتياجات الشباب العربي، كما تشير النتيجة إلى الأهمية الكبيرة لتطبيقات روبوتات الدردشة كأداة أكاديمية وتعليمية، كما تعكس النتيجة الحاجة الملحة لتطوير تطبيقات روبوتات دردشة متخصصة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Alsharhan, et al., 2023) التي أكدت أن تطبيقات روبوتات الدردشة تكتسب زخماً في مختلف المجالات، وخاصة مجال التعليم؛ حيث تؤكد دراسة (Pergantis, et al., 2025) أن روبوتات الدردشة أداة ذكاء اصطناعي مبتكرة يمكن أن تعمل كمساعد رقمي للتعليم وتوسيع المهارات؛ مما يسهم في التطور المعرفي والاجتماعي للفرد.

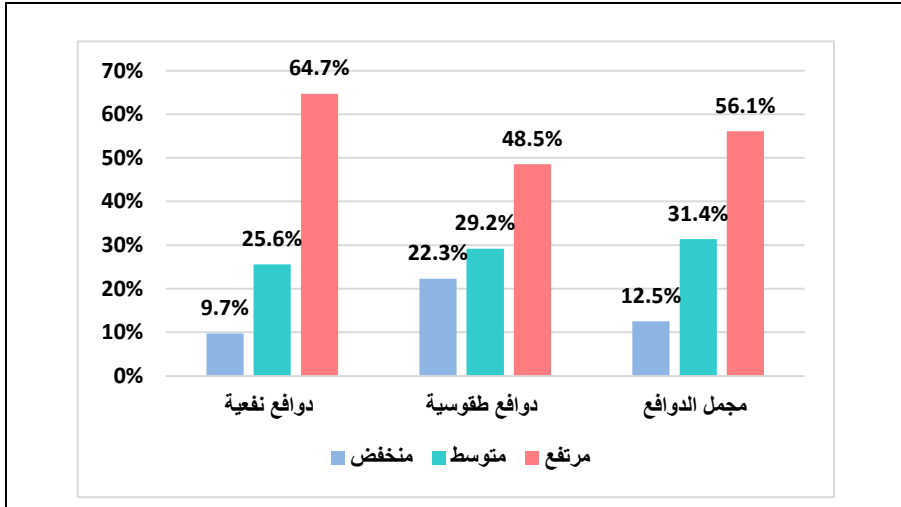


٥. دوافع استخدام روبوتات الدردشة:

جدول (٤)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس دوافع استخدام روبوتات الدردشة (ن=٦٠٦)

العبارة	الموقف	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
الدوافع النفعية						
تقدم معلومات دقيقة بطريقة مبسطة	ك	٣٨٧	١٧٤	٤٥	٢.٥٦	%٨٥.٥
	%	%٦٣.٩	%٢٨.٧	%٧.٤		
توفر لي خيارات عديدة بشأن ما أبحث عنه	ك	٣٦١	١٩٣	٥٢	٢.٥١	%٨٣.٧
	%	%٥٩.٦	%٣١.٨	%٨.٦		
تقدم أحدث المعلومات حول الموضوعات التي تهمني	ك	٣٨٠	١٥٣	٧٣	٢.٥١	%٨٣.٦
	%	%٦٢.٨	%٢٥.٢	%١٢		
تساعدني على تطوير أفكار	ك	٣٣٥	١٨٧	٨٤	٢.٤١	%٨٠.٥
	%	%٥٥.٢	%٣٠.٩	%١٣.٩		
تقدم لي الدعم الشخصي الكافي	ك	٣١١	١٩٧	٩٨	٢.٣٥	%٧٨.٤
	%	%٥١.٣	%٣٢.٥	%١٦.٢		
توفر لي الوقت والجهد من خلال الرد الفوري على استفساراتي	ك	٣٩٩	١٣٧	٧٠	٢.٥٤	%٨٤.٨
	%	%٦٥.٨	%٢٢.٦	%١١.٦		
الدوافع الطقوسية						
وسيلة للترفيه وقضاء وقت الفراغ	ك	٢٩٢	١٧٤	١٤٠	٢.٢٥	%٧٥
	%	%٤٨.٢	%٢٨.٧	%٢٣.١		
الشعور بالأنس من خلال التحدث مع الروبوتات في كافة الأمور الحياتية	ك	٢٧٧	١٦٧	١٦٢	٢.١٩	%٧٣
	%	%٤٥.٧	%٢٧.٦	%٢٦.٧		
إجراء محادثات مع روبوتات الدردشة يساعدني على التخلص من الأعباء والضغط اليومية	ك	٢٨٧	١٦١	١٥٨	٢.٢١	%٧٣.٨
	%	%٤٧.٣	%٢٦.٦	%٢٦.١		
إمكانية التعبير عن المشاعر بكل حرية وأمان	ك	٢٩٨	١٨٠	١٢٨	٢.٢٨	%٧٦
	%	%٤٩.٢	%٢٩.٧	%٢١.١		
الحصول على الدعم العاطفي	ك	٢٧٢	١٦٤	١٧٠	٢.١٧	%٧٢.٣
	%	%٤٤.٨	%٢٧.١	%٢٨.١		
وسيلة أقل إرهاقا من التعامل مع البشر	ك	٣٠٤	١٧٦	١٢٦	٢.٢٩	%٧٦.٥
	%	%٥٠.٢	%٢٩	%٢٠.٨		



شكل (٧): دوافع استخدام روبوتات الدردشة

فيما يتعلق بالدوافع النفعية: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الدوافع النفعية على استخدام روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٦٤.٧%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الدوافع النفعية متوسطاً ٢٥.٦%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الدوافع النفعية لديهم منخفضاً عن ٩.٧%.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس الدوافع النفعية لتطبيقات روبوتات الدردشة في الجدول (٤)؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "تقدّم معلومات دقيقة بطريقة مبسطة" بمتوسط حسابي ٢.٥٦ ووزن نسبي ٨٥.٥%، يليها في الترتيب الثاني عبارة "توفر لي الوقت والجهد من خلال الرد على استفساراتي" بمتوسط حسابي ٢.٥٤ ووزن نسبي ٨٤.٨%، يليها في الترتيب الثالث "توفر لي خيارات عديدة بشأن ما أبحث عنه" بمتوسط حسابي ٢.٥١ ووزن نسبي ٨٣.٧%، يليها في الترتيب الرابع عبارة "تقدم أحدث المعلومات حول الموضوعات التي تهمني" بمتوسط حسابي ٢.٥١ ووزن نسبي ٨٣.٦%، يليها في الترتيب الخامس "تساعدني على تطوير



أفكاري" بمتوسط حسابي ٢.٤١ ووزن نسبي ٨٠.٥%، ثم عبارة "تقدم لي الدعم الشخصي الكافي" بمتوسط حسابي ٢.٣٥ ووزن نسبي ٧٨.٤%.

وتتفق مع هذه النتيجة مع دراسة (Brandtzaeg, et al., 2017) التي تشير إلى قدرة روبوتات الدردشة على مساعدة المستخدمين في الحصول على مساعدة أو معلومات في الوقت المناسب وبكفاءة.

وتشير هذه النتيجة إلى أنَّ المنفعة المعلوماتية هي المحرك الرئيس لتبني تطبيقات روبوتات الدردشة؛ وذلك لقدرتها الهائلة على توفير الوقت والجهد.

فيما يتعلق بالدوافع الطقوسية: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الدوافع الطقوسية على استخدام روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٤٨.٥%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الدوافع النفعية متوسطاً ٢٩.٢%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الدوافع النفعية لديهم منخفضاً عن ٢٢.٣%.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس الدوافع النفعية لتطبيقات روبوتات الدردشة في الجدول (٤) جاءت في الترتيب الأول عبارة "وسيلة أقل إرهاقاً من التعامل مع البشر" بمتوسط حسابي ٢.٢٩ ووزن نسبي ٧٦.٥%، يليها في الترتيب الثاني عبارة "إمكانية التعبير عن المشاعر بكل حرية وأمان" بمتوسط حسابي ٢.٢٨ ووزن نسبي ٧٦%، يليها في الترتيب الثالث عبارة "وسيلة للترفيه وقضاء وقت الفراغ" بمتوسط حسابي ٢.٢٥ ووزن نسبي ٧٥%، يليها في الترتيب الرابع عبارة "إجراء محادثات مع روبوتات الدردشة تساعدني على التخلص من الأعباء والضغوط اليومية" بمتوسط حسابي ٢.٢١ ووزن نسبي ٧٣.٨%، يليها في الترتيب الخامس "الشعور بالأنس من خلال التحدث مع الروبوتات في كافة الأمور الحياتية" بمتوسط حسابي ٢.١٩ ووزن نسبي ٧٣%، وأخيراً عبارة "الحصول على الدعم العاطفي" بمتوسط حسابي ٢.١٧ ووزن نسبي ٧٢.٣%

وتشير هذه النتيجة إلى أن استخدام تطبيقات روبوتات الدردشة ليس مقترناً بالحصول على المعلومات فحسب، بل يمتد ليشمل الجوانب الاجتماعية والعاطفية.

فيما يتعلق بمجمل الدوافع: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير مجمل الدوافع النفسية والطوقسية على استخدام روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٦٠.١%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير مجمل الدوافع لديهم متوسطاً ٣١.٤%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثير مجمل الدوافع لديهم منخفضاً عن ١٢.٥%.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Cheng, et al., 2020) التي توصلت إلى أن الرضا النفسي (المعلومات)، والمتعة (الترفيه)، والتكنولوجيا (الجاذبية الإعلامية)، والتواصل الاجتماعي (الحضور الاجتماعي) الناتج عن استخدام روبوت الدردشة يؤثر بشكل إيجابي على رضا المستخدمين عن خدمات روبوت الدردشة.

٦. كفاءة محادثات روبوتات الدردشة:

جدول (٥)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس كفاءة محادثات روبوتات الدردشة (ن=٦٠٦)

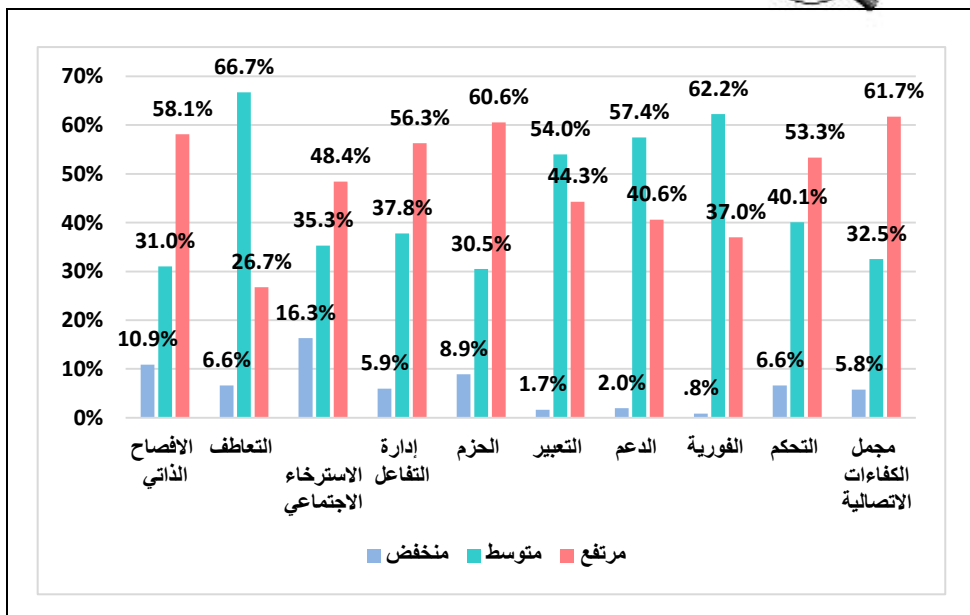
العبارات	الموقف	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
الإفصاح الذاتي						
استرجاع التطبيق لمعلوماتي الشخصية يوفر من وقتي وجهدي	ك	٣١٤	٢٢٦	٦٦	٢.٤١	٨٠.٣%
	%	٥١.٨%	٣٧.٣%	١٠.٩%		
أري أن مشاركة معلوماتي الشخصية مع التطبيق غير مفيدة	ك	١٤٦	٢٢٥	٢٣٥	١.٨٥	٦١.٨%
	%	٢٤.١%	٣٧.١%	٣٨.٨%		
يجعل الإفصاح عن المعلومات الشخصية إجابات التطبيقات متخصصة وأكثر دقة	ك	٣٥٠	١٧٥	٨١	٢.٤٤	٨١.٥%
	%	٥٧.٧%	٢٨.٩%	١٣.٤%		
الإفصاح عن مجانية روبوت الدردشة توفر عناء البحث عن بدائل مدفوعة وتزيد من إقبالي على استخدامه	ك	٣٥٩	١٧٨	٦٩	٢.٤٨	٨٢.٦%
	%	٥٩.٢%	٢٩.٤%	١١.٤%		
التعاطف						
يزيد تعاطف التطبيق مع شعوري من تفضيلي له	ك	٢٩٠	٢٢٠	٩٦	٢.٣٢	٧٧.٣%
	%	٤٧.٩%	٣٦.٣%	١٥.٨%		



الموقف		إلى حد كبير	إلى حد ما	لا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
العبارات						
ك	تجاوب التطبيق مع مشاكلي واهتمامه بحلها يزيد من انتمائي له	٣١٩	٢٠٤	٨٣	٢٠٣٩	٧٩.٦%
%		٥٢.٦%	٣٣.٧%	١٣.٧%		
ك	لا يؤثر استخدامي لتطبيقات الدردشة على تحسين حالتي المزاجية	٢٠٨	١٧٥	٢٢٣	١٠٩٨	٦٥.٨%
%		٣٤.٣%	٢٨.٩%	٣٦.٨%		
الاسترخاء الاجتماعي						
ك	أميل لاستخدام روبوتات الدردشة التي لا تشعرني بالوحدة	٣٣٢	١٦٢	١١٢	٢٠٣٦	٧٨.٨%
%		٥٤.٨%	٢٦.٧%	١٨.٥%		
ك	تمتحنني روبوتات الدردشة الشعور بالتواصل الاجتماعي دون قلق	٣٢١	١٨٠	١٠٥	٢٠٣٦	٧٨.٥%
%		٥٣%	٢٩.٧%	١٧.٣%		
ك	أرى أن روبوتات الدردشة أصبحت بمثابة صديق حقيقي لي	٢٧٧	١٨٣	١٤٦	٢٠٢٢	٧٣.٩%
%		٤٥.٧%	٣٠.٢%	٢٤.١%		
إدارة التفاعل						
ك	تستجيب روبوتات الدردشة مع كل تساؤلاتي	٣٦٨	١٨٦	٥٢	٢٠٥٢	٨٤%
%		٦٠.٧%	٣٠.٧%	٨.٦%		
ك	تفهم روبوتات الدردشة استفساراتي بشكل صحيح	٣٢٢	٢٣٤	٥٠	٢٠٤٥	٨١.٦%
%		٥٣.١%	٣٨.٦%	٨.٣%		
ك	تتكيف روبوتات الدردشة مع طريقة الحوار الخاصة بي	٣٤٩	٢٠٢	٥٥	٢٠٤٩	٨٢.٨%
%		٥٧.٦%	٣٣.٣%	٩.١%		
الحزم						
ك	أثق في تطبيقات روبوتات الدردشة التي تتمتع بالحزم في ردها	٣٤٨	١٨٠	٧٨	٢٠٤٥	٨١.٥%
%		٥٧.٤%	٢٩.٧%	١٢.٩%		
ك	تحافظ روبوتات الدردشة على حدود اللياقة في المحادثة	٣٥٤	٢٠٥	٤٧	٢٠٥١	٨٣.٦%
%		٥٨.٤%	٣٣.٨%	٧.٨%		
ك	امتزاج الحزم مع الود ضروري للاعتماد على آرائه	٣٤٢	٢٠٣	٦١	٢٠٤٦	٨٢.١%
%		٥٦.٤%	٣٣.٥%	١٠.١%		
ك	أشعر بالأمان عندما تقدم روبوتات الدردشة ردًا حازمًا في الاستفسارات غير المناسبة	٣٢٩	١٩٤	٨٣	٢٠٤١	٨٠.٢%
%		٥٤.٣%	٣٢%	١٣.٧%		
التعبير						
ك	أفضل روبوتات الدردشة التي تستخدم لغة واضحة للتعبير أثناء المحادثة	٣٦٩	١٨٩	٤٨	٢٠٥٣	٨٤.٣%
%		٦٠.٩%	٣١.٢%	٧.٩%		
ك	غير متهم بأسلوب التطبيق في التعبير عن آرائه	١٤٠	١٨١	٢٨٥	١٠٧٦	٥٨.٧%
%		٢٣.١%	٢٩.٩%	٤٧%		
ك	أعجب برؤوسات الدردشة التي لديها القدرة على الإبداع في طرق تعبيرها عن المواقف المختلفة	٣٩٧	١٦٣	٤٦	٢٠٥٨	٨٦%
%		٦٥.٥%	٢٦.٩%	٧.٦%		



الموقف		إلى حد كبير	إلى حد ما	لا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	العبارات
الدعم							
ك	٢٩٣	٢٠٤	١٠٩	٢.٣٠	%٧٦.٨	%	أشعر بالاكتهاف بسبب دعم روبوتات الدردشة لي في كل المواقف
ك	١١٨	١٧٨	٣١٠				
ك	١١٨	١٧٨	٣١٠	١.٦٨	%٥٦.١	%	يعرقل حجم متطلباتي روبوتات الدردشة عن دعمها لي
ك	٣٦٤	١٩٨	٤٤				
ك	٣٦٤	١٩٨	٤٤	٢.٥٣	%٨٤.٣	%	أشعر بأهمية روبوتات الدردشة بسبب إمكانية حل كافة المشكلات
ك	٦٠.١	٣٢.٦	٧.٣				
الفورية							
ك	٣٧٥	١٩٦	٣٥	٢.٥٦	%٨٥.٤	%	تتمتع روبوتات الدردشة بالاستجابة السريعة عن استفساراتي
ك	٣٠٨	١٧١	١٢٧				
ك	٣٠٨	١٧١	١٢٧	٢.٣٠	%٧٦.٦	%	لا أستطيع الاستغناء عن روبوتات الدردشة لقدرتها على الاستجابة الفورية على مدار ٢٤ ساعة
ك	٥٠.٨	٢٨.٢	٢١				
ك	١٣١	١٥٩	٣١٦	١.٦٩	%٥٦.٥	%	انتظر فترة طويلة لكي تستجيب روبوتات الدردشة لاستعلاماتي
ك	٢١.٦	٢٦.٢	٥٢.٢				
التحكم							
ك	٣٤٦	١٧٦	٨٤	٢.٤٣	%٨١.١	%	روبوتات الدردشة التي تمنحني التحكم في تجربتي خلالها أكثر فاعلية من غيرها
ك	٥٧.١	٢٩.٠	١٣.٩				
ك	٣٦٢	١٩٢	٥٢	٢.٥١	%٨٣.٧	%	السماح بالتحكم في سياسات روبوتات الدردشة يمنحني تجربة آمنة
ك	٥٩.٧	٣١.٧	٨.٦				
ك	٣٣٧	٢٠٣	٦٦	٢.٤٥	%٨١.٦	%	أشعر بالراحة عندما تمتحني روبوتات الدردشة بالتحكم في التطبيق ليكون أكثر ملائمة لمتطلباتي
ك	٥٥.٦	٣٣.٥	١٠.٩				



شكل (٨): كفاءة محادثات روبوتات الدردشة

فيما يتعلق بتأثير الإفصاح الذاتي على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الإفصاح الذاتي على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٥٨.١%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الإفصاح الذاتي على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٣١%، على حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الإفصاح الذاتي على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ١٠.٩% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس تأثير الإفصاح الذاتي لتطبيقات روبوتات الدردشة على الرضا عن كفاءتها، حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "الإفصاح عن مجانية روبوت الدردشة توفر عناء البحث عن بدائل مدفوعة وتزيد من إقبالي على استخدامه" بمتوسط حسابي ٢.٤٨ ووزن نسبي ٨٢.٦%، تليها

عبارة "الإفصاح عن المعلومات الشخصية تجعل إجابات التطبيقات متخصصة وأكثر دقة" بمتوسط حسابي ٢.٤٤ ووزن نسبي ٨١.٥%، تليها عبارة "استرجاع التطبيق لمعلوماتي الشخصية يوفر من وقتي وجهدي" بمتوسط حسابي ٢.٤١ ووزن نسبي ٨٠.٣%، ثم عبارة "أرى أن مشاركة معلوماتي الشخصية مع التطبيق غير مفيدة" بمتوسط حسابي ١.٨٥ ووزن نسبي ٦١.٨%.

تؤكد هذه النتائج إلى أن الإفصاح عن مجانية روبوت الدردشة هو عامل أساسي في رضا الشباب العربي عن كفاءته، بالإضافة إلى الفوائد المدركة للإفصاح الذاتي بشكل عام مثل الحصول على إجابات متخصصة وتوفير الوقت والجهد. وتتفق دراسة (Lee, et al., 2020) مع هذه النتيجة؛ حيث أكدت أن إفصاح روبوت الدردشة عن ذاته أيضاً تأثيراً إيجابياً على تحسين شعور المستخدمين بالألفة والمتعة.

فيما يتعلق بتأثير التعاطف على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير التعاطف على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٢٦.٧%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير التعاطف على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٦٦.٧%، على حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثير التعاطف على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ٦.٦% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس تأثير تعاطف تطبيقات روبوتات الدردشة مع مستخدميها على الرضا عن كفاءتها، حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "تجارب التطبيق مع مشاكلها واهتمامها بحلها يزيد من انتمائي له" بمتوسط حسابي ٢.٣٩ ووزن نسبي ٧٩.٦%، تليها عبارة "يزيد تعاطف التطبيق مع شعوري من تفضيلي له" بمتوسط حسابي ٢.٣٢ ووزن نسبي ٧٧.٣%، ثم عبارة "لا يؤثر استخدامي لتطبيقات الدردشة على تحسين حالتي المزاجية" بمتوسط حسابي ١.٩٨ ووزن نسبي ٦٥.٨%.



تشير هذه النتائج إلى أن التعاطف يؤثر بشكل كبير على علاقة الشباب العربي
بربوتات الدردشة، ولكنه قد لا يكون العامل الأقوى المُحدد للرضا عن كفاءة تلك
التطبيقات، إلا أنه يسهم في تجربة مستخدم أكثر إيجابية وولاءً لمثل هذه التطبيقات.

وأشارت دراسة (Shum, et al., 2018) أنه لا تكمن جاذبية روبوتات الدردشة
الاجتماعية في قدرتها على الاستجابة لطلبات المستخدمين المتنوعة فحسب، بل أيضاً
في قدرتها على إقامة اتصال عاطفيّ معهم، فتكون مفيدة ومتعاطفة على حدّ سواء.

**فيما يتعلق بتأثير الاسترخاء الاجتماعي على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات
الدردشة:** بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الاسترخاء الاجتماعي على الرضا عن
كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٤٨.٤%، بينما بلغت نسبة المبحوثين
الذين كان تأثير الاسترخاء الاجتماعي على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات
الدردشة لديهم متوسطاً ٣٥.٣%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثير
الاسترخاء الاجتماعي على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً
عن ١٦.٣% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيسُ تأثيرَ الاسترخاء
الاجتماعي الذي توفره تطبيقاتُ روبوتات الدردشة لمستخدميها على الرضا عن
كفاءتها، حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "أميل لاستخدام روبوتات الدردشة التي
لا تشعرني بالوحدة" بمتوسط حسابي ٢.٣٦ ووزن نسبي ٧٨.٨%، تليها عبارة
"تمتحنني روبوتات الدردشة الشعور بالتواصل الاجتماعي دون قلق" بمتوسط حسابي
٢.٣٦ ووزن نسبي ٧٨.٥%، ثم عبارة "أرى أن روبوتات الدردشة أصبحت بمثابة
صديق حقيقي لي" بمتوسط حسابي ٢.٢٢ ووزن نسبي ٧٣.٩%

تدل هذه النتيجة إلى أن الشباب العربيّ يميل نحو الروبوتات التي تحقق الاسترخاء
الاجتماعي لحاجتهم الأساسية للتفاعل والارتباط؛ مما يعزز الرضا عن كفاءة تطبيقات

روبوتات الدردشة؛ حيث يشير هذا الاسترخاء إلى دور أعمق لهذه التطبيقات كمصدر للراحة والتفاعل والدعم الاجتماعي.

فيما يتعلق بتأثير إدارة التفاعل على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ إدارة التفاعل على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٥٦.٣، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ إدارة التفاعل على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٣٧.٨%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ إدارة التفاعل على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ٥.٩% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيسُ تأثيرَ إدارة التفاعل الذي توفره تطبيقاتُ روبوتات الدردشة لمستخدميها على الرضا عن كفاءتها، حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "تستجيب روبوتات الدردشة مع كل تساؤلاتي" بمتوسط حسابي ٢.٥٢ ووزن نسبي ٨٤%، تليها عبارة "تتكيف روبوتات الدردشة مع طريقة الحوار الخاصة بي" بمتوسط حسابي ٢.٤٩ ووزن نسبي ٨٢.٨%، تليها عبارة "تفهم روبوتات الدردشة استفساراتي بشكل صحيح" بمتوسط حسابي ٢.٤٥ ووزن نسبي ٨١.٦%.

تشير هذه النتيجة إلى أن قدرة تطبيقات روبوتات الدردشة على فهم الحوار والاستجابة معه من أهم عوامل إدارة التفاعل التي تؤثر بشكل إيجابي على الرضا عن تلك التطبيقات.

فيما يتعلق بتأثير الحزم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الحزم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٦٠.٦%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الحزم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٣٠.٥%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الحزم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ٨.٩% من عينة الدراسة.



وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيسُ تأثيرَ الحَزم الذي تتمتع به تطبيقاتُ روبوتات الدردشة مع مستخدميها على الرضا عن كفاءتها، حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "تحافظ روبوتات الدردشة على حدود اللياقة في المحادثة" بمتوسط حسابي ٢.٥١ ووزن نسبي ٨٣.٦%، وفي الترتيب الثاني عبارة "امتزاج الحزم مع الوُد ضروري للاعتماد على آرائه" بمتوسط حسابي ٢.٤٦ ووزن نسبي ٨٢.١%، يليها عبارة "أثقت في تطبيقات روبوتات الدردشة التي تتمتع بالحَزم في ردّها" بمتوسط حسابي ٢.٤٥ ووزن نسبي ٨١.٥%، ثم عبارة "أشعر بالأمان عندما تقدم روبوتات الدردشة ردًا حازمًا في الاستفسارات غير المناسبة" بمتوسط حسابي ٢.٤١ ووزن نسبي ٨٠.٢%.

تعكس هذه النتيجة ضرورة برمجة روبوتات الدردشة على الردّ بطريقة تضمن للمستخدم بيئة محادثة آمنة، فالرد الذي يضمن الحدود يعزز من شعور المستخدم بالأمان.

وتؤكد دراسة (Chen, et al., 2025) على ضرورة تقديم تطبيقات الدردشة المشورة بحزم، والتأكيد على المعرفة المهنية، والحفاظ على نبرة موضوعية.

فيما يتعلق بتأثير التعبير على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ التعبير على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٤٤.٣%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ التعبير على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٥٤%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ التعبير على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ١.٧% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيسُ تأثيرَ القدرة على التعبير الذي تتمتع به تطبيقاتُ روبوتات الدردشة مع مستخدميها على الرضا عن كفاءتها؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "أعجب بروبوتات الدردشة التي لديها

القدرة على الإبداع في طرق تعبيرها عن المواقف المختلفة" بمتوسط حسابي ٢.٥٨ ووزن نسبي ٨٦%، تليها عبارة "أفضل روبوتات الدردشة التي تستخدم لغة واضحة للتعبير أثناء المحادثة" بمتوسط حسابي ٢.٥٣ ووزن نسبي ٨٤.٣%، ثم عبارة "غير متهم بأسلوب التطبيق في التعبير عن آرائه" بمتوسط حسابي ١.٧٦ ووزن نسبي ٥٨.٧%.

توضح هذه النتيجة أن الدقة في التعبير والوضوح جانبان مهمان في الإسهام في تحقيق رضا المستخدمين عن تطبيقات روبوتات الدردشة.

فيما يتعلق بتأثير الدعم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الدَّعم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٤٠.٦%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الدَّعم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٥٧.٤%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الدَّعم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ٢% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيسُ تأثيرَ الدَّعم الذي تقدمه تطبيقاتُ روبوتات الدردشة لمستخدميها على الرضا عن كفاءتها؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "أشعر بأهمية روبوتات الدردشة بسبب إمكانية حلِّ كافة المشكلات" بمتوسط حسابي ٢.٥٣ ووزن نسبي ٨٤.٣%، تليها عبارة "أشعر بالاكتماء بسبب دعم روبوتات الدردشة لي في كل المواقف" بمتوسط حسابي ٢.٣٠ ووزن نسبي ٧٦.٨%، ثم عبارة "يُعرقل حجمُ متطلباتي روبوتات الدردشة عن دعمها لي" بمتوسط حسابي ١.٦٨ ووزن نسبي ٥٦.١%.

تشير هذه النتيجة إلى أن ثقة المُستخدم في قدرة تطبيقات روبوتات الدردشة على مساعدته في تجاوز المشكلات التي يواجهها يُعزِّز من رضاه عن كفاءتها، وتتفق هذه



النتيجة مع دراسة (van Wezel, et al., 2020) التي تؤكد أن أحد تطبيقات روبوتات الدردشة صُممت لتزويد مستخدميها بالدعم الاجتماعي وتحسين الرفاهية.

فيما يتعلق بتأثير الفورية على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الفورية على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعًا ٣٧%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الفورية على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم متوسطًا ٦٢.٢%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الفورية على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم منخفضًا عن ٨% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيسُ تأثيرَ الفورية الذي تتمتع به تطبيقاتُ روبوتات الدردشة مع مستخدميها على الرضا عن كفاءتها؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "تتمتع روبوتات الدردشة بالاستجابة السريعة عن استفساراتي" بمتوسط حسابي ٢.٥٦ ووزن نسبي ٨٥.٤%، يليها عبارة "لا أستطيع الاستغناء عن روبوتات الدردشة لقدرتها على الاستجابة الفورية على مدار ٢٤ ساعة" بمتوسط حسابي ٢.٣٠ ووزن نسبي ٧٦.٦%، ثم عبارة "أنتظر فترة طويلة لكي تستجيب روبوتات الدردشة لاستعلاماتي" بمتوسط حسابي ١.٦٩ ووزن نسبي ٥٦.٥%.

ووفق دراسة (Lareh, et al., 2025) فإن تزايد شعبية تطبيقات روبوتات الدردشة يرجع إلى قدرتها على تقديم إجاباتٍ فوريةٍ لاستفسارات المستخدمين؛ مما يُعزز رضاهم.

توضح هذه النتيجة الأهمية الشديدة لسرعة استجابة تطبيقات روبوتات الدردشة مع مستخدميها وتقليل أوقات انتظارهم، دون التضحية بجودة ودقة المعلومات المقدّمة.

فيما يتعلق بتأثير التحكم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ التحكم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات

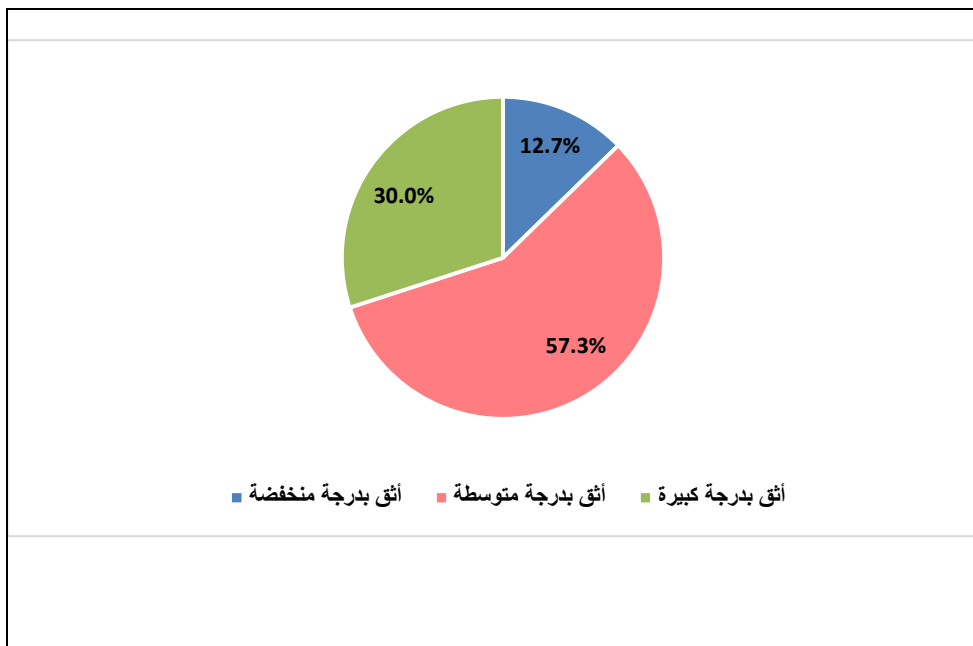
الردشة لديهم مرتفعاً ٥٣.٣%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير التحكم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٤٠.١%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثير التحكم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ٦.٦% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس تأثير تحكم المستخدمين في تطبيقات روبوتات الدردشة على الرضا عن كفاءة تلك التطبيقات؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "السماح بالتحكم في سياسات روبوتات الدردشة يمنحني تجربة آمنة" بمتوسط حسابي ٢.٥١ ووزن نسبي ٨٣.٧%، تليها عبارة "أشعر بالراحة عندما تمتحني روبوتات الدردشة بالتحكم في التطبيق ليكون أكثر ملائمة لمتطلباتي" بمتوسط حسابي ٢.٤٥ ووزن نسبي ٨١.٦%، ثم عبارة "روبوتات الدردشة التي تمنحني التحكم في تجربتي خلالها أكثر فاعلية من غيرها" بمتوسط حسابي ٢.٤٣ ووزن نسبي ٨١.١%.

تؤكد هذه النتيجة على الضرورة الكبيرة لتمكين المستخدم من التحكم في تفاعلاته ومسار المحادثة مع تطبيقات روبوتات الدردشة؛ وذلك ليتناسب مع احتياجاته.

فيما يتعلق بتأثير مجمل الكفاءات الاتصالية على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير مجمل الكفاءات الاتصالية على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٦١.٧%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير مجمل الكفاءات الاتصالية على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٣٢.٥%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثير مجمل الكفاءات الاتصالية على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ٥.٨% من عينة الدراسة.

٧. مدى الثقة في مصداقية المعلومات المقدمة من روبوتات الدردشة:



شكل (٩): مدى الثقة في مصداقية المعلومات المقدمة من روبوتات الدردشة

يوضح الشكل (٩) مدى الثقة في مصداقية المعلومات المُقدَّمة من روبوتات الدردشة؛ حيث كان غالبية المبحوثين لديهم ثقة متوسطة في روبوتات الدردشة بنسبة ٥٧.٣%، ثم جاءت الثقة بدرجة كبيرة في مصداقية المعلومات المُقدَّمة من روبوتات الدردشة بنسبة ٣٠%، بينما كانت الثقة منخفضة في مصداقية المعلومات المُقدَّمة من روبوتات الدردشة بنسبة ١٢.٧%.

تشير هذه النتيجة إلى أن الثقة في تطبيقات روبوتات الدردشة متوسطة، على الرغم من كثافة استخدام الشباب العربي لها؛ مما يؤكد على ضرورة بناء الثقة في تطبيقات روبوتات الدردشة عن طريق تطوير آليات لتقديم معلومات دقيقة وحديثة.

٨. معايير مصداقية روبوتات الدردشة:

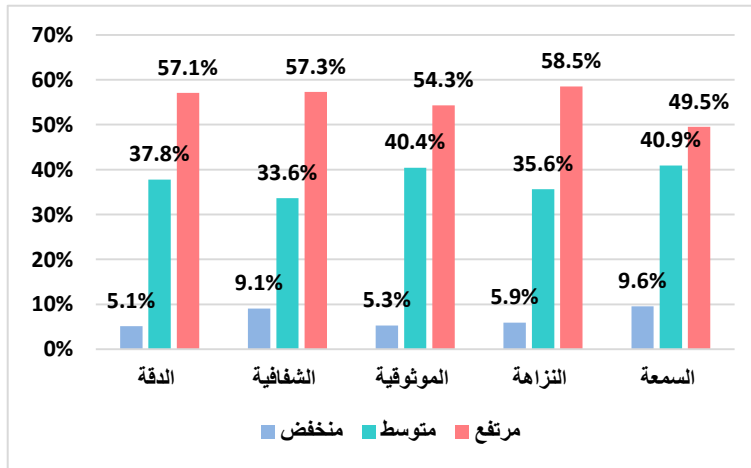
جدول (٦)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيسُ معايير مصداقية روبوتات الدردشة
(ن=٦٠٦)

الموقف		تؤثر بدرجة كبيرة	تؤثر إلى حدّ ما	لا تؤثر	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	العبارات
الدقة							
ك	٤٠٢	١٧٠	٣٤	٢.٦١	%٨٦.٩	القدرة على تقديم إجابات دقيقة وشاملة وغير متناقضة	
	%٦٦.٣	%٢٨.١	%٥.٦				
ك	٣١٤	٢٣٩	٥٣	٢.٤٣	%٨١	توافق المعلومات المُقدّمة مع معلوماتي عن الموضوع الذي أتحدث عنه	
	%٥١.٩	%٣٩.٤	%٨.٧				
ك	٣٣٥	٢١١	٦٠	٢.٤٥	%٨١.٨	فهم الروبوتات لأسئلتي بطريقة صحيحة	
	%٥٥.٣	%٣٤.٨	%٩.٩				
الشفافية							
ك	٢٦٦	٢٢٧	١١٣	٢.٢٥	%٧٥.١	الإفصاح عن هوية الروبوت	
	%٤٣.٩	%٣٧.٥	%١٨.٦				
ك	٣٢٥	٢٠٨	٧٣	٢.٤٢	%٨٠.٥	وجود سياسة واضحة لضمان حماية خصوصية المستخدمين	
	%٥٣.٧	%٣٤.٣	%١٢				
ك	٣٣٤	٢٠٢	٧٠	٢.٤٤	%٨١.٢	توضيح الموضوعات التي لا يمتلك فيها الروبوت القدرة على المساعدة	
	%٥٥.١	%٣٣.٣	%١١.٦				
الموثوقية							
ك	٣٠٣	٢١٢	٩١	٢.٣٥	%٧٨.٣	الإفصاح عن الجهات المطورة والداعمة للتطبيق	
	%٥٠	%٣٥	%١٥				
ك	٣٨٧	١٨٣	٣٦	٢.٥٨	%٨٦	الاستناد إلى مصادر موثقة	
	%٦٣.٩	%٣٠.٢	%٥.٩				
ك	٣٥٢	٢١٢	٤٢	٢.٥١	%٨٣.٧	تحديث المعلومات بصفة منتظمة	
	%٥٨.١	%٣٥	%٦.٩				
النزاهة							
ك	٣٥١	٢١١	٤٤	٢.٥١	%٨٣.٦	تجنب تقديمه معلومات	



الموقف		تؤثر بدرجة كبيرة		تؤثر إلى حدّ ما		لا تؤثر		المتوسط الحسابي		الوزن النسبي	
متحيزة		٥٧.٩%	٣٤.٨%	٧.٣%							
احترامه لوجهات النظر المختلفة أثناء المحادثة		ك	٣٥٩	١٨١	٦٦	٨٢.٨%	٢.٤٨				
		%	٥٩.٢%	٢٩.٩%	١٠.٩%						
التزامه بالمعايير الأخلاقية		ك	٣٨٥	١٨٤	٣٧	٨٥.٨%	٢.٥٧				
		%	٦٣.٥%	٣٠.٤%	٦.١%						
السُّمعة											
التقييمات والتوصيات المُقدّمة من الآخرين باستخدامه		ك	٣٢٦	٢٠٥	٧٥	٨٠.٥%	٢.٤١				
		%	٥٣.٨%	٣٣.٨%	١٢.٤%						
تجربتي الإيجابية مع جودة خدماته		ك	٣٣٤	٢٠١	٧١	٨١.١%	٢.٤٣				
		%	٥٥.١%	٣٣.٢%	١١.٧%						
شعبية وانتشار التطبيق		ك	٣٢٢	١٩٤	٩٠	٧٩.٤%	٢.٣٨				
		%	٥٣.١%	٣٢%	١٤.٩%						



شكل (١٠): معايير مصداقية روبوتات الدردشة

من خلال الشكل (١٠) يمكن توضيح معايير مصداقية روبوتات الدردشة كما يلي:

فيما يتعلق بتأثير الدقة على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الدقة على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٥٧.١%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الدقة على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٣٧.٨%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الدقة على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ٥.١% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس تأثير الدقة على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة، حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "القدرة على تقديم إجابات دقيقة وشاملة وغير متناقضة" بمتوسط حسابي ٢.٦١ ووزن نسبي ٨٦.٩%، تليها عبارة "فهم الروبوتات لأسئلتني بطريقة صحيحة" بمتوسط حسابي ٢.٤٥ ووزن نسبي ٨١.٨%، ثم عبارة "توافق المعلومات المقدمة مع معلوماتي عن الموضوع الذي أبحث عنه بمتوسط" حسابي ٢.٤٣ ووزن نسبي ٨١%.

تشير هذه النتيجة إلى أهمية تحسين قدرات الروبوتات على فهم أسئلة المستخدمين لضمان تقديم معلومات دقيقة؛ نظراً لأن الدقة ليست مجرد عامل من عوامل الرضا عن كفاءة تطبيقات روبوتات الدردشة، بل هي العامل الأكثر تأثيراً.

وأكدت دراسة (Gajjar, et al., 2022) و (Cornelison, et al., 2024) على دقة ردود روبوتات الدردشة في معظم الحالات.

فيما يتعلق بتأثير الشفافية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الشفافية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٥٧.٣%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير الشفافية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٣٣.٦%، في حين لم تزد نسبة



المبحوثين الذين كان تأثيرُ الشفافية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ٩.١% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيسُ تأثيرَ الشفافية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "توضيح الموضوعات التي لا يمتلك فيها الروبوت القدرة على المساعدة" بمتوسط حسابي ٢.٤٤ ووزن نسبي ٨١.٢%، تليها عبارة "وجود سياسة واضحة لضمان حماية خصوصية المستخدمين" بمتوسط حسابي ٢.٤٢ ووزن نسبي ٨٠.٥%، ثم عبارة "الإفصاح عن هوية الروبوت" بمتوسط حسابي ٢.٢٥ ووزن نسبي ٧٥.١%.

وأكدت دراسة كلٍّ من (Setzmann, 2024) و (Ok, 2025) أن عاملَ الشفافية في روبوتات الدردشة من خلال الكشف عن آلية عمل روبوتات الدردشة ومصادر البيانات كان له دورٌ كبيرٌ في تعزيز ثقة المستخدمين ورضاهم عن الخدمات المُقدَّمة من روبوتات الدردشة.

بينما سلَّطت دراسة (Goodman, et al., 2023) الضوء على مخاوف تتعلق بالشفافية؛ لأن تطبيقات روبوتات الدردشة تُقدِّم أحياناً استشاراتٍ غير دقيقة عند طلب المصادر.

توضح هذه النتيجة أن الشفافية عنصرٌ أساسي لتحقيق رضا المستخدمين عن تطبيقات روبوتات الدردشة؛ وذلك لضمان الحماية والخصوصية وكسب الثقة.

فيما يتعلق بتأثير الموثوقية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة؛ بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الموثوقية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٥٤.٣%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الموثوقية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٤٠.٤%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ الموثوقية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ٥.٣% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيسُ تأثيرَ الموثوقيةِ على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة، حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "الاستناد إلى مصادر موثوقة" بمتوسط حسابي ٢.٥٨ ووزن نسبي ٨٦٪، تليها عبارة "تحديث المعلومات بصفة منتظمة" بمتوسط حسابي ٢.٥١ ووزن نسبي ٨٣.٧٪، ثم عبارة "الإفصاح عن الجهات المطورة والداعمة للتطبيق" بمتوسط حسابي ٢.٣٥ ووزن نسبي ٧٨.٣٪.

تشير هذه النتيجة إلى أن الموثوقية من خلال الإفصاح عن الجهات المسؤولة عن تطبيقات روبوتات الدردشة هي عنصرٌ حاسمٌ لكسب رضا المستخدمين وضمان استمرارهم في استخدام هذه التقنيات.

فيما يتعلق بتأثير التّراخية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ التّراخية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٥٨.٥٪، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ التّراخية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٣٥.٦٪، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثيرُ التّراخية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ٥.٩٪ من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيسُ تأثيرَ التّراخية على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة، حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "التزامه بالمعايير الأخلاقية" بمتوسط حسابي ٢.٥٧ ووزن نسبي ٨٥.٨٪، تليها عبارة "تجنب تقديمه معلومات متحيزة" بمتوسط حسابي ٢.٥١ ووزن نسبي ٨٣.٦٪، ثم "احترامه لوجهات النظر المختلفة أثناء المحادثة" بمتوسط حسابي ٢.٤٨ ووزن نسبي ٨٢.٨٪.

أظهرت دراسة (Kasani, et al., 2024) أن استخدام روبوتات الدردشة- وخاصة في البحث الأكاديمي- أدّى إلى تحسين الكفاءة والدقة بشكل كبير، ومع ذلك أثار ظهور هذه التقنيات مخاوف أخلاقية كثيرة بشأن موثوقية المعلومات التي يُولدها الذكاء



الاصطناعي، وبالتالي أصبح ضرورياً الالتزام بالمبادئ التوجيهية التي وضعتها منظمات مثل Elsevier و Cope.

وتؤكد هذه النتيجة على أن نزاهة تطبيقات روبوتات الدردشة تتمثل في الالتزام بالأبعاد الأخلاقية وتجلب التحيز في المعلومات.

فيما يتعلق بتأثير السمعة على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة: بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير السمعة على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم مرتفعاً ٤٩.٥%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير السمعة على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم متوسطاً ٤٠.٩%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثير السمعة على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لديهم منخفضاً عن ٩.٦% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس تأثير السمعة على الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "تجربتي الإيجابية مع جودة خدماته" بمتوسط حسابي ٢.٤٣ ووزن نسبي ٨١.١%، تليها عبارة "التقييمات والتوصيات المقدمة من الآخرين باستخدامه" بمتوسط حسابي ٢.٤١ ووزن نسبي ٨٠.٥%، ثم "شعبية وانتشار التطبيق" بمتوسط حسابي ٢.٣٨ ووزن نسبي ٧٩.٤%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Eren, B. et al., 2021) التي أكدت أن الثقة والسمعة تؤثران بشكل كبير على رضا المستخدمين عن روبوتات الدردشة.

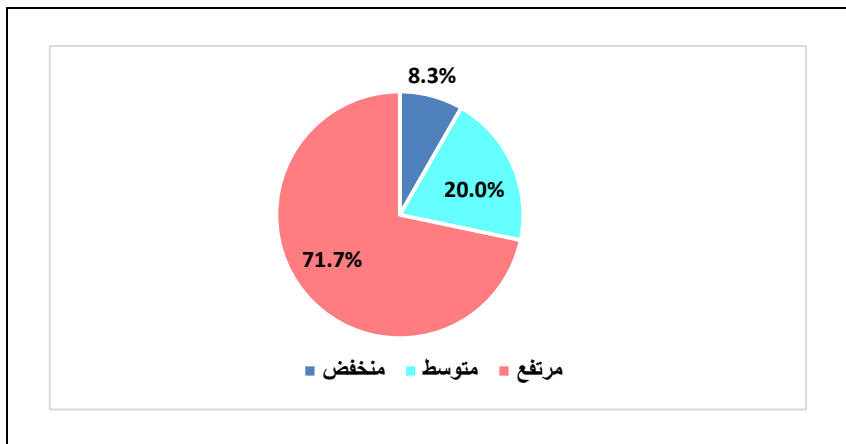
وتشير هذه النتيجة إلى أن التعامل بوضوح مع استفسارات المستخدمين، سواء كانت إيجابية أو سلبية، والاستجابة لها بشكل فعال يدل على جودة هذه التقنيات، ويسهم في بناء سمعة جيدة على المدى الطويل.

٩. القدرة على تطويع روبوتات الدردشة:

جدول (٧)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيسُ القدرةُ على تطويع روبوتات الدردشة (ن=٦٠٦)

العبارة	الموقف	تؤثر بدرجة كبيرة	تؤثر إلى حد ما	لا تؤثر	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
إمكانية تعديل إعدادات التطبيق	ك	٣٧٠	١٧٢	٦٤	٢.٥٠	%٨٣.٥
	%	%٦١.١	%٢٨.٣	%١٠.٦		
السيطرة على الإشعارات	ك	٣٢١	٢١٢	٧٣	٢.٤١	%٨٠.٣
	%	%٥٣	%٣٥	%١٢		
القدرة على حفظ واسترجاع المعلومات	ك	٤٠٠	١٤٨	٥٨	٢.٥٦	%٨٥.٥
	%	%٦٦	%٢٤.٤	%٩.٦		
إمكانية حذف المعلومات الشخصية في أي وقت	ك	٣٧٦	١٦٣	٦٧	٢.٥١	%٨٣.٧
	%	%٦٢	%٢٦.٩	%١١.١		
تخصيص التطبيق ليتوافق مع الاحتياجات	ك	٤٠٣	١٦٣	٤٠	٢.٦٠	%٨٦.٦
	%	%٦٦.٥	%٢٦.٩	%٦.٦		



شكل (١٢): القدرة على تطويع تطبيقات روبوتات الدردشة



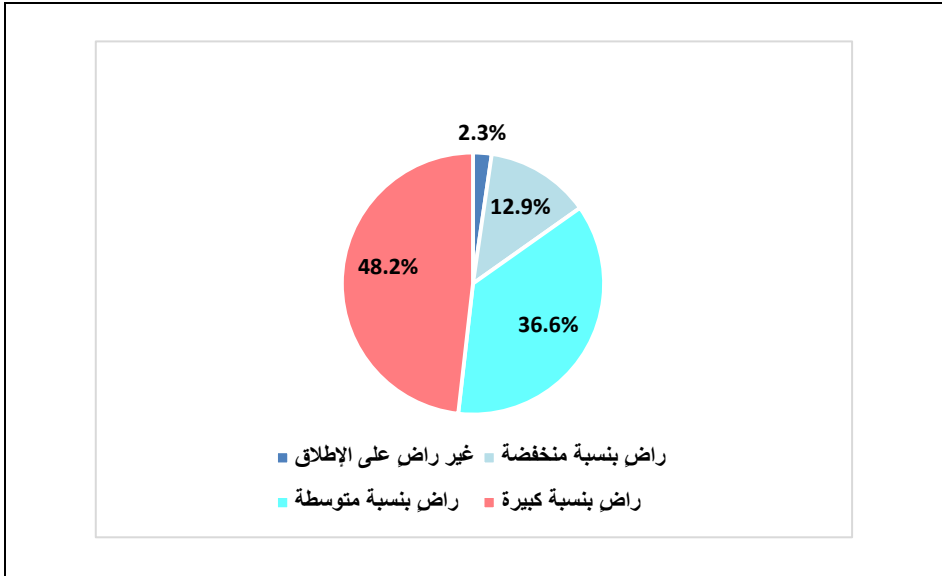
تُظهر بيانات الشكل (١٢) القدرة على تطوير تطبيقات روبوتات الدردشة؛ حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير القدرة على تطوير تطبيقات روبوتات الدردشة على الرضا عنها لديهم مرتفعاً ٧١.٧%، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين كان تأثير القدرة على تطوير تطبيقات روبوتات الدردشة على الرضا عنها لديهم متوسطاً ٢٠%، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين كان تأثير القدرة على تطوير تطبيقات روبوتات الدردشة على الرضا عنها لديهم منخفضاً عن ٨.٣% من عينة الدراسة.

وقد ظهر هذا في موقف المبحوثين في الجدول (٧) من خلال العبارات التي تقيس القدرة على تطوير تطبيقات روبوتات الدردشة والرضا عنها؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "تخصيص التطبيق ليتوافق مع الاحتياجات" ٢.٦٠ ووزن نسبي ٨٦.٦%، تليها في الترتيب الثاني عبارة "القدرة على حفظ واسترجاع المعلومات" ٢.٥٦ ووزن نسبي ٨٥.٥%، تليها عبارة "إمكانية حذف المعلومات الشخصية في أي وقت" ٢.٥١ ووزن نسبي ٨٣.٧%، تليها عبارة "إمكانية تعديل إعدادات التطبيق" ٢.٥٠ ووزن نسبي ٨٣.٥%، ثم عبارة "السيطرة على الإشعارات" ٢.٤١ ووزن نسبي ٨٠.٣%.

تشير هذه النتيجة إلى أن القدرة على التحكم في البيانات الشخصية وحذفها عند الحاجة تمنح المستخدم شعوراً بالأمان والسيطرة على معلوماته، ذلك تكون القدرة على تطوير تطبيقات روبوتات الدردشة ليست مجرد خاصية إضافية، بل هي عامل مهم جداً يؤثر بشكل كبير على رضا المستخدمين وولائهم.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Wald, et al., 2021) التي كشفت عن التأثير الإيجابي للتطوير على تجربة استخدام روبوتات الدردشة بشكل عام، وتؤكد دراسة (Misischia, et al., 2022) أن من الوظائف الأساسية لروبوتات الدردشة هي التفاعل، والترفيه، وحل المشكلات، والحدثة، والتطوير.

١٠. مدى الشعور بالرضا عن تجربة روبوتات الدردشة:



شكل (١٣): مدى الشعور بالرضا عن تجربة روبوتات الدردشة

من خلال الشكل (١٣) جاءت نسبة الرضا عن تجربة روبوتات الدردشة كبيرة لدى ما نسبته ٤٨.٢%، بينما كانت نسبة الرضا متوسطة بنسبة ٣٦.٦%، على حين جاءت نسبة الرضا عن التجربة منخفضة بنسبة ١٢.٩%، وجاء عدم الرضا على الإطلاق عن تجربة روبوتات الدردشة بنسبة ٢.٣%

تشير النسبة المرتفعة من الرضا إلى أن شريحة كبيرة من المستخدمين وجدت قيمة حقيقية في استخدامهم مع تطبيقات روبوتات الدردشة، ربما كانت هذه الروبوتات فعالة في تلبية احتياجاتهم، أو قدّمت لهم تجربة مُرضية وناجحة، ويعكس هذا الرضا قدرة تلك التقنيات على محاكاة التفاعل البشري بشكلٍ إيجابي.

أما النسبة المتوسطة من الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة تشير إلى أن هناك بعض المُستخدمين يرون أن روبوتات الدردشة مفيدة إلى حدّ ما، وربما يرجع هذا



إلى أنهم واجهوا بعض الأمور التي لم تكن مثالية بالنسبة لهم، قد تكون هذه الأمور متعلقة بعدم الفهم الدقيق لبعض الاستفسارات، أو محدودية في القدرة على تقديم حلول مرضية بشكل كافٍ، أو حتى الشعور بالافتقار للمسألة الإنسانية في التفاعل، وهذه النسبة تطرح توصياتٍ للارتقاء بتجربة المُستخدم عند استخدام هذه التقنيات.

أما بخصوص النسبة المنخفضة فهذه النسبة لا يمكن تجاهلها؛ لأنها تمثل فئة من المُستخدمين كانت تجربتهم سيئة وغير مرضية بشكل كبير؛ ربما يرجع هذا إلى مواجهة صعوباتٍ تقنيةٍ أثناء التفاعل مع تلك التقنيات، أو توقعات لمميزات أكثر مما حصلوا عليها.

أما عن عدم الرضا على الإطلاق فعلي الرغم من صِغر حجم النسبة؛ إلا أنها تشير إلى وجود شريحةٍ كانت تجربتهم مع تطبيقات روبوتات الدردشة سيئة للغاية، وقد يكون السبب لوجود تجربة محبطة تمامًا سواء في الحصول على المعلومات، أو التعامل التقني مع التطبيقات، أو صورة ذهنية سلبية من الآخرين.

نتائج اختبار الفروض البحثية:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لروبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها.

جدول (٨)

معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
٠.٠٠٠	**٠.٥٢٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١	

لقياس معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها تمَّ استخدام معامل ارتباط بيرسون الذي كشف عن النتيجة التالية التي يضمُّها الجدولُ (٨)، وهي:

معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٥٢٠، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية، ما يعني أن المبحوثين الأكثر استخدامًا لتطبيقات روبوتات الدردشة كانوا الأكثر شعورًا بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدّة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية متوسطة الشدّة.

وبذلك يكون اختبارُ الفرض الأول القائل بـ "وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لروبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها" قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كليّ.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع استخدام الشباب العربيّ عينة الدراسة لروبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها.

جدول (٩)

معنوية العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها

متغيرات العلاقة	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
الدوافع النفعية	**٠.٦٣٦	٠.٠٠٠
الدوافع الطقوسية	**٠.٣٧٢	٠.٠٠٠
مجمّل الدوافع	**٠.٤٠٢	٠.٠٠٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١		

لقياس معنوية العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها تمَّ استخدام معامل ارتباط بيرسون الذي كشف عن النتائج التالية التي يضمُّها الجدول (٩)، وهي:



- معنوية العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في الدوافع النفسية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٣٦، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية، ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة للدوافع النفسية للمبحوثين تزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية متوسطة الشدة.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في الدوافع الطقوسية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٣٧٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة للدوافع الطقوسية للمبحوثين تزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية ضعيفة الشدة.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في مجمل الدوافع، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٤٠٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة لمجمل الدوافع النفسية والطقوسية للمبحوثين تزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية متوسطة الشدة.

وبذلك يكون اختبارُ الفرض الثاني القائل بـ"وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لروبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها" قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كليّ.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى شعور الشباب العربيّ عينة الدراسة بالرضا عن التجربة معها.

جدول (١٠)

معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها

متغيرات العلاقة	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
الإفصاح الذاتي	٠.٤٢٨ **	٠.٠٠٠
التعاطف	٠.٢٨٨ **	٠.٠٠٠
الاسترخاء الاجتماعي	٠.٣٩٥ **	٠.٠٠٠
إدارة التفاعل	٠.٤٦٦ **	٠.٠٠٠
الحزم	٠.٤٧٢ **	٠.٠٠٠
التعبير	٠.٣٧٥ **	٠.٠٠٠
الدعم	٠.٣٦٢ **	٠.٠٠٠
الفورية	٠.٢٧٠ **	٠.٠٠٠
التحكّم	٠.٣٧٢ **	٠.٠٠٠
مجمّل الكفاءات الاتصالية	٠.٥٠٣ **	٠.٠٠٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١		

لقياس معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها تم استخدام معامل ارتباط بيرسون الذي كشف عن النتائج التالية التي يضمّها الجدول (١٠)، وهي:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في بُعد الإفصاح الذاتي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٤٢٨، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى



معنوية أقل من ٠.٠٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة للإفصاح الذاتي يزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية متوسطة الشدة.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في بُعد **التعاطف**، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٢٨٨، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة للتعاطف مع المبحوثين يزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية ضعيفة الشدة.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في بُعد **الاسترخاء الاجتماعي**، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٣٩٥، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة للاسترخاء الاجتماعي للمبحوثين يزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية ضعيفة الشدة.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في بُعد **إدارة التفاعل**، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٤٦٦، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة لإدارة التفاعل بشكل فعال يزيد من

الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية متوسطة الشدة.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في بُعد الحزم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٤٧٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة للحزم يزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية متوسطة الشدة.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في بُعد التعبير، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٣٧٥، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة للتعبير بوضوح عما هو مطلوب يزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية ضعيفة الشدة.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في بُعد الدعم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٣٦٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة لدعم المستخدمين يزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية ضعيفة الشدة.



● معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في بُعد الفورية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٢٧٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة الفورية في الردّ على المستخدمين يزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدّة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية ضعيفة الشدّة.

● معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في بُعد التحكم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٣٧٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة لإتاحة تحكّم المستخدمين للتطبيقات يزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدّة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية ضعيفة الشدّة.

● معنوية العلاقة الارتباطية بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها في مُجمل الكفاءات الاتصالية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٥٠٣، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تحقيق تطبيقات روبوتات الدردشة لأبعاد الكفاءات الاتصالية لتطبيقات روبوتات الدردشة يزيد من الشعور بالرضا عن التجربة معها، والعكس بالعكس. أما من حيث شدّة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية متوسطة الشدّة.

وبذلك يكون اختبارُ الفرض الثالث القائل بـ"وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تحقيق روبوتات الدردشة للكفاءات الاتصالية ومدى شعور الشباب العربيّ عينة الدراسة بالرضا عن التجربة معها" قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكلٍ كليّ.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معايير مصداقية روبوتات الدردشة ومدى شعور الشباب العربي عينة الدراسة بالرضا عن التجربة معها.

جدول (١١)

معنوية العلاقة الارتباطية بين معايير مصداقية روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها

متغيرات العلاقة	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
الدقة	**٠.٣٢٥	٠.٠٠٠
الشفافية	**٠.٢٢٩	٠.٠٠٠
الموثوقية	**٠.٣٣٢	٠.٠٠٠
النزاهة	**٠.٣١٢	٠.٠٠٠
السُّمعة	**٠.٢٥٤	٠.٠٠٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١		

لقياس معنوية العلاقة الارتباطية بين معايير مصداقية روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها تم استخدام معامل ارتباط بيرسون الذي كشف عن النتائج التالية التي يضمها الجدول (١١)، وهي:

معنوية العلاقة الارتباطية بين تأثيرات معايير مصداقية روبوتات الدردشة بأبعادها (الدقة، والشفافية، والموثوقية، والنزاهة، والسُّمعة) ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها، حيث بلغت قيم معامل ارتباط بيرسون لها على التوالي: ٠.٢٢٩ و ٠.٣٢٥ و ٠.٣٣٢ و ٠.٣١٢ و ٠.٢٥٤، وهي قيم دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن تطبيقات روبوتات الدردشة التي تتمتع بمعايير الدقة، والشفافية، والموثوقية، والنزاهة، والسُّمعة الإيجابية كانت الأكثر رضا لدى المبحوثين والعكس بالعكس. أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية ضعيفة الشدة.



وبذلك يكون الفرض الرابع القائل بـ"وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معايير مصداقية روبوتات الدردشة ومدى شعور الشباب العربي عينة الدراسة بالرضا عن التجربة معها" قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كليّ.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين القدرة على تطويع روبوتات الدردشة ومدى شعور الشباب العربي عينة الدراسة بالرضا عن التجربة معها.

جدول (١٢)

معنوية العلاقة الارتباطية بين القدرة على تطويع روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
٠.٣٩٧**	٠.٠٠٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠٠١	

لقياس معنوية العلاقة الارتباطية بين القدرة على تطويع روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها تمّ استخدام معامل ارتباط بيرسون الذي كشف عن النتائج التالية التي يضمها الجدول (١٢)، وهي:

معنوية العلاقة الارتباطية للقدرة على تطويع روبوتات الدردشة ومدى الشعور بالرضا عن التجربة معها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٣٩٧، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٠١. وكما يتضح من قيمة المعامل فهي علاقة طردية؛ ما يعني أن هناك علاقة إيجابية بين مدى تطويع تطبيقات روبوتات الدردشة لخدمة المستخدمين وارتفاع مستوى الشعور بالرضا عن تلك التطبيقات، والعكس بالعكس، أما من حيث شدة هذه العلاقة فهي علاقة ارتباطية ضعيفة الشدة.

وبذلك يكون اختبار الفرض الخامس القائل بـ"وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين القدرة على تطويع روبوتات الدردشة ومدى شعور الشباب العربي عينة الدراسة بالرضا عن التجربة معها" قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كليّ.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب خصائصهم الديموجرافية (النوع، والجنسية، والسن، والمستوى التعليمي، ومستوى الدخل).

جدول (١٣)

معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب خصائصهم الديموجرافية (النوع، والجنسية، والسن، والمستوى التعليمي، ومستوى الدخل)

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	خصائص عينة الدراسة	
٠.٢٨٠	٦٠٤	ت= ١.٠٨٢	٠.٨١٣	٣.٣٦	١٨٧	ذكر	النوع
			٠.٧٦٦	٣.٢٨	٤١٩	أنثى	
٠.٠٠٠	٤٦٠١	ف= ٦.٧٠٨	٠.٦٦٤	٣.١١	١٧١	مصري	الجنسية
			٠.٧٠٣	٣.٥٥	١٤٠	سعودي	
			٠.٩٠٢	٣.٢٣	١١٥	إماراتي	
			٠.٧٣٧	٣.٣٥	١١٠	مغربي	
			٠.٩١٥	٣.٣٤	٧٠	أردني	
٠.٠٠٠	٣٦٠٢	ف= ١٦.٢٣	٠.٧٥٢	٣.٢٤	٣٢٠	من ١٨ لأقل من ٢٥ عامًا من ١٨ لأقل من ٢٥	السن
			٠.٦٧٢	٣.٥٠	١٧١	من ٢٥ لأقل من ٣٠ عامًا من ٢٥ لأقل من ٣٠	
			٠.٧٨١	٣.٤٢	٨٩	من ٣٠ لأقل من ٣٥ عامًا من ٣٠ لأقل من ٣٥	
			١.١٠٤	٢.٤٦	٢٦	٣٥ عامًا إلى ٤٥	
٠.٠٠٠	٢٦٢٣	ف= ١٠.٩٢	٠.٨٣١	٢.٧٦	٢١	مؤهل متوسط/ فوق المتوسط	المستوى التعليمي
			٠.٧٦٥	٣.٢٧	٤٣٧	جامعي	
			٠.٧٦٩	٣.٥١	١٤٨	دراسات عليا	
٠.٠٠٠	٢٦٢٣	ف= ١١.٧٢	٠.٨٢٦	٣.٠٠	٤٢	منخفض	مستوى الدخل
			٠.٧٠٨	٣.٢٠	٢٧٥	متوسط	
			٠.٨١٢	٣.٤٦	٢٨٩	عال	



تكشف بيانات الجدول السابق عن:

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب النوع، حيث كانت قيمة 1.082 ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من 0.01 ودرجة حرية 604 ، وبذلك تم رفض الفرض المتعلق بالنوع لدى هذا المتغير.
- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية، حيث كانت قيمة ف 6.708 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.000 ودرجتي حرية 4 و 601 وقد كانت هذه الفروق لصالح دولة السعودية بمتوسط حسابي 3.05 يليها دولة المغرب بمتوسط حسابي 3.35 ، يليها دولة الأردن بمتوسط حسابي 3.34 ، يليها دولة الإمارات بمتوسط حسابي 3.23 ، يليها دولة مصر بمتوسط حسابي 3.11 ، وبذلك تم قبول الفرض المتعلق بالجنسية لدى هذا المتغير.
- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب السن حيث كانت قيمة ف 16.23 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.000 ودرجتي حرية 3 و 602 وقد كانت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية من 25 لأقل من 30 عاماً بمتوسط حسابي 3.50 يليها الفئة العمرية من 30 لأقل من 35 عاماً بمتوسط حسابي 3.42 ، يليها الفئة العمرية من 18 عاماً لأقل من 25 عاماً بمتوسط حسابي 3.24 ، يليها الفئة العمرية من 35 عاماً إلى 45 بمتوسط حسابي 2.46 ، وبذلك تم قبول الفرض المتعلق بالسن لدى هذا المتغير.
- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب المستوى التعليمي؛ حيث كانت قيمة ف 10.92 ،

وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠ ودرجتي حرية ٢ و٦٢٣، وقد كانت هذه الفروق لصالح المستوى التعليمي الدراسات العليا بمتوسط حسابي ٣.٥١، يليه المستوى التعليمي الجامعي بمتوسط حسابي ٣.٢٧، يليه المستوى التعليمي المتوسط/ وفوق المتوسط بمتوسط حسابي ٢.٧٦، وبذلك تمّ قبول الفرض المتعلق بالمستوى التعليمي لدي هذا المتغير.

■ معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب مستوى الدخل، حيث كانت قيمة ف ١١.٧٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠ ودرجتي حرية ٢ و٦٢٣، وقد كانت هذه الفروق لصالح مستوى الدخل العالي بمتوسط حسابي ٣.٤٦، يليه مستوى الدخل المتوسط بمتوسط حسابي ٣.٢٠، ثم مستوى الدخل المنخفض بمتوسط حسابي ٣.٠٠، وبذلك تمّ قبول الفرض المتعلق بالدخل لدى هذا المتغير.

ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية، والسن، والمستوى التعليمي، ومستوى الدخل، أجرت الباحثة اختباراً بعدياً Post Hoc بطريقة LSD الذي أسفر عن النتيجة التي يعرض لها الجدول (١٤) التالي:



جدول (١٤)

معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب خصائصهم الديموجرافية (الجنسية، والسن، والمستوى التعليمي، ومستوى الدخل)

المتغيرات	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفارق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
الجنسية	مصري	سعودي	-٠.٤٣٩*	٠.٠٨٧	٠.٠٠٠
		إماراتي	-٠.١٢٤	٠.٠٩٢	٠.١٨١
		مغربي	-٠.٢٤٣*	٠.٠٩٤	٠.٠١٠
		أردني	-٠.٢٣٢*	٠.١٠٩	٠.٠٣٤
		إماراتي	-٠.٣١٥*	٠.٠٩٦	٠.٠٠١
	سعودي	مغربي	-٠.١٩٥*	٠.٠٩٨	٠.٠٤٦
		أردني	-٠.٢٠٧	٠.١١٢	٠.٠٦٥
		مغربي	-٠.١٢٠	٠.١٠٢	٠.٢٤٢
	إماراتي	أردني	-٠.١٠٨	٠.١١٦	٠.٣٥٣
		أردني	-٠.٠١٢	٠.١١٧	٠.٩٢١
السن	من ١٨ لأقل من ٢٥ عاماً	من ٢٥ لأقل من ٣٠ عاماً	-٠.٢٦٢*	٠.٠٧١	٠.٠٠٠
		من ٣٠ لأقل من ٣٥ عاماً	-٠.١٧٥	٠.٠٩٠	٠.٠٥٣
		٣٥ عام إلى ٤٥	-٠.٧٧٩*	٠.١٥٤	٠.٠٠٠
	من ٢٥ لأقل من ٣٠ عاماً	من ٣٠ لأقل من ٣٥ عاماً	-٠.٠٨٧	٠.٠٩٨	٠.٣٧٦
		٣٥ عاماً فأكثر	-١.٠٤١*	٠.١٥٨	٠.٠٠٠
	من ٣٠ لأقل من ٣٥ عاماً	٣٥ عاماً إلى ٤٥	-٠.٩٥٤*	٠.١٦٨	٠.٠٠٠
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط/ فوق المتوسط	جامعي	-٠.٥٠٤*	٠.١٧٢	٠.٠٠٣
		دراسات عليا	-٠.٧٤٥*	٠.١٧٩	٠.٠٠٠
	جامعي	دراسات عليا	-٠.٢٤١*	٠.٠٧٣	٠.٠٠١
مستوى الدخل	منخفض	متوسط	-٠.١٩٦	٠.١٢٧	٠.١٢٣
		عالٍ	-٠.٤٥٧*	٠.١٢٧	٠.٠٠٠
	متوسط	عالٍ	-٠.٢٦٠*	٠.٠٦٥	٠.٠٠٠

تكشف بيانات الجدول السابق ما يلي:

- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية بين جنسية مصري وسعودي؛ حيث كان

الفارقُ بين الاثنين دالًّا إحصائيًّا عند مستوى معنوية ٠٠.٠٠٠، حيث كانت الفروق لصالح الجنسية السعودية؛ ما يعني أن المبحوثين السعوديين أكثرُ رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين المصريين.

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية بين جنسية مصري وإماراتي، حيث كان الفارقُ بين الاثنين غيرَ دالٍّ إحصائيًّا عند مستوى معنوية ٠.١٨١.

- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية بين جنسية مصري ومغربي؛ حيث كان الفارقُ بين الاثنين دالًّا إحصائيًّا عند مستوى معنوية ٠٠.٠١٠، حيث كانت الفروق لصالح الجنسية المغربية؛ ما يعني أن المبحوثين بدولة المغرب أكثرَ رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين المصريين.

- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية بين جنسية مصري وأردني؛ حيث كان الفارقُ بين الاثنين دالًّا إحصائيًّا عند مستوى معنوية ٠٠.٠٣٤، حيث كانت الفروق لصالح الجنسية الأردنية؛ ما يعني أن المبحوثين بدولة الأردن أكثرَ رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين بدولة مصر.

- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية بين جنسية سعودي وإماراتي؛ حيث كان الفارقُ بين الاثنين دالًّا إحصائيًّا عند مستوى معنوية ٠٠.٠٠١، حيث كانت الفروق لصالح الجنسية السعودية؛ ما يعني أن المبحوثين بدولة السعودية أكثرَ رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين بدولة الإمارات.

- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية بين جنسية سعودي ومغربي؛ حيث كان



الفارقُ بين الاثنين دالًّا إحصائيًّا عند مستوى معنوية ٠.٠٤٦، حيث كانت الفروق لصالح دولة السعودية؛ ما يعني أن المبحوثين بدولة السعودية أكثر رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين بدولة المغرب.

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية بين جنسية سعودي وأردني؛ حيث كان الفارقُ بين الاثنين غيرَ دالٍّ إحصائيًّا عند مستوى معنوية ٠.٠٦٥.
- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية بين جنسية إماراتي ومغربي؛ حيث كان الفارقُ بين الاثنين غيرَ دالٍّ إحصائيًّا عند مستوى معنوية ٠.٢٤٢.
- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية بين جنسية إماراتي وأردني؛ حيث كان الفارقُ بين الاثنين غيرَ دالٍّ إحصائيًّا عند مستوى معنوية ٠.٣٥٣.
- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب الجنسية بين جنسية مغربي وأردني؛ حيث كان الفارقُ بين الاثنين غيرَ دالٍّ إحصائيًّا عند مستوى معنوية ٠.٩٢١.
- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب السن بين الفئة العمرية من ١٨ لأقل من ٢٥ عامًا والفئة العمرية من ٢٥ لأقل من ٣٠ عامًا؛ حيث كان الفارقُ بين الاثنين دالًّا إحصائيًّا عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠ لصالح الفئة العمرية من ٢٥ لأقل من ٣٠ عامًا؛ ما يعني أن المبحوثين من الفئة العمرية من ٢٥ لأقل من ٣٠ عامًا أكثر رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين بالفئة العمرية من ١٨ لأقل من ٢٥ عامًا.

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب السن بين الفئة العمرية من ١٨ لأقل من ٢٥ عاماً والفئة العمرية من ٣٠ لأقل من ٣٥ عاماً؛ حيث كان الفارق بين الاثنين غير دالّ إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٥٣.
- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب السن بين الفئة العمرية من ١٨ لأقل من ٢٥ عاماً والفئة العمرية من ٥٠ عاماً فأكثر؛ حيث كان الفارق بين الاثنين دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠ لصالح الفئة العمرية من ١٨ لأقل من ٢٥ عاماً؛ ما يعني أن المبحوثين من الفئة العمرية من ١٨ لأقل من ٢٥ عاماً أكثر رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين بالفئة العمرية ٣٥ عاماً إلى ٤٥.
- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب السن بين الفئة العمرية من ٢٥ لأقل من ٣٠ عاماً والفئة العمرية من ٣٠ لأقل من ٣٥ عاماً؛ حيث كان الفارق بين الاثنين غير دالّ إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٣٧٦.
- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب السن بين الفئة العمرية من ٢٥ لأقل من ٣٠ عاماً والفئة العمرية ٣٥ عاماً إلى ٤٥؛ حيث كان الفارق بين الاثنين دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠ لصالح الفئة العمرية من ٢٥ لأقل من ٣٠ عاماً؛ ما يعني أن المبحوثين من الفئة العمرية ٢٩ لأقل من ٣٩ عاماً أكثر رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين بالفئة العمرية ٣٥ عاماً إلى ٤٥.
- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب السن بين الفئة العمرية من ٣٠ لأقل من ٣٥ عاماً والفئة العمرية ٣٥ عاماً إلى ٤٥؛ حيث كان الفارق بين الاثنين دالاً إحصائياً



عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠ لصالح الفئة العمرية من ٣٠ لأقل من ٣٥ عاماً؛ ما يعني أن المبحوثين من الفئة العمرية من ٣٠ لأقل من ٣٥ عاماً أكثر رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين بالفئة العمرية ٣٥ عاماً إلى ٤٥.

- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب المستوى التعليمي بين مؤهل متوسط/ فوق المتوسط والجامعي؛ حيث كان الفارق بين الاثنين دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠٣ لصالح المؤهل الجامعي؛ ما يعني أن المبحوثين ذات المؤهل الجامعي أكثر رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين ذات المؤهل متوسط/ فوق المتوسط.

- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب المستوى التعليمي بين مؤهل متوسط/ فوق المتوسط ومؤهل الدراسات العليا؛ حيث كان الفارق بين الاثنين دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠ لصالح الدراسات العليا؛ ما يعني أن المبحوثين ذات مؤهل الدراسات العليا أكثر رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين ذات المؤهل متوسط/ فوق المتوسط.

- معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب المستوى التعليمي بين المؤهل الجامعي ومؤهل الدراسات العليا؛ حيث كان الفارق بين الاثنين دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠٠١ لصالح الدراسات العليا؛ ما يعني أن المبحوثين ذات مؤهل الدراسات العليا أكثر رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين ذات المؤهل الجامعي.

• عدم معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب مستوى الدخل بين الدخل المنخفض والدخل المتوسط؛ حيث كان الفارق بين الاثنين غير دالّ إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠.١٢٣

• معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب المستوى التعليمي بين بحسب مستوى الدخل بين الدخل المنخفض والدخل العالي؛ حيث كان الفارق بين الاثنين دالًا إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠ لصالح الدخل العالي؛ ما يعني أن المبحوثين ذات الدخل العالي أكثر رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين ذات الدخل المنخفض.

• معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب المستوى التعليمي بين بحسب مستوى الدخل بين الدخل المتوسط والدخل العالي؛ حيث كان الفارق بين الاثنين دالًا إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠ لصالح الدخل العالي؛ ما يعني أن المبحوثين ذات الدخل العالي أكثر رضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة عن المبحوثين ذات الدخل المتوسط.

وبذلك يكون اختبارُ الفرض السادس القائل بـ"وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة بحسب خصائصهم الديموجرافية (النوع، والجنسية، والسن، والمستوى التعليمي، ومستوى الدخل)" قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل جزئي؛ حيث لم يتم إثبات صحته فيما يتعلق بمتغير النوع، بينما تأكد صحته فيما يتعلق بمتغيرات (الجنسية، والسن، والمستوى التعليمي، والدخل).



المناقشة المتعمقة لنتائج الدراسة:

فيما يلي مناقشة وتحليل لأهم ما توصلت إليه نتائج الدراسة:

فيما يتعلق بمعدل استخدام تطبيقات روبوتات الدردشة: خلصت الدراسة إلى هيمنة الاستخدام الدائم لروبوتات الدردشة، فتصدّر الاستخدام بصورة دائمة المرتبة الأولى في معدل استخدام روبوتات الدردشة لدى الشباب العربي، وهذا يعكس أن تطبيقات روبوتات الدردشة أصبحت أداة مهمة لدى الشباب وتطور تبنيها في تفاعلاتهم اليومية في كلّ مجالات الحياة.

فيما يتعلق بأكثر أنواع روبوتات الدردشة استخدامًا: أظهرت الدراسة تفوق استخدام تطبيق chat GPT لدى الشباب العربي، ولكن حظيت بقية التطبيقات بنسبة كبيرة في الاستخدام، مثل: تطبيق deep seek الذي جاء في المرتبة الثانية في الاستخدام فهو يُعد المنافس الأقوى لتطبيق chat GPT ، وهو ما يدل على المنافسة الشرسة بين الشركات التكنولوجية في صناعة تطبيقات روبوتات دردشة مدعومة بالذكاء الاصطناعي وتزويديها بالعديد من الخدمات التي تلبي احتياجات المستخدمين، وفي المرتبة الثالثة تقارب استخدام كلٍّ من Meta ai و gemini فهما تابعان لشركات تكنولوجية عملاقة كشركة meta التي أنشأت روبوت meta ai وشركة جوجل التي أنشأت روبوت gemini وللشركتين قدرات تسويقية كبيرة، وحصلت تطبيقات Siri و Microsoft copilot على مرتبة متأخرة؛ وذلك لأن Siri ينحصر استخدامه على مستخدمي iPhone، وكذلك تطبيق Microsoft copilot الذي ينحصر استخدامه على فئات معينة ممن يستخدمون تطبيق Microsoft في بيئة العمل، وجاء تطبيق jasper ai في المرتبة الأخيرة، وربما يرجع ذلك إلى أنه متخصص في كتابة المحتوى التسويقي، على عكس بقية أنواع روبوتات الدردشة التي يمكنها كتابة المحتوى في أيّ مجال، والقيام بكلّ أنواع المهام التي يريدها المستخدمون.

فيما يتعلق بالموضوعات المتناولة في تطبيقات روبوتات الدردشة: أوضحت الدراسة تصدُّر الموضوعات التعليمية والأكاديمية المرتبة الأولى في الموضوعات المتناولة في روبوتات الدردشة لدى الشباب، وهذا يعكس الدور المتزايد التي تقوم به تطبيقات روبوتات الدردشة كمصادر للمعرفة عكس طرق البحث التقليدية، فروبوتات الدردشة توفر إجابات واضحة وسريعة عن كلِّ التساؤلات الأكاديمية والتعليمية، وجاءت الموضوعات الخاصة بالحياة الشخصية في المرتبة الثانية لتدل على أن روبوتات الدردشة أصبحت رفيقة للشباب في الحياة الشخصية من خلال تقديمها الدعم العاطفي لهم، تلتها الموضوعات التكنولوجية هو ما يؤكد على اهتمام الشباب بكلِّ ما هو جديد في عالم التكنولوجيا، وحصلت موضوعات الصحة النفسية والجسدية والموضوعات المالية والقانونية على مراتب متأخرة؛ لأن طبيعة هذه الموضوعات ربما تتطلب خبرة متخصصة واستشارة بشرية موثوقة، وغالبًا لا زال يتخوَّف الشباب العربيُّ من الاعتماد على روبوتات الدردشة في هذه الموضوعات الحساسة.

فيما يتعلق بدوافع الاستخدام: كشفت الدراسة عن تقدُّم الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية في دوافع استخدام الشباب العربيِّ لروبوتات الدردشة؛ وتشير هذه النتيجة إلى أن المنفعة العلمية والقيمة الوظيفية هي الدافع الأساسُ لاستخدام هذه التقنيات من قِبل الشباب العربيِّ، فقد حصلت عبارة "تقدُّم معلوماتٍ دقيقةً بطريقةٍ مبسطة" المرتبة الأولى في الدوافع النفعية لاستخدام روبوتات الدردشة لدى الشباب العربيِّ، في حين حصلت عبارة "وسيلة أقلَّ إرهاقًا من التعامل مع البشر" المرتبة الأولى في الدوافع الطقوسية لاستخدام روبوتات الدردشة لدى الشباب هو ما يؤكد على أن لتطبيقات روبوتات الدردشة منافع اجتماعية ونفسية لدى الشباب، بالإضافة لمنافعها النفعية.

فيما يتعلق بتأثير الكفاءات الاتصالية لروبوتات الدردشة على رضا الشباب العربيِّ عن المعلومات المُقدَّمة خلالها يمكن تفسير ما توصلت إليه الدراسة من نتائج كما يلي:



- **تأثير الإفصاح الذاتي على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة:**
أظهرت النتائج أن ما يزيد عن نصف العينة بنسبة ٥٨.١% لديهم مستوى مرتفع من الرضا عن كفاءة روبوتات الدردشة كنتيجة للإفصاح الذاتي، وقد ظهر ذلك بوضوح في أهمية الإفصاح عن مجانية الروبوت، حيث اعتبره الشباب العربي ميزة تزيد من الإقبال على الاستخدام، بالإضافة إلى ذلك، فإن الإفصاح عن المعلومات الشخصية واسترجاعها من قبل الروبوت تعمل على توفير الوقت والجهد، ويجعل الإجابات أكثر تخصصاً ودقة؛ مما يعزز الرضا عن الكفاءة.
- **تأثير التعاطف على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة:** أبدت الغالبية العظمى تأثيراً متوسطاً لعلاقة تعاطف روبوتات الدردشة عن الرضا عن روبوتات الدردشة؛ مما يشير إلى أن تعاطف الروبوتات يؤدي دوراً مهماً في بناء علاقة إيجابية، بالإضافة إلى ولاء المستخدمين؛ حيث إن تجاوب التطبيقات مع المشاكل والاهتمام بحلها يزيد من الانتماء والتفضيل.
- **تأثير الاسترخاء الاجتماعي على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة:** أظهرت النتائج أن ما يقرب من نصف المبحوثين لديهم مستوى مرتفع من الرضا عن كفاءة روبوتات الدردشة؛ بسبب الاسترخاء الاجتماعي الذي تتمتع به تطبيقات روبوتات الدردشة، وهذا يعكس ميل الشباب العربي نحو روبوتات الدردشة التي لا تُشعرهم بالوحدة، وتمنحهم شعوراً بالتواصل الاجتماعي دون قلق.
- **تأثير إدارة التفاعل على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة:** أوضحت النتائج أن ٥٦.٣% من المبحوثين لديهم مستوى مرتفع من الرضا عن كفاءة روبوتات الدردشة؛ نتيجة لقدرتها الفائقة على إدارة التفاعل بفعالية،

وذلك من خلال التّكْيُف مع طريقة الحوار الخاصة بالمستخدم، حيث يشعر الشباب العربي بالفعالية والتجاوب من جانب الروبوت.

- تأثير الحزم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: توصّلت النتائج أن أكثرية المبحوثين بنسبة ٦٠.٦% لديهم مستوى مرتفع من الرضا عن كفاءة روبوتات الدردشة؛ ويرجع ذلك إلى خاصية الحزم التي تتمتع بها تلك التقنيات، حيث يُعتبر الحفاظ على حدود اللياقة في المحادثة وتقديم ردود حازمة في الاستفسارات غير المناسبة عوامل أساسية في تعزيز شعور المستخدم بالأمان والثقة في الروبوت.

- تأثير التعبير على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: أظهرت النتائج ارتفاع مستوى الرضا عن كفاءة روبوتات الدردشة نتيجة لإمكانياتها في التعبير بوضوح ودقة، واستخدام لغة واضحة أثناء الدردشة، وهذا يؤكد على أن جودة التواصل اللغوي للروبوت عامل مهم في تحقيق رضا الشباب العربي.

- تأثير الدعم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: توصّلت النتائج إلى أن ارتفاع مستوى الرضا عن كفاءة تطبيقات روبوتات الدردشة بسبب الدعم الذي تقدّمه للشباب العربي، وهذا يشير إلى أن الدور العملي المهم لروبوتات الدردشة؛ لذلك يمثل عاملاً مهماً في تقييم الشباب العربي لكفاءتها.

- تأثير الفورية على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: كشفت نتائج الدراسة عن العلاقة القوية لتأثير الفورية على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة؛ حيث تُعتبر استجابة الروبوتات لاستفسارات الشباب العربي وتقليل أوقات الانتظار من العوامل الحاسمة في تحقيق الرضا.

- تأثير التحكم على الرضا عن كفاءة محادثات روبوتات الدردشة: أبرزت النتائج أن أكثر من نصف المبحوثين ٥٣.٣% لديهم مستوى مرتفع من الرضا عن كفاءة روبوتات الدردشة؛ بسبب إمكانية التحكم التي تتيحها تطبيقات



روبوتات الدردشة لهم؛ لذلك تكييف روبوتات الدردشة لتناسب مع متطلبات مستخدميها يمنح شعوراً بالأمان.

فيما يتعلق بتأثير مصداقية تطبيقات روبوتات الدردشة على رضا الشباب العربي عن المعلومات المقدمة خلالها يمكن تحليل ما توصلت إليه الدراسة من نتائج كما يلي:

- **تأثير الدقة:** أظهرت الدراسة أن الدقة هي محدّد أساسي لرضا المستخدمين، يمكن تفسير ذلك بأن المستخدم يعتمد على تطبيقات روبوتات الدردشة كمصدر موثوق للمعلومات، وأي خلل في الدقة يقوّض هذه الثقة ويقلل من رضاهم عن تلك التقنيات.
- **تأثير الشفافية:** تسهم الشفافية بشكل واضح في رضا الشباب العربي عن تطبيقات روبوتات الدردشة من خلال بناء الثقة والأمان، لذلك توضيح حدود إمكانيات الروبوتات، والكشف عن هوية الروبوتات، وكذلك سياسات حماية الخصوصية، كلها تطمئن المستخدم وتجعله أكثر استعداداً لاستخدام الروبوتات.
- **تأثير الموثوقية:** تعتبر الموثوقية عنصراً جوهرياً للرضا، حيث يعتمد الشباب العربي على روبوتات الدردشة في الحصول على معلومات بشرط أن تكون جديرة بالثقة؛ لذلك فإن استناد الروبوتات إلى مصادر موثوقة، وتحديث المعلومات باستمرار، والإفصاح عن الجهات المسؤولة عنه، كلها مؤشرات تُعزّز من مصداقيته في نظر الشباب العربي.
- **تأثير النزاهة:** تؤدي النزاهة دوراً كبيراً في بناء علاقة قوية وإيجابية بين الشباب العربي وتطبيقات روبوتات الدردشة، من خلال التزام الروبوتات بالمعايير الأخلاقية، وتجلب التحيز في المعلومات، واحترام وجهات النظر المختلفة، كلها مظاهر للنزاهة التي يقدرها الشباب العربي، ويمكن تفسير ذلك بأن يميل إلى الموضوعية، ويستنكر أساليب الخداع، لذلك تُعزّز النزاهة الشعور بالرضا.

- **تأثير السمعة:** تؤثر السمعة الإيجابية لتطبيقات روبوتات الدردشة بشكل كبير على رضا المستخدمين؛ حيث إن التجارب الجيدة السابقة، والتقييمات الإيجابية من الآخرين، وشعبية وانتشار التطبيق، كلها مظاهر تدفع الشباب العربي للشعور بالثقة والراحة عند استخدامه، ويمكن تفسير ذلك بأن المُستخدم تتكوّن لديه صورة ذهنية ويتأثر بالمحيط الاجتماعي.

فيما يتعلق بتأثير قدرة تطويع وتخصيص روبوتات الدردشة على الرضا يمكن مناقشته من عدّة زوايا:

- **الشعور بالتمكين والسيطرة:** عندما يمتلك المُستخدم القدرة على تخصيص تطبيقات روبوتات الدردشة وحذف بياناته الشخصية، فإنه يشعر بمستوى أعلى من التحكم في تجربته والسيطرة على خصوصية معلوماته.

- **تلبية الاحتياجات الفردية:** قدرة الشباب العربي على تطويع روبوتات الدردشة لتناسب مع احتياجاته الخاصة تجعل التجربة أكثر ملاءمة، فعندما يستطيع المُستخدم تعديل الإعدادات لتتوافق مع طريقة استخدامه، يصبح التطبيق أداة أكثر فعالية بالنسبة له.

- **تعزيز الأمان والثقة:** إن إمكانية حذف المعلومات الشخصية في أيّ وقت تعطي المُستخدم شعوراً بالسيطرة على خصوصيته؛ مما يقلل من التردد بشأن مشاركة المعلومات مع التطبيق، ويعزز من الرضا.

- **بناء علاقة شخصية:** عندما يتأكد المستخدم أن تطبيقات روبوتات الدردشة قابلة للتطويع والتخصيص يبدأ في بناء علاقة أشبه بالعلاقات الشخصية، وهذا الشعور بالملكية الشخصية يرفع من مستوى الرضا عن المعلومات المُقدّمة من خلال تلك التقنيات.



فيما يتعلق بمظاهر رضا الشباب العربيّ عن روبوتات تطبيقات الدردشة يمكن تقسيمها إلى:

- **الرضا العام:** ما يقرب من نصف المُستخدمين لديهم رضا عام إيجابي عن تجربتهم مع روبوتات الدردشة، يمكن تفسير ذلك بأن تقنيات روبوتات الدردشة نجحت بشكل عام في تلبية احتياجات المُستخدمين وقَدّمت قيمة ملموسة للشباب العربيّ.
- **الرضا الوظيفي:** قدرة تطبيقات روبوتات الدردشة على أداء المهام المطلوبة منها، وتحقيق توقعات المُستخدمين من خلال تقديمها للمعلومات المطلوبة بكفاءة في مختلف التخصصات، كان له تأثير إيجابي ضخم على الرضا، وبذلك تكون حققت الرضا الوظيفي لها.
- **الرضا التفاعلي والعاطفي:** إلى جانب تحقيق الرضا الوظيفي كشفت نتائج الدراسة عن ضرورة وجود رضا تفاعليّ وعاطفيّ من تلك التقنيات لمستخدميها؛ لخلق تجربة أشبه بالعلاقة مع البشر، فالأشخاص يميلون لمن يتعاطف مع محادثاتهم.
- **الرضا عن سهولة الاستخدام:** توصّلت نتائج الدراسة أن استخدام تطبيقات روبوتات الدردشة يرتبط بالرضا عن سهولة الاستخدام، لذلك فإنّ التصميم المُعَدّ للتقنيات يؤدي إلى نفور المُستخدمين.

فيما يتعلق بتأثير المتغيرات الديموجرافية (النوع، والجنسية، والسن، والمستوى التعليمي، ومستوى الدخل) على الشعور بالرضا عن روبوتات الدردشة كشفت النتائج أن الرضا عن تطبيقات روبوتات الدردشة لا يتأثر بنوع المُستخدم (ذكر/ أنثى) بشكل كبير، بينما تبيّن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضا بناءً على الجنسية، والسن، والمستوى التعليمي، والدخل، وهذا يشير إلى أن العوامل الديموجرافية تؤثر بشكل كبير في تشكيل تجربة المُستخدم ورضاه عن تقنيات روبوتات الدردشة، ويؤكد

هذا على ضرورة مراعاة العوامل الديموجرافية والخلفيات الثقافية المتنوعة؛ وذلك لضمان تحقق الرضا.

توصيات الدراسة:

توصيات خاصة بالدراسات المستقبلية:

١. دراسة استكشافية تركز على فهم تفضيلات الشباب العربي لأنماط التفاعل المختلفة مع تطبيقات روبوتات الدردشة (مثل النص فقط، الرسائل الصوتية، العناصر المرئية، التفاعل متعدد الوسائط).
٢. دراسة حول أثر جودة تصميم واجهات المستخدم لتطبيقات روبوتات الدردشة على رضا الشباب العربي عن تلك التقنيات.
٣. دراسة مقارنة تبحث في كيفية استيعاب تطبيقات روبوتات الدردشة للسياق الثقافي والعادات الاجتماعية العربية في التعبير عن الدعم العاطفي وعلاقته برضا الشباب العربي عن هذا الدعم.

توصيات خاصة بمطوري تطبيقات روبوتات الدردشة:

١. التركيز على فهم احتياجات المستخدمين من خلال تحليل الجمهور المستهدف بدقة، ومعرفة مستوى معرفتهم بتقنيات تطبيقات روبوتات الدردشة.
٢. يجب اعتبار القدرة على تطوير تطبيقات روبوتات الدردشة لخدمة المستخدمين ميزة تنافسية أساسية؛ من خلال توفير خيارات تخصيص متنوعة ومرنة يمكن أن يُميز التطبيق عن المنافسين؛ وذلك لتعزيز جاذبيته.
٣. توفير خيارات قوية للتحكم في البيانات الشخصية والإشعارات؛ لتعزيز ثقة المُستخدم في تطبيقات روبوتات الدردشة، وضمان الشعور بالراحة والأمان.
٤. من الضروري تصميم واجهات سهلة الاستخدام تسمح للمستخدمين بتعديل التطبيق بسرعة وكفاءة؛ وذلك لتوفير الوقت والجهد، وضمان زيادة التفاعل.



مراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربية:

- أحمد فهمي، سميرة، (٢٠٢٣). روبوتات الدردشة chatbots واستخداماتها في مؤسسات المعلومات - دراسة استكشافية تحليلية، *المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات*، ٥ (١٥)، ٢٧٩.
- خيرى محمد، محمد، (٢٠٢٤). روبوتات الدردشة التفاعلية " chatbots كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على البحث العلمي، *مجلة التربية النوعية والتكنولوجيا*، ٣١ (١)، ٢٨٤ - ٣١٠.
- لطفي عبد العزيز، إنجي، (٢٠٢٤). تقييم الخبراء المتخصصين لمصادقية المحتوى الصحفي التوليدي بواسطة تطبيق chat Gpt، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ٤٦، ٢٦٥ - ٢٩٥.
- محمد أحمد، شيرين، (٢٠٢٣). تقبل الشباب المصري لاستخدام تقنية chat Gpt كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي - دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، ٦٦ (١)، ٩ - ٧٤.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Abdulquadri, A., Mogaji, E., Kieu, T. A., & Nguyen, N. P. (2021). Digital transformation in financial services provision: a Nigerian perspective to the adoption of chatbot. *Journal of Enterprising Communities*, 15(2), 258-281.
- Ahmed, S. A., Abd Rahman, K., Ahmad, S., Basri, M., Abdulmana, S., & Hikmaturokhman, A. (2025). A Bibliometric analysis for AI-Powered Chatbots. *Applied Mathematics and Computational Intelligence (AMCI)*, 14(1), 133-147.
- Al-Shafei, M. (2025). Navigating human-chatbot interactions: an investigation into factors influencing user satisfaction and engagement. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 41(1), 411-428.



- Alsharhan, A., Al-Emran, M., & Shaalan, K. (2023). Chatbot adoption: A multiperspective systematic review and future research agenda. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 10232-10244.
- Asha, V., Reddy, G. P., Nithya, B., Tungal, K., Durgaprasad, V., & Kruthik, T. N. (2023, March). Implication and advantages of machine learning-based chatbots in diverse disciplines. In *2023 International Conference on Sustainable Computing and Data Communication Systems (ICSCDS)*, 22-28.
- Ashfaq, M., Makkar, M., Hoang, A. P., Dang-Pham, D., Do, M. H. T., & Nguyen, A. T. (2025). Exploring customer stickiness during “smart” experiences: a study on AI chatbot affinity in online customer services. *Journal of Research in Interactive Marketing*. available online at: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/jrim-09-2024-0452/full/html>
- Bae Brandtzæg, P. B., Skjuve, M., Kristoffer Dysthe, K. K., & Følstad, A. (2021, May). When the social becomes non-human: young people's perception of social support in chatbots. In *Proceedings of the 2021 CHI conference on human factors in computing systems*, 1-13.
- Benke, I., Gnewuch, U., & Maedche, A. (2022). Understanding the impact of control levels over emotion-aware chatbots. *Computers in Human Behavior*, 129, 107122.
- Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2017). Why people use chatbots. In *Internet Science: 4th International Conference, INSCI 2017, Thessaloniki, Greece, November 22-24, 2017, Proceedings 4* (pp. 377-392).
- Chang-Arana, Á. M., Surma-Aho, A., Hölttä-Otto, K., & Sams, M. (2022). Under the umbrella: components of empathy in psychology and design. *Design Science*, 8, e20, 4.
-



- Chen, Z., Zhao, X., Hua, M., & Xu, J. (2025). Building Bonds Through Bytes: The Impact of Communication Styles on Patient-Chatbot Relationships and Treatment Adherence in AI-Driven Healthcare. In International Conference on Human-Computer Interaction, 32-52.
- Cheng, Y., & Jiang, H. (2020). How do AI-driven chatbots impact user experience? Examining gratifications, perceived privacy risk, satisfaction, loyalty, and continued use. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 64(4), 592-614.
- Cheng, Y., Wang, Y., & Lee, J. (2025). Using a chatbot to combat misinformation: exploring gratifications, chatbot satisfaction and engagement, and relationship quality. International Journal of Human-Computer Interaction, 41 (7), 3913-3925.
- Cornelison, B. R., Erstad, B. L., & Edwards, C. (2024). Accuracy of a chatbot in answering questions that patients should ask before taking a new medication. Journal of the American Pharmacists Association, 64(4), 102110.
- Credibility .In The American Heritage Dictionary of the English Language (5th ed.). Retrieved March 2, 2025, from <https://www.ahdictionary.com/word/search.html?q=credibilit>
- De Cock, C., Milne-Ives, M., Van Velthoven, M. H., Alturkistani, A., Lam, C., & Meinert, E. (2020). Effectiveness of conversational agents (virtual assistants) in health care: Protocol for a systematic review. JMIR Research Protocols, 9(3). Available online at <https://doi.org/10.2196/16934>.
- De Cosmo, L. M., Piper, L., & Di Vittorio, A. (2021). The role of attitude toward chatbots and privacy concern on the relationship between attitude toward mobile advertising and behavioral intent to use chatbots. Italian Journal of Marketing, 2021, 83-102.
- Djufiril, R., Frampton, J. R., & Knobloch-Westerwick, S. (2025). Love, Marriage, Pregnancy: Commitment Processes in Romantic Relationships with AI Chatbots. Computers in Human Behavior: Artificial Humans, 100155.



- Eren, B. A. (2021). Determinants of customer satisfaction in chatbot use evidence from a banking application in Turkey. *International Journal of Bank Marketing*, 39 (2), 294-311.
- Feretzakis, G., Tzelves, L., Sakagianni, A., Verykios, V. S., & Kalles, D. (2024). Evaluating the interactions of Medical Doctors with chatbots based on large language models: Insights from a nationwide study in the Greek healthcare sector using ChatGPT, *Computers in Human Behavior*, 161, 108404, Available online at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563224002723>
- Gajjar, A. A., Kumar, R. P., Paliwoda, E. D., Kuo, C. C., Adida, S., Legarreta, A. D., & Hudson, J. S. (2022). Usefulness and accuracy of artificial intelligence Chatbot responses to patient questions for neurosurgical procedures. *Neurosurgery*, 10-1227.
- Goodman, R. S., Patrinely, J. R., Stone, C. A., Zimmerman, E., Donald, R. R., Chang, S. S., ... & Johnson, D. B. (2023). Accuracy and reliability of chatbot responses to physician questions. *JAMA network open*, 6(10), e2336483-e2336483.
- Gupta, Y., & Khan, F. M. (2024). Role of artificial intelligence in customer engagement: a systematic review and future research directions. *Journal of Modelling in Management*, 19 (5), 1535-1565.
- Hasal, M., Nowaková, J., Ahmed Saghair, K., Abdulla, H., Snášel, V., & Ogiela, L. (2021). Chatbots: Security, privacy, data protection, and social aspects. *Concurrency and Computation: Practice and Experience*, 33(19), e6426.
- Ischen, C., Araujo, T., Voorveld, H., van Noort, G., & Smit, E. (2020). Privacy concerns in chatbot interactions. In *Chatbot Research and Design: Third International Workshop, CONVERSATIONS 2019, Amsterdam, The Netherlands, November 19–20, 2019, Revised Selected Papers 3*, 34-48.
-



- Jansom, A., Srisangkajorn, T., & Limarunothai, W. (2022). How chatbot e-services motivate communication credibility and lead to customer satisfaction: The perspective of Thai consumers in the apparel retailing context. *Innovative Marketing*, 18(3), 13- 25.
- Kasani, P. H., Cho, K. H., Jang, J. W., & Yun, C. H. (2024). Influence of artificial intelligence and chatbots on research integrity and publication ethics. *Science Editing*, 11(1), 12-25.
- Kim, M., Lee, S., Kim, S., Heo, J. I., Lee, S., Shin, Y. B., ... & Jung, D. (2025). Therapeutic Potential of Social Chatbots in Alleviating Loneliness and Social Anxiety: Quasi-Experimental Mixed Methods Study. *Journal of Medical Internet Research*, 27, e65589.
- Lareh, D. T., Sholikhah, S., & Krissanya, N. (2025). Analysis of user satisfaction with the veronika digital chatbot service on the my telkomsel application. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(5), 393-401.
- Lee, F. Y., & Chan, T. J. (2024, January). Establishing credibility in AI chatbots: the importance of customization, communication competency and user satisfaction. In *4th International Conference on Communication, Language, Education and Social Sciences*, (CLESS 2023), 88-106.
- Lee, Y. C., Yamashita, N., Huang, Y., & Fu, W. (2020, April). " I hear you, I feel you": encouraging deep self-disclosure through a chatbot. In *Proceedings of the 2020 CHI conference on human factors in computing systems* , 1-12.
- Liu, Y. L., Hu, B., Yan, W., & Lin, Z. (2023). Can chatbots satisfy me? A mixed-method comparative study of satisfaction with task-oriented chatbots in mainland China and Hong Kong. *Couters in Human Behavior*, 143, (107716), Available online at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563223000675>
- Lubbe, I., & Ngoma, N. (2021). Useful chatbot experience provides technological satisfaction: An emerging market perspective. *South African Journal of Information Management*, 23 (1), 1-8.



- Maurya, R. K. (2024). Using AI based Chatbot ChatGPT for practicing counseling skills through role-play. *Journal of Creativity in Mental Health*, 19(4), 513-528.
- Misischia, C. V., Poecze, F., & Strauss, C. (2022). Chatbots in customer service: Their relevance and impact on service quality. *Procedia Computer Science*, 201, 421-428.
- Nagarhalli, T. P., Vaze, V., & Rana, N. K. (2020, March). A review of current trends in the development of chatbot systems. In 2020 6th International conference on advanced computing and communication systems (ICACCS), 706-710.
- Ndunagu, J. N., Ezeanya, C. U., Onuorah, B. O., Onyeakazi, J. C., & Ukwandu, E. (2025). A Chatbot Student Support System in Open and Distance Learning Institutions. *Computers* 2025, 14, (96), 1- 17.
- Ng, R., & Chow, T. Y. J. (2024). Powerful tool or too powerful? Early public discourse about ChatGPT across 4 million tweets. *Plos one*, 19 (3), 1- 10.
- Ok, E. (2025). Transparency and Explainability in AI Chatbots: How They Shape User Confidence, Available online at: <https://www.researchgate.net/profile/Emmanuel-Ok-2/publication/389282764>
- Orden-Mejía, M., & Huertas, A. (2022). Analysis of the attributes of smart tourism technologies in destination chatbots that influence tourist satisfaction. *Current Issues in Tourism*, 25 (17), 2854-2869.
- Pergantis, P., Bamicha, V., Skianis, C., & Drigas, A. (2025). AI Chatbots and Cognitive Control: Enhancing Executive Functions Through Chatbot Interactions: A Systematic Review. *Brain Sciences*, 15(1), 47.
- Pfafman, T. (2017). Assertiveness. *Encyclopedia of personality and individual differences*, 1-7. Available online at: https://www.researchgate.net/publication/313518353_Assertiveness#full-text



- Sapkota, R., Raza, S., & Karkee, M. (2025). Comprehensive analysis of transparency and accessibility of chatgpt, deepseek, and other sota large language models. arXiv preprint arXiv:2502.18505.
- Schanke, S., Burtch, G., & Ray, G. (2021). Estimating the impact of “humanizing” customer service chatbots. *Information Systems Research*, 32(3), 736-751.
- Setzmann, A. (2024). Transparent interactions: The effects of human-like design and chatbot disclosure on trust perception and user experience (master's thesis, University of Twente), Available online at: <https://essay.utwente.nl/104589/>
- Shum, H. Y., He, X. D., & Li, D. (2018). From Eliza to Xiaolce: challenges and opportunities with social chatbots. *Frontiers of Information Technology & Electronic Engineering*, 19, 10-26.
- Skjuve, M., Følstad, A., Fostervold, K. I., & Brandtzaeg, P. B. (2021). My chatbot companion-a study of human-chatbot relationships. *International Journal of Human-Computer Studies*, 149, (102601), Available online at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1071581921000197>
- Sousa, D. N., Brito, M. A., & Argainha, C. (2019, September). Virtual customer service: building your chatbot. In *Proceedings of the 3rd International Conference on Business and Information Management*, 174-179.
- Taecharungroj, V. (2023). “What can ChatGPT do?” Analyzing early reactions to the innovative AI chatbot on Twitter. *Big Data and Cognitive Computing*, 7(1), 35, Available online at: <https://www.mdpi.com/2504-2289/7/1/35>
- van Wezel, M. M., Croes, E. A., & Antheunis, M. L. (2020, November). “I’m here for you”: can social chatbots truly support their users? A literature review. In *International Workshop on Chatbot Research and Design*, 96-113.



- Wald, R., Heijsselaar, E., & Bosse, T. (2021, June). Make your own: The potential of chatbot customization for the development of user trust. In Adjunct proceedings of the 29th ACM conference on user modeling, adaptation and personalization, 382-387.
- Wang, L., Yan, J., Lin, J., & Cui, W. (2017). Let the users tell the truth: Self-disclosure intention and self-disclosure honesty in mobile social networking. International Journal of Information Management, 37(1), 1432.
- Wang, Y., Zhang, N., & Zhao, X. (2022). Understanding the determinants in the different government AI adoption stages: Evidence of local government chatbots in China. Social Science Computer Review, 40(2), 534-554.
- Zarouali, B., Makhortykh, M., Bastian, M., & Araujo, T. (2021). Overcoming polarization with chatbot news? Investigating the impact of news content containing opposing views on agreement and credibility. European journal of communication, 36 (1), 53-68.
- Zumstein, d., & hundredmark, s. (2017). Chatbots--an interactive technology for personalized communication, transactions and services. Iadis international journal on www/internet, 15(1), 100.

