

جامعة ميدأوشن



كلية الإعلام

تخصص إعلام

توظيف الذكاء الاصطناعي في ادارة المحتوى الاعلامي على المنصات

الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية

إعداد الطالب/ صالح ناصر عبدالله المراني

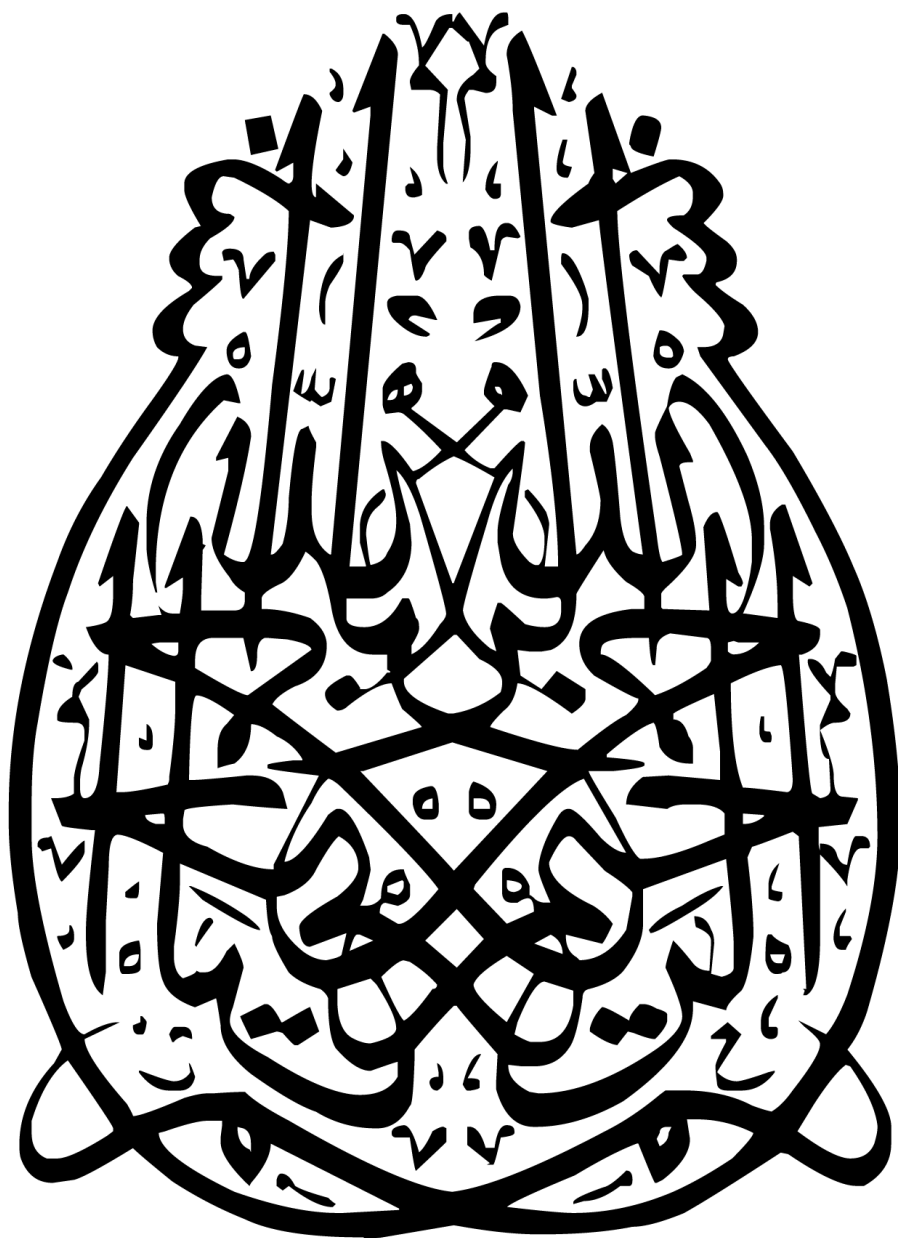
الرقم الجامعي / [243001641](#)

إشراف/ د.مهيتاب الرافعي

العميد الأكاديمي/ د.شيرين كدواني

العام الدراسي:

1447 – 2025



إهداء

إلى كل من أضاء بعلمه عقل غيره

أو هدى بالجواب الصحيح حيرة سائليه

فأظهر بسماحته تواضع العلماء

وبرحابته سماحة العارفين

إهداء

هدي هذا العمل المتواضع إلى أبي الذي لم يبخل علي يوماً بشيء

وإلى أمي التي ذودتني بالحنان والمحبة

شكر وتقدير

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذا البحث العلمي،

والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة.

فالحمد لله حمدا كثيرا

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلي الأستاذ الدكتور

الدكتور / الفیصل عبد الحمید محمد حسن

على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا

في جوانبها المختلفة.

والشكر والتقدير موصول إلي إدارة جامعة ميد أوشن ممثلة بالكادر الأكاديمي

والإداري، لما قدموه من تسهيلات وتشجيع وتوفير الخدمات المطلوبة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من لم يسعنا الحظ بذكر أسمائهم راجيا من المولي عز

وجل أن تكون هذه الدراسة نافذة لدراسات أخرى .

المستخلص

تهدف الدراسة إلى معرفة توظيف الذكاء الاصطناعي بأبعاده مجمعة والمتمثلة في (التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار) في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكوّنت عينة الدراسة من (350) مفردة تم اختيارها بطريقة عشوائية من عدة شركات خاصة.

وقد أظهرت النتائج تحليل الانحدار المتعدد أن كل بُعد من أبعاد الذكاء الاصطناعي، والمتمثلة في (التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار)، يساهم بدرجات متفاوتة في تفسير التغير في مستوى إدارة المحتوى الإعلامي، حيث تبين أن بعد "التعلم من خلال العمل" كان الأكثر تأثيرًا، يليه "الأتمتة والنظم الذكية"، ثم "دعم القدرة على اتخاذ القرار"، في حين جاء "التشغيل الآلي" بدرجة تأثير إيجابية ولكن أقل نسبيًا مقارنة بباقي الأبعاد.

بناءً على هذه النتائج ، توصي الدراسة بضرورة زيادة الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة في الأتمتة والنظم الذكية، لضمان تحسين جودة تخصيص المحتوى وزيادة الكفاءة ، وأيضاً توفير برامج تدريب منتظمة للموظفين على استخدام الأدوات الذكية وتقنيات الأتمتة الحديثة، مما يساهم في تعزيز مهاراتهم وتحقيق أفضل نتائج في أداء العمل.

الكلمات المفتاحية: توظيف الذكاء الاصطناعي – إدارة المحتوى الإعلامي – المنصات الاخبارية

قائمة المحتويات

أ.....	بسم الله الرحمن الرحيم
ب.....	الإهداء
ج.....	الشكر والتقدير
ج.....	المستخلص
ه.....	قائمة المحتويات
ح.....	قائمة الجداول
ي.....	قائمة الأشكال
١.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
١,١.....	١,١ المقدمة
٤.....	٢,١ مشكلة الدراسة
٦.....	٣,١ أهمية الدراسة:
٧.....	٤,١ أهداف الدراسة:
٨.....	٥,١ تساؤلات الدراسة
٨.....	٦,١ فروض الدراسة:
٩.....	٧,١ نموذج الدراسة:
١٠.....	٨,١ الدراسات السابقة:
١٦.....	٩,١ الفجوة البحثية:
١٨.....	١٠,١ المنطلقات النظرية للدراسة:
٢٠.....	١١,١ المنهجية وطرق البحث:
٢٠.....	١٢,١ مصادر جمع البيانات
٢١.....	١٣,١ أدوات الدراسة:
٢١.....	١٤,١ الأساليب الإحصائية المستخدمة
٢١.....	١٥,١ أداة الدراسة

٢٢	١٦,١ حدود الدراسة:.....
٢٤	الفصل الثاني: الإطار النظري.....
٢٤	المبحث الأول: الذكاء الاصطناعي.....
٢٤	١,١,٢ المقدمة.....
٢٤	٢,١,٢ نشأة وتطور الذكاء الاصطناعي:.....
٢٥	٣,١,٢ مفهوم الذكاء الاصطناعي.....
٢٧	٤,١,٢ أهمية الذكاء الاصطناعي.....
٢٨	٥,١,٢ أهداف الذكاء الاصطناعي.....
٢٩	٦,١,٢ خصائص الذكاء الاصطناعي.....
٣٣	٧,١,٢ أنواع الذكاء الاصطناعي.....
٥٠	المبحث الثاني: إدارة المحتوى الإعلامي.....
٥٠	١,٢,٢ المقدمة.....
٥١	٢,٢,٢ الرؤية التحريية وتحديد الأهداف.....
٥٢	٣,٢,٢ تخطيط المحتوى الرقمي والفريق التقني.....
٥٣	٤,٢,٢ الجمهور والتفاعل.....
٥٥	٥,٢,٢ الأرشفة وحفظ السجلات.....
٥٦	٦,٢,٢ التطوير التقني والذكاء الاصطناعي.....
٥٧	٧,٢,٢ مستقبل إدارة المحتوى الإعلامي.....
٥٩	٨,٢,٢ أركان جوهرية لضمان جودة المحتوى الإعلامي.....
٦٢	٩,٢,٢ ركائز حيوية لإدارة المحتوى الإعلامي.....
٦٤	١٠,٢,٢ إدارة المحتوى الإعلامي وسط التحولات العالمية.....
٦٦	الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها.....
٦٦	١,٣ المقدمة.....
٦٦	٢,٣ منهج الدراسة.....
٦٨	3.3 أداة الدراسة.....

٦٩	٤,٣ مفتاح التصحيح:.....
٦٩	٥,٣ وصف مجتمع وعينة الدراسة.....
٧٣	٦,٣ صدق أداة الدِّراسة:.....
٧٨	٧,٣ ثبات أداة الدِّراسة:.....
٨٢	٨,٣ أساليب تحليل البيانات:.....
٨٤	الفصل الرابع: نتائج فرضيات الدِّراسة.....
٨٤	١,٤ المقدمة.....
٨٤	٢,٤ خصائص عينة الدِّراسة:.....
٩٣	٢,٤ دراسة محاور الاستبيان:.....
٩٣	المحور الأول الذكاء الاصطناعي.....
١١٠	المحور الثاني إدارة المحتوى الإعلامي.....
١١٦	٤,٤ التحقق من فرضيات الدراسة.....
١٢٨	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات.....
١٢٨	١,٥ ملخص نتائج الدِّراسة:.....
١٣٣	2.5 خلاصة النتائج.....
١٣٤	٣,٥ توصيات الدِّراسة:.....
١٣٥	٤,٥ مقترحات الدراسة.....
١٣٧	Abstract.....
١٣٨	المراجع.....
١٣٨	أولاً: المراجع العربية.....
١٤٠	ثانياً: المراجع الأجنبية.....
١٤٤	الملاحق.....
١٤٥	استمارة استبيان.....

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
٦٨	الجدول (١) القسم الثاني: من الاستبانة	١.
٦٩	جدول رقم (٢) مفتاح التصحيح	٢.
٧٢	جدول (٣) الاستبانات الموزعة والمعادة	٣.
٧٥	الجدول (٤): مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون بين أبعاد دور الإدارة الصحية وتحسين بيئة العمل	٤.
٧٩	الجدول (٥): معاملات الثبات (ألفا كرونباخ) لمجاور أداة الدراسة	٥.
٨٢	جدول رقم (٦) درجة الموافقة ومدى الموافقة على مقياس ليكرت الخماسي	٦.
٨٤	جدول رقم (٧) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع	٧.
٨٥	جدول رقم (٨) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية	٨.
٨٧	جدول رقم (٩) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	٩.
٨٨	جدول رقم (١٠): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المسمى الوظيفي	١٠.
٩١	جدول رقم (١١): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	١١.
٩٤	جدول (١٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بعد التشغيل الآلي	١٢.

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
٩٧	جدول (١٣) المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بُعد الأتمتة والنظم الذكية	١٣.
١٠١	جدول (١٤) المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بعد التعلم من خلال العمل	١٤.
١٠٥	جدول (١٥) المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بعد دعم القدرة على اتخاذ القرار	١٥.
١١٠	جدول (١٦) المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات المحور الثاني	١٦.
١١٦	جدول (١٧) أثر الذكاء الاصطناعي على إدارة المحتوى الإعلامي	١٧.
١١٩	جدول (١٨) أثر التشغيل الآلي على إدارة المحتوى الإعلامي	١٨.
١٢١	جدول (١٩) أثر الأتمتة والنظم الذكية على إدارة المحتوى الإعلامي	١٩.
١٢٣	جدول (٢٠) أثر التعلم من خلال العمل على إدارة المحتوى الاعلامي	٢٠.
١٢٥	جدول (٢١) أثر دعم القدرة على اتخاذ القرار على إدارة المحتوى الإعلامي	٢١.

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
٩	الشكل رقم (١): متغيرات الدراسة	١.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١ المقدمة

أصبح الذكاء الاصطناعي اليوم أحد أهم التحولات التكنولوجية التي أثرت بشكل جذري في مختلف جوانب الحياة، ولا سيما في مجال إدارة المحتوى الإعلامي، حيث أعاد تشكيل الطريقة التي يتم بها إنتاج المحتوى، وتحليله، وتوزيعه، وتخصيصه للجماهير. ففي بيئة إعلامية تتسم بالتدفق الهائل والسريع للمعلومات، جاءت تقنيات الذكاء الاصطناعي لتوفر أدوات فعالة تساعد المؤسسات الإعلامية في التعامل مع الكم الهائل من البيانات، وتحقيق الدقة والسرعة في آن واحد، فضلاً عن تحسين تجربة المستخدم وتخصيص المحتوى بما يتناسب مع اهتماماته.

أحد أبرز أدوار الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي يتمثل في أتمتة إنتاج الأخبار والتقارير، وهي عملية تُعرف باسم "الصحافة الآلية" أو automated journalism. حيث تقوم خوارزميات متقدمة بتحليل قواعد البيانات الضخمة، مثل نتائج المباريات الرياضية أو البيانات الاقتصادية، وإنتاج نصوص إخبارية مكتوبة بلغة بشرية دون تدخل بشري مباشر. وقد بدأت وكالات أنباء كبرى مثل وكالة "أسوشيتد برس" و"رويترز" في استخدام هذه التقنية لتوفير الوقت والجهد، مع التركيز البشري على التقارير التحليلية والتغطية الميدانية العميقة.

إلى جانب الإنتاج، يساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين إدارة المحتوى من خلال التصنيف والتنظيم الذكي. فباستخدام تقنيات التعلم الآلي، يمكن الآن فهرسة مقاطع الفيديو، والصور، والمقالات المكتوبة، بناءً على محتواها الفعلي، وليس فقط على الكلمات المفتاحية. على سبيل المثال، يمكن لنظام ذكاء اصطناعي التعرف تلقائياً على وجوه الشخصيات العامة في مقطع فيديو، أو تصنيف مقال سياسي ضمن موضوعات مثل الانتخابات أو الأمن أو الاقتصاد، دون تدخل بشري. هذا يُسهل على المؤسسات الإعلامية أرشفة محتواها الضخم والوصول إليه بفعالية، كما يساعد المستخدمين على استكشاف المحتوى الأكثر صلة باهتماماتهم بسرعة وسلاسة.

من الجوانب المهمة أيضًا هو استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل الجمهور وتخصيص المحتوى. فبفضل تحليل البيانات السلوكية للمستخدمين عبر المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، يمكن للمؤسسات الإعلامية بناء نماذج دقيقة لفهم تفضيلات كل مستخدم، وبالتالي تقديم محتوى مخصص له بشكل شبه فردي. فمثلاً، إذا كان المستخدم يميل إلى قراءة الأخبار التكنولوجية ومشاهدة التقارير المصورة، فإن المنصة يمكن أن تُظهر له تلقائيًا مقالات وتقارير مشابهة في الواجهة الرئيسية. هذا التخصيص يعزز من تجربة المستخدم ويزيد من التفاعل مع المحتوى، كما يساعد المؤسسات على توجيه الإعلانات بطريقة أكثر كفاءة وربحية.

كما يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا حاسمًا في كشف الأخبار الكاذبة والتلاعب بالمعلومات، وهي قضية باتت تشكل تحديًا كبيرًا في العصر الرقمي. باستخدام تقنيات تحليل اللغة الطبيعية والتعلم العميق، يمكن بناء أنظمة قادرة على التحقق من صحة الأخبار من خلال مقارنة مصادر متعددة وتحليل أسلوب النصوص، وتحديد ما إذا كان المحتوى يحتوي على تحريف أو تحيز أو إشارات لكونه مزيفًا. ورغم أن هذه الأنظمة لا تزال في طور التطوير، إلا أنها تمثل خطوة مهمة نحو إعلام أكثر شفافية ومصداقية.

ومع ازدهار المحتوى المرئي، أصبح الذكاء الاصطناعي أيضًا أداة فعالة في تحرير الفيديوها والصور وإنتاجها بشكل آلي. فمن خلال تقنيات مثل "الرؤية الحاسوبية"، يستطيع النظام تحديد اللحظات المهمة داخل الفيديو وتوليد مقاطع مختصرة بشكل ذكي، أو حتى اقتراح تعديلات بصرية بناءً على نوع الجمهور المستهدف. كذلك تُستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنشاء محتوى مرئي واقعي تمامًا باستخدام تقنيات مثل deepfake أو التوليد التلقائي للصور، وهي تقنية تفتح آفاقًا واسعة للإبداع ولكن تثير أيضًا مخاوف أخلاقية وتنظيمية.

رغم كل هذه الإمكانيات المبهرة، فإن دمج الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي لا يخلو من التحديات. من أبرزها القضايا الأخلاقية المتعلقة بالخصوصية، وانحياز الخوارزميات، والشفافية في اتخاذ القرار، فضلاً عن خطر فقدان الطابع الإنساني في المحتوى الإخباري. لذلك فإن الاستخدام المسؤول

والمتوازن للذكاء الاصطناعي يجب أن يكون مصحوبًا برقابة بشرية واعية، وإطار قانوني وتنظيمي يحافظ على نزاهة الرسالة الإعلامية ويضمن حق الجمهور في المعرفة.

في المجمل، يمثل الذكاء الاصطناعي ثورة حقيقية في مجال الإعلام وإدارة المحتوى، فهو لا يقتصر على تسريع العمليات أو تقليل التكاليف، بل يمتد ليُعيد تعريف المفهوم التقليدي للإعلام ذاته، من حيث الشكل والمضمون، ومن حيث العلاقة مع الجمهور. إنه انتقال من إعلام جماهيري تقليدي إلى إعلام ذكي، مرن، ومتفاعل، يواكب التحولات التقنية والرقمية لعصر جديد من الاتصال والمشاركة.

تشير إدارة المحتوى الاعلامي إلى قدرة المؤسسة على تنفيذ المهام والأنشطة الإدارية المختلفة بأعلى مستوى من الفاعلية وأقل قدر ممكن من الهدر في الوقت والموارد. وتُعد هذه الكفاءة حجر الزاوية في نجاح أي منظمة، إذ تمثل المعيار الذي يُقاس من خلاله مدى قدرة الإدارة على توظيف الموارد البشرية والمادية والتقنية بطريقة متوازنة ومنظمة تؤدي إلى تحقيق الأهداف بأعلى جودة ممكنة وفي الوقت المحدد. وتُترجم إدارة المحتوى الاعلامي إلى تحسين في الأداء المؤسسي، وتخفيض في التكاليف، وتسريع في الإجراءات، وزيادة في مستوى رضا العملاء الداخليين والخارجيين.

تعتمد إدارة المحتوى الاعلامي على عدة عناصر رئيسية، من أبرزها تخطيط الأعمال وتنظيمها، حيث يشمل ذلك وضع الأهداف، وتحديد الأولويات، وتوزيع المسؤوليات بوضوح على مختلف المستويات الإدارية، الأمر الذي يضمن انسيابية سير العمل وتجنب التكرار أو الازدواجية في المهام. كما تلعب الرقابة والمتابعة المستمرة دورًا جوهريًا في تعزيز الكفاءة، من خلال مراقبة الأداء وقياسه مقابل المعايير الموضوعية سلفاً، ما يتيح للإدارة اتخاذ إجراءات تصحيحية في الوقت المناسب عند ظهور الانحرافات.

من الجوانب المهمة أيضًا في إدارة المحتوى الاعلامي هو تبني نظم المعلومات الإدارية الحديثة، التي تتيح الوصول إلى البيانات الدقيقة في الوقت الحقيقي، وتساعد في دعم اتخاذ القرار المبني على معطيات فعلية. وبفضل التطور التكنولوجي، أصبحت الكثير من المؤسسات تعتمد على أنظمة تخطيط الموارد المؤسسية (ERP) وأنظمة ذكاء الأعمال (BI)، التي تساهم بشكل فعال في تحسين الكفاءة التشغيلية والإدارية من خلال التكامل بين الوحدات التنظيمية المختلفة.

ولا يمكن تجاهل الدور الكبير الذي تلعبه المهارات القيادية والإدارية في تحقيق كفاءة العمليات، إذ إن وجود قيادة واعية تمتلك رؤية استراتيجية وتُجيد التواصل والتحفيز والتقييم يُعد من أهم العوامل المحفزة للعمل الجماعي وتحقيق الأهداف بكفاءة. كما أن التدريب المستمر للعاملين وتطوير مهاراتهم ينعكس مباشرة على مستوى كفاءة التنفيذ، إذ يصبح الموظف أكثر قدرة على أداء مهامه بأقل قدر من الأخطاء وأعلى قدر من الاحترافية.

أخيرًا، تُسهم إدارة المحتوى الاعلامي في بناء بيئة مؤسسية مرنة وقابلة للتكيف مع التغيرات الداخلية والخارجية، حيث تمكّن المنظمة من تحسين جودة خدماتها ومنتجاتها، وزيادة قدرتها التنافسية في السوق، وتعزيز استدامتها على المدى الطويل. وفي ظل التحديات المعاصرة كالعولمة والتحول الرقمي والضغط الاقتصادي، باتت المؤسسات بحاجة ماسة إلى تبني نماذج إدارية مرنة وفعالة تركز على تحسين الكفاءة التشغيلية والإدارية باعتبارها عنصرًا استراتيجيًا لتحقيق التميز المؤسسي.

انطلاقًا من ذلك، تتمثل مشكلة الدراسة في تحليل توظيف الذكاء الاصطناعي بأبعاده مجمعة والمتمثلة في (التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار) في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.

٢,١ مشكلة الدراسة

تُعد إدارة المحتوى الاعلامي في المنصات الاخبارية من أبرز التحديات التي تواجه الحكومات الحديثة، خاصة في ظل التحولات المتسارعة التي تشهدها بيئات العمل الإدارية بفعل الثورة الرقمية. وتنبثق المشكلة البحثية للدراسة الحالية – المعنونة "توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية" – من الحاجة الملحة إلى إعادة النظر في الآليات التقليدية لإدارة العمل الحكومي، واستكشاف مدى قدرة الذكاء الاصطناعي على تقديم حلول جذرية تسهم في رفع الكفاءة وتحقيق الأداء الأمثل للصحافة السعودية.

تواجه المؤسسات الحكومية تحديات متزايدة تتمثل في بطء الإجراءات، ارتفاع التكاليف التشغيلية، ضعف تكامل البيانات بين الإدارات، وتكرار الأخطاء البشرية، وهي جميعها مظاهر تؤثر سلباً على جودة الخدمات العامة المقدمة للمواطنين، وتعيق تحقيق الاستفادة المثلى من الموارد المتاحة. ومع التطور المتسارع في تقنيات الذكاء الاصطناعي – كالتحليل التنبئي، معالجة اللغة الطبيعية، التعلم الآلي، والأتمتة الذكية – تبرز الحاجة إلى دراسة جادة لمدى توظيف هذه التقنيات في المنصات الاخبارية السعودي، ومدى تأثيرها المباشر على عناصر الكفاءة الإدارية مثل سرعة الإنجاز، دقة العمليات، خفض التكاليف، ورفع جودة اتخاذ القرار.

وتزداد أهمية هذه الدراسة في ظل رؤية المملكة ٢٠٣٠ التي تتبنى التحول الرقمي كأحد أعمدة التنمية الوطنية، وتسعى إلى بناء حكومة رقمية قادرة على التفاعل مع المواطنين بكفاءة وشفافية. إذ تشير الاستراتيجيات الوطنية إلى ضرورة استخدام التقنيات الذكية في تحسين الخدمات الحكومية، وتقليل الاعتماد على العمل اليدوي التقليدي، مما يفتح المجال أمام الذكاء الاصطناعي للعب دور محوري في تحقيق أهداف الإصلاح الإداري والتنظيمي.

وعليه، تنطلق المشكلة البحثية من التساؤل الجوهرى حول: إلى أي مدى يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أن تُحدث تحسناً ملموساً في إدارة المحتوى الاعلامي داخل المؤسسات الحكومية السعودية؟ ويتفرع عن هذا التساؤل عدد من الإشكاليات الفرعية مثل: ما هي الجوانب الإدارية الأكثر استفادة من الذكاء الاصطناعي؟ وهل يمتلك العاملون في المنصات الاخبارية المهارات اللازمة للتفاعل مع هذه التقنيات؟ وما العوامل التنظيمية والتقنية التي قد تُسهّم أو تُعيق نجاح توظيف الذكاء الاصطناعي في هذا السياق؟

إن معالجة هذه المشكلة لا تقتصر على الجانب التقني فقط، بل تشمل أيضاً الأبعاد المؤسسية والتنظيمية والثقافية، حيث يتطلب التحول نحو الذكاء الاصطناعي وجود بنية تحتية رقمية، وسياسات واضحة، واستعداد مؤسسي لدى الجهات الحكومية، إضافة إلى ثقافة مؤسسية تقبل التغيير وتبنائه. وبالتالي، تسعى هذه الدراسة إلى تقديم تحليل علمي وواقعي لمدى فعالية توظيف الذكاء الاصطناعي كأداة لتعزيز إدارة المحتوى الاعلامي في المنصات الاخبارية، من خلال دراسة ميدانية قائمة على رصد التطبيقات

الفعلية، وتحليل التحديات، واقتراح سبل التحسين والتطوير بما يتماشى مع مستهدفات الرؤية الوطنية الطموحة.

٣,١ أهمية الدراسة:

تعتمد أهمية هذه الدراسة على إسهاماتها النظرية والتطبيقية فيما يلي:

الأهمية النظرية:

- ✓ تمثل الدراسة إضافة نوعية للأدبيات العلمية في مجالي الذكاء الاصطناعي والإدارة الحكومية، من خلال استكشاف العلاقة بين تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي وإدارة المحتوى الاعلامي في القطاع العام.
- ✓ تهدف إلى بناء إطار نظري حديث يربط بين مكونات الذكاء الاصطناعي (مثل الأتمتة الإدارية، التحليل التنبئي، التعلم الآلي، المساعدات الذكية) ومؤشرات كفاءة الأداء الإداري (مثل السرعة، الدقة، الجودة، وتوفير الموارد).
- ✓ تسد فجوة معرفية في البحوث الإدارية العربية التي لم تُعالج بالعمق الكافي دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الصحافة السعودية.
- ✓ تعزز الفهم العلمي لتكامل التقنيات الذكية مع آليات الإدارة العامة، وتفتح المجال لتطوير نماذج حوكمة ذكية تستند إلى البيانات والتحليلات الآنية.
- ✓ تواكب الاتجاهات العالمية في رقمنة الإدارة الحكومية وتدعم التحول المؤسسي ضمن مستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠ نحو حكومة رقمية فاعلة وشفافة.

الأهمية التطبيقية:

- ✓ تقدم دليلاً عملياً للوزارات والجهات الحكومية حول كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي لتحسين إدارة المحتوى الاعلامي وخفض الهدر في الوقت والتكاليف.

- ✓ تدعم تطوير نظم دعم القرار والإجراءات الذكية في الإدارات الحكومية من خلال تحليل البيانات الضخمة وتوفير تنبؤات دقيقة تعزز الأداء.
- ✓ تساعد في تقليل الأعباء البيروقراطية وتكرار المهام الروتينية من خلال أتمتة الإجراءات الإدارية وتسهيل سير العمل.
- ✓ تساهم في تعزيز تجربة الموظف الحكومي من خلال أدوات ذكية تسهم في توزيع المهام وتتبع الأداء وتحديد الاحتياجات التدريبية بشكل فعال.
- ✓ تدفع باتجاه بناء حكومة ذكية تركز على المعرفة والتقنيات الحديثة، مما يعزز من كفاءة تقديم الخدمات للمواطنين ويزيد من رضاهم.
- ✓ تدعم الاستفادة القصوى من الموارد البشرية والإدارية في الأجهزة الحكومية عبر تسخير الذكاء الاصطناعي لتحقيق الاستدامة التشغيلية.
- ✓ تسهم في رفع جودة السياسات العامة من خلال تمكين متخذي القرار من استخدام نماذج تنبؤية وبيانات واقعية تسهم في تحسين فعالية التنفيذ والمساءلة.

٤,١ أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة إلى معرفة توظيف الذكاء الاصطناعي بأبعاده مجمعة والمتمثلة في (التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار) في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية، ويتفرع منه مجموعة من الأهداف الفرعية:
- ✓ التعرف على مستوى التشغيل الآلي في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.
- ✓ التعرف على مستوى الأتمتة والنظم الذكية في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.
- ✓ التعرف على مستوى التعلم من خلال العمل في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.

✓ التعرف على مستوى دعم القدرة على اتخاذ القرار في ادارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية:
دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.

٥,١ تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي الأول: ما توظيف الذكاء الاصطناعي بأبعاده مجمعة والمتمثلة في (التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار) في ادارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية، وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية كالتالي:

- إلى أي مدى يسهم التشغيل الآلي في ادارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية؟
- إلى أي مدى يسهم الأتمتة والنظم الذكية في ادارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية؟
- إلى أي مدى يسهم التعلم من خلال العمل في ادارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية؟
- إلى أي مدى يسهم دعم القدرة على اتخاذ القرار في ادارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية؟

٦,١ فروض الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها يمكن للباحث اعتماداً على الإطار النظري المتعلق بالدراسة، واستناداً إلى نتائج الدراسات السابقة تم صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية الأول: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتقنيات الذكاء الاصطناعي بأبعاده مجمعة والمتمثلة في (التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار) في ادارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.

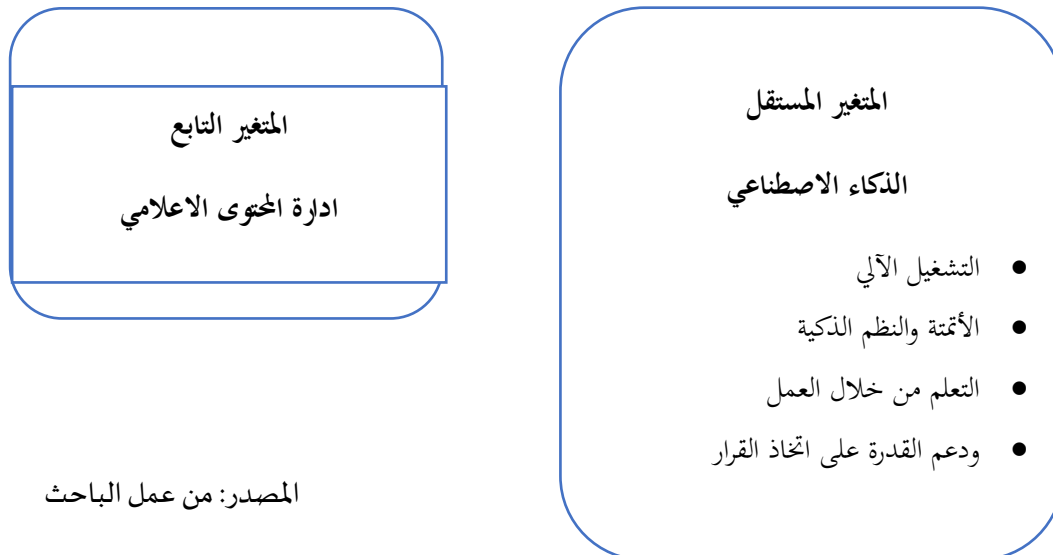
وينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الأربع التالية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتشغيل الآلي في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأتمتة والنظم الذكية في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتعلم من خلال العمل في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدعم القدرة على اتخاذ القرار في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.

٧,١ نموذج الدراسة:

- المتغير المستقل: تقنيات الذكاء الاصطناعي بأبعاده مجمعة والمتمثلة في (التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار).
- المتغير التابع: إدارة المحتوى الاعلامي.

الشكل رقم (١) متغيرات الدراسة



٨,١ الدراسات السابقة:

دراسات عن تقنيات الذكاء الاصطناعي

★ دراسة (البعيجان، ٢٠٢٤)، بعنوان دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز العمل الخيري: حدوده وضوابطه الشرعية: تجربة "سدايا" أنموذجاً

تتمحور فكرة البحث الرئيسة حول دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز العمل الخيري وتكمن أهمية البحث في رصد التحول الجذري الذي يؤذن به توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الخيري، وتوثيق حقبة الابتكار والفاعلية في العمل الخيري بما يعمل على تحسين جودته للأفراد والمجتمعات من خلال بعض التجارب الشاهدة التي توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الخيري، إذ إن إشكالية البحث تدور حول مدى فاعلية الذكاء الاصطناعي في تعزيز العمل الخيري، ويهدف البحث إلى بيان قدرة الذكاء الاصطناعي على تعزيز العمل الخيري من جهة، ورصد إمكانياته في الابتكار والفاعلية لتحسين جودته للأفراد والمجتمعات من جهة ثانية، واختيار إحدى التجارب لتوثيق ذلك كله من جهة ثالثة، واعتمد البحث على المنهج الوصفي في تحديد إمكانيات الذكاء الاصطناعي لتعزيز العمل الخيري، والاستقرائي لبيان تحسين الذكاء الاصطناعي للعمل الخيري من حيث جودته بالنسبة للأفراد والمجتمعات، والمنهج التحليلي لعرض التجربة محل الدراسة. وانتهى البحث إلى عدد من النتائج من أهمها: ضرورة توظيف إمكانيات الذكاء الاصطناعي في العمل الخير حفظاً لمقاصد الشريعة في الأموال والتبرعات وفق أحكامه ونصوصه، ولذا يوصي البحث بضرورة وضع دليل إرشادي لضبط دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز العمل الخيري.

★ دراسة (الفتلاوي، ٢٠٢٢)، بعنوان اسهامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في الريادة الاستراتيجية:

دراسة وصفية تحليلية في مطار النجف الأشرف الدولي ٢٠٢١ م

الغرض من الدراسة العلمية الموسومة هذه، هو معرفة تقنيات الذكاء الاصطناعي بوصفها متغير البحث المستقل، ممثلة بأربعة أبعاد فرعية هي "التعليم الآلي، التعلم العميق، والأنظمة الخبيرة، شبكة أعصاب صناعية"، في الريادة الاستراتيجية بوصفها المتغير الاستجابي للبحث، ممثلة بستة أبعاد فرعية هي:

" الرؤية، الابتكار، المرونة، مقبولية المخاطر، تشخيص الفرص، والنمو". أجري البحث في مطار النجف الأشرف الدولي، بوصفه مجتمعاً للبحث، اختير منه عينة عشوائية من الموارد البشرية تضم (٣١٤) شخصاً، استطلعت آرائهم بموجب استبيان أعد لهذا الغرض، كما استعملت أدوات إحصائية لا معلمية وقد استعملت البرامج الإحصائية (SmartPLS v3.3.3)، وكان نتيجة البحث وجود علاقة الارتباط وتأثير بين تقنيات الذكاء الاصطناعي في المتغير الاستجابي الريادة الاستراتيجية، وتوصلت الدراسة لاستنتاجات أهمها وجد أن عمليات اتخاذ القرارات في مطار النجف الأشرف الدولي تعتمد بالدرجة الأساس على عمليات استرجاع البيانات والمعلومات منها عبر قاعدة بيانات وأرشيف إلكتروني وورقي لديها، إلا أنه ليس بالمستوى المطلوب بما يوائم التحديات البيئية التي يساهم تبنيها معرفتها بالتنبؤ بحصول المخاطر والمشاكل المحتملة، سعياً للوقاية منها قبل حدوثها، وكانت أهم توصيات البحث العلمي هي ضرورة امتلاك وحدات إدارية متخصصة في دراسة وتبني الأفكار المستجدة والمقترحات الخاصة بتطوير الأعمال، عبر تشجيع روح الابتكارات لدى الموارد البشرية، فضلاً عن تعزيز قدراتهم ببرامج تنموية ذات صلة لنشر ثقافة الابتكار في المنظمة، من أجل تعزيز الريادة الاستراتيجية بفاعلية وبشكل مستدام.

★ دراسة (البابلي، ٢٠٢٠)، بعنوان توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الأمني: دراسة

تطبيقية "الشرطة التنبؤية – أزمة فيروس كورونا بوهان الصينية"

هدف البحث إلى التعرف على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الأمني. تناول البحث ثلاثة مباحث، استعرض المبحث الأول المستجدات التكنولوجية وتأثيراتها على الأمن المجتمعي، واشتمل على مطلبين هما أطر تقنيات المعلومات، وأنظمة الذكاء الاصطناعي. وتناول المبحث الثاني الشرطة التنبؤية، واشتمل على مطلبين هما دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الخدمات الأمنية، والقرار الأمني ونظم تحديد المواقع العالمي GPS. وعرض المبحث الثالث التنبؤ بالجريمة بتوظيف التعرف إلى الهوية، وتضمنت مطلبين هما الهوية الرقمية الذكية، والتنبؤ بالجريمة باستخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي الاجتماعي. وجاءت نتائج البحث مؤكدة على اعتماد الذكاء الاصطناعي على قاعدة بيانات مزود بها على عكس الذكاء البشري الذي يكشف تلك البيانات بنفسه واعتماد الذكاء الاصطناعي على أساليب عدة تختلف باختلاف الغاية من النظم الذكية، وأصبح الذكاء الاصطناعي رائد في كل المجالات الحياتية من طب وصناعة وغيرها مما أدى

لاستخدامها في العمل الأمني. وأوصى البحث بضرورة البدء في توظيف الذكاء الاصطناعي لتحسين كفاءة الخدمات والمنتجات والإسراع في خلق برامج تدريبية لبناء النظم الذكية بالمؤسسات والقطاعات الأمنية، والعمل على إنشاء مراكز اتصال شرطية متخصصة في تلقي الشكاوي والاستغاثات في جميع المجالات.

★ دراسة (البناء، ٢٠٢٤)، بعنوان تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء: دراسة تطبيقية

على عملاء المتاجر الإلكترونية

استهدف هذا البحث تحديد تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء، وفي ضوء مراجعة الدراسات السابقة تم استخلاص إطار مفاهيمي لأبعاد هذا البحث حيث تضمن متغيرين أساسيين، المتغير المستقل (تقنيات الذكاء الاصطناعي) ويمثله ستة تقنيات أساسية (روبوتات الدردشة، التسعير الديناميكي، العروض الموجهة، تحليل البيانات، فهم العملاء، توصية المحتوى)، والمتغير التابع ويتمثل في (رضا العملاء)، وتم الاعتماد في تجميع البيانات الأولية لهذا البحث على عينة إنترنت اعتراضية، (٤١٢ مفردة) من عملاء المتاجر الإلكترونية، كما استخدمت الباحثة مجموعة من البيانات الثانوية، تم الحصول عليها من الكتب والمقالات والدوريات والرسائل العلمية وتم تحليل البيانات باستخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد، وتشير نتائج البحث إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لتقنيات الذكاء الاصطناعي مجتمعة معاً (روبوتات الدردشة، التسعير الديناميكي، العروض الموجهة، تحليل البيانات، فهم العملاء، توصية المحتوى) على رضا العملاء، كما قدم البحث مجموعة من التوصيات التي تلقي الضوء على أهمية الذكاء الاصطناعي

★ دراسة (العتيبي، ٢٠٢٤)، بعنوان أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي: دراسة

تطبيقية على شركة موبايلي بالملكة العربية السعودية

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي بشركة موبايلي، من خلال تسليط الضوء على أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تؤثر بشكل كبير على أداء المنظمات، إلى جانب الابتكار التسويقي باعتباره مصدراً لتمييز الشركات ومواجهة المنافسين، اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة لدراسة الوضع الراهن بشركة موبايلي ومعرفة مدى تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي والابتكار التسويقي داخل الشركة، وللتأكد من الفرضيات التي تنص على وجود أثر ذو دلالة

إحصائية عند مستوى الدلالة ٠,٠٥ لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي بشركة موبايي، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ٠,٠٥ لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي بشركة موبايي من خلال الاستبانة العلمية كأداة رئيسية لجمع البيانات من الفروع الرئيسية الثلاثة لشركة موبايي بمدينة مكة المكرمة، بالإضافة إلى استخدام منهج تحليل المحتوى لإعداد نموذج مقترح يساهم في توضيح كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في الابتكار التسويقي، توصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي لواقع توظيف الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي وأبعاده بشركة موبايي بنسبة (٨٠٪)، ووجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية لتقنيات الذكاء الاصطناعي والابتكار التسويقي بشركة موبايي بنسبة (٩٣٪)، كما توصلت الدراسة إلى أن تقنية تحليل البيانات الضخمة هي الأكثر أثراً على الابتكار التسويقي بنسبة (٥٩٪)، في حين أن تقنية التعلم العميق هي الأقل أثراً على الابتكار التسويقي بنسبة (٢٧٪)، وتوصي الدراسة بضرورة الاهتمام بتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الابتكار التسويقي بجميع أبعاده لتسهيل التعامل مع البيانات الهائلة وابتكار منتجات تلبي رغبات العميل، وإعداد خطة تطويرية لكيفية استخدامات تقنية تحليل البيانات الضخمة والاستفادة منها في الابتكار التسويقي.

★ دراسة (عبد الرزاق، ٢٠٢٤)، بعنوان أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على المحاسبة والتدقيق:

دراسة تحليلية على عينة من الأكاديميين في الجامعات العراقية

هدفت الدراسة إلى تحديد أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على المحاسبة والتدقيق. لتحقيق هذا الهدف تم تصميم استبانة كأداة لجمع البيانات وتم توزيعها على عينة من الأكاديميين العاملين في الجامعات العراقية وجامعات إقليم كردستان العراق من المختصين في المجال المحاسبي والتدقيقي. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي تؤثر في إجراءات العمل المحاسبي والتدقيقي، كما أن الذكاء الاصطناعي يمثل مؤشراً مستقبلياً لصورة العالم القادمة وتعبيراً عن أحداث ترمز إلى تطور تكنولوجي غير مسبوق، كما أنه تدخل في كافة مجالات العلوم المختلفة ومنها المحاسبة والتدقيق وهنا يتطلب من القائمين على متابعة التطورات الحاصلة في المحاسبة والبحث عن الصيغ الملائمة لإيجاد تكييف موضوعي لتحقيق متطلبات هذا التطور والسير بخطوات متوازنة معه. وأوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات من أبرزها، ضرورة قيام الجامعات والمراكز البحثية والمنظمات المهنية الأخرى بتوجيه اهتمامها

نحو التركيز على دراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها المختلفة والمباشرة بطرح الأفكار المحاسبية والتدقيقية ذات المحتوى التطبيقي والتي تنسجم مع متطلبات الذكاء الاصطناعي وتحديد طبيعة التغير الذي يمكن إدخاله على الممارسات المحاسبية والتدقيقية القائمة وتكييفها لمتطلبات تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي.

دراسات عن العمليات الإدارية

★ دراسة (Lassed, 2024)، بعنوان **The Role of Administrative Transparency in Enhancing**

Administrative Citizenship: A Descriptive Analytical Study

استهدفت الدراسة الحالية إبراز دور الشفافية التنظيمية في تعزيز المواطنة الإدارية واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي. واستندت - في إطار ذلك - إلى الأسلوب التحليلي. وتمثلت أداة الدراسة في مسح الأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة. وأسفرت الدراسة عن العديد من النتائج أبرزها أن إشراك المواطن في صياغة السياسات العامة، وتنفيذها، وتقييمها يعد إحدى السبل الهامة لتدعيم المواطنة الإدارية. وأوصت الدراسة بضرورة تمكين المواطنين من الاطلاع المستمر على أهداف الإدارة العامة، وهياكلها، وتنظيماتها، وعملياتها لتكريس المواطنة الإدارية.

★ دراسة (Elsaeed, 2023)، بعنوان **The Relationship between External Integration and**

Operational Performance: Empirical Study on Pharmaceutical Companies in Egypt

الهدف من الدراسة هو التحقق من العلاقة بين التكامل الخارجي والأداء التشغيلي. وتكمن مشكلة الدراسة في إلى أي مدى يتم تطبيق التكامل الخارجي والأداء التشغيلي وتأثيره على كفاءة التشغيل للمنظمة وهذا سوف يتم الإجابة عنه من خلال الدراسة. التكامل الخارجي متغير مستقل ويتم قياسه من خلال تكامل الموردين وتكامل العملاء الأداء التشغيلي هو متغير تابع ويتم قياسه من خلال المرونة ووقت التسليم والتكلفة والجودة. وتم تطبيق الدراسة على أكبر خمس شركات أدوية. وتم جمع ترتيب الشركات وفقا لتقارير [repsology.org](https://www.repsology.org). تم جمع البيانات الاستقصاء بواسطة نموذج جوجل وإجراء مقابلة مع الإدارة

الوسيط والعليا وتم اختبارها باستخدام منهج (Generalized Method of Moments) GMM. وتشير النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين تكامل الموردين مع الأداء التشغيلي (المرونة، وسرعة الوقت، والتكلفة، والجودة). وأخيراً، هناك علاقة إيجابية بين تكامل العملاء مع الأداء التشغيلي (المرونة، وسرعة الوقت، والتكلفة، والجودة). ومن أهم التوصيات التي أوصى إليها الباحث زيادة سرعة التسليم مما يؤثر على كمية الإنتاج.

★ دراسة (Lazem, 2024)، بعنوان Intertextuality in Administrative Translation: The Translating Strategies Employed by the Student-Tanslators as Story-Tellers

تبحث هذه الدراسة التجريبية المعنية بعملية الترجمة استراتيجيات الترجمة التي يعتمدها الطلبة المترجمون في نقل التداخل النصي في النصوص الإدارية. فهي تحلل علاقات التداخل النصي وكيفية نقلها للغة الهدف. وللتحقق من هذه المشكلة تتبع الدراسة، جزئياً، نموذج نورد (٢٠٠٥). ولذا تسخر ٤٥ مشاركا من طلبة المرحلة الثالثة ممن أكملوا سنة تدريب على الترجمة الإدارية والتجارية. بعد أن تم إعلامهم بمتطلبات المشاركة في الدراسة، ترجم الطلبة نصاً إدارياً مختاراً من مقوم الدراسة، وذلك للتعرف على استراتيجيات الترجمة المتبعة. ومن ثم خضعوا لمقابلة استرجاعية للوقوف على بعض المعلومات الخاصة بالتجربة التي خاضوها. وتستخدم إجابات المقابلة لغرض دعم النتائج المستحصلة من اختبار الترجمة. وبناء على ذلك، تتبنى الدراسة أداتان للبحث وهما اختبار الترجمة والمقابلة الاسترجاعية للحصول على بيانات أكثر اعتمادية (الفيز ٢٠٠٣) وأثبتت الدراسة فاعلية نموذج نورد (٢٠٠٥) في استحصال استراتيجيات الترجمة التناسية. حيث أن استراتيجيات الاستعارة هي الأكثر استخداماً من قبل الطلبة المترجمين لنقل العلاقات التناسية المستحكمة في النصوص الإدارية. كذلك فإن إعادة الصياغة والتوضيح والحذف هي من الاستراتيجيات المتبعة أيضاً في مثل هذه النصوص إلا إنها محدودة النطاق. وعلاوة على ذلك، فإن الطلبة المترجمون يواجهون تحديات لغوية نتيجة اتباع خطى النص الأصلي. حيث تتطلب المقاربة الحرفية للنص أن يكون المترجم قادراً على الموازنة ما بين النظامين اللغويين المعنيين في ترجمة النص. فمثل هذه الموازنة اللغوية تهدان اللغة المستخدمة لترجمة النص الأصلي وبالتالي تحفظ هويته وخصوصيته في اللغة الهدف.

Systems and Immigration in Sudan

هدف هذا البحث إلى استكشاف بعض ملامح نظامي الإدارة والتعليم والهجرة في السودان بناء على البيانات ذات الصلة. تطور نظامي الإدارة والتعليم في السودان من خلال التجارب الأجنبية والوطنية المتعاقبة. أدخل الحكم التركي-المصري مفهوم الحكمدارية بينما أدخل الحكم الإنجليزي-المصري مفهوم المحافظة في الإدارة لأول مرة في السودان، أدت عملية إعادة توحيد جنوب السودان إلى تأخير تنفيذ العديد من الأنماط الإدارية البناءة هناك. كانت ملامح آلية التعاون تشمل شيوخ القبائل والسودانيين المثقفين والزعماء الدينيين والتجار للعمل مع أهداف الحكومات الاستعمارية. حدث تحول تدريجي من آلية التعاون إلى آلية الأحزاب السياسية. استجابت الحكومات المتعاقبة للتفاوتات الجغرافية والظروف السياسية من خلال تنفيذ الهياكل الإدارية والحكومات المحلية والإقليمية فيما يتعلق بنظام التعليم حاولت الإدارة البريطانية في السودان والتي تعمل على السيطرة على التغيير السياسي على إنشاء نظام تعليمي كان في الأساس غريباً عن الإسلام التقليدي عملت الحكومات الوطنية على تغيير الأهداف التعليمية لتتناسب مع أهدافها السياسية. يمكن أن تكون الهجرة في السودان بسبب التنمية الإقليمية غير المتوازنة، والتدهور البيئي، والانقسات القبلية أو العرقية السياسية، والحروب. تسببت هذه العوامل في نزوح السكان وظهور العديد من المستوطنات غير القانونية التي تؤثر على البيئة المحلية في المناطق الحضرية. يتمتع المهاجرون والعمال غير النظاميين والمهاجرين عبر الحدود واللاجئين في السودان بوضع قانوني، رغم أنه لم يبرم اتفاقيات مع جيرانه في مجال مكافحة الهجرة غير الشرعية من السمات الحديثة للهجرة في السودان هجرة السودانيين إلى الولايات المتحدة وكندا وغيرها من البلدان في العالم الغربي. شكلت السمات الخاصة بالإدارة والتعليم والهجرة في السودان الوضع الاجتماعي والسياسي المعاصر فيه من الضروري أن يستفيد السودان من تراثه الغني بالخبرات الإدارية والتعليمية وجهوده في معالجة قضايا الهجرة لبناء بلد المستقبل المستقر.

٩,١ الفجوة البحثية:

تشير الفجوة البحثية في الدراسة الحالية بعنوان "توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية" إلى النقص الواضح في الدراسات التي تناولت العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي والعمليات الإدارية في السياق الحكومي السعودي، على الرغم من تزايد الاهتمام العالمي بهذه التقنيات في مختلف القطاعات. فبينما ركزت دراسات سابقة عديدة على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجالات متنوعة كالأمن، الصحة، التسويق، والعمل الخيري، نجد أن المنصات الاخبارية تحديدًا ظل أقل تناوُلًا من زاوية التأثير الإداري والتنظيمي المباشر لهذه التقنيات، خصوصًا في إطار التحول الوطني السعودي المرتبط برؤية ٢٠٣٠.

فعلى سبيل المثال، تناولت دراسة (البيعان، ٢٠٢٤) الذكاء الاصطناعي من منظور شرعي واجتماعي في مجال العمل الخيري، مركزة على الضوابط والقيم في الاستخدام، دون التطرق إلى الأثر الإداري الداخلي أو تحسين كفاءة الأداء المؤسسي في الجهات الرسمية. أما دراسة (البناء، ٢٠٢٤) فسلطت الضوء على رضا العملاء في المتاجر الإلكترونية نتيجة توظيف تقنيات مثل روبوتات الدردشة وتحليل البيانات، وهو جانب يختلف عن أهداف الدراسة الحالية التي تركز على الإدارة الداخلية والعمليات التشغيلية في المؤسسات الحكومية. وبالمثل، تناولت دراسة (العتيبي، ٢٠٢٤) الابتكار التسويقي في بيئة الشركات، لكنها لم تلامس العمليات الإدارية أو خصائص الأداء الحكومي من حيث البيروقراطية أو كفاءة الإجراءات.

من جهة أخرى، تتقاطع بعض الدراسات في استخدام الأدوات والمفاهيم، لكن باختلاف في السياق والهدف. فدراسة (الفتلاوي، ٢٠٢٢) على مطار النجف استخدمت أبعاد الذكاء الاصطناعي مثل الشبكات العصبية والتعلم الآلي لتحسين الريادة الاستراتيجية، وهو بعد تنظيمي مشابه من حيث التركيز على الكفاءة والاستباقية، ولكن في قطاع النقل لا المنصات الاخبارية العام، مما يعزز من أهمية الدراسة الحالية في سد هذا القصور المعرفي على مستوى الجهات الحكومية في السعودية. كذلك فإن دراسة (البابلي، ٢٠٢٠) ناقشت استخدام الذكاء الاصطناعي في الشرطة التنبؤية والعمل الأمني، وبيّنت نجاحات واضحة في تحسين الخدمات الأمنية، إلا أنها لم تتطرق إلى البعد الإداري الروتيني في المؤسسات، ولا إلى الإطار الإداري الحكومي الأوسع.

وعند مقارنة الدراسات المرتبطة بالإدارة، نلاحظ أن دراسة (Elsaeed، ٢٠٢٣) ركزت على العلاقة بين التكامل الخارجي والأداء التشغيلي في شركات الأدوية بمصر، وهو ما يقدم إطارًا مشابهًا من حيث التركيز على الكفاءة التشغيلية، ولكنه لا يتناول الذكاء الاصطناعي بوصفه أداة للتكامل أو التحسين. في المقابل، ركزت دراسة (Lassed، ٢٠٢٤) على الشفافية والمواطنة الإدارية، وهي قضايا مهمة ولكنها تنتهي إلى المجال القيمي والسياسي أكثر من المجال التقني أو التحليلي المرتبط بالذكاء الاصطناعي، مما يجعل الدراسة الحالية أكثر حداثة من حيث المقاربة التكنولوجية للإدارة العامة.

علاوة على ذلك، تُظهر الدراسات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في مجالات كالمحاسبة (عبد الرزاق، ٢٠٢٤) أو الرعاية الصحية (دراسات Regah & Butarbutar و Hwan و Alawi) اهتمامًا كبيرًا بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحليل المالي أو تحسين جودة الخدمات الصحية، لكنها لم تنتقل إلى معالجة القضايا الإدارية البحتة مثل إجراءات العمل، اتخاذ القرار الروتيني، الأرشيف، المتابعة، وسرعة الإنجاز، والتي تعتبر من الركائز الأساسية في العمليات الإدارية الحكومية.

من خلال ما سبق، يتضح أن الدراسة الحالية تسد فجوة بحثية معرفية وعملية، لأنها تعالج صميم العلاقة بين الذكاء الاصطناعي كأداة رقمية، وإدارة المحتوى الاعلامي في جهاز الدولة، ضمن سياق وطني يرنو إلى التحول المؤسسي والرقمي الشامل وفق رؤية ٢٠٣٠. كما تقدم الدراسة منظورًا تكامليًا يجمع بين الفاعلية التقنية والواقع الإداري، وهو ما لم تحققه الدراسات السابقة، مما يعزز من جدوى الدراسة وأصالتها.

١٠,١ المنطلقات النظرية للدراسة:

تنبثق المنطلقات النظرية للدراسة الحالية المعنونة "توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية" من تداخل عدة أطر مفاهيمية ومقاربات علمية تجمع بين تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحول الإداري الحديثة في القطاع العام. وقد شهدت العقود الأخيرة تطورًا متسارعًا في تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات، لا سيما

تلك المرتبطة بتحسين الأداء المؤسسي، إذ انتقل الذكاء الاصطناعي من مجرد تقنية مختبرية إلى ركيزة إستراتيجية تعاد من خلالها صياغة النماذج الإدارية التقليدية.

وترتكز الدراسة نظريًا على مفاهيم الإدارة الذكية التي تقوم على استغلال أدوات التكنولوجيا الحديثة، مثل تعلم الآلة، وتحليل البيانات الضخمة، والنظم الخبيرة، من أجل دعم اتخاذ القرار الإداري وتبسيط الإجراءات ورفع مستوى الإنتاجية في مؤسسات القطاع العام. ويدعم هذا الطرح الأدبيات التي تناولت "إعادة اختراع الحكومة" (Reinventing Government) والتي تركز على جعل الأداء الحكومي أكثر مرونة، كفاءة، واستجابة لمتطلبات المواطن، وهو ما يتقاطع مع الأهداف الكبرى لرؤية المملكة ٢٠٣٠ المتعلقة بالتحول الرقمي الحكومي.

كما تستند الدراسة إلى نظرية الكفاءة التشغيلية (Operational Efficiency Theory) التي تفترض أن التحول من النماذج الورقية والإجراءات اليدوية إلى العمليات الرقمية المؤتمتة يسهم في تقليل الزمن المستغرق في أداء المهام، وخفض معدلات الأخطاء، وتحسين تدفق المعلومات داخل المؤسسة، ومن ثم تعزيز قدرة الجهاز الحكومي على تقديم خدمات ذات جودة أعلى. ويُعد الذكاء الاصطناعي أحد أهم المحركات لتحقيق هذه الكفاءة نظرًا لقدرته على المعالجة الآنية للبيانات، والتنبؤ بالاحتياجات، واقتراح البدائل الفاعلة.

في هذا السياق، تعد مفاهيم الحوكمة الرقمية (Digital Governance) والإدارة الرشيقة (Agile Management) من الركائز النظرية الداعمة لهذه الدراسة. فالحوكمة الرقمية تؤكد على أهمية التكامل بين التكنولوجيا والسياسات العامة، ما يخلق بيئة تشغيلية تقوم على الشفافية، والمساءلة، وتخصيص الموارد بكفاءة. بينما تسعى الإدارة الرشيقة إلى تقليل الهدر الزمني والموارد البشرية من خلال تقنيات تكنولوجية مرنة وقابلة للتطوير المستمر، مما يتيح استجابة أفضل للمتغيرات اليومية في السياق الإداري الحكومي.

وعلى ضوء ما سبق، تدمج الدراسة بين بُعدين متكاملين: البعد التقني المرتبط بخصائص وأدوات الذكاء الاصطناعي، والبعد الإداري المتعلق بمؤشرات كفاءة الأداء الحكومي مثل السرعة، الجودة،

الاتساق، والشفافية. ومن هنا، تسعى الدراسة إلى بناء نموذج نظري يُظهر كيف يمكن لهذه التقنية الناشئة أن تُحدث تحولاً نوعياً في الطريقة التي تُدار بها العمليات في الأجهزة الحكومية، ليس فقط على المستوى التقني، بل على مستوى الثقافة التنظيمية وأسلوب العمل، بما يتماشى مع رؤية المملكة ٢٠٣٠ الهادفة إلى بناء حكومة ذكية عالية الأداء.

١١,١ المنهجية وطرق البحث:

تم اتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي كأسلوب مناسب للوصف، الذي يتطابق مع الفصول النظرية أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة للمؤسسة محل الدراسة باعتباره ملائماً لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع، مع إخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل أبعاده، والتي سنتطرق إليها في الفصل التطبيقي في دراسة الحالة.

يعتمد اختيار المنهج الملائم لطبيعة البحث على طبيعة المشكلة والهدف من دراستها، ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الدراسة سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، فالأسلوب الوصفي مناسب للوصف الذي يتطابق مع الفصول النظرية، أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة محل الدراسة، حيث يسهم هذا المنهج في الإجابة عن التساؤلات البحثية من خلال جمع البيانات ومن ثم تحليلها ومناقشتها. وهذا المنهج هو المستخدم في معظم الدراسات السابقة.

١٢,١ مصادر جمع البيانات

- **المصادر الثانوية:** وتشمل البيانات والمعلومات الموجودة في الكتب والمراجع، والرسائل الجامعية وأوراق العمل والمجلات والدوريات والمؤتمرات العلمية وورش العمل، بالإضافة إلى التقارير المنشورة وغير المنشورة التي تناولت الموضوع في مختلف المؤسسات ذات الصلة.
- **المصادر الأولية:** اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات من مصادرها والتي تم تصميمها خصيصاً لهذا الغرض على Google Forms وإرسال رابطها إلى مجتمع البحث.

١٣,١ أدوات الدراسة:

تعرف أداة البحث بأنها "الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف الإجابة عن تساؤلاته، وسيعتمد الباحثين في جمع البيانات على الاستبانة، والتي تُعرف بأنها "صيغة محددة من الفقرات والأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد البحث"

حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، والمتمثلة بـ: النوع، والعمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي.
- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

١٤,١ الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية لتحقيق أهداف الدراسة:

- معامل " ألفا كرونباخ " لقياس ثبات أداة الدراسة ومعامل الارتباط بيرسون لقياس صدق أداة الدراسة والعلاقة بين المتغيرات
- التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري المتعلقة بمتغيرات الدراسة ولجميع الاستجابات على فقرات الاستبيان.
- معامل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر كل بعد من أبعاد المتغير المستقل على المتغير التابع

١٥,١ أداة الدراسة

تم تصميم الاستبانة في الدراسة الحالية لتناسب مع متغيرات البحث من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة. تتكون الاستبانة من قسمين رئيسيين:

✓ القسم الأول: يتناول المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من العاملين في المنصات

الاخبارية بالمملكة العربية السعودية، ويشمل المسعى الوظيفي، العمر، المستوى التعليمي،

وعدد سنوات الخبرة.

✓ القسم الثاني: يحتوي على الفقرات التي تقيس المتغيرات المستقلة والتابعة في الدراسة.

أولاً: المتغير المستقل – تقنيات الذكاء الاصطناعي، ويُقاس من خلال ٢٠ فقرة مقسمة

لأربعة أبعاد رئيسية:

١. التشغيل الآلي

٢. الأتمتة والنظم الذكية

٣. التعلم من خلال العمل

٤. دعم القدرة على اتخاذ القرار

ثانياً: المتغير التابع – ادارة المحتوى الاعلامي، ويُقاس من خلال (١٠) فقرة موزعة.

١٦,١ حدود الدراسة:

— حدود موضوعية: تقتصر الدراسة على توظيف الذكاء الاصطناعي بأبعاده مجمعة والمتمثلة في

(التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار) في

ادارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.

— حدود مكانية: تُجرى الدراسة على المنصات الاخبارية.

— حدود زمنية: تم إعداد الدراسة في عام ٢٠٢٥.

– حدود بشرية: تقتصر الحدود البشرية لهذه الدراسة على العاملين في المنصات الاخبارية بالمملكة العربية السعودية.

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: الذكاء الاصطناعي

١,١,٢ المقدمة

إن التطورات المتسارعة في ثورة تكنولوجيا المعلومات أدى إلى ظهور برامج وآليات وتقنيات جديدة بالابتكارات المتسمة، وهذه الابتكارات عبارة عن نظم ذكية تستخدم قواعد المعرفة ونظم قواعد المعرفة مثل الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته، والتي تدعم عملية إنتاج المعرفة إذ يساهم الذكاء الاصطناعي على معرفة طبيعة الذكاء الإنساني والبشري وذلك عن طريق عمل البرامج المتميزة ومبتكرة على الحاسوب، تكون قادرة على محاكاة السلوك الإنساني الذي يتسم بالذكاء والقدرة في معالجة العمليات الكترونية، إذ يعمل الذكاء الاصطناعي على استنباط طبيعة الذكاء الإنساني، فهو يسعى إلى إيجاد جيل من الحاسبات الذكية والتي يتم برمجتها لإنجاز عدد كبير من المهام التي تحتاج إلى الإدراك والاستنتاج والتي تندرج ضمن السلوكيات البشرية الذكية، حيث تعتبر هذه الصفة مستوحاه من العقل البشري وطبيعته، حيث سيتناول هذا المبحث إلى نشأة وتطور الذكاء الاصطناعي، والمفهوم، وأهمية الذكاء الاصطناعي، وأهدافه، وخصائصه، وأنواعه ومكونات وأساليب وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، كما سيتم عرض الذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي والبنوك وتطبيقاته ومتطلباته، وإيجابيات وسلبيات تطبيق الذكاء الاصطناعي في قطاع البنوك .

(بكر، ٢٠١٩)

٢,١,٢ نشأة وتطور الذكاء الاصطناعي:

يعتبر الذكاء الاصطناعي نتاج ٢٠٠٠ سنة من تقاليد الفلسفة ونظريات الإدراك والتعلم، و ٤٠٠ سنة من الرياضيات التي قادت إلى امتلاك نظريات في المنطق، الاحتمال والحوسبة، وهو تاريخ عريق في تطور علم النفس، كشف عن قدرات وطريقة عمل الدماغ الإنساني، بالإضافة إلى أن الذكاء الاصطناعي هو ثمرة الجهود المضنية التي كشفت عن تركيب ومعاني اللغة وتطور علوم الكمبيوتر وتطبيقاتها، الأمر الذي جعل

من الذكاء الاصطناعي حقيقة مدركة، حيث يعود جذوره إلى الرياضيات، واخيراً الجبر الذي تأسس على يد العالم العربي الخوارزمي. (حسن، ٢٠٢٢)

وفي عام (١٩٥٦) عقد مؤتمر بجامعة دار موت حيث اقترح جون مكارثي استخدام مصطلح الذكاء الاصطناعي لوصف الحاسبات الآلية ذات المقدرة على أداء وظائف العقل البشري، لذا تشمل نظم الذكاء الاصطناعي على الأفراد والإجراءات والأجزاء المادية للحاسب الآلي، والبرمجيات والبيانات والمعرفة المطلوبة لتنمية وتطوير نظم الحاسبات الآلية والمعدات التي تظهر الخصائص الذكاء. (توفيق، ٢٠٢٣)

وفي عام ١٩٧٣ كان أول ظهور لنظام الذكاء الاصطناعي، حيث كان يتعلق بنظام (Hear Say) للتعرف على الكلام والنطق، حيث كانت اهم مراحل تطورات الذكاء الاصطناعي في عام (١٩٥٠) وسميت بأساليب حل المشاكل العامة، بينما من عام (١٩٦٠-١٩٧٠) سميت هذه المرحلة بأساليب تمثيل المعرفة، وهي النظم المبنية على المعرفة، أما في عام (١٩٩٠) انتقلت هذه المرحلة من نظم الذكاء الاصطناعي المتكاملة إلى بيئة المعلومات الشاملة. (الخطيب، ٢٠٢٠)

٣,١,٢ مفهوم الذكاء الاصطناعي

بعد مفهوم الذكاء الاصطناعي من المفاهيم الحديثة والتي تلقى اهتماماً كبيراً في البنوك التجارية السعودية حيث بدأ الاهتمام بشكل جزئي بالذكاء الاصطناعي في أوائل التسعينات في مطلع القرن الماضي، أما في القرن الحالي فهو لقي اهتماماً كبيراً، حيث أنه أصبح ليس بمقدور البنوك التجارية الأردنية من متابعة نشاطها والقدرة على التنافسية في جميع الأصعدة الا عند الاهتمام بالذكاء الاصطناعي وتطبيقاته، حيث يعتبر هذا المورد الفكري من أهم مقومات البنوك التجارية السعودية والذي ينظر إليه في هذا العصر بأنه المورد الريادي الذي يوصل البنوك التجارية السعودية إلى التنافسية العالمية. (الدهشان، ٢٠٢٠)

لقد تعددت وجهات النظر والتي حاولت ايجاد تعريف محدد للذكاء الاصطناعي باعتباره مفهوم بدأ التطبيق له حديثاً من الناحية المحاسبية، فلا يوجد لحد الآن اتفاق محدد لمفهومه، ولكن هناك اجماع

ما بين الباحثون على نقطه جوهريه في تعريفهم له والذي يتمثل بأنه حقل دراسي يدرس كيفية إنشاء أجهزة الحاسوب وبرامجه القادرة على السلوك البشري الذكي. (قطيبي، ٢٠٢٢)

بينما عرف الذكاء الاصطناعي بأنه هو كيفية جعل أجهزة الحاسوب تعمل الوظائف الموكلة إليها بشكل أفضل من البشر وجعل الانظمة تفكر وتتصرف مثل البشر، حيث ينظر إلى الذكاء الاصطناعي على أنه قدرة الاجهزة على القيام بأعمال وأنشطة لا يتوقعها الا من الدماغ البشري، وتشمل هذه الأنشطة القدرة على المعرفة، والقدرة على اكتسابها، كما تشتمل القدرة على الحكم وفهم العلاقات وإنتاج الافكار الاصلية، ويهدف الذكاء الاصطناعي الى صنع الآلة الذكية التي يمكنها التفاعل بطرق مشابهة للإنسان ومن ثم ينظر إليه على أنه محاكاة للدماغ البشري. (عبد القادر، ٢٠٢٠)

وتم الإشارة إلى فن تصنيع آلات قادرة على القيام بعمليات تتطلب الذكاء عندما يقوم بها الإنسان.

عرفت فعرفها بأنها نظام يتعلق بتصميم وتطبيق الخوارزميات للتحليل والتعلم من البيانات وتفسيرها، فهو ينسق وينظم عدة تقنيات للتعلم، من خلال اكتشاف الأشكال بالمنطق ونظريات الاحتمال. وهو يبحث في كيفية تطوير تكنولوجيا الحواسيب حتى يصبح بمقدورها القيام بتصرفات شبيهة بتلك التي يقوم بها العقل البشري، مع قابلية للتعلم، وإكمال الواجبات الفيزيائية، ومحاكاة الخبرة البشرية واتخاذ القرار. (العلوان، ٢٠٢٠)

يعتبر أحد فروع الأنظمة المعلوماتية التي تدرس تطوير خوارزميات وتقنيات ذكية لتطبيقها في الحواسيب والروبوتات، بحيث تمتلك سلوكا ذكيا في أداء المهام أو في حل المشاكل. (ليز، ٢٠٢٢)

بينما عرفها آخرين بأنها تقنية المتطورة تطبق في البنوك التجارية السعودية، والتي تساعد في إدارة العمليات بواسطة آليات ذكية أكثر تطورا من الإنسان الذي هو نفسه صنعها ومنحها المعرفة، بحيث تساعد على التعلم والتطور الذاتي. (محمد، ٢٠٢٣)

ويرى الباحث أن الذكاء الاصطناعي هو الذي تتجسد به لغة المحاكاة ما بين السلوك البشري الذي يتسم بالذكاء وما بين الحاسوب، لكي يتمكن الحاسوب من أداء بعض المهام بدلا من الإنسان، والهدف هو

منه الوصول للريادة الفكرية للأنظمة الحاسوبية المستخدمة من قبل البنوك والمنظمات الهادفة للريادة المحلية والعالمية. (بكر، ٢٠١٩)

٤,١,٢ أهمية الذكاء الاصطناعي

لا شك أن الذكاء الاصطناعي بات يلعب دورا مهما في الحياة البشرية، حيث دخلت التكنولوجيا الى شتى مجالات الحياة والمعرفة، وأصبحت تقوم بالكثير من الأعمال بدقة وسرعة فائقة، وقيامها بالكثير من الأنشطة والأعمال الخطرة التي يصعب على الإنسان القيام بها، ويمكن الإشارة إلى بعض جوانب أهمية الذكاء الاصطناعي، كما يلي: (حسن، ٢٠٢٢)

١. يساهم الذكاء الاصطناعي في المحافظة على الخبرات والمعارف البشرية المتراكمة عبر السنين ونقلها للألات الذكية.
٢. يتمكن الإنسان من استخدام اللغة الإنسانية في التعامل مع الآلات عوضا عن لغات البرمجة المعقدة في الحاسوبية، مما يجعل استخدام الآلات في تناول أيدي الجميع وحتى ذوي الاحتياجات الخاصة، بعدما كان التعامل مع البرمجيات والآلات المتطورة حكرا على المتخصصين وذوي الخبرات.
٣. يهتم الذكاء الاصطناعي في تشخيص الأمراض ووصف الأدوية، الاستشارات القانونية والمهنية، التعليم التفاعلي، المجالات الأمنية والعسكرية.
٤. يساهم الذكاء الاصطناعي في مجالات صنع القرار، فهذه الأنظمة تتمتع بالاستقلالية والدقة والموضوعية وبالتالي تكون قراراتها بعيدة عن الخطأ والانحياز والعنصرية أو الأحكام المسبقة أو حتى التدخلات الخارجية أو الشخصية.
٥. تخفف الآلات الذكية عن الإنسان الكثير من المخاطر والضغوطات النفسية، وتجعله يركز على أشياء أخرى أكثر أهمية.

ومن وجهة نظر أخرى أن أهمية الذكاء الاصطناعي لأي شركة مستخدمة له تتجسد بما يلي:

(توفيق، ٢٠٢٣)

١. أسلوب مقارن ومثابه للأسلوب البشري في حل المشكلات المعقد.
٢. يتعامل مع الفرضيات بشكل متزامن وبدقة وسرعة عالية.
٣. يعمل على إيجاد حلول متخصصة لكل مشكلة.
٤. يعمل على مستوى علمي واستشاري ثابت لا يتغير.
٥. يعالج البيانات التي لا تحتوي على أرقام (رموز) من خلال عمليات التحليل والمقارنة المنطقية.
٦. يلعب في إثارة أفكار جديدة تؤدي إلى الابتكار والتطور وتخليد الخبرة البشرية.
٧. تقليل الاعتماد على الخبراء البشر والاقتصاد في النفقات وتقليل الجهد البشري المبذول.

٢, ١, ٥ أهداف الذكاء الاصطناعي

إن أي عمل يقوم به الإنسان أو ينوي القيام به لا بد أن يكون له أهداف يسعى إلى تحقيقها، وفي مجال الذكاء الاصطناعي، تمثلت تلك الأهداف بما يلي: (الخطيب، ٢٠٢٠)

١. جعل الأجهزة أكثر ذكاء هدف رئيسي).
٢. فهم ماهية الذكاء.
٣. جعل الأجهزة أكثر فائدة.

كما يكمن الهدف من الذكاء الاصطناعي أيضا في حل المشكلات: (الدهشان، ٢٠٢٠)

١. مشكلة التصميم.
٢. مشكلة التخطيط.
٣. مشكلة التشخيص.

بينما تم تجسيد أهداف الذكاء الاصطناعي بنقطتين رئيسيتين وهما: (قنطحي، ٢٠٢٢)

١. تمكين الآلات من معالجة عدة البيانات بشكل متزامن، وهذه طريقة الإنسان في حل المسائل، بمعنى آخر المعالجة المتوازية، حيث يتم تنفيذ عدة أوامر في نفس الوقت وهذه طريقة قريبة للإنسان في حل المشاكل.

٢. فهم أفضل لماهية ذكاء العقل البشري عن طريق الدماغ حتى يتمكن من فهمه ومحاكاته، كما هو معروف أن الجهاز العصبي والدماغ البشري أكثر الأعضاء تعقيدا وهما يعملان بشكل مترابط ودائم في التعرف على الأشياء.

لكن هناك رأى آخر أن هدف الذكاء الاصطناعي: (عبد القادر، ٢٠٢٠)

١. العمل على تخزين المعرفة وتحليلها وتخزين القواعد المنهجية للتعامل معها والوصول إلى حقائقها.
 ٢. اكتساب المعرفة الإنسانية المتراكمة وتحديثها والمحافظة عليها واستثمارها في حل المشكلات.
 ٣. الاستثمار الأمثل للمعرفة والخبرات العلمية والتطبيقية وتجاوز مشاكل التلف والنقص والنسيان.
 ٤. توليد أو تطوير معارف وخبرات جديدة وتفعيل المعرفة المحوسبة واستخدامها في اتخاذ القرارات.
- ويرى الباحث أن الهدف الأساسي للذكاء الاصطناعي يعمل على نقل المعلومات والمعرفة والمهارات والخبرات والقدرات الإبداعية من الإنسان إلى الحاسب الآلي، وذلك من أجل مواكبة التكنولوجيا المتطورة مما يساهم في إظهار القيمة الحقيقية للبنوك، ومن أجل توليد الاستثمارات وتطوير المعارف المهارات والابداعات والافكار والمعارف والاتصالات التي يمتلكها العاملين والتي يمكن استغلالها من قبل البنوك لتحقيق التفوق التنافسي على مختلف الأصعدة المحلية والعالمية. (العلوان، ٢٠٢٠)

٦,١,٢ خصائص الذكاء الاصطناعي

إن للذكاء الاصطناعي خصائص مميزة إذا ما طبقت ضمن برمجة حاسوبية، يمكن أن توصف تلك الأنظمة بأنها ذكية، ومن أهم هذه الخصائص: (ليز، ٢٠٢٢)

١. استخدام الذكاء في حل المشاكل المعروضة مع غياب المعلومة الكاملة.

٢. القدرة على التفكير والإدراك.

٣. القدرة على اكتساب المعرفة وتطبيقها.
٤. القدرة على التعلم والفهم من التجارب والخبرات السابقة.
٥. القدرة على استخدام الخبرات القديمة وتوظيفها في مواقف جديدة.
٦. القدرة على استخدام التجربة والخطأ لاستكشاف الأمور المختلفة.
٧. القدرة على الاستجابة السريعة للمواقف والظروف الجديدة.
٨. القدرة على التعامل مع الحالات الصعبة والمعقدة.
٩. القدرة على التعامل مع المواقف الغامضة مع غياب المعلومة.
١٠. القدرة على تمييز الأهمية النسبية لعناصر الحالات المعروضة.
١١. القدرة على التصور والإبداع وفهم الأمور المرئية وإدراكها.
١٢. القدرة على تقديم المعلومة لإسناد القرارات الإدارية.

وتتجسد أيضا خصائص الذكاء الاصطناعي فيما يلي: (محمد، ٢٠٢٣)

١. تمثيل المعرفة بواسطة الرموز

هذه من أولى خصائص برامج الذكاء الاصطناعي المستخدمة من قبل الشركات إذ أنها تتعامل عامة مع رموز غير عددية وهذا عكس ما هو معروف ومقبول في معظم حواسيب اليوم التي تتعامل مع الكميات العددية والأرقام.

٢. إمكانية تمثيل المعرفة

إن برامج الذكاء الاصطناعي على عكس البرامج الإحصائية تحتوي على أسلوب لتمثيل المعلومات إذ تستخدم هيكلية خاصة لوصف المعرفة حيث تتضمن هذه الهيكلية تتضمن الحقائق والعلاقات بين هذه الحقائق والقواعد التي تربط هذه العلاقات داخل الشركات المطبقة لها.

٣. استخدام الأسلوب التجريبي المتفائل

من الصفات المهمة في مجال الذكاء الاصطناعي أنها تركز على الحلول الوافية وعدم تأكيد الحلول المثلى أو الدقيقة كما هو معمول به في البرامج التقليدية الحالية.

٤. قابلية التعامل مع المعلومات الناقصة

للبرامج الذكاء الاصطناعي قابليتها على إيجاد بعض الحلول حتى لو كانت المعلومات غير متوافرة بأكملها في الوقت الذي يتطلب فيه الحل وان تبعات عدم تكامل المعلومات يؤدي الى استنتاجات أقل واقعية أو أقل جدارة.

٥. القابلية على التعلم

من الصفات المهمة للتصرف الذكي القابلية على التعلم من الخبرات والممارسات السابقة فضلا عن القابلية على تحسين الأداء أخذا بنظر الاعتبار الأخطاء السابقة.

وهناك رأي آخر أن خصائص الذكاء الاصطناعي تتكون في خاصيتين رئيسيتين وهما: (بكر،

(٢٠١٩)

١. الاستقلالية والتنبؤ وهي الخاصية التي تمكن الذكاء الاصطناعي بالتصرف بشكل مستقل ودون تحيز لأي طرف أو جهة معينة، فالذكاء الاصطناعي قادر على القيام بعدة مهام معقدة، كقيادة سيارة وبناء محفظة استثمارية، دون التدخل البشري الفعال أو حتى الإشراف عليه. وأما بالنسبة للتنبؤ فهناك احتمالات كبيرة عن التحديات والاضطرابات الاقتصادية في أسواق العمل فيعمل الذكاء الاصطناعي على تحديث وتطوير تطبيقاته، للتسريع في حل هذه الاضطرابات والمضي قدما.

٢. المراقبة: إن المخاطر التي تنتج عن استقلالية الذكاء الاصطناعي لا يشمل فقط مشاكل القابلية للتنبؤ، فهناك مشاكل المراقبة، فمن الصعب على البشر تتبع السيطرة على الآلات المبرمجة، فهناك العديد من المشاكل التي تحدث في الآلات المبرمجة مما تسبب في فقدان التحكم، مثل عطل، أو خرق أمني فهنا تظهر الاستجابة السريعة من قبل تطبيقات الذكاء الاصطناعي بوقت يتفوق على الاستجابة البشرية، فالذكاء الاصطناعي تم تصميمه بميزات تسمح له بالتعلم والتكيف.

وإذا قابلنا الذكاء الاصطناعي بالذكاء الطبيعي البشري الإنساني نجد أن الأول يتميز بمجموعة من الخصائص التي تجعله متميزا عن الثاني حيث: (حسن، ٢٠٢٢)

١. يعد الذكاء الاصطناعي أكثر دواما، أما الذكاء الطبيعي يعتبر أكثر قابلية للتلف من وجهة النظر التجارية حيث يمكن للموظفين والعمال أن يغيروا وظائفهم أو ينسوا المعلومات، لكن الذكاء الاصطناعي دائم ما بقيت أنظمة الحاسوب والبرامج دون تغيير.
٢. يسهل نسخ وتوزيع المعلومات في الذكاء الاصطناعي لأن هذه المعلومات مخزنة في الحاسوب وعملية نسخها سهلة للغاية، أما الذكاء البشري يتطلب عملية نقل معلومة من شخص لآخر نظاما وجهدا ووقت طويل في التلقين والتدريس والتعليم.
٣. الذكاء الاصطناعي أقل تكلفة من الذكاء الطبيعي، فهناك ظروف كثيرة يتم فيها شراء جهاز الحاسوب ونظم المعلومات يكون أقل تكلفة من توظيف القوى البشرية للقيام بنفس الواجبات على المدى البعيد.
٤. الذكاء الاصطناعي يتصف بالثبات ولاستقامته باعتباره تقنية تتعلق بالحاسوب، أما الذكاء الطبيعي فهو لا يستقيم على حال واحدة، لأن الناس ليسوا على حال وفكر واحدة ولا يقومون بالواجبات والمهام بنفس الدرجة.
٥. الذكاء الاصطناعي يمكن توثيقه، ويمكن أيضا توثيق قرارات الحاسوب بسهولة عن طريق متابعة نشاطات ذلك النظام، أما في الذكاء الطبيعي يصعب ذلك.
٦. يمكن للذكاء الاصطناعي تنفيذ واجبات وأعمال روتينية محددة بطريقة أسرع ودقة أعلى مما يستطيع الإنسان.

ويرى الباحث أن خصائص الذكاء الاصطناعي تتكون من تمثيل المعرفة بواسطة الرموز، حيث أنها مسؤولة عن التعامل مع الرموز غير العددية، وامكانية تمثيل المعرفة، حيث أنها المسؤولة عن وصف المعرفة والقواعد التي تربط هذه العلاقات، والأسلوب التجريبي المتفائل، حيث أنها مسؤولة عن إيجاد حلول وافية، وأيضا من الخصائص قابلية التعامل مع المعلومات الناقصة، حيث أنها تتعامل مع المعلومات غير متوافرة وغير كاملة وامكانية إيجاد حلول، أما الخاصية الأخيرة وهي قابلية التعلم، حيث أنها قابلة للتعلم من الخبرات والممارسات السابقة وتحسين الأداء، فهذا لا يعني أن أي برمجية تعمل من خلال الحاسب الآلي أو

الخوارزميات تقوم بمهام محددة تعتبر ذكاء اصطناعياً، فحتى نتمكن من إطلاق مصطلح ذكاء اصطناعياً لا بد أن يكون قادراً على التعلم وقادراً على جمع البيانات ومن ثم تحليلها وبناءاً عليها، يتم اتخاذ قرارات من خلال عملية التحليل بصورة تحاكي طريقة التفكير البشري، ويتفق الباحث على أنه لا بد من توافر ثلاث صفات رئيسية وهي: (الخطيب، ٢٠٢٠)

١. القدرة على التعليم: أي اكتساب المعلومات ووضع قواعد استخدام هذه المعلومات.
٢. إمكانية جمع وتحليل هذه البيانات والمعلومات وخلق علاقات فيمهما بينها، ويساعد في ذلك الانتشار المتزايد للبيانات العملاقة.
٣. اتخاذ قرارات بناء على عملية تحليل المعلومات وليس مجرد خوارزميات تحقق هدفاً معيناً.

٧,١,٢ أنواع الذكاء الاصطناعي

يتضمن الذكاء الاصطناعي المتبع الأنواع التالية: (عبد القادر، ٢٠٢٠)

أولاً: النظم الخبيرة: هي برامج معلوماتية خاصة تهدف إلى محاكاة المنطق البشري الخاص بالدارسين وذوي الكفاءات والخبراء، ويتكون هذا التعريف من جانبين مهمين، فالأول إن قيمة البرامج المعلوماتية الذي هو الضامن الفاعلية النظام الخبير هي إحدى اهتمامات المحوسبين، أما الثاني فهي الخبرة في الميدان التي يجب التحكم فيها وهو مجال هندسة المعرفة الذي يبحث عن الفعالية. (محمد، ٢٠٢٣)

في حين أنه من إحدى أنواع الذكاء الاصطناعي، والذي يعتمد بشكل أساسي على قاعدة المعرفة، ومجموعة البرامج الفرعية، من خلالهما يمكن اتخاذ القرارات السليمة والمناسبة في حل مشاكل معينة.

وتم تعريفه بأنه عبارة عن برنامج حاسب إلى مصمم لنموذج معرفة وقدرة الخبير البشري على حل المشكلات، أي أنه يستند إلى مفهوم نموذج المعرفة الموجودة أصلاً لدى الخبير البشري ومن ثم العمل على برمجتها ومن ثم تخزينها في قاعدة معرفة لنظام المعلومات الذي يرتبط بمجال متخصص من مجالات المعرفة، ومن خلال أنماط معينة من الأنشطة يستطيع النظام أن يحل محل الخبير البشري، ويمارس دوره في حل المشاكل الإدارية المعقدة من خلال المستفيد الأخير. (بكر، ٢٠١٩)

وتم تعريفه أيضا بأنه أي مجال يمتلك فيه الفرد أو المجموعة من الأفراد الخبرات والمعارف التي يحتاج إليها الآخرون.

حيث أن وجود النظام الخبير يتطلب توفر نظم فرعية ألا وهي:

— قاعدة المعرفة وهي تعتبر نظام فرعي من أنظمة النظم الخبيرة، حيث يحتوي على مجموعة من المعارف التي تختص في مجال معين، ويتم جمع واشتقاق هذه المعارف من الخبرة والمعرفة الإنسانية، ومن خلال التقنيات التي يستخدمها مهندس المعرفة التي تبدأ باستيعاب معرفة الخبير الإنساني ومن ثم اشتقاقها منه وتشفيرها في برنامج وتخزينها في قاعدة معرفة النظام ويستخدم مهندس المعرفة طرق معيارية قياسية لتمثيل المعرفة والخبرة في الحاسوب أهمها: طريقة تمثيل المعرفة باستخدام القواعد وطريقة تمثيل المعرفة باستخدام الإطارات. (توفيق، ٢٠٢٣)

— الذاكرة العاملة وتسمى أيضا ذاكرة العمل، حيث تمتلك الذاكرة العاملة على حقائق خاصة بمشكلة معينة ومراد البحث عنها، فعندما يقوم المستفيد أو صانع القرارات باستشارة النظام الخبير، فيقوم بإدخال معلومات تدور حول المشكلة، حيث تتولى الذاكرة العاملة في النظام بإجراء عمليات مقارنة هذه المعلومات بالمعرفة المخزنة في قاعدة المعرفة، وذلك لاستنتاج الحلول الممكنة والتي تساعد المستفيدين أو متخذي القرارات. بعد ذلك يقوم النظام بإدخال الحلول الجديدة ذاتيا إلى الذاكرة العاملة، حيث تستفيد النظم الخبيرة من هذه المعلومات التي تم استنتاجها في المستقبل مثل قواعد البيانات حيث يقوم هذا النظام بتحميل هذه المعلومات عند بداية كل بحث عن حلول لأي مشكلة. (الخطيب، ٢٠٢٠)

— آلية الاستدلال: إن آلية الاستدلال تعمل مع الحقائق الجديدة والقديمة الموجودة في الذاكرة العاملة التي تضمها قاعدة المعرفة لاشتقاق واستنتاج واستخلاص معلومات جديدة أخرى، وهي تشبه التفكير البشري في حل المشاكل، حيث تتعامل آلية الاستدلال مع المعلومات الموجودة في ذاكرة العمل والمعلومات الموجودة في قاعدة المعرفة، من أجل الخروج بالحلول الجديدة التي تخص مشكلة معينة. (قنطجي، ٢٠٢٢)

– تسهيلات التفسير : تعمل هذه الخاصية بشكل استثنائي في النظم الخبيرة وهي تعمل على تفسير المقترح أو النتائج التي تم التوصل إليها أو الحل الذي ينصح به النظام، ولذلك يوجد في كل نظام خبير برنامج يسمى تسهيلات التفسير والشرح، وباستخدام هذه الوحدة يعمل النظام الخبير على تجهيز الشروحات والتفسيرات للمستفيد أو متخذ القرار، وبمعنى آخر إن المشكلات التي تعالج من خلال النظم تحتاج إلى تفسير لنتائجها، فمثلا عندما توصي النظم بعلاج معين المريض، فيجب أن يوضح النظام للطبيب سبب ومبررات اختيار هذا العلاج، وأيضا يستطيع فريق التطوير استخدام هذه القدرات من التفسير والتوضيح تحديد الأخطاء الموجودة في معرفة النظام. (العلوان، ٢٠٢٠)

– الواجهة البيئية للمستفيد: وهي تلك الواجهة التي تظهر أمام المستفيد النهائي، حيث يحصل التفاعل بين النظام الخبير والمستفيد أو متخذي القرارات من خلال اللغة الطبيعية، حيث يتميز النظام الخبير بالبساطة والقرب الشديد من أسلوب الحوار الشخصي، فهي تقوم على مبدأ تلبية احتياجات ومتطلبات المستفيد بالدرجة الأولى، ولذلك تدعى الواجهة البيئية مع المستفيد النهائي، بالإضافة إلى استخدام عناصر متعددة مثل القوائم، الصور، الأشكال الأصوات وأنماط التعبير المختلفة. (الخطيب، ٢٠٢٠)

خصائص النظم الخبيرة: تحتوي النظم الخبيرة على عدة خصائص، كما يلي: (العلوان، ٢٠٢٠)

- فصل المعرفة عن السيطرة بعد فصل المعرفة عن السيطرة خاصية لا تقدر بثمن للنظام الخبير، ويعتبر ميزة له، فإن البرمجيات التقليدية يكون هناك دمج المعرفة بالسيطرة، وهذا يعني أن التغيرات التي تحدث في "الشفرة" تؤثر على كل من المعرفة وعملية المعالجة.
- استيعاب معرفة الخبير: تعتبر هذه الخاصية الجوهرية للنظام الخبير، وهو في استيعابه وتخزينه للخبرات والمعارف المتراكمة للخبير البشري. فالذي يجعل النظام خبيرا هو نجاح أخذ المعرفة والخبرة من البشر وتفريغها في هذا النظام الخبير.
- التركيز على خبرة المجال: لدى معظم الخبراء المهارات والخبرات والمعارف الكافية لحل المشكلات في مجال محدد من المعرفة والتجربة العملية، لكن لدى هؤلاء قدرات محدودة خارج إطار هذا المجال

التخصصي المحدود، وينطبق هذا الأمر على النظم الخبيرة أيضا. أي ما ينطبق على الخبرات والمعارف البشرية ينطبق على النظم الخبيرة.

- التفكير مع الرموز: أي أن النظم الخبيرة يحتفظ بالمعرفة في المخزون بشكل رمزي (رموز)، ويتم استخدام هذه الرموز للتعبير عن أنماط متنوعة من المعرفة مثل الحقائق المفاهيم والقواعد.
- الإدراك الاستكشافي: يقوم الخبراء استخلاص القواعد من خلال خبراتهم وتجاربهم العملية، وبناء شكل من الفهم العملي للمشكلات التي تواجههم من خلال الاستعانة بقواعد استكشافية، والذي يعرف بالمنهج البحثي الاستكشافي، حيث تستخدم النظم الخبيرة هذه التقنية لحل المشكلات التي تكون معقدة ويصعب حلها، ولا يوجد لها حل خوارزمي، وهذا المنهج الاستكشافي هو تقنية في بحث المشكلة واستعراض الحلول الممكنة.

- البرمجة مقابل هندسة المعرفة: وتعتبر الخاصية الأولى ملازمة للبرمجة الإصلاحية والعلاجية وهي المعالجات المتتالية والمستمرة التي ترتكز على بيانات المشكلة ولا تركز على معرفة المشكلة، بينما يهتم محللو ومصممو النظام الخبير بمعرفة المشكلة، فالمعرفة التي تختص بالمشكلة يتم أخذها وتنظيمها وتدريبها حتى تم الوصول إلى فهم عميق للمشكلة موضوع الدراسة، ويطلق محللو النظم على هذه العملية بهندسة المعرفة، إذا هندسة المعرفة هي عبارة عن العملية التي تتضمن بناء النظام أو النظم الخبيرة. أن الخصائص الواجب توفرها في النظم الخبيرة. (محمد، ٢٠٢٣)

الخصائص الواجب توفرها في النظم الخبيرة هي: (الدهشان، ٢٠٢٠)

- يجب أن تكون النظم الخبيرة قادرة على تنفيذ المهام كما يقوم به الانسان.
- يجب أن توفر النظم الخبيرة المعرفة والخبرات البشرية النادرة وحفظها.
- يجب أن يكون استخدام النظم الخبيرة سهلا في جميع المجالات مع القدرة على تحديد الحلول المناسبة للمشاكل موضوع الدراسة واستخلاص النتائج الملائمة لاتخاذ القرارات.

وفي رأي الباحث أي أنه ما ينطبق على المعارف والقدرات والخبرات والمهارات والاتصالات التي يمتلكها العقل البشري والتي يمكن استغلالها في البنوك التجارية، لتحقيق التفوق التنافسي على مختلف

الأصعدة المحلية والعالمية، ينطبق على النظم الخبيرة، أي أنه يجب تفريغ القدرات والمعارف والمهارات والخبرات من العقل البشري إلى هذه النظم، حتى يكون هذا النظم فاعل وذو كفاءة. (بكر، ٢٠١٩)

منافع النظم الخبيرة: للنظم الخبيرة منافع كبيرة على الذكاء الاصطناعي وعلى الحاسب الآلي، أهمها ما يلي: (حسن، ٢٠٢٢)

- توفير أعلى مستويات الموضوعية والموثوقية عند اتخاذ القرار.
 - الحيادية والعقلانية والتجريد عن المشاعر والأهواء والعواطف والميول والأحوال النفسية والضغوطات عند اتخاذ القرارات المهمة.
 - امكانية استخدام النظم الخبيرة في أي وقت وفي أي مكان.
 - تقديم الدعم لعمليات اتخاذ القرارات غير الهيكلية أي صعوبة المعالجة بسبب تصنيفها وترتيبها المعقدين، وشبه الهيكلية أي تكون مصنفة ومرتبطة جزئيا.
 - الاعتماد على الآلات (أتمنة) في المهام الروتينية التي يقوم بها الخبير الإنساني.
 - القضاء على مشكلة فقدان المعرفة المتراكمة للخبير الإنساني نتيجة التقاعد، أو المرض، أو ترك العمل أو الموت.
 - الثمن الباهظ الذي يدفع للخبير بالمقارنة مع النظام الخبير.
 - لا يحتاج النظام الخبير إلى بيئة مادية واجتماعية نقاشية ونفسية ملائمة لكي يعمل بكفاءة وفعالية.
- لذلك نجد أن النظم الخبيرة لها دورا هاما في مجالات اتخاذ القرارات، حيث هنالك أدوات للذكاء الاصطناعي يتم الاعتماد عليها في تحديد المشكلات، وذلك من خلال قاعدة المعرفة التي تعد أحد مكونات النظام الخبير. فقاعدة المعرفة تقوم بتنمية بدائل الحلول وتقييمها واقتراح الحلول الملائمة، حيث تستخدم النظم الخبيرة عادة في مجال الأعمال لتقديم النصح والمشورة، حيث لا تحل محل متخذ القرار. (توفيق، ٢٠٢٣)

تصنيف النظم الخبيرة حيث يمكن تصنيف النظم الخبيرة إلى ثلاثة أنواع أساسية كما يلي:

(الخطيب، ٢٠٢٠)

- النظم التي تعمل كمساعد تعتبر هذه النظم أقل النظم خبرة، فهذا النظام يقوم في أداء التحليل البعض الأعمال الروتينية وتوضيح الأنشطة التي تحتاج لتدخل بشري.
- النظم التي تعمل كزميل تعمل هذه النظم على مبدأ النقاش بين المستخدم والنظام لحل مشكلة معينة، كما تطرح أسئلة مثل لماذا؟ وكيف؟ وذلك من أجل فهم المنطق والمسار الذي يستخدمه النظام بغرض التوصل لقرار مشترك، أما عندما يتبين للمستخدم بأن النظام غير منطقي في حل المشكلة ويسير في مسار خاطئ، فإن المستخدم يعمل على توفير مزيداً من المعلومات لتصحيح المسار، وبالتالي فالقرار النهائي يكون جهد مشترك بين المستخدم والنظام.
- النظم التي تعمل كخبير حقيقي هنا المستخدم يقوم بقبول نصيحة النظام بدون مناقشة، بمعنى أن النظام يمكنه أن يؤدي أعمال لا يستطيع أن يؤديها إلا الخبراء البشر.

ومن وجهة نظر أخرى نجد إن أنظمة الخبرة تتكون من خمسة أجزاء رئيسية وتتمثل فيما يلي:

- قاعدة المعرفة: قاعدة المعرفة للنظام الخبيرة تحتوي على كل من البيانات والمعارف والعلاقات والمبادئ وقواعد اتخاذ القرارات التي تساعد الخبير في حل أي مشكلة من المشاكل التي تواجهه، ويتم هذا من خلال تخزين قاعدة المعرفة للخبرة المتراكمة على مر السنين بخبير أو مجموعة من الخبراء. (الدهشان، ٢٠٢٠)

- محرك الاستدلال أو الاستنتاج ويحتوي هذا البرنامج على منطق في حل المشاكل وآلية الاستنتاج التي تستطيع أن تشابه آلية عمل الخبير ومنطقه عند محاولته لحل المشاكل أو تقديم المشورة والنصح للمشاكل المراد حلها، حيث يمكن تشبيهه بالعقل البشري. (قنطجي، ٢٠٢٢)

- جهاز توصيل المستخدم: تتمثل في جميع الأجهزة التي تمكنا من تصميم وبناء وتحديث واستخدام والتواصل مع الأنظمة الخبيرة مثل لوحة المفاتيح الشاشة، الأدوات السمعية. (عبد القادر، ٢٠٢٠)

– وسائل التوضيح: فهي تقوم بالتوضيح كيفية التوصل للحلول للمستخدم النهائي، وذلك لرفع قناعة المستخدم بأن الحلول التي تم الوصول إليها هي الأنسب أو الأفضل من بين الخيارات المتاحة. (العلوان، ٢٠٢٠)

– وسيلة الاستحواذ على المعرفة: يتطلب ذلك الشخص الخبير تقديم كل ما يمتلكه من معلومات وخبرات ومعرفة في مجال الاختصاص، والثاني هو مهندس الذي يعمل على تحويل هذه الخبرة البشرية إلى لغة تفهمها الأنظمة الخبيرة، ومن جهة أخرى يفهمها المستخدم النهائي للنظام. (ليز، ٢٠٢٢)

أهمية ودور النظم الخبيرة: للأنظمة الخبيرة دور بالغ في الشركات والبنوك المحلية على شتى المستويات وفي مختلف الوظائف، ويتمثل هذا الدور فيما يلي: (محمد، ٢٠٢٣)

- المساعدة في التشخيص العام للشركات والبنوك المحلية.
- المساعدة في اتخاذ القرارات الإستراتيجية.
- تحليل انحرافات الأداء.
- المساعدة في تحليل الصورة العامة للشركات والبنوك ككل.
- تحليل البيانات التي تحصل عليها الشركات والبنوك بطريقة آلية، وهذا يزيد من فعالية القرارات المتخذة.
- ضمان توفير أعلى مستوى من الموضوعية والموثوقية في اتخاذ القرار.
- تقديم الدعم العمليات اتخاذ القرارات غير الهيكلية وشبه الهيكلية.
- إنهاء المهام الروتينية التي يقوم بها الخبير الإنساني.
- توفير المعلومات التي تساعد متخذي القرار القيام بالإجراءات التصحيحية عند وجود فجوة في الأداء.
- حل مشكلة فقدان المعرفة المتراكمة للخبير الإنساني نتيجة التقاعد المرض، ترك العمل أو الموت.
- الثمن الباهظ الذي يدفع للخبير بالمقارنة مع النظام الخبير.

ولكن يرى آخرون أهمية النظم الخبيرة كما يلي: (بكر، ٢٠١٩)

- المشاركة في صياغة الرؤيا الإستراتيجية للشركات.
- صياغة رسالة الشركة عن طريق تحديد الأنشطة الرئيسية وغير الرئيسية وتقديم معلومات عن الأسواق المستهدفة.
- المساعدة في تنفيذ استراتيجيات الشركات.
- النظر إلى المشكلات من زوايا مختلفة وتقديم حلول للمشاكل بناءً على المعرفة في زمن قياسي.
- القدرة على التعامل مع المعلومات الرمزية مثل الرسومات الهندسية وتفسير هذه الرسومات.

متطلبات تطوير النظم الخبيرة: تتطلب عملية تطوير النظم الخبيرة توفر مهارات وخبرات ومعارف متنوعة والذي يتوجب توظيفها واستثمارها، لزيادة وتحسين أداء عمليات الشركة، ولتطوير الشركة هناك شرطاً جوهرياً لا غنى عنه لضمان نجاح بناء النظم الخبيرة، وتتمثل بالموارد البشرية المطلوبة بكل من خبير المجال، مهندس المعرفة، والمستفيد النهائي. (توفيق، ٢٠٢٣)

- **خبير المجال:** خبير المجال هو ذلك الشخص الذي يمتلك المهارات والابداعات والافكار والمعارف والاتصالات والأساليب لحل مشكلات معينة بطريقة متميزة عن الآخرين. حيث أنه يجب التمييز بين الخبير الحقيقي في المجال وبين آخرين مثل: الممارس، أو المهني، أو التقني، أو الفني "فهؤلاء ليسوا خبراء في هذا المجال، حيث يعتبر خبير المجال ليس فقط صاحب معرفة متعمقة الممزوجة بالتجارب والخبرات الميدانية، بل هو أيضاً ذلك الفرد أو المجموعة الذي يمتلك مهارات وإبداعات عالية في حل المشكلات ومهارات اتصالات، ويجب أن يتصف الخبير بالموثوقية والإخلاص والمثابرة والتعاون وحب العمل والالتزام الشديد بأداء الواجب. (الخطيب، ٢٠٢٠)

- **مهندس المعرفة:** "مهندس المعرفة هو الشخص الذي يقوم ببناء وتصميم واختبار النظام الخبير، وبمعنى آخر مهندس المعرفة هو عبارة عن المبرمج في نظم المعلومات التي لا تستند على قواعد المعرفة، غير أن مهام مهندس المعرفة أكثر صعوبة وأكثر تعقيداً من المبرمج العادي وتتطلب مهارات كبيرة مثل القدرة على تحليل نطاق المشكلة، ومهارة الاتصال مع الخبير أو خبراء المجال، والقدرة على صياغة

المفاهيم وتقنياتها، والمعرفة بنظرية الإدارة والتنظيم، والمهارة والخبرة العالية في برمجة النظم الخبيرة، والخبرة والمعرفة التقنية العالية في مزج البرامج بالمشكلة الرئيسية التي يتناولها النظم الخبيرة". (حسن، ٢٠٢٢)

— **المستفيد النهائي:** هو المستخدم الأخير للنظام أو الشخص الذي سيشغل النظام، وهو المسؤول عن تحديد درجة القبول لهذا النظام، وبالتالي تعتمد درجة المهارات والمعارف التي يمتلكها المستفيد النهائي للنظام على إنجاحه أو إفشاله، فكلما كان النظم الخبيرة سهل التعلم والتدريب لكما كانت هناك فرصة لإنجاحه. (عبد القادر، ٢٠٢٠)

ثانياً: الشبكات العصبية: تسمى أيضا الشبكات الصناعية ويطلق عليها أيضا المقاربة الارتباطية، وتعتبر من أقدم تقنيات الذكاء الاصطناعي التي اعتمدت في علم الحاسوب والبرمجيات، والتي تحاول أن تعمل نفس طريقة عمل الدماغ البشري، وأن الشبكات العصبية تعتمد في عملها على شكل الأعصاب في جسم الإنسان، إذ أن الأعصاب في جسم الإنسان مرتبة على شكل مستويات، مكونة من شبكة كبيرة، يتم تحدد وظيفة هذه الشبكة كل من التعلم والاتصالات، ويمكن تعريف الشبكة العصبية بأنها أنموذج تفكير معتمد على الدماغ البشري للإنسان، إذ يتكون الدماغ من مجموعة كبيرة من الخلايا العصبية، أو العصبونات وهي تعمل على تشغيل المعلومات الأساسية وتعتبر أصغر وحدة في الجهاز العصبي. (قنطجي، ٢٠٢٢)

بينما يراها البعض أنها بكونها عملية لمعالجة المعلومات بطريقة تشبه نظام الاعصاب لدى الانسان وأن الشيء الاساس هو الهيكلية المختلفة لنظام معالجة المعلومات من خلال معالجة كميات كبيرة من المعلومات غير المترابطة لحل مشاكل خاصة. (الدهشان، ٢٠٢٠)

ويرى أنه يمكن تعريف نظم الشبكات العصبية الاصطناعية بأنموذج في غاية الدقة يشابه النظام العصبي البشري (المخ) في أداء مهمات معينة. (بكر، ٢٠١٩)

ويرى البعض أنها محاولة لإيجاد تقنيات حاسوبية تصمم لمحاكاة الطريقة التي تؤدي بها الدماغ البشري مهمه معينة، وتتشابه معه في أنها تكتسب المعرفة بالتدريب المستمر وتخزن هذه المعرفة، ومن خلال

ذلك يتم الوصول إلى الحل الأمثل للمسألة قيد الدراسة، إذ تكتسب الشبكة المعرفة بالتجربة من خلال الاطلاع على البيانات التاريخية والاستفادة من التجارب السابقة. (ليز، ٢٠٢٢)

ويرى الباحث أنه يمكن تعريف الشبكات العصبية الاصطناعية بأنها عبارة عن عملية لمعالجة المعلومات والبيانات التي تتشابه مع عصبونات الدماغ البشري أو الخلايا، حيث أنها تتشابه مع العقل البشري (المخ) وبأنها تكتسب الخبرات والمعارف من خلال التدريب، ويتم تخزين هذه الخبرات والمعارف للوصول للحلول المناسبة من خلال الرجوع إلى البيانات السابقة. (محمد، ٢٠٢٣).

أهمية الشبكات العصبية:

هناك أهمية كبيرة للشبكات العصبية حتى يكون الذكاء الاصطناعي ذو فاعلية وكفاءة، وفيما يلي أهمية الشبكات العصبية: (العلوان، ٢٠٢٠)

١. قدرة الشبكات العصبية على اشتقاق معنى جديد من عدد بيانات كبير ومعقد أو غير دقيق.
٢. استخراج أنماط والكشف عن الاتجاهات التي هي معقدة للغاية، للوصول إلى نتائج لم تلاحظ من قبل البشر أو غيرها من التقنيات الكمبيوتر.
٣. يمكن وصف الشبكات العصبية المدربة بالخير، في فئة المعلومات التي أعطيت لتحليلها ثم يمكن استخدام هذا الخير لتقديم حلول جديدة والإجابة عن التساؤل "ماذا لو".
٤. التعلم التلقائي، والتنظيم الذاتي، وانجاز العملية في الوقت المحدد المناسب.

الدافع وراء الاهتمام بالشبكات العصبية هو ما يلي: (بكر، ٢٠١٩)

١. أنها بسيطة ومتراصة للغاية، حيث أنها تمثل الحلول الرياضية المعقدة بشكل فعال.
٢. تعتبر مرنة للغاية في التصميم.

في حين يرى الباحث أن أهمية الشبكات العصبية تكمن فيما يلي: (حسن، ٢٠٢٢)

١. قدرتها على التعلم لنموذج العلاقات غير الخطية والمعقدة، وهو أمر مهم للغاية، لأن هناك العديد من العلاقات بين المدخلات والمخرجات غير الخطية والمعقدة.
٢. إمكانية التعميم بعد التعلم من المدخلات الأولية وعلاقتها إذ يمكن أن نستنتج العلاقات غير المرئية بين البيانات، مما يمكن من تعميم النموذج على البيانات.
٣. تعتبر أفضل نموذج يمكن أن يستخدم مع البيانات ذات التقلبات العالية والتباين غير الثابت، نظرا لقدرتها على تعلم العلاقات الخفية في البيانات دون فرض أي علاقات ثابتة في البيانات، وهذا يساعد في التنبؤ بالسلاسل الزمنية المالية مثل اسعار الاسهم.

أنواع الشبكات العصبية

هناك عدة أنواع للشبكات العصبية وهي كالتالي: (الخطيب، ٢٠٢٠)

١. الشبكات العصبية ذات التغذية الأمامية: وتعتبر هذه الشبكات هي الأكثر استخدامًا، حيث أنها تتألف من مجموعة من الخلايا العصبية، يطلق عليها الوحدات، حيث يتم ترتيبها على شكل طبقي باتجاه واحد فقط للحركة، أي تكون ذهاب ودون إياب، ولا يكون هناك تغذية راجعة أو تغذية عكسية.

وهناك عدة مزايا للشبكات العصبية ذات التغذية الأمامية وهي: (الدهشان، ٢٠٢٠)

- القدرة على التنبؤ واستقراء أية مدخلات، حيث بعد تدريب الشبكة ستكون قادرة على التنبؤ بأي مدخلات جديدة، حتى تلك التي خارج حدود التدريب.
- تعمل بشكل جيد للعديد من التطبيقات، وخاصة تركيب منحني السلسلة الزمنية للبيانات، أي البيانات التي تأتي في أوقات وقيمة مختلفة.

٢. الشبكات العصبية ذات التغذية الراجعة: تعمل هذه الشبكات على إدخال مدخلات متسلسلة ومنظمة وبالتالي يتم إخراج مخرجات منتظمة، من خلال مشاركة البيانات بين الفترات الزمنية، وأدى استخدام هذه الشبكات إلى نتائج مذهلة في معالجتها للغات الطبيعية والتسميات التوضيحية

للصور، وتقسم الشبكات العصبية ذات التغذية الراجعة إلى قسمين: الأول شبكات عصبية ذات التغذية الراجعة المباشرة، حيث تقوم بتكرار ناتج العصبونات إلى مدخلاته، أما الثاني هي شبكات عصبية ذات التغذية الراجعة المجاورة وهي تعمل على توصيل مخرجات الخلايا العصبية إلى مدخلات، وبمعنى آخر أنها الشبكات التي تعمل على تكرار المليات من مخرجات إلى مدخلات، حتى تعطي أفضل النتائج الممكنة. (قنطجي، ٢٠٢٢)

٣. الشبكات العصبية ذات الترابط الذاتي: وهي تعمل في استقبال المدخلات ومن ثم بث المخرجات في نفس ذات الوقت، وعند معالجة المعلومات تقوم كل عناصر المعالجة الحسابية المستندة إليها في الوقت نفسه بطريقة المعالجة التوازي، أي أنها تعمل على استقبال المدخلات وإخراج المخرجات في نفس الوقت وذلك من أجل أن تتشابه مع طريقة عمل المخ البشري، وتتضمن بعض الأمثلة الهيكلية للشبكات العصبية بما يلي: (العلوان، ٢٠٢٠)

- شبكة مكونة من طبقتين ذات تغذية في الاتجاه الأمامي.
- شبكة مكونة من طبقتين ذات تغذية في الاتجاه الأمامي والعكسي.
- شبكة مكونة من طبقة واحدة ذات تغذية عكسية جانبية.
- شبكة مكونة من عدة طبقات.

خصائص الشبكات العصبية

١. تتميز الشبكات العصبية بالعديد من الخصائص أهمها:
٢. تعتمد على أساس رياضي متين.
٣. مثل إحدى تطبيقات تكنولوجيا التشغيل الذاتي للمعلومات التي تقوم على محاكاة العقل البشري.
٤. تقبل أي نوع من البيانات الكمية أو النوعية.
٥. لها القدرة على تخزين المعرفة المكتسبة من خلال الحالات التي يتم تشغيلها على الشبكة.
٦. يمكن تطبيقها في العديد من المجالات العلمية المختلفة.

ويرى العديد من الباحثين أن خصائص الشبكات العصبية تتجسد فيما يلي: (محمد، ٢٠٢٣)

١. القابلية للتعلم والتكيف سواء مبرمج أو غير المبرمج مع الحالات الجديدة، وشبيه جدا في العقل البشري بعمليات التعلم، حيث أنها تتعامل مع متغيرات كثيرة ومختلفة.
٢. لها سلوك ذكي، خصوصا في الحالات التي تكون فيها هيكلية المعلومات غير جيدة، ورغم ذلك تحقق الشبكات العصبية نتائج ذات دقة مناسبة.
٣. الذاكرة الموزعة، حيث تعمل على ضخ المعلومات بكميات هائلة واحجام كبيرة، وهذه وسيلة لحل المشكلات الإدارية التي تحتوي على كمية هائلة من البيانات والمتغيرات.
٤. لها قدرة على تحليل علاقات غير خطية ويطلق عليها "تحليل الانحدار التخلي" وتكون هذه العلاقات ذات طبيعة وصفية أو سلوكية.

مزايا استخدام الشبكات العصبية وخطوات تصميمها:

هناك مزايا عديدة لاستخدام الشبكات العصبية أهمها: (عبد القادر، ٢٠٢٠)

١. التعلم التكيفي: القدرة على تعلم كيفية القيام بالواجبات وبالمهام من خلال البيانات المقدمة سواء بالتدريب أو التجربة الأولية
٢. التنظيم الذاتي: يمكن أن تنشئ تنظيم خاص بها خلال وقت التعلم.
٣. العملية في الوقت الحقيقي يمكن أن تتم طريقة المعالجة بالتوازي، وبالتالي تستطيع معالجة أكثر من أربعين ألف حالة بنفس التوقيت، ومكانية تصنيفها وتبويبها.
٤. السماح بالخطأ: اكتشاف الأخطاء وتصحيحها بما يتناسب مع عملية التعلم.

أما في مجالات استخدام الشبكات العصبية في المحاسبة، فقد تعددت الدراسات المتعلقة بتطبيقات الشبكات العصبية في المحاسبة، ومن أهم مجالات استخدامها في المحاسبة هي: (العلوان، ٢٠٢٠)

١. تستخدم الشبكات العصبية في مجال التنبؤ بالعوائد المستقبلية المتوقعة، وتحليل الفرضية المحاسبية الخاصة بالاستمرارية، وأيضا تساعد المدققين والإدارة في اكتشاف الغش والخطأ، وتعمل

على تحسين كفاءة عملية التدقيق في عملية المراجعة غير الضرورية لشركات أو بنوك لا تحتوي بياناتها المالية على غش.

٢. تعتبر الشبكات العصبية العنصر الأساسي في التنبؤ بالفشل المالي، وهي أكثر مصداقية من النماذج الإحصائية التقليدية.

٣. القدرة على اكتشاف الأخطاء المهمة والجوهرية الناتجة عن المعاملات الوهمية.

وهناك مجالات أخرى يمكن استخدام الشبكات العصبية في المحاسبة وهي: (ليز، ٢٠٢٢)

١. تستخدم الشبكات العصبية في مجالات التنبؤ، وخصوصاً في إعداد الموازنات التقديرية، إذ تبدأ بعملية التنبؤ بمقدار المبيعات، كما يمكن استخدامها في عملية التنبؤ في اعداد تقديرات الموازنة العامة للدولة من التنبؤ بقيمة النفقات للعام القادم.

٢. استخدام الشبكات العصبية في عمليات التقدير ومن أهمها تقدير المخصصات مثل مخصص الديون المشكوك في تحصيلها.

٣. استخدام الشبكات العصبية في ترشيد العديد من القرارات، ومن أهمها ترشيد عملية الاختيار بين البدائل بين المشروعات الاستثمارية.

٤. استخدام الشبكات العصبية في تحديد حجم مخاطر التدقيق بكل انواعه.

٥. استخدام الشبكات العصبية في الكشف عن حالات الغش والاحتيال.

٦. استخدام الشبكات العصبية في مجال تحليل الحساسية لنقطة تعادل الأرباح من خلال نماذج ورسومات توضح تقاطع الإيرادات مع التكاليف، سواء للمنتجات جميعها او لمنتج واحد.

٧. استخدام الشبكات العصبية في تحديد القيمة السوقية للأصول النادرة.

أهمية استخدام الشبكات العصبية الاصطناعية في البنوك التجارية:

تعتبر الشبكات العصبية الاصطناعية أهم التقنيات والنماذج الجديدة في إدارة مخاطر البنوك وخصوصاً مخاطر القروض في البنوك، وتظهر أهمية استخدام الشبكات العصبية الاصطناعية في البنوك

الإدارة وتقدير المخاطر في النقاط التالية: (توفيق، ٢٠٢٣)

١. الدقة الكبيرة، من خلال القدرة على تبسيط النظم المعقدة والتي تعامل مع البيانات بصورة متوازنة.
٢. المرونة العالية نتيجة للقدرة على التعامل مع عنصر التشويش في البيانات.
٣. لا تعتمد على فرضيات مسبقة عند بداية تحليل البيانات مع عدم تحديد الارتباطات الموجودة بين المتغيرات.
٤. القدرة على التكيف بالتعامل مع المعلومات الجديدة، والتغلب على ظاهرة المحددات التي تقف أمام الطرق الكلاسيكية.

ويتفق على رأي أن الاختلاف التكنولوجي بين الشبكات العصبية والنظم الخبيرة هو في مضمون التقنية التي تستند عليها، وفي الأبعاد التي ترتبط بها، ففي النظم الخبيرة تركز على تقنية استقطاب وتمثيل وخزن المعرفة والخبرات والمهارات بمجال علمي أو تطبيقي محدد، وذلك ليتم استخدام هذه المعارف والخبرات والمهارات لدعم القرارات، ولكي يستطيع النظام الخبير القيام بهذه المعارف والخبرات والمهارات يجب أن يكون لدى النظام مكونات جوهرية مثل قاعدة المعرفة، آلة الاستدلال، ذاكرة عاملة، تسهيلات التفسير والواجهة البينية، حيث أن الخاصية الجوهرية في عملية عمل النظام الخبير هو في استيعابه وتخزينه للخبرة والمعرفة والمهارة المتراكمة للخبير الإنساني، فأساس عمل النظام هو انجاح محاولة امتصاص المعرفة والمهارة والخبرة الإنسانية ومن ثم تفريغها في النظام الخبير وهذا يتطلب وجود كل من خبير المجال ومهندس المعرفة. (قنطجي، ٢٠٢٢)

أما الشبكات العصبية فهي لا تقوم على تقنية نمذجة المعارف الإنسانية أو الذكاء البشري ولا تحاول إيجاد حلولاً من خلال البرمجة أيضاً وبذلك فهي لا تحتاج إلى وجود خبير المجال ومهندس المعرفة. حيث تعمل الشبكات العصبية بصورة جوهرية على تقنية وضع الذكاء في الحاسوب، أي وضع المعارف والخبرات داخل الحاسوب وكيفية تواصلها مع بعضها البعض بشكل منظم، بحيث تستطيع من خلال البرمجيات تقديم حلول لمشكلات معقدة وتخضع لمتغيرات كبيرة، ولذلك توصف قدرات الشبكات العصبية بمصطلح طبقات المعرفة لقدرتها على التحليل المعرفي، كما أن الشبكات العصبية لا تحتاج إلى خبرة ومعرفة الخبير كما هو حال النظم الخبيرة التي تستند على قدرات الخبير للحصول على المعرفة وتمثيلها في صيغة قواعد مثلاً. ويمكن بناء الشبكة العصبية من دون وجود معرفة محددة في مجال معين. (الخطيب، ٢٠٢٠)

ثالثاً: الخوارزميات الجينية: تعتبر الخوارزميات الجينية، من إحدى برامج الحاسب الآلي التي تحاكي عمليات بيولوجية من أجل تحليل مشاكل النظم التطورية، فقد ظهر نظام الخوارزميات الجينية بشكها الحالي في عام (١٩٧٥) على يد جون هولاند في جامعة ميتشغان، وقد تطور في بداية الثمانينيات، وأصبحت أحد أهم الطرق والفعالة للتعامل مع مسائل الاستقصاء والبحث المعقدة، ووصفت بالجينية لأنها تعتمد على محاكاة عمل الجينات الوراثية من أجل التوصل للحل الأفضل والأمثل. (حسن، ٢٠٢٢)

إن مصطلح الخوارزمية عبارة عن مجموعة من التعليمات التي تتكرر لحل مشكلات معينة، ويشير مصطلح جينية (Genetic) إلى سلوك الخوارزميات التي يمكن أن تشابه العمليات البيولوجية للتطور، حيث تم تعريفها أيضاً بكونها طرق تساعد في إنشاء وخلق حلول لمسائل معينة، وذلك باستخدام طرق متوافقة مع بيئتها، كما أنها تستخدم في مجالات الأعمال المالية والمصرفية، والعمليات اللوجستية والسيطرة على حركة الموارد. (الدهشان، ٢٠٢٠)

وتطبق الخوارزمية الجينية بنجاح لإيجاد الحل المقبول، أي الذي يكون قريب إلى المثالي في المسائل المتعلقة بالعلوم ومنها العلوم الطبية والهندسية، ذلك أنها اختصرت الكثير من الوقت والجهد لدى مصممي الأنظمة والبرامج، وذلك من خلال إيجادها خوارزمية عامة يعتمد عليها في حل مختلف أنواع المسائل بدلا من بناء خوارزمية خاصة لكل مسألة مع مراعاة التغيرات اللازمة التي تتناسب مع خصوصية كل مسألة من حيث الحجم ونوع البيانات المستخدمة وطبيعة دالة الهدف والقيود لكل مسألة. (العلوان، ٢٠٢٠)

لذلك تم تعريفه أنه نظام محوسب يحاول إيجاد الربط بين المدخلات لتعطي أفضل النتائج، وهو ملائم لاتخاذ القرارات ضمن بيئات فيها الكثير من الحلول الممكنة التي يجدها ويقيمها بإمكانات متعددة أسرع من الانسان.

وعرف أنه نظام حاسبي يقلل من الجهد والزمن لدى مصممي الأنظمة والبرامج لحل المسائل بالطريقة المثلى، مع الأخذ بعين الاعتبار حجم ونوع البيانات المستخدمة وطبيعة دالة الهدف والقيود المفروضة. (حسن، ٢٠٢٢)

آليات عمل الخوارزميات الجينية

إن الخوارزميات الجينية تعمل على فكرة عملية بحثه لإبرامج الحاسوب، حيث تتنافس في الحلول مع بعضها البعض، من أجل البقاء للحل الأمثل والأفضل لمتخذي القرارات، حيث وضعت نظم الخوارزميات الجينية لتصميم واقتراح الحلول للمشكلات التي تتعامل مع مجموعة متغيرات مرشحة مثل وجود عدد من المرشحين للقرض ووجود الكثير من العوامل التي يجب وزنها وتقديرها كأساس للمفاضلة بين هؤلاء المرشحين، كما تستخدم تقنيات الخوارزميات الجينية في مجالات الأعمال المالية والمصرفية، وفي تطبيقات الاستثمار كما تستخدم لحل مشكلات العمليات اللوجستية والسيطرة على حركة المواد. (بكر، ٢٠١٩)

تركز الخوارزميات على مجموعة من الخطوات الأساسية والمهمة لصياغة الحل والأفضل والأمثل المسألة معينة، فتتميز الخوارزميات أنها تحتوي على خطوات متسلسلة ومتراكبة، فلا يمكن تطبيق هذه الخوارزميات ما لم تطبق جميع الخطوات المتسلسلة، وإلا تفقد الخوارزميات قيمتها وفعاليتها وكفاءتها في إيجاد وتحسين الحل، وتتضمن خطوات عمل الخوارزميات العناصر التالية: (توفيق، ٢٠٢٣)

١. البداية وتتمثل في توليد وإيجاد حلول مناسبة للمسألة.
٢. دالة الصلاحية هي تحويل دالة الهدف إلى دالة مناسبة للحل في الخوارزميات الجينية.
٣. مجتمع جديد وتتمثل في توليد جيل جديد بتكرار الخطوات الآتية إلى أن يكتمل الجيل وتتضمن: (عبد القادر، ٢٠٢٠)

- الاختيار: يتم اختيار إثنين من الحلول من المجتمع الابتدائي بالاعتماد على دالة الصلاحية.
- التصالب الإبداعي هو إجراء إحدى عمليات التصالب للحصول على الذرية (حل آخر) ويكون بين كروموزمين أي بين حلين مبدئين للحصول على حل آخر.

الطفرة: وذلك باحتمال وجود الطفرة يتم عمل الطفرة للسلف الجديد الجيل الجديد للحلول بموقع معين في الكروموزوم وتجرى بين الجينات في الكروموزوم الواحد.

المبحث الثاني: إدارة المحتوى الإعلامي

١,٢,٢ المقدمة

يعتبر عملية شاملة تهدف إلى تنظيم وتنسيق كل ما يتعلق بإنتاج المحتوى وتحريره ونشره في وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت تقليدية أو رقمية. تبدأ هذه العملية عادةً من وضع الأهداف التحريرية والاستراتيجية، حيث تحدد الجهة الإعلامية رسالتها وأولوياتها وعناصر التميز لديها. وتعد هذه الأهداف بمثابة المرجع الأساسي لفريق العمل، إذ يتم توجيههم لاختيار الموضوعات المناسبة وتغطية الأحداث بشكل يبرز هوية المنصة الإعلامية ويمنحها زخمًا وتميزًا. وفي الوقت ذاته، يُولى اهتمام بالغ لعملية التحرير والتدقيق اللغوي والأسلوبي، بغرض الحفاظ على جودة المادة المنشورة وتمكين القارئ أو المشاهد من استيعاب الأفكار بسلاسة. وفي المؤسسات الراغبة في ترسيخ مصداقيتها، تتضافر جهود المحررين مع فرق المراجعة والتدقيق لضمان دقة المعلومات والخلو من الشائعات أو الالتباسات، ما يعزز ثقة الجمهور في المحتوى المنشور. (Al-Hosani et al., 2023)

يمتد نطاق إدارة المحتوى الإعلامي ليشمل الاهتمام بكيفية عرض المحتوى وتصميمه في المنصة المناسبة. فالمحتوى الرقمي، على سبيل المثال، يحتاج إلى تهيئة تقنية تضمن سهولة الوصول والتفاعل، سواء عبر واجهات مواقع الويب أو تطبيقات الهواتف الذكية. وفي الوقت نفسه، لا يمكن إغفال الدور المحوري الذي تؤديه تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحليلات الرقمية في هذا السياق، إذ تساعد فرق التحرير في تحديد الأنماط السلوكية لجمهورهم ودراسة الأوقات الأنسب للنشر وقياس معدلات التفاعل. وبناءً على هذه المعطيات، يحدث تحسّن مستمر في عملية التخطيط وجدولة المحتوى، بحيث تكون المخرجات متوائمة مع توقعات المتابعين، وفي الوقت ذاته تعكس رؤية الوسيلة الإعلامية وأهدافها الطويلة الأمد. (Abdul Razzaq et al., 2021)

من جهة أخرى، لا يمكن إغفال الجانب التنظيمي لإدارة المحتوى الإعلامي، حيث يلعب فريق العمل دورًا جوهريًا في وضع اللوائح والإجراءات التي تضمن انسجام الأعمال مع الضوابط القانونية

والأخلاقية المتعارف عليها. وهنا تبرز أهمية تدريب الكوادر الإعلامية وتأهيلها للتعامل بحكمة مع القضايا الحساسة والأحداث الطارئة. فعلى سبيل المثال، قد تتطلب بعض الظروف تطبيق معايير الصحافة الاستقصائية، الأمر الذي يستوجب فهمًا قانونيًا للحدود التي تحكم نشر المعلومات والاطلاع على أدوات التحقق والتحقيق الصحفي. كما يتعين على الفريق الإعلامي الالتزام بمبادئ الخصوصية وحقوق التأليف والنشر، خاصة في عالم رقمي يتسم بانتشار سريع للمعلومات وتنوع كبير في المنصات المتاحة. (Benrabah, 2024)

عند الحديث عن إدارة المحتوى الإعلامي في المؤسسات الكبرى، يظهر مفهوم الأرشفة وحفظ السجلات كجزء أساسي من دورة حياة المحتوى. فمن خلال توفير أنظمة أرشفة رقمية محكمة، يصبح بالإمكان استعادة المواد المنشورة سابقًا بسهولة والاعتماد عليها لأغراض التوثيق والإعداد لمواد جديدة. ويتكامل هذا الجانب مع عمليات النسخ الاحتياطي والتحديث المستمر لقواعد البيانات، إذ يضمن بقاء المحتوى في متناول اليد، ويمنع خسارة المعلومات الثمينة جراء أعطال فنية أو اختراقات أمنية. وعادةً ما تُكَلَّف أقسام تقنية متخصصة بأداء هذه المهام جنبًا إلى جنب مع الفرق الصحفية والإدارية، فتتلاقى بذلك التخصصات المختلفة لضمان سير العمل بسلاسة، وتحقيق النتائج المرجوة من إدارة المحتوى الإعلامي التي لم تعد مجرد عملية إنتاج ونشر، بل باتت ركنًا أساسيًا في صناعة التأثير والتفاعل مع الجمهور. (Dida & Lachabi, 2024)

٢,٢,٢ الرؤية التحريرية وتحديد الأهداف

تبدأ إدارة المحتوى الإعلامي بتحديد الرؤية التحريرية التي تسعى المؤسسة الإعلامية لتحقيقها، وهي بمثابة خارطة الطريق التي تُرشد فريق العمل. تتضمن هذه المرحلة صياغة الأهداف العامة للمنصة أو الوسيلة الإعلامية، مع الأخذ في الاعتبار الجمهور المستهدف والإطار الزمني لإنجاز تلك الأهداف. يشمل ذلك تحليل نقاط القوة والضعف في المحتوى الحالي، والمقارنة مع المنافسين، لتحديد الهوية المميزة التي ترغب المؤسسة في إبرازها. (Kemouche & Amalou, 2022)

يُعتبر وضع الأهداف التحريرية الخطوة التمهيديّة لبلورة الرسالة الإعلامية؛ فهي تحدد الموضوعات التي ستحتلّ بالأولوية، والأسلوب الذي سيتمّ اعتماده في الكتابة، بالإضافة إلى الأخلاق المهنية التي يجب الالتزام بها. وعندما يتمّ توثيق هذه الأهداف، يسهل على العاملين في المؤسسة الرجوع إليها وضمان اتساق المحتوى مع الخط العام . (Mechahar & Bellifa, 2022)

يساعد تحديد الأهداف التحريرية في بناء علاقة واضحة مع الجمهور، إذ يصبح لدى المؤسسة "شخصية" يستطيع القراء أو المشاهدون التعرف عليها والتفاعل معها. كما أنه يخلق نوعاً من الثقة بين المنتج والمستهلك، خصوصاً إذا ما كانت هذه الرؤية متوافقة مع التوقعات والاحتياجات الحقيقية للجمهور المستهدف، ما يمهد الطريق لإدارة فاعلة للمحتوى في المراحل اللاحقة. (Djoudi, 2024)

٣,٢,٢ تخطيط المحتوى الرقمي والفريق التقني

لا تكتمل إدارة المحتوى الإعلامي دون تخطيط محكم للوصول الرقمي، خاصةً في ظل التحول الواسع نحو المنصات الإلكترونية. يصبح الفريق التقني هنا شريكاً استراتيجياً في ترجمة الرؤية التحريرية إلى منصات إلكترونية متفاعلة وسهلة الاستخدام. إذ يطور الفريق الأدوات والتطبيقات اللازمة؛ من تصميم الموقع إلى تحسين تجربة المستخدم على الهواتف الذكية . (Fahmy, 2024)

لا يقتصر دور الفريق التقني على الجوانب البرمجية فقط، بل يمتد إلى توجيه فريق التحرير لاستخدام أفضل الممارسات في تنسيق المحتوى، كالتركيز على الكلمات المفتاحية المناسبة وتحسين سرعة تحميل الصفحات. ويؤدي هذا الدور المشترك إلى تعزيز ترتيب المحتوى في محركات البحث، ما يزيد من فرص وصوله لجمهور أكبر ويزيد من نسبة التفاعل على المدى الطويل . (Bouchelarem & Bouchoucha, 2024)

يتطلب التعاون اليومي بين الفريق التقني والتحريري اجتماعات دورية لتبادل الأفكار وتقييم الأداء. فعندما تتقاطع الخبرات التقنية مع الرؤية التحريرية، يتم تطوير استراتيجيات مبتكرة للنشر والتسويق. وعادةً ما يتم تطبيق تقنيات تحليل البيانات في هذه المرحلة، بهدف فهم سلوك المستخدمين وقياس فعالية كل تعديل يجري على المنصة الإلكترونية. (Hacene, 2024)

أصبح المحتوى المرئي والمسموع عنصرًا محوريًا في أي استراتيجية إعلامية حديثة، وذلك بفضل المنصات الرقمية التي تسمح بنشر مقاطع الفيديو والبودكاست بسهولة كبيرة. يعزز هذا النوع من المحتوى التفاعل والإقبال نظرًا لقدرته على إيصال المعلومات بسرعة وبأسلوب جذاب، خصوصًا بين فئات الشباب . (Gharabi & Barardi, 2022)

ضمن إدارة المحتوى الإعلامي الشاملة، يتم وضع خطط متخصصة لإنتاج الفيديوهات والبرامج الصوتية، بدءًا من مرحلة الفكرة وتخطيط السيناريو وصولًا إلى عمليات المونتاج والإخراج النهائي. يتوجب على المؤسسات الإعلامية توفير كوادر متخصصة في صناعة الفيديو تمنح العملية الإبداعية الموثوقية والجاذبية، وتضمن الحفاظ على الهوية التحريرية في كل لحظة . (Sulaiman, 2021)

يلعب التصميم الجرافيكي دورًا داعمًا للمحتوى المرئي؛ إذ يحتاج إلى لمسات تعكس روح المنصة وأهدافها التحريرية. ويشكل هذا الجانب عاملاً أساسيًا في صنع هوية بصرية واضحة يسهل تمييزها في زحام المنافسة. يساعد التكامل مع بقية عناصر المحتوى في إبراز الأفكار وربط المكونات التحريرية ببعضها، ما يمنح الجمهور انطباعًا متينًا عن احترافية المؤسسة. (Chami & Tlidjani, 2025)

٤,٢,٢ الجمهور والتفاعل

الشعور بنبض الجمهور هو جوهر نجاح أي وسيلة إعلامية، لذا تُولي إدارة المحتوى اهتمامًا بالغًا بمتابعة ردود الفعل وقياس معدلات التفاعل. يتم ذلك من خلال أدوات تحليلية تراقب الإعجابات والتعليقات والمشاركات، وترجمها في شكل تقارير إحصائية تسمح بتحديد مواطن القوة والضعف في الخطاب الإعلامي . (Kaddouri, 2024)

بصرف النظر عن جودة المحتوى، قد لا يحصد أي اهتمام إذا لم يكن ملائمًا لاحتياجات الجمهور أو يلامس قضاياها الرئيسية. هنا تبرز أهمية استطلاعات الرأي والمشاركة في النقاشات الإلكترونية لمعرفة مدى مطابقة المحتوى للتوقعات. ومن ثم، تُجري الإدارات الإعلامية التعديلات اللازمة في المسار التحريري بما يتماشى مع الاستجابة الجماهيرية . (Hussein et al., 2023)

فضلاً عن ذلك، تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إنشاء دوائر تفاعلية متكررة تعزز العلاقة بين المؤسسة والمتابعين. إذ تتيح هذه المنصات تلقي التعليقات بشكل فوري، وتدفع المؤسسة إلى ابتكار أساليب مختلفة لإبقاء الجمهور فعالاً ومتواصلاً. ويمكن أيضاً اعتماد أسلوب "التفاعلية" في المحتوى نفسه، للاستفادة من رغبة الجمهور في المشاركة وصياغة المحتوى. (Al-Dajah & Tarabayeh, 2024)

تتطلب إدارة المحتوى الإعلامي وجود وحدة للتدقيق اللغوي والتحرير، تضمن جودة النصوص والابتعاد عن الأخطاء التي قد تؤثر على مصداقية المؤسسة. فكل كلمة منشورة تحمل قيمة معينة، ويجب أن تكون في سياقها السليم من ناحية اللغة والأسلوب، لكي تصل الرسالة بوضوح وتؤثر على المتلقي بشكل إيجابي. (Badwan & Al-Refai, 2023)

لا يقتصر دور التدقيق على الجانب اللغوي فحسب، بل يشمل ضمان صحة المعلومات ونسبتها إلى مصادر موثوقة. وتُراعى في هذه المرحلة الحساسيات الثقافية والأخلاقية، وتُعتمد ضوابط محددة تمنع نشر المحتوى المسيء أو المخالف للمعايير المهنية. ويؤدي ذلك في المحصلة إلى بناء الثقة مع الجمهور والحفاظ على صورتها الإعلامية. (Redler & Sadek, 2024)

أما الجانب الأسلوبي في التحرير، فيتطلب تعاوناً وثيقاً بين المحررين والمراجعين؛ إذ تُجرى مناقشات حول أفضل طرق التعبير لجذب القارئ دون التفريط في الدقة. وفي منشآت إعلامية عريقة، تخضع كل مادة لعدة مستويات من المراجعة قبل النشر، بحيث تصبح قابلة للاستهلاك الجماهيري ضمن المعايير المتفق عليها. (Al-Hosani et al., 2023)

تشكل الاعتبارات القانونية والأخلاقية جزءاً محورياً في آليات إدارة المحتوى الإعلامي، خاصةً أن نشر أي معلومة خاطئة أو حساسة يمكن أن يجر على المؤسسة تبعات قانونية. لذا يتم توظيف محامين أو مستشارين قانونيين للتأكد من التزام الأعمال المنشورة بالأطر القانونية واللوائح المحلية والدولية. (Abdul Razzaq et al., 2021)

من الناحية الأخلاقية، هناك ميثاق شرف صحفي يحكم سلوك العاملين في القطاع الإعلامي. يتطلب ذلك الالتزام بمبادئ الصدق والموضوعية وعدم التحيز أو الانجرار وراء الشائعات. كما يفرض هذا الميثاق ضرورة احترام خصوصية الأفراد وعدم الانخراط في حملات التشهير أو التعدي على حقوق الملكية الفكرية . (Benrabah, 2024)

تهدف هذه الضوابط في مجملها إلى حماية سمعة المؤسسة الإعلامية والحفاظ على مستوى راقٍ من المهنية والأخلاق. فحين يعلم الجمهور أن الوسيلة الإعلامية تحترم القوانين والقيم الأخلاقية، يرى فيها مصدرًا موثوقًا للمعلومات. ومن هنا تنبع قوة الوسيلة الإعلامية في سوق يعج بالمحتويات المتنوعة والمضللة أحيانًا. (Dida & Lachabi, 2024)

٥,٢,٢ الأرشفة وحفظ السجلات

لا تكتمل دورة حياة أي محتوى دون عملية أرشفة تسمح بالرجوع إليه عند الحاجة. يُعد نظام الأرشفة الرقمية من الأدوات الفعالة التي تُسهّل عملية تصنيف وحفظ المحتوى وإعادة استخدامه في الحملات الإعلانية أو المقالات الاسترجاعية. هنا، يتم ربط المواد المؤرشفة بوسوم وتوصيفات دقيقة تجعل من السهل البحث عنها . (Kemouche & Amalou, 2022)

يفيد حفظ السجلات في تنمية الخبرة المؤسسية؛ فبدلاً من إعادة اختراع العجلة مع كل مشروع تحريري جديد، يمكن للمحررين والباحثين الرجوع إلى أرشيف المحتوى لاستلهام الأفكار وفهم التطورات التاريخية لموضوعات معينة. بالإضافة إلى ذلك، يوفر الأرشيف نماذج سابقة من المحتوى، قد تُلهم الفريق بأفكار جديدة أو توضح ما قد تم إنجازه بالفعل . (Mechahar & Bellifa, 2022)

تمثل الأرشفة الرقمية جانبًا مهمًا من استراتيجية الحماية؛ ففي حالة تعرض المنصة لأي اختراق أمني أو خلل تقني، تظل المواد مؤمنة في مكان آمن. وغالبًا ما تستخدم المؤسسات نُظُم نسخ احتياطي متعددة المواقع، لضمان عدم فقدان البيانات عند وقوع أية أزمات. هذا النظام يضمن استمرارية العمل ويحافظ على الإرث التحريري للمؤسسة. (Djoudi, 2024)

إن عالم الإعلام يتغير بوتيرة متسارعة، ولا بد من مواكبة هذه التطورات للحفاظ على قدرة المؤسسة على المنافسة. ولذلك، يجب توفير برامج تدريبية دورية للمحررين والصحفيين والكوادر التقنية، تركز على أحدث الممارسات في مجالات الإعلام الرقمي والتحرير المرئي والصحافة الاستقصائية، وغير ذلك من التخصصات . (Fahmy, 2024)

إلى جانب التدريب المهني، تنظم المؤسسات الإعلامية الناجحة جلسات عصف ذهني وورش عمل لإطلاق الإبداع لدى فريق التحرير. فالابتكار يصبح حتمية في عصر يتحرك فيه الجمهور بأسرع مما يمكن توقعه. من هنا، يكتسب الأفراد مهارات جديدة في كيفية جذب الانتباه، والترويج للمحتوى، وتحويل الأحداث اليومية إلى قصص ذات مغزى . (Bouchelarem & Bouchoucha, 2024)

وفي كثير من الأحيان، نجد أن عملية التدريب المستمرة تقود إلى إعادة هيكلة الفرق وتوسيعها بدمج كوادر متعددة التخصصات. يخلق هذا التنوع بيئة عمل ديناميكية تثري الحوار الداخلي، وتشجع على طرح وجهات نظر مختلفة، مما يؤدي في النهاية إلى تطوير المحتوى بطريقة مبتكرة ومتسقة مع روح الزمن. (Hacene, 2024)

٦,٢,٢ التطوير التقني والذكاء الاصطناعي

مع تطور الذكاء الاصطناعي وتزايد الاعتماد على البيانات الضخمة، ظهر دور جديد في إدارة المحتوى الإعلامي؛ حيث يمكن أتمتة بعض المهام مثل تحرير الأخبار العاجلة أو تلخيص المقالات بشكل أولي. يتيح ذلك للمحررين التركيز على الجوانب الإبداعية والتحليلية، بينما تتولى الخوارزميات الأعمال الروتينية . (Gharabi & Barardi, 2022)

علاوة على ذلك، يستفيد هذا المحتوى المُدار بالذكاء الاصطناعي من التوصيات المخصصة، فيتمكن المستخدمون من رؤية مقالات وفيديوهات تناسب مع اهتماماتهم. ومقابل كل ضغطة أو تفاعل، يتم جمع بيانات مفيدة تُسهّل تحسين الخوارزميات وتجعل المحتوى أكثر دقة وجاذبية . (Sulaiman, 2021)

رغم الإمكانيات الهائلة للذكاء الاصطناعي، يبقى العنصر البشري عاملاً حاسماً في ضبط الجودة و"إضفاء الروح" على المحتوى. فالإبداع واللمسات الإنسانية في تناول القصص والتحليلات لا يمكن للخوارزميات أن تحلّ محلها. لذا يجب أن تكون هناك توازنات واضحة تحافظ على القيم الصحفية وتُراعي في الوقت عينه قدرات التقنيات الحديثة. (Chami & Tlidjani, 2025)

٧,٢,٢ مستقبل إدارة المحتوى الإعلامي

يُتوقع أن يتسع نطاق إدارة المحتوى الإعلامي في السنوات القادمة، مع ظهور منصات وأدوات جديدة للتواصل. وقد يشهد القطاع الصحفي انتقالاً نحو أنماط سردية مختلفة تستخدم الواقع الافتراضي أو المعزز، ما قد يزيد من تعقيد عملية التحرير ويتطلب مهارات أكثر تنوعاً. (Kaddouri, 2024)

من المحتمل أيضاً أن تتعزز الأدوار التعاونية بين المؤسسات الإعلامية لمواجهة التحديات القانونية والاقتصادية التي تكتنف سوق النشر. وستزداد أهمية الشراكات مع منصات التواصل الاجتماعي وشركات التقنية العملاقة، ما يحث وسائل الإعلام على تطوير استراتيجيات عمل أكثر تكاملاً ومرونة. (Hussein et al., 2023)

في نهاية المطاف، تظل إدارة المحتوى الإعلامي عصب الصناعة الإعلامية، فهي الصلة بين الرؤية التحريرية والتنفيذ العملي الذي يصل للجمهور. وكلما تمكّنت المؤسسات من الجمع بين الجودة والابتكار والتقنيات الحديثة، استطاعت الحفاظ على مكانتها في مشهد إعلامي متغير، بل والتأثير في وعي الجمهور وتوجهاته على المدى البعيد. (Al-Dajah & Tarabayeh, 2024)

تمثل إدارة المحتوى الإعلامي عملية متشعبة تضم العديد من المراحل والمكونات، بدءاً من وضع الرؤية الاستراتيجية وانتهاءً بنشر المواد في المنصات المختلفة. في البداية، يعمل فريق التخطيط على تحديد الأهداف التحريرية التي ستؤطر طبيعة المواضيع المختارة وزوايا معالجتها، بحيث تُعبّر عن رسالة الجهة الإعلامية وقيمها الأساسية. يتبع ذلك عملية تحليل دقيقة للجمهور المستهدف، سواء من حيث الفئة

العمرية أو الاهتمامات أو الموقع الجغرافي، لضمان وصول المحتوى إلى شرائح محددة بشكل فعال.
(Badwan & Al-Refai, 2023)

يتولى فريق التحرير مهمة صياغة المحتوى بما يتوافق مع الأسلوب التحريري المعتمد، وهو ما يستلزم عمليات انتقاء دقيقة للألفاظ وتجنب استخدام المصطلحات المضللة أو العبارات التي قد تحمل تأويلات خاطئة. علاوة على ذلك، يخضع النص المدقق لعدة مراجعات تشمل الجوانب اللغوية والأسلوبية والفنية، وذلك لضمان سلاسة القراءة وسلامة المضمون. وفي المؤسسات الكبرى، عادةً ما يتم تكليف محررين متخصصين للكتابة في مجالات بعينها، مثل السياسة أو الاقتصاد أو الفن، مما يعزز العمق والمصداقية في المقاربة. (Redler & Sadek, 2024)

يتقاطع الدور التقني مع التحريري بشكل وثيق في إدارة المحتوى الإعلامي، إذ يجب تكييف المنصة الرقمية لتلائم طبيعة المحتوى وتلبية توقعات المستخدمين. فالمواقع الإلكترونية وتطبيقات الهواتف الذكية تحتاج إلى واجهات سهلة التصفح وسريعة الاستجابة لضمان تجربة استخدام مرضية. ولتحقيق ذلك، يستعين الفريق التقني بأدوات التحليل الرقمي لمتابعة سلوك القراء، سواء من حيث المدة التي يقضونها في تصفح المواد أو عدد الصفحات التي يزورونها. (Al-Hosani et al., 2023)

تشكل الجودة عنصر الارتكاز في أي عمل إعلامي ناجح، لذا تعمل الأقسام الفنية والتحريرية معًا على إنتاج مواد بصرية وسمعية مبهرة ومناسبة لمختلف شرائح الجمهور. تحظى الفيديوها والمنشورات التفاعلية بأولوية ملحوظة، نظرًا لما تحقّقه من مستويات عالية من التفاعل والتأثير العاطفي. وفي السنوات الأخيرة، شهدنا توجّهًا متزايدًا نحو المحتوى المرئي والمسموع الذي يثري الحضور الرقمي ويضفي ديناميكية على المعلومات المنشورة. (Abdul Razzaq et al., 2021)

من الضروري أن تتواءم إدارة المحتوى الإعلامي مع المعايير القانونية والأخلاقية، خاصةً فيما يتعلق بحقوق الطبع والنشر والملكية الفكرية. فلا يمكن إغفال أهمية اقتباس المصادر بشكل صحيح وتجنب أي انتهاك قانوني قد يعيق المؤسسة أو يؤثر على سمعتها. إلى جانب ذلك، يبرز الجانب الأخلاقي فيما

يخص احترام خصوصية الأفراد وعدم إشاعة الأخبار الكاذبة أو المشوهة، وهو ما يدعم مصداقية المؤسسة ويعزز ثقة المجتمع بها. (Benrabah, 2024)

٨,٢,٢ أركان جوهرية لضمان جودة المحتوى الإعلامي

تتيح الوسائل الرقمية الحديثة بناء علاقة تفاعلية مع الجمهور، إذ يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للمواد المنشورة واستقبال ردود فعل فورية من القراء والمشاهدين. هنا، يُعد تحليل التفاعل وتقييم مدى الإقبال على المحتوى مصدرًا مهمًا للمعلومات التي تساعد في إجراء تحسينات مستمرة. وعندما يشعر المتلقي أنه جزء من الحوار الإعلامي، يزداد ارتباطه وولائه للمؤسسة، مما يساهم في توسيع قاعدة الجمهور وتوثيق العلاقة به. (Dida & Lachabi, 2024)

تظهر الأرشفة وحفظ السجلات بوصفهما مكونًا حيويًا في إدارة المحتوى الإعلامي، حيث تضمن هذه العملية إتاحة العودة إلى المحتوى القديم واستخدامه كأساسٍ في التغطيات المتجددة أو المقالات التحليلية. يرفع هذا الجانب من كفاءة المؤسسة الإعلامية ويحفظ لها إرثها الثقافي والمعرفي، كما يساعدها في التعامل مع مزيد من المحتوى في المستقبل. وغالبًا ما تتعامل المؤسسات مع منصات أرشفة تتميز بإمكانات بحث متطورة، بحيث يسهل الوصول إلى المعلومات والمواد المرغوبة. (Kemouche & Amalou, 2022)

قد تواجه إدارة المحتوى الإعلامي تحديات عديدة، من بينها سرعة تداول الأخبار على منصات التواصل الاجتماعي وانتشار الشائعات التي تتطلب من المؤسسات تحري الدقة قبل النشر. وفي بعض الأحيان، تضطر الجهة الإعلامية إلى التصويب العلني أو الاعتذار عند وقوع أخطاء تحريرية أو معلومات غير دقيقة. لذلك، يصبح وجود آليات وضوابط لضمان جودة المحتوى والدفاع عن مصداقيته ضرورة لا غنى عنها لتفادي فقدان ثقة الجمهور. (Mechahar & Bellifa, 2022)

تلعب عمليات التدريب المستمر وتطوير الكفاءات دورًا أساسيًا في ضمان نجاح إدارة المحتوى الإعلامي، حيث تخصص المؤسسات الناجحة ميزانيات وبرامج تعليمية للعاملين فيها كي يبقوا مطلعين على

أحدث التقنيات وأساليب الكتابة وأدوات التحقق من المعلومات. يساعد ذلك على خلق بيئة عمل مبدعة ومحفزة، تجعل الكوادر أكثر ثقةً في قدراتها على مواجهة التحديات وتقديم محتوى متميز. (Djouidi, 2024)

تشتمل إدارة المحتوى الإعلامي أيضًا على تحليل عميق للبيانات الواردة من القراء، سواء عبر المنصات الرقمية أو من خلال قنوات التواصل المباشر. ويُعد ذلك جزءًا لا يتجزأ من عملية التحسين والتطوير، إذ تكشف البيانات عن الموضوعات الأكثر قراءة وعن الشرائح الديمغرافية التي تتفاعل بكثرة مع المحتوى. ومن ثَمَّ، يُصار إلى إعادة صياغة الخطط التحريرية والاستراتيجية بناءً على نتائج هذه التحليلات، لضمان مواكبة الرغبات الفعلية للجمهور. (Fahmy, 2024)

يُعد التنسيق مع الأقسام الإعلانية والمالية مسألة حاسمة لضمان استدامة العمل الإعلامي، ففي ظل تراجع الاعتماد الكلي على الإعلانات المطبوعة، بات من اللازم ابتكار مصادر دخل جديدة، مثل الاشتراكات الرقمية والرعاية أو المزج بين الدعاية والمحتوى (Branded Content) ويجب في الوقت ذاته الحفاظ على استقلالية المحتوى ونزاهته المهنية، حفاظًا على السمعة والثقة لدى الجمهور.

تخلُص إدارة المحتوى الإعلامي في المرحلة الختامية إلى عملية تقييم شاملة للأهداف التي وُضعت سلفًا، ومقارنتها بالنتائج التي تحققت فعليًا. وتسمح هذه الخطوة بالوقوف على أبرز الإنجازات والدروس المستفادة لتطوير الرؤية الاستراتيجية في المستقبل. وبذلك، تتحول إدارة المحتوى الإعلامي إلى عملية مستدامة مبنية على المرونة والرصد المستمر لتغيرات السوق ورغبات الجمهور، وهو ما يضمن بقاء المؤسسة في دائرة التأثير الإعلامي بصورة مسؤولة ومحترفة. (Bouchelarem & Bouchoucha, 2024)

تنبع الأهمية الكبرى لإدارة المحتوى الإعلامي من واقع تداخلها مع الجوانب الاستراتيجية والتشغيلية للمؤسسات الإعلامية على اختلاف أحجامها. فمع زيادة الاعتماد على الوسائط الرقمية، لم يعد المحتوى يقتصر على النصوص والتحرير الصحفي التقليدي فحسب، بل امتد ليشمل الصور والفيديوهات والبودكاست والتصاميم التفاعلية. من هذا المنطلق، تتصاعد الحاجة إلى هيكلة مثلى تسمح بتسلسل منتظم لعمليات جمع المعلومات وتحريرها ومعالجتها وتجهيزها للنشر، ثم صيانتها وأرشفتها. في بداية المسار، يجري تحديد الموضوعات حسب الخطوط التحريرية، وتُؤخذ في الاعتبار أولويات الجمهور ودراسة

سلوكياته وبناء التوقعات المسبقة عن احتياجاته. ومن جهة أخرى، يتشارك المحررون مع الأقسام الفنية والبرمجية لضمان تناسق المخرجات المرسلّة إلى المُستخدم النهائي، سواءً عبر المواقع الإلكترونية أو التطبيقات أو حتى القنوات التقليدية كالمطبوعات والمنصات التلفزيونية. (Hacene, 2024)

لم تعد إدارة المحتوى الإعلامي قاصرة على تأمين سير المعلومات في خط إنتاج واضح، بل باتت تشمل منظومة تفاعلية أكبر تتضمن إدارة العلاقات مع الجمهور عبر قنوات متداخلة. فالإعلام الحديث يتطلب أساليب مبتكرة في إشراك الجمهور واستطلاع آرائه، والتكيّف مع طبيعة المنصات الأكثر رواجًا. على سبيل المثال، تجبر منصات التواصل الاجتماعي كفيسبوك وتويتر وتيك توك فرق التحرير على التمتع بقدرة التقاط سريع للأخبار وصياغتها بأسلوب جذاب ومختصر. وفي المقابل، تختلف معايير تنسيق المحتوى على يوتيوب أو التدوينات المنفصلة على المواقع المتخصصة بشكل كبير، وهو ما يستدعي تعدد المهارات وانفتاحًا على استخدام أدوات تسويقية لقياس مدى التفاعل. وبالتالي، تتخذ إدارة المحتوى هيئة "الخييط الناظم" الذي يربط بين فرق الأخبار والتحرير والفيديو والتفكير الاستراتيجي في مساعٍ موحدة لإعلاء قيمة المحتوى المقدم. (Gharabi & Barardi, 2022)

من الجوانب المحورية في إدارة المحتوى الإعلامي يأتي الجانب التقني الذي تتركز على عرشه الأدوات الرقمية وبنى إدارة البيانات. إذ تساعد تقنيات إدارة المحتوى (CMS) على تسريع دورة النشر ومرونة تحرير النصوص، من خلال واجهات يسهل على المحررين التعامل معها دون الحاجة إلى خبرات برمجية عميقة. كذلك تأتي خدمات السحابة (Cloud) لتمثل بديلاً مثاليًا لحفظ الكم الهائل من المواد الإعلامية، مع توفير أدوات الأرشفة الآلية والمزامنة في الوقت الفعلي بين فرق العمل. وفي ظل تسارع الإنفاق على تطبيقات الذكاء الاصطناعي، أصبح من الممكن توظيف خوارزميات توصية المحتوى التي تحلل اهتمامات المستخدمين وتقتراح عليهم موادًا متسقة مع تفضيلاتهم، ما يرفع من معدلات التفاعل ويعزز تجربة الجمهور الشخصية. ويصحب ذلك تكامل بين أدوات إحصائية متقدمة تتيح تقييم حالة الأداء بشكل مستمر والتنبؤ بالاحتياجات المستقبلية للمنصة الإعلامية. (Sulaiman, 2021)

تتكثف المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في إطار إدارة المحتوى الإعلامي، خصوصاً أن المؤسسات الصحفية والإعلامية تتعامل مع مواضيع حساسة وتحمل على عاتقها تقديم المعلومة الدقيقة وطرح وجهات نظر متنوعة. من هنا تنشأ حاجة دائمة إلى اعتماد معايير تحري الدقة والابتعاد عن خطابات الكراهية والتحريض، وتحاشي إثارة الفتن في المجتمعات. كما تستوجب الإدارة التطبيق الدقيق للإجراءات الاحترازية بحق المواد التي ترتبط بحقوق النشر أو قد تسيء لأطراف متعددة. ويشمل ذلك منظومة ضوابط قانونية وأخلاقية يُحدّد فيها بوضوح طرق الاقتباس من المصادر الأخرى، وكيفية معالجة الأخبار الخاصة بقضايا تمس مكتسبات المجتمع كالعادلة الاجتماعية والصحة العامة. ولضمان ذلك، تفرض بعض المؤسسات وجود لجان مختصة أو مستشارين قانونيين يتابعون المواد قبل وبعد النشر، حفاظاً على الأسس المهنية ومنعاً لأي التباس قد يولّد ردود فعل سلبية أو دعاوى قضائية. (Chami & Tlidjani, 2025)

٩,٢,٢ ركائز حيوية لإدارة المحتوى الإعلامي

تتطلب إدارة المحتوى الإعلامي استراتيجية واضحة لتوظيف الكفاءات وموازنة الخبرات المتنوعة. فمن جهة، يحتاج فريق التحرير لعناصر متمرسية في مجالات التحرير الصحفي والاستقصاء وإجراء المقابلات، ومن جهة أخرى لابد من توظيف مهارات التصميم والمونتاج والكتابة المرئية-الصوتية لإنتاج محتوى يلئم المنصات المتعددة. كذلك تتطلب إدارة المحتوى توسيع قدرات التحليل واتخاذ القرار بوجود محلي بيانات وخبراء في الذكاء الاصطناعي يسهمون في دعم القرار التحري عبر مؤشرات نمو التفاعل وجودة التجربة. هذا التنوع في الخلفيات الأكاديمية والمهارات العملية يثري عملية التطوير المستمر لرؤية المحتوى وطريقة تقديمه، ويؤسس لبيئة عمل متكاملة تستطيع التعامل مع التحديات المستقبلية بشكل مرّن وفعّال. (Kaddouri, 2024)

تمثل عمليات التقييم والمراجعة الدورية حجر الأساس في تحسين إدارة المحتوى الإعلامي. فمن خلال قياس تلقي الجمهور للمواد المنشورة ومطالعة المؤشرات الرقمية كعدد المشاهدات ومعدل ارتداد الصفحات ومدة البقاء على الموقع، يمكن استخلاص نتائج تساعد على تطوير منهجية العمل. وفي هذا الإطار، يتطور المحتوى جذرياً عند الجمع بين نتائج التحليل من قسم البيانات وآراء المسؤولين في التحرير،

ليتم تحديد النقاط التي تحتاج إلى تحسين كأسلوب الكتابة وطريقة العرض ومواعيد النشر. وعادةً ما يرافق ذلك تحديث في السياسات التحريرية لتواكب المستجدات الطارئة في العالم، بحيث تتحلى المنصات الإعلامية بقدرة استجابة سريعة للأحداث العاجلة دون المساس بمعايير الجودة. (Hussein et al., 2023)

أصبح مفهوم "التحرير الرقمي" في إدارة المحتوى الإعلامي أوسع من مجرد نقل المواد المكتوبة إلى الإنترنت، فقد اندمجت التكنولوجيا في أصل عملية الخلق الإعلامي. فيمكن للمؤسسة الاستعانة بأدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل النصوص الضخمة وتلخيص المحتوى، فضلاً عن الاعتماد على تقنيات التعرف على الصوت والنص لتعزيز كفاءة الإنتاج المرئي والصوتي. يصحب هذه التطورات تركيز كبير على تحليلات تجربة المستخدم التي تؤثر على شكل وتنسيق المقالات، وإضافة فواصل الصور أو الفيديوهات التوضيحية في مواضع معينة. إضافة إلى ذلك، تزداد أهمية السياقات الجغرافية في عرض المحتوى، حيث يمكن تخصيص مواد محددة للعملاء في مواقع جغرافية معينة بناءً على تحليل عناوين بروتوكول الإنترنت (IP) أو الإشارات الهاتفية. (Al-Dajah & Tarabayeh, 2024)

يمثل تسويق المحتوى (Content Marketing) بعداً إضافياً في عملية إدارة المحتوى الإعلامي، لاسيما في المنصات التي تسعى لجذب شريحة كبيرة من المتابعين وتحقيق أرباح تسويقية. فهنا يجب التنسيق الجيد مع الإدارات الإعلانية والاستثمارية لاختيار الموضوعات أو الصيغ المغرية للرعاة والمعلنين، دون الإخلال بالموضوعية أو استقلالية الخط التحريري. ولهذا، تتبنى بعض المؤسسات الإعلامية نماذج مبتكرة من "الدعاية الأصلية" (Native Advertising) أو "المحتوى المدعوم" (Sponsored Content)، حيث يُقدّم المحتوى الإعلاني بأسلوب أقرب للمواد التحريرية. في هذه الحالة، من الأهمية بمكان الحفاظ على الوضوح والتصريح بطبيعة هذه الشراكات ليقف الجمهور على أبعادها ولا يشكك بمصداقية باقي المواد الإعلامية. (Badwan & Al-Refai, 2023)

لا يُعد الأرشيف الإعلامي ذا قيمة تاريخية فحسب، بل إنه يشكل قاعدة معرفية حية تُستثمر لإعادة تدوير المحتوى وتوسيع تأثيره. إذ تلجأ العديد من المؤسسات إلى إعادة استخدام القصص الإخبارية القديمة على هيئة مقالات استقصائية أو تحليلات تكميلية في الأحداث الجارية. كما يمكن الأرشيف

الصحفي من مقارنة تطور الوقائع وتسليط الضوء مجددًا على قضايا قديمة عادت إلى الواجهة، وهو ما يُضفي مصداقية للمؤسسة ويجعلها مرجعًا مهمًا للباحثين والمهتمين. غير أن ذلك يتطلب بنية تحتية تقنية متطورة تسمح بالوصول المنظم والسريع للمواد القديمة، فضلًا عن ضرورة وجود فريق مُلم بطرق البحث الدقيقة والتصنيف المنهجي. (Redler & Sadek, 2024)

١٠,٢,٢ إدارة المحتوى الإعلامي وسط التحولات العالمية

يظل العامل البشري الضامن الأكبر لنجاح إدارة المحتوى الإعلامي. فرغم ما تقدمه التكنولوجيا من تسهيلات، تبقى الابتكارات الإبداعية والحس الصحفي الأصيل مرتبطة بالنشاط البشري. وهذا ما يظهر جليًا في حالات التغطيات الخاصة أو التحليلات التي تتطلب نقاشات فكرية عميقة وأحيانًا جهودًا شخصية في استقصاء الأحداث وزيارة مواقعها على أرض الواقع. فالفرق البشري هو من يصوغ صيغة الخبر، ويحدد زاوية المعالجة، ويستشرف ردود فعل الجمهور بناءً على متابعة حثيثة للمستجدات. وعليه، تشتد الحاجة إلى دورات تدريبية وتطوير مهني تكفل مواكبة سرعة التحديثات الإعلامية وتدعم التعدد الثقافي والمعرفي للكوادر العاملة. (Al-Hosani et al., 2023)

إن وجود ضوابط ومقاييس أداء واضحة يساعد في رفع مستوى الاحترافية في إدارة المحتوى الإعلامي. يُعنى بهذا الجانب وضع مؤشرات كمية ونوعية تحدد المعايير المراد تحقيقها، مثل عدد المواد المنشورة أسبوعيًا، أو معدلات قراءتها، وصولًا إلى معايير أكثر تعقيدًا كتأثير المحتوى على الرأي العام. وعلى صعيد أوسع، يُسهم تقييم معايير المصداقية والدقة والتنوع الثقافي واللغوي في تحديد مدى التزام المؤسسة بقيم المجتمع وثقافته. كما يمكن لتقارير التقييم الدورية أن تستعرض مدى نجاح الشراكات مع جهات إعلامية أخرى، أو فعالية الاتفاقات التجارية في خلق الاستدامة المالية. وهذه الممارسة تبني ثقافة واضحة للمساءلة الداخلية وتعزز من إنتاج محتوى متجدد ومتقن. (Abdul Razzaq et al., 2021)

لا يخفى أن التحولات الجيوسياسية والثقافية والاقتصادية تلقي بظلالها على طبيعة محتوى وسائل الإعلام. لذا، تجد المؤسسات الإعلامية نفسها مطالبة بتحيين منهجياتها التحريرية وخططها التشغيلية باستمرار، حتى لا تفقد القدرة على إيصال القضايا الجوهرية للجمهور بالشكل المناسب. ففي

الأوقات الاقتصادية الصعبة، قد تضطر بعض المؤسسات إلى إعادة هيكلة تقسيماتها الإدارية أو تقليص نفقات الإنتاج، بينما في أوقات الرواج الاقتصادي تسعى لتوسيع تغطياتها وتعزيز حضورها بالفيديو واستراتيجية النشر المباشر. في كل هذه التحولات، تشكل إدارة المحتوى الإعلامي الوعاء الجامع الذي يحفظ للمؤسسة استمراريته ويشكل هوية مقنعة تُلبّي احتياجات جمهور متعطش للمعلومات الموثوقة والتحليل الرصين. (Benrabah, 2024).

الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها

١,٣ المقدمة

تُعَدُّ منهجية الدراسة وإجراءاتها ميدانًا رئيسيًا يُنفَّذ من خلاله الجانب التطبيقي للدراسة، إذ يتم الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي والوصول إلى النتائج المفسَّرة بموجب الأدبيات الخاصة بموضوع الدراسة، ويتمُّ بذلك تحقيق الأهداف المرجوة.

وبناءً عليه، يتناول هذا الفصل شرحًا للمنهج المتَّبَع ومجتمع الدراسة وعيَّنتها، وأداة الدراسة المستخدمة وطريقة إعدادها وتطويرها، ومدى صدقها وثباتها، ويُخَتَّم الفصل بشرح المعالجات الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات واستخلاص النتائج.

٢,٣ منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية، وذلك في إطار التحولات الرقمية التي تشهدها صناعة الإعلام في المملكة العربية السعودية. يهدف هذا المنهج إلى تقديم وصف دقيق وتحليل شامل لكيفية مساهمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين إدارة المحتوى الإعلامي، وتعزيز فعاليته في الوصول إلى الجمهور المستهدف. كما تركز الدراسة على الأثر المباشر وغير المباشر لهذه التقنيات على تطوير عمليات العمل داخل المنصات الإخبارية، وزيادة الكفاءة التشغيلية وجودة المحتوى.

تتناول الدراسة عدة أبعاد رئيسية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي، والتي تشمل: تحليل البيانات وتخصيص المحتوى، أتمتة إنتاج الأخبار، تحسين تجربة المستخدم، وتطوير الأنظمة الذكية لتقديم الأخبار بشكل يتماشى مع تفضيلات الجمهور في الوقت الفعلي. كما تأخذ الدراسة في اعتبارها دور الذكاء الاصطناعي في تمكين المنصات الإخبارية من تحسين مستوى الخدمة وجودة المحتوى

المعروض، من خلال تقنيات مثل التعلم الآلي، معالجة اللغة الطبيعية، والتحليل الدلالي، بهدف تحقيق تأثير ملموس في تقديم محتوى متجدد ومتنوع يتناسب مع اهتمامات الجمهور.

ستتم عملية جمع البيانات باستخدام أداة الاستبانة، التي ستوزع على عينة من العاملين في قطاع الإعلام، بما في ذلك الصحفيين، والمحررين، ومديري المحتوى في المنصات الإخبارية المختلفة بالمملكة. تهدف الاستبانة إلى قياس تصورات العاملين حول مدى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى وتطوير آليات العمل في المؤسسات الإعلامية، ومدى انعكاس هذه التطبيقات على الأداء المؤسسي العام. كما تتضمن الاستبانة مجموعة من الفقرات التي تغطي محاور الدراسة من خلال أسئلة دقيقة علميًا، تساهم في تحديد مدى فاعلية الذكاء الاصطناعي في تحسين إدارة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية.

ستتم عملية تحليل البيانات الكمية باستخدام التحليل الإحصائي المتقدم، مثل الانحدار الخطي، واختبار T، وتحليل المسار، وذلك لفحص قوة العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وإدارة المحتوى الإعلامي، والتأكد من دلالة النتائج على المستوى الإحصائي ($\alpha \leq 0.05$). كما سيتم استخدام اختبارات صدق وثبات الأداة (مثل اختبار كرونباخ ألفا) لضمان موثوقية النتائج وفعاليتها في قياس تأثير الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الأداء الإعلامي.

إلى جانب التحليل الكمي، تعتمد الدراسة على المنهج النوعي بشكل تكميلي، من خلال إجراء مقابلات نصف موجهة مع عدد من القيادات الإعلامية ومديري المحتوى في المنصات الإخبارية. تهدف هذه المقابلات إلى استكشاف الرؤى الإدارية والتحديات الواقعية التي تواجهها المؤسسات الإعلامية في تطبيق الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى. ستسهم هذه المقابلات في تقديم رؤى معمقة حول كيفية تكامل تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي داخل المؤسسات الإعلامية، بالإضافة إلى الكشف عن العقبات والفرص المرتبطة بالتحول الرقمي في هذا المجال. هذه المقابلات ستوفر بيانات تفسيرية تدعم التحليل الكمي وتساهم في تعميق الفهم حول كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام بشكل عام.

ومن خلال هذه المنهجية المزدوجة، تتمكن الدراسة من تقديم صورة شاملة ودقيقة حول كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية في المملكة العربية السعودية.

كما تسهم في وضع توصيات عملية قابلة للتطبيق في مجال تحسين أداء المؤسسات الإعلامية وتوظيف الذكاء الاصطناعي بما يتماشى مع متطلبات التحول الرقمي ورؤية المملكة ٢٠٣٠.

وقد اعتمد الباحث على مصدرين رئيسيين للمعلومات:

- المصادر الثانوية: وشملت مراجعة الأدبيات الأكاديمية والدراسات السابقة ذات الصلة، والمقالات العلمية، والرسائل الجامعية.
- المصادر الأولية: اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات من مصادرها والتي تم تصميمها خصيصاً لهذا الغرض على Google Forms وإرسال رابطها إلى مجتمع البحث.

3.3 أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة لجمع البيانات الأولية، لكونها من الوسائل الشائعة والفعالة في البحوث الكمية، إذ تتيح جمع عدد كبير من الآراء في وقت قصير وتيسر التحليل الإحصائي الكمي. وقد تم إعداد الاستبانة بعناية لضمان شمولها لكافة المحاور المرتبطة بموضوع الدراسة، وبعد استعراض الدراسات السابقة وتحكيم الأداة من قبل متخصصين.

تكوّنت الاستبانة في صورتها النهائية من قسمين رئيسيين:

- القسم الأول: البيانات الديموغرافية للمستجيبين (النوع – العمر – المسمى الوظيفي – سنوات الخبرة – نوع المنشأة).
- القسم الثاني: عبارة عن (٥٤) فقرة موزعة على النحو الآتي:

الجدول (١) القسم الثاني: من الاستبانة

م	محاور الدراسة	عدد الفقرات
1	التشغيل الآلي	8

2	الأتمتة والنظم الذكية	8
3	التعلم من خلال العمل	8
4	ودعم القدرة على اتخاذ القرار	8
5	المحتوى الاعلامي	22

٤,٣ مفتاح التصحيح:

كانت الإجابة عن فقرات الاستبيان في ضوء مقياس خماسي على النحو التالي:

جدول رقم (٢) مفتاح التصحيح

الاجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١

المصدر: إعداد الباحث

الوسط الفرضي = مجموع الأوزان / عددها

$$3 = / 1+2+3+4+5 =$$

والهدف من الوسط الفرضي هو مقارنته بالوسط الحسابي الفعلي للعبارة حيث إذا زاد الوسط

الفعلي عن الوسط الفرضي دل ذلك على موافقة المبحوثين على العبارة أما إذا قل عن الوسط الفرضي دل

ذلك على عدم موافقة المبحوثين على العبارة.

٥,٣ وصف مجتمع وعينة الدراسة

١ - مجتمع الدراسة

يتكوّن مجتمع الدراسة في هذه الدراسة الميدانية من جميع الموظفين والمسؤولين المعنيين بإدارة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية، وتخطيط السياسات الإعلامية، والإشراف على العمليات الإنتاجية والتحريرية داخل المؤسسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية. يتم التركيز بشكل خاص على المنصات الإخبارية التي تمثل نماذج تطبيقية نشطة في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي، خاصة في الجوانب المرتبطة بتحسين الكفاءة التشغيلية، وتقديم محتوى مخصص يتماشى مع تفضيلات الجمهور، وتعزيز التجربة الإخبارية بشكل عام. يتماشى هذا التركيز مع التوجه الاستراتيجي للمملكة نحو التحول الرقمي في جميع القطاعات، بما في ذلك قطاع الإعلام، الذي يتطلب تكثيف استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين العمليات الإعلامية وضمان الاستدامة في تقديم المحتوى الإعلامي.

يضم مجتمع الدراسة فئتين رئيسيتين تمثلان محور التحليل والتقييم في هذه الدراسة:

الفئة الأولى: العاملون في إدارات المحتوى الإعلامي داخل المنصات الإخبارية، بما يشمل مسؤولي التخطيط الاستراتيجي للمحتوى، التحليل البياني، إدارة تدفقات الأخبار، والتحرير الآلي للمحتوى. تمثل هذه الفئة الجهة التي تتولى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات إدارة المحتوى، ووضع السياسات الإعلامية التي تضمن تقديم محتوى دقيق وجذاب. هؤلاء المسؤولون هم من يحددون كيفية تكامل الذكاء الاصطناعي مع أنظمة إدارة المحتوى، ويساهمون في تطوير لوائح تنظيمية تضمن الاستخدام الأمثل لتلك التقنيات، مما يعزز كفاءة الأداء التحريري ويساهم في تحسين تجربة المستخدم في المنصات الإخبارية.

الفئة الثانية: العاملون التنفيذيون والميدانيون في إدارات الإنتاج والتوزيع على المنصات الإخبارية، مثل الصحفيين والمحررين الذين يتعاملون مباشرة مع الأدوات التي يعتمد الذكاء الاصطناعي في تطويرها. هؤلاء الموظفون هم المستفيدون المباشرين من التطبيقات الذكية التي تساهم في أتمتة إنتاج الأخبار، تخصيص المحتوى، وتحليل البيانات لتقديم أخبار ملائمة للجمهور في الوقت الفعلي. أهمية هذه الفئة تكمن في كونهم يمثلون الانطباع الواقعي عن مدى فاعلية ممارسات الذكاء الاصطناعي، وتأثير تلك التقنيات

على جودة العمل الإعلامي، وزيادة مستوى التفاعل مع الجمهور، مما يساهم في تعزيز استدامة العمليات الإعلامية.

يتميز مجتمع الدراسة بتنوعه من حيث التخصصات الإعلامية، والمسؤوليات المهنية، والمستويات التنظيمية المختلفة، مما يضيف على البحث بُعدًا تطبيقيًا غنيًا يعزز من القدرة على استكشاف مدى تفاعل تقنيات الذكاء الاصطناعي مع احتياجات المنصات الإخبارية لتحسين الكفاءة وجودة المحتوى. وقد تم اختيار المنصات الإخبارية كمجال تطبيقي للدراسة نظرًا للدور المحوري الذي تلعبه في نشر الأخبار وتوجيه الرأي العام، ولما يتطلبه التوجه نحو التحول الرقمي من تفعيل استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء الإعلامي. كما أن الانتقال السريع نحو اعتماد الأدوات الرقمية لتخصيص الأخبار وتحليل البيانات يجعل هذا المجتمع ميدانًا مناسبًا لدراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على العمليات الإعلامية، مع التركيز على الابتكار والتمكين التكنولوجي في بيئة إعلامية متطورة.

٢- عينة الدراسة وخصائصها:

تم اختيار عينة الدراسة باستخدام أسلوب العينة الطبقية العشوائية الميسرة (Stratified Non-Probability Sampling)، وذلك لضمان تمثيل دقيق وشامل لكافة الفئات المستهدفة داخل مجتمع المنصات الإخبارية في المملكة العربية السعودية. يهدف هذا الأسلوب إلى تقديم انعكاس واقعي لوجهات نظر الشرائح المختلفة المرتبطة بتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي، وتأثيرها على تحسين الكفاءة التشغيلية والجودة الإعلامية، في ضوء التحولات الرقمية التي تشهدها المملكة وفقًا لرؤية ٢٠٣٠.

وقد تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات رئيسية تراعي التنوع التنظيمي والهيكل في المؤسسات الإعلامية، وشملت هذه الطبقات: العاملين في إدارات المحتوى الإعلامي، مسؤولي تطوير المحتوى وتخصيص الأخبار، مديري التحرير، والمحررين التنفيذيين. كما شملت العينة الموظفين في مستويات إدارية مختلفة، بدءًا من الكوادر الوسطى وصولًا إلى كبار المسؤولين والمتخذين للقرارات الاستراتيجية داخل المنصات الإخبارية. يهدف هذا التقسيم إلى تمكين الدراسة من إجراء تحليل شامل يعكس التفاوت في إدراك

استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى، ومدى تأثيره على تعزيز الجودة الإعلامية وفعالية العمليات التحريرية في المنصات الإخبارية.

تم توزيع أدوات الدراسة (الاستبيانات) على عدد من المنصات الإخبارية المختارة بعناية، والواقعة في مناطق رئيسية داخل المملكة مثل الرياض، الدمام، جدة، والمدينة المنورة، بهدف تضمين تنوع جغرافي يساعد في إثراء النتائج ويكشف تأثير الظروف المحلية المختلفة على فعالية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام. شملت العينة منصات تعمل في مجالات حيوية مثل الأخبار السياسية، الاقتصادية، والترفيهية، مما يوفر أساساً مقارناً يمكن من خلاله قياس أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين المحتوى الإعلامي في السياقات المختلفة.

تم توزيع (٤٨٠) استبانة على موظفي القطاعات الإعلامية المستهدفة، وتم استرجاع (٤٢٠) استبانة مكتملة وصالحة للتحليل الإحصائي، بنسبة استجابة بلغت ٨٧,٥٪. تعتبر هذه النسبة مؤشراً قوياً على اهتمام الموظفين بموضوع الدراسة ووعيهم بتأثير الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الإعلامي، كما أنها تمنح النتائج درجة عالية من الثقة. هذه النسبة المرتفعة تزيد من إمكانية تعميم التوصيات التي ستنج عن هذه الدراسة على نطاق أوسع في سياق صناعة الإعلام، مما يسهم في تحسين إدارة المحتوى الإعلامي باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ودعم استدامة الأداء التحريري بما يتماشى مع متطلبات رؤية المملكة ٢٠٣٠.

جدول (٣) الاستبيانات الموزعة والمعادة

البيان	العدد	النسبة
الاستبيانات المكتملة	420	87.5%
الاستبيانات غير المسترجعة	40	8.3%
الاستبيانات غير الصالحة	20	4.2%

النسبة	العدد	البيان
100%	480	الإجمالي

المصدر: إعداد الباحث

٦,٣ صدق أداة الدراسة:

إن صدق الأداة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، كما يُقصد بالصدق "شمول الأداة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها (العساف، ١٤٣٣هـ، ص ٣١٠) وقد قام الباحث بالتأكد من صدق أداة الدراسة من خلال القيام بما يلي:

☒ الصدق الظاهري للأداة (التحكيمي):

بعد الانتهاء من إعداد النسخة الأولية من أداة الدراسة (الاستبانة) الخاصة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية، قام الباحث بعرضها على لجنة تحكيم مكونة من عدد من المحكمين المتخصصين في مجالات الإعلام الرقمي، الذكاء الاصطناعي، تكنولوجيا المعلومات، وتحليل البيانات. تم تشكيل هذه اللجنة بهدف التأكد من مدى صدق الأداة وملاءمتها لقياس المتغيرات التي تهدف الدراسة إلى اختبارها، وكذلك ضمان توافق الأداة مع الأطر النظرية والممارسات الحديثة في إدارة المحتوى الإعلامي باستخدام الذكاء الاصطناعي. بلغ عدد المحكمين سبعة، وقد كُلفوا بتقييم فقرات الاستبانة من حيث وضوحها ودقتها، ومدى شمولها للأبعاد الرئيسية للدراسة، مثل: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى، أتمتة إنتاج الأخبار، وتحليل بيانات الجمهور لتحسين التفاعل والمشاركة.

ركزت ملاحظات اللجنة التحكيمية على مدى ارتباط فقرات الاستبانة بالأطر النظرية والمعرفية الحديثة في مجال الذكاء الاصطناعي، ومدى ملاءمتها للسياق الإعلامي داخل المنصات الإخبارية السعودية.

كما طُلب منهم إبداء الرأي حول ما إذا كانت العبارات تعكس بدقة مفاهيم مثل "تحليل البيانات الضخمة في صناعة الإعلام"، و"تخصيص المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي"، و"تحسين تجربة المستخدم باستخدام تقنيات الأتمتة"، وهي المفاهيم المركزية التي تعتمد عليها الدراسة في تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء الإعلامي.

وقد أبدى غالبية المحكّمين ارتياحهم الكبير للبنية العامة للأداة، واعتبروا أن ترتيبها الداخلي يعكس تسلسلاً منطقيًا يتماشى مع الأهداف البحثية. إلا أن بعض المحكّمين أشاروا إلى ضرورة تبسيط بعض الفقرات أو إعادة صياغتها لتكون أكثر وضوحًا للفئات المشاركة في الدراسة، خاصةً بالنسبة للعاملين التنفيذيين غير المتخصصين في المصطلحات التقنية أو الذكاء الاصطناعي. وركزت الملاحظات على استخدام بعض المصطلحات مثل "أتمتة إنتاج الأخبار عبر الذكاء الاصطناعي" أو "تحليل البيانات السلوكية للمستخدمين"، حيث اعتُبرت بعض هذه المصطلحات قد تكون معقدة أو غير مألوفة للجمهور المستهدف.

استجابةً لهذه الملاحظات، قام الباحث بإجراء مراجعة شاملة لكافة بنود الاستبانة، وأدخل التعديلات اللازمة لتعزيز وضوح اللغة ودقة المفاهيم، دون المساس بالأبعاد التقنية أو العلمية للأداة. تم تبسيط بعض العبارات ووضحت المفاهيم التي قد تكون غامضة للفئات غير المتخصصة، مع الحفاظ على الأسس النظرية للأداة. كما تم تعديل بعض الأسئلة لتكون أكثر توافقًا مع السياق الإعلامي المحلي، مثل استبدال بعض المصطلحات التقنية بأخرى أكثر قربًا لفهم العاملين في مجال الإعلام بشكل عام.

وبذلك، أصبحت الأداة في صورتها المعدلة أكثر ملاءمة لجمع بيانات ميدانية موثوقة تسهم في الإجابة الدقيقة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها بشكل علمي ومنهجي. فقد ساهمت هذه التعديلات في رفع جودة الاستبانة كأداة قياس فعالة لمدى تأثير الذكاء الاصطناعي على إدارة المحتوى الإعلامي، بالإضافة إلى تحقيق أهداف الدراسة في قياس أثر هذه التطبيقات على تحسين الأداء الإعلامي وزيادة التفاعل مع الجمهور في منصات الأخبار السعودية.

☑ صدق الاتساق الداخلي:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قام الباحث بالتأكد من صدق الاتساق الداخلي وذلك بتنفيذ الأداة على عينة استطلاعية مكونة من (٣٠) فرد لهم نفس خصائص عينة الدراسة وتم حساب الصدق الداخلي لفقرات الاداة، حيث تم حساب معامل الارتباط بين إجابات العينة على كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي اليه، وذلك باستخدام برنامج (SPSS)، حيث جاءت النتائج على النحو التالي:

الجدول (٤): مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون بين أبعاد دور الإدارة الصحية وتحسين بيئة العمل

المحاور/ المتغيرات					
التشغيل الآلي	1.000	0.820	0.790	0.800	0.810
الأتمتة والنظم الذكية	0.820	1.000	0.755	0.770	0.760
التعلم من خلال العمل	0.790	0.755	1.000	0.780	0.795
دعم القدرة على اتخاذ القرار	0.800	0.770	0.780	1.000	0.790
المحتوى الإعلامي	0.810	0.760	0.795	0.790	1.000

الجدول السابق يوضح العلاقة بين خمسة محاور أو متغيرات تتعلق بتوظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية. كل خلية في الجدول تمثل معامل الارتباط بين المحورين المعنيين، حيث تتراوح القيم بين ٠ و ١. تعكس القيم الأعلى قرب العلاقة بين المتغيرات، بينما تشير القيم الأقرب إلى ٠ إلى علاقة ضعيفة أو معدومة.

التشغيل الآلي يظهر في أعلى الجدول، حيث تشير قيمة الارتباط بين "التشغيل الآلي" و"الأتمتة والنظم الذكية" إلى ٠,٨٢٠. هذا يعني أن هناك علاقة قوية بين التشغيل الآلي واستخدام النظم الذكية والأتمتة، حيث إن تحسين العمليات الآلية يساهم بشكل كبير في تطبيق وتفعيل النظم الذكية في العمل الإعلامي.

من ناحية أخرى، تظهر العلاقة بين "التشغيل الآلي" و"التعلم من خلال العمل" قيمة ٠,٧٩٠، مما يشير إلى ارتباط قوي بين تحسين العمليات الآلية ووجود بيئة تعليمية تدعم التطور المستمر للعاملين في

المجال الإعلامي. وهذا يعكس أن التشغيل الآلي يمكن أن يسهم في تحسين قدرة العاملين على اكتساب المهارات من خلال التجربة العملية.

أما الارتباط بين "التشغيل الآلي" و"دعم القدرة على اتخاذ القرار" فيُظهر قيمة ٠,٨٠٠، ما يعكس تأثيرًا مباشرًا للتشغيل الآلي في تحسين الأنظمة التي تدعم عملية اتخاذ القرارات في المنصات الإعلامية. يُظهر ذلك أن أتمتة العمليات تزيد من سرعة وجودة القرارات التي تتخذها الأنظمة في المؤسسات الإعلامية.

أخيرًا، العلاقة بين "التشغيل الآلي" و"المحتوى الإعلامي" تكون ٠,٨١٠، وهي قيمة عالية تشير إلى أن التشغيل الآلي له تأثير كبير في تحسين جودة المحتوى الإعلامي المقدم على المنصات الإخبارية. هذا الارتباط يعكس أن الأتمتة تلعب دورًا أساسيًا في تحسين تنظيم، تقديم، وتخصيص المحتوى.

الأتمتة والنظم الذكية تظهر في العمود الثاني من الجدول، حيث العلاقة بينها وبين "التشغيل الآلي" هي ٠,٨٢٠، كما ذكرنا سابقًا. علاوة على ذلك، فإن العلاقة بين "الأتمتة والنظم الذكية" و"التعلم من خلال العمل" تبلغ ٠,٧٥٥، مما يشير إلى وجود ارتباط قوي ولكن أقل مقارنةً بالعلاقة السابقة. هذا يعني أن استخدام النظم الذكية والأتمتة يسهم بشكل جيد في تسهيل بيئة التعلم المستمر في المؤسسات الإعلامية، حيث يُمكن للعاملين استخدام الأنظمة الذكية لتعزيز مهاراتهم العملية.

أما العلاقة بين "الأتمتة والنظم الذكية" و"دعم القدرة على اتخاذ القرار" فهي ٠,٧٧٠، مما يشير إلى أن النظم الذكية تُحسن بشكل كبير قدرة المؤسسات الإعلامية على اتخاذ القرارات. يساعد استخدام الأنظمة الذكية في تحسين دقة القرارات المتخذة في إدارة المحتوى، من خلال تحليل البيانات الضخمة وتوفير حلول سريعة.

علاقة "الأتمتة والنظم الذكية" بـ "المحتوى الإعلامي" هي ٠,٧٦٠، مما يعكس التأثير الواضح للنظم الذكية في تحسين طريقة تقديم المحتوى الإعلامي. استخدام الأتمتة والنظم الذكية يمكن أن يؤدي إلى تخصيص المحتوى بما يتناسب مع اهتمامات الجمهور بشكل أسرع وأكثر دقة.

التعلم من خلال العمل يظهر في العمود الثالث من الجدول، ويعكس قيمة الارتباط بين "التعلم من خلال العمل" و"التشغيل الآلي" ٠,٧٩٠، مما يبرز كيف أن التحسينات في العمليات الآلية تساعد في توفير بيئة تعليمية داعمة للعاملين. العلاقة بين "التعلم من خلال العمل" و"الأتمتة والنظم الذكية" هي ٠,٧٥٥، مما يوضح أن نظم الأتمتة يمكن أن تكون أداة قوية لتحفيز التعلم العملي من خلال تجربتها. أما العلاقة بين "التعلم من خلال العمل" و"دعم القدرة على اتخاذ القرار" فهي ٠,٧٨٠، مما يعكس تأثيراً ملحوظاً للتعلم العملي في تحسين قدرات اتخاذ القرارات. وهذا يعني أن تعزيز فرص التعلم في بيئة العمل يؤدي إلى اتخاذ قرارات أكثر فاعلية استناداً إلى الخبرات المكتسبة من العمل الفعلي.

العلاقة بين "التعلم من خلال العمل" و"المحتوى الإعلامي" هي ٠,٧٩٥، وهو ارتباط قوي، مما يشير إلى أن التعلم العملي في بيئة العمل يُحسن بشكل كبير قدرة العاملين على تطوير وتقديم محتوى إعلامي عالي الجودة يتناسب مع احتياجات الجمهور.

دعم القدرة على اتخاذ القرار يظهر في العمود الرابع، حيث يكون الارتباط مع "التشغيل الآلي" ٠,٨٠٠، ما يعكس تأثيراً قوياً في دعم عمليات اتخاذ القرار عبر الأتمتة. علاقة "دعم القدرة على اتخاذ القرار" بـ"الأتمتة والنظم الذكية" هي ٠,٧٧٠، مما يدل على أن النظم الذكية تُحسن القرارات التي يتخذها العاملون في المنصات الإعلامية. فيما أن العلاقة بين "دعم القدرة على اتخاذ القرار" و"التعلم من خلال العمل" هي ٠,٧٨٠، ما يبين أن التعلم العملي يعزز من قدرة الأفراد على اتخاذ قرارات أفضل بناءً على الخبرات السابقة.

أخيراً، العلاقة بين "دعم القدرة على اتخاذ القرار" و"المحتوى الإعلامي" هي ٠,٧٩٠، مما يعكس أن القدرة على اتخاذ قرارات مدروسة ومحسوبة تؤثر بشكل إيجابي على جودة المحتوى الإعلامي المعروض.

المحتوى الإعلامي يظهر في العمود الخامس، حيث يكون الارتباط مع "التشغيل الآلي" ٠,٨١٠، مما يشير إلى أن الأتمتة تلعب دوراً كبيراً في تحسين تنظيم المحتوى الإعلامي وجودته. كما أن العلاقة مع "الأتمتة والنظم الذكية" تبلغ ٠,٧٦٠، مما يعكس تأثير الأتمتة والنظم الذكية في تقديم محتوى أكثر تخصيصاً ودقة. الارتباط مع "التعلم من خلال العمل" هو ٠,٧٩٥، مما يعكس كيف يسهم التعلم العملي في تحسين

المحتوى الإعلامي من خلال تطوير مهارات العاملين في المؤسسات الإعلامية. أما العلاقة مع "دعم القدرة على اتخاذ القرار" فهي ٠,٧٩٠، ما يعني أن القرارات المدروسة تؤثر بشكل مباشر على تحسين جودة المحتوى الإعلامي المقدم.

بإجمال، يعكس هذا الجدول كيف أن توظيف الذكاء الاصطناعي وتقنيات الأتمتة والنظم الذكية يساهم بشكل كبير في تحسين الأداء الإعلامي، ودعم قدرة العاملين على اتخاذ قرارات فعّالة، مما يعزز جودة المحتوى الإعلامي المقدم للمستخدمين.

٧,٣ ثبات أداة الدراسة:

يعكس ثبات أداة الدراسة مدى قدرتها على تقديم نتائج دقيقة ومتسقة عند استخدامها في أكثر من مرة تحت ظروف مشابهة وعلى فئات مماثلة من مجتمع الدراسة. يعتبر هذا الثبات مؤشراً أساسياً في تقييم جودة الأداة البحثية وموثوقيتها في قياس المفاهيم المستهدفة بشكل دقيق. في إطار هذه الدراسة التي تهدف إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية، وتحديد تأثيره على تحسين كفاءة العمل الإعلامي وجودة المحتوى، حرص الباحث على التأكد من ثبات أداة القياس المعتمدة، وهي الاستبانة، لضمان الحصول على نتائج موثوقة يمكن البناء عليها لتفسير الظاهرة محل الدراسة.

من أجل التحقق من ثبات الأداة، تم تطبيق النسخة الأولى من الاستبانة على عينة استطلاعية مكونة من ٣٠ موظفًا من العاملين في عدد من المنصات الإخبارية المختلفة. تم توزيع هؤلاء الموظفين على أقسام متنوعة داخل هذه المنصات، مثل قسم المحتوى الإعلامي، قسم التحليل البياني، قسم التخصيص، وأقسام التطوير والتكنولوجيا التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى. تم تصميم العينة بشكل يضمن تمثيل جميع الفئات المعنية بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام، مثل العاملين في عمليات الإنتاج التحريري، المحررين، ومسؤولي تطوير النظم الذكية التي تساهم في تخصيص الأخبار وتحسين التفاعل مع الجمهور.

ولتحليل بيانات العينة الاستطلاعية، تم استخدام معامل "ألفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha)، الذي يعد من أكثر المؤشرات المستخدمة لقياس ثبات الأداة في الدراسات الكمية. يتم قياس هذا المعامل لقياس مدى التجانس الداخلي بين فقرات كل محور من محاور الاستبانة. بمعنى آخر، يقوم هذا المعامل بفحص مدى اتفاق إجابات المشاركين على الأسئلة الموجهة لهم ضمن كل محور بحثي، مما يضمن أن الأداة قياس فعالة وموثوقة للمفاهيم المستهدفة. وقد أظهرت نتائج التحليل أن جميع المحاور قد سجلت معاملات ثبات مرتفعة تجاوزت ٠,٧٠، مما يعكس أن هناك اتساقاً داخلياً قوياً بين الفقرات المختلفة في كل محور، ويؤكد على قدرة الأداة على قياس تأثير الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي بشكل دقيق وموثوق.

بناءً على هذه النتائج الإيجابية، تم اعتماد الاستبانة بصيغتها المعدلة لاستخدامها في جمع البيانات من العينة الأساسية للدراسة. هذا التحليل يُعد مؤشراً قوياً على صلاحية الأداة لقياس تأثير توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي، وتحليل كيف تساهم هذه التقنيات في تحسين الإنتاجية وجودة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية. كما أن هذه النتائج تُعزز من موثوقية النتائج التي سيتم الوصول إليها عبر هذه الأداة، وتُسهم في تقديم توصيات علمية وقابلة للتطبيق تدعم الجهود الرامية إلى تحسين تجربة المستخدم وتعزيز فعالية المنصات الإخبارية، بما يتماشى مع التحولات الرقمية في المملكة العربية السعودية وفقاً لأهداف رؤية ٢٠٣٠.

الجدول (٥): معاملات الثبات (ألفا كرونباخ) لمحاور أداة الدراسة

البعد	عدد العبارات	معامل الثبات (Cronbach's Alpha)
التشغيل الآلي	8	0.88
الأتمتة والنظم الذكية	8	0.85
التعلم من خلال العمل	8	0.89
دعم القدرة على اتخاذ القرار	8	0.87
المحتوى الإعلامي	22	0.93
أداة الدراسة ككل	54	0.95

الجدول الذي يعرض معاملات الثبات (Cronbach's Alpha) لكل بعد من أبعاد أداة الدراسة يوفر بيانات هامة تتعلق بثبات الأداة في قياس المفاهيم المستهدفة. معاملات الثبات تشير إلى مدى التجانس الداخلي بين العبارات داخل كل محور من محاور الاستبانة، وهذا يُعد من المؤشرات الأساسية في تقييم جودة الأداة البحثية وموثوقيتها. في هذه الدراسة التي تهدف إلى قياس تأثير الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية، تم تقييم ثبات الأداة وفقًا لعدة أبعاد محددة. ولكل بعد من هذه الأبعاد معاملات ثبات تعكس مدى دقة وموثوقية الأداة في قياس التأثيرات المختلفة المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام.

بالنسبة للبُعد الأول "التشغيل الآلي"، الذي يتكون من ٨ عبارات، فقد سجل هذا البُعد معامل ثبات قدره ٠.٨٨. تُعد هذه القيمة مرتفعة وتُظهر أن العبارات المستخدمة لقياس تأثير التشغيل الآلي على المنصات الإخبارية تتسم باتساق داخلي قوي. هذا يعني أن المشاركين في الدراسة أبدوا إجابات متسقة عبر جميع العبارات التي تقيس هذا المفهوم، مما يعكس قدرة الأداة على قياس تأثير التشغيل الآلي بدقة وموثوقية. العلاقة القوية بين العبارات تشير إلى أن الأداة قادرة على تحديد التأثير الفعلي للتشغيل الآلي في تحسين أداء المنصات الإعلامية، مثل تحسين سرعة إنتاج الأخبار أو تخصيص المحتوى بشكل متسق.

أما بالنسبة للبُعد الثاني "الأتمتة والنظم الذكية"، والذي يشمل ٨ عبارات أيضًا، فقد سجل معامل ثبات قدره ٠.٨٥. على الرغم من أن هذه القيمة أقل قليلًا من تلك الخاصة ببُعد "التشغيل الآلي"، إلا أنها تظل ضمن نطاق الثبات الجيد. هذا يشير إلى أن الاستبانة تقيس تأثير الأتمتة والنظم الذكية على المنصات الإعلامية بطريقة متسقة، وأن تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الأتمتة لا تزال تؤثر بشكل كبير في تحسين أداء المنصات. القيمة التي تم الحصول عليها توضح أن الأداة قابلة للاستخدام في قياس التأثيرات المختلفة للأتمتة والنظم الذكية، مثل تحسين تخصيص الأخبار والتفاعل مع الجمهور.

أما بُعد "التعلم من خلال العمل"، والذي أيضًا يتكون من ٨ عبارات، فقد سجل أعلى معامل ثبات بين الأبعاد الأخرى، حيث بلغ ٠.٨٩. تعكس هذه القيمة العالية اتساقًا داخليًا قويًا بين العبارات التي تقيس مدى تأثير التعلم العملي في بيئة العمل على تحسين مهارات العاملين في المنصات الإخبارية. هذه النتيجة

تشير إلى أن المشاركين قد أكدوا على دور التدريب العملي والتعلم المستمر في تحسين كفاءة استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين المحتوى الإعلامي. إذ يُعتبر هذا الارتباط العالي مؤشراً على أن التعلم من خلال التجربة العملية يعزز بشكل كبير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام.

أما بُعد "دعم القدرة على اتخاذ القرار" الذي يتضمن ٨ عبارات، فقد سجل قيمة ٠,٨٧، وهي أيضاً قيمة مرتفعة تشير إلى أن العبارات التي تم استخدامها لقياس دور الذكاء الاصطناعي في دعم اتخاذ القرارات داخل المنصات الإعلامية كانت متسقة. هذه القيمة تدل على أن الذكاء الاصطناعي، من خلال تحليل البيانات وتقديم توصيات ذكية، يعزز قدرة العاملين في هذه المنصات على اتخاذ قرارات مدروسة وفعالة، مما يعكس تأثيره الإيجابي على تحسين الإنتاجية وجودة القرارات الإعلامية.

أما بُعد "المحتوى الإعلامي" فقد سجل أعلى قيمة بين جميع الأبعاد الأخرى، حيث بلغت معامل الثبات له ٠,٩٣. هذه القيمة المرتفعة تشير إلى أن الاستبانة تقيس تأثير الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى الإعلامي بطريقة دقيقة وموثوقة. تُمثل هذه النتيجة مؤشراً قوياً على أن الذكاء الاصطناعي يسهم بشكل كبير في تطوير المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية، سواء من خلال أتمتة كتابة الأخبار أو تحسين تخصيص المحتوى ليتناسب مع اهتمامات الجمهور. العبارات التي تم استخدامها في هذا البُعد تعكس تأثيراً إيجابياً ومباشراً على كيفية إنتاج وتحسين المحتوى الإعلامي باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

وأخيراً، تم حساب معامل الثبات الإجمالي لأداة الدراسة ككل، والتي تتكون من ٥٤ عبارة تغطي جميع الأبعاد السابقة. وسجلت الأداة ككل معامل ثبات بلغ ٠,٩٥، وهي قيمة استثنائية تدل على أن الاستبانة تتمتع بثبات داخلي عالي جداً. هذا يعني أن الأداة تعتبر موثوقة للغاية في قياس تأثير الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي عبر المنصات الإخبارية. القيمة العالية لمعامل الثبات تشير إلى أن الأداة يمكن استخدامها بشكل موثوق للحصول على نتائج دقيقة عند جمع البيانات وتحليلها، مما يعزز من مصداقية الدراسة بشكل عام.

بناءً على هذه القيم، يمكن الاستنتاج أن الأداة تتمتع بثبات داخلي قوي في جميع الأبعاد التي تم قياسها، مما يضمن موثوقية النتائج المستخلصة من الدراسة. هذا يعزز من قدرة الأداة على تقديم رؤى دقيقة حول تأثير الذكاء الاصطناعي على تحسين أداء المنصات الإعلامية وجودة المحتوى، مما يساعد في تحقيق أهداف الدراسة ويسهم في تقديم توصيات عملية وقابلة للتطبيق لتحسين استخدام الذكاء الاصطناعي في هذا المجال.

٨,٣ أساليب تحليل البيانات:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS). وذلك بعد ترميز وادخال البيانات إلى الحاسب الآلي، كما يلي:

اعطيت الاجابة لمقياس ليكارت الخماسي كما يلي: (موافق بشدة = ٥ درجات)، (موافق = ٤ درجات)، (محايد = ٣ درجات)، (غير موافق = ٢ درجتين)، (غير موافق بشدة = ١ درجة واحدة) ومن ثم قام الباحث بحساب الوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة.

ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى (٥-١=٤)، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (٤/٥=٠,٨). بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يوضحها الجدول الآتي:

جدول رقم (٦) درجة الموافقة ومدى الموافقة على مقياس ليكارت الخماسي

معيار الحكم	فئة المتوسط		درجة الترميز (الوزن النسبي)
	إلى	من	
علي النتائج			
ضعيفة جداً	١,٨٠	١	١

٢	١,٨١	٢,٦٠	ضعيفة
٣	٢,٦١	٣,٤٠	متوسطة
٤	٣,٤١	٤,٢٠	كبيرة
٥	٤,٢١	٥,٠٠	كبيرة جداً

ولخدمة اغراض الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها من خلال اداة الدراسة في الجانب الميداني، استُخدمت عدد من الأساليب الإحصائية لمعرفة اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول التساؤلات المطروحة، وذلك باستخدام أساليب المعالجة الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وذلك بعد أن تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم تم استخراج النتائج وفقاً للأساليب الإحصائية الآتية:

١- التكرارات والنسب المئوية (Percentage & Frequencies): للتعرف على الخصائص الشخصية

لأفراد عينة الدراسة.

٢- المتوسط الحسابي (Mean): لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة عن

المحاور الرئيسية (متوسط متوسطات العبارات).

٣- الانحراف المعياري (Standard Deviation): للتعرف على مدى انحراف إجابات أفراد عينة

الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها

الحسابي، وقد استخدمت الدراسة هذا الأسلوب نظراً لأن الانحراف المعياري يوضح التشتت في

إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، إلى جانب المحاور الرئيسية،

فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.

٤- معامل ارتباط بيرسون (Pearson): لقياس الاتساق الداخلي بين عبارات الأداة (الاستبانة) وكل

محور تنتهي إليه.

٥- معامل الثبات ألفا كرونباخ (cronbach's Alpha- α): لحساب معامل ثبات أداة الدراسة

٦- اختبار تحليل الانحدار (Regression Test) للتحقق من فروض الدراسة

الفصل الرابع: نتائج فرضيات الدراسة

١,٤ المقدمة

يتناول هذا الفصل عرضًا للنتائج التي توصّلت إليها الدراسة الحالية، وذلك من خلال عرض استجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الأداة، ومعالجتها إحصائيًا، وصولًا إلى النتائج وتحليلها وتفسيرها، في ضوء الأطر النظرية، والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، ويقوم الباحث بمناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة وتفسيرها، من خلال الإجابة عن أسئلتها والتحقق من فروضها

٢,٤ خصائص عينة الدراسة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة البحث وفقاً للمتغيرات:

١- النوع

جدول رقم (٧) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	٢١٥	٥٣,٦
أنثى	٢٠٥	٤٦,٤
الإجمالي	٤٢٠	١٠٠,٠

يوضح الجدول أعلاه التوزيع النوعي لأفراد عينة الدراسة، حيث بلغ عدد المشاركين من الذكور (٢١٥) بنسبة (٥٣,٦٪)، في حين بلغ عدد الإناث (٢٠٥) بنسبة (٤٦,٤٪) من إجمالي العينة التي بلغت (٤٢٠) فردًا. ويظهر هذا التوزيع تقاربًا نسبيًا بين الجنسين، مما يُعزز من إدارة المحتوى الإعلامي في الدراسة ويمنح نتائجها مصداقية عند تعميمها على المنصات الإخبارية.

٢- الفئة العمرية

جدول رقم (٨) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

العمر	التكرار	النسبة
أقل من ٣٠ سنة	١١٠	٢٦,٢
من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	١٧٠	٤٠,٥
من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة	٩٥	٢٢,٦
50 سنة فأكثر	٤٥	١٠,٧
الإجمالي	٤٢٠	١٠٠,٠

الجدول السابق يقدم توزيعاً عمرياً للمشاركين في عينة الدراسة التي بلغ عددها الإجمالي ٤٢٠ مشاركاً. يعرض هذا الجدول التكرار (عدد الأفراد) والنسب المئوية المرتبطة بكل فئة عمرية، مما يعكس كيفية توزيع الأعمار بين المشاركين في الدراسة، وهو ما يساعد على فهم التنوع العمري داخل العينة وتقييم تمثيل الفئات العمرية المختلفة في تحليل الظاهرة محل الدراسة.

الفئة الأولى في الجدول هي "أقل من ٣٠ سنة"، حيث بلغ عدد المشاركين في هذه الفئة ١١٠ مشاركاً، وهو ما يعادل ٢٦,٢٪ من إجمالي العينة. هذا التوزيع يعكس أن حوالي ربع المشاركين في الدراسة ينتمون إلى هذه الفئة العمرية، مما يشير إلى أن الشباب، الذين يشكلون نسبة ملحوظة من العينة، يمثلون قطاعاً نشطاً قد يكون في مرحلة بدء مسيرتهم المهنية أو الأكاديمية. ومن المحتمل أن هؤلاء المشاركين يمتلكون تفاعلاً قوياً مع التقنيات الحديثة والأبحاث المعاصرة، مما يعزز مشاركتهم في الدراسات التي تتعلق بتقنيات جديدة مثل الذكاء الاصطناعي أو التحولات الرقمية في مختلف المجالات.

الفئة الثانية هي "من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة"، التي تمثل الفئة الأكثر تمثيلاً في الدراسة، حيث بلغ عدد المشاركين ١٧٠ شخصاً، ما يعادل ٤٠,٥٪ من إجمالي العينة. تعتبر هذه الفئة أكبر فئة عمرية في العينة، مما يعكس أن هذه الشريحة العمرية هي الأكثر تواجداً في مجالات العمل والبحث، حيث يكون

الأفراد في هذه الفئة العمرية غالبًا في ذروة تطورهم المهني أو الأكاديمي. يشير هذا التوزيع إلى أن الأفراد في هذه الفئة يمتلكون خبرات مهنية وفكرية تتراوح بين التحديات الحياتية والعملية، وبالتالي يمكن أن يساهموا في تقديم رؤى معمقة حول الظاهرة المدروسة بناءً على معاشتهم لعدة سنوات من الخبرة في العمل والمجتمع.

أما الفئة الثالثة "من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة"، فقد بلغ عدد المشاركين فيها ٩٥ شخصًا، مما يشكل ٢٢,٦٪ من إجمالي العينة. تمثل هذه الفئة نسبة أقل من الفئة السابقة، لكن هذا التوزيع يُظهر أن ما يقرب من ربع المشاركين ينتمون إلى هذه الشريحة العمرية، وهي فئة تتمتع بخبرة عملية معمقة في مجالات عملهم. ومن الممكن أن تكون هذه الفئة قد امتلكت فترة زمنية طويلة من الخبرة المتراكمة، وهو ما يعزز قدرتها على تقديم تحليلات معمقة قائمة على سنوات من المعرفة العملية والمهنية.

أما بالنسبة للفئة "٥٠ سنة فأكثر"، فقد بلغ عدد المشاركين فيها ٤٥ شخصًا، مما يشكل ١٠,٧٪ من إجمالي العينة. تُعد هذه النسبة هي الأقل بين الفئات العمرية الأربع، مما قد يعكس تراجعًا في مشاركة هذه الفئة العمرية في الدراسات أو ضعف اهتمامها بمجالات معينة قد تكون محورية في سياق الدراسة. إلا أن مشاركتهم تظل ذات قيمة في تقديم نظرة تاريخية أو تحليلات بناءً على خبرة عمرية طويلة يمكن أن تؤثر بشكل مختلف على تفسير الظواهر الحديثة أو التكنولوجية مقارنة بالفئات الأصغر سنًا.

وفي النهاية، يبرز الجدول أن العينة الإجمالية تتوزع بشكل غير متساوٍ بين الفئات العمرية المختلفة، مع تركيز أكبر في الفئة التي تتراوح أعمارها بين ٣٠ إلى ٤٠ سنة، وهي الفئة التي تضم النسبة الأكبر من المشاركين. هذا التوزيع يعكس تنوعًا عمريًا كبيرًا داخل العينة، وهو أمر حيوي في أبحاث تهدف إلى فهم تأثيرات الظواهر المعاصرة على فئات عمرية متعددة. وجود تمثيل معقول من الفئات العمرية الأصغر والأكثر يساعد على تقديم تحليل شامل يُغطي كافة جوانب الظاهرة محل الدراسة من خلال تعدد وجهات النظر بناءً على الخبرات الحياتية المختلفة.

٣- المؤهل العلمي

جدول رقم (٩) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
ثانوي أو أقل	٤٠	٩,٥
دبلوم	٩٥	٢٢,٦
بكالوريوس	٢١٠	٥٠,٠
دراسات عليا	٧٥	١٧,٩
الإجمالي	٤٢٠	١٠٠,٠

الجدول الذي يعرض توزيع المؤهل العلمي للمشاركين في عينة الدراسة يعكس تنوع المستوى التعليمي بين الأفراد المشاركين. يوضح الجدول التكرار (عدد المشاركين) والنسبة المئوية التي يمثلها كل فئة من فئات المؤهلات العلمية في إجمالي العينة التي تتكون من ٤٢٠ شخصًا. من خلال هذا التوزيع، يمكن تحليل التفاوت في المستويات التعليمية للمشاركين وفهم كيفية تأثير المؤهل العلمي على المشاركة في الدراسة، ومدى تمثيل هذه الفئات التعليمية.

فيما يتعلق بالفئة "ثانوي أو أقل"، فقد بلغ عدد المشاركين الذين يحملون هذا المؤهل ٤٠ شخصًا، وهو ما يمثل ٩,٥٪ من إجمالي العينة. هذه النسبة تمثل الفئة الأقل تمثيلًا في الدراسة، مما يشير إلى أن نسبة قليلة من المشاركين في الدراسة لديهم مؤهلات تعليمية محدودة، مثل الشهادات الثانوية أو أقل. من الممكن أن تكون هذه الفئة قد واجهت تحديات تتعلق بتطوير المهارات الأكاديمية أو المهنية في ظل التغيرات السريعة في عالم العمل، مما قد يؤثر على مشاركتهم في الأبحاث المتعلقة بتطورات التكنولوجيا الحديثة.

أما بالنسبة لفئة "دبلوم"، فقد بلغ عدد المشاركين فيها ٩٥ شخصًا، وهو ما يعادل ٢٢,٦٪ من إجمالي العينة. يمثل هذا التوزيع زيادة ملحوظة في عدد المشاركين مقارنة بالفئة السابقة. الأفراد الحاصلون على دبلوم عادةً ما يكون لديهم تدريب متخصص أو تعليم فني يتماشى مع متطلبات العمل في مجالات معينة، مما يعكس أنهم يمثلون فئة تعليمية قادرة على تقديم خبرات عملية وتخصصية في البحث. هذه الفئة تساهم بشكل إيجابي في الدراسات التي تتطلب مزيجًا من التعليم الأكاديمي والتدريب المهني.

في فئة "بكالوريوس"، تم تسجيل أعلى تكرار في الدراسة، حيث بلغ عدد المشاركين ٢١٠ شخصًا، أي ما يمثل ٥٠٪ من إجمالي العينة. تمثل هذه الفئة النسبة الأكبر بين المشاركين في الدراسة، مما يعكس أن نصف المشاركين في الدراسة يحملون شهادة البكالوريوس. هذه النسبة المرتفعة تشير إلى أن الأفراد الذين لديهم تعليم جامعي يمثلون الفئة الأكثر حضورًا في المجال المهني والعلمي، حيث أن شهادة البكالوريوس تعتبر مؤهلًا أكاديميًا مهمًا يسمح للأفراد بالمشاركة في أبحاث ودراسات معقدة تتطلب مستوى عالٍ من المعرفة والمعلومات. هذه الفئة تُعد حيوية جدًا في الدراسات التي تستهدف فهم تأثيرات التطورات العلمية والتكنولوجية في مختلف المجالات.

أما فئة "دراسات عليا"، فقد بلغ عدد المشاركين فيها ٧٥ شخصًا، وهو ما يمثل ١٧,٩٪ من إجمالي العينة. تمثل هذه الفئة نسبة معتبرة من المشاركين، رغم أنها أقل من فئة البكالوريوس. الأفراد في هذه الفئة غالبًا ما يكونون قد أكملوا تعليمهم في مستوى الماجستير أو الدكتوراه، مما يضفي على الدراسة قيمة علمية إضافية نظرًا للمستوى المتقدم من المعرفة الذي يقدمه هؤلاء المشاركون. هؤلاء الأفراد يمتلكون مهارات بحثية متقدمة وقدرة على تقديم تحليل معمق وفهم أكثر تفصيلًا للظواهر المعقدة التي تتم دراستها.

إجمالي العينة في هذا الجدول بلغ ٤٢٠ مشاركًا، مع توزيع متفاوت بين الفئات التعليمية المختلفة. هذا التنوع في المؤهلات العلمية يعكس تمثيلًا جيدًا لمختلف المستويات التعليمية داخل المجتمع، وهو ما يساهم في إثراء الدراسة عبر مجموعة واسعة من الخبرات والمعارف التي تتنوع حسب الخلفية التعليمية. من خلال هذه البيانات، يمكن التوصل إلى استنتاجات حول كيفية تأثير المستوى التعليمي على المشاركة في الدراسات البحثية وكيفية تقديم البيانات والأفكار وفقًا لكل فئة تعليمية.

٤- المسمى الوظيفي

جدول رقم (١٠): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المسمى الوظيفي

النسبة (%)	التكرار	الفئة الوظيفية
28.6	120	أخصائي/مسؤول محتوى إعلامي رقمي

19.0	80	أخصائي تحليل بيانات وذكاء صناعي
14.3	60	أخصائي تطوير وتحسين تجربة المستخدم
21.4	90	أخصائي استراتيجيات تسويق رقمي
11.9	50	محلل محتوى رقمي/ باحث في تكنولوجيا الإعلام
4.8	20	وظائف إدارية مساندة (مثل التنسيق الإداري والدعم الفني)
100.0	420	الإجمالي

الجدول الذي يعرض الفئات الوظيفية للمشاركين في الدراسة يوفر رؤى هامة حول توزيع الأدوار الوظيفية داخل العينة التي تتكون من ٤٢٠ شخصًا. يعكس هذا التوزيع التوظيف المهني في مجال إدارة المحتوى الإعلامي الرقمي على المنصات الإخبارية، وهو جزء من دراسة تحليلية تركز على تأثير الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء الإعلامي وجودة المحتوى. يحتوي الجدول على التكرار (عدد المشاركين) والنسب المئوية المرتبطة بكل فئة وظيفية، مما يساعد على فهم توزيع الأدوار المختلفة بين المشاركين ومدى تمثيل كل فئة في الدراسة.

الفئة الوظيفية الأولى هي "أخصائي/مسؤول محتوى إعلامي رقمي"، حيث بلغ عدد المشاركين في هذه الفئة ١٢٠ شخصًا، ما يعادل ٢٨,٦٪ من إجمالي العينة. هذه الفئة تمثل أكبر نسبة بين الفئات الوظيفية الأخرى، مما يعكس أهمية هذا الدور في السياق الإعلامي الرقمي. المسؤولون في هذا المجال هم الذين يتعاملون بشكل مباشر مع إنشاء وإدارة المحتوى الإعلامي عبر المنصات الرقمية، وهو دور محوري في تعزيز التفاعل مع الجمهور واستجابة المنصات الإعلامية للتطورات الرقمية السريعة. بوجود ٢٨,٦٪ من العينة في هذه الفئة، يمكن القول أن هؤلاء الأفراد يمثلون العنصر الأساسي في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين المحتوى الرقمي في المنصات الإخبارية.

الفئة الثانية هي "أخصائي تحليل بيانات وذكاء صناعي"، حيث بلغ عدد المشاركين في هذه الفئة ٨٠ شخصًا، ما يعادل ١٩,٠٪ من إجمالي العينة. يشير هذا إلى أن ما يقارب الخمس من المشاركين ينتمون إلى هذه الفئة، وهي فئة تركز على استخدام الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة لتحسين جودة

المحتوى الإعلامي. أخصائيو تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي هم المسؤولون عن استخدام الأدوات التقنية المتقدمة مثل التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي لتحليل تفاعلات المستخدمين مع المحتوى الإعلامي وتخصيص الأخبار وفقًا لاهتماماتهم. تعتبر هذه الفئة حيوية في تحسين فعالية المنصات الإخبارية من خلال أتمتة وتحليل البيانات.

الفئة الثالثة هي "أخصائي تطوير وتحسين تجربة المستخدم"، حيث بلغ عدد المشاركين في هذه الفئة ٦٠ شخصًا، ما يعادل ١٤,٣٪ من إجمالي العينة. هذه الفئة متخصصة في تحسين كيفية تفاعل المستخدمين مع المنصات الإخبارية، والتي تشمل تصميم واجهات المستخدم وتطوير تجربة التفاعل من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي. تعمل هذه الفئة على ضمان أن تكون المنصات الإعلامية سهلة الاستخدام وجذابة للمستخدمين، مما يساهم في تعزيز التفاعل العام مع المحتوى وتقديم تجربة مستخدم مخصصة.

الفئة الرابعة هي "أخصائي استراتيجيات تسويق رقمي"، حيث بلغ عدد المشاركين في هذه الفئة ٩٠ شخصًا، ما يعادل ٢١,٤٪ من إجمالي العينة. أخصائيو التسويق الرقمي يلعبون دورًا كبيرًا في استخدام الذكاء الاصطناعي لتخصيص حملات التسويق وتوجيه المحتوى بشكل يتناسب مع اهتمامات الجمهور المستهدف. هذه الفئة مسؤولة عن تحسين وصول المحتوى الإعلامي إلى الجمهور المناسب من خلال استراتيجيات تسويق مدعومة بالذكاء الاصطناعي، مثل الحملات الإعلانية عبر الإنترنت وتحليل البيانات المرتبطة بتفضيلات المستخدمين.

الفئة الخامسة هي "محلل محتوى رقمي/باحث في تكنولوجيا الإعلام"، حيث بلغ عدد المشاركين في هذه الفئة ٥٠ شخصًا، ما يعادل ١١,٩٪ من إجمالي العينة. هؤلاء الأفراد يتخصصون في تحليل المحتوى الإعلامي الرقمي ودراسة تأثير التكنولوجيا على هذا المحتوى. يعملون على فحص وتحليل أداء المحتوى وكيفية تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي في تحسين فعالية هذا المحتوى، من خلال تقنيات مثل تحليل البيانات النصية واستخدام الخوارزميات لفهم كيفية تفاعل الجمهور مع الأخبار والمحتويات المختلفة.

الفئة السادسة هي "وظائف إدارية مساندة (مثل التنسيق الإداري والدعم الفني)"، حيث بلغ عدد المشاركين في هذه الفئة ٢٠ شخصًا، ما يعادل ٤,٨٪ من إجمالي العينة. على الرغم من أن هذه الفئة تمثل

أقل نسبة بين الفئات الوظيفية الأخرى، إلا أن وظائفها تُعد ضرورية لدعم العمليات اليومية المتعلقة بإدارة المحتوى الإعلامي. يشمل هؤلاء الأفراد المسؤولين عن تنظيم الجداول، التنسيق بين الفرق، ودعم المهام التقنية والإدارية التي تساهم في تسهيل سير العمل في المنصات الإخبارية.

الإجمالي في الجدول يعكس أن عدد المشاركين في الدراسة بلغ ٤٢٠ شخصًا، مع توزيع متفاوت بين الفئات الوظيفية المختلفة. يوضح التوزيع أن معظم المشاركين ينتمون إلى الفئات المرتبطة بشكل مباشر بإنتاج وتحليل وتحسين المحتوى الرقمي، وهو ما يعكس أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين العمليات داخل المنصات الإخبارية. بالنظر إلى هذه التوزيعات الوظيفية، يُمكن الاستنتاج أن الدراسة تضم مجموعة متنوعة من الأدوار المتخصصة التي تساهم في فهم التأثيرات المختلفة لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الأداء الإعلامي.

٥. سنوات الخبرة:

جدول رقم (١١): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

الدرجة الوظيفية	التكرار	النسبة(%)
أقل من ٥ سنوات	١٠٥	٢٥,٠
من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات	١٣٥	٣٢,١
من ١٠ إلى أقل من ١٥ سنة	١١٠	٢٦,٢
15 سنة فأكثر	٧٠	١٦,٧
الإجمالي	٤٢٠	١٠٠,٠

الجدول الذي يعرض التوزيع الوظيفي بناءً على عدد سنوات الخبرة للمشاركين في الدراسة يقدم نظرة تفصيلية حول مستوى الخبرة العملية للأفراد المشاركين في عينة الدراسة التي تتكون من ٤٢٠ شخصًا. هذا التوزيع يسمح لنا بفهم كيفية تأثير سنوات الخبرة على المشاركة في الدراسات المتعلقة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في المنصات الإعلامية، ويعكس توزيع الخبرات العملية عبر أربع فئات وظيفية مختلفة. كل فئة

تحتوي على تكرار معين من المشاركين والنسب المئوية الخاصة بها، مما يساعد في تقديم تحليل دقيق لهذه الفئات.

فيما يخص الفئة "أقل من ٥ سنوات"، فقد بلغ عدد المشاركين في هذه الفئة ١٠٥ شخصًا، وهو ما يمثل ٢٥,٠٪ من إجمالي العينة. هذا يشير إلى أن ربع المشاركين في الدراسة هم من ذوي الخبرة العملية المحدودة التي لا تتجاوز ٥ سنوات. هؤلاء الأفراد غالبًا ما يكونون في بداية مسيرتهم المهنية ويتميزون بالاهتمام الكبير بالتكنولوجيا الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي، ويمكن أن يوفرُوا رؤى جديدة وحماساَ للمشاركة في مثل هذه الدراسات. كونهم في مرحلة مبكرة من حياتهم المهنية، قد تكون لديهم آراء وأفكار مبتكرة بشأن استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى الإعلامي والتفاعل مع التكنولوجيا الحديثة.

الفئة التالية هي "من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات"، حيث بلغ عدد المشاركين في هذه الفئة ١٣٥ شخصًا، ما يعادل ٣٢,١٪ من إجمالي العينة. تُعد هذه الفئة أكبر فئة من حيث عدد المشاركين، مما يشير إلى أن غالبية الأفراد في الدراسة يمتلكون خبرة مهنية تتراوح بين ٥ إلى ١٠ سنوات. هؤلاء المشاركون يتمتعون بخبرة عملية جيدة تؤهلهم للعمل بكفاءة في مجالات متقدمة من إدارة المحتوى الرقمي، واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال. من المحتمل أن يكون لديهم رؤية متعمقة حول كيفية تحسين سير العمل الإعلامي باستخدام التكنولوجيا الحديثة، مما يتيح لهم تحليل تأثيرات هذه التقنيات بشكل أفضل.

أما الفئة "من ١٠ إلى أقل من ١٥ سنة"، فقد بلغ عدد المشاركين فيها ١١٠ شخصًا، ما يعادل ٢٦,٢٪ من إجمالي العينة. على الرغم من أن هذه الفئة تأتي بعد الفئة السابقة في الحجم، إلا أن نسبة المشاركين فيها تشير إلى وجود مجموعة قوية من الأفراد ذوي الخبرة الممتدة التي تتراوح بين ١٠ و ١٥ عامًا. هؤلاء الأفراد غالبًا ما يمتلكون معرفة عميقة في مجالهم، ولديهم القدرة على فهم تطور استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي بشكل شامل. تعد هذه الفئة حيوية في الدراسة لأنها تضم خبراء قد تكون لديهم معرفة واسعة حول كيفية تكامل الذكاء الاصطناعي في تحسين العمليات الإعلامية على مر الزمن.

أخيرًا، الفئة "١٥ سنة فأكثر" تمثل ١٦,٧٪ من إجمالي العينة، حيث بلغ عدد المشاركين فيها ٧٠ شخصًا. على الرغم من أن هذه الفئة تُعد الأقل تمثيلًا مقارنة بالفئات الأخرى، إلا أن الخبرة العميقة التي يمتلكها المشاركون في هذه الفئة تجعلهم مصدرًا قيمًا للمعرفة في الدراسة. هؤلاء الأفراد لديهم سنوات طويلة من الخبرة التي تمنحهم فهمًا عميقًا لكيفية تطور صناعة الإعلام وكيفية تفاعل الأدوات التكنولوجية، مثل الذكاء الاصطناعي، مع العمليات الإعلامية المختلفة. من المحتمل أن يكون لديهم تأثير كبير في تفسير التحولات طويلة الأجل التي مرت بها المنصات الإعلامية باستخدام هذه التقنيات.

إجمالي العينة في هذا الجدول يبلغ ٤٢٠ مشاركًا، مما يعكس تنوعًا في سنوات الخبرة بين المشاركين. التوزيع يظهر أن معظم المشاركين في الدراسة لديهم من ٥ إلى ١٠ سنوات من الخبرة العملية، وهو ما يشير إلى أن هذه الفترة من الخبرة تعتبر الأكثر شيوعًا في المجالات المتعلقة بإدارة المحتوى الإعلامي الرقمي واستخدام الذكاء الاصطناعي. بشكل عام، يعكس هذا التنوع في سنوات الخبرة مدى تنوع وجهات النظر بين المشاركين، حيث يمكن أن توفر فئات الخبرة الأقل أفكارًا جديدة ومبتكرة بينما توفر الفئات الأكثر خبرة تحليلات معمقة ومبنية على سنوات طويلة من المعرفة العملية.

٢,٤ دراسة محاور الاستبيان:

المحور الأول الذكاء الاصطناعي

لدراسة محور إدارة الموارد البشرية: تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لأبعاد المحور الأول كما يلي:

١- التشغيل الآلي

جدول (١٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بُعد التشغيل الآلي

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	تعتمد المنصات الإخبارية على خوارزميات دقيقة وعادلة في تخصيص المحتوى.	4.50	0.65	1	موافق بشدة
2	تُعرض الأخبار بشكل شفاف ومتوازن، مع التنوع في المصادر.	4.35	0.70	4	موافق
3	يتم تحديث استراتيجيات تخصيص المحتوى بناءً على تحليلات البيانات بشكل دوري.	4.25	0.72	5	موافق بشدة
4	يشارك خبراء من مجالات مختلفة في اتخاذ القرارات المتعلقة بتوجيه المحتوى.	4.30	0.68	3	موافق
5	يتم تحديث معايير تصنيف المحتوى بانتظام لمواكبة التغيرات التقنية.	4.45	0.66	2	موافق بشدة
6	تأخذ المنصات الإخبارية في اعتبارها احتياجات الجمهور وتنوع التوجهات في تقديم المحتوى.	4.40	0.69	6	موافق بشدة
7	تُراعى معايير الإنصاف وتكافؤ الفرص عند تخصيص المحتوى للمستخدمين.	4.38	0.74	7	موافق بشدة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
8	يتم الاحتفاظ بسجلات دقيقة وموثقة لقرارات تخصيص المحتوى والتغييرات التي تطرأ عليها.	4.10	0.80	8	موافق

الجدول الذي يعرض نتائج تقييم المشاركين حول مجموعة من العبارات المتعلقة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية يوفر رؤى هامة حول كيفية تقييم المشاركين لعدة جوانب متعلقة بالشفافية، الدقة، والإنصاف في تخصيص المحتوى باستخدام الخوارزميات الذكية. يعكس الجدول المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الرتبة، ودرجة الموافقة لكل عبارة، مما يعزز من فهمنا لمدى توافق المشاركين مع هذه العبارات.

الفقرة الأولى التي تشير إلى "تعتمد المنصات الإخبارية على خوارزميات دقيقة وعادلة في تخصيص المحتوى" سجلت أعلى متوسط حسابي بلغ ٤,٥٠ مع انحراف معياري منخفض قدره ٠,٦٥. هذه النتيجة تعكس موافقة قوية من المشاركين، حيث يُظهر المتوسط الحسابي المرتفع أن معظم المشاركين يوافقون بشدة على أن المنصات الإخبارية تستخدم خوارزميات دقيقة وعادلة في تخصيص المحتوى. هذه النتيجة مهمة لأنها تشير إلى أن المشاركين يثقون في استخدام التكنولوجيا الحديثة لتخصيص المحتوى الإعلامي بما يتماشى مع معايير الدقة والعدالة.

الفقرة الثانية التي تتعلق بعرض الأخبار "بشكل شفاف ومتوازن، مع التنوع في المصادر" حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,٣٥ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٠. تشير هذه النتيجة إلى توافق جيد من المشاركين، حيث تمثل ٤,٣٥ قيمة أعلى من المتوسط، مما يعني أن معظم المشاركين يوافقون على أن المنصات الإخبارية تحرص على عرض الأخبار بشكل متوازن ومتعدد المصادر. هذه النتيجة قد تشير إلى وجود اهتمام متزايد من المنصات الإخبارية بتحقيق الشفافية في تقديم الأخبار للمستخدمين.

أما الفقرة الثالثة التي تتعلق بتحديث استراتيجيات تخصيص المحتوى بناءً على تحليلات البيانات بشكل دوري، فقد سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٢٥ مع انحراف معياري ٠,٧٢. هذه النتيجة تدل على توافق جيد إلى حد ما من المشاركين، حيث يظهر المتوسط الحسابي أن المشاركين موافقون بشدة على أهمية تحديث استراتيجيات تخصيص المحتوى بناءً على تحليلات البيانات بشكل منتظم. يشير ذلك إلى أن المشاركين يرون أن تحديث الاستراتيجيات وفقاً للبيانات يعزز من دقة وفعالية تخصيص المحتوى.

الفقرة الرابعة التي تشير إلى "مشاركة خبراء من مجالات مختلفة في اتخاذ القرارات المتعلقة بتوجيه المحتوى" حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,٣٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٨. هذه النتيجة تدل على توافق قوي من المشاركين مع أهمية إشراك خبراء متخصصين من مختلف المجالات في اتخاذ قرارات تخصيص المحتوى. يظهر ذلك أن المشاركين يوافقون على أن تنوع الخبرات يمكن أن يحسن جودة المحتوى المقدم.

الفقرة الخامسة التي تتعلق بتحديث "معايير تصنيف المحتوى بانتظام لمواكبة التغيرات التقنية" حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,٤٥ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٦، مما يشير إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على أن المنصات الإخبارية تحتاج إلى تحديث مستمر للمعايير الخاصة بتصنيف المحتوى لتتماشى مع التطورات التقنية المستمرة. يشير ذلك إلى وعي المشاركين بأهمية مواكبة التطورات التكنولوجية لضمان تقديم محتوى مناسب وفعال للمستخدمين.

الفقرة السادسة التي تتعلق بـ "أخذ المنصات الإخبارية في اعتبارها احتياجات الجمهور وتنوع التوجهات في تقديم المحتوى" سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٤٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٩. هذا يشير إلى توافق عالٍ من المشاركين على أن المنصات الإخبارية تضع في اعتبارها احتياجات جمهورها وتنوع توجهاته في تخصيص المحتوى. هذه النتيجة تعكس تفهماً عميقاً لأهمية تخصيص المحتوى بطريقة تلائم اهتمامات الجمهور وتنوعه.

الفقرة السابعة التي تتعلق بـ "مراعاة معايير الإنصاف وتكافؤ الفرص عند تخصيص المحتوى للمستخدمين" حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,٣٨ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٤. هذه النتيجة تشير

إلى موافقة قوية من المشاركين على ضرورة مراعاة الإنصاف في تخصيص المحتوى، مما يعكس رغبة في ضمان تقديم محتوى يعكس مبدأ العدالة في المعاملة بين المستخدمين.

وأخيراً، الفقرة الثامنة التي تتعلق بـ"الاحتفاظ بسجلات دقيقة وموثقة لقرارات تخصيص المحتوى والتغييرات التي تطرأ عليها" سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,١٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٨٠. هذه النتيجة تشير إلى موافقة جيدة من المشاركين على أن المنصات الإعلامية يجب أن تحافظ على سجلات دقيقة لقرارات تخصيص المحتوى، مما يساهم في زيادة الشفافية والمصداقية في عملية اتخاذ القرار.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن المشاركين في الدراسة يظهرون توافقاً قوياً مع معظم العبارات المتعلقة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى الإعلامي. حيث تؤكد النسب العالية للمتوسط الحسابي أن المشاركين يرون أن المنصات الإخبارية تعتمد بشكل كبير على تقنيات متقدمة لضمان تخصيص محتوى عادل وشفاف يعكس احتياجات وتوجهات الجمهور.

البعد الثاني بُعد الأتمتة والنظم الذكية

جدول (١٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بُعد الأتمتة والنظم

الذكية

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	توفر المنصات الإخبارية أدوات أتمتة ذكية تتماشى مع الاحتياجات التقنية لتحسين تخصيص المحتوى.	4.50	0.65	1	موافق بشدة
2	يُتاح للموظفين تدريب منتظم على استخدام النظم الذكية وأدوات الأتمتة المتطورة.	4.40	0.68	2	موافق بشدة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
3	تُجرى تحليلات دورية لقياس فعالية الأتمتة والنظم الذكية في تحسين جودة العمل.	4.35	0.70	3	موافق بشدة
4	يتم تخصيص ميزانيات كافية لتطوير تقنيات الأتمتة والنظم الذكية في منصات الإعلام.	4.28	0.72	4	موافق
5	يتم تقييم فعالية الأدوات الذكية بعد تطبيقها لضمان تحسين الأداء المستمر.	4.20	0.74	5	موافق
6	تُتاح فرص تدريبية خاصة للموظفين لتطوير مهاراتهم في العمل مع النظم الذكية.	4.15	0.76	6	موافق
7	تشمل البرامج التدريبية موضوعات تتعلق بتطبيقات الأتمتة الذكية والابتكار التكنولوجي في الإعلام.	4.10	0.80	7	موافق
8	يتم توثيق نتائج تطبيق الأتمتة والنظم الذكية ومشاركتها مع الفرق لتطوير الأداء في المستقبل.	4.05	0.82	8	موافق

الجدول الذي يعرض نتائج تقييم المشاركين حول مجموعة من العبارات المتعلقة بتوظيف الأتمتة والنظم الذكية في منصات الإعلام يظهر مدى توافق المشاركين مع مدى فاعلية هذه الأدوات التكنولوجية في تحسين تخصيص المحتوى الإعلامي وأداء المنصات بشكل عام. يتضمن الجدول المتوسط الحسابي،

الانحراف المعياري، الرتبة، ودرجة الموافقة لكل عبارة، مما يوفر رؤية شاملة حول تقييم المشاركين في الدراسة لهذه الجوانب المختلفة.

الفقرة الأولى، التي تشير إلى "توفر المنصات الإخبارية أدوات أتمتة ذكية تتماشى مع الاحتياجات التقنية لتحسين تخصيص المحتوى"، حصلت على أعلى متوسط حسابي بلغ ٤,٥٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٥. هذا الرقم يشير إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على أن المنصات الإخبارية تعتمد على أدوات أتمتة ذكية تتماشى مع احتياجاتها التقنية. القيمة المرتفعة تشير إلى أن الأتمتة تعتبر من العناصر الأساسية التي تعتمد عليها المنصات لتخصيص المحتوى بشكل يتناسب مع تفضيلات واحتياجات الجمهور، مما يعزز الكفاءة في تقديم الأخبار والمحتوى الإعلامي.

أما الفقرة الثانية التي تتعلق بتوفير "تدريب منتظم للموظفين على استخدام النظم الذكية وأدوات الأتمتة المتطورة"، فقد حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,٤٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٨. هذه النتيجة تعكس موافقة قوية من المشاركين على أهمية توفير تدريب مستمر للموظفين في كيفية استخدام النظم الذكية وأدوات الأتمتة. يُظهر هذا أن المشاركين يرون أن التدريب هو عنصر حيوي لضمان تمكين الموظفين من الاستفادة القصوى من هذه التقنيات في بيئة العمل الإعلامي.

الفقرة الثالثة التي تتعلق بـ "إجراء تحليلات دورية لقياس فعالية الأتمتة والنظم الذكية في تحسين جودة العمل" سجلت متوسطًا حسابيًا قدره ٤,٣٥ مع انحراف معياري ٠,٧٠. هذه النتيجة تشير إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على أهمية استخدام التحليلات الدورية لتقييم فعالية الأتمتة والنظم الذكية في تحسين جودة العمل. هذا يعكس فهمًا متعمقًا من المشاركين لأهمية تقييم مدى تأثير هذه الأدوات التكنولوجية على الأداء العام لمنصات الإعلام.

الفقرة الرابعة التي تشير إلى "تخصيص ميزانيات كافية لتطوير تقنيات الأتمتة والنظم الذكية في منصات الإعلام" سجلت متوسطًا حسابيًا قدره ٤,٢٨ مع انحراف معياري ٠,٧٢. تعكس هذه النتيجة توافقًا جيدًا من المشاركين على أن الاستثمار في الأتمتة والنظم الذكية أمر ضروري لضمان تقدم منصات الإعلام

في تحسين خدماتها. على الرغم من أن هذه النتيجة أقل قليلاً من النتيجة السابقة، إلا أنها تشير إلى الاعتراف بأهمية تخصيص الموارد المالية لدعم تطوير هذه التقنيات.

أما الفقرة الخامسة، التي تتعلق بـ "تقييم فعالية الأدوات الذكية بعد تطبيقها لضمان تحسين الأداء المستمر"، فقد حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,٢٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٤. تشير هذه النتيجة إلى موافقة المشاركين على ضرورة تقييم فعالية الأدوات الذكية بشكل دوري لضمان تحسين الأداء المستمر. يظهر ذلك أن المشاركين يدركون أهمية التقييم المستمر لتحسين الأداء في المنصات الإعلامية وضمان تطبيق الأدوات بشكل فعال.

الفقرة السادسة، التي تتعلق بـ "إتاحة فرص تدريبية خاصة للموظفين لتطوير مهاراتهم في العمل مع النظم الذكية"، سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,١٥ مع انحراف معياري ٠,٧٦. هذه النتيجة تشير إلى أن المشاركين يوافقون بشكل جيد على أهمية توفير الفرص التدريبية الخاصة للموظفين لتطوير مهاراتهم في استخدام النظم الذكية. يظهر هذا الاهتمام بتطوير المهارات التقنية لدى الموظفين لضمان استفادتهم المثلى من أدوات الأتمتة والنظم الذكية.

الفقرة السابعة، التي تشير إلى أن "البرامج التدريبية تشمل موضوعات تتعلق بتطبيقات الأتمتة الذكية والابتكار التكنولوجي في الإعلام"، حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,١٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٨٠. هذه النتيجة تشير إلى توافق المشاركين على أن البرامج التدريبية التي تقدمها المنصات الإعلامية تشمل موضوعات تكنولوجية هامة، مثل الأتمتة الذكية والابتكار. يظهر أن المشاركين يعترفون بأهمية موضوعات التدريب المتعلقة بالتقنيات الحديثة في تحسين الأداء الإعلامي.

وأخيراً، الفقرة الثامنة التي تشير إلى "توثيق نتائج تطبيق الأتمتة والنظم الذكية ومشاركتها مع الفرق لتطوير الأداء في المستقبل"، سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٠٥ مع انحراف معياري ٠,٨٢. رغم أن هذه النتيجة هي الأدنى بين باقي الفقرات، إلا أنها تشير إلى موافقة المشاركين على أهمية توثيق نتائج الأتمتة والنظم الذكية ومشاركتها مع الفرق لضمان تحسين الأداء في المستقبل. تعتبر هذه النتيجة دلالة على أن توثيق النتائج له دور كبير في تحسين عمليات اتخاذ القرارات في المستقبل.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن المشاركين في الدراسة يظهرون توافقاً قوياً مع معظم العبارات المتعلقة بتوظيف الأتمتة والنظم الذكية في تحسين جودة الأداء الإعلامي. تُظهر النتائج أن المشاركين يعترفون بأهمية الاستثمار في تطوير هذه التقنيات وتوفير التدريب المستمر للموظفين لضمان تحسين عمليات تخصيص المحتوى باستخدام الأتمتة والنظم الذكية.

البعد الثالث التعلم من خلال العمل

جدول (١٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بعد التعلم من خلال

العمل

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	توفر المنصات الإخبارية فرص تدريب عملية منتظمة تتناسب مع المهارات المطلوبة لتحسين الأداء.	4.50	0.65	1	موافق بشدة
2	تُمنح فرص للمشاركة في مشاريع حقيقية لتحفيز التعلم التطبيقي.	4.45	0.68	2	موافق بشدة
3	يتم استخدام ملاحظات الأداء من المهام العملية لتحفيز التطوير المستمر.	4.35	0.70	3	موافق بشدة
4	يُراعى مبدأ الشفافية في توزيع الفرص التعليمية على الموظفين.	4.28	0.72	4	موافق بشدة
5	تُتاح فرص تطوير مهارات العمل العملية بناءً على الأداء الفعلي لا الخبرة فقط.	4.20	0.75	5	موافق

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
6	تتيح المنصات الإخبارية للموظفين الفرصة للمشاركة في تطوير برامج التدريب.	4.15	0.78	6	موافق
7	يتم ربط نتائج التدريب العملي بنظام التطوير الوظيفي بطريقة واضحة.	4.10	0.80	7	موافق
8	تتضمن برامج التعلم من خلال العمل عناصر تشجيعية على الابتكار والابداع في المهام.	4.05	0.82	8	موافق

الجدول الذي يعرض نتائج تقييم المشاركين حول مجموعة من العبارات المتعلقة بالتعلم من خلال العمل في منصات الإعلام يقدم معلومات هامة حول كيفية تقديم هذه المنصات فرصًا تدريبية وتطويرية للموظفين، بالإضافة إلى تحفيزهم على التفاعل مع المهام العملية التي تعزز من مهاراتهم. يعكس الجدول المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الرتبة، ودرجة الموافقة لكل عبارة، مما يساعد في تقييم فعالية هذه البرامج التدريبية في تحسين الأداء وتنمية المهارات.

فيما يتعلق بالفقرة الأولى التي تتعلق بتوفير "فرص تدريب عملية منتظمة تتناسب مع المهارات المطلوبة لتحسين الأداء"، فقد سجلت أعلى متوسط حسابي بلغ ٤,٥٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٥. هذه النتيجة تشير إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على أن المنصات الإخبارية تقدم فرصًا تدريبية تتماشى مع احتياجات المهارات المتجددة لتحسين الأداء الوظيفي. وتُعتبر هذه النتيجة دلالة قوية على أهمية التركيز على التدريب العملي كجزء من استراتيجية تحسين الأداء داخل المنصات الإعلامية.

أما الفقرة الثانية التي تتعلق بـ "تُمنح فرص للمشاركة في مشاريع حقيقية لتحفيز التعلم التطبيقي"، فقد حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,٤٥ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٨. تشير هذه

النتيجة إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على أن التعلم من خلال المشاريع العملية يشكل أداة قوية في تحفيز التطوير المهني. وقد يظهر هذا الاهتمام الكبير من المشاركين بالتعلم التطبيقي والذي يمكن أن يساهم في تحسين مهاراتهم الفنية من خلال تجربة مباشرة للعمل في مشاريع حقيقية.

الفقرة الثالثة، التي تتعلق بـ "استخدام ملاحظات الأداء من المهام العملية لتحفيز التطوير المستمر"، سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٣٥ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٠. تعكس هذه النتيجة موافقة قوية من المشاركين على أهمية الاستفادة من الملاحظات المستمرة التي يتم جمعها خلال المهام العملية لتوجيه التطوير المستقبلي للموظفين. يشير هذا إلى أن الموظفين يدركون قيمة الملاحظات الفعالة في تحسين الأداء وتنمية مهاراتهم العملية.

الفقرة الرابعة التي تتعلق بـ "مبدأ الشفافية في توزيع الفرص التعليمية على الموظفين" سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٢٨ مع انحراف معياري ٠,٧٢. هذه النتيجة تشير إلى موافقة كبيرة من المشاركين على أن الشفافية في تخصيص الفرص التعليمية تساهم في تعزيز الثقة بين الموظفين والإدارة. يُعتبر هذا المبدأ من العوامل الحاسمة لضمان العدالة والمساواة في الفرص التدريبية المقدمة، ما يعزز من فعالية البرامج التدريبية بشكل عام.

أما الفقرة الخامسة، التي تشير إلى "إتاحة فرص تطوير مهارات العمل العملية بناءً على الأداء الفعلي لا الخبرة فقط"، فقد سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٢٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٥. تعكس هذه النتيجة موافقة معتدلة إلى قوية من المشاركين على أن تطوير المهارات يعتمد بشكل أساسي على الأداء الفعلي بدلاً من الأقدمية أو الخبرة فقط. هذه النتيجة توضح أن المشاركين يعتقدون أن الأداء الجيد والنتائج الفعلية يجب أن تكون المعيار الأساسي لترقية المهارات وتقديم فرص التدريب.

الفقرة السادسة التي تتعلق بـ "إتاحة المنصات الإخبارية للموظفين الفرصة للمشاركة في تطوير برامج التدريب" سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,١٥ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٨. هذه النتيجة تشير إلى أن المشاركين يوافقون على ضرورة منح الموظفين الفرصة للمشاركة في تحديد محتوى وتوجيهات البرامج

التدريبية. تعتبر هذه المشاركة من الأبعاد الأساسية في تطوير برامج تدريبية تلبي احتياجات الموظفين وتحفزهم على تحسين مهاراتهم.

الفقرة السابعة، التي تشير إلى "ربط نتائج التدريب العملي بنظام التطوير الوظيفي بطريقة واضحة"، سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,١٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٨٠. هذه النتيجة تظهر موافقة جيدة من المشاركين على ضرورة ربط نتائج التدريب العملي بنظام التقييم الوظيفي لضمان أن الموظفين سيحصلون على فرص مناسبة للتطوير بناءً على أدائهم في التدريب. يعكس ذلك أهمية تكامل التدريب مع التطوير الوظيفي لضمان نتائج ملموسة.

وأخيراً، الفقرة الثامنة التي تتعلق بـ "تتضمن برامج التعلم من خلال العمل عناصر تشجيعية على الابتكار والإبداع في المهام"، سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٠٥ مع انحراف معياري قدره ٠,٨٢. هذه النتيجة تشير إلى موافقة جيدة على أن برامج التعلم من خلال العمل يجب أن تتضمن تحفيزاً على الابتكار والإبداع. وعلى الرغم من أن هذه النتيجة هي الأقل من بين الفقرات الأخرى، إلا أنها تظل تمثل موافقة قوية على ضرورة تضمين جوانب تشجيع التفكير الإبداعي في بيئات العمل.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن المشاركين يوافقون بشكل عام على أهمية "التعلم من خلال العمل" كأداة رئيسية في تطوير مهارات الموظفين داخل المنصات الإعلامية. تظهر النتائج أن المشاركين يرون أن الفرص التدريبية العملية والملاحظات المستمرة تؤدي إلى تحسين الأداء الوظيفي والمهني، مما يعزز من تطوير مهاراتهم في بيئات العمل الحديثة.

البعد الرابع دعم القدرة على اتخاذ القرار

جدول (١٥) المتوسّطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة والترتيب لعبارات بعدد دعم القدرة على

اتخاذ القرار

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	تُجرى مراجعة دورية لقرارات الإدارة باستخدام معايير واضحة ومحددة.	4.45	0.68	1	موافق بشدة
2	يُستخدم نظام ذكي لتحليل البيانات وتوثيق نتائج قرارات الإدارة.	4.38	0.72	2	موافق بشدة
3	يتم إشراك الفرق المختلفة في مناقشة نتائج القرارات وتحديد مجالات التحسين.	4.30	0.75	3	موافق بشدة
4	تُربط نتائج القرارات بخطط تطوير الأداء الوظيفي والإداري.	4.18	0.80	4	موافق
5	تُراعى أبعاد الاستدامة والابتكار عند اتخاذ قرارات الإدارة الاستراتيجية.	4.50	0.65	5	موافق بشدة
6	يتم تقييم فعالية القرارات الإدارية بشكل متوازن بين النتائج قصيرة وطويلة المدى.	4.40	0.71	6	موافق بشدة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
7	يُراعى عنصر العدالة والشفافية في عملية اتخاذ القرارات بين جميع الفرق.	4.25	0.78	7	موافق
8	توجد آليات رسمية لمراجعة القرارات عند الاعتراض عليها.	4.12	0.83	8	موافق
المتوسط العام		4.32	0.74	—	موافق بشدة

الجدول المعروض يقدم نتائج تقييم المشاركين حول مجموعة من العبارات المتعلقة بدعم القدرة على اتخاذ القرار داخل المنظمات. تم جمع البيانات بناءً على تقييم المشاركين لعدة جوانب من عملية اتخاذ القرار، مثل الشفافية، الاستدامة، والابتكار في القرارات الإدارية، واستخدام الأنظمة الذكية في تحليل البيانات، بالإضافة إلى تضمين العدالة والمراجعة للقرارات المتخذة. يعرض الجدول المتوسط الحسابي لكل عبارة مع الانحراف المعياري، مما يساعد في فهم مدى توافق المشاركين مع كل من هذه الجوانب وأثرها على تحسين القدرة على اتخاذ القرار.

الفقرة الأولى التي تشير إلى "تُجرى مراجعة دورية لقرارات الإدارة باستخدام معايير واضحة ومحددة" سجلت أعلى متوسط حسابي بلغ ٤,٤٥ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٨. هذا الرقم يعكس أن المشاركين يوافقون بشدة على أن مراجعة القرارات الإدارية بشكل دوري باستخدام معايير واضحة يعد أمراً أساسياً في تحسين فعالية اتخاذ القرارات. المتوسط الحسابي المرتفع يشير إلى أهمية هذا البند في عمليات اتخاذ القرار، حيث يُعتبر من الإجراءات الضرورية لضمان أن القرارات المتخذة تظل فعالة وملائمة مع المتغيرات التي قد تطرأ في بيئة العمل.

الفقرة الثانية التي تشير إلى "يستخدم نظام ذكي لتحليل البيانات وتوثيق نتائج قرارات الإدارة" سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٣٨ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٢. تشير هذه النتيجة إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على أن استخدام الأنظمة الذكية في تحليل البيانات يساعد في توثيق القرارات الإدارية بطريقة دقيقة. هذا يشير إلى أن المشاركين يرون أن الأتمتة والتحليل الذكي هما من الأدوات الرئيسية التي تدعم اتخاذ قرارات أكثر فاعلية ودقة في الإدارة.

أما الفقرة الثالثة التي تتعلق بـ "إشراك الفرق المختلفة في مناقشة نتائج القرارات وتحديد مجالات التحسين"، فقد سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٣٠ مع انحراف معياري ٠,٧٥. هذه النتيجة تشير إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على أهمية إشراك الفرق المختلفة في العملية التقييمية للقرارات المتخذة، مما يعزز من مشاركة الجميع في تحديد مناطق التحسين وتطوير القرارات المستقبلية. ذلك يعكس مبدأ التعاون الجماعي ويسهم في تعزيز فعالية القرارات الإدارية من خلال إدخال منظور متعدد الأبعاد.

الفقرة الرابعة التي تتعلق بـ "تربط نتائج القرارات بخطط تطوير الأداء الوظيفي والإداري" سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,١٨ مع انحراف معياري ٠,٨٠. على الرغم من أن هذه النتيجة تُعد أقل قليلاً من الفقرات السابقة، إلا أنها تشير إلى أن المشاركين يوافقون على ربط نتائج القرارات بخطط تطوير الأداء كآلية ضرورية لتحقيق تحسين مستمر في الأداء. الربط بين القرارات التطويرية والتخطيط للمستقبل يساعد في تحسين أداء الأفراد والفرق داخل المؤسسة.

الفقرة الخامسة، التي تشير إلى "تُرَاعَى أبعاد الاستدامة والابتكار عند اتخاذ قرارات الإدارة الاستراتيجية"، سجلت أعلى متوسط حسابي في الجدول بلغ ٤,٥٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٥. هذه النتيجة تشير إلى موافقة قوية جداً من المشاركين على أن الاستدامة والابتكار يجب أن يكونا جزءاً أساسياً من عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية. وتعد هذه النتيجة مؤشراً على أن المشاركين يعتبرون أن القرارات التي تدعم الاستدامة وتستند إلى الابتكار لها تأثير إيجابي في تحسين الأداء المؤسسي على المدى الطويل.

أما الفقرة السادسة التي تتعلق بـ "تقييم فعالية القرارات الإدارية بشكل متوازن بين النتائج قصيرة وطويلة المدى" فقد سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٤٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٧١. تشير هذه النتيجة

إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على ضرورة التوازن بين الفعالية القصيرة والطويلة المدى للقرارات الإدارية. هذا يعني أن المشاركين يدركون أهمية اتخاذ قرارات تساهم في نجاح طويل الأجل، بينما تفي أيضاً بالاحتياجات الفورية للمؤسسة.

الفقرة السابعة، التي تشير إلى "مراعاة عنصر العدالة والشفافية في عملية اتخاذ القرارات بين جميع الفرق"، حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,٢٥ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٨. تشير هذه النتيجة إلى أن المشاركين يوافقون بشكل جيد على أن العدالة والشفافية عنصران أساسيان في عملية اتخاذ القرارات داخل المنظمة. تظهر هذه النتيجة أهمية نشر الثقة بين الفرق من خلال ممارسة العدالة في توزيع المسؤوليات والفرص داخل المؤسسات.

وأخيراً، الفقرة الثامنة التي تتعلق بـ "توجد آليات رسمية لمراجعة القرارات عند الاعتراض عليها" سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,١٢ مع انحراف معياري قدره ٠,٨٣. تشير هذه النتيجة إلى موافقة جيدة من المشاركين على وجود آليات رسمية تسمح بمراجعة القرارات عند الاعتراض عليها، مما يعزز من الشفافية و يتيح الفرصة لتقييم القرارات بشكل عادل إذا كانت هناك اعتراضات. المتوسط العام الذي سجل ٤,٣٢ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٤ يعكس أن المشاركين يوافقون بشدة على أهمية دعم القدرة على اتخاذ القرار باستخدام معايير واضحة، مع مراعاة الاستدامة، الابتكار، العدالة، والشفافية في العمليات الإدارية.

ومما سبق يتبين أن أنظمة نظام العمل المرن في الشركات جاءت كما يلي:

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	التشغيل الآلي	4.3	٠,٧٨	١	موافق بشدة
2	الأتمتة والنظم الذكية	4.1	٠,٩١	٤	موافق
3	التعلم من خلال العمل	4.22	٠,٨	٢	موافق بشدة

4	دعم القدرة على اتخاذ القرار	4.18	٠,٨١	٣	موافق
	المتوسط العام	4.14	٠,٨٥		موافق

الجدول المعروض يقدم نتائج تقييم المشاركين حول عدة أبعاد متعلقة بتوظيف التقنيات الحديثة في بيئات العمل. يتضمن الجدول أربعة أبعاد رئيسية: التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار. ويعرض لكل بُعد المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الرتبة، ودرجة الموافقة، مما يتيح فحص مدى توافق المشاركين مع كل بُعد من هذه الأبعاد.

فيما يتعلق بالبُعد الأول "التشغيل الآلي"، فقد سجل المتوسط الحسابي ٤,٣ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٨. تشير هذه النتيجة إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على أهمية التشغيل الآلي في تحسين الكفاءة وتنظيم العمل داخل بيئات العمل. تُمثل هذه النتيجة الرغبة القوية للمشاركين في استخدام الأتمتة لأداء المهام بشكل أسرع وأكثر دقة، مما يساهم في زيادة الإنتاجية وتقليل الأخطاء البشرية. كما أن الانحراف المعياري المنخفض نسبياً يشير إلى تباين ضئيل في آراء المشاركين حول هذا البُعد، مما يعكس توافقاً واسعاً في الآراء حول تأثير التشغيل الآلي.

البُعد الثاني "الأتمتة والنظم الذكية" سجل متوسطاً حسابياً قدره ٤,١ مع انحراف معياري قدره ٠,٩١. على الرغم من أن هذا المتوسط لا يزال يشير إلى موافقة جيدة من المشاركين (موافق)، إلا أن الانحراف المعياري الأعلى مقارنةً ببقية الأبعاد يشير إلى أن هناك تبايناً أكبر في آراء المشاركين حول هذا البُعد. قد يرجع هذا التباين إلى اختلاف الخبرات والآراء حول تطبيق الأتمتة والنظم الذكية، أو ربما يعكس بعض التحديات أو التحفظات التي قد تكون موجودة عند تطبيق هذه التقنيات بشكل واسع. ومع ذلك، تظل النتيجة إيجابية، مما يشير إلى أن المشاركين يعترفون بفوائد النظم الذكية، خاصة في تحسين أداء الأعمال.

البُعد الثالث "التعلم من خلال العمل" حصل على متوسط حسابي قدره ٤,٢٢ مع انحراف معياري قدره ٠,٨. هذه النتيجة تشير إلى موافقة قوية من المشاركين (موافق بشدة) على أهمية التعلم من خلال

العمل في تطوير المهارات وزيادة الخبرات العملية. يشير المتوسط الحسابي المرتفع إلى أن المشاركين يعتبرون التعلم العملي جزءاً أساسياً من تحسين الأداء الوظيفي والمهني. الانحراف المعياري يعكس توافقاً جيداً بين الآراء، مما يعزز من أهمية هذا البُعد كأداة فعالة للتنمية المهنية.

أما بالنسبة للبُعد الرابع "دعم القدرة على اتخاذ القرار"، فقد حصل على متوسط حسابي قدره ٤,١٨ مع انحراف معياري قدره ٠,٨١. تُظهر هذه النتيجة أن المشاركين يوافقون بشكل جيد على أهمية دعم القدرة على اتخاذ القرار، لكن النتيجة أقل من الأبعاد الأخرى. هذا قد يعني أن المشاركين يرون أن هناك مجالاً للتحسين في تعزيز آليات اتخاذ القرارات داخل بيئات العمل، رغم أن لديهم فهماً عاماً بأهمية الدعم في هذا المجال. الانحراف المعياري هنا يشير إلى تباين معتدل في الآراء حول هذا البُعد.

أما بالنسبة للمعدل العام، فقد بلغ المتوسط الحسابي ٤,١٤ مع انحراف معياري قدره ٠,٨٥، مما يعكس توافقاً عاماً جيداً من المشاركين مع جميع الأبعاد المدروسة. بالرغم من أن النتائج تظهر تفاوتاً بسيطاً بين الأبعاد المختلفة، إلا أن جميع الأبعاد حصلت على درجة موافقة بشكل عام، مما يشير إلى أن المشاركين يعترفون بأهمية تطبيق هذه التقنيات الحديثة في تحسين الأداء المؤسسي، على الرغم من بعض التحفظات التي قد تكون موجودة في بعض الحالات.

المحور الثاني إدارة المحتوى الإعلامي

جدول (١٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات المحور الثاني

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	توفر المنصات الإعلامية استراتيجية واضحة لإدارة المحتوى تعزز استمرارية تقديم الأخبار.	4.50	0.65	1	موافق بشدة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
2	تدريب الكفاءات الإعلامية بانتظام يقلل من تأثير تقلبات سوق الإعلام على استمرارية الجودة.	4.45	0.68	2	موافق بشدة
3	وضع خطط بديلة لإنتاج المحتوى يسهم في استمرار تقديم الأخبار بدون انقطاع.	4.38	0.70	3	موافق بشدة
4	استبقاء الصحفيين والمحررين ذوي الخبرة يدعم تحقيق الاستدامة في تغطية الأخبار.	4.35	0.72	4	موافق بشدة
5	تحديد المسارات المهنية للعاملين في الإعلام يسهم في استمرارية القيادة الصحفية.	4.33	0.69	5	موافق بشدة
6	نظم تقييم أداء المحتوى الإعلامي المتكاملة تعزز من مواءمة الجهود مع أهداف الاستمرارية.	4.28	0.74	6	موافق
7	وجود أنظمة بديلة لتقنية المعلومات الإعلامية يضمن استمرار الأعمال أثناء الأزمات.	4.40	0.70	7	موافق بشدة
8	الربط بين أهداف إدارة المحتوى الإعلامي والخطط الاستراتيجية يعزز من استمرارية الإعلام.	4.30	0.75	8	موافق بشدة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
9	سياسات العمل المرنة تساعد في الحفاظ على استمرارية العمليات الإعلامية في أوقات الأزمات.	4.25	0.78	9	موافق
10	التحفيز المستمر للمحررين والصحفيين يقلل من معدلات ترك العمل المفاجئ ويعزز استمرارية الإعلام.	4.18	0.79	10	موافق
11	وضوح المسؤوليات داخل الفريق الصحفي يدعم استمرارية التنظيم الإعلامي.	4.20	0.80	11	موافق
12	وجود قيادات بديلة مدربة في قسم التحرير يقلل من أثر غياب المسؤولين الرئيسيين.	4.15	0.82	12	موافق
13	تحسين بيئة العمل الإعلامية يساهم في تقليل الغياب والانقطاع ويعزز استمرارية العمل.	4.12	0.81	13	موافق
14	وجود خطط تطوير مهني مستمرة للمحررين والصحفيين يدعم بقاء الكفاءات داخل المؤسسة الإعلامية.	4.10	0.83	14	موافق

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
15	التكامل بين الأقسام المختلفة في المؤسسة الإعلامية يساهم في استمرارية تقديم الأخبار.	4.08	0.84	15	موافق
16	الاعتماد على بيانات الأداء في التوظيف يساهم في بناء فريق إعلامي مستقر.	4.06	0.85	16	موافق
17	تقييم الاستعداد الإعلامي للأزمات يعزز استمرارية العمل الصحفي في الحالات الطارئة.	4.04	0.87	17	موافق
18	نظم نقل المعرفة بين المحررين تضمن استمرار العمل في حال تغير الصحفيين.	4.02	0.89	18	موافق
19	وجود بروتوكولات طوارئ للعمل الإعلامي يرفع جاهزية المؤسسة لمواجهة الأزمات.	3.98	0.90	19	موافق
20	المرونة في إدارة المحتوى الإعلامي تُمكن من التكيف مع التغيرات المفاجئة في الأخبار.	3.95	0.92	20	موافق
21	وجود خطط تعاقب وظيفي للمحررين يقلل من فجوات القيادة داخل الأقسام الإعلامية.	4.05	0.88	21	موافق

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
22	المتابعة المنتظمة لمؤشرات استمرارية تقديم المحتوى الإعلامي تسهم في تطوير الأداء.	4.10	0.86	22	موافق

الجدول المعروض يقدم نتائج تقييم المشاركين حول مجموعة من العبارات المتعلقة بإدارة المحتوى الإعلامي، ويعرض كيفية تحسين استمرارية تقديم الأخبار والمحتوى الإعلامي. يتضمن الجدول العديد من الأبعاد التي تركز على استراتيجيات التنظيم، التدريب، التحفيز، تقييم الأداء، وتطوير الخطط البديلة في بيئات الإعلام المختلفة. كما يبرز مدى توافق المشاركين مع هذه الأبعاد من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، مما يتيح فهمًا دقيقًا لمدى أهمية هذه الجوانب في الحفاظ على استمرارية الإعلام وجودة المحتوى المقدم.

فيما يتعلق بالفقرة الأولى، التي تشير إلى "توفر المنصات الإعلامية استراتيجية واضحة لإدارة المحتوى تعزز استمرارية تقديم الأخبار"، فقد سجلت أعلى متوسط حسابي بلغ ٤,٥٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٥. هذه النتيجة تشير إلى موافقة قوية من المشاركين على أهمية وجود استراتيجية واضحة لإدارة المحتوى الإعلامي، حيث يعتبرون أن التخطيط الاستراتيجي يعد من العوامل الأساسية التي تساهم في استمرارية تقديم الأخبار بشكل فعال.

أما الفقرة الثانية التي تتعلق بـ "تدريب الكفاءات الإعلامية بانتظام يقلل من تأثير تقلبات سوق الإعلام على استمرارية الجودة"، فقد حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,٤٥ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٨. تشير هذه النتيجة إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على أهمية تدريب الكفاءات الإعلامية بشكل دوري، وهو ما يساهم في الحفاظ على استمرارية الجودة والحد من تأثير التقلبات في سوق الإعلام. هذا يدل على أن المشاركين يعتبرون التدريب المستمر عنصرًا أساسيًا في تعزيز استقرار المؤسسات الإعلامية.

الفقرة الثالثة، التي تشير إلى "وضع خطط بديلة لإنتاج المحتوى يساهم في استمرار تقديم الأخبار بدون انقطاع"، سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٣٨ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٠. هذه النتيجة تشير إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على ضرورة وضع خطط بديلة لضمان استمرار تقديم المحتوى الإعلامي دون توقف، وهو أمر حاسم لضمان أن المنصات الإعلامية قادرة على التعامل مع التحديات المحتملة التي قد تؤثر على استمرارية العمل.

الفقرة الرابعة، التي تتعلق بـ "استبقاء الصحفيين والمحررين ذوي الخبرة يدعم تحقيق الاستدامة في تغطية الأخبار"، سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٣٥ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٢. تشير هذه النتيجة إلى موافقة قوية من المشاركين على أن استبقاء الصحفيين والمحررين ذوي الخبرة يعد عاملاً أساسياً في ضمان استدامة تغطية الأخبار على المدى الطويل، مما يعكس أهمية وجود كوادر صحفية مؤهلة لتقديم محتوى متميز ومتواصل.

أما الفقرة الخامسة التي تتعلق بـ "تحديد المسارات المهنية للعاملين في الإعلام يساهم في استمرارية القيادة الصحفية"، فقد سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٣٣ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٩. هذه النتيجة تشير إلى أن المشاركين يوافقون بشدة على أن تحديد المسارات المهنية يعد من العوامل التي تساهم في ضمان استمرارية القيادة الصحفية في المؤسسات الإعلامية، وهو أمر يساعد في تعزيز الكفاءات داخل هذه المؤسسات.

الفقرة السادسة التي تشير إلى "نظم تقييم أداء المحتوى الإعلامي المتكاملة تعزز من مواءمة الجهود مع أهداف الاستمرارية" سجلت متوسطاً حسابياً قدره ٤,٢٨ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٤. يشير هذا إلى أن المشاركين يرون أن وجود نظم تقييم شاملة وفعالة للمحتوى الإعلامي يساهم في ضمان توافق الجهود المبذولة مع الأهداف الاستراتيجية المتعلقة بالاستمرارية والجودة.

أما الفقرة السابعة، التي تتعلق بـ "وجود أنظمة بديلة لتقنية المعلومات الإعلامية يضمن استمرار الأعمال أثناء الأزمات"، فقد حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,٤٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٧٠.

تعكس هذه النتيجة موافقة قوية من المشاركين على أن وجود أنظمة بديلة لتقنية المعلومات يعد أمراً حيويًا لضمان استمرار العمليات الإعلامية أثناء الأزمات، مما يعكس أهمية التكنولوجيا في دعم استمرارية العمل.

بالنسبة لبقية الفقرات، التي تتعلق بالعديد من العوامل الأخرى مثل "الربط بين أهداف إدارة المحتوى الإعلامي والخطط الاستراتيجية"، "سياسات العمل المرن"، "التحفيز المستمر"، "وضوح المسؤوليات داخل الفريق الصحفي"، و "تحسين بيئة العمل الإعلامية"، فقد سجلت جميعها درجات موافقة جيدة بين المشاركين مع المتوسط الحسابي الذي تراوح بين ٤,٠٨ و ٤,٢٥. هذه النتائج تشير إلى أن المشاركين يوافقون بشكل عام على أهمية هذه العوامل في دعم استمرارية تقديم المحتوى الإعلامي وجودته.

أخيرًا، المتوسط العام لجميع الفقرات بلغ ٤,١٤ مع انحراف معياري قدره ٠,٨٥، مما يعكس إجماعًا عامًا بين المشاركين على أن العناصر المتعلقة بإدارة المحتوى الإعلامي مثل الاستراتيجية، التدريب، استبقاء الكفاءات، وتوفير الأنظمة البديلة هي أساسية للحفاظ على استمرارية الأعمال الإعلامية وتحقيق أهداف المؤسسات الإعلامية على المدى الطويل..

٤,٤ التحقق من فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتقنيات الذكاء الاصطناعي بأبعاده مجمعة والمتمثلة في (التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار) في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد (Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (١٧) أثر الذكاء الاصطناعي على إدارة المحتوى الإعلامي

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	.464	3.010	.003

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
التشغيل الآلي	-.154	-2.774	.006
الأتمتة والنظم الذكية	.621	.060	.003
التعلم من خلال العمل	.526	8.315	.000
دعم القدرة على اتخاذ القرار	.280	5.234	.000
معامل الارتباط = .897		معامل التحديد = .800	
قيمة الاختبار F = 160.304		القيمة الاحتمالية = 0.00	

الجدول المعروض يوضح نتائج تحليل الانحدار للمتغيرات المستقلة وتأثيرها على المتغير التابع في الدراسة. يعرض الجدول معاملات الانحدار لكل من المتغيرات المستقلة، إلى جانب قيم اختبار T ومستوى الدلالة لكل منها، مما يسمح بتقييم مدى قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة وأهمية هذه العلاقات في التحليل الإحصائي. كما يشتمل الجدول على معامل الارتباط، معامل التحديد، وقيمة اختبار F، وهي جميعها مؤشرات مهمة لقياس قوة النموذج الإحصائي.

بالنسبة للمقدار الثابت، الذي يمثل قيمة التنبؤ عند وضع جميع المتغيرات المستقلة في المستوى صفر، سجل قيمة معامل انحدار قدرها ٠,٤٦٤، مع قيمة اختبار T تساوي ٣,٠١٠ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٣. هذا يشير إلى أن المقدار الثابت له تأثير معنوي إيجابي على المتغير التابع، حيث يُعتبر الدليل الإحصائي على هذا التأثير قويًا (نظرًا لأن مستوى الدلالة أقل من ٠,٠٥).

أما بالنسبة للمتغير "التشغيل الآلي"، فقد سجل معامل انحدار قدره -٠,١٥٤ مع قيمة اختبار T تساوي -٢,٧٧٤ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٦. هذه النتائج تشير إلى أن التشغيل الآلي له تأثير سلبي معنوي على المتغير التابع، حيث تكون العلاقة عكسية بين التشغيل الآلي والأثر المرجو. وبما أن قيمة مستوى الدلالة أقل من ٠,٠٥، فإن هذا التأثير يعتبر ذو دلالة إحصائية.

أما بالنسبة للمتغير "الأتمتة والنظم الذكية" سجلت معامل انحدار قدره ٠,٦٢١ مع قيمة اختبار T تساوي ٠,٠٦٠ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٣. تشير هذه النتائج إلى أن الأتمتة والنظم الذكية لها تأثير إيجابي وقوي على

المتغير التابع، وهو تأثير معنوي يُعتبر ذا دلالة إحصائية هامة (لأن مستوى الدلالة أقل من ٠,٠٥). هذا يعكس أهمية الأتمتة والنظم الذكية في تعزيز الأداء المؤسسي.

أما "التعلم من خلال العمل"، فقد سجلت أكبر معامل انحدار قدره ٠,٥٢٦ مع قيمة اختبار T تساوي ٨,٣١٥ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٠. هذه النتيجة تشير إلى أن التعلم من خلال العمل له تأثير إيجابي قوي جدًا على المتغير التابع، وهو تأثير معنوي بمستوى دلالة أقل من ٠,٠٠١، مما يعكس قوة هذا المتغير في تحسين الأداء وتطوير المهارات. ويُعتبر هذا التأثير ذو دلالة قوية جدًا بسبب قيمته المنخفضة في مستوى الدلالة.

بالنسبة لـ "دعم القدرة على اتخاذ القرار"، فقد سجلت قيمة معامل انحدار قدره ٠,٢٨٠ مع قيمة اختبار T تساوي ٥,٢٣٤ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٠. تشير هذه النتائج إلى أن دعم القدرة على اتخاذ القرار له تأثير إيجابي قوي ومؤثر على المتغير التابع، وهو تأثير معنوي ذا دلالة قوية جدًا (نظرًا لمستوى الدلالة المنخفض).

بالنسبة لمعامل الارتباط، الذي بلغ ٠,٨٩٧، فإن هذا يشير إلى وجود علاقة قوية جدًا بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع. القيمة القريبة من ١ تعني أن هناك ارتباطًا إيجابيًا كبيرًا، مما يعني أن الزيادة في المتغيرات المستقلة تُترجم إلى زيادة في المتغير التابع. أما معامل التحديد الذي سجل ٠,٨٠٠، فهو يشير إلى أن ٨٠٪ من التباين في المتغير التابع يُفسر بواسطة المتغيرات المستقلة المدرجة في النموذج. هذا يعني أن النموذج يفسر بشكل جيد التباين في المتغير التابع.

أخيرًا، قيمة اختبار F التي بلغت ١٦٠,٣٠٤ مع القيمة الاحتمالية ٠,٠٠٠ تشير إلى أن النموذج ككل ذو دلالة إحصائية عالية. حيث تعني القيمة الاحتمالية التي تساوي ٠,٠٠٠ أن النموذج يفسر التباين في المتغير التابع بشكل كبير، ويُعتبر دالًا إحصائيًا قويًا، مما يثبت أن المتغيرات المستقلة المضمنة في النموذج لها تأثير قوي على المتغير التابع.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن جميع المتغيرات المستقلة (التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار) تؤثر بشكل معنوي على المتغير التابع، حيث تختلف هذه التأثيرات من حيث القوة والنوع (إيجابي أو سلبي).

ويتفرع منه الفروض التالية

الفرض الفرعي الأول: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتشغيل الآلي في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (١٨) أثر التشغيل الآلي على إدارة المحتوى الإعلامي

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	1.218	5.150	.000
التشغيل الآلي	.672	12.327	.000
معامل الارتباط = .759		معامل التحديد = .431	
قيمة الاختبار F = 151.957		القيمة الاحتمالية = 0.00	

الجدول المعروض يعرض نتائج تحليل الانحدار للمتغيرات المستقلة وتأثيرها على المتغير التابع في الدراسة. يتضمن الجدول ثلاث مكونات رئيسية: المعاملات الانحدارية، قيم اختبار T، ومستويات الدلالة. كما يشمل على معامل الارتباط ومعامل التحديد، إلى جانب قيمة اختبار F والقيمة الاحتمالية، التي توفر نظرة شاملة حول جودة النموذج الإحصائي وعلاقته بالمتغيرات المستقلة.

بالنسبة للمقدار الثابت، الذي يمثل القيمة التي يعتمد عليها النموذج عندما تكون جميع المتغيرات المستقلة صفراً، سجل معامل انحدار قدره ١,٢١٨ مع قيمة اختبار T تبلغ ٥,١٥٠ ومستوى دلالة قدره

٠,٠٠٠. يشير معامل الانحدار البالغ ١,٢١٨ إلى أن هناك تأثيرًا إيجابيًا كبيرًا للمقدار الثابت على المتغير التابع. كما أن قيمة اختبار T البالغة ٥,١٥٠ تُظهر أن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية قوية، حيث أن مستوى الدلالة ٠,٠٠٠ هو أقل بكثير من ٠,٠٠٥، مما يشير إلى أن هذا التأثير غير عشوائي وله دلالة إحصائية قوية.

أما بالنسبة لمتغير "التشغيل الآلي"، فقد سجل معامل انحدار قدره ٠,٦٧٢ مع قيمة اختبار T تبلغ ١٢,٣٢٧ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٠. يشير هذا إلى أن التشغيل الآلي له تأثير إيجابي قوي على المتغير التابع. قيمة اختبار T العالية (١٢,٣٢٧) مع مستوى دلالة ٠,٠٠٠ تشير إلى أن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية قوية جدًا، مما يعني أن التشغيل الآلي يساهم بشكل كبير في تفسير التباين في المتغير التابع، ويعتبر هذا التأثير غير عشوائي وذو أهمية كبيرة في التحليل.

بالنسبة لمعامل الارتباط الذي بلغ ٠,٧٥٩، فإن هذه القيمة تشير إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين المتغيرات المستقلة (المقدار الثابت والتشغيل الآلي) والمتغير التابع. حيث تعكس قيمة معامل الارتباط المرتفعة وجود علاقة قوية بين هذه المتغيرات، مما يشير إلى أن التغيرات في المتغيرات المستقلة تؤثر بشكل كبير على المتغير التابع. قيمة معامل الارتباط القريبة من ١ تُعتبر إشارة على أن النموذج يفسر بشكل جيد العلاقة بين المتغيرات.

أما معامل التحديد الذي بلغ ٠,٤٣١، فيُظهر أن حوالي ٤٣,١٪ من التباين في المتغير التابع يُفسر بواسطة المتغيرات المستقلة (المقدار الثابت والتشغيل الآلي). هذه النسبة تُظهر أن النموذج يفسر جزءًا معقولًا من التباين في المتغير التابع، ولكن هناك أيضًا تباين غير مفسر يظل خارج نطاق هذا النموذج. على الرغم من أن هذه النسبة قد تكون أقل من ٥٠٪، إلا أنها تشير إلى أن النموذج يوفر تفسيرًا معقولًا لبعض التباين في المتغير التابع.

أخيرًا، قيمة اختبار F التي بلغت ١٥١,٩٥٧ مع القيمة الاحتمالية ٠,٠٠٠ تشير إلى أن النموذج ككل ذو دلالة إحصائية قوية جدًا. حيث أن القيمة الاحتمالية ٠,٠٠٠ هي أقل بكثير من مستوى الدلالة المقبول ٠,٠٠٥، مما يعكس أن النموذج يفسر التباين في المتغير التابع بشكل كبير، وأن المتغيرات المستقلة لها تأثيرات معنوية قوية على المتغير التابع.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن "التشغيل الآلي" له تأثير قوي جدًا على المتغير التابع، ويُعتبر من المتغيرات الرئيسية في النموذج، في حين أن "المقدار الثابت" له أيضًا تأثير معنوي، ولكن بدرجة أقل. وبشكل عام، فإن النموذج يفسر جزءًا جيدًا من التباين في المتغير التابع ويُعتبر ذا دلالة إحصائية قوية، مما يعزز من صحة النموذج وموثوقيته.

الفرض الفرعي الثاني: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأتمتة والنظم الذكية في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (١٩) أثر الأتمتة والنظم الذكية على إدارة المحتوى الإعلامي

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	1.268	7.116	.000
الأتمتة والنظم الذكية	.693	16.141	.000
معامل الارتباط = .754		معامل التحديد = .566	
قيمة الاختبار F = 260.528		القيمة الاحتمالية = 0.00	

الجدول المعروض يقدم نتائج تحليل الانحدار لمجموعة من المتغيرات المستقلة وتأثيرها على المتغير التابع في الدراسة. يتضمن الجدول المعاملات الانحدارية، قيم اختبار T، ومستوى الدلالة لكل من المتغيرات المستقلة، مما يساعد في تقييم مدى قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، إضافة إلى تقديم فكرة عن مدى دلالة هذه العلاقات في التحليل الإحصائي. كما يشتمل الجدول على معامل الارتباط، معامل التحديد، وقيمة اختبار F، التي توفر معلومات شاملة حول جودة النموذج الإحصائي.

بالنسبة للمقدار الثابت، الذي يمثل القيمة التي يعتمد عليها النموذج عندما تكون جميع المتغيرات المستقلة صفرًا، فقد سجل معامل انحدار قدره ١,٢٦٨ مع قيمة اختبار T تساوي ٧,١١٦ ومستوى دلالة

قدره ٠,٠٠٠. تشير هذه النتيجة إلى أن المقدار الثابت له تأثير إيجابي معنوي قوي على المتغير التابع. قيمة اختبار T العالية (٧,١١٦) مع مستوى دلالة قدره ٠,٠٠٠، الذي هو أقل بكثير من ٠,٠٥، تشير إلى أن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية قوية وغير عشوائي، مما يعني أن المقدار الثابت يعتبر من العوامل المهمة في تفسير التباين في المتغير التابع.

أما بالنسبة للمتغير "الأتمتة والنظم الذكية"، فقد سجل معامل انحدار قدره ٠,٦٩٣ مع قيمة اختبار T تساوي ١٦,١٤١ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٠. تُظهر هذه النتائج أن الأتمتة والنظم الذكية لها تأثير إيجابي قوي جدًا على المتغير التابع. قيم اختبار T العالية (١٦,١٤١) تشير إلى أن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية قوية للغاية، حيث أن مستوى الدلالة ٠,٠٠٠ أقل بكثير من ٠,٠٥، مما يعكس أن الأتمتة والنظم الذكية تُعتبر من المتغيرات المستقلة الهامة التي تساهم بشكل كبير في تفسير التباين في المتغير التابع.

أما معامل الارتباط الذي بلغ ٠,٧٥٤، فهو يشير إلى وجود علاقة قوية إيجابية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع. قيمة معامل الارتباط القوية من ١ تعني أن هناك ارتباطًا قويًا بين هذه المتغيرات، مما يعني أن التغيرات في المتغيرات المستقلة تُترجم بشكل قوي إلى تغيرات في المتغير التابع. هذه النتيجة تعكس أهمية المتغيرات المستقلة في تفسير سلوك المتغير التابع.

بالنسبة لمعامل التحديد الذي بلغ ٠,٥٦٦، فهو يشير إلى أن حوالي ٥٦,٦٪ من التباين في المتغير التابع يُفسر بواسطة المتغيرات المستقلة (المقدار الثابت والأتمتة والنظم الذكية). تُعتبر هذه النسبة متوسطة إلى عالية، مما يعني أن النموذج يفسر جزءًا جيدًا من التباين في المتغير التابع، في حين أن هناك أيضًا بعض التباين الذي لا يُفسر بواسطة هذه المتغيرات. وبالتالي، يشير معامل التحديد إلى قدرة النموذج على تفسير جزء من التباين في المتغير التابع، وهو ما يُعد مؤشرًا جيدًا على صلاحية النموذج.

أخيرًا، قيمة اختبار F التي بلغت ٢٦٠,٥٢٨ مع القيمة الاحتمالية ٠,٠٠٠ تشير إلى أن النموذج ككل ذو دلالة إحصائية قوية جدًا. القيمة الاحتمالية التي تساوي ٠,٠٠٠ هي أقل بكثير من ٠,٠٥، مما يعني أن النموذج يفسر التباين في المتغير التابع بشكل كبير وذا دلالة إحصائية قوية. هذه النتيجة تؤكد أن المتغيرات

المستقلة المضمنة في النموذج لها تأثير معنوي على المتغير التابع وأن النموذج صالح وموثوق في تفسير الظاهرة المدروسة.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن الأتمتة والنظم الذكية لها تأثير قوي جداً على المتغير التابع، ويُعتبر من المتغيرات الأساسية التي تساهم في تحسين الأداء وزيادة الكفاءة. كما أن المقدار الثابت له تأثير مهم، مما يعزز من صلاحية النموذج ككل.

الفرض الفرعي الثالث: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتعليم من خلال العمل في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (٢٠) أثر التعلم من خلال العمل على إدارة المحتوى الاعلامي

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	.416	2.503	.013
التعلم من خلال العمل	.875	22.426	.000
معامل الارتباط = .847	معامل التحديد = .716		
قيمة الاختبار F = 502.914	القيمة الاحتمالية = 0.00		

الجدول المعروض يوضح نتائج تحليل الانحدار لمجموعة من المتغيرات المستقلة وتأثيرها على المتغير التابع في الدراسة. يتضمن الجدول معاملات الانحدار لكل من المتغيرات المستقلة، مع قيم اختبار T ومستوى الدلالة، مما يساعد في فهم العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع من الناحية الإحصائية. كما يشتمل الجدول على معامل الارتباط ومعامل التحديد، بالإضافة إلى قيمة اختبار F والقيمة الاحتمالية، التي تتيح تقييم أداء النموذج الإحصائي ومدى دلالة المتغيرات المستقلة.

بالنسبة للمقدار الثابت، الذي يمثل القيمة التي يعتمد عليها النموذج عندما تكون جميع المتغيرات المستقلة صفراً، فقد سجل معامل انحدار قدره ٠,٤١٦ مع قيمة اختبار T تبلغ ٢,٥٠٣ ومستوى دلالة قدره ٠,٠١٣. هذه النتيجة تشير إلى أن المقدار الثابت له تأثير إيجابي معنوي على المتغير التابع. قيمة اختبار T المرتفعة (٢,٥٠٣) ومستوى الدلالة البالغ ٠,٠١٣، الذي هو أقل من ٠,٠٥، يعني أن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية قوية، مما يشير إلى أن المقدار الثابت يعتبر من العوامل المؤثرة والمهمة في تفسير التباين في المتغير التابع.

أما بالنسبة للمتغير "التعلم من خلال العمل"، فقد سجل معامل انحدار قدره ٠,٨٧٥ مع قيمة اختبار T تبلغ ٢٢,٤٢٦ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٠. تشير هذه النتيجة إلى أن "التعلم من خلال العمل" له تأثير إيجابي قوي جداً على المتغير التابع. قيمة اختبار T العالية (٢٢,٤٢٦) مع مستوى دلالة قدره ٠,٠٠٠، تشير إلى أن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية قوية للغاية، حيث أن مستوى الدلالة أقل بكثير من ٠,٠٥، مما يعني أن هذا المتغير يعتبر من العوامل الأساسية التي تساهم بشكل كبير في تفسير التباين في المتغير التابع. وهذا يشير إلى أن التعلم العملي له تأثير كبير في تحسين الأداء وزيادة الكفاءة في المجالات المعنية.

بالنسبة لمعامل الارتباط الذي بلغ ٠,٨٤٧، فإن هذه القيمة تشير إلى وجود علاقة قوية جداً بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع. معامل الارتباط القريب من ١ يشير إلى أن التغيرات في المتغيرات المستقلة (المقدار الثابت والتعلم من خلال العمل) تؤدي إلى تغييرات كبيرة في المتغير التابع. هذه النتيجة تعكس أن النموذج يفسر بشكل جيد العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

أما معامل التحديد الذي بلغ ٠,٧١٦، فهو يشير إلى أن حوالي ٧١,٦٪ من التباين في المتغير التابع يُفسر بواسطة المتغيرات المستقلة المدرجة في النموذج. يُعتبر هذا معامل تحديد مرتفع نسبياً، مما يعني أن النموذج يفسر جزءاً كبيراً من التباين في المتغير التابع، وهو ما يعزز من قوة وموثوقية النموذج.

أخيراً، قيمة اختبار F التي بلغت ٥٠٢,٩١٤ مع القيمة الاحتمالية ٠,٠٠٠ تشير إلى أن النموذج ككل ذو دلالة إحصائية قوية جداً. حيث أن القيمة الاحتمالية ٠,٠٠٠ هي أقل بكثير من ٠,٠٥، مما يعني أن النموذج يفسر التباين في المتغير التابع بشكل كبير، وأن المتغيرات المستقلة المدرجة في النموذج لها تأثيرات

معنوية على المتغير التابع. كما أن هذه النتيجة تعزز من صلاحية النموذج ككل، حيث أن اختبار F يعكس كفاءة النموذج في تفسير الظاهرة المدروسة.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن "التعلم من خلال العمل" هو المتغير الأكثر تأثيراً على المتغير التابع، حيث أن تأثيره إيجابي وقوي جداً. كما أن المقدار الثابت له تأثير معنوي أيضاً، مما يشير إلى أن هذا العنصر يؤثر في المتغير التابع بشكل هام. النموذج بشكل عام يفسر جزءاً كبيراً من التباين في المتغير التابع، ويُعتبر ذا دلالة إحصائية قوية، مما يؤكد صحة وموثوقية النموذج الإحصائي المستخدم في التحليل.

الفرض الفرعي الرابع: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدعم القدرة على اتخاذ القرار في إدارة المحتوى الاعلامي على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (٢١) أثر دعم القدرة على اتخاذ القرار على إدارة المحتوى الإعلامي

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	.937	5.526	.000
دعم القدرة على اتخاذ القرار	.757	18.925	.000
معامل الارتباط = .802	معامل التحديد = .642		
قيمة الاختبار F = 358.145	القيمة الاحتمالية = 0.00		

الجدول المعروض يقدم نتائج تحليل الانحدار للمتغيرات المستقلة وتأثيرها على المتغير التابع في الدراسة. يعرض الجدول معاملات الانحدار لكل من المتغيرات المستقلة، بالإضافة إلى قيم اختبار T ومستوى الدلالة، مما يساعد في فحص العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع من الناحية الإحصائية. كما يشتمل الجدول على معامل الارتباط ومعامل التحديد، إلى جانب قيمة اختبار F والقيمة الاحتمالية، التي تقدم معلومات شاملة حول مدى قوة النموذج الإحصائي ودلالته.

بالنسبة للمقدار الثابت، الذي يعكس قيمة التنبؤ عند صفر قيمة المتغيرات المستقلة، فقد سجل معامل انحدار قدره ٠,٩٣٧ مع قيمة اختبار T تساوي ٥,٥٢٦ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٠. هذه النتيجة تشير إلى أن المقدار الثابت له تأثير إيجابي قوي على المتغير التابع. قيمة اختبار T العالية (٥,٥٢٦) ومستوى الدلالة المنخفض (٠,٠٠٠) يشيران إلى أن التأثير الذي يحدثه المقدار الثابت ذو دلالة إحصائية قوية للغاية. وبالتالي، يعتبر المقدار الثابت جزءاً مؤثراً وأساسياً في تفسير التباين في المتغير التابع.

أما بالنسبة لمتغير "دعم القدرة على اتخاذ القرار"، فقد سجل معامل انحدار قدره ٠,٧٥٧ مع قيمة اختبار T تساوي ١٨,٩٢٥ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٠. تُظهر هذه النتيجة أن دعم القدرة على اتخاذ القرار له تأثير إيجابي قوي جداً على المتغير التابع. قيمة اختبار T المرتفعة (١٨,٩٢٥) ومستوى دلالة ٠,٠٠٠، الذي هو أقل بكثير من ٠,٠٥، تشير إلى أن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية قوية جداً. هذه النتيجة تُظهر أن دعم القدرة على اتخاذ القرار يعتبر من المتغيرات المستقلة الهامة التي تساهم بشكل كبير في تحسين الأداء وزيادة فعالية العمل.

أما معامل الارتباط الذي سجل ٠,٨٠٢، فإنه يشير إلى وجود علاقة قوية إيجابية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع. قيمة معامل الارتباط القريبة من ١ تدل على أن هناك ارتباطاً قوياً بين هذه المتغيرات، مما يعني أن التغيرات في المتغيرات المستقلة (المقدار الثابت ودعم القدرة على اتخاذ القرار) تُترجم إلى تغييرات ملحوظة في المتغير التابع. هذه النتيجة تعكس أن المتغيرات المستقلة تساهم بشكل كبير في تفسير التباين في المتغير التابع.

أما معامل التحديد الذي بلغ ٠,٦٤٢، فهو يشير إلى أن ٦٤,٢٪ من التباين في المتغير التابع يمكن تفسيره بواسطة المتغيرات المستقلة في النموذج. هذه النسبة تُعتبر قوية جداً، حيث أن أكثر من نصف التباين في المتغير التابع يُفسر بواسطة المتغيرات المستقلة، مما يعكس أن النموذج يفسر بشكل جيد التباين في المتغير التابع. مع ذلك، لا يزال هناك حوالي ٣٥,٨٪ من التباين الذي لا يُفسر بواسطة هذا النموذج.

أخيرًا، قيمة اختبار F التي بلغت ٣٥٨,١٤٥ مع القيمة الاحتمالية ٠,٠٠ تشير إلى أن النموذج ككل ذو دلالة إحصائية قوية جدًا. حيث أن القيمة الاحتمالية ٠,٠٠ أقل بكثير من مستوى الدلالة ٠,٠٠٥، مما يعني أن النموذج يفسر التباين في المتغير التابع بشكل كبير. كما أن هذه النتيجة تؤكد أن المتغيرات المستقلة المدرجة في النموذج (المقدار الثابت ودعم القدرة على اتخاذ القرار) لها تأثيرات معنوية على المتغير التابع. يُعتبر هذا التأثير قويًا وذا دلالة إحصائية عالية، مما يعزز من موثوقية النموذج وصلاحيته.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن "دعم القدرة على اتخاذ القرار" هو المتغير الأكثر تأثيرًا على المتغير التابع، حيث أن تأثيره إيجابي وقوي جدًا. كما أن المقدار الثابت له تأثير معنوي أيضًا، مما يعزز من صلاحية النموذج ككل. النموذج يفسر بشكل جيد التباين في المتغير التابع ويُعتبر ذا دلالة إحصائية قوية، مما يثبت صحته وموثوقيته في تفسير الظاهرة المدروسة.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

١,٥ ملخص نتائج الدِّراسة:

في هذا الفصل، تم تقديم تحليل دقيق ومعمق لنتائج الدراسة التي سعت إلى استكشاف أثر توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية، مع التركيز على كيفية تأثير هذه الممارسات على تحسين استمرارية وجودة تقديم الأخبار في ظل التحديات والمتغيرات الحديثة. تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المتقدمة، بما في ذلك التحليل الوصفي والانحدار الخطي، لتحليل العلاقات بين المتغيرات واختبار صحة الفرضيات التي تم وضعها في إطار هذه الدراسة.

تم فحص تأثير الذكاء الاصطناعي في مختلف جوانب إدارة المحتوى الإعلامي، مثل تخصيص الأخبار باستخدام الخوارزميات الذكية، تحليل البيانات الضخمة لتحديد اهتمامات الجمهور، وتحديث استراتيجيات تقديم المحتوى بشكل دوري بما يتناسب مع هذه البيانات. كل من هذه النتائج تم تفسيرها في سياق التطورات التكنولوجية السريعة التي تشهدها المنصات الإعلامية، مع التركيز على الدور الذي يلعبه الذكاء الاصطناعي في تعزيز استمرارية وتنوع المحتوى، فضلاً عن تحسين فعالية الأدوات المستخدمة في إدارة المحتوى.

بالإضافة إلى ذلك، تم استكشاف كيف يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل الأتمتة والنظم الذكية، أن تسهم في تحسين تجربة المستخدمين وتعزيز تفاعلهم مع المنصات الإعلامية. من خلال هذه الدراسة، تم الوصول إلى استنتاجات تتعلق بالتحسينات التقنية التي يجب تبنيها من قبل المؤسسات الإعلامية لضمان استمرارية وجودة المحتوى المقدم. كما تم تسليط الضوء على التحديات التي قد تواجه المنصات في تطبيق هذه التقنيات الجديدة وكيفية تخطيها.

في الختام، تم استخلاص مجموعة من الدلالات العملية التي يمكن أن تسهم في تطوير استراتيجيات إدارة المحتوى الإعلامي باستخدام الذكاء الاصطناعي، مما يضمن تحسين الاستدامة في هذا القطاع الحيوي. تم التوصل إلى أن هذه التحولات التكنولوجية، إذا تم تفعيلها بشكل مناسب، يمكن أن

تساهم بشكل كبير في تعزيز قدرة المنصات الإخبارية على التكيف مع المتغيرات الحديثة وضمان تقديم محتوى عالي الجودة ومتنوع.

أولاً: النتائج الوصفية

في إطار دراسة توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة الموارد البشرية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المحور الأول. النتائج تظهر توافقاً عاماً من المشاركين حول عدة جوانب تتعلق بتوظيف الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى الإعلامي، حيث يعكس الجدول الذي عرض نتائج تقييم المشاركين رؤى حول الشفافية، الدقة، والإنصاف في تخصيص المحتوى باستخدام الخوارزميات الذكية.

الفقرة الأولى، التي تشير إلى أن المنصات الإخبارية تعتمد على خوارزميات دقيقة وعادلة في تخصيص المحتوى، سجلت أعلى متوسط حسابي بلغ ٤,٥٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٥، ما يعكس موافقة قوية من المشاركين، حيث يرون أن التكنولوجيا الحديثة تسهم في تخصيص المحتوى الإعلامي بما يتماشى مع معايير الدقة والعدالة. كما حصلت الفقرة الثانية التي تتعلق بعرض الأخبار بشكل متوازن وشفاف على متوسط حسابي قدره ٤,٣٥، مما يشير إلى اهتمام المشاركين بتحقيق الشفافية في عرض الأخبار وتقديمها من مصادر متنوعة. أما الفقرة المتعلقة بتحديث استراتيجيات تخصيص المحتوى بناءً على تحليلات البيانات بشكل دوري، فقد حصلت على متوسط حسابي قدره ٤,٢٥، مما يدل على أن المشاركين يوافقون على ضرورة تحديث الاستراتيجيات لتعزيز دقة وفعالية تخصيص المحتوى. في حين أن الفقرات الأخرى التي تتعلق بمشاركة الخبراء في اتخاذ القرارات وتحديث معايير تصنيف المحتوى سجلت درجات عالية، مما يبرز توافقاً عاماً مع أهمية إشراك مختلف الخبرات والتحديث المنتظم للمعايير لضمان استمرار دقة تخصيص المحتوى.

أما بُعد الأتمتة والنظم الذكية، فقد أظهرت النتائج موافقة قوية من المشاركين على أن المنصات الإعلامية تعتمد على أدوات أتمتة ذكية لتحسين تخصيص المحتوى. سجلت الفقرة الأولى المتعلقة بتوفر أدوات أتمتة ذكية أعلى متوسط حسابي بلغ ٤,٥٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٥، مما يوضح أن المشاركين

يعتبرون الأتمتة جزءًا أساسيًا من تطوير العمل الإعلامي. كما أظهرت الفقرات الأخرى مثل توفير التدريب المنتظم للموظفين على استخدام النظم الذكية وأدوات الأتمتة المتطورة أهمية كبيرة، حيث سجلت نتائج عالية تشير إلى أن التدريب المستمر هو عامل أساسي في تمكين الموظفين من الاستفادة القصوى من هذه التقنيات. كما تم التأكيد على ضرورة إجراء تحليلات دورية لقياس فعالية هذه الأنظمة، مما يعكس اهتمامًا مستمرًا بتحسين أداء النظام والتأكد من فعاليته.

أما في بُعد التعلم من خلال العمل، فقد حصلت الفقرة المتعلقة بتوفير فرص تدريب عملية منتظمة تتناسب مع المهارات المطلوبة لتحسين الأداء على أعلى متوسط حسابي بلغ ٤,٥٠ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٥، مما يدل على توافق قوي من المشاركين حول أهمية التدريب العملي كجزء أساسي من استراتيجية تحسين الأداء داخل المنصات الإعلامية. أما الفقرات الأخرى مثل منح الفرص للمشاركة في مشاريع حقيقية وتحفيز التعلم التطبيقي فقد أظهرت أهمية بالغة من المشاركين، حيث أكدوا على ضرورة استخدام الملاحظات المستمرة من المهام العملية لتحفيز التطوير المستمر.

فيما يتعلق بالبُعد الرابع المتعلق بدعم القدرة على اتخاذ القرار، أظهرت نتائج الدراسة توافقًا كبيرًا مع أهمية مراجعة القرارات الإدارية بشكل دوري باستخدام معايير واضحة. سجلت الفقرة المتعلقة بمراجعة القرارات وتقييمها باستخدام معايير محددة أعلى متوسط حسابي بلغ ٤,٤٥ مع انحراف معياري قدره ٠,٦٨، مما يعكس أهمية هذه الممارسة في ضمان فعالية القرارات الإدارية. كما أظهرت الفقرات الأخرى التي تتعلق باستخدام الأنظمة الذكية في تحليل البيانات وتوثيق نتائج القرارات أهمية كبيرة، حيث يعكس المشاركون أهمية أدوات الذكاء الاصطناعي في اتخاذ قرارات دقيقة وفعالة.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن المشاركين في الدراسة يعترفون بأهمية تطبيق الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة مثل الأتمتة والنظم الذكية في تحسين الأداء الإعلامي، حيث أظهرت النتائج أن استخدام هذه التقنيات يعزز من دقة تخصيص المحتوى، يساهم في تطوير مهارات الموظفين، ويساهم في تحسين القدرة على اتخاذ القرارات داخل بيئات العمل.

ثانيًا: نتائج الفرضيات

في هذه الدراسة، تم التحقق من الفرضيات المتعلقة بأثر تقنيات الذكاء الاصطناعي بأبعادها المختلفة على إدارة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية، باستخدام تحليل الانحدار المتعدد لتحليل العلاقة بين هذه التقنيات والمتغير التابع، وهو إدارة المحتوى الإعلامي. وقد أظهرت النتائج أن كل من الأبعاد المختلفة للذكاء الاصطناعي (التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار) تؤثر بشكل معنوي على إدارة المحتوى الإعلامي، حيث تبين أن معظم المتغيرات المستقلة لها تأثير إيجابي ومعنوي على المتغير التابع.

بدأت نتائج تحليل الانحدار للفرضية الرئيسية بمقدار ثابت بلغ ٠,٤٦٤ مع قيمة اختبار T تساوي ٣,٠١٠ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٣، مما يشير إلى أن المقدار الثابت يؤثر بشكل معنوي على المتغير التابع. وبالنسبة للمتغير "التشغيل الآلي"، فقد سجل معامل انحدار قدره -٠,١٥٤ مع اختبار T قدره -٢,٧٧٤ ومستوى دلالة ٠,٠٠٦، ما يعكس تأثيراً سلبياً معنوياً على المتغير التابع، بينما أظهرت "الأتمتة والنظم الذكية" تأثيراً إيجابياً معنوياً قوياً مع معامل انحدار ٠,٦٢١ ومستوى دلالة قدره ٠,٠٠٣. أما "التعلم من خلال العمل"، فقد كان له التأثير الأكبر، حيث سجل أكبر معامل انحدار قدره ٠,٥٢٦ مع قيمة اختبار T قدرها ٨,٣١٥ ومستوى دلالة ٠,٠٠٠، مما يعكس تأثيراً إيجابياً قوياً جداً على المتغير التابع. وفيما يخص "دعم القدرة على اتخاذ القرار"، فقد سجل تأثيراً إيجابياً معنوياً قوياً أيضاً مع معامل انحدار ٠,٢٨٠ ومستوى دلالة ٠,٠٠٠.

نتائج تحليل الانحدار أظهرت أيضاً أن معامل الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع بلغ ٠,٨٩٧، مما يشير إلى وجود علاقة قوية جداً بين هذه المتغيرات. كما أظهر معامل التحديد البالغ ٠,٨٠٠ أن ٨٠٪ من التباين في المتغير التابع يتم تفسيره من خلال المتغيرات المستقلة في النموذج، مما يعزز من فعالية هذا النموذج في تفسير الظاهرة المدروسة. أما قيمة اختبار F التي بلغت ١٦٠,٣٠٤ مع القيمة الاحتمالية ٠,٠٠٠، فقد أظهرت أن النموذج ككل ذو دلالة إحصائية قوية، مما يعني أن تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع قوي وملحوظ.

بعد ذلك، تم التحقق من الفروض الفرعية المرتبطة بتأثير كل بُعد الذكاء الاصطناعي على إدارة المحتوى الإعلامي باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط. النتائج أظهرت أن كل من "التشغيل الآلي"، "الأتمتة والنظم الذكية"، "التعلم من خلال العمل"، و "دعم القدرة على اتخاذ القرار" لها تأثير معنوي قوي على المتغير التابع، حيث حصل كل من هذه المتغيرات على نتائج إحصائية قوية، مما يعكس أهمية تطبيق هذه التقنيات في تحسين أداء المنصات الإعلامية.

في الفرض الفرعي الأول، حول تأثير "التشغيل الآلي"، أظهرت نتائج تحليل الانحدار البسيط أن المتغير له تأثير إيجابي معنوي قوي مع معامل انحدار ٠,٦٧٢، وقيمة اختبار T بلغت ١٢,٣٢٧ ومستوى دلالة ٠,٠٠٠، ما يشير إلى أن التشغيل الآلي له تأثير إيجابي قوي في إدارة المحتوى الإعلامي. كما أن معامل الارتباط الذي بلغ ٠,٧٥٩، يشير إلى وجود علاقة قوية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع. أما في الفرض الفرعي الثاني، المتعلق بـ "الأتمتة والنظم الذكية"، فقد سجل تأثيرًا قويًا جدًا مع معامل انحدار ٠,٦٩٣، وقيمة اختبار T بلغت ١٦,١٤١ ومستوى دلالة ٠,٠٠٠، مما يعكس تأثيرًا إيجابيًا قويًا للغاية على المتغير التابع.

أما بالنسبة للفرض الفرعي الثالث المتعلق بـ "التعلم من خلال العمل"، فقد أظهرت النتائج تأثيرًا إيجابيًا قويًا جدًا مع معامل انحدار ٠,٨٧٥، وقيمة اختبار T بلغت ٢٢,٤٢٦ ومستوى دلالة ٠,٠٠٠، مما يشير إلى أن التعلم من خلال العمل يعد أحد أهم العوامل التي تساهم في تحسين إدارة المحتوى الإعلامي. هذه النتائج تشير إلى أن التعلم العملي له دور محوري في تعزيز الأداء الوظيفي وزيادة الكفاءة. وأخيرًا، في الفرض الفرعي الرابع المتعلق بـ "دعم القدرة على اتخاذ القرار"، أظهرت النتائج تأثيرًا إيجابيًا قويًا مع معامل انحدار ٠,٧٥٧، وقيمة اختبار T بلغت ١٨,٩٢٥ ومستوى دلالة ٠,٠٠٠، مما يعكس أن دعم القدرة على اتخاذ القرار يعتبر عنصرًا رئيسيًا في تعزيز أداء المنصات الإعلامية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن جميع أبعاد الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار، لها تأثير معنوي قوي على إدارة المحتوى الإعلامي.

2.5 خلاصة النتائج

توصلت الدراسة الحالية إلى مجموعة من النتائج المهمة التي أكدت وجود أثر دال إحصائيًا لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي على المنصات الإخبارية، وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$). وقد أظهرت نتائج تحليل الانحدار المتعدد أن كل بُعد من أبعاد الذكاء الاصطناعي، والمتمثلة في (التشغيل الآلي، الأتمتة والنظم الذكية، التعلم من خلال العمل، ودعم القدرة على اتخاذ القرار)، يساهم بدرجات متفاوتة في تفسير التغير في مستوى إدارة المحتوى الإعلامي، حيث تبين أن بعد "التعلم من خلال العمل" كان الأكثر تأثيرًا، يليه "الأتمتة والنظم الذكية"، ثم "دعم القدرة على اتخاذ القرار"، في حين جاء "التشغيل الآلي" بدرجة تأثير إيجابية ولكن أقل نسبيًا مقارنة بباقي الأبعاد.

أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباط قوية بين تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي وارتفاع مؤشرات الكفاءة في إدارة المحتوى الإعلامي، وهو ما يشير إلى أن المنصات الإخبارية التي تطبق استراتيجيات فعالة في مجالات الأتمتة، وتوظيف النظم الذكية، وتحفيز الموظفين من خلال التعلم العملي، ودعم القدرة على اتخاذ القرار بناءً على البيانات والتحليل الذكي، تُظهر قدرة أعلى على تحسين جودة المحتوى، وضمان استمرارية العمل الإعلامي في مواجهة التحديات المتغيرة. ويدل ذلك على أن الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي لم يعد مجرد أداة تكنولوجية بل أصبح أداة استراتيجية تدعم النمو المؤسسي المستدام وتحقيق أهداف المنصات الإعلامية.

كما كشفت نتائج التحليل الفردي للمتغيرات أن بعد "التعلم من خلال العمل" سجل أقوى تأثير في تفسير التغير في جودة إدارة المحتوى الإعلامي بنسبة تفسير بلغت أكثر من ٧١٪، مما يؤكد أن التدريب العملي المستمر والتفاعل مع المهام اليومية يلعب دورًا جوهريًا في تحسين الأداء الإعلامي وزيادة كفاءة الفرق العاملة. كذلك، أظهر "الأتمتة والنظم الذكية" أثرًا ملموسًا في دعم استمرارية تخصيص المحتوى بشكل فعال، وهو ما يتسق مع متطلبات الأداء في ظل التحول الرقمي السريع في القطاع الإعلامي. أما "دعم القدرة على اتخاذ القرار"، فقد أسهم بدوره في ربط الجهود الفردية بأهداف المنصات الإعلامية طويلة الأجل، مما يساعد في تطوير المحتوى وتنظيم عمليات اتخاذ القرار بشكل منتظم. وبيّنت نتائج "التشغيل الآلي" في

تخصيص المحتوى الإعلامي أنه يمثل قاعدة أساسية لتحسين الكفاءة وتقليل التكاليف، بالرغم من كونه الأقل تأثيراً نسبياً بين الأبعاد المدروسة.

تشير هذه النتائج بوضوح إلى أهمية تعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الإعلامي داخل المنصات الإخبارية، ليس فقط لضمان الكفاءة الإنتاجية، بل لبناء بيئات إعلامية مرنة ومستدامة قادرة على التكيف مع التغيرات السريعة في صناعة الإعلام. كما تتسق النتائج مع توجهات التطوير في صناعة الإعلام، والتي تؤكد على ضرورة تطبيق التكنولوجيا الحديثة لضمان استمرارية المحتوى الإعلامي وجودته.

٣,٥ توصيات الدراسة:

استناداً إلى نتائج الدراسة، تُوصي الدراسة بما يلي:

١. يجب على المنصات الإخبارية زيادة الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة في الأتمتة والنظم الذكية، لضمان تحسين جودة تخصيص المحتوى وزيادة الكفاءة.
٢. من الضروري أن يتم توفير برامج تدريب منتظمة للموظفين على استخدام الأدوات الذكية وتقنيات الأتمتة الحديثة، مما يساهم في تعزيز مهاراتهم وتحقيق أفضل نتائج في أداء العمل.
٣. يُنصح بتطبيق استراتيجيات تخصيص المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي بناءً على تحليل البيانات لتحسين التجربة الإعلامية للمستخدم.
٤. ينبغي توفير فرص تدريب عملية للموظفين داخل بيئات العمل الحقيقية، مما يعزز من اكتساب المهارات العملية اللازمة لمواكبة التطورات التكنولوجية.
٥. يجب التأكيد على الشفافية في استخدام الخوارزميات المساعدة على تخصيص المحتوى، مما يعزز من مصداقية المنصات الإخبارية ويزيد من ثقة المستخدمين.
٦. من المهم استخدام النظم الذكية لدعم عملية اتخاذ القرارات داخل المنصات الإخبارية، بما يساهم في تعزيز دقة وكفاءة القرارات المتعلقة بتخصيص المحتوى.

٧. يوصى بمراجعة مستمرة لتحسين إجراءات التشغيل الآلي بهدف تحسين سرعة ودقة نشر المحتوى وضمان تفاعل المنصات مع الأحداث بشكل أسرع.
٨. يُنصح بإجراء تقييم دوري لفعالية النظم الذكية في تحسين جودة تخصيص المحتوى، مع مراعاة التحسينات المستمرة استنادًا إلى الملاحظات الناتجة عن التحليل.
٩. يجب تعزيز التعاون بين الفرق المختلفة (مثل التحرير، البرمجة، الذكاء الاصطناعي) لتنسيق أفضل وتطبيق أكثر فعالية لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
١٠. يُوصى بالتركيز على جمع وتحليل البيانات عالية الجودة لضمان أن الخوارزميات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي تقدم توصيات دقيقة ومناسبة للمستخدمين.

٤,٥ مقترحات الدراسة

- يُنصح بإجراء دراسات ميدانية إضافية لفحص تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى في المنصات الإخبارية في مناطق جغرافية مختلفة.
- يجب العمل على تطوير خوارزميات جديدة لتحليل النصوص والأخبار بشكل أكثر دقة وموضوعية، مع التركيز على تحسين تجربة المستخدم.
- يُقترح توظيف تقنيات التعلم الآلي لتحليل سلوكيات المستخدمين وتحسين فعالية تخصيص المحتوى بناءً على التفضيلات الفردية.
- يُنصح بإنشاء مختبرات بحثية داخل المنصات الإعلامية لتطوير حلول مبتكرة في الذكاء الاصطناعي وتطبيقها في إدارة المحتوى الإعلامي.
- ينبغي تطوير حلول تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحسين العمليات الصحفية مثل الكتابة التلقائية أو تقارير البيانات المتقدمة.
- يُقترح أن تقدم المنصات الإخبارية دورات متخصصة للموظفين في الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لتوسيع مهاراتهم واستخدام هذه التقنيات في العمل.

- من المهم استخدام الذكاء الاصطناعي في التعامل مع الأزمات الإعلامية، مثل التنبؤ بالمواضيع الرائجة أو ردود الأفعال السلبية من الجمهور.
- يُقترح إقامة شراكات بين المنصات الإخبارية والمؤسسات الأكاديمية لتطوير أبحاث جديدة حول الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.
- ينبغي للمنصات الإعلامية استخدام الذكاء الاصطناعي لتطوير استراتيجيات تسويقية موجهة بناءً على اهتمامات وسلوكيات الجمهور.
- يُقترح أن تتبنى المنصات الإخبارية تقييمًا دوريًا لأداء تقنيات الذكاء الاصطناعي المتبعة، واستخدام النتائج لتحسين الأداء المستقبلي والتطور المستمر.

Abstract

The study aims to explore the utilization of artificial intelligence, in its combined dimensions—automation, intelligent systems, learning through work, and decision-making support—in managing media content on news platforms. It is a field study conducted on news platforms, employing the descriptive-analytical method. The study sample consisted of 350 respondents randomly selected from several private companies.

The results of the multiple regression analysis revealed that each dimension of artificial intelligence—automation, intelligent systems, learning through work, and decision-making support—contributed to varying degrees in explaining the changes in the level of media content management. Among these, "learning through work" had the greatest impact, followed by "intelligent systems," then "decision-making support," while "automation" had a positive but relatively lower effect compared to the other dimensions.

Based on these findings, the study recommends increasing investment in artificial intelligence technologies, particularly in automation and intelligent systems, to ensure improved content personalization quality and enhanced efficiency. It also recommends providing regular training programs for employees on the use of smart tools and modern automation techniques, thereby enhancing their skills and achieving better work performance outcomes.

Keywords: Artificial Intelligence Utilization – Media Content Management – News Platforms

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- البابلي، عمار ياسر محمد زهير. (٢٠٢٠). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الأمني: دراسة تطبيقية "الشرطة التنبؤية - أزمة فيروس كورونا بووهان الصينية". مجلة الأمن والقانون، مج ٢٨، ع ١٤، ٣-٨٦.
- البعيجان، عذاري سعد. (٢٠٢٤). دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز العمل الخيري: حدوده وضوابطه الشرعية: تجربة "سدايا" أنموذجاً. مجلة القلم، ع ٤٦، ٤٠٤-٤٣٦.
- بكر، عبد الجواد السيد، و طه، محمود إبراهيم عبدالعزيز. (٢٠١٩). الذكاء الاصطناعي: سياساته وبرامجه وتطبيقاته في التعليم العالي: منظور دولي. مجلة التربية، ع ١٨٤، ج ٣، ٣٨٣-٤٣٢.
- البنا، طلعت أسعد عبد الحميد، غنيم، أحمد محمد السيد، وإبراهيم، ميان مجدى محمد. (٢٠٢٤). تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على عملاء المتاجر الإلكترونية. المجلة المصرية للدراسات التجارية، مج ٤٨، ع ٣، ١-٢٦.
- توفيق، صلاح الدين محمد، و محمد، فاطمة صلاح الدين رفعت. (٢٠٢٣). الذكاء الاصطناعي: مدخل لتعزيز التميز الأكاديمي في الجامعات المصرية: دراسة استشرافية. العلوم التربوية، مج ٣١، ع ١، ١-٦٣.
- حسن، ياسمين أحمد عامر. (٢٠٢٢). الذكاء الاصطناعي: الأسس ومجالات التطبيق في المكتبات وعلوم المعلومات. المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات، مج ٢، ع ٢٤، ٢٠٩-٢١٨.
- الخطيب، محمد عرفان. (٢٠٢٠). الذكاء الاصطناعي والقانون: نحو مشروع قانون مؤطر للذكاء الاصطناعي في إطار أحكام القواعد الأوروبية في القانون المدني للإنسالة لعام ٢٠١٧ ورؤية قطر الوطنية ٢٠٣٠. المجلة القانونية والقضائية، س ١٤، ع ٢٤، ١١-١٠٧.

- الدهشان، جمال علي خليل. (٢٠٢٠). اللغة العربية والذكاء الاصطناعي: كيف يمكن الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز اللغة العربية؟. المجلة التربوية، ج ٧٣، ١ - ٩.
- عبدالرزاق، مناضل عبدالجبار، الطائي، حاتم هاتف عبدالكاظم، و غني، ناز هيو. (٢٠٢٤). أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على المحاسبة والتدقيق: دراسة تحليلية على عينة من الأكاديميين في الجامعات العراقية. زانكو - الإنسانيات، مج ٢٨، ع ٤٤، ٢٦٤ - ٢٨٠.
- عبدالقادر، عبدالرازق مختار محمود. (٢٠٢٠). تطبيقات الذكاء الاصطناعي: مدخل لتطوير التعليم في ظل تحديات جائحة فيروس كورونا (COVID-19). المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، مج ٣، ع ٤٤، ١٧١ - ٢٢٤.
- العتيبي، مها محمد شمروخ، و اليوبي، ليلى عابد. (٢٠٢٤). أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي: دراسة تطبيقية على شركة موبايلي بالمملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج ٨، ع ١١٤، ١٠ - ٢٦.
- العلوان، جعفر أحمد عبدالكريم. (٢٠٢٠). الذكاء الاصطناعي وإدارة الأزمات: دراسة حالة لأزمة جائحة فيروس كورونا COVID-19. الإدارة العامة، س ٦٠، عدد خاص، ٩٣١ - ٩٧٩.
- الفتلاوي، ماجد جبار غزاي، و الأعسم، حسن علاء محمد جواد. (٢٠٢٢). اسهامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في الريادة الاستراتيجية: دراسة وصفية تحليلية في مطار النجف الأشرف الدولي ٢٠٢١ م. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، مج ١٨، ع ١٤، ١٥٧ - ١٧٩.
- قنطقجي، إياد محمد يحيى حلاق. (٢٠٢٢). التسويق بالذكاء الاصطناعي AIM: دمج تقني لنتائج أعمال عالية: ما هي أبرز طرق الاستخدام؟. مجلة الإقتصاد الإسلامي العالمية، ع ١١٦، ٤٢ - ٥٢.
- ليز، جايلانت، و الطيار، محمد بن صالح. (٢٠٢٢). الأرشيف والوصول والذكاء الاصطناعي: العمل مع المجموعات الرقمية المنشأ، والمجموعات الأرشيفية الرقمية. مجلة دراسات الوثائق، ع ٥٤، ١٣٧ - ١٤٥.

- محمد، كريم محمد رفعت. (٢٠٢٣). الذكاء الاصطناعي في الرياضة: واقع نعيشه ورؤية مستقبلية متوقعة. أعمال المؤتمر العلمي الرابع: تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والذكاء الاصطناعي في مؤسسات المعلومات، بني سويف: قسم علوم المعلومات - جامعة بني سويف، ٦٥١ - ٦٥٨.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Abdul Razzaq, Ghazal, Bourhali, Wafaa, and Marzqalal, Ibrahim. (2021). Informative Content on Social Media Pages: Study About Digital Practices on the Facebook Page of El-Bilad Newspaper. Journal of Social Sciences and Humanities, Vol. 11, No. 1, 689-716.
- Al-Dajah, Laith Rateb Aref, and Tarabayeh, Saeed Muhammad Ziad Abdul Qader. (2024). The Impact of Digital Content Marketing and Social Media Marketing Activities on Online Brand Loyalty: The Mediating Role of Online Brand Awareness and Online Brand Trust (Unpublished Master's Thesis). Mutah University, Mutah.
- Al-Hosani, E. R., Al-Maamari, H. A., Omar, M., and Ismail, S. A. (2023). Audience Engagement with Media Content and Advertisement: A Study from the Perspective of UAE Media Practitioners. Arab Journal of Media and Communication, No. 36, 340-370.
- Al-Kanani, Hussein Daoud Mohammed, and Shalaka, Tariq Kazim. (2024). The Impact of Human Resources Flexibility in Strategic Response Processes: Analytical Research at Al-Sadr Hospital. Al-Ghari Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 20, No. 2, 141-170.
- Al-Radisi, Samir Muhammad Ali Hassan. (2023). Some Features of the Administration and Education Systems and Immigration in Sudan. Al-Qalzam Journal of Geographical and Environmental Studies, Issue 13, pp. 83-110.

- Badwan, Ruba Naeem, and Al-Refai, H. (2023). Traffic Incident Detection and Analysis from Arabic Social Media Text Content Based on CNN-LSTM and Contextual Embedding (Unpublished Master's Thesis). Philadelphia University, Balqa.
- Benrabah, D. (2024). Building Child-Oriented Media Contents in Algeria: A Review of Legislation Challenges and Media Social Responsibility Issues. *Al-Resalah Journal for Human Studies and Research*, Vol. 8, No. 4, 30-42.
- Bouchelarem, B. E., and Bouchoucha, H. (2024). Memes, New Media and Political Expression: A Semiotic Approach to Digital Political Content and Algerian Youth Participation. *Al-Mi'yar Journal*, Vol. 29, No. 1, 12-26.
- Boukhadra, M., and Boufas, C. (2020). Business Process Reengineering and Total Quality Management: Bette Together - Case Study: The Toyota Production System. *Economic and Administrative Research*, Vol. 14, No. 3, 289-308.
- Chami, Z., and Tlidjani, N. (2025). The Impact of Social Media on Algerian Youth Values: A Case Study on Tiktok Content Creators in Algeria. *Al-Mi'yar Journal*, Vol. 29, No. 2, 93-107.
- Dida, H. A., and Lachabi, F. Z. (2024). The Impact of Social Media Content Marketing on Brand Image: A Sample Study of Djezzy Customers. *Shuaa Journal of Economic Studies*, Vol. 8, No. 2, 443-457.
- Djoudi, C. (2024). Using Artificial Intelligence Technologies in the Media Content Industry Reality and Challenges of Practice. *International Journal of Social Communication*, Vol. 11, No. 1, 60-71.

- Fahmy, Basant Murad. (2024). Egyptian Users' Acceptance of AI-Generated Video Content on Social Media Platforms. *Scientific Journal of Radio and Television Research*, No. 27, 1-83.
- Gharabi, Abdel Salam, and Barardi, Naima. (2022). The Role of User-Generated Content in Increasing Hate Speech: State of the Issue of Racism, Xenophobia and Minorities on Social Media. *Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol. 11, No. 3, 865-881.
- Hacene, H. (2024). Media Education and the Creation of Purposeful Educational Content in Light of Technological Developments in Digital Communication Media: A Study on the Mechanisms and Prospects of some MOOC Platforms. *International Journal of Social Communication*, Vol. 11, No. 2, 10-24.
- Hussein, M. H. M. T., Ardash, M. S., and Mousa, H. N. K. (2023). Humorous Visual Content and Its Effect on Social Media Users In Light of the Covid-19 Pandemic. *Journal of Architecture, Arts, and Humanities*, 40, 688-704.
- Kaddouri, R. F. (2024). Social Media Platforms and Combating Street Gangs in Algeria: An Analytical Study of the Content and Trends of 'Street Gangs Control 2' Facebook Page. *Journal of Science and Horizons of Knowledge*, Vol. 4, No. 2, 528-543.
- Kemouche, N. H., and Amalou, W. H. (2022). Content Marketing: The Influence of Content Strategies on Consumer Online Engagement Behavior. *Algerian Journal of Economic Development*, Vol. 9, No. 1, 397-412.
- Lassed, I., and Chems Eddine, B. C. (2024). The Role of Administrative Transparency in Enhancing Administrative Citizenship: A Descriptive Analytical Study. *Journal of the Humanities*, Vol. 35, No. 2, 89-95.

- Lazem, Nada Diaa. (2024). Intertextuality in Administrative Translation: The Translating Strategies Employed by the Student-Tanslators as Story-Tellers. *Lark Journal of Philosophy, Linguistics, and Social Sciences*, Vol. 16, No. 2, 792-857.
- Mechahar, Z., and Bellifa, M. (2022). New Preachers on Social Media: An Analytical Study of the Contents of Religious Discourses on Facebook. *Journal of Legal and Social Sciences*, Vol. 7, No. 3, 32-49.
- Redler, Jorn, and Sadek, Heba Hassan. (2024). The Impact of Social Media Content Format and Type on Achieving Online Visual Merchandizing Objectives: Perceived Online Shop Interactivity and Experience in the Egyptian Retail Sector. *Alexandria University Journal of Administrative Sciences*, Vol. 61, No. 5, 129-156.
- Sulaiman, H. (2021). Entrepreneurship Media: Brand Journalism and Verticals: Practice-Analysis of Six Regional Arab Outlets. *Arab Journal of Media and Communication Research*, Vol. 33, 62-108.

الملاحق

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الكريم / أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحثين بإجراء دراسة حول قياس توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى الاعلامي

على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية على المنصات الاخبارية

ونظراً لما لديكم من المعرفة العلمية والخبرة العملية ذات الصلة بموضوع البحث، نأمل الحصول

منكم على العون والمساعدة في توفير المعلومات المناسبة لأغراض البحث، من خلال التكرم بإبداء رأيكم

بالتأشير على الإجابة المناسبة من وجهة نظركم.

وأقدم لحضراتكم بجزيل الشكر والتقدير للمساهمة في جهدكم في تعبئة هذا الاستبيان علماً أن

جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها منكم ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم لغير أغراض هذا

البحث، وسوف أزودكم بنتائج هذه الدراسة حال اكتمالها إن شاء الله.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

أولاً: البيانات الشخصية

١- النوع الاجتماعي ذكر ☐ أنثى ☐

٢- العمر ☐ 30 سنة فأقل ☐ من 40 - 30 سنة ☐ 40 - 50 سنة ☐ من ٥١ سنة فأكثر

٣- المؤهل العلمي ☐ ثانوي أو أقل ☐ دبلوم ☐ دراسات عليا ☐ بكالوريوس ☐

٤- سنوات الخبرة ☐ 5 سنوات فأقل ☐ من ٥ - ١٠ سنوات ☐ من ١٠ - ١٥ سنة ☐ أكثر من ١٥ سنة

٥- المسمى الوظيفي ☐ أخصائي / مسؤول محتوى إعلامي رقمي

☐ أخصائي تحليل بيانات وذكاء اصطناعي

☐ أخصائي تطوير وتحسين تجربة المستخدم

☐ أخصائي استراتيجيات تسويق رقمي

☐ محلل محتوى رقمي / باحث في تكنولوجيا الإعلام

☐ وظائف إدارية مساندة (مثل التنسيق الإداري والدعم الفني)*

ثانيا محاور الاستبيان

✿ المحور الأول: الذكاء الاصطناعي ، ضع إشارة (✓) في المربع المناسب لاختيارك:

المبعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
التشغيل الآلي					
تعتمد المنصات الإخبارية على خوارزميات دقيقة وعادلة في تخصيص المحتوى.					
تُعرض الأخبار بشكل شفاف ومتوازن، مع التنوع في المصادر.					
يتم تحديث استراتيجيات تخصيص المحتوى بناءً على تحليلات البيانات بشكل دوري.					
يشارك خبراء من مجالات مختلفة في اتخاذ القرارات المتعلقة بتوجيه المحتوى.					
يتم تحديث معايير تصنيف المحتوى بانتظام لمواكبة التغيرات التقنية.					
تأخذ المنصات الإخبارية في اعتبارها احتياجات الجمهور وتنوع التوجهات في تقديم المحتوى.					
تُراعى معايير الإنصاف وتكافؤ الفرص عند تخصيص المحتوى للمستخدمين.					
يتم الاحتفاظ بسجلات دقيقة ومؤثقة لقرارات تخصيص المحتوى والتغييرات التي تطرأ عليها.					

معارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
الأتمتة والنظم الذكية					
					توفر المنصات الإخبارية أدوات أتمتة ذكية تتماشى مع الاحتياجات التقنية لتحسين تخصيص المحتوى.
					يُتاح للموظفين تدريب منتظم على استخدام النظم الذكية وأدوات الأتمتة المتطورة.
					تُجرى تحليلات دورية لقياس فعالية الأتمتة والنظم الذكية في تحسين جودة العمل.
					يتم تخصيص ميزانيات كافية لتطوير تقنيات الأتمتة والنظم الذكية في منصات الإعلام.
					يتم تقييم فعالية الأدوات الذكية بعد تطبيقها لضمان تحسين الأداء المستمر.
					تُتاح فرص تدريبية خاصة للموظفين لتطوير مهاراتهم في العمل مع النظم الذكية.
					تشمل البرامج التدريبية موضوعات تتعلق بتطبيقات الأتمتة الذكية والابتكار التكنولوجي في الإعلام.
					يتم توثيق نتائج تطبيق الأتمتة والنظم الذكية ومشاركتها مع الفرق لتطوير الأداء في المستقبل.
التعلم من خلال العمل					

المعارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
					توفر المنصات الإخبارية فرص تدريب عملية منتظمة تتناسب مع المهارات المطلوبة لتحسين الأداء.
					تُمنح فرص للمشاركة في مشاريع حقيقية لتحفيز التعلم التطبيقي.
					يتم استخدام ملاحظات الأداء من المهام العملية لتحفيز التطوير المستمر.
					يُراعى مبدأ الشفافية في توزيع الفرص التعليمية على الموظفين.
					تُتاح فرص تطوير مهارات العمل العملية بناءً على الأداء الفعلي لا الخبرة فقط.
					تتيح المنصات الإخبارية للموظفين الفرصة للمشاركة في تطوير برامج التدريب.
					يتم ربط نتائج التدريب العملي بنظام التطوير الوظيفي بطريقة واضحة.
					تتضمن برامج التعلم من خلال العمل عناصر تشجيعية على الابتكار والابداع في المهام.
دعم القدرة على اتخاذ القرار					
					تُجرى مراجعة دورية لقرارات الإدارة باستخدام معايير واضحة ومحددة.

المعارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
					يستخدم نظام ذكي لتحليل البيانات وتوثيق نتائج قرارات الإدارة.
					يتم إشراك الفرق المختلفة في مناقشة نتائج القرارات وتحديد مجالات التحسين.
					تُربط نتائج القرارات بخطط تطوير الأداء الوظيفي والإداري.
					تُراعى أبعاد الاستدامة والابتكار عند اتخاذ قرارات الإدارة الاستراتيجية.
					يتم تقييم فعالية القرارات الإدارية بشكل متوازن بين النتائج قصيرة وطويلة المدى.
					يُراعى عنصر العدالة والشفافية في عملية اتخاذ القرارات بين جميع الفرق.
					توجد آليات رسمية لمراجعة القرارات عند الاعتراض عليها.

✿ المحور الثاني: إدارة المحتوى الإعلامي ، ضع إشارة (✓) في المربع المناسب لاختيارك:

معارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
					توفر المنصات الإعلامية استراتيجية واضحة لإدارة المحتوى تعزز استمرارية تقديم الأخبار.
					تدريب الكفاءات الإعلامية بانتظام يقلل من تأثير تقلبات سوق الإعلام على استمرارية الجودة.
					وضع خطط بديلة لإنتاج المحتوى يساهم في استمرار تقديم الأخبار بدون انقطاع.
					استبقاء الصحفيين والمحررين ذوي الخبرة يدعم تحقيق الاستدامة في تغطية الأخبار.
					تحديد المسارات المهنية للعاملين في الإعلام يساهم في استمرارية القيادة الصحفية.
					نظم تقييم أداء المحتوى الإعلامي المتكاملة تعزز من مواءمة الجهود مع أهداف الاستمرارية.
					وجود أنظمة بديلة لتقنية المعلومات الإعلامية يضمن استمرار الأعمال أثناء الأزمات.
					الربط بين أهداف إدارة المحتوى الإعلامي والخطط الاستراتيجية يعزز من استمرارية الإعلام.

المعارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
					سياسات العمل المرنة تساعد في الحفاظ على استمرارية العمليات الإعلامية في أوقات الأزمات.
					التحفيز المستمر للمحررين والصحفيين يقلل من معدلات ترك العمل المفاجئ ويعزز استمرارية الإعلام.
					وضوح المسؤوليات داخل الفريق الصحفي يدعم استمرارية التنظيم الإعلامي.
					وجود قيادات بديلة مدربة في قسم التحرير يقلل من أثر غياب المسؤولين الرئيسيين.
					تحسين بيئة العمل الإعلامية يساهم في تقليل الغياب والانقطاع ويعزز استمرارية العمل.
					وجود خطط تطوير مهني مستمرة للمحررين والصحفيين يدعم بقاء الكفاءات داخل المؤسسة الإعلامية.
					التكامل بين الأقسام المختلفة في المؤسسة الإعلامية يساهم في استمرارية تقديم الأخبار.
					الاعتماد على بيانات الأداء في التوظيف يساهم في بناء فريق إعلامي مستقر.
					تقييم الاستعداد الإعلامي للأزمات يعزز استمرارية العمل الصحفي في الحالات الطارئة.

المعارض بشدّة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدّة	البعد
					نظم نقل المعرفة بين المحررين تضمن استمرار العمل في حال تغيّر الصحفيين.
					وجود بروتوكولات طوارئ للعمل الإعلامي يرفع جاهزية المؤسسة لمواجهة الأزمات.
					المرونة في إدارة المحتوى الإعلامي تُمكن من التكيف مع التغيرات المفاجئة في الأخبار.
					وجود خطط تعاقب وظيفي للمحررين يقلل من فجوات القيادة داخل الأقسام الإعلامية.
					المتابعة المنتظمة لمؤشرات استمرارية تقديم المحتوى الإعلامي تساهم في تطوير الأداء.

مع خالص التقدير والاحترام

Mid-Ocean University

College of Media

Department of Media



**" Employing artificial intelligence in managing media
content on news platforms: A field study on news platforms"**

Preparation:

Prepared by: Saleh Nasser Abdullah Al-Maran y

University ID: 243001641

Supervised by: Dr. Mahitab Al-Rafei

Academic Dean: Dr. Sherine Kadwani

1447-2025