

جامعة ميدأوشن

كلية الإعلام

تخصص إعلام



توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تنظيم المحتوى الإخباري وإدارته على
المنصات الإخبارية (الرقمية): دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات
الإعلامية السعودية

إعداد الطالب/

إشراف/

د. ماهيتاب الرفاعي

العام الدراسي:

2025

٣	 مقدمة:
٤	 مشكلة الدراسة
٦	 أهمية الدراسة:
٨	 أهداف الدراسة:
٩	 تساؤلات الدراسة
٩	 فروض الدراسة:
١١	 نموذج الدراسة:
١٢	 الدراسات السابقة:
١٨	 الفجوة البحثية:
٢٠	 المنطلقات النظرية للدراسة:
٢٤	 المنهجية وطرق البحث:
٢٤	 مصادر جمع البيانات
٢٥	 أدوات الدراسة:
٢٧	 حدود الدراسة:
٢٨	 المراجع:

مقدمة:

يُعد الذكاء الاصطناعي من أبرز التحولات التقنية التي أثّرت بعمق في مجال تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته، حيث أسهم في تطوير طرق إنتاج المحتوى من خلال تقنيات مثل "الصحافة الآلية"، التي تعتمد على خوارزميات لتحليل البيانات الضخمة وإنتاج تقارير وأخبار بلغة بشرية دون تدخل صحفي مباشر. كما ساعد في تنظيم وفهرسة المحتوى بذكاء عبر تقنيات التعلم الآلي، بحيث يمكن تصنيف الفيديوهات والمقالات وفق مضمونها الفعلي وليس فقط وفق الكلمات المفتاحية، مما يُسهل أرشفة المحتوى والوصول إليه بمرونة ودقة.

إلى جانب ذلك، مكّن الذكاء الاصطناعي المؤسسات الإعلامية من تحليل سلوك الجمهور وتقديم محتوى مخصص لكل مستخدم بناءً على تفضيلاته واهتماماته، ما أدى إلى تحسين تجربة الاستخدام وزيادة التفاعل مع المحتوى. كما برز دوره في مكافحة الأخبار الكاذبة من خلال بناء أنظمة تعتمد على تحليل اللغة الطبيعية والمقارنة بين المصادر المختلفة، بهدف التحقق من صحة المعلومات والحد من التضليل الإعلامي، وهو ما يسهم في تعزيز مصداقية الإعلام في العصر الرقمي.

ومع ازدهار المحتوى المرئي، أصبح الذكاء الاصطناعي أيضًا أداة فعالة في تحرير الفيديوهات 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.

إن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته يمثل تحولاً جوهرياً في بنية العمل الإعلامي من حيث الإنتاج والتوزيع والتحليل والتخصيص، إذ أسهمت هذه التقنيات في تعزيز كفاءة الأداء، وتسريع العمليات، وتقديم محتوى مخصص يلبي تفضيلات الجمهور بدقة. ومع ذلك، فإن هذا التوظيف لا يخلو من تحديات أخلاقية وتنظيمية تتعلق بالخصوصية، والانحياز الخوارزمي، وغياب الشفافية، مما يستدعي ضرورة وجود رقابة بشرية واعية وأطر قانونية تضمن الاستخدام المسؤول وتحافظ على النزاهة المهنية في العمل الإعلامي. ويُعد الذكاء الاصطناعي عاملاً محورياً في إعادة تشكيل علاقة الوسيلة بالجمهور ضمن بيئة إعلامية تتسم بالديناميكية والتفاعل.

انطلاقاً 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 تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية.

مشكلة الدراسة

تُعد تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته 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 تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية" - 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 سلبًا 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 تحسّنًا ملموسًا في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته 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 تُسهم أو تُعيق نجاح توظيف الذكاء الاصطناعي في هذا السياق؟

إن معالجة هذه المشكلة لا تقتصر على الجانب التقني فقط، بل تشمل أيضًا 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 وتتبناه. وبالتالي، تسعى هذه الدراسة إلى تقديم تحليل علمي وواقعي لمدى فعالية توظيف الذكاء الاصطناعي كأداة لتعزيز تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته 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.

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 وتنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته 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 تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته 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 تساهم 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 الاستفادة التشغيلية.

✓ تسهم في رفع جودة السياسات العامة من خلال تمكين متخذي القرار من استخدام نماذج تنبؤية وبيانات واقعية تسهم في تحسين فعالية التنفيذ والمساءلة.

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 تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية، ويتفرع منه مجموعة من الأهداف الفرعية:

- ✓ التعرف على مستوى التشغيل الآلي في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية.
- ✓ التعرف على مستوى الأتمتة والنظم الذكية في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية.
- ✓ التعرف على مستوى التعلم من خلال العمل في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية.
- ✓ التعرف على مستوى دعم القدرة على اتخاذ القرار في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية.

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 تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية، وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية كالتالي:

➤ إلى أي مدى يسهم التشغيل الآلي في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات

الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية؟

➤ إلى أي مدى يسهم الأتمتة والنظم الذكية في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات

الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية؟

➤ إلى أي مدى يسهم التعلم من خلال العمل في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على

المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية؟

➤ إلى أي مدى يسهم دعم القدرة على اتخاذ القرار في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على

المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية؟

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 الرئيسة الأول: 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 تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية.

وينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الأربع التالية:

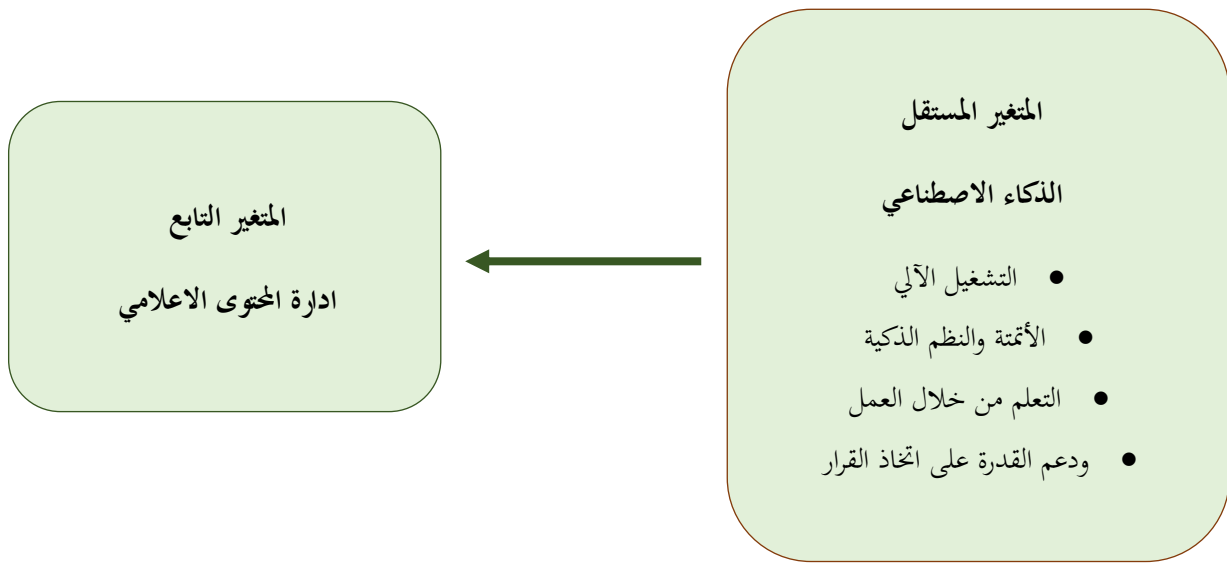
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتشغيل الآلي في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأتمتة والنظم الذكية في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتعلم من خلال العمل في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدعم القدرة على اتخاذ القرار في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية.

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: تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته.



المصدر: من عمل الباحث

الدراسات السابقة:

دراسات عن تقنيات الذكاء الاصطناعي

دراسة (بومدين، ٢٠٢٣)، بعنوان تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية لدى الصحفيين، حيث تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على أداة الاستبيان للإجابة على إشكالية الدراسة، وتحقيق أهدافها، حيث تم توزيع استمارة الاستبيان على ١٠ مفردات عينات الدراسة بطريقة قصدية يعملون بالإذاعة، التلفزيون الصحافة المكتوبة، وقد توصلنا في الأخير إلى جملة من النتائج أبرزها أن فيه توجه كبير المؤسسات الإعلامية والصحفيين لاعتماد تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في عملهم الإعلامي لمواكبة التطور في هذا المجال، إلى أنه لا يجب التخلي عن العنصر البشري.

دراسة (الرشيدي، ٢٠٢٣)، بعنوان دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية: دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال

استهدفت الدراسة التعرف على دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية من وجهة نظر القائم بالاتصال في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وقد اعتمدت على منهج المسح بشقه الميداني وطبقت الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال ببعض المؤسسات الإعلامية الكويتية قوامها ٣٠٠ مفردة من خلال استبيان طبق عليهم بالبريد الإلكتروني وقد أشارت نتائج الدراسة إلى عينة الدراسة تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة بلغت ٤٥% من العينة وتعتمد عليها أحيانا بنسبة ٤٤.٧% من العينة في الترتيب الثاني ويعنى ذلك أن الوسائل الإعلامية الكويتية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة ٨٩.٧% من العينة سواء

بشكل منتظم أو إلى حد ما. بينما بلغت نسبة اعتماد وسائل الإعلام الكويتية على التطبيقات الحديثة والتكنولوجية بدرجة كبيرة أكثر من النصف حيث جاءت نسبة أكثر ٥٥% من العينة تقوم بالاعتماد بدرجة كبيرة على التطبيقات التكنولوجية الحديثة، وفي الترتيب الثاني تعتمد الوسائل على التكنولوجيا بدرجة متوسطة ٤٠% من العينة، بينما تعتمد عليها بدرجة ضعيفة بنسبة ٥% من الوسائل. كما أشارت النتائج إلى أن نسبة ٧٥.٧% من عينة الدراسة توافق على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية، بينما عارضت نسبة ٢٤.٣% منهم استخدام هذه التقنيات بدعوى أنها تسبب الاستعانة بالروبوتات في جمع المادة وتوضيها، وبالتالي يمكن أن يؤثر ذلك على العاملين من ذوي المهن الإعلامية الذين يمكن أن يفقدوا أماكنهم ووظائفهم في حالة الاعتماد الكامل على هذه الروبوتات. وقد ثبت صحة الفرض الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الإعلامية ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (توقع الأداء/ المنفعة المتوقعة/ التسهيلات المتاحة/ الجهد المتوقع).

دراسة (المكاوي، ٢٠٢١)، بعنوان تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تطوير العمل بالمؤسسات

الإعلامية الإماراتية: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال

استهدفت الدراسة الكشف عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بالمؤسسات الإعلامية الإماراتية والدور الذي تقوم به هذه التطبيقات في تطوير العمل الإعلامي بها، وتم استخدام منهج المسح، أداة الاستبيان من خلال تطبيق استبانة إلكترونية أعدت لهذا الغرض على عينة عمدية متاحة قوامها (١٠٠) مبحوث من الصحفيين والإعلاميين العاملين بعدد من المؤسسات الإعلامية الإماراتية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: جهل نسبة غير قليلة من الإعلاميين بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي بمؤسساتهم من عدمه، وهو ما يعكس ضعف استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات

الإعلامية الاماراتية. كما أظهرت النتائج عدم تقبل الصحفيين والإعلاميين لفكرة أن يكون الروبوت رئيسا مباشرا أو زميلا لهم في العمل ووافقت نسبة ضئيلة أن يكون الروبوت مساعدا لهم في أداء مهامهم الوظيفية، كما تشير النتائج إلى عدم اقتناع نسبة ٣٧% من عينة الدراسة بجدوى الاستعانة بالروبوت في العمل الإعلامي، وأوضحت النتائج أن وظيفة "مبرمج بالمواقع الإلكترونية" ووظيفة "مهندس الصوت" في مقدمة الوظائف التي ستتأثر بتقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة بلغت ٧٠% لكل منهما، تلتها وظيفة "مصمم جرافيك" بنسبة ٦٨.٤٪، ووظيفة مصور تليفزيوني بنسبة ٦٠%. ووظيفة مخرج صحفي بنسبة ٥١.٧٪، فيما أظهرت النتائج أن وظائف المحرر الصحفي ومعد البرامج ومقدم البرامج ومحرر نشرات الأخبار أقل تأثرا من وجهة نظر الاعلاميين، كما وجدت الدراسة علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى قلق القائمين بالاتصال من تطبيقات الذكاء الاصطناعي واتجاهاتهم نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل بالمؤسسات الاعلامية الاماراتية.

دراسة (الدبيسي، ٢٠٢٣)، بعنوان صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية والأخلاقية

هدفت الدراسة إلى معرفة تطور مفهوم صحافة الذكاء الاصطناعي، وصياغة تعريف علمي لها في ظل تعدد التسميات والمفاهيم، والتعريف بدور الخوارزميات في التحرير الصحفي، وكذلك تحديد مزايا صحافة الذكاء الاصطناعي، ومجال تفوقها على الصحافة التقليدية، وأبرز التحديات التقنية والمهنية والأخلاقية التي تواجهها، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الأدبيات الأجنبية التي تبحث في تأثير تقنية الذكاء الاصطناعي على الصحافة، وخلصت الدراسة إلى صياغة تعريف شامل لمفهوم صحافة الذكاء الاصطناعي، وأن الذكاء الاصطناعي جعل العمل الصحفي أكثر كفاءة في غرف الأخبار، وأسهم في زيادة إنتاج كم وتنوع المحتوى، فضلا عن زيادة المردود المالي للمؤسسات الإعلامية، وأن التحديات التي تواجه صحافة الذكاء الاصطناعي، ما تزال في مجال الحدود الدلالية والتفسيرية،

وأبرز هذه التحديات نقص المعلومات أو عدم دقتها يؤثر على مصداقية صحافة الذكاء الاصطناعي نتيجة لإنتاج أخبار وتقارير معلوماتها متضاربة وغير دقيقة. وتحتاج خوارزميات إنتاج المحتوى الآلي إلى المزيد من الشفافية فيما يتعلق بحدود تطبيق المعايير المهنية في صحافة الذكاء الاصطناعي، كما خلصت الدراسة إلى أهمية صياغة مفهوم جديد في صحافة الذكاء الاصطناعي هو؛ حارس البوابة الخوارزمية، لمراعاة المسؤولية الاجتماعية، والمعايير المهنية والأخلاقية، بما يخدم الجمهور، والمصلحة العامة، والمجتمع.

دراسة (خضر، ٢٠٢٢)، بعنوان تقييم النخبة المصرية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ورؤيتهم لمستقبلها في إبداع المحتوى: دراسة وصفية استكشافية

رصد هذا البحث تقييم النخبة الإعلامية والأكاديمية المصرية لواقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الإعلامية المصرية ومجالات استخدامها، وتحديد درجة جاهزيتها لتبني تلك التقنيات، والكشف عن العوامل المؤثرة في عملية التوظيف، وأبرز الفوائد والسلبيات، وأهم المعوقات وعوامل النجاح للتكيف مع بيئة العمل الجديدة، وأبرز تحدياتها وملامح مستقبلها وانعكاساتها على العملية الإعلامية (المحتوى، الممارسين، وسائل الإعلام التقليدي والجديد، الجمهور)، وقدرتها على توظيف المهارات المختلفة لإنتاج محتوى إبداعي والكشف عن أبرز التقنيات المتوقعة توظيفها في عمليات إنتاج المحتوى، وذلك في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ونموذج إدارة الإبداع والابتكار باستخدام أداة استبيان لعينة متاحة قوامها ١٢٠ مفردة من النخبة الإعلامية والأكاديمية، بالإضافة إلى المقابلات المتعمقة مع عدد ١٢ مفردة من القيادات الإعلامية، وخبراء الإعلام والذكاء الاصطناعي وخلص البحث لجاهزية المؤسسات الإعلامية المصرية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة متوسطة مع توقع المبحوثين لتطور عمليات التوظيف بدرجات متفاوتة، وكشفت نتائج البحث عن عدم ثقة وقناعة النخبة

في قدرة خوارزميات الذكاء الاصطناعي لإنتاج محتوى إبداعي يضاهي المحتوى المنتج بشريا رغم كثرة الفوائد وعناصر الإبهار.

دراسات عن إدارة المحتوى الرقمي وأساليب تنظيمه على المنصات الإخبارية

دراسة (زيدان، ٢٠٢٣)، بعنوان واقع إدارة المحتوى الرقمي في مؤسسات التراث الثقافي بإمارة الشارقة

استهدفت الدراسة إلى رصد وتقييم واقع عمليات إدارة المحتوى الرقمي بمؤسسات التراث في إمارة الشارقة للوقوف على أبعاده وخصائصه وأدواره التي يلعبها في تدعيم خريطة الحضور الرقمي للتراث، وما هو مطلوب وموصى به من حيث الدراسات والسياسات والخطط والبرامج والمشاريع. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للوقوف على واقع إدارة المحتوى الرقمي بمؤسسات التراث التي تمثل مجتمع الدراسة، واستخدمت قائمة المراجعة كأداة لتجميع البيانات حول موضوع الدراسة. كشفت نتائج الدراسة عن حاجة المؤسسات محل الدراسة إلى استراتيجية واضحة ومكتوبة لإدارة المحتوى، كما اتضح من خلال تحليل نتائج الدراسة أن غالبية المؤسسات محل الدراسة لا يوجد بها سياسات مكتوبة، وأنها تعتمد في ممارسة وأداء أعمالها على سياسات ضمنية غير مكتوبة، مما يؤثر سلبا على عملية الاتصال داخل المؤسسة ويؤثر كذلك على طبيعة الأداء وسير العمليات وانطلاق الأهداف والخطط والخدمات واستدامة أعمالها. وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات أهمها ضرورة قيام المؤسسات بصياغة استراتيجية واضحة ومكتوبة لإدارة المحتوى الرقمي، وتطوير السياسات المتعلقة بإدارة المحتوى بالمؤسسات، وكذلك ضرورة عمل تقييم دوري للنظام القائم من خلال المؤشرات والإحصائيات والتعليقات واستطلاع رأي فئات مجتمع المستفيدين والمستخدمين.

دراسة (القاضي، ٢٠٢٢)، بعنوان مشروعات إدارة المحتوى الرقمي في مؤسسة المرأة والذاكرة:
دراسة حالة

الهدف من هذه الدراسة إلى تقييم المشروعات الرقمية التي تتبناها مؤسسة المرأة والذاكرة، إحدى المنظمات غير الحكومية المعنية بقضايا وأوضاع المرأة، منذ إنشائها عام ١٩٩٥ وحتى عام ٢٠٢١؛ وهي: مشروع المكتبة، ومشروع من هي في مصر، ومشروع المجموعات الخاصة، ومشروع أرشيف التاريخ الشفهي، في ضوء المعايير التي استخلصتها الباحثة، اعتمادا على إرشادات مشاريع رقمنة مجموعات الحق العام في المكتبات ومراكز الأرشيف التي أصدرتها أ فلا (IFLA) عام ٢٠٠٢، ومجموعة من المتطلبات والمواصفات المعيارية المستخدمة في مشروعات الرقمنة المختلفة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتقييم تلك المشروعات وتحليلها، وأسلوب دراسة الحالة لرصد الواقع الفعلي لتلك المشروعات، بغرض الكشف عن كل ما يتعلق بها من إيجابيات وسلبيات للخروج بالنتائج والتوصيات، وتم إعداد استبيان للمستفيدين لبيان مدى رضاهم وتفاعلهم مع نظم إدارة المحتوى المستخدمة بالمشروعات محل الدراسة من خلال موقعها الإلكتروني، والصعوبات التي يواجهونها واقتراحاتهم للتغلب عليها وتحسين الخدمة. وبناء على ما أسفرت عنه النتائج قامت الباحثة بوضع رؤية تكاملية لإدارة المحتوى الرقمي تعتمد على توفر عدد من المتطلبات الضرورية بالمشروع الرقمي حتى يحقق أهدافه المرجوة على أفضل وجه.

دراسة (ساعد، ٢٠٢٤)، بعنوان أثر اكتساب مستويات الوعي الرقمي في تنمية مهارات استخدام برمجيات إدارة المحتوى الرقمي لدى الأساتذة الجامعيين: دراسة تطبيقية

هدفت الدراسة إلى الكشف عن الأدوار التي يؤديها اكتساب الوعي الرقمي في تطوير مهارات استخدام برمجيات إدارة المحتوى الرقمي التعليمي وعلى رأسها منظومة مودل "MOODEL" لدى الأساتذة الجامعيين بالجامعات الجزائرية، وذلك من خلال التطرق إلى أهم القرارات القانونية والإدارية التي

انتهجتها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في المخطط التوجيهي الرقمي (SDN) ومدى إلائها العناية اللازمة بعناصر الوعي الرقمي والصعوبات التي تواجه تكوين الأساتذة في استخداماتهم المتعددة لبرمجيات إدارة المحتوى الرقمي التعليمي لتحقيق التحول الرقمي المنشود في الجامعة الجزائرية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاقتراحات ومن أهمها العمل على تكثيف الدورات التكوينية الموجهة للأساتذة الجامعيين حول طرق وتقنيات استخدام منظومة مودل التعليمية، وبذل المزيد من الجهود لنشر الوعي الرقمي في أوساط الأساتذة الجامعيين ومرافقتهم في كل المشاكل والصعوبات التي تواجههم في استخدام منظومة مودل "MOODLE".

الفجوة البحثية:

يتضح من مراجعة الدراسات السابقة مثل دراسة (بومدين، ٢٠٢٣) و** (الرشيدي، ٢٠٢٣) ** و** (المكاوي، ٢٠٢١) ** أن هذه الدراسات ركزت بالدرجة الأولى على استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية بشكل عام، مع اهتمام نسبي بوجهات نظر القائمين بالاتصال حول الاستخدام، أو المخاوف المرتبطة بالروبوتات، أو التطورات التقنية داخل المؤسسة. إلا أن هذه الدراسات لم تتناول بالشكل التفصيلي أو التخصصي كيفية تنظيم المحتوى الإخباري وإدارته رقمياً باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهو ما تمثل الدراسة الحالية في معالجته بشكل منهجي.

كما أن دراسة (الدبيسي، ٢٠٢٣) اهتمت بإشكاليات أخلاقية ومهنية تتعلق بما يسمى بـ"صحافة الذكاء الاصطناعي"، لكنها لم تتناول النواحي الإجرائية والتنظيمية لتدفقات المحتوى الإخباري على المنصات

الرقمية أو أنظمة الأرشفة والتصنيف التي تتحكم بها الخوارزميات، ما يترك فراغًا بحثيًا في جانب إدارة هذا المحتوى بشكل تطبيقي وعملي، وهو ما تسعى الدراسة الحالية لتغطيته في السياق السعودي.

على الرغم من تنوع الأطر الجغرافية في الدراسات السابقة مثل الإمارات (المكاوي، ٢٠٢١)، الجزائر (بومدين، ساعد)، والكويت (الرشيدي)، ومصر (خضر)، إلا أن السياق السعودي لم يحظَ باهتمام كافٍ في الدراسات الميدانية المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، خاصة فيما يتعلق بالممارسات الرقمية على المنصات الإخبارية. البيئة الإعلامية السعودية تشهد تحولات رقمية متسارعة ضمن "رؤية السعودية ٢٠٣٠"، وهناك حاجة ملحة لتقييم مستوى التبني الفعلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في منصات الأخبار المحلية، وهو ما تطرحه الدراسة الحالية لأول مرة بهذا العمق.

تشير الدراسات المتعلقة بإدارة المحتوى الرقمي مثل دراسة (زيدان، ٢٠٢٣) و(القاضي، ٢٠٢٢) إلى معالجات تركز على المؤسسات الثقافية أو المنظمات غير الحكومية، دون ربط مباشر بين أنظمة إدارة المحتوى وبين الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية. أما دراسة (ساعد، ٢٠٢٤) فتركز على البرمجيات التعليمية مثل "موودل" في الجامعات، وهي بعيدة عن المنصات الإخبارية. ومن هنا، تُظهر الدراسة الحالية تكاملاً نادراً بين المجال التقني (الذكاء الاصطناعي) والجانب الإعلامي التنظيمي (إدارة وتنظيم المحتوى الإخباري)، في إطار إعلامي احترافي ميداني.

اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على المنهج الوصفي والتحليلي أو المسوح الكمية التقليدية، وركزت على وجهات نظر القائمين بالاتصال أو الممارسين. أما الدراسة الحالية فتتبنى منهجاً ميدانياً أكثر شمولاً، يستهدف التحقق من الأبعاد التقنية والتنظيمية في إدارة المحتوى باستخدام أدوات ذكاء اصطناعي، مع قياس فعالية الاستخدام، وتقييم نتائج هذه التقنيات من وجهة نظر المختصين والمحللين الإعلاميين في السعودية.

لم تركز معظم الدراسات السابقة على المحتوى الإخباري تحديدًا كمجال تطبيق لتقنيات الذكاء الاصطناعي، بل تحدثت عنه في إطار عام. في المقابل، تُسلط الدراسة الحالية الضوء بشكل مباشر على تنظيم وإدارة المحتوى الإخباري بالذات، وهو أكثر أشكال المحتوى تأثرًا بالتطورات الرقمية وأشدّها حاجة للسرعة والدقة والموثوقية.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تنبثق المنطلقات النظرية للدراسة الحالية المعنونة "توظيف الذكاء الاصطناعي في تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية" من تداخل عدة أطر مفاهيمية ومقاربات علمية تجمع بين تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحولت الإدارية 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 مخبرية 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 تحولًا نوعيًا 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.

مصطلحات البحث

• الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence)

يُعد الذكاء الاصطناعي أحد أبرز مفاهيم الثورة الصناعية الرابعة، ويُقصد به قدرة الأنظمة والآلات على محاكاة السلوك البشري من حيث الفهم، والتعلم، واتخاذ القرار، وحل المشكلات. وفي السياق الإعلامي، يُشير الذكاء الاصطناعي إلى استخدام الخوارزميات والنماذج الحاسوبية لتحليل البيانات الإعلامية، والتنبؤ بسلوك الجمهور، وتوليد المحتوى بطريقة شبه آلية. ويتضمن هذا المفهوم تطبيقات متعددة كمعالجة اللغة الطبيعية (NLP)، والتعلم الآلي (Machine Learning)، والتعلم العميق (Deep Learning)، والتي تمكن الأنظمة من فهم النصوص الإعلامية، وتصنيفها، وتلخيصها، وحتى إنتاجها بأساليب شبيهة بالبشر. إن إدماج الذكاء الاصطناعي في النظم الإعلامية الرقمية يُحدث تحولاً جذرياً في طبيعة العمل الصحفي، ليس فقط من حيث السرعة والكفاءة، ولكن أيضاً من حيث تحليل سلوك الجمهور وتخصيص المحتوى.

• المحتوى الإخباري (News Content Structuring)

يُشير مفهوم تنظيم المحتوى الإخباري إلى العمليات المنهجية التي تهدف إلى تصنيف الأخبار، وتبويبها، وترتيبها وفق معايير زمنية أو موضوعية أو جغرافية أو دلالية، بهدف تسهيل الوصول إليها واستهلاكها من قبل المستخدمين. ويُعد هذا التنظيم جزءاً حيوياً من بنية العمل الإعلامي الرقمي، حيث تُسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في أتمتة عمليات الفهرسة والتبويب من خلال تحليل النصوص واستنتاج السياقات والمضامين الأساسية. فمثلاً، يمكن لخوارزميات تعلم الآلة أن تحدد تلقائياً ما إذا كان الخبر يتعلق بالشأن السياسي، أو الاقتصادي، أو الثقافي، وتقوم بتوجيهه إلى القسم المناسب في المنصة. كما يُمكن للتقنيات

الحديثه تحديد مدى أهمية الخبر بناءً على سلوك المستخدمين، وتقديمه في الواجهة الرئيسية تلقائياً، مما يُعزز من الكفاءة التحريرية والتجربة التفاعلية للمستخدم.

• إدارة المحتوى الإعلامي (Media Content Management)

تُشير إدارة المحتوى الإعلامي إلى الجهود التكاملية التي تبذلها المؤسسات الإعلامية لتنظيم عمليات إنتاج المحتوى، ومراجعته، ونشره، وأرشفته باستخدام نظم رقمية متقدمة. وتستند هذه الإدارة إلى منهجيات رقمية تعتمد على الأتمتة، وتوظيف البرمجيات الذكية لإدارة دورة حياة المحتوى من لحظة إنشائه وحتى تفاعله مع الجمهور. ويتدخل الذكاء الاصطناعي، تتحول نظم إدارة المحتوى التقليدية إلى نظم ذكية (Smart CMS) قادرة على اتخاذ قرارات تحريرية مبنية على تحليل بيانات القراءة والتفاعل، وتقديم توصيات تحريرية، وحتى تقييم جودة المحتوى ومدى تأثيره. كما تُسهم هذه الإدارة الذكية في تسريع عمليات النشر، وتقليل الأخطاء، وضمان الاتساق، إضافة إلى تعزيز الحوكمة الإعلامية والمساءلة داخل المؤسسات الإخبارية.

• المنصات الإخبارية الرقمية (Digital News Platforms)

المنصات الإخبارية الرقمية تُعد النموذج الجديد للصحافة في العصر الرقمي، إذ تمثل واجهات إلكترونية تُمكن المؤسسات الإعلامية من تقديم محتواها الإخباري عبر الإنترنت بطرق تفاعلية ومتعددة الوسائط. وتتميز هذه المنصات بقدرتها على توظيف التحليلات الرقمية لفهم الجمهور، وتخصيص المحتوى بناءً على سلوك التصفح، وتقديم تجربة إعلامية مخصصة لكل مستخدم. وقد أصبح الذكاء الاصطناعي جزءاً جوهرياً من بنية هذه المنصات، حيث يُستخدم في توصية الأخبار (Recommendation Engines)، والتحقق من المحتوى، وتحليل البيانات الضخمة الناتجة عن تفاعل المستخدمين، ما يعزز من قدرة

المنصة على الاستجابة الفورية والذكية لاحتياجات الجمهور المتغيرة. كما أن البنية السحابية لهذه المنصات تُمكن من التوسع والانتشار السريع، بما يتوافق مع التحول الرقمي العالمي في مجال الإعلام.

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.

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.

أدوات الدراسة:

- تعرف أداة البحث بأنها "الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف الإجابة عن تساؤلاته، وسيعتمد الباحثين في جمع البيانات على المقابلة مع خبراء اعلاميين والاستبانة، والتي نعرف 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 ب: النوع، والعمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي.
- **القسم الثاني:** اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

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

أداة الدراسة

تم تصميم الاستبانة في الدراسة الحالية لنتناسب 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 المسمى 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 – تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته، ويُقاس من خلال (١٠) فقرة موزعة.

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 تنظيم المحتوى الاعلامي وإدارته على المنصات الاخبارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على المؤسسات الإعلامية السعودية.
- **حدود مكانية:** تُجرى الدراسة على المنصات الاخبارية.
- **حدود زمانية:** تم إعداد الدراسة في عام ٢٠٢٥.
- **حدود بشرية:** تقتصر الحدود البشرية لهذه الدراسة على العاملين في المنصات الاخبارية بالمملكة العربية السعودية.

المراجع:

- 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.
- 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.
- البناء، طلعت أسعد عبدالحميد، غنيم، أحمد محمد السيد، و إبراهيم، 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.
- العتيبي، مها محمد شمروخ، و اليوبي، ليلي عابد. (٢٠٢٤). أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي: دراسة تطبيقية على شركة موبيلي بالمملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، مج ٨، ع ١١، ١٠ - ٢٦.
- عبدالرزاق، مناضل عبدالجبار، الطائي، حاتم هاتف عبدالكاظم، و غني، ناز هيوا. (٢٠٢٤). أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على المحاسبة والتدقيق: دراسة تحليلية على عينة من الأكاديميين في الجامعات العراقية. زانكو - الإنسانيات، مج ٢٨، ع ٤، ٢٦٤ - ٢٨٠.

- بومدين، كريمة. (٢٠٢٣). تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مج ١٠، ع ٤٦، ٦٠٧ - ٦٢٣.
- الرشدي، محمد عوض نافع. (٢٠٢٣). دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية: دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع ٢٦، ١٤١ - ١٨٠.
- المكاوي، بسام عطية محمد، و عبد الحميد، عمرو محمد. (٢٠٢١). تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تطوير العمل بالمؤسسات الإعلامية الإماراتية: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال. المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع ٢٨، ٦٣ - ١٢٤.
- الدبيسي، عبدالكريم علي جبر. (٢٠٢٣). صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية والأخلاقية. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، مج ٣١، ع ٣، ٧٢ - ٩٤.
- خضر، نسمة محمد محمد إبراهيم. (٢٠٢٢). تقييم النخبة المصرية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ورؤيتهم لمستقبلها في إبداع المحتوى: دراسة وصفية استكشافية. مجلة كلية الفنون والإعلام، ع ١٤، ٢٥٥ - ٣١٠.
- زيدان، أحمد عادل. (٢٠٢٣). واقع إدارة المحتوى الرقمي في مؤسسات التراث الثقافي بإمارة الشارقة. مجلة بحوث الشرق الأوسط، ع ٨٨، ٢٦٥ - ٢٨٨.
- القاضي، سارا سعيد محمد. (٢٠٢٢). مشروعات إدارة المحتوى الرقمي في مؤسسة المرأة والذاكرة: دراسة حالة. مكتبات نت، مج ٢٣، ع ١، ٥ - ٢٨.

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

Mid–Ocean University

College of Media

Department of Media



**"Employing artificial intelligence technologies to
organize and manage news content on (digital) news
platforms: a field study applied to Saudi media
institutions"**

Preparation:

Supervision:

D. Mahitab Al–Rafii

1445–2025