

قضايا بحثية ٣

الباحثة
دعاء طويرقي
٢٢١٠٠١٨٥٧

برنامج دكتوراه الاعلام الرقمي

د. شرين كدواني



التكليف

اختيار قضية بحثية – الأهمية والمبررات لدراستها
مجالات دراستها ، متغيرات الدراسة ، مجتمع وعينة
الدراسة ، ادوات جمع البيانات

القضية البحثية



الموضوع الذي يدرسه الباحث في دراسته أو بحثه العلمي، تكون عادة محددة ومحصورة لتوجيه الباحث نحو جمع المعلومات الضرورية وتحليلها بشكل منطقي ومنهجي تتمثل القضية البحثية في السؤال الرئيسي الذي يحاول الباحث الإجابة عنه

القضية البحثية

كيف ستؤثر التطورات التكنولوجية الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي على الإعلام الرقمي؟

مقدمة

تعتبر التطورات التكنولوجية الجديدة من أهم العوامل التي ستؤثر بشكل كبير على الإعلام الرقمي مثل الذكاء الاصطناعي الذي يمكنه تحليل كميات هائلة من البيانات بسرعة كبيرة وبدقة عالية، مما يمكنه من تقديم تجربة إعلامية مخصصة وفعالة للمستخدمين.

في الإعلام الرقمي يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك المستخدمين وتوجيه المحتوى والإعلانات بشكل شخصي ومناسب. بفضل القدرة على الاستفادة من كميات كبيرة من البيانات، كما يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في تحسين تجربة المستخدم وزيادة كفاءة العمليات الإعلامية في التواصل مع الجمهور المستهدف.

يُعرف الواقع الافتراضي بأنه تقنية تشمل استخدام الحواس البشرية لإنشاء واقع وهمي يبدو وكأنه حقيقي. تتنوع أنواع الواقع الافتراضي بحسب مدى التفاعلية والواقعية، حيث يمكن تقسيمها إلى ثلاثة أنواع رئيسية وهي الواقع الظاهري القائم على استخدام نظارات الواقع الافتراضي، والواقع المُعزّز الذي يضيف عناصر واقعية إلى البيئة المحيطة، والواقع الافتراضي الكامل الذي يوفر بيئة واقعية تفاعلية تشبه الواقع الطبيعي بشكل كامل.

مقدمة

من خلال تطبيق تقنيات مبتكرة مثل الواقع الافتراضي والتحليل الضخم للبيانات، يمكن للإعلام الرقمي أن يصبح أكثر تفاعلية شيقة وجاذبية للجماهير. قد يؤدي الواقع الافتراضي إلى تجربة إعلامية جديدة تؤثر على وجهة نظر المستخدم وطريقة استهلاكه للمحتوى. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يؤدي التحليل الضخم للبيانات إلى تغييرات في الاتجاهات الثقافية والمحتوى المقدم. ومن المهم أيضاً فهم تأثير تلك التطورات في تشكيل الرأي العام والتأثير على سلوك المجتمع.

أهمية البحث وأهدافه ومبررات اختياره

من الناحية النظرية:
تعد الأهمية الكبيرة للإعلام الرقمي في العصر الحديث ناتجة من دوره الحيوي في نقل المعلومات وتوفيرها بشكل سريع وفعال للجمهور
والواقع الافتراضي يتيح كذلك للمستخدمين تجارب غنية وواقعية تفاعلية، سواء في الألعاب أو في استخدامات أخرى مثل السياحة الافتراضية أو التدريبات العملية، مما يعزز من مستوى التفاعل مع المحتوى الإعلامي الرقمي.
هذه التطورات لها القدرة على تحويل الإعلام الرقمي إلى شكل أكثر تطوراً وتفاعلاً، وفتح آفاق جديدة للإبداع والتفاعل الاجتماعي عبر الوسائط الرقمية. ومع ذلك، يتطلب هذا التحول النظر في التحديات الأخلاقية والقانونية التي قد تنشأ معه.

أهمية البحث

فباستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، يمكن تخصيص المحتوى الإعلامي لكل فرد بشكل دقيق استناداً إلى سلوكه واهتماماته، مما يزيد من فعالية الإعلانات والمحتوى التسويقي.

تمكين التكنولوجيا الجديدة يفتح أبواباً للابتكار في الإعلام الرقمي، سواء من خلال استخدام الواقع الافتراضي في الترويج للأحداث الحية أو استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة البحث والاستكشاف على الإنترنت، التطورات التكنولوجية الجديدة لها إمكانيات كبيرة لتحسين وتطوير الإعلام الرقمي على مستوى التجربة الاستخدامية، التكاليف، والابتكار، مما يجعلها أداة حيوية للمنظمات والأفراد في عصر الرقمنة المتسارعة.

اهداف الدراسة

إضاءة على كيفية تحول الإعلام الرقمي في ظل التطورات التكنولوجية السريعة، وكيفية استغلال هذه التحولات لتحسين تجربة الجمهور وتعزيز الابتكار في مجال الإعلام والاتصالات.

- فهم التغيرات الحاصلة
- تحليل الأثر الاجتماعي والثقافي
- استكشاف التطبيقات الجديدة
- تحديد التحديات والفرص
- توجيه السياسات والاستراتيجيات

مبررات الدراسة

مبررات اختيار هذه القضية وأهميتها

اختيار دراسة تأثير التطورات التكنولوجية على الإعلام الرقمي يأتي من أجل فهم عميق للتحويلات الحاصلة في الصناعة، وتطوير الحلول المبتكرة التي تعزز من فعالية وتأثير الإعلام الرقمي في عصر التكنولوجيا الرقمية المتقدمة. كما أن هذه التكنولوجيات قد تؤثر بشكل كبير على مستقبل الاعلام والاتصال.

نوع الدراسة ومنهجها

تم الاعتماد على المنهج الوصفي لدراسة ظاهرة توظيف الذكاء الاصطناعي والعالم الافتراضي في الإعلام وتحليل تأثيراته

اعتمدت الدراسة علي منهج المسح الإعلامي وخبراء الحاسب (الواقع) وذلك بهدف الحصول على معلومات أكثر

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جمع البيانات معينة من الخبراء و الإعلاميين و جمهور الواقع الافتراضي و مقابلات لمعرفة آرائهم ومواقفهم وخبراتهم لفهم التطورات التكنولوجية تحت تأثير الذكاء الاصطناعي في المملكة العربية السعودية.

يتم جمع البيانات من خلال مقابلات شخصية، واستبيانات الكترونية، لتحليل محتوى المنصات الرقمية، مما يساعد في فهم التحولات الجارية والتحديات والفرص المتاحة في السوق الإعلامي الرقمي في المملكة

حدود الدراسة

الحدود البشرية : الخبراء، الإعلاميين في المؤسسات وكأفراد

الحدود الزمانية : تبدأ الدراسة من عام ٢٠١٧ حتى الوقت الحالي ٢٠٢٤

الحدود المكانية : على المستوى الوطني للمملكة

متغيرات الدراسة

المتغير المستقل : التكنولوجيا الرقمية ((الذكاء الاصطناعي، وتطبيقات الواقع الافتراضي في الاعلام الرقمي))

المتغير التابع : زيادة في استخدام المحتوى التفاعلي، أو تغييرات في تفضيلات الجمهور الإعلامي.

المتغير الوسيط:



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

