

عنوان البحث

أثر استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي في
المملكة العربية السعودية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي التقنيات
الرقمية

اعداد الطالبة /

الاسم / دينا

الرقم الجامعي /

إشراف

د.

٢٠٢٦ م

الإهداء

إلى من كان لهم الفضل بعد الله في وصولي إلى هذه المرحلة،

إلى والديَّ الكريمين، اللذين كان دعمهما وتشجيعهما مصدر قوة وإصرارٍ لي طوال مسيرتي العلمية.

إلى أسرتي العزيزة، التي أحاطتني بالمحبة والدعم، وساندتني في كل خطوة حتى اكتمل هذا العمل.

إلى أساتذتي الكرام، الذين قدموا لي العلم والمعرفة والتوجيه، وكان لهم أثرٌ كبير في مسيرتي الأكاديمية.

إلى كل من ساهم بكلمة، أو نصيحة، أو تشجيع، أو دعم في إنجاز هذا البحث.

أهدي هذا العمل المتواضع، راجيًا من الله أن ينفع به، وأن يكون إضافةً علميةً تسهم في إثراء المعرفة

حول أثر استخدام الذكاء الصناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية.

والله ولي التوفيق.

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى الله سبحانه وتعالى، الذي وفقني وأعانني على إتمام هذا البحث والوصول إلى هذه المرحلة العلمية.

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى أساتذتي الكرام، لما قدموه لي من علمٍ وتوجيهٍ وإرشاد، وما بذلوه من جهودٍ أسهمت في تطوير معارفي ومهاراتي العلمية والبحثية.

وأتوجه بخالص التقدير إلى كل من ساعدني وساندني خلال إعداد هذا البحث، سواءً بالنصيحة أو التوجيه أو التشجيع، وكان له أثر في إتمام هذا العمل.

كما أخص بالشكر أسرتي الكريمة، لما قدموه لي من دعمٍ وتشجيعٍ وصبرٍ ومساندةٍ طوال فترة الدراسة وإعداد البحث، فكان دعمهم دافعاً لي للاستمرار وبذل المزيد من الجهد.

وفي الختام، أسأل الله أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، وأن ينفع به، وأن يكون إسهاماً متواضعاً في إثراء المعرفة العلمية حول أثر استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية.

ولكل من أسهم في إنجاز هذا العمل، أقول: جزاكم الله خيراً، وبارك الله في جهودكم.

الفهرس

م	المحتويات	ص
١	الاهداء	أ
٢	الشكر والتقدير	ب
٣	جدول المحتويات	ج
٤	فهرس الجداول	د
٥	الملخص	هـ
الفصل الأول		
١	المقدمة	١
٦	مشكلة الدراسة	٣
٧	أهمية الدراسة	٤
٨	أهداف الدراسة	٦
٩	الدراسات السابقة	٦
الفصل الثاني نظرية الدراسة (منظور الدراسة)		
١٠	تمهيد	١٦
١١	الذكاء الاصطناعي	١٧
١٢	الإعلام الرقمي	٣٤
١٣	دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي	٤١
١٤	التحديات والاعتبارات الأخلاقية	٤١
الفصل الثالث		
١٥	منهج ونوع الدراسة	٤٣
١٦	مجتمع وعينة الدراسة	٤٤
١٧	أداة الدراسة	٤٩
١٨	الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث	٥٢
الفصل الرابع		
١٩	المقدمة	٥٤
٢٠	مناقشة وتفسير أسئلة البحث	٥٥
٢١	الخاتمة	٧٨
٢٢	التوصيات	٨٠
٢٣	المراجع	٨٢

فهرس الجداول

ص	الجدول
٢٦	جدول رقم ١ مقارنة بين مبادئ الذكاء الاصطناعي
٣٠	جدول رقم ٢ مقارنة بين الذكاء الاصطناعي والذكاء الانساني
٤٤	جدول 3: توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس
٤٥	جدول 4: توزيع أفراد العينة وفق متغير العمر
٤٦	جدول 5: توزيع أفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي
٤٧	جدول 6: توزيع أفراد العينة وفق متغير سنوات الخبرة
٤٨	جدول 7: توزيع أفراد العينة وفق متغير الوظيفة
٥٠	جدول 8: صدق الاتساق الداخلي ل بين فقرات المقياس والدرجة الكلية
٥١	جدول 9: ثبات مقياس الدراسة باستخدام معامل كرونباخ ألفا
٥٥	جدول 10: أثر التحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي في بتقنيات الذكاء الاصطناعي
٥٩	جدول 11: أثر نظم التحكم والنقل الذكية على تحسين تطوير تقنيات الإعلام الرقمي
٦٣	جدول 12: أثر الاتصال المعلوماتي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي
٦٧	جدول 13: أثر النظم الخبيرة (التطبيقات) على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي
٧٢	جدول 14: الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي على تطوير تقنيات الاعلام الرقمي

الملخص

هدف هذا البحث إلى التعرف على أثر استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية، والكشف عن طبيعة العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الصناعي وتطوير تقنيات الإعلام الرقمي، مع التركيز على عدد من الأبعاد، من أبرزها نظم التحكم والنقل الذكية، والاتصال المعلوماتي، والنظم الخبيرة والتطبيقات الذكية، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الصناعي في مجال الإعلام الرقمي.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما تم استخدام المنهج الميداني لجمع البيانات من أفراد مجتمع الدراسة من مستخدمي التقنيات الرقمية في المملكة العربية السعودية. وتمثلت أداة الدراسة في الاستبانة الإلكترونية، التي أُعدت بالاستناد إلى الإطار النظري والدراسات السابقة، وتم توزيعها على أفراد العينة بصورة إلكترونية. كما تم التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة؛ حيث أظهرت النتائج ارتفاع معاملات الارتباط بين فقرات الأداة ومحاورها، كما تراوحت معاملات الثبات باستخدام كرونباخ ألفا بين (٠.٨٧٤-٠.٩١١)، مما يؤكد تمتع الأداة بدرجة مرتفعة من الصدق والثبات.

كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة طردية قوية ودالة إحصائيًا بين الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الصناعي وتطوير تقنيات الإعلام الرقمي، إذ بلغ معامل ارتباط بيرسون ($r = 0.918$) عند مستوى دلالة ($p < 0.001$). كما أظهر تحليل الانحدار أن الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الصناعي يفسر نحو ٨٤.٣٪ من التباين في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، مع دلالة إحصائية للنموذج، حيث بلغت قيمة $F = 220.511$ عند مستوى دلالة ($p < 0.001$).

كما أظهرت النتائج وجود آثار إيجابية ودالة إحصائيًا لأبعاد الذكاء الصناعي المختلفة في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي؛ فقد بلغ معامل الارتباط ($r = 0.689$) لنظم التحكم والنقل الذكية، و ($r = 0.688$) للاتصال المعلوماتي، و ($r = 0.756$) للنظم الخبيرة والتطبيقات الذكية، في حين بلغ معامل الارتباط للتحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي ($r = 0.913$). وتشير هذه النتائج إلى أهمية توظيف تقنيات الذكاء الصناعي في تعزيز البيئة التقنية للإعلام الرقمي، وتحسين كفاءة الأداء الإعلامي، ودعم معالجة المعلومات وتسريع إنجاز المهام.

وتخلص الدراسة إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الصناعي يمثل عاملاً مهماً في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية، وأن الاستفادة من هذه التقنيات يمكن أن تسهم في رفع كفاءة العمل الإعلامي وتحسين الأداء وتطوير المحتوى، مع أهمية مراعاة التحديات المهنية والتقنية المرتبطة باستخدامها، وتعزيز التكامل بين التقنيات الحديثة والخبرة البشرية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الصناعي، الإعلام الرقمي، تقنيات الإعلام، نظم التحكم والنقل الذكية، الاتصال المعلوماتي، النظم الخبيرة، المملكة العربية السعودية.

الفصل الأول
المقدمة
المشكلة
والأهمية
والأهداف
والدراسات السابقة

يعيش العالم على أعتاب مرحلة جديدة من التطور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي، تتمثل بدخول تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية، ففي ظل ثورة تقنية جديدة يطلق عليها مفهوم (الثورة الرقمية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي). تزامنت هذه الثورة مع العولمة وتحرير الأسواق العالمية للسلع والخدمات والتبادل السلعي الكثيف وانسياب المعلومات في فضاء مفتوح لدرجة تقلصت معه المسافات بين الأفراد والمؤسسات والدول وتغيرت فيه مفاهيم الناس والمؤسسات عن المكان والزمن، ودخول المجتمعات في عالم افتراضي من العلاقات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، كان الحديث عنه في الماضي محض خيال أو نوعاً من التنبؤ بالمستقبل (الحمداني، ٢٠٢٦، ص ١١).

يعيش الإنسان المعاصر في عالم اليوم في بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية، تتميز بالتعدد الهائل والتنوع الكبير في وسائل الإعلام المختلفة. واتسعت دائرة الإعلام في هذا العصر، وأصبحت تشمل أنواعاً عديدة ومختلفة من وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، ومن هذه الوسائل -على سبيل المثال- الإعلام المرئي؛ التلفزيون والقنوات الفضائية، عبر البث الأرضي والأقمار الصناعية والإنترنت وكوابل الألياف البصرية. (البوعناني، ٢٠٢٥، ص ٨).

إن العصر الذي يعيشه العالم اليوم وما يتميز به من مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة يمثل تطوراً إعلامياً ضخماً بالدرجة الأولى، وبتطور الإعلام ووسائله؛ أصبح يواصل بقوة تغلغله في مختلف المجالات الحياتية. وأصبح هو المسيطر على مختلف ميادين الحياة العصرية؛ إذ أضحى العالم غير قادر على الاستغناء عن هذا النشاط المهم، فهو زيادة عن وظيفة التنوير والتوعية والإخبار التي نشأ من أجلها؛ أصبح يستعمل ويوظف لأغراض كثيرة يصعب حصرها، ولا يمكن توجيه نتائجها وأبعادها نحو وجهة واحدة أو هدف معين، وبذلك؛ شيئاً فشيئاً وجد الإعلام لنفسه مكاناً اقتصادياً من ناحية أخرى، وبالتالي أصبح شأنه هنا شأن أي بضاعة أو سلعة تباع وتشتري؛ بل ويُدرّ أرباحاً ومكاسب اقتصادية جمة، فضلاً عن مكاسبه السياسية والثقافية والاجتماعية. تعتبر الوسائل الإعلامية من أقوى طرق التأثير في الرأي العام؛ بل ربما في تشكيله. (عبد الحميد، ٢٠٢٦، ص ٣٦)

ويعرف الإعلام الرقمي بأنه شكل من أشكال وسائل الإعلام الحديثة، التي ظهرت مع ظهور الثورة التكنولوجية في القرن الحادي والعشرين، حيث يستخدم الإعلام الرقمي لأجهزة الإلكترونيّة للانتقال والتداول، ويتمّ نقل البيانات عبرها على شكل إشارات ثنائية، ومن الأمثلة على هذه الأجهزة: الكابلات الرقمية، والأقمار الصناعية، وأجهزة الكمبيوتر، والأجهزة المحمولة، ويشيع استخدام الإعلام الرقمي في الـرامج، والوسائط المتعدّدة كالصوت والصورة، ومواقع الويب، ومقاطع الفيديو، وإعلانات الإنترنت. (منصور، وحسام، ٢٠٢٢، ص ٢٧)

يُحدث الذكاء الاصطناعي تحولاً جذرياً ونقلة نوعية في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، حيث نقل الصناعة من الاعتماد الكامل على الجهد البشري إلى نموذج هجين يدمج بين الأتمتة الذكية والإبداع. يظهر هذا التأثير بوضوح في تحسين كفاءة إنتاج المحتوى، وتخصيص تجربة المستخدم بناءً على تحليل سلوكه بدقة. حيث تتوزع آثار استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي على عدة محاور منها صناعة وإنتاج المحتوى الآلي من خلال توليد التقارير الإخبارية والمالية والرياضية الروتينية فوراً دون تدخل بشري مباشر. وتخصيص تجربة المستخدم (عبر تحليل بيانات المستخدمين الضخمة لتقديم محتوى مخصص يناسب اهتمامات الجمهور عبر التنبؤ بميولهم وتفضيلاتهم. ومعالجة وتوزيع المحتوى من خلال دمج أنظمة الترجمة التلقائية للمحتوى المرئي والمكتوب لكسر الحواجز اللغوية عالمياً) (الراشد، ٢٠٢٤، ص ١٩)

وكذلك بالنسبة للإعلام الرقمي السعودي أحدث الذكاء الاصطناعي تحولاً جذرياً حيث تبنت العديد من المؤسسات الإعلامية تقنيات توليدية وتحليلية ومحررها الافتراضي "AI" لأتمتة صناعة المحتوى وتحسين سرعة صياغة الأخبار. تساهم هذه التقنيات في تخصيص تجربة المستخدم، وتحليل البيانات الضخمة، والتحقق من الموثوقية ضمن التوجهات الوطنية لتبني الذكاء الاصطناعي. للمزيد من التفاصيل، يمكن الاطلاع على الموقع الإلكتروني. حيث يدور موضوع الدراسة حول أثر استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية على عينة من مستخدمي التقنيات الرقمية

تتمثل المشاكل والتحديات الأساسية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي في تصاعد أزمت التضييل الإعلام ي والأخبار الزائفة عبر تقنيات التزييف العميق، وتهديد الملكية الفكرية، إضافة إلى إزاحة العمالة البشرية وفقدان الوظائف الصحفية التقليدية، وضعف الأطر التنظيمية والأخلاقية التي تحكم هذا التطور. ومن أبرز تحديات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي فقدان المصدقية وانتشار التضليل من خلال أدوات التوليد الآلي للنصوص والصور والفيديوهات جعلت تزييف الحقائق أسرع وأسهل، مما يصعب على الجمهور التفرقة بين المحتوى البشري والمصنوع آلياً ويؤدي إلى التلاعب بالرأي. (عبد الله، ٢٠٢٦، ص ٣٦).

وفقاً للتقارير والملاحظات السعودية، تكمن مشكلة استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي في تحديات المصدقية ودقة المعلومات، إلى جانب تهديد الوظائف البشرية وغياب الأطر التنظيمية. كما تشير التحليلات إلى تعقيدات تتعلق بانتهاك الملكية الفكرية، وانتشار المحتوى المتحيز، وفجوات في البنية التحتية والتدريب.

فإن مشكلة الدراسة وفي سبيل تمثيل مشكلة الدراسة في التسؤلات التالية:

السؤال الرئيسي: ما هو أثر الذكاء الاصطناعي بأبعاده (نظم - الاتصال المعلوماتي - النظم الخبرة) (التطبيقات

الذكية)) في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي ؟

ومن خلال السؤال الرئيسي للدراسة يمكن ان اشتقاق عدد من الأسئلة الفرعية تتمثل فيما يلي:

١. ما هو أثر التحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي في بتقنيات الذكاء الاصطناعي ؟
٢. ما هو أثر نظم التحكم والنقل الذكية على تحسين تطوير تقنيات الإعلام الرقمي ؟
٣. ما هو أثر الاتصال المعلوماتي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي ؟
٤. ما هو أثر النظم الخبرة (التطبيقات) على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي ؟
٥. ما هو الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي ؟

تبرز الأهمية في أنها سلطت الضوء على أثر استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية على عينة من مستخدمي تقنيات الإعلام الرقمي.

٣,١,١. الأهمية النظرية:

تتمثل الأهمية النظرية للبحث في الآتي:

١. أهمية الموضوع المطروح حول كيفية تحقيق التحول في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي من خلال تحليل البيانات بشكل علمي وأكاديمي
٢. أهمية فهم كيفية الاستفادة من تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي في دراسة وتحليل الأنشطة وتحديد العلاقة بينهما
٣. أهمية تطوير استراتيجيات جديدة تساهم في تعزيز واثراء المكتبة العربية حول علاقة الذكاء الاصطناعي بتطوير تقنيات الإعلام الرقمي.
٤. أهمية اعتماد الذكاء الاصطناعي لاستراتيجية تهدف الي تفاعل وتكامل بيئة الاعمال الداخلية والخرجية لمواجهة المتغيرات المختلف التي تؤثر على بيئة الإعلام الرقمي.
٥. قلة الأبحاث والدراسات التي تناولت موضوع الذكاء الاصطناعي وأثره على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. قد تفتح الدراسة مجالات بحثية جديدة للباحثين المهتمين بدراسة تأثيرات أخرى لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على مجالات مختلفة في الصحافة والإعلام.
٦. تضيف هذه الدراسة إلى الجسم الأكاديمي للأدبيات البحثية المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام، مما يساهم في إثراء المعرفة الأكاديمية في هذا المجال.

تتمثل الأهمية التطبيقية للبحث في الآتي:

١. التعرف على أهم الاستراتيجيات الخاصة بالذكاء الاصطناعي التي تسهم في رفع كفاءة وتطوير ومستوى تقنيات الإعلام الرقمي. التعرف على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، ومكانها لتحقيق أهداف من زيادة وعي الجمهور بالمملكة العربية السعودية.
٢. أهمية دراسة مدى جدوى استخدام محددات الذكاء الاصطناعي (نظم التحكم) - الاتصال المعلوماتي - النظم الخبرة (التطبيقات الذكية)) في تحسين كفاءة إدارة وتطوير تقنيات الإعلام الرقمي في بأفضل الوسائل الضرورية لاستثمار الموارد وتقليل التكاليف.
٣. تساعد الدراسة في توفير فهم أفضل لأدوات الذكاء الاصطناعي التي يمكن أن تكون مفيدة للإعلاميين في عملهم اليومي، مما يسهم في تحسين إنتاجية العمل وجودة المحتوى
٤. تعزز الدراسة الابتكار من خلال تقديم دليل علمي على فوائد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، مما يدعم تبني هذه التكنولوجيا بشكل أوسع في المجال الإعلامي
٥. بيان نقاط القوة والضعف لاستخدامات الذكاء الاصطناعي لمواجهة متطلبات وتحديات الظروف الحالية التي تواجهها تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.
٦. تقديم مجموعة من التوصيات التي يمكن أن يسترشد بها القائمون على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

١,٤ أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي: دراسة أثر الذكاء الاصطناعي بأبعاده (نظم - الاتصال المعلوماتي - النظم الخبيرة (التطبيقات الذكية)) في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

ومن خلال السؤال الرئيسي للدراسة يمكن ان اشتقاق عدد من الأسئلة الفرعية تتمثل فيما يلي:

١. التعرف على أثر التحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي في بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
٢. التعرف على أثر نظم التحكم والنقل الذكية على تحسين تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.
٣. التعرف على أثر الاتصال المعلوماتي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.
٤. التعرف على أثر النظم الخبيرة (التطبيقات) على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.
٥. التعرف على الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

١,٥ الدراسات السابقة.

تناولت الباحثة عدد من الدراسات السابقة ذات العلاقة المباشرة بمتغيرات الدراسة المستقل والتابع مرتبة حسب التسلسل الزمنية من الاحداث الي الاقدم كما يلي:

دراسة (المسعودي، ٢٠٢٥)

عنوان الدراسة: "أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على أداء الصحفيين بالصحف الإلكترونية السعودية".

هدف الدراسة: هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على أداء العاملين في مجال الاتصالات في الصحف الإلكترونية السعودية، والتعرف على مدى تبني الصحفيين لهذه التطبيقات في تطوير العمل الصحفي، إلى جانب رصد التغيرات التي أحدثتها هذه التطبيقات في أدوارهم ومهامهم، والتعرف على المهارات الجديدة التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي في ظل الاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

المنهج والأداة والعينة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، واستخدمت المقابلة المتعمقة أداة لجمع البيانات. وطُبِّقت المقابلات على عينة من رؤساء التحرير ومديري التحرير في ثلاث صحف سعودية، هي: عكاظ،

والوطن، والاقتصادية. كما استندت الدراسة من الناحية النظرية إلى نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) لتحليل مواقف الصحفيين تجاه تقنيات الذكاء الاصطناعي وسلوكهم المهني المرتبط بها.

أهم النتائج: توصلت الدراسة إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية لا يزال محدودًا، ويتركز في بعض المهام الجزئية، مثل تحرير الفيديو وتحسين الصياغة، في حين لا يزال الاعتماد عليه محدودًا في الكتابة التوليدية باللغة العربية. كما كشفت النتائج عن عدد من التحديات، أبرزها ضعف البنية التحتية التقنية، ونقص المتخصصين، وقلة تدريب الصحفيين. وأكد المشاركون أهمية الجمع بين المهارات التحريرية التقليدية والتقنيات الحديثة للحفاظ على جودة المحتوى الصحفي واستدامة المهنة.

أوجه الاستفادة وعلاقة الدراسة الحالية: تُعد هذه الدراسة من أكثر الدراسات ارتباطًا بالدراسة الحالية؛ لكونها تناولت استخدام الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية السعودية. وتستفيد الدراسة الحالية منها في فهم واقع تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية السعودية، والتعرف على أبرز التحديات المرتبطة بتطبيقها. وتختلف الدراسة الحالية عنها في تركيزها على أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي من وجهة نظر مستخدمي التقنيات الرقمية، وليس أداء الصحفيين فقط.

دراسة (مصطفى، ٢٠٢٥)

عنوان الدراسة: "تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على محتوى الصحافة الإلكترونية: دراسة مسحية".

هدف الدراسة: هدفت الدراسة إلى استكشاف أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على محتوى الصحافة الإلكترونية، من خلال التعرف على أهم التطبيقات المستخدمة في المؤسسات الإعلامية الرقمية، ورصد انعكاساتها على جودة الأخبار ومصادقيتها.

المنهج والأداة والعينة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وطُبقت على عينة قصدية بلغت ٥٠ صحفيًا عراقيًا يعملون في مؤسسات صحفية إلكترونية خلال عام ٢٠٢٤.

أهم النتائج: أظهرت النتائج استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع في مراحل جمع المعلومات والتحرير وتحليل البيانات، الأمر الذي أسهم في تحسين سرعة وكفاءة الإنتاج الصحفي. وفي المقابل، أبدى عدد من الصحفيين مخاوف بشأن تأثير هذه التقنيات في مصداقية المحتوى، وأكدوا أنها تمثل أداة مساندة للعمل الصحفي وليست بديلاً عن الدور المهني للإنسان.

أوجه الاستفادة وعلاقة الدراسة الحالية: استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في التعرف على مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي في مراحل إنتاج المحتوى الإعلامي، وما يرتبط بها من آثار إيجابية وتحديات مهنية. كما تساعد نتائجها في تفسير العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير الأداء الإعلامي الرقمي. وتختلف الدراسة الحالية عنها من حيث البيئة التطبيقية؛ إذ تركز الدراسة الحالية على المملكة العربية السعودية وعلى مستخدمي التقنيات الرقمية.

دراسة (بوعمامة، ٢٠٢٤)

عنوان الدراسة: "استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحرير المحتوى الصحفي الإلكتروني".

هدف الدراسة: هدفت الدراسة إلى تقييم ومعالجة أهم النماذج الذكية المستخدمة في تحرير المحتوى الصحفي الإلكتروني، مع التركيز على تطبيق ChatGPT، وقياس مدى فعاليته في تحرير النصوص الصحفية الإلكترونية. المنهج والأداة والعينة: اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي التحليلي، واستخدمت الملاحظة وبعض الأساليب الإحصائية لتحليل المحتوى، حيث شملت الدراسة ٣٠ مقالاً إخبارياً.

أهم النتائج: توصلت الدراسة إلى أن تطبيق ChatGPT يمثل أداة فعالة في تدقيق الأخطاء الإملائية وتحسين بنية الجمل في النصوص الصحفية، الأمر الذي يؤكد إمكانية توظيفه في تحرير وتحسين جودة النصوص الصحفية الإلكترونية.

أوجه الاستفادة وعلاقة الدراسة الحالية: تستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في التعرف على التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي في تحسين المحتوى الإعلامي الرقمي، وبخاصة ما يتعلق بتحرير النصوص وجودتها. كما

تدعم نتائجها افتراض إمكانية إسهام التطبيقات الذكية في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. وتختلف عنها الدراسة الحالية في اتساع نطاقها؛ إذ لا تقتصر على تطبيق واحد أو عملية تحرير النصوص، وإنما تتناول أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي بصورة أشمل.

دراسة (راشد، ٢٠٢٤)

عنوان الدراسة: "تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام".

هدف الدراسة: تناولت الدراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام الرقمي، واستعرضت تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها في صناعة الإعلام، إضافة إلى مناقشة الفوائد والتحديات التي تواجه العاملين في المجال الإعلامي نتيجة استخدام هذه التقنيات.

المنهج والأداة: اعتمدت الدراسة على مراجعة الكتب الحديثة والرسائل الجامعية والدراسات العلمية ذات الصلة، إلى جانب الاستفادة من شبكة الإنترنت في جمع المعلومات. ولا تتضمن المادة المتاحة في الملف تحديدًا لحجم عينة ميدانية.

أهم النتائج: أكدت الدراسة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تؤدي دورًا مهمًا في تطوير صناعة الإعلام، وتحسين جودة المحتوى، وتسريع عمليات الإنتاج. وفي الوقت نفسه، أكدت ضرورة استمرار الإنسان بوصفه العنصر الأساسي في توظيف هذه التقنيات، مع أهمية وضع موائيق أخلاقية جديدة تحقق التوازن بين الإنسان والآلة في عملية الإنتاج الإعلامي.

أوجه الاستفادة وعلاقة الدراسة الحالية: تستفيد الدراسة الحالية منها في بناء الجانب النظري المتعلق بدور الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي، وفي فهم العلاقة التكاملية بين الإنسان والتقنيات الذكية. كما تدعم ضرورة دراسة الآثار الإيجابية والتحديات المصاحبة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.

دراسة (الغباري، ٢٠٢٣)

عنوان الدراسة: "دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية".

هدف الدراسة: هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي، والتعرف

على أبرز تطبيقاتها واتجاهات استخدامها ومستقبلها في المؤسسات الإعلامية.

المنهج: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتناولت تطور استخدامات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام، بما

في ذلك تحليل البيانات الضخمة والحوسبة السحابية والروبوت والميتافرس والواقع المعزز.

أهم النتائج: أشارت الدراسة إلى إسهام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز القدرة الإنتاجية للمؤسسات

الإعلامية، وزيادة المعرفة بميول الجمهور وتحسين الرسالة الإعلامية. وفي المقابل، كشفت عن صعوبة التمييز بين

المحتوى المنتج آليًا والمحتوى البشري، وما يترتب على ذلك من مخاوف لدى العاملين في المجال الإعلامي بشأن

إمكانية إحلال التقنيات محل بعض الوظائف الإعلامية مستقبلًا.

أوجه الاستفادة وعلاقة الدراسة الحالية: تُعد هذه الدراسة شديدة الصلة بالدراسة الحالية؛ لتناولها المباشر لدور

الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي. وقد استفادت الدراسة الحالية منها في تحديد مجالات تأثير الذكاء

الاصطناعي على الإعلام الرقمي، وفي دعم الإطار النظري للدراسة. وتختلف عنها في أن الدراسة الحالية تتخذ طابعًا

ميدانيًا من خلال قياس آراء مستخدمي التقنيات الرقمية في المملكة العربية السعودية.

دراسة (قاضي، ٢٠٢٢)

عنوان الدراسة: "أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة الرقمية على أداء وسائل الإعلام والاتصال".

موضوع الدراسة ومنهجها: تناولت الدراسة أثر التكنولوجيا الحديثة والرقمية في أداء وسائل الإعلام والاتصال، في

ضوء التفاعل بين المتلقي والآخرين، وانتقال المجتمع من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات. كما تناولت دور

الإنترنت والخوارزميات والفيديو التفاعلي والهواتف المحمولة في تطوير البيئة الإعلامية.

أهم النتائج: أوضحت الدراسة أن التطورات التكنولوجية أسهمت في تسريع الوصول إلى المعلومات وتوسيع نطاق التغطية الإعلامية، كما أتاحت للأفراد المشاركة في إنتاج المعلومات وظهور مفهوم صحافة المواطن. وأشارت كذلك إلى تحول المعلومات الرقمية إلى سوق إعلامية وإعلانية جديدة.

أوجه الاستفادة وعلاقة الدراسة الحالية: استفادت الدراسة الحالية منها في فهم التطور التكنولوجي الذي سبق ظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي الحديثة، وفي تفسير العلاقة بين التكنولوجيا الرقمية وتطور وسائل الإعلام والاتصال. وتتميز الدراسة الحالية عنها بتركيزها على الذكاء الاصطناعي تحديداً باعتباره أحد أبرز مكونات التطور التقني المعاصر في الإعلام الرقمي.

دراسة (نضال، ٢٠٢١)

عنوان الدراسة: "أثر الذكاء الاصطناعي في مجال تكنولوجيا الاتصال على المناعة التنظيمية في ضوء خصائص الإعلام الرقمي كمتغير وسيط بالجامعات الفلسطينية".

هدف الدراسة: هدفت الدراسة إلى تقديم مقترح تطبيقي تنموي استراتيجي لتعزيز المناعة التنظيمية في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال تكنولوجيا الاتصال، مع دراسة خصائص الإعلام الرقمي بوصفها متغيراً وسيطاً.

المنهج والأداة والعينة: استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت الاستبانة أداة لجمع البيانات، وطُبقت على عينة بلغت ٧٥ طالباً وطالبة.

أهم النتائج: أظهرت النتائج ارتفاع مستوى إدراك الطلبة لواقع تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وارتفاع مستوى تطبيق أبعاد المناعة التنظيمية، وكذلك ارتفاع مستوى إدراكهم لخصائص الإعلام الرقمي. كما كشفت الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأبعاد المناعة التنظيمية، ووجود أثر ذي دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على أبعاد المناعة التنظيمية في ضوء خصائص الإعلام الرقمي.

أوجه الاستفادة وعلاقة الدراسة الحالية: تستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في دعم العلاقة النظرية بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي، كما تستفيد من استخدام الاستبانة والمنهج الوصفي التحليلي في دراسة الظاهرة. وتختلف عنها في المتغير التابع؛ إذ تركز الدراسة الحالية على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، في حين ركزت الدراسة السابقة على المناعة التنظيمية.

دراسة (Kumar, el, al, 2020)

هدف الدراسة: هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في وكالة أنباء Xinhua الصينية على العمل الصحفي، والكشف عن التحديات التي تعيق توظيف هذه التكنولوجيا في الوكالة.

المنهج والأداة والعينة: اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واختيرت عينة عشوائية قوامها ٢٥ صحفيًا من وكالة أنباء Xinhua الصينية، واستخدمت المقابلات المتعمقة لجمع البيانات.

أهم النتائج: أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي أسهم بدرجة كبيرة في تطوير العمل الصحفي، خصوصًا في جمع البيانات وتحريرها إلكترونيًا، الأمر الذي وفر الوقت والجهد. كما أشرت الدراسة إلى أهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الشائعات والأخبار الكاذبة، وتمكين الوكالة من تطوير أشكال جديدة لعرض القصص الإخبارية، ومنها توظيف الواقع الافتراضي بما يعزز تفاعل الجمهور مع المحتوى.

أوجه الاستفادة وعلاقة الدراسة الحالية: تستفيد الدراسة الحالية من نتائج هذه الدراسة في تحديد المجالات التي يمكن للذكاء الاصطناعي أن يسهم من خلالها في تطوير الإعلام، مثل جمع المعلومات والتحرير والتحقق من الأخبار وتطوير أساليب العرض. كما تقدم أساسًا مهمًا لفهم الأثر التقني للذكاء الاصطناعي على العمل الإعلامي.

دراسة (Ali & Hassoun, 2019)

موضوع الدراسة: هدفت الدراسة إلى وصف الوضع الراهن للتكنولوجيا ودورها في تجديد وتحديث الصحافة، مع التركيز على دور الذكاء الاصطناعي في تغيير الممارسة الصحفية، والآثار المحتملة لتوظيف تطبيقاته على مستقبل الصحفيين، إلى جانب التعرف على التحديات الأخلاقية والمهنية المرتبطة بهذه التقنيات.

أهم النتائج: توصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً مهماً في بيئة العمل الصحفي في العصر الرقمي، نظراً لقدرتها على المساعدة في مواجهة بعض المشكلات التي تواجه الصحافة المعاصرة، مثل مكافحة الأخبار المزيفة وتحسين التحرير والأخبار وتخصيص المحتوى. وفي المقابل، أشارت إلى مجموعة من القضايا المهنية والأخلاقية، مثل التأثير في الإبداع، وغياب الرقابة، والتحيز، والشفافية والإنصاف، واستخدام البيانات وجودتها. كما خلصت إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تحسين عمل الصحفيين بدلاً من أن يمثل بالضرورة تهديداً لاستمرارهم. أوجه الاستفادة وعلاقة الدراسة الحالية: تستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في تحديد الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، خاصة ما يتعلق بتحسين العمل الصحفي ومواجهة الأخبار المزيفة وتخصيص المحتوى. كما تدعم ضرورة تناول الجوانب الأخلاقية والمهنية عند دراسة أثر الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي.

دراسة بشبيش ورشيدة (٢٠٢٦)

عنوان الدراسة: "استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام الرقمي: دراسة مسحية لتوجهات عينة من الصحفيين الجزائريين العاملين في المنصات الإلكترونية".

هدف الدراسة: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الصحفيين الجزائريين العاملين في المنصات الإلكترونية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، والكشف عن توجهاتهم نحو استخدامها، إلى جانب تحديد العوامل التي تساهم في تسهيل استخدام هذه التطبيقات أو تعيق توظيفها في الممارسة المهنية.

المنهج والأداة والعينة: اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي لجمع البيانات، من خلال توزيع استمارة إلكترونية على عينة عمدية قوامها ٥٠ صحفياً جزائرياً من العاملين في المنصات الإلكترونية.

أهم النتائج: توصلت الدراسة إلى أن مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي لدى الصحفيين المبحوثين جاء بدرجة متوسطة، حيث بلغت نسبة الاستخدام ٥٤٪. وعلى الرغم من إدراك الصحفيين للفوائد العملية لهذه التطبيقات، فإن بعض العوامل التنظيمية والمهنية حدّت من مستوى تبنيها، ومن أبرزها نقص الدعم

المادي، ونقص التكوين والتدريب، إلى جانب وعي الصحفيين بالمخاطر المترتبة على الاستخدام غير المؤطر لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي. وأظهرت النتائج أن هذه العوامل أسهمت في تردد بعض الصحفيين في دمج هذه التطبيقات بصورة أوسع ضمن ممارساتهم المهنية.

أوجه الاستفادة وعلاقة الدراسة الحالية: تستفيد الدراسة الحالية من دراسة بشبيش ورشيدة (٢٠٢٦) في التعرف على واقع استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في البيئة الإعلامية الرقمية، والعوامل التي يمكن أن تؤثر في مستوى تبني هذه التقنيات. كما تفيد نتائجها في دعم الجانب المتعلق بأهمية التدريب والدعم المؤسسي والوعي بالمخاطر المصاحبة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي.

وتتفق الدراسة الحالية معها في تناول الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي وفي استخدام المنهج المسحي لجمع البيانات، إلا أنها تختلف عنها في مجتمع الدراسة والبيئة التطبيقية؛ حيث تختلف الدراسة الحالية عنها في تركيزها على أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، وليس فقط قياس مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي واتجاهات الصحفيين نحوه.

الفصل الثاني
نظرية الدراسة (منظور الدراسة)
متغيرات الدراسة

نظرية الدراسة (منظور الدراسة)

٢,١ تمهيد:

نظرا إلى النمو المتسارع الذي تشهده الممارسات والتقنيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، فقد تنوعت استخدامات الذكاء الاصطناعي لتشمل العديد من القطاعات مثل الصحة والتعليم والترفيه وغيرها من المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، مما أدى إلى تسريع وتيرة عمليات صنع واتخاذ القرار وجعلها أكثر كفاءة ودقة بفضل ما يتيح من قدرات للتنبؤ بالأنماط المستقبلية، بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات، بما في ذلك البيانات الضخمة من خلال إنشاء وتشغيل أنظمة ذات نماذج وخوارزميات أكثر تطورا تساعد على تحسين جودة العمليات ذات الصلة بالإعلام الرقمي (Nguyet et al., 2024, p21).

وفي ضوء الاهتمام المتزايد بهذه التقنيات، قامت العديد من الجهات في القطاعين العام والخاص، بالإضافة إلى الجهات غير الربحية، بتطوير وتبني حلول رقمية قائمة على الذكاء الاصطناعي تستخدم أساليب مبتكرة لمساعدتها في مواجهة تحدياتها الراهنة، وهو الأمر الذي عظم من دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز القدرات التنافسية لتلك المؤسسات سواء كان الاقتصادية او الاجتماعية او البيئية (Meirovich, et al., 2015, p36).

للذكاء الاصطناعي تطبيقات عديدة، سواء كانت تطبيقات ذات أغراض عامة مثل الإدراك والتعليل المنطقي، أو كانت مهمات ذات غرض خاص لذي فإن الخبراء والعلماء يتوجهون إلى الذكاء الاصطناعي لحفظ خواتمهم وتجربهم التي قضوا بها حياتهم. فالذكاء الاصطناعي مجال عالمي يصلح لجميع التوجهات. ولكنه يختلف عما يمتلكه الانسان صفة العقل المفكر، وتعتبر طرق التفكير البشرية صعبة جدا ومركبة من العديد من الظواهر، ولذي تعمل أنظمة الذكاء الاصطناعي من خلال عملية الارتباط بين طريقة التفكير البشرية وطريقة التفكير عبر الذكاء الاصطناعي ولكنهما طريقتين مختلفتين (هارون وآخرون، ٢٠٢٠، ص ١٨).

٢,٢ الذكاء الاصطناعي

ظهور مصطلح الذكاء الاصطناعي لأول مرة كان في عام ١٩٥٥م ولكن كان الانتشار الكبير في تقنياته في الفترة الأخيرة، إلا أنه لا يوجد حتى الآن تعريف موحد للذكاء الاصطناعي وسبب ذلك هو صعوبة تعريف أولا ما يقصد بالذكاء البشري، إضافة إلى اختلاف المنظور الذي يمكن أن يصف الذكاء الاصطناعي. كثير من التعريفات النظرية للذكاء الاصطناعي تدور حول قدرة الآلة على التصرف مثل البشر أو القيام بأفعال تتطلب ذكاء (نضال، ٢٠٢١، ص ١٧).

مجال الذكاء الاصطناعي ما هو الا ميكنة الذكاء الإنساني ودراسة قدراته العقلية، فمن أهم الأسباب لدراسة الذكاء الاصطناعي هو محاولة فهمنا لعمليات العقل البشري وكيفية وانماط تفكيره، بطريقة لا تعتمد على علوم الفلسفة وعلم النفس وعلم التشريح والتي تعنى بدورها أيضا بالعقل البشري، فعلم الذكاء الاصطناعي يكافح لبناء الذكاء بالقدر الذي يعنى فيه بفهم هذا الذكاء وآليه عمله ومدى إمكاناته في تقديم الحلول ويؤدي النجاح في الذكاء الاصطناعي القوي الى انتاج عقول حاسوبية تتخطى العقول البشرية (النخيلي، ٢٠١٨، ص ٣٦).

الذكاء الاصطناعي استخدم لتطوير الانظمة الحديثة من خلال تخزين الملايين من المعلومات داخل الحاسب الالى لتكوين قاعدة بيانات رئيسية كبيرة جدا تمثل مخزن للمعلومات مثلها مثل ما يحدث داخل العقل البشري من خلال عمليات التعلم المستمر واكتساب الخبرات اليومية التي تدعم وتؤدي الى تطوير القدرات البشرية وها ما يحدث مع الذكاء الاصطناعي من خلال برامج خاصة، تمكن الحاسب الالى من استخدامها في التعامل مع هذه البيانات واستخدامها بطريقة منطقية في حل المشكلات من اجل عمليا صنع القرار (الخطيب والطروانة، ٢٠٢٣، ص ٢٤).

وقد نجح العلماء حتى الآن في تطوير بعض النماذج الصغيرة من نظم الذكاء الاصطناعي، ومنها اجهزة الروبوت والحاسبات الشخصية التي تستطيع اجراء الحوار مع الانسان وتنفيذ أوامره الصوتية. ولكن مثلت هذه النماذج تحت التطوير والتجربة ويتم تحديثها يوما بعد يوم بصفة مستمرة ودؤوبة من خلال صراع جهات علمية وتكنولوجية متعددة حول العالم (المسعودي، ٢٠٢٥، ص ٣٢).

لتحقيق السبق في هذا المجال نذكر مثلا عدة نقاط تتمثل فيما يلي (Diakopoulos., 2019,p34).

- انه في الإمكان لتقنية الذكاء الاصطناعي الاستجابة بشكل هادف للمحادثات البشري.
- يمكن لتقنية الذكاء الاصطناعي من إنشاء صور ونصوص أصلية.
- ويمكن أيضا اتخاذ القرارات بناء على مدخلات البيانات في الوقت الفعلي.
- يمكن دمج إمكانات الذكاء الاصطناعي في تطبيقاتك لتحسين عمليات الأعمال.

٢,٢,١ ماهية الذكاء الاصطناعي

توجد العديد من المفاهيم الخاصة بتعريف الذكاء الاصطناعي وجميعها تؤكد على ان الذكاء الاصطناعي له القدرة على التعلم وتنفيذ المهام المتعددة والمتنوعة والتفكير مثل البشر في كثير من الأحيان لإيجاد الحلول للمشاكل وتسهيل الصعوبات والتحديات في كافة المجالات وذلك عن طريق برمجة أجهزة الكمبيوتر لإنجاز المهام التي تتفوق على قرارات البشر في كثير من الأحيان ويتم ذلك من خلال عملية محاكاة ومعالجة للمعلومات لاستخراج الحقائق وتقديم أفضل الإجابات والحلول الممكنة بشكل واضح ومناسب. (Lub., 2015,p27).

يتكون الذكاء الاصطناعي من أنظمة متخصصة في استخدام تقنيات قادرة على جمع البيانات وتحليلها من اجل استخدامها للتنبؤ أو التوصية أو صنع واتخاذ القرار من اجل اختيار أفضل إجراء لتحقيق أهداف محددة للمنظمة كما انه أحد علوم الحاسب الآلي الحديثة التي تبحث عن أساليب متطورة للقيام بأعمال واستنتاجات تشابه ولو في حدود ضيقة تلك الأساليب التي تنسب لذكاء الإنسان (الشمري، ٢٠٢٤، ص٢٢).

وفيه نحتاج إلى: (قاضي، ٢٠٢٢، ص ٢٩).

- نظام بيانات: يستخدم لتمثيل المعلومات والمعرفة.
- خوارزميات: نحتاج إليها لرسم طريقة استخدام هذه المعلومات.
- لغة برمجة: تستخدم لتمثيل كلا من المعلومات والخوارزميات.

فعلم الذكاء الاصطناعي هو أحد علوم الحاسب الآلي الحديثة التي تبحث عن أساليب متطورة لبرمجته للقيام بأعمال واستنتاجات تشابه ولو في حدود ضيقة تلك الأساليب التي تنسب لذكاء الإنسان ، فهو بذلك علم يبحث أولاً في تعريف الذكاء الإنساني وتحديد أبعاده ، ومن ثم محاكاة بعض خواصه ، وهنا يجب توضيح أن هذا العلم لا يهدف إلى مقارنة أو ما شبهة العقل البشري الذي خلقه الله جلّت قدرته وعظمته بالآلة التي هي من صنع المخلوق ، بل يهدف هذا العلم الجديد إلى فهم العمليات الذهنية المعقدة التي يقوم بها العقل البشري أثناء ممارسته (التفكير) (ومن ثم ترجمة هذه العمليات الذهنية إلى ما يولّزها من عمليات محاسبية تزيد من قدرة الحاسب على حل المشاكل المعقدة (Broussard et al., 2019, p35).

٢,٢,٢ أهمية الذكاء الصناعي

نظراً لظهور الذكاء الصناعي في الآونة الأخيرة من القرن الماضي ومطلع هذا القرن، وأصبح يستخدم في التحكم الصناعي والتطوير في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والخدمية في كل القطاعات العامة والخاصة والحكومية وإيجاد الحلول المثلى والتطور في كافة مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية وفي كافة قطاعات الأعمال الحكومية والخاصة (Chuan, 2019, p49).

ولعل لزيادة الصعوبات وتعقيدها وعدم فائدة الحلول البرمجية المتواضعة قاد العلماء والمهتمين في فهم آلية التفكير البشري وكيفية معالجة المعلومات وتخزينها واسترجاعها عن الحاجة إليها وذلك بالاعتماد على أسلوب المحاكاة في السعي نحو حل هذه المشاكل والتحديات التي تواجه البشر وتحتاج إلى الكثير من الوقت والجهد والمال (الغبيري، ٢٠٢٣، ص٦٢).

ومن أهم الوظائف الرئيسية التي يبنى عليها استخدام الذكاء الاصطناعي من أجل تحقيق عدة أهداف استراتيجية وهي رفع الجودة وزيادة الإمكانيات وكفاءة الأعمال وتحسين الإنتاجية بشكل موحد وجماعي حيث تم التوصل إلى هيكلية برمجية مترابطة مكونة من أوامر برمجية ومصفوفات رياضية بالإضافة إلى ما يسمى بالشبكات العصبية

الاصطناعية وهو جعل الآلة تتصرف بذكاء نيابة عن الإنسان بكل فاعلية ومرونة وفي حالات كثيرة تشبه تصرفات البشر ونمط تفكيرهم بل تخطته في الكثير من الأحيان في الوقت الحالي (البوعيني، ٢٠٢٥، ص ٣٨).

٢,٢,٣ اهم مزايا الذكاء الاصطناعي:

بالنظر إلى الذكاء الاصطناعي وتأثيره على تقنيات الإعلام الرقمي سنجد أنه أصبح من الأدوات التكنولوجية التي لا غنى عنها في الاستخدام في هذا المجال، إذ أن العمل في تقنيات الإعلام الرقمي يتطلب دائماً مواكبة التغيرات التكنولوجية التي تطرأ بين ليلة وضحاها بشكل مفاجئ. الذكاء الاصطناعي في تقنيات الإعلام الرقمي يشير إلى استخدام التكنولوجيا والأنظمة الذكية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في تحسين وتيسير عمليات تقنيات الإعلام الرقمي داخل المؤسسات. يهدف الذكاء الاصطناعي في هذا السياق إلى تحسين تجربة الموظفين وتيسير إدارة العمليات اليومية لتقنيات الإعلام الرقمي. ومن اهم النقاط الخاصة بأهمية الذكاء الاصطناعي (الراشد، ٢٠٢٤، ص ٣٢).

تتمثل اهم مزايا الذكاء الاصطناعي فيما يلي: (الرقيبة، ٢٠٢٤، ص ٤٧)

- المساعدة في التغلب على المشكلات الأكثر تعقيدا وصعوبة حيث يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في حل المشكلات التي تواجه مجموعة من المجالات مثل اكتشاف الاحتيال والتشخيص الطبي وتحليلات الأعمال. واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي استخدام تعلم الآلة وشبكات التعليم العميق في حل المشكلات المعقدة بذكاء يشبه ذكاء العنصر البشري. ويمكن للذكاء الاصطناعي معالجة المعلومات على نطاق واسع، عن طريق مواجهة الأنماط وتحديد المعلومات وتقديم الإجابات. (الخطيب والطروانة، ٢٠٢٣، ص ٤٨)
- زيادة كفاءة أداء الأعمال بحيث يمكن للذكاء الاصطناعي أداء المهام اليدوية بلا أخطاء ويمكن للذكاء الاصطناعي تقليل أعباء عمل الموظفين وتيسير جميع المهام المتعلقة بالأعمال. وإمكانية تقنية الذكاء الاصطناعي العمل على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع بدون أن تنخفض معدلات الأداء ويمكن السماح

للذكاء الاصطناعي بالتركيز على المهام المتكررة والمملة، حتى تتمكن من استخدام تقنيات الإعلام الرقمي في مجالات أخرى من الأعمال. (الراشد، ٢٠٢٤، ص ٥٨)

— صنع اتخاذ قرارات باستخدام الذكاء الاصطناعي عن طريق تحليل كميات كبيرة من البيانات بشكل أسرع من أي عنصر بشري. ويمكن لمنصات الذكاء الاصطناعي تحديد الاتجاهات وتحليل البيانات وتقديم التوجيه ويمكن من خلال التنبؤ بالبيانات، يساعد الذكاء الاصطناعي في اقتراح أفضل مسار للعمل في المستقبل.

(الخطيب والطروانة، ٢٠٢٣، ص ٤٩)

— تنفذ عمليات الأعمال آليا باستخدام تعلم الآلة يستخدم الذكاء الاصطناعي في تنفيذ المهام بدقة وبسرعة. باستخدام تعلم الآلة يستخدم الذكاء الاصطناعي في زيادة الكفاءة التشغيلية لأجزاء العمل التي يعاني الموظفون في تنفيذها أو يجدونها مملة. وباستخدام تعلم الآلة يستخدم الذكاء الاصطناعي في تحرير مولد الموظفين لإجراء عمل أكثر تعقيدا وإبداعا (Pandya., 2022,p37).

— تقنية الذكاء الاصطناعي من أهم التقنيات التي تحدد الميزة التنافسية لأي شركة أو مؤسسة في الوقت الحاضر من خلال استخدام تقنية إستراتيجية تعمل على الحصول على كفاءة أكبر كما أنها تتحول بسرعة إلى ميزة تنافسية للعديد من المؤسسات حيث يمكن للشركات إنجاز المزيد من المهام في وقت أقل وتكلفة أقل وجودة ودقة أعلى بكثير من الطرق التقليدية حيث يمكن أيضا إنشاء تجارب عملاء مخصصة وجذابة والتنبؤ بنتائج الأعمال لزيادة الربحية. (بدوي، ٢٠٢٠، ص ٥٧).

— ورغم التعقيد الكبير في استخدام الذكاء الاصطناعي لا يزال تقنية جديدة يجب تعلمها وتحقيق المستهدف منها بكافة الطرق والوسائل الممكنة وان مشروع الذكاء الاصطناعي يتطلب الخبرة في كيفية إنشاء حلول الذكاء الاصطناعي وإدراجها على نطاق واسع أكثر من مجرد توظيف عالم بيانات ولا بد وان تتبع الشركات تنفيذ الأدوات والعمليات وإستراتيجيات الإدارة لضمان نجاح تقنية الذكاء الاصطناعي بها وتحقيق المستهدف منه بدقة كبيرة وفي الوقت المحدد (Kaplan & Haenlein, 2019,p35).

٢,٢,٤ الضوابط الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في المملكة العربية السعودية

- حرصا من المملكة على تحقيق رؤيتها واستراتيجياتها الوطنية المتعلقة باعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي وتشجيع البحث والتطوير والابتكار ورفع الوعي وتعزيز النمو الاقتصادي لتحقيق الازدهار والتنمية المنشودة. تم تطوير مبادئ أخلاقيات الذكاء الاصطناعي من قبل الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) والتي تهدف الى تعزيز حوكمة البيانات والذكاء الاصطناعي للحد من الآثار السلبية لأنظمة الذكاء الاصطناعي (اقتصاديا ونفسيا واجتماعيا وغيرها) والتهديدات المحتملة (الأمنية والسياسية وغيرها). (Meirovich, 2015, p28).

- حيث يعيش العالم اليوم حالة من عدم الاستقرار والتغير الدائم والمستمر مما دعي الى مواكبة ذلك من خلال الاتجاه إلى النمو المتسارع في الممرسات والتقنيات في مجال الذكاء الاصطناعي، وما تتصف به من تنوع في استخدام مختلف التطبيقات في عديد من المجالات (Kaplan et al., 2019, p36).

٢,٢,٥ دورة حياة الذكاء الاصطناعي

- دورة حياة نظام الذكاء الاصطناعي هي المنهجية التي يتم اتباعها عند تنفيذ مشاريع الحلول التقنية المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي بموجبها يتم تحديد كل خطوة يتوقع من الجهة اتباعها للاستفادة من هذه التقنية لتحقيق قيمة عملية، وهي طريقة موحدة لتمثيل المهام استنادا إلى أفضل الممرسات في تنفيذ وإدارة نماذج الذكاء الاصطناعي، مما يجعلها أنسب الخيارات لتضمين أخلاقيات الذكاء الاصطناعي (جلول وآخرون، ٢٠٢٣، ص ٣٨).

- تنقسم دورة حياة نظام الذكاء الاصطناعي إلى أربع مراحل رئيسية، لها نفس المستوى من الأهمية، وتتضمن كل مرحلة من المراحل عدد من الأنشطة الرئيسية (الشابي، ٢٠٢٤، ص ٣٨)، على النحو التالي:

المرحلة الأولى: التخطيط والتصميم:

- تحديد المشكلة.
- دعم المشكلة من خلال نهج قائم على البيانات.
- اختيار تقنية الذكاء الاصطناعي بما يتناسب مع الحلول المقترحة
- دراسة جدوى البدائل المحتملة.
- تطوير مؤشرات الأداء المناسبة.

المرحلة الثانية: تهيئة البيانات:

- جمع البيانات.
- استكشاف وتقييم البيانات.
- تنظيف البيانات والتحقق من صحتها.
- تحويل البيانات إلى صيغة تناسب مدخلات نموذج الذكاء الاصطناعي.

المرحلة الثالثة: البناء وقياس الأداء:

- تنفيذ طريقة العمل.
- تدريب واختبار النموذج.
- ضبط المتغيرات أو مدخلات النموذج.
- التحقق من أداء النموذج.

المرحلة الرابعة: التطبيق والمتابعة:

- تطبيق النموذج على نظام الذكاء الاصطناعي.
- تعريف الإصدارات.
- مراقبة أداء النموذج بشكل دوري.
- تقييم مدى الحاجة إلى تغيير التصميم وفقا لنتائج المراجعات الدورية

٢,٢,٦ أهداف استخدام الذكاء الاصطناعي:

تتمثل أهداف استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين الكفاءة والإنتاجية من خلال أتمتة المهام، واتخاذ قرارات مستنيرة بناءً على البيانات، وتعزيز الابتكار، وتطوير تجارب المستخدم. كما يهدف إلى حل المشكلات المعقدة، وتحسين جودة الخدمات في قطاعات مختلفة مثل التعليم وتقنيات الإعلام الرقمي، وتعزيز التواصل، وفهم الذكاء البشري بشكل أفضل لمحاكاة قدراته (نضال، ٢٠٢١، ص ٦٢).

كان للانتشار والاستخدام الكبير للذكاء الاصطناعي في عالمنا اليوم، وكثرة استخدام التكنولوجيا والآلة الأمر الذي أصبح يشكل عامل قلق وتهديد للكثير من الناس الذين أصبحوا متخوفين من هذا التطور القوي، لذلك كان لابد من تسليط الضوء على الذكاء الاصطناعي وأهميته ودوره المهم الذي يمكن الاستفادة منه إذا ما تم توظيفه بالشكل الصحيح تتمثل أهداف الذكاء الاصطناعي تتعدد أهداف الذكاء الاصطناعي (Diakopoulos., 2019, p37).

ومن اهم اهداف استخدام الذكاء الاصطناعي ما يلي (النخيلي، ٢٠١٨، ص ٦٧)

- تحسين اتخاذ القرارات وتعزيز البحث العملي ورفع القدرات البشرية لمعرفة ماهية الذكاء الاصطناعي (هدف تعليمي بحث). وفهم أفضل لماهية الذكاء البشري عن طريق فك اغوار الدماغ حتى يمكن محاكاته.
- جعل الآلات أكثر فائدة من خلال أتمتة المهام وتمكين الآلات دون معالجة المعلومات بشكل أقرب لطريقة الانسان في حل المسائل بمعنى اخر المعالجة المتوازية حيث يتم تنفيذ عدة أوامر في وقت واحد. وجعل الآلات أكثر ذكاء وحل المشكلات وخدمة المجتمعات.

من اهم المكتسبات في مجال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته ان يرامجه تفتح المسائل التي ليس لها طريقة حل عامة معروفة وهو ما اتفق مع دراسة (الرقبية، ٢٠٢٤، ص ٥٢) وربما تكون نادرة ولم يطرح لها حول من قبل ، وهذا يعني ان اليرامج لا تستخدم خطوات متسلسلة بصورة منطقية مثل العمليات الحسابية تؤدي الى الحل الصحيح وفق نسق محدد وترتيب معين ولكنها تختار طريقة معينة للحل تبدو جيدة ومبتكرة ولكن مع الاحتفاظ باحتمالية تغيير الطريقة في حالة ان البديل الأول لا يحقق الغرض المطلوب او الحل المناسب للمشكلة مما قد يغير البرنامج من الاستراتيجية المستخدمة أولا في تقديم حلول أخرى ولكن مع مراعاة ايجاد الحلول المناسبة في الوقت المناسب، ولا بد ان تكون تلك الحلول صحيحة ومقبولة وان تكون أيضا واقعية قابلة للتنفيذ (Lub., 2015, p36).

ويمكن تحديد اهم خصائص الذكاء الصناعي كما يلي:

— تستخدم أسلوب مقلون للأسلوب البشري في حل المشكلات المعقدة. والعمل بمستوى علمي واستشاري ثابت لا تتذبذب. والقدرة على التعامل مع الفرضيات بشكل متزامن وبدقة وسرعة عالية وإمكانية وجود حل متخصص لكل مشكلة ولكل فئة متجانسة من المشاكل. كما تحتاج بناؤها تمثيل كميات هائلة من المعارف الخاصة بمجال معين. من خلال تحليل البيانات الرمزية غير الرقمية من خلال عمليات التحليل والمقارنة المنطقية. وتهدف لمحاكاة الإنسان فكرا وأسلوبا من خلال إثارة أفكار جديدة تؤدي إلى الابتكار واستغلال الخبرة البشرية. من خلال توفير أكثر من نسخة من النظام تعوض عن الخراء. Lub., (2015,p42).

— عدم الشعور بالتعب والملل. من خلال تقليص الاعتماد على الخبراء البشر. ويستخدم في حل المشاكل المعروضة في غياب المعلومة الكاملة مع توفر المقدرة على التفكير والإدراك واكتشاف المعرفة وتطبيقها وتمييز الأهمية النسبية لعناصر الحالات المعروضة حيث توفر المقدرة على التعلم والفهم من التجارب والخبرات السابقة وتوظيفها في مواقف جديدة وعلى استخدام التجربة والخطأ لاستكشاف الأمور

المختلف عليها وتوفر المقدرة على الاستجابة السريعة للمواقف والظروف الجديد والتعامل مع الحالات

الصعبة وعلى التعامل مع المواقف الغامضة مع غياب المعلومة. (نضال، ٢٠٢١، ص ٦٣).

٢,٢,٨ مبادئ الذكاء الاصطناعي:

تتمحور مبادئ الذكاء الاصطناعي المسؤول حول ضمان تطويره ونشره بطرق أخلاقية وشفافة ومسؤولة، تتماشى

مع القيم الإنسانية وتراعي الحقوق الأساسية، وتتضمن مبادئ مثل: العدالة والشمول، والخصوصية والأمان،

والشفافية، والمساءلة، والموثوقية والسلامة، إضافة إلى تعزيز المنافع الاجتماعية والبيئية ويقوم الذكاء الاصطناعي

على مبدئين أساسيين وهما كما في الجدول التالي: (مصطفى، ٢٠٢٥، ص ٤٦)،

جدول رقم ١ مقارنة بين مبادئ الذكاء الاصطناعي (Lub., 2015, p 72).

المبدأ الأول	المبدأ الثاني
البحث من خلال التفكير: وهو ما نعتبره التفكير بحد ذاته حيث يقوم الحاسوب بالبحث في الخيارات المتاحة امامه وتقييمها طبقا لمعايير موضوعة له او قام هو باستنباطها بنفسه ثم يقرر عدد من الحلول الممكنة والبدائل المتاحة ومن ثم يقترح أفضلها.	معالجة وتحليل البيانات: وهو كيفية تناوله للمعلومات والبيانات حول المشكلة محل الدراسة في الحاسوب بحيث يتمكن الحاسوب من معالجتها وتقديم الأنسب من الحلول والمقترحات التي تحقق اكبر استفادة من تلك البيانات في صورة معلومات واضحة ومفيدة.

٢,٢,٩ نطاق الذكاء الاصطناعي:

يساعد الذكاء الاصطناعي المؤسسات على اتخاذ قرارات أكثر استنارة من خلال تحليل البيانات. ويشمل نطاق الذكاء الاصطناعي قدرة الشركات على توقع الاتجاهات من خلال دراسة الأنماط، وتحسين العمليات، وزيادة رضا العملاء. وان محددات الذكاء الاصطناعي (العرضة، ٢٣، ٢٠٢٠، ص ٣٥)

وذكرت (الرقبية، ٢٠٢٤، ص ٣٩) تتمثل فيما يلي:

- القدرة على التعامل مع حالات مستعصية ومحيوه من خلال فهم واستنتاج امور جديده باستخدام العقلانية والتفكير المنطقي والسعي الدائم الي التعلم واكتساب الخبرات المتاحة بكافة الوسائل والطرق.
- التفكير والاستنتاج للحلول والبدائل المتاحة حول مشكلة ما من خلال تطبيق المعرفة للتعامل مع البيئة المحيطة وفق المعطيات المتاحة مع تحديد وإيجاد الاستجابة الأفضل في الحالات الجديدة، والنادرة.
- وترى الباحثة الهدف او الأمر المراد تحقيقه بدون اي غموض في الأفكار والنتائج والابتعاد عن التناقض من خلال استعمال الاستنتاج لحل المشاكل التي تواجهنا بصورة أقرب الي الواقع عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي وهو ما يوافق دراسة

٢,٢,١٠ أبعاد الذكاء الاصطناعي:

البعد الأول: نظم التحكم والنقل الذكية

نظم التحكم والنقل الذكية (ITS) هي تطبيق التقنيات المتقدمة مثل أجهزة الاستشعار والاتصالات

والذكاء الاصطناعي لإدارة (Chuan, 2019,p36)

مكوناتها الأساسية

- جمع البيانات من خلال أجهزة استشعار
- معالجة البيانات عبر برمجيات وخوارزميات تعلم آلي لتحليل البيانات وتحديد الأنماط والتنبؤ بالحالة المستقبلية
- التحكم ونقل المعلومات .

الفوائد المتوقعة

- تحسين السلامة من خلال التحذيرات المبكرة والتحكم الأفضل.
- زيادة الكفاءة في أداء الاعمال وتحسين تجربة المستخدم: توفير معلومات دقيقة، وتقليل الإجهاد .

البعد الثاني: الاتصال المعلوماتي

الاتصال المعلوماتي (تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT - يمثل ثورة في تقنيات الإعلام الرقمي بتحويلها من وظيفة إدارية تقليدية إلى شريك استراتيجي، من خلال أتمتة العمليات (التوظيف، الرواتب)، تسهيل التواصل الداخلي والخارجي، إدارة بيانات الموظفين بكفاءة عبر أنظمة متقدمة، تحسين اتخاذ القرارات المبنية على البيانات، وتمكين التدريب والتطوير المستمر، مما يزيد الإنتاجية، يقلل التكاليف، ويعزز الروح المعنوية والولاء للموظفين عبر بيئة عمل رقمية متكاملة وفعالة. (مصطفى، ٢٠٢٥، ص ٦٣)

أهمية الاتصال المعلوماتي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي:

- تقليل الأعباء الروتينية في التوظيف، إدارة الأداء، الرواتب، والإجازات، مما يحرر وقت تقنيات الإعلام الرقمي للمهام الاستراتيجية.
- نشر الإعلانات عبر الإنترنت، إجراء مقابلات الفيديو، وتقييم المرشحين بشكل أسرع وأكثر فعالية.

- تسهيل التواصل الفوري بين الإدارة والموظفين (عبر المنصات الداخلية، البريد الإلكتروني، وتطبيقات التواصل)، مما يقلل الفجوات ويخلق بيئة أكثر تماسكاً.
- نظام مركزي لجمع، تخزين، تحليل، واسترجاع بيانات الموظفين، مما يدعم القرارات الإدارية الدقيقة.
- توفير بيانات وتحليلات دقيقة عن أداء الموظفين وحركتهم، مما يساعد في التخطيط التدريبي وتطوير السياسات.
- توفير منصات تدريب إلكترونية (e-learning) مرنة، متاحة، وبتكلفة أقل، مما يرفع كفاءة الموظفين.
- تبسيط العمليات وتقليل الأخطاء، مما يساهم في تحقيق الأهداف التنظيمية.
- منح الموظفين القدرة على الوصول لبياناتهم وتحديثها وإدارة طلباتهم بأنفسهم عبر بوابات إلكترونية (النخيلي، ٢٠١٨، ص ٤٧)

البعد الثالث: النظم الخبرة (التطبيقات)

النظم الخبرة في تقنيات الإعلام الرقمي هي أنظمة ذكاء اصطناعي تحاكي خبرة الإنسان لتقديم حلول ودعم قرارات HR المعقدة، وتستخدم لتحسين عمليات التوظيف، تقييم الأداء، التدريب، وإدارة المواهب، عبر تحليل البيانات وتطبيق قواعد معرفية لاتخاذ قرارات أكثر كفاءة وفعالية، مما يعزز الإنتاجية ويقلل الأخطاء البشرية، وتجمع بين قوة الحوسبة والخبرة البشرية.

تطبيقاتها في تقنيات الإعلام الرقمي:

- مساعدة في فرز السير الذاتية، تقييم المرشحين، وتحديد الأنسب للوظيفة.
- اقتراح برامج تدريبية مخصصة بناءً على مهارات الموظف واحتياجاته.
- تقييم أداء الموظفين واقتراح خطط تحسين الأداء.
- مساعدة الموظفين على تحديد مساراتهم المهنية داخل المنظمة.
- دعم القرارات الاستراتيجية المتعلقة بالقوى العاملة، مثل الاحتفاظ بالموظفين أو تسريحهم.

الفوائد:

- قرارات مبنية على بيانات وخبرات أكثر منهجية.
 - أتمتة المهام الروتينية وتحرير الموظفين للتركيز على المهام الاستراتيجية.
 - حفظ الخبرات البشرية وتوثيقها داخل النظام.
 - توفير تقييمات موضوعية .
- باختصار، النظم الخبرة تحول خبرات متخصصي تقنيات الإعلام الرقمي إلى أدوات آلية لدعم اتخاذ القرارات وحل المشكلات المعقدة، مما يعزز فعالية قسم تقنيات الإعلام الرقمي ككل

٢,٢,١١ الذكاء الاصطناعي والذكاء البشري

مقارنة بين الذكاء الاصطناعي والذكاء البشري أو الإنساني هناك جملة من الاختلافات بين كل من الذكاء الاصطناعي والذكاء البشري أو الانساء من خال الجدول التالي سوف نوضح اهم تلك الاختلافات في عدد من النقاط كما يلي: (البوعناني، ٢٠٢٥، ص٥٨)،

جدول رقم ٢ مقارنة بين الذكاء الاصطناعي والذكاء الانساني

أولاً: الذكاء الاصطناعي	ثانياً: الذكاء الإنساني
يتصف بالاستمرارية والاستدامة.	من اهم صفاته امكانية التعرض للنسيان بصفة مستمرة.
سهولة استنساخ ونشر المعرفة عبر العديد من الوسائل والوسائط الالكترونية.	
امكانية التوثيق متاحة بسهولة وسرعة فائقة باستخدام الوسائل التكنولوجية.	الصعوبة نشر المعرفة واستنساخها لأنها تظل تجارب وخبرات بشرية تختلف حسب قدرات من يمتلكها.
تنفيذ المهام الرئيسية بسرعة أكبر في الذكاء الطبيعي عن في الذكاء الإنساني	
اقل كلفة من الذكاء الطبيعي.	تحديات كثير في التوثيق مما يتطلب واعادة تقديمه في كل مرة عبر تجارب منفصلة.
الذكاء الاصطناعي يفتقد الى الروح الإنسانية في التفكير او الابداع الخلاق.	

الذكاء الاصطناعي يفتقد الى الروح الإنسانية في التفكير او الابداع الخلاق.	تنفيذ المهام الرئيسية ببطء كبير مما هي في الذكاء الاصطناعي.
الذكاء الاصطناعي يفتقد الى الروح الإنسانية في التفكير او الابداع الخلاق.	اعلى كلفة من الذكاء الاصطناعي لكنه يتطلب برامج للتعليم والتدريب طويل الاجل للأفراد.
الذكاء الاصطناعي لا يستطيع اكتساب المعرفة الا بموجب برامج معتمدة لهذا الغرض.	يتصف الذكاء الطبيعي بكونه خلاق ومشيع بالروح الانسانية وبنمط مميز يحقق طفرات.

٢,٢,١٢ عقبات تطبيق الذكاء الاصطناعي:

الذكاء الاصطناعي يقابل بعدد من الصعوبات والتحديات التي تجعل التنفيذ أكثر صعوبة ومن أكثر الأمثلة لتلك الصعوبات والتحديات التي تواجه تنفيذ تطبيقات الذكاء الاصطناعي واستخدامها في العديد من المجالات الاقتصادية والاجتماعية والمالية والتعليمية وغير من المجالات مثل نقص المتخصصين في مجال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي. عدم توافر البنى التحتية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من حيث الاتصالات اللاسلكية والحواسيب والبرمجيات. صعوبة توفير التخصيصات المالية اللازمة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تدريس منهج الحاسوب (جلول واخرون، ٢٠٢٣، ص ٦١)

أولاً: سياسات حوكمة البيانات والتي تتطلب الالتزام بسياسات حوكمة البيانات بالقيود التنظيمية وقوانين الخصوصية. لتنفيذ الذكاء الاصطناعي حيث يجب عليك إدلة جودة البيانات والخصوصية والأمان. تتحمل المسؤولية عن بيانات العملاء وحماية الخصوصية. لإدارة أمان البيانات كما يجب أن يكون لدى المنظمات فهم واضح حول الكيفية التي تستخدم بها نماذج الذكاء الاصطناعي بيانات العملاء وتتفاعل معها عبر كل طبقة. (الشابي، ٢٠٢٤، ص ٥٦)

ثانياً: التحديات والصعوبات الفنية التي تتطلب بنية تحتية حاسوبية قوية لتشغيل تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأيضاً تدريب الذكاء الاصطناعي باستخدام تعلم الآلة يستهلك موارد هائلة. حيث يجب ان تكون

قوة المعالجة مكلفة أو تحد من قابلية التوسع التي تمتاز بها أنظمة الذكاء الاصطناعي لديك. وضرورة توفر مستوى عال من قوة المعالجة للبيانات والمعلومات التي يتم الحصول عليها. (العشى، وبوراس، ٢٠٢٠، ص ٣٨)

ثالثاً: القيود المفروضة على البيانات والمعلومات المستخدمة التي يجب أن تتمتع بالكفاءة في عمليات الإدارة وعمليات جودة البيانات لضمان دقة البيانات التي تستخدمها في التدريب من خلال ادخال ما يحتاج اليه من كميات هائلة من البيانات وضرورة توافر سعة تخزين كافية للتعامل مع بيانات التدريب ومعالجتها.

(عبدالله، ٢٠٢٥، ص ٤٦)،

٢,٢,١٣ مبادئ أخلاقيات الذكاء الاصطناعي وضوابطه

نظراً إلى النمو المتسارع الذي تشهده الممارسات والتقنيات في مجال الذكاء الاصطناعي، وما تتصف به من تنوع في استخدام مختلف التطبيقات في عديد من المجالات، وما تقوم به من دور فعال في تسريع وتيرة القرار ودعم الاستخدام الأمثل تسهم مبادئ أخلاقيات الذكاء الاصطناعي وضوابطه في تسهيل التطبيق العملي للأخلاقيات أثناء مراحل دورة حياة تطوير أنظمة الذكاء الاصطناعي، كما تساعد هذه المبادئ في دعم مبادرات تنمية البحث والتطوير والابتكار في المملكة، مما سينعكس على مستوى جودة الخدمات التي تقدمها المملكة إلى الأفراد بما يضمن الاستخدام (الراشد، ٢٠٢٤، ص ٢٨).

وبعد استعراض الإطار النظري للذكاء الاصطناعي كونت الباحثة بعض الآراء وتشمل

ان المحرك الرئيسي لدراسة هذا الموضوع هو أن نظم الذكاء الصناعي ذات فائدة عظيمة في كافة مجالات الحياة في الوقت الحالي التي أصبحت حياة رقمية بما تحمله الكلمة من معاني فمع أن لا أحد يستطيع أن يتنبأ بماهية المستقبل القريب او البعيد، إلا أنه من الواضح أن الحاسوب مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي سيكون له تأثير ضخم وواضح في حياتنا اليومية وفي صناعة الحضرة وفي كل مجالات الحياة بصفة عامة.

من خلال تناول المفاهيم السابقة حول الذكاء الاصطناعي يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي بعدد من الأشياء التي تشترك كلها في مكوناته الرئيسية وقد تختلف حسب الغرض او الغاية من استخدامه هنالك أكثر من وجهة نظر

في تعريف للذكاء الاصطناعي منها من اعتمد على محددات مهمة في تصنيف الذكاء وتعريفه كالعقلانية والتفكير والافعال والقرار وغيرها، ويتم الربط بينها بناء على رؤية المعرفة. فالذكاء الصناعي هو فرع من فروع علوم الحاسوب يُعنى بميكنة السلوك الذكي عند الإنسان

ان ما يشهده العالم من الانتشار الواسع لتقنيات الذكاء الاصطناعي وكثرة الحديث عن إمكانيات الذكاء الاصطناعي في جميع مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية ورغم ذلك فانه مازال يحيط نفسه بكثير من الغموض نظرا للتطور السريع واستخدامه للعديد من التطبيقات منها المتخصص ومنها ما هو في متناول الجميع فلا بد من الحظر والتأهب دائما من اجل معرفة كل ما هو جديد من اجل دعم المنافسة المحلية والإقليمية والعالمية وهذا يجعل فهم الذكاء الاصطناعي وتقنياته وحقيقة إمكاناته غير واضحة المعالم لدى كثير من متخذي القرار أو التنفيذيين في القطاعات الحكومية والخاصة علي حدا سواء.

٢,٣ الإعلام الرقمي

٢,٣,١ تمهيد:

يمكن تحسين استراتيجيات الإعلام الرقمي، ويمكن زيادة الطلب. بالإضافة إلى رفع مستوى الوعي المجتمعي، يمكن أن تلعب وسائل الإعلام الرقمي دوراً أساسياً في رفع مستوى الوعي بالمملكة العربية السعودية وتراثها بين أفراد المجتمع. من خلال استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة الخاصة بالذكاء الاصطناعي، مما يمكن من تعزيز الانتماء الوطني والفخر. وعلاوة على ذلك، فإن تطوير البنية التحتية للإعلام الرقمي، حيث يمكن أن يعزز الاهتمام المتزايد بالصحافة الإلكترونية عبر الاستثمار في البنية التحتية للإعلام الرقمي، (الخطيب والطروانة، ٢٠٢٣، ص ٤٧)

٢,٣,٢ مفهوم الإعلام

كلمة إعلام قاموسياً هي فعل الإخبار لكن تعريفه العلمي تطور عبر عدة مراحل ومفهوم الإعلام لم يستقر على مفهوم واحد فمثلاً بدأ بمفهوم الذي قدمه الباحث فولبي "بأنه تبادل للمعلومات والأفكار والآراء بين الأفراد" لكنه حصر مفهوم الإعلام في عملية تبادل المعلومات وأهمل الوسيلة. (الراشد، ٢٠٢٤، ص ٥٢).

بأنه "الوسيلة الرئيسة التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الاخبار والانباء المختلفة الانواع والتعليم والترفيه واشباعاً لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من ظواهر" (بلوي، ٢٠٢٠، ص ٦٤).

٢,٣,٣ وسائل الإعلام

يعيش الإنسان المعاصر في عالم اليوم في بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية، تتميز بالتعدد الهائل، والتنوع الكبير، في وسائل الإعلام المختلفة. واتسعت دائرة الإعلام في هذا العصر، وأصبحت تشمل أنواعاً عديدة ومختلفة من وسائل الإعلام، المرئية والمسموعة والمقروءة، ومن هذه الوسائل على سبيل المثال: (Broussard et al., 2019, p47).

— الإعلام المرئي: التلفزيون والقنوات الفضائية، عبر البث الأرضي والأقمار الصناعية والانترنت وكوابل الألياف البصرية.

— الإعلام المسموع: المحطات الإذاعية، الأرضية والفضائية والرقمية.

— الإعلام المكتوب: الصحف والمجلات، الشاملة والمتخصصة، المحلية والعالمية.

— الإعلام الإلكتروني: مواقع الانترنت، الصحف الإلكترونية

— شبكات التواصل الاجتماعي: المنتديات والمدونات ومواقع الشبكات والتواصل الاجتماعي والشخصي والمجموعات البريدية.

كما أصبح عدد وسائل الإعلام من الكثرة بحيث يكاد يستعصي على الحصر، ووسائل الإعلام لا تزال في ازدياد وتنوع، ونمو وتضخم، كمياً، ونوعياً، يوماً بعد يوم.

٢,٣,٤ الإعلام الإلكتروني

٢,٣,٤,١ تمهيد

يعد هذا التخصص من التخصصات الجديدة، وقد طرح في عدد من الجامعات العالمية، وجاء طرح هذا التخصص لحاجة السوق العالمية والعربية والأردنية لخريجين متخصصين في مجال الإعلام الإلكتروني بعد أن أصبح الإعلام الإلكتروني هو المسيطر على السوق الإعلامية وبعد تحول العديد من الصحف العالمية من صحف ورقية إلى صحف إلكترونية وازدياد الاعتماد على الإعلام الإلكتروني من قبل محطات التلفزة و المحطات الإذاعية في مختلف دول العالم وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي بصورة غير مسبوقة. (الخطيب والطروانة، ٢٠٢٣، ص ٣٩)

أصبح الإعلام الإلكتروني جزءاً رئيساً من الحياة العامة لكافة الناس وأصبح الناس لا يستطيعون الاستغناء عن وسائل الإعلام الإلكترونية التي أصبحت مسيطرة على حياة الناس ومعيشتهم وقد ازدادت فرص العمل في

هذه المجال بصورة ملحوظة وهذا يدفعنا لأن نفكر جدياً بدراسة الإعلام الإلكتروني لتتعرف على آلية عمل وسائل الإعلام الإلكترونية والسوق المتاحة ودور الإعلام في الحياة العام

٢,٣,٤,٢ مفهوم الإعلام الإلكتروني

- عرف الإعلام الإلكتروني بأنه عبلة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، ويمتاز عن الإعلام التقليدي بأنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدية، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على شبكة الانترنت. (جلول واخرون، ٢٠٢٣، ص ٤٢).
- كما يعرف الإعلام الإلكتروني على انه (الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلام ي آلياً أو شبه آلي، في العملية الإعلام ي باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كوسائل إعلامية غنية بإمكانها في الشكل والمضمون،
- كم ان الإعلام الإلكتروني هو الإشارات والمعلومات الصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية بأشكالها المختلفة التي ترسل او تستقبل عبر المجال الكهرومغناطيسي. (بدوي، ٢٠٢٠، ص ٦١)
- "الإعلام الرقمي" فعرف: (العملية الاجتماعية، التي يتم فيها الاتصال من بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها، لتحقيق أهداف معينة). (الخطيب، ٢٠٢٣، ص ٥٨).
- الإعلام التفاعلي فعرفه د. حسنين شفيق بأنه: (هو عملية الدمج الآني أو المتأني في أسلوب الاتصال والتواصل بين المرسل والمستقبل، تكون المادة أو الرسالة هي محور هذا الدمج بغرض توصيل الفكرة أو الأقناع بها، او الاستدراك حولها، فالتفاعلية من أهم الخصائص التي اختص بها الإعلام الإلكتروني بشكل مميز عن بقية وسائل الإعلام الأخرى لدرجة ان أطلق عليه الإعلام التفاعلي (الراشد، ٢٠٢٤، ص ٥٢).

- الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال بالتركيز على تطبيقاته في الأنترنت وغيره من الشبكات كما يطلق عليه تعبير الوسائط السيبرانية، ويصف التعبير شكل وسائل التحكم الإلكتروني التي حلت محل الأداء البشري، ولكنه يستخدم هنا لوصف فضاء المعلومات لشبكة الأنترنت (الرقبية وآخرون، ٢٠٢٤).
- كما يطلق عليه صفة إعلام المعلومات: للدلالة على التلّوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها ((Broussard et al., 2019)). كما يطلق على الإعلام الإلكتروني بإعلام العولمة وهو إعلام يعرف على انه (سلطة تكنولوجيا ذات معلومات معقدة، لا تلزم بالحدود الوطنية للدول. (الغبلي، ٢٠٢٣).
- وبذلك تعرف الباحثة الإعلام الإلكتروني من مجموعة من العناصر المشتركة بين التعريف والتسميات السابقة كلها (هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف ، ويشمل المعلومة والصوت والصورة عن طريق الدمج بين الوسائل الإعلامية جميعها التقليدية والإلكترونية من خلال استخدام الوسائط المتعددة ويمتاز بالتفاعلية والدمج بين المرسل والمستقبل في آن واحد فضلاً عن التنوع وشمول المحتوى، اذ يقترن مفهوم الإعلام الإلكتروني باستخدام الحواسيب والوسائط الرقمية المتعددة في الاتصال ويمثل الأنترنت أبرز أدواته. (قاضي، ٢٠٢٢).

٢,٣,٥ مصادر قوة الإعلام الرقمي

- تتعدد مصادر قوة الإعلام الرقمي ويمكن ذكر أهمها كما يلي: (Broussard et al., 2019).
- الاختراق: لم تترك هذه الوسائل الإعلامية مجالاً لم تدخل فيه، فجميع المجالات بلا استثناء اجتماعية وسياسية واقتصادية صارت ميداناً لهذه الوسائل الإعلامية.
 - التفاعلية التي تمكن للمتلقي التفاعل مع كثير من تلك الوسائل.
 - التنوع في استخدام الوسائل المقروءة، والمسموعة، والمرئية.
 - الجاذبية من خلال توظيف جميع الجوانب الجمالية والنفسية في جذب الانتباه والتأثير والإقناع.

- الخصوصية التي تمكن للمتلقي التعامل مع تلك الوسائل بخصوصية تامة، وفق ما يريد.
- سهولة التواصل من خلال متابعة وسائل الإعلام من كل مكان، بتكلفة لا تكاد تذكر
- عدم الالتزام: توجد وسائل إعلام كثيرة غير مسؤولة، لا تلتزم بأي قيم، ولا تقيم وزناً لأي معايير أخلاقية أو ثقافية أو اجتماعية.
- الوفرة التي تعمل كثير من وسائل الإعلام على مدار الساعة، ولذلك فهي متوفرة للمتلقي في كل وقت.

٢,٣,٦ تأثير وسائل الإعلام الرقمي

- وسائل الإعلام تؤثر في الأفراد والمجتمعات، بل إنها تؤثر في مجرى تطور البشر، وأن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري.
- يختلف تأثير وسائل الإعلام حسب وظائفها، وطريقة استخدامها، والظروف الاجتماعية والثقافية، واختلاف الأفراد أنفسهم، وقد تكون سبباً لإحداث التأثير، أو عاملاً مكملاً ضمن عوامل أخرى.
- آثار وسائل الإعلام عديدة ومختلفة، ومتنوعة الشدة، قد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد، ظاهرة أو مستترة، قوية أو ضعيفة، نفسية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية.
- تأثير وسائل الإعلام قد يكون سلبياً، وقد يكون إيجابياً. (الشمري، ٢٠٢٤، ص ٤٦).

٢,٣,٧ مجالات تأثير وسائل الإعلام

هناك مجالات عديدة ركزت عليها البحوث الإعلامية لتأثير وسائل الإعلام، وهي على النحو الآتي: (Broussard et al., 2019, p 73).

- تغيير الموقف أو الاتجاه.
- التغيير المعرفي.
- تغيير القيم عبر التنشئة الاجتماعية.
- تغيير السلوك سواء كان السلوك مفيداً، أم ضراً.

٢,٣,٨ العوامل المؤثرة في فاعلية وسائل الإعلام

هناك عوامل متعددة تؤثر على فاعلية وسائل الإعلام وقدرتها على التأثير والتغيير وقيادة المجتمعات، وهذه

العوامل يمكن التعبير عنها بالمتغيرات التالية: (المسعودي، ٢٠٢٥، ص ٦٩).

- متغيرات البيئة: وهي كافة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهي قد تكون مساعدة لوسائل الإعلام على إحداث التأثير والتغيير، أو تكون عوامل تضعف فاعلية وسائل الإعلام.
- متغيرات الوسيلة: وهي العوامل المتعلقة بوسائل الإعلام ومصادقيتها، وتنوعها، وشمولها، وتجانسها، وهل هي متشابهة ومتسقة أم لديها تنوع وتعددية إعلامية.
- متغيرات المحتوى: يلعب المحتوى وقدرته على الاستمالة، والإقناع، والتنوع، والتكرار، والجاذبية، وإشباع حاجات المتلقي، دوراً مهماً في فاعلية تأثير وسائل الإعلام.
- متغيرات الجمهور: متغيرات الجمهور لها دلالة كبيرة في فاعلية تأثير وسائل الإعلام، حيث يختلف الأفراد في خرائطهم، وثقافتهم، وتعرضهم الانتقائي لوسائل الإعلام، وقابليتهم للتأثر، بل إنه أحياناً يستجيب الشخص الواحد بشكل مختلف لنفس المحتوى وفقاً لظروفه الصحية أو النفسية أو الاجتماعية.
- متغيرات التفاعل: إن آلية التفاعل وطريقته وهل هو جماعي أم فردي، كل ذلك يحدد مدى فاعلية تأثير وسائل الإعلام.

٢,٣,٩ خصائص الإعلام

- التفاعلية
- التّأمنية.
- المشركة والانتشار.
- الحركة والمرونة.
- الكونية.

– اندماج الوسائط.

– الانتباه والتركيز.

– التخزين والحفظ.

٢,٣,١٠ أوجه الاختلاف والتشابه بين الإعلام والاتصال:

• أوجه الاختلاف:

– الإعلام مرتبط بالوسائل الحديثة أما الاتصال فهو غير مرتبط بهذه الوسائل

– الإعلام له مدلول إبلاغي أما الاتصال فله مدلول اجتماعي خدماتي يشترط المشاركة

– الإعلام يشاع فيه الخبر أما الاتصال فليس بضرورة أن يشاع فيه الخبر

• أوجه التشابه:

– كلاهما يعملان على نقل الخبر والتأثير.

٢,٣,١١ العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي

يمثل الذكاء الاصطناعي المحرك الأساسي لتطوير الإعلام الرقمي، حيث أعاد تشكيل طريقة صناعة المحتوى، وتحليله، وتوزيعه، وتخصيصه. وتتجلى هذه العلاقة في أتمتة العمليات الصحفية، ودعم اتخاذ القرارات، وتقديم تجارب مخصصة للجمهور، مع فرض تحديات أخلاقية تتطلب ضبطاً بشرياً.

(عبد الحميد، ٢٠٢٦، ص ٢٨)

٢,٤ دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي

تعتمد المؤسسات الإعلامية اليوم على أدوات الذكاء الاصطناعي لرفع كفاءتها التشغيلية وتقليل التكاليف،)

الشابي، ٢٠٢٤، ص ٥٤) وذلك من خلال عدة محاور:

- المساعدة في كتابة المسودات، وتلخيص المقابلات، وتوليد الصور أو تعديل جودتها.
- تحليل سلوك المستخدمين لتقديم توصيات مخصصة لكل متلقي، مما يزيد من معدلات التفاعل والمشاركة.
- التنبؤ بالموضوعات التي ستصدر التريند وتحديد الأوقات المثالية للنشر.
- الترجمة التلقائية: تحويل المحتوى إلى لغات متعددة بسرعة فائقة للوصول إلى جمهور عالمي

٢,٥ التحديات والاعتبارات الأخلاقية

رغم التقدم الهائل، توجد جوانب حساسة يجب إدراجها لضمان جودة ومصداقية الرسالة الإعلامية، وتشمل:

- خطر توليد صور أو مقاطع فيديو مزيفة يصعب على الجمهور التمييز بينها وبين الحقيقة.
- احتمالية تقديم الذكاء الاصطناعي لمعلومات منحرفة إذا لم تخضع لمراجعة تحريرية دقيقة.
- قضايا استخدام البيانات والأعمال الفنية لتدريب النماذج دون إسناد المصادر

الفصل الثالث
منهج ونوع الدراسة
مجتمع وعينة الدراسة
أداة الدراسة

٣,١ منهج ونوع الدراسة

منهجية الدراسة هي الإطار العام والاستراتيجية المنظمة التي يتبعها الباحث لإجراء دراسته، وتشمل تحديد أساليب جمع البيانات وتحليلها للوصول إلى حقائق علمية. هي "خريطة الطريق" التي تبرر النهج المختار (كمي، كيفي، أو مختلط) للإجابة على أسئلة البحث، وتشمل خطوات منظمة كوضع الفرضيات وتصميم الأدوات. حيث تعتمد هذه الدراسة على المنهج المختلط (الوصفي التحليلي) الذي يجمع بين الأساليب الكمية والأساليب النوعية وتم اختيار هذا المنهج للاستفادة من نقاط القوة لكل من المنهجين وتجنب نقاط الضعف، وللحصول على فهم أكثر شمولية وعمقاً للظاهرة محل الدراسة. حيث تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يركز على جمع المعلومات والبيانات من الأدبيات والدراسات السابقة حول موضوع أثر استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، الدراسة الميدانية هي بحث يعتمد على جمع البيانات مباشرة من أرض الواقع. يخرج فيها الباحث من المكتب أو المختبر إلى بيئة الظاهرة المدروسة، بهدف فهم وتفسير سلوك معين أو قياس مشكلة قائمة على عينة محددة من الأفراد وأيضاً استخدم هذا المنهج من شأنه أن يساعد على الوصول إلى أهداف الدراسة ويعبر عن الحالة الدراسة تعبيراً كمياً وكيفياً وتحليلها للوصول إلى استنتاجات عامة حول أثر استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي على عينة من مستخدمي التقنية الرقمية من خلال دراسة ميدانية في المملكة العربية السعودية.

٣,٢ مجتمع وعينة الدراسة:

جميع مستخدمي التقنية الرقمية .ويُدرس هذا المجتمع عادة لقياس " أثر استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي التقنية الرقمية" حيث تكونت عينة الدراسة من (١٠٠) فرد من مستخدمة التقنية الرقمية وتم اختيارهم بشكل عشوائي من مجتمع الدراسة.

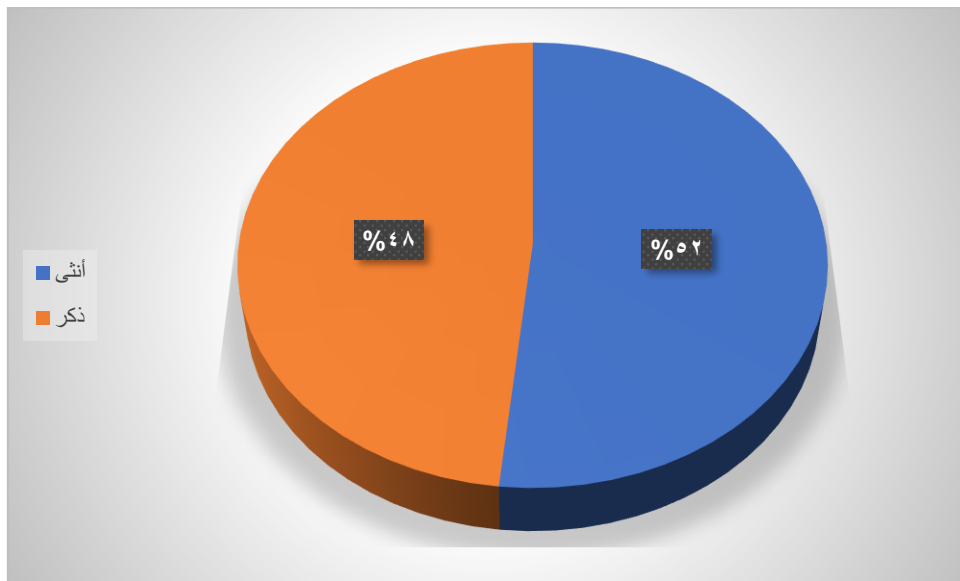
خصائص العينة:

الجنس:

جدول 3: توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس

الجنس	Frequency	Percent
أنثى	31	51.7
ذكر	29	48.3
Total	60	100.0

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss



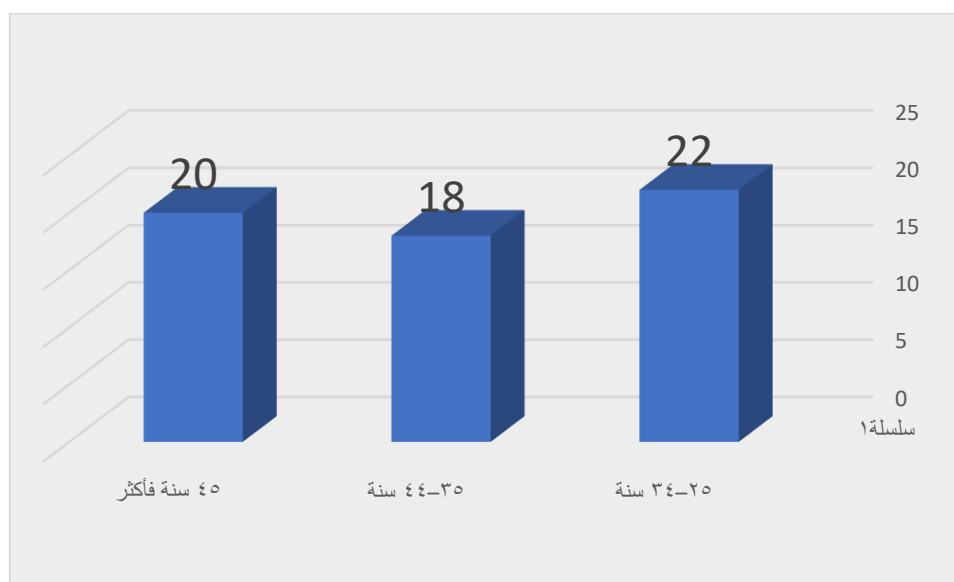
يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، حيث بلغ عدد الإناث ٣١ بنسبة ٥١,٧٪، في حين بلغ عدد الذكور ٢٩ بنسبة ٤٨,٣٪ من إجمالي العينة البالغ ٦٠ فردًا. وتشير هذه النتائج إلى وجود توازن نسبي في توزيع العينة بين الجنسين مع ميل طفيف لصالح الإناث، مما يعكس تقاربًا في تمثيل الذكور والإناث داخل الدراسة، ويسهم في تعزيز حيادية النتائج وزيادة إمكانية تعميمها على مجتمع الدراسة.

العمر:

جدول 4: توزيع أفراد العينة وفق متغير العمر

العمر	Frequency	Percent
25–34 سنة	22	36.7
35–44 سنة	18	30.0
45 سنة فأكثر	20	33.3
Total	60	100.0

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss



يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر، حيث بلغ عدد الأفراد في الفئة العمرية ٢٥–٣٤ سنة ٢٢ فردًا بنسبة ٣٦,٧٪، بينما بلغ عدد الأفراد في الفئة العمرية ٣٥–٤٤ سنة ١٨ فردًا بنسبة ٣٠,٠٪، في حين بلغ عدد الأفراد في الفئة العمرية ٤٥ سنة فأكثر ٢٠ فردًا بنسبة ٣٣,٣٪ من إجمالي العينة البالغ ٦٠ فردًا. وتشير هذه النتائج

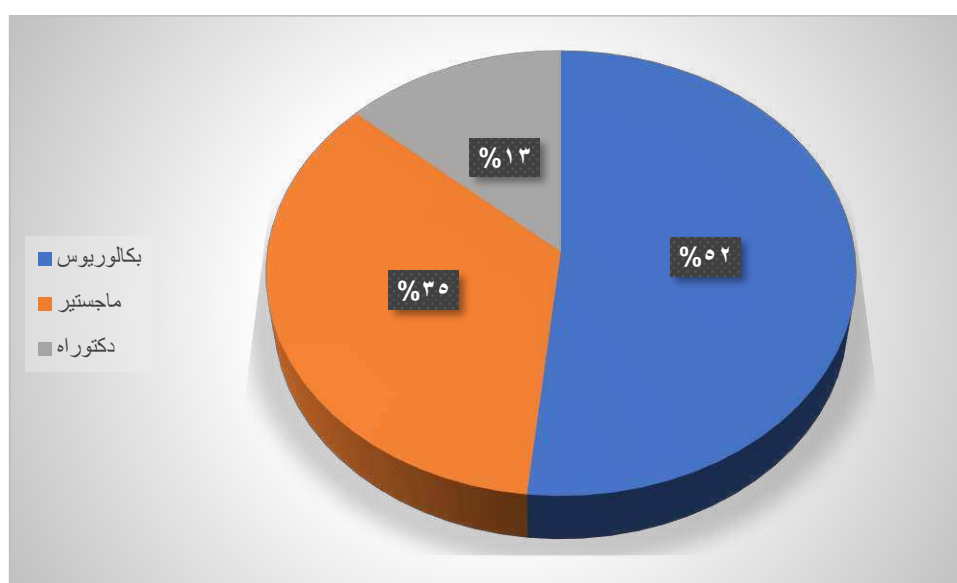
إلى تقارب توزيع أفراد العينة بين الفئات العمرية المختلفة، مع لارتفاع طفيف في الفئة العمرية ٢٥-٣٤ سنة، مما يعزز تمثيل مختلف الفئات العمرية في الدراسة ويزيد من موثوقية النتائج وإمكانية تعميمها.

المؤهل العلمي:

جدول 5: توزيع أفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	Frequency	Percent
بكالوريوس	31	51.7
ماجستير	21	35.0
دكتوراه	8	13.3
Total	60	100.0

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss



يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي، حيث بلغ عدد الحاصلين على درجة البكالوريوس ٣١ فردًا بنسبة ٥١,٧٪، بينما بلغ عدد الحاصلين على درجة الماجستير ٢١ فردًا بنسبة ٣٥,٠٪، في حين بلغ عدد الحاصلين على درجة الدكتوراه ٨ أفراد بنسبة ١٣,٣٪ من إجمالي العينة البالغ ٦٠ فردًا. وتشير هذه النتائج إلى أن

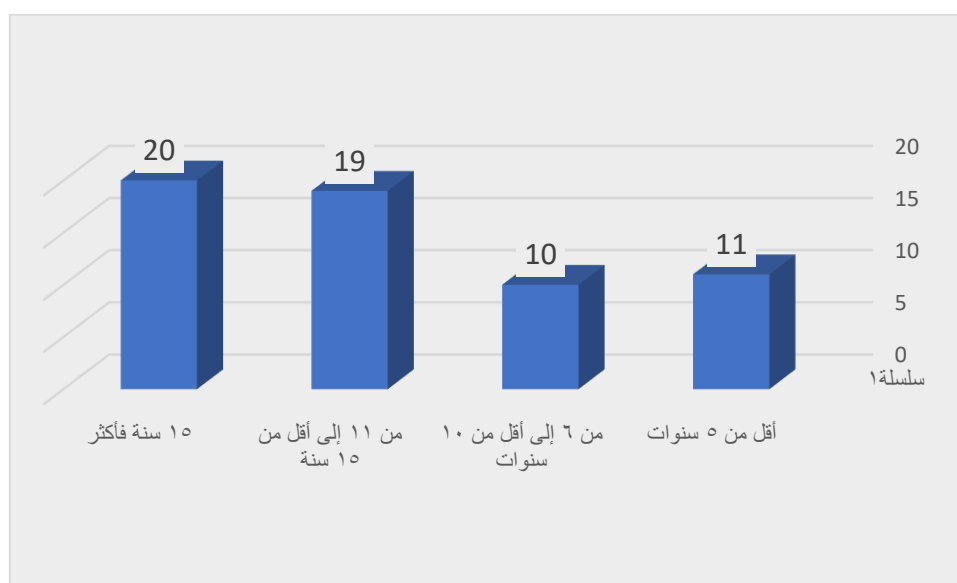
غالبية أفراد العينة يحملون درجة البكالوريوس، تليها درجة الماجستير، ثم الدكتوراه، مما يعكس تنوعًا في المستويات العلمية للمشاركين، ويعزز من شمولية البيانات وإمكانية الاستفادة منها في تفسير نتائج الدراسة..

سنوات الخبرة:

جدول 6: توزيع أفراد العينة وفق متغير سنوات الخبرة

Percent	Frequency	سنوات الخبرة
18.3	11	أقل من ٥ سنوات
16.7	10	من ٦ إلى أقل من ١٠ سنوات
31.7	19	من ١١ إلى أقل من ١٥ سنة
33.3	20	15 سنة فأكثر
100.0	60	Total

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss



يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة، حيث بلغ عدد الأفراد الذين لديهم أقل من ٥ سنوات من الخبرة ١١ فردًا بنسبة ١٨,٣٪، بينما بلغ عدد من لديهم من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات ١٠ أفراد بنسبة ١٦,٧٪. كما بلغ عدد الأفراد الذين تتراوح خبرتهم بين ١١ إلى أقل من ١٥ سنة ١٩ فردًا بنسبة ٣١,٧٪، في حين بلغ عدد ذوي الخبرة ١٥ سنة فأكثر ٢٠ فردًا بنسبة ٣٣,٣٪ من إجمالي العينة البالغ ٦٠ فردًا. وتشير هذه النتائج إلى أن

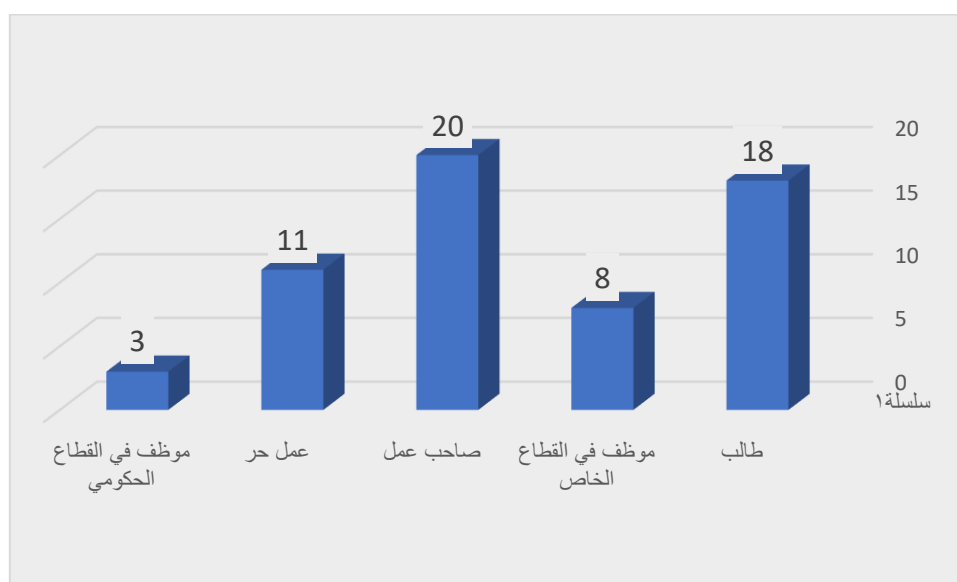
غالبية أفراد العينة يمتلكون خبرة مهنية تزيد على عشر سنوات، مما يعكس توفر خبرات عملية متنوعة لدى المشاركين، وهو ما يدعم دقة آرائهم وإثراء نتائج الدراسة.

الوظيفة:

جدول 7: توزيع أفراد العينة وفق متغير الوظيفة

الوظيفة	Frequency	Percent
طالب	18	30.0
موظف في القطاع الخاص	8	13.3
صاحب عمل	20	33.3
عمل حر	11	18.3
موظف في القطاع الحكومي	3	5.0
Total	60	100.0

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss



يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة، حيث بلغ عدد الطلاب ١٨ فردًا بنسبة ٣٠,٠٪، بينما بلغ عدد الموظفين في القطاع الخاص ٨ أفراد بنسبة ١٣,٣٪، وبلغ عدد أصحاب الأعمال ٢٠ فردًا بنسبة ٣٣,٣٪، في حين بلغ عدد العاملين في العمل الحر ١١ فردًا بنسبة ١٨,٣٪، أما الموظفون في القطاع الحكومي فقد بلغ عددهم

٣ أفراد بنسبة ٥٠,٠٪ من إجمالي العينة البالغ ٦٠ فردًا. وتشير النتائج إلى أن أصحاب الأعمال يمثلون النسبة الأكبر من أفراد العينة، يليهم الطلاب، ثم العاملون في العمل الحر، فالموظفون في القطاع الخاص، وأخيرًا الموظفون في القطاع الحكومي، مما يعكس تنوعًا في الخلفيات الوظيفية للمشركين ويسهم في إثراء نتائج الدراسة.

٣,٣ أداة الدراسة

أداة الدراسة هي الوسيلة أو الأداة المنهجية التي يستخدمها الباحث لجمع البيانات والمعلومات اللازمة لإتمام بحثه، والإجابة عن تساؤلاته، واختبار فرضياته. وتعتبر الأداة (مثل الاستبيان، المقابلة، أو الملاحظة) العنصر الأساسي لتحويل مشكلة البحث إلى نتائج علمية قابلة للتحليل وتختلف حسب نوع المنهج العلمي المتبع. وفي إطار الدراسة الميدانية ويهدف اختبار العلاقة المفترضة بين متغيرات البحث (أثر استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي) تم اختيار الاستبيان كوسيلة لقياس "أثر استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي حيث تم القيام بعدة خطوات تنفيذية لضمان صدقها وثباتها فان عملية الثبات في الاستبيان يعني بدرجة كبيرة التأكد من أن الإجابة سوف تكون واحدة تقريبًا لو تكرر تطبيقها علي الأشخاص ذاتهم مرة أخرى وصدقها سوف يعني التأكد من انها سوف تقيس ما أعددت الدراسة من اجل قياسه وقد تم الاستعانة في إعداد الدراسة بالاطلاع علي مجموعة من الاستبيانات الخاصة بتقييم أثر استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي

ولتحقيق أهداف الدراسة حول (بيان تأثير استخدام الذكاء الصناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي) سيتم استخدام الاستبيان لجمع البيانات اللازمة من أفراد عينة الدراسة، وسوف يتم إعداد الاستبيان من خلال نماذج جوجل (Google Forms)، وتم إرسال الرابط الإلكتروني للاستبيان الى مستخدمي التقنية الرقمية في المملكة العربية السعودية وبعد ذلك تم سيتلقى الإجابات في نموذج جوجل (Google Forms). بناءً على الإطار النظري والفرضيات التي تم تطويرها في الفصل السابق، تم تصميم نموذج البحث الذي يوضح العلاقات بين المتغيرات المستقلة (استخدام الذكاء الصناعي) والمتغيرات التابعة (تطوير تقنيات الإعلام الرقمي).

صدق المقياس:

جدول 8: صدق الاتساق الداخلي ل بين فقرات المقياس والدرجة الكلية

نظم التحكم الذكية			الاتصال المعلوماتي			النظم الخبيرة (التطبيقات الذكية)			تطوير تقنيات الإعلام الرقمي			التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي		
م	ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	م	ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	م	ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	م	ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	م	ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
١	0.781	0.001	9	0.744	0.001	17	0.786	0.001	25	0.816	0.001	35	0.795	0.001
2	0.752	0.001	10	0.781	0.001	18	0.754	0.001	26	0.792	0.001	36	0.771	0.001
3	0.804	0.001	11	0.768	0.001	19	0.821	0.001	27	0.778	0.001	37	0.816	0.001
4	0.773	0.001	12	0.802	0.001	20	0.776	0.001	28	0.824	0.001	38	0.782	0.001
5	0.818	0.001	13	0.739	0.001	21	0.748	0.001	29	0.761	0.001	39	0.758	0.001
6	0.746	0.001	14	0.784	0.001	22	0.795	0.001	30	0.807	0.001	40	0.803	0.001
7	0.789	0.001	15	0.811	0.001	23	0.809	0.001	31	0.772	0.001	41	0.774	0.001
8	0.767	0.001	16	0.758	0.001	24	0.763	0.001	32	0.786	0.001	42	0.788	0.001
									33	0.813	0.001	43	0.811	0.001
									34	0.769	0.001	44	0.767	0.001

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss

يوضح الجدول نتائج اختبار صدق الأداة من خلال معامل ارتباط بيرسون بين فقرات الأداة ومحاورها المختلفة، والتي شملت: نظم التحكم الذكية، الاتصال المعلوماتي، النظم الخبيرة (التطبيقات الذكية)، تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، والتحديات التي تواجه التطوير. وقد أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط كانت مرتفعة نسبياً، إذ تراوحت تقريباً بين (٠,٧٣٩) و(٠,٨٢٤)، وجميعها دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٠١). وتشير هذه النتائج إلى وجود اتساق داخلي قوي بين فقرات الأداة ومحاورها، مما يعكس تمتع الأداة بدرجة عالية من الصدق البنائي، ويؤكد صلاحيتها لقياس المتغيرات محل الدراسة.

ثبات المقياس:

جدول 9: ثبات مقياس الدراسة باستخدام معامل كرونباخ ألفا

المحور	عدد العبارات	Cronbach's Alpha
نظم التحكم الذكية	8	0.892
الاتصال المعلوماتي	8	0.874
النظم الخبيرة (التطبيقات الذكية)	8	0.911
تطوير تقنيات الإعلام الرقمي	10	0.904
التحديات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي	10	0.886

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss

توضح النتائج أن قيم معامل كرونباخ ألفا لجميع محاور الدراسة تراوحت بين (٠,٨٧٤-٠,٩١١)، وهي قيم مرتفعة

تتجاوز الحد المقبول إحصائياً (٠,٧٠)، مما يدل على تمتع أداة الدراسة بدرجة عالية من الثبات الداخلي وموثوقيتها

في القياس.

٣,٤ الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث:

تم استخدام برامج متخصصة لتحليل البيانات الكمية، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لتحقيق أهداف البحث: حيث تم معالجة البيانات التي تم جمعها؛ عن طريق الاستبانة وذلك للإجابة عن الدراسة وسعياً نحو اختبار فروض الدراسة، تم اختيار مجموعة من أساليب تحليل البيانات من خلال استخدام حزمة من الأساليب الإحصائية الخاصة بالعلوم الاجتماعية والمعروفة برنامج SPSS لإحصائي، فتمثلت تلك الأساليب في:

- المتوسطات الحسابية
- الانحرافات المعيارية
- التكرارات
- النسب المئوية
- معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين أبعاد استخدام الذكاء الصناعي. وأثرها على ابعاد تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.
- تحليل الانحدار المتعدد لتحديد أبعاد استخدام الذكاء الصناعي. وأثرها على ابعاد تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

الفصل الرابع

المقدمة

مناقشة وتفسير أسئلة البحث

الخاتمة

التوصيات

يهدف هذا الفصل إلى عرض نتائج الدراسة الميدانية التي تناولت أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، وتحليلها وتفسيرها في ضوء الأساليب الإحصائية المناسبة، وبشكل خاص باستخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرات الدراسة.

كما يسعى هذا الفصل إلى مناقشة النتائج التي تم التوصل إليها وربطها بالإطار النظري والدراسات السابقة ذات الصلة، بهدف توضيح مدى اتساق أو اختلاف النتائج الحالية مع ما توصلت إليه الأدبيات السابقة في مجال الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي. ويُركز الفصل على تفسير العلاقات الإحصائية بين المتغيرات الرئيسية للدراسة، والتي شملت تقنيات الذكاء الاصطناعي بأبعادها المختلفة (نظم التحكم والنقل الذكية، الاتصال المعلوماتي، النظم الخبيرة، والأثر الجمالي) وبين تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

ويُعد هذا الفصل خطوة أساسية في بناء فهم علمي متكامل لواقع تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية، من خلال تحليل البيانات الميدانية وتحويلها إلى نتائج قابلة للتفسير العلمي والاستفادة التطبيقية، بما يسهم في تقديم صورة واضحة حول دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة وتطوير العمل الإعلامي الرقمي.

٤,٢ الإجابة على أسئلة البحث ومناقشتها

١. ما هو أثر التحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي في بتقنيات الذكاء الاصطناعي ؟

للتحقق من أثر التحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، باعتبار أن «التحديات» تمثل المتغير المستقل، في حين يمثل «تطوير تقنيات الإعلام الرقمي» المتغير التابع.

جدول 10: أثر التحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي في بتقنيات الذكاء الاصطناعي

Correlations			
التحديات	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي		
.913	1.000	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	Pearson Correlation
1.000	.913	التحديات	
.000	.	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	Sig. (1-tailed)
.	.000	التحديات	
43	43	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	N
43	43	التحديات	

Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.913a	.834	.830	.16994

a. Predictors: (Constant), التحديات

b. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي

ANOVAa					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

.000b	205.475	5.934	1	5.934	Regression	1
		.029	41	1.184	Residual	
			42	7.118	Total	
a. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي						
b. Predictors: (Constant), التحديات						

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.311	1.026		.264	.271	(Constant)	1
.000	14.334	.913	.065	.936	التحديات	
a. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي						

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss

تشير نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط إلى وجود أثر إيجابي قوي وذو دلالة إحصائية للتحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي؛ فقد أظهرت نتائج الارتباط وجود علاقة طردية قوية بين المتغيرين، إذ بلغ معامل ارتباط بيرسون ($r = 0.913$)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية ($p = 0.000 < 0.05$)، بما يدل على أنه كلما ارتفع إدراك أفراد العينة للتحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي، ارتبط ذلك بارتفاع مستوى تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. كما أظهر نموذج الانحدار أن معامل التحديد بلغ ($R^2 = 0.834$)، وهو ما يعني أن التحديات تفسر نحو ٨٣,٤٪ من التباين في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، في حين تعود النسبة المتبقية ١٦,٦٪ إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج. كذلك جاءت قيمة اختبار $F = 205.475$ عند مستوى دلالة ($p = 0.000$)، مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار وصلاحيته لتفسير العلاقة بين المتغيرين.

وتشير معاملات الانحدار إلى أن معامل الانحدار غير المعياري للتحديات بلغ ($B = 0.936$)، في حين بلغ معامل الانحدار المعياري ($Beta = 0.913$)، وكانت قيمة $t = 14.334$ عند مستوى دلالة ($p = 0.000$)، وهي قيمة تؤكد وجود

أثر إحصائي معنوي للتحديات في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. وبناءً على ذلك، يمكن التعبير عن معادلة الانحدار على النحو الآتي: تطوير تقنيات الإعلام الرقمي = $0.271 + 0.936 \times$ التحديات. ويعني ذلك أن زيادة وحدة واحدة في مستوى التحديات ترتبط بزيادة مقدارها 0.936 في مستوى تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، مع ثبات العوامل الأخرى. ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن التحديات التي تفرضها البيئة الإعلامية الرقمية، مثل الحاجة إلى تطوير البنية التقنية، ومواكبة التطورات المتسارعة، وتوفير المهارات والخبرات، والتعامل مع المتطلبات المهنية والتقنية الجديدة، لا تمثل عائقاً فحسب، وإنما قد تشكل أيضاً دافعاً للمؤسسات والأفراد نحو تطوير التقنيات الإعلامية والبحث عن حلول وتطبيقات أكثر كفاءة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة المسعودي (٢٠٢٥)، التي كشفت عن وجود مجموعة من التحديات المرتبطة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحف الإلكترونية السعودية، من أبرزها ضعف البنية التحتية التقنية، ونقص المتخصصين، وقلة تدريب الصحفيين، مع التأكيد على ضرورة الجمع بين المهارات الإعلامية التقليدية والتقنيات الحديثة. وتدعم هذه النتيجة تفسير الدراسة الحالية بأن مواجهة التحديات التقنية والمهنية قد تدفع المؤسسات الإعلامية إلى تطوير قدراتها وتقنياتها لمواكبة التحول الرقمي.

كما تتفق النتائج مع دراسة بشبيش ورشيدة (٢٠٢٦)، التي أظهرت أن بعض العوامل التنظيمية والمهنية، وفي مقدمتها نقص الدعم المادي والتكوين والتدريب، إلى جانب الوعي بالمخاطر المصاحبة للاستخدام غير المؤطر للذكاء الاصطناعي التوليدي، تحد من مستوى تبني هذه التطبيقات لدى الصحفيين. وعلى الرغم من أن الدراسة السابقة ركزت على العوامل التي تعيق تبني الذكاء الاصطناعي، بينما ركزت الدراسة الحالية على أثر التحديات في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، فإن النتيجتين تلتقيان في التأكيد على أن طبيعة التحديات التقنية والتنظيمية والمهنية أصبحت عنصراً أساسياً في مسار التطوير التقني داخل البيئة الإعلامية الرقمية.

وتتفق النتيجة كذلك مع دراسة الغبري (٢٠٢٣)، التي أشارت إلى أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي يسهم في تطوير القرارات الإنتاجية للمؤسسات الإعلامية وتحسين الرسالة الإعلامية، لكنها في الوقت نفسه كشفت عن تحديات ومخاوف مرتبطة بصعوبة التمييز بين المحتوى المنتج آلياً والمحتوى البشري، فضلاً عن المخاوف المتعلقة

بإمكانية إحلال التقنيات محل بعض الوظائف الإعلامية مستقبلاً. وهذا يدعم ما أظهرته الدراسة الحالية من أن التحديات ليست منفصلة عن عملية التطوير، بل ترتبط بها ارتباطاً وثيقاً، وقد تسهم في دفع المؤسسات إلى إعادة تطوير تقنياتها وأساليب عملها لمواجهة تلك التحديات.

كما تنسجم النتيجة مع دراسة راشد (٢٠٢٤)، التي أكدت أن الذكاء الاصطناعي يؤدي دوراً مهماً في تطوير صناعة الإعلام وتحسين جودة المحتوى وتسريع عمليات الإنتاج، مع ضرورة وضع أطر أخلاقية ومهنية تحقق التوازن بين الإنسان والآلة. وكذلك تتفق مع دراسة Ali & Hassoun (٢٠١٩) التي أوضحت أن الذكاء الاصطناعي يمثل تطوراً مهماً في بيئة العمل الصحفي، لكنه يثير في الوقت نفسه مجموعة من القضايا المهنية والأخلاقية، مثل التحيز والشفافية والرقابة وجودة البيانات.

وفي المقابل، تختلف نتيجة الدراسة الحالية جزئياً عن دراسة مصطفى (٢٠٢٥)؛ إذ أظهرت تلك الدراسة أن استخدام الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع أسهم في تحسين سرعة وكفاءة الإنتاج الصحفي، لكنها كشفت أيضاً عن مخاوف تتعلق بمصداقية المحتوى، وأكدت أن الذكاء الاصطناعي ينبغي أن يكون أداة مساندة للعمل الصحفي وليس بديلاً عن الإنسان. ويكمن الاختلاف في أن دراسة مصطفى ركزت على آثار استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في محتوى الصحافة الإلكترونية، بينما تبحث الدراسة الحالية في أثر التحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي في تطوير التقنيات؛ ولذلك فإن الاختلاف في طبيعة المتغيرات والسياق التطبيقي قد يفسر اختلاف زاوية النتائج.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن النتيجة الحالية تقدم دعماً قوياً للفرضية التي تفترض وجود أثر للتحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي؛ فلارتفاع معامل الارتباط (٠,٩١٣) وارتفاع القدرة التفسيرية للنموذج (٨٣,٤٪) يشيران إلى أن التحديات تمثل عاملاً مهماً في تفسير مستوى التطوير التقني في البيئة الإعلامية الرقمية. وتبرز هذه النتيجة أن التعامل مع التحديات لا ينبغي أن يقتصر على اعتبارها معوقات، وإنما يمكن النظر إليها باعتبارها محفزات للتطوير والابتكار والتكيف التقني، شريطة أن تتوافر للمؤسسات الإعلامية الموارد البشرية والتقنية والتدريبية والتنظيمية اللازمة لتحويل تلك التحديات إلى فرص للتطوير.

٢. ما هو أثر نظم التحكم والنقل الذكية على تحسين تطوير تقنيات الإعلام الرقمي ؟

للتحقق من أثر نظم التحكم والنقل الذكية على تحسين تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، باعتبار أن « نظم التحكم والنقل الذكية » تمثل المتغير المستقل، في حين يمثل «تطوير تقنيات الإعلام الرقمي» المتغير التابع.

جدول 11: أثر نظم التحكم والنقل الذكية على تحسين تطوير تقنيات الإعلام الرقمي

Correlations			
نظم التحكم والنقل الذكية	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي		
.689	1.000	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	Pearson Correlation
1.000	.689	نظم التحكم والنقل الذكية	
.000	.	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	Sig. (1-tailed)
.	.000	نظم التحكم والنقل الذكية	
43	43	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	N
43	43	نظم التحكم والنقل الذكية	

Model Summaryb				
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.30201	.462	.475	.689a	1

a. Predictors: (Constant), نظم التحكم والنقل الذكية
b. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي

ANOVAa						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000b	37.038	3.378	1	3.378	Regression	1
		.091	41	3.740	Residual	
			42	7.118	Total	
a. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي						
b. Predictors: (Constant), انظم التحكم والنقل الذكية						

Coefficientsa						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.311	1.026		.569	.584	(Constant)	1
.000	6.086	.689	.138	.841	نظم التحكم والنقل الذكية	
a. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي						

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss

توضح نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لنظم التحكم والنقل الذكية في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. فقد أظهرت نتائج الارتباط وجود علاقة طردية متوسطة إلى قوية بين نظم التحكم والنقل الذكية وتطوير تقنيات الإعلام الرقمي، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون ($r = 0.689$)، وكانت قيمة الدلالة

الإحصائية ($p = 0.000 < 0.05$)، مما يشير إلى أنه كلما ارتفع مستوى توظيف نظم التحكم والنقل الذكية، ارتبط ذلك بارتفاع مستوى تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

كما أظهرت نتائج نموذج الانحدار أن معامل التحديد بلغ ($R^2 = 0.475$)، وهو ما يعني أن نظم التحكم والنقل الذكية تفسر نحو ٤٧,٥٪ من التباين في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، في حين تعود النسبة المتبقية البالغة ٥٢,٥٪ إلى عوامل ومتغيرات أخرى لم تدخل ضمن نموذج الانحدار. وتُعد هذه القدرة التفسيرية مرتفعة نسبيًا في الدراسات الاجتماعية والإنسانية، بما يؤكد أهمية نظم التحكم والنقل الذكية بوصفها أحد العوامل المرتبطة بتطوير البيئة التقنية للإعلام الرقمي.

وتؤكد قيمة اختبار تحليل التباين ($F = 37.038$)، عند مستوى دلالة ($p = 0.000$)، أن نموذج الانحدار ككل دال إحصائيًا، وبالتالي فإن العلاقة بين نظم التحكم والنقل الذكية وتطوير تقنيات الإعلام الرقمي ليست علاقة عشوائية، وإنما تمثل أثرًا ذا دلالة إحصائية. وبناءً على ذلك، يمكن قبول الفرضية التي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية لنظم التحكم والنقل الذكية في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

وتشير هذه النتيجة إلى أن التطور في نظم التحكم والنقل الذكية يمكن أن يرتبط بتطوير البيئة الرقمية التي يعمل ضمنها الإعلام الحديث، ولا سيما من خلال توظيف التقنيات الرقمية في جمع المعلومات ونقلها ومعالجتها وتبادلها بصورة أسرع وأكثر كفاءة. كما أن انتشار النظم الذكية القائمة على البيانات والاتصال الفوري يعزز الحاجة إلى تطوير البنية التقنية للإعلام الرقمي، بما يسمح للمؤسسات الإعلامية بمواكبة السرعة في تداول المعلومات وتوظيف التقنيات الحديثة في إنتاج المحتوى ونقله والوصول إلى الجمهور.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة قاضي (٢٠٢٢)، التي تناولت أثر التكنولوجيا الحديثة والرقمية على أداء وسائل الإعلام والاتصال، وأكدت أن الإنترنت والخوارزميات والفيديو التفاعلي والهواتف المحمولة أسهمت في تطوير البيئة الإعلامية، كما أدت التطورات التكنولوجية إلى تسريع الوصول إلى المعلومات وتوسيع نطاق التغطية الإعلامية. وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه الدراسة الحالية من وجود ارتباط بين التطورات التقنية في النظم

الذكية وبين تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، إذ إن البيئة الإعلامية الحديثة أصبحت تعتمد بصورة متزايدة على تقنيات الاتصال ونظم نقل المعلومات السريعة والذكية.

كما تتفق النتيجة مع دراسة الغباري (٢٠٢٣)، التي أشارت إلى أن التطورات التقنية، بما فيها تحليل البيانات الضخمة والحوسبة السحابية وغيرها من التقنيات الحديثة، أسهمت في تعزيز القدرة الإنتاجية للمؤسسات الإعلامية وزيادة المعرفة بميول الجمهور وتحسين الرسالة الإعلامية. ويظهر وجه الاتفاق في أن كلا الدراستين تؤكدان أن توظيف النظم والتقنيات الذكية يؤدي إلى تعزيز القدرات التقنية والإنتاجية للمؤسسات الإعلامية، وإن كانت دراسة الغباري أوسع من حيث التقنيات التي تناولتها.

وتتفق النتيجة كذلك مع دراسة Kumar وآخرين (٢٠٢٠)، التي توصلت إلى أن الذكاء الاصطناعي أسهم بدرجة كبيرة في تطوير العمل الصحفي، خاصة في جمع البيانات وتحريرها إلكترونياً، وتوفير الوقت والجهد، فضلاً عن تطوير أشكال جديدة لعرض القصص الإخبارية وتوظيف الواقع الافتراضي بما يعزز تفاعل الجمهور مع المحتوى. ويعكس ذلك أن التقنيات الذكية لا تؤثر في المحتوى الإعلامي فقط، وإنما تمتد أثرها إلى عمليات جمع المعلومات ونقلها ومعالجتها وطرق عرضها للجمهور.

كما يمكن ربط هذه النتيجة بما توصلت إليه دراسة المسعودي (٢٠٢٥)، التي أكدت أن استخدام التقنيات الحديثة في المؤسسات الإعلامية السعودية يرتبط بمجموعة من المتطلبات التقنية والمهنية، وأن ضعف البنية التحتية التقنية ونقص المتخصصين وقلة التدريب تمثل تحديات أمام توظيف الذكاء الاصطناعي. ومن ثم، فإن وجود أثر لنظم التحكم والنقل الذكية في تطوير الإعلام الرقمي يمكن تفسيره في ضوء الحاجة إلى بنية تقنية متطورة قادرة على استيعاب التطبيقات الإعلامية الحديثة.

وبالمقابل، لا تظهر في الدراسات السابقة الواردة في الملف نتيجة مباشرة تتعارض مع النتيجة الحالية بشأن أثر نظم التحكم والنقل الذكية تحديداً؛ ويرجع ذلك إلى أن معظم الدراسات السابقة ركزت على الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا الرقمية وتطبيقاتها في الإعلام، ولم تختبر هذا المتغير بوصفه متغيراً مستقلاً بصورة مباشرة. ولذلك

يمكن اعتبار نتيجة الدراسة الحالية إضافة تطبيقية إلى الأدبيات السابقة، من خلال إظهار أن نظم التحكم والنقل الذكية تمثل أحد العوامل التي يمكن أن تسهم في تفسير تطور تقنيات الإعلام الرقمي.

وبصورة عامة، فإن ارتفاع معامل الارتباط إلى (٠,٦٨٩) وبلوغ القدرة التفسيرية للنموذج ٤٧,٥٪ يشيران إلى أن نظم التحكم والنقل الذكية تمثل عاملاً مهماً في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، إلا أن كونها تفسر أقل من نصف التباين يعني أيضاً أن التطوير التقني للإعلام الرقمي ظاهرة متعددة العوامل، تتداخل فيها عناصر أخرى مثل الذكاء الاصطناعي، والبنية التحتية الرقمية، والمهارات البشرية، والتدريب، والموارد المالية، والتشريعات والسياسات الإعلامية

٣. ما هو أثر الاتصال المعلوماتي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي ؟

للتحقق من أثر الاتصال المعلوماتي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، باعتبار أن « الاتصال المعلوماتي » تمثل المتغير المستقل، في حين يمثل «تطوير تقنيات الإعلام الرقمي» المتغير التابع.

جدول 12: أثر الاتصال المعلوماتي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي

Correlations			
الاتصال المعلوماتي	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي		
.688	1.000	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	Pearson Correlation
1.000	.688	الاتصال المعلوماتي	
.000	.	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	Sig. (1-tailed)
.	.000	الاتصال المعلوماتي	
43	43	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	N
43	43	الاتصال المعلوماتي	

Model Summary ^b				
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.30229	.461	.474	.688a	1
a. Predictors: (Constant), الاتصال المعلوماتي				
b. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي				

ANOVAa						
Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares	Model	
.000b	36.891	3.371	1	3.371	Regression	1
		.091	41	3.747	Residual	
			42	7.118	Total	
a. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي						
b. Predictors: (Constant), الاتصال المعلوماتي						

Coefficientsa						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.002	3.307		.432	1.428	(Constant)	1
.000	6.074	.688	.105	.640	الاتصال المعلوماتي	
Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي						

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss

توضح نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للاتصال المعلوماتي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. فقد أظهرت نتائج معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة طردية متوسطة إلى قوية بين الاتصال

المعلوماتي وتطوير تقنيات الإعلام الرقمي، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.688$)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية ($p = 0.000 < 0.05$)، مما يشير إلى أن ارتفاع مستوى الاتصال المعلوماتي يرتبط بارتفاع مستوى تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

وتبين نتائج نموذج الانحدار أن معامل التحديد بلغ ($R^2 = 0.474$)، أي أن الاتصال المعلوماتي يفسر نحو ٤٧,٤٪ من التباين في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، بينما تعود النسبة المتبقية البالغة ٥٢,٦٪ إلى عوامل أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار. وتدل هذه النتيجة على أن الاتصال المعلوماتي يمثل عاملاً مهماً في تفسير التطور في تقنيات الإعلام الرقمي، إلا أنه ليس العامل الوحيد المؤثر في هذا التطوير.

كما أظهر اختبار تحليل التباين للنموذج أن قيمة F بلغت ٣٦,٨٩١ عند مستوى دلالة ($p = 0.000$)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار وصلاحيته لتفسير العلاقة بين الاتصال المعلوماتي وتطوير تقنيات الإعلام الرقمي. كذلك كشفت معاملات الانحدار أن قيمة معامل الانحدار غير المعياري بلغت ($B = 0.640$)، بينما بلغ معامل الانحدار المعياري ($Beta = 0.688$)، وكانت قيمة $t = 6.074$ عند مستوى دلالة ($p = 0.000$)، الأمر الذي يؤكد وجود أثر إحصائي معنوي للاتصال المعلوماتي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. ويمكن التعبير عن معادلة الانحدار على النحو الآتي: تطوير تقنيات الإعلام الرقمي = $١,٤٢٨ + ٠,٦٤٠ \times$ الاتصال المعلوماتي. ويعني ذلك أن زيادة مستوى الاتصال المعلوماتي بمقدار وحدة واحدة تؤدي، وفق النموذج، إلى زيادة متوقعة مقدارها ٠,٦٤٠ في مستوى تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الاتصال المعلوماتي يمثل أحد المكونات الأساسية للبيئة الرقمية الحديثة؛ فكلما تحسنت قدرة الأفراد والمؤسسات على الوصول إلى المعلومات وتبادلها ومعالجتها بصورة سريعة وفعالة، لزدادت الحاجة إلى تطوير الوسائل والتقنيات الإعلامية القادرة على التعامل مع التدفق المتزايد للمعلومات. كما أن تطور قنوات الاتصال المعلوماتي يساهم في توفير بيئة أكثر ملاءمة لتوظيف التقنيات الرقمية في جمع المعلومات وإنتاج المحتوى ونشره والتفاعل مع الجمهور، الأمر الذي ينعكس على مستوى تطور تقنيات الإعلام الرقمي.

وتتفق هذه النتيجة بصورة واضحة مع دراسة قاضي (٢٠٢٢)، التي تناولت أثر التكنولوجيا الحديثة والرقمية على أداء وسائل الإعلام والاتصال، وأوضحت أن التطورات التكنولوجية أسهمت في تسريع الوصول إلى المعلومات وتوسيع نطاق التغطية الإعلامية، كما أتاحت للأفراد المشاركة في إنتاج المعلومات وظهور مفهوم صحافة المواطن، وأسهمت في تحول المعلومات الرقمية إلى سوق إعلامية وإعلانية جديدة. وتدعم هذه النتائج ما توصلت إليه الدراسة الحالية من أن الاتصال المعلوماتي يمثل عنصراً مهماً في تطوير البيئة الإعلامية الرقمية، إذ إن سرعة انتقال المعلومات واتساع نطاق تداولها يفرضان على المؤسسات الإعلامية تطوير أدواتها وتقنياتها باستمرار.

كما تندرج النتيجة مع دراسة الغبري (٢٠٢٣)، التي أشارت إلى أن توظيف التقنيات الحديثة، ومنها تحليل البيانات الضخمة والحوسبة السحابية وغيرها، أسهم في تعزيز القدرة الإنتاجية للمؤسسات الإعلامية وزيادة المعرفة بميول الجمهور وتحسين الرسالة الإعلامية. ويمكن تفسير وجه الاتفاق بأن الاتصال المعلوماتي المتطور يوفر البيئة التي تسمح باستثمار هذه التقنيات في العمل الإعلامي، خاصة في ظل الاعتماد المتزايد على البيانات والمعلومات الرقمية في إنتاج المحتوى وفهم الجمهور.

كما تتفق هذه النتيجة مع ما أورده دراسة راشد (٢٠٢٤) من أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تؤدي دوراً مهماً في تطوير صناعة الإعلام وتحسين جودة المحتوى وتسريع عمليات الإنتاج، مع التأكيد على استمرار أهمية العنصر البشري في توظيف هذه التقنيات. وتظهر العلاقة هنا في أن تحسين سرعة وكفاءة الإنتاج الإعلامي يتطلب بيئة اتصالية ومعلوماتية قادرة على دعم التدفق المستمر للمعلومات وتوظيفها في عمليات الإنتاج الإعلامي.

وفي ضوء ذلك، يمكن القول إن نتائج الدراسة الحالية تتفق في اتجاهها العام مع الدراسات السابقة التي أكدت أهمية التطور التقني والاتصالي في تطوير البيئة الإعلامية الرقمية، ولا توجد ضمن الدراسات السابقة الوردية في الملف نتيجة مباشرة تتعارض مع هذه النتيجة. إلا أن الدراسة الحالية تضيف بُعداً كمياً مهماً من خلال تحديد حجم العلاقة والأثر؛ إذ أظهر معامل الارتباط (٠,٦٨٨)، ومعامل التحديد (٤٧,٤٪) أن الاتصال المعلوماتي يمثل عاملاً مؤثراً بصورة ملموسة في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

٤. ما هو أثر النظم الخبيرة (التطبيقات) على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي ؟

للتحقق من أثر النظم الخبيرة (التطبيقات) على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، باعتبار أن « النظم الخبيرة (التطبيقات) » تمثل المتغير المستقل، في حين يمثل «تطوير تقنيات الإعلام الرقمي» المتغير التابع.

جدول 13: أثر النظم الخبيرة (التطبيقات) على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي

Correlations			
النظم الخبيرة (التطبيقات الذكية)	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي		
.756	1.000	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	Pearson Correlation
1.000	.756	النظم الخبيرة (التطبيقات الذكية)	
.000	.	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	Sig. (1-tailed)
.	.000	النظم الخبيرة (التطبيقات الذكية)	
43	43	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	N
43	43	النظم الخبيرة (التطبيقات الذكية)	

Model Summaryb				
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.27289	.561	.571	.756a	1
a. Predictors: (Constant), النظم الخبيرة (التطبيقات الذكية)				
b. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي				

ANOVAa						
Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares	Model	
.000b	54.577	4.064	1	4.064	Regression	1
		.074	41	3.053	Residual	
			42	7.118	Total	
a. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي						
b. Predictors: (Constant), النظم الخبرة (التطبيقات الذكية)						

Coefficientsa						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.022	2.389		.414	.990	(Constant)	1
.000	7.388	.756	.102	.755	النظم الخبيرة (التطبيقات الذكية)	
Dependent Variable: التطوير تقنيات الاعلام الرقمي						

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss

توضح نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط وجود أثر إيجابي قوي وذى دلالة إحصائية للنظم الخبيرة (التطبيقات الذكية) في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. فقد أظهرت نتائج معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة طردية قوية بين النظم الخبيرة (التطبيقات الذكية) وتطوير تقنيات الإعلام الرقمي، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.756$)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية ($p = 0.000 < 0.05$)، مما يدل على أنه كلما ارتفع مستوى استخدام النظم الخبيرة والتطبيقات الذكية، ارتفع مستوى تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

وأظهرت نتائج نموذج الانحدار أن معامل التحديد بلغ ($R^2 = 0.571$)، أي أن النظم الخبرة (التطبيقات الذكية) تفسر نحو ٥٧,١٪ من التباين في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، بينما تعود النسبة المتبقية البالغة ٤٢,٩٪ إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج. وتعد هذه النسبة مؤشراً على القوة التفسيرية الجيدة للنموذج، وتؤكد أن النظم الخبرة والتطبيقات الذكية تمثل عاملاً مهماً في تفسير التطور الذي تشهده تقنيات الإعلام الرقمي.

كما أظهرت نتائج تحليل التباين أن قيمة $F = 54.577$ عند مستوى دلالة ($p = 0.000$)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار ككل وصلاحيته لتفسير أثر النظم الخبرة (التطبيقات الذكية) في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. كذلك أظهرت معاملات الانحدار أن قيمة معامل الانحدار غير المعياري بلغت ($B = 0.755$)، بينما بلغ معامل الانحدار المعياري ($Beta = 0.756$)، وكانت قيمة $t = 7.388$ عند مستوى دلالة ($p = 0.000$)، مما يؤكد وجود أثر إحصائي معنوي للنظم الخبرة (التطبيقات الذكية) في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. وبناءً على ذلك، يمكن صياغة معادلة الانحدار كما يأتي: تطوير تقنيات الإعلام الرقمي = $0.755 + 0.990 \times$ النظم الخبرة (التطبيقات الذكية). ويعني ذلك أن زيادة مستوى النظم الخبرة (التطبيقات الذكية) بمقدار وحدة واحدة تؤدي، وفق النموذج، إلى زيادة متوقعة مقدارها ٠,٧٥٥ في مستوى تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن النظم الخبرة والتطبيقات الذكية توفر للمؤسسات الإعلامية أدوات تساعد على تحسين عمليات جمع المعلومات وتحليلها ومعالجتها، إلى جانب دعم عملية إنتاج المحتوى وتطوير أساليب تقديمه للجمهور. كما تتيح التطبيقات الذكية قدرًا أكبر من السرعة والكفاءة في التعامل مع البيانات والمعلومات، وتساعد على الاستجابة للتغيرات المتسارعة في البيئة الإعلامية الرقمية، وهو ما يمكن أن ينعكس بصورة إيجابية على تطوير التقنيات المستخدمة في العمل الإعلامي. ومن ثم، فإن ارتفاع مستوى توظيف هذه التطبيقات يمكن أن يعزز قدرة المؤسسات الإعلامية على تحديث أدواتها وأساليبها التقنية ومواكبة التحول الرقمي.

وتتفق هذه النتيجة بصورة واضحة مع دراسة الغباري (٢٠٢٣)، التي تناولت دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي، وأشارت إلى إسهام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز القدرة الإنتاجية للمؤسسات الإعلامية، وزيادة المعرفة بميول الجمهور وتحسين الرسالة الإعلامية، مع تناولها لتقنيات مثل تحليل البيانات

الضخمة والحوسبة السحابية والروبوت والواقع المعزز. ويظهر وجه الاتفاق في أن كلا النتيجتين تؤكدان الدور الذي تؤديه التقنيات الذكية والتطبيقات القائمة على المعرفة والبيانات في تعزيز قدرات المؤسسات الإعلامية وتطوير أدائها التقني.

كما تتفق النتيجة مع دراسة بوعمامة (٢٠٢٤)، التي تناولت استخدام تطبيق ChatGPT في تحرير المحتوى الصحفي الإلكتروني، وتوصلت إلى فعاليته في تدقيق الأخطاء الإملائية وتحسين بنية الجمل في النصوص الصحفية، بما يؤكد إمكانية توظيف التطبيقات الذكية في تحسين جودة المحتوى الصحفي الإلكتروني. ويؤكد ذلك أن التطبيقات الذكية يمكن أن تقدم دعمًا مباشرًا للعمليات الإعلامية، ولا سيما في مجال تحرير المحتوى وتحسينه، الأمر الذي ينسجم مع النتيجة الحالية المتعلقة بدورها في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

وتتفق النتيجة كذلك مع دراسة مصطفى (٢٠٢٥)، التي أظهرت استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراحل جمع المعلومات والتحرير وتحليل البيانات، وما ترتب على ذلك من تحسين سرعة وكفاءة الإنتاج الصحفي. ويتضح وجه الاتفاق في أن توظيف التطبيقات الذكية في مراحل العمل الإعلامي المختلفة يمكن أن يؤدي إلى تحسين الكفاءة والإنتاجية، وبالتالي يدعم عملية التطوير التقني في المؤسسات الإعلامية الرقمية.

كما تنسجم النتيجة مع دراسة Kumar وآخرين (٢٠٢٠)، التي توصلت إلى أن الذكاء الاصطناعي أسهم بدرجة كبيرة في تطوير العمل الصحفي، خاصة في جمع البيانات وتحريرها إلكترونياً وتوفير الوقت والجهد، إضافة إلى المساعدة في التحقق من الشائعات والأخبار الكاذبة وتطوير أشكال جديدة لعرض القصص الإخبارية. وهذا يتوافق مع النتيجة الحالية من حيث التأكيد على أن استخدام التطبيقات والتقنيات الذكية يوسع إمكانات العمل الإعلامي ولا يقتصر تأثيره على جانب واحد من جوانب الإنتاج الإعلامي.

كما تتفق النتيجة مع دراسة راشد (٢٠٢٤)، التي أكدت أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تؤدي دورًا مهمًا في تطوير صناعة الإعلام وتحسين جودة المحتوى وتسريع عمليات الإنتاج، مع التأكيد على ضرورة استمرار الدور البشري في توظيف هذه التقنيات. ويعزز ذلك تفسير النتيجة الحالية بأن أثر النظم الخبرة والتطبيقات الذكية لا يعني

بالضرورة إحلال التقنية محل العنصر البشري، وإنما يمكن أن يتمثل في تعزيز قرارات العاملين وتوفير أدوات أكثر كفاءة لإنجاز المهام الإعلامية.

وتتفق النتيجة أيضًا مع دراسة المسعودي (٢٠٢٥) في السياق السعودي، التي أوضحت أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدأت تُستخدم في بعض المهام داخل الصحف الإلكترونية السعودية، مثل تحرير الفيديو وتحسين الصياغة، لكنها أشارت في الوقت نفسه إلى استمرار وجود تحديات تتعلق بالبنية التحتية التقنية ونقص المتخصصين والتدريب. ويمكن تفسير ذلك بأن وجود التطبيقات الذكية بحد ذاته لا يضمن تحقيق التطوير الكامل، وإنما يتطلب توفر بنية تقنية وموارد بشرية مؤهلة قادرة على توظيفها بكفاءة.

ومن ناحية أخرى، يمكن ملاحظة أن دراسة بشبيش ورشيدة (٢٠٢٦) توصلت إلى أن مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي لدى الصحفيين الجزائريين جاء بدرجة متوسطة، وأن نقص الدعم المادي والتدريب وبعض المخاوف المهنية حدّت من مستوى تبني هذه التطبيقات. ولا تمثل هذه النتيجة تعارضًا مباشرًا مع الدراسة الحالية؛ فالاختلاف يعود إلى أن دراسة بشبيش ورشيدة ركزت على مستوى الاستخدام والعوامل التي تعيق التبني، في حين تقيس الدراسة الحالية أثر النظم الخبرة والتطبيقات الذكية في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. وبالتالي، قد يكون مستوى الاستخدام متوسطًا في بعض البيئات، ومع ذلك يظل الاستخدام الفعلي للتطبيقات الذكية ذا أثر إيجابي في التطوير التقني.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن نتائج الدراسة الحالية تتفق بدرجة كبيرة مع الاتجاه العام للدراسات السابقة التي أكدت الدور الإيجابي للتقنيات الذكية والذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الإعلامي وتحسين كفاءته. وتتميز النتيجة الحالية بأنها تقدم دليلًا كميًا على هذا الأثر، حيث بلغ معامل الارتباط (٠,٧٥٦)، وبلغت القررة التفسيرية للنموذج ٥٧,١٪، وهي نسبة تؤكد الأهمية النسبية للنظم الخبرة والتطبيقات الذكية في تفسير تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

٥. ما هو الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي على تطوير تقنيات الاعلام الرقمي ؟

للتحقق من الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي على تطوير تقنيات الاعلام الرقمي، تم استخدام

تحليل الانحدار الخطي البسيط، باعتبار أن « الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي » تمثل المتغير

المستقل، في حين يمثل «تطوير تقنيات الاعلام الرقمي» المتغير التابع.

جدول 14: الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي على تطوير تقنيات الاعلام الرقمي

Correlations			
الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي		
.918	1.000	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	Pearson Correlation
1.000	.918	الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي	
.000	.	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	Sig. (1-tailed)
.	.000	الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي	
43	43	تطوير تقنيات الاعلام الرقمي	N
43	43	الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي	

Model Summaryb				
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.16498	.839	.843	.918a	1

a. Predictors: (Constant), الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي

b. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي

ANOVAa						
Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares	Model	
.000b	220.511	6.002	1	6.002	Regression	1
		.027	41	1.116	Residual	
			42	7.118	Total	
a. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي						
b. Predictors: (Constant), الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي						

Coefficientsa						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.327	-.993-		.292	-.290-	(Constant)	1
.000	14.850	.918	.072	1.067	الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي	
a. Dependent Variable: تطوير تقنيات الاعلام الرقمي						

من اعداد الباحثة بواسطة برنامج spss

توضح نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط وجود أثر إيجابي قوي جداً وذو دلالة إحصائية للأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. فقد أظهرت نتائج معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة طردية قوية جداً بين المتغيرين، إذ بلغ معامل الارتباط ($r = 0.918$)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية ($p = 0.000 <$)

0.05)، مما يشير إلى وجود علاقة قوية وموجبة بين مستوى الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

وتكشف نتائج نموذج الانحدار أن معامل التحديد بلغ ($R^2 = 0.843$)، أي أن الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي يفسر نحو ٨٤,٣٪ من التباين في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، بينما تعود النسبة المتبقية البالغة ١٥,٧٪ إلى عوامل أخرى لم تدخل في النموذج. وتعد هذه القدرة التفسيرية مرتفعة جداً، بما يعكس الأهمية الكبيرة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تفسير مستوى التطور الذي تشهده تقنيات الإعلام الرقمي لدى أفراد العينة.

كما أظهرت نتائج تحليل التباين أن قيمة $F = 220.511$ عند مستوى دلالة ($p = 0.000$)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥)، مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار وصلاحيته لتفسير الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. كذلك أظهرت معاملات الانحدار أن معامل الانحدار غير المعياري بلغ ($B = 1.067$)، في حين بلغ معامل الانحدار المعياري ($Beta = 0.918$)، وكانت قيمة $t = 14.850$ عند مستوى دلالة ($p = 0.000$)، وهو ما يؤكد وجود أثر إيجابي قوي ودال إحصائياً للمتغير المستقل في المتغير التابع. ويمكن التعبير عن معادلة الانحدار على النحو الآتي: تطوير تقنيات الإعلام الرقمي = $٠,٢٩٠ + ١,٠٦٧ \times$ الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي. ويشير معامل الانحدار إلى أن زيادة وحدة واحدة في الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي ترتبط بزيادة متوقعة قدرها ١,٠٦٧ وحدة في مستوى تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

وتشير هذه النتيجة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت تمثل عاملاً محورياً في عملية تطوير الإعلام الرقمي، نظراً لما توفره من إمكانيات متقدمة في معالجة المعلومات والبيانات، وتحسين سرعة إنتاج المحتوى، ودعم عمليات التحرير والتحليل، وتطوير أساليب عرض المحتوى والتفاعل مع الجمهور. كما أن ارتفاع حجم الأثر الإجمالي يعكس أن تأثير الذكاء الاصطناعي لا يقتصر على تطبيق إعلامي أو وظيفة محددة، بل يمتد إلى مجموعة واسعة من العمليات والتقنيات التي تشكل البيئة الإعلامية الرقمية. ومن ثم، فإن زيادة توظيف هذه التقنيات يمكن أن تسهم في رفع مستوى الكفاءة والمرونة والقدرة على الابتكار داخل البيئة الإعلامية الرقمية.

وتتفق هذه النتيجة بدرجة كبيرة مع دراسة الغيلري (٢٠٢٣)، التي خلصت إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تسهم في تطوير الإعلام الرقمي وتعزيز القدرة الإنتاجية للمؤسسات الإعلامية، وزيادة المعرفة بميول الجمهور وتحسين الرسالة الإعلامية، مع الإشارة إلى تطبيقات مثل تحليل البيانات الضخمة والحوسبة السحابية والروبوت والواقع المعزز. وتدعم هذه النتيجة بصورة مباشرة الاتجاه الذي توصلت إليه الدراسة الحالية، المتمثل في وجود أثر قوي للذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

كما تتفق النتيجة مع دراسة المسعودي (٢٠٢٥) التي تناولت البيئة الإعلامية السعودية، وأوضحت أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدأت تؤدي أدواراً في بعض المهام الإعلامية، مثل تحرير الفيديو وتحسين الصياغة، مع الإشارة إلى أن ضعف البنية التحتية التقنية ونقص المتخصصين وقلة التدريب ما تزال من أبرز التحديات التي تحد من التوسع في استخدام هذه التقنيات. وتكتسب هذه المقارنة أهمية خاصة لأن الدراستين تنتميان إلى البيئة السعودية؛ إذ تؤكد نتيجة الدراسة الحالية من جهة الأهمية الكبيرة للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي، بينما تكشف دراسة المسعودي من جهة أخرى عن المتطلبات والتحديات التي ينبغي التعامل معها حتى يتحول هذا الأثر إلى تطبيق أوسع وأكثر فاعلية.

وتتفق النتيجة أيضاً مع دراسة مصطفى (٢٠٢٥)، التي أظهرت أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تُستخدم في مراحل جمع المعلومات والتحرير وتحليل البيانات، وأسهم استخدامها في تحسين سرعة وكفاءة الإنتاج الصحفي، مع تأكيد أن هذه التقنيات تمثل أداة مساندة للعمل الصحفي وليست بديلاً عن الدور المهني للإنسان. ويعزز ذلك تفسير النتيجة الحالية؛ فالأثر المرتفع لتقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُعزى إلى قدرتها على دعم مجموعة واسعة من مراحل العمل الإعلامي، وليس إلى وظيفة واحدة فقط.

وتنسجم النتيجة كذلك مع دراسة بوعمامة (٢٠٢٤)، التي أظهرت فعالية تطبيق ChatGPT في تدقيق الأخطاء الإملائية وتحسين بنية الجمل في النصوص الصحفية الإلكترونية، بما يؤكد إمكانية توظيف التطبيقات الذكية في تحسين جودة المحتوى الإعلامي. كما تتفق مع دراسة Kumar وآخرين (٢٠٢٠) التي أظهرت أن الذكاء الاصطناعي أسهم بدرجة كبيرة في تطوير العمل الصحفي، خاصة في جمع البيانات وتحريرها إلكترونياً، وتوفير الوقت والجهد،

والتحقق من الشائعات والأخبار الكاذبة، وتطوير أشكال جديدة لعرض القصص الإخبارية. وتقدم هذه النتائج السابقة تفسيرات تطبيقية للنتيجة الحالية، إذ توضح المجالات المختلفة التي يمكن من خلالها أن يتحول استخدام الذكاء الاصطناعي إلى تطوير فعلي في تقنيات الإعلام الرقمي.

كما تتفق النتيجة مع دراسة راشد (٢٠٢٤)، التي أكدت أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تؤدي دورًا مهمًا في تطوير صناعة الإعلام وتحسين جودة المحتوى وتسريع عمليات الإنتاج، مع التأكيد على ضرورة استمرار الإنسان بوصفه عنصرًا أساسيًا في توظيف هذه التقنيات ووضع أطر أخلاقية ومهنية مناسبة. وتؤكد هذه النتيجة أن التطوير التقني المرتبط بالذكاء الاصطناعي ينبغي أن يكون تطويرًا تكامليًا يجمع بين الإمكانيات التقنية والخبرة البشرية، وليس قائمًا على استبدال العنصر البشري.

وتتفق النتيجة أيضًا مع دراسة بشيش ورشيدة (٢٠٢٦) من حيث التأكيد على أهمية الذكاء الاصطناعي التوليدي في البيئة الإعلامية الرقمية، وإن كانت الدراسة السابقة قد أظهرت أن مستوى الاستخدام لدى الصحفيين الجزائريين جاء بدرجة متوسطة، وأن نقص الدعم المادي والتدريب وبعض المخاطر المهنية حدّت من مستوى التبني. ويبدو الاختلاف هنا في طبيعة النتيجة وليس في اتجاه العلاقة؛ فالدراسة الحالية تقيس الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي على تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، بينما ركزت دراسة بشيش ورشيدة على مستوى الاستخدام والعوامل التي تعوق تبني الذكاء الاصطناعي التوليدي. ولذلك يمكن أن يكون أثر التقنية مرتفعًا في تطوير الإعلام، في الوقت الذي لا يزال فيه مستوى تبنيها الفعلي متوسطًا بسبب العوائق التنظيمية والمهنية.

ومن ناحية أخرى، لا تظهر في الدراسات السابقة الواردة في الملف نتيجة تتعرض بصورة مباشرة مع النتيجة الحالية؛ بل تميل الدراسات السابقة إلى تأكيد الأدوار الإيجابية للذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الإعلامي، مع الإشارة إلى وجود تحديات مهنية وتقنية وأخلاقية قد تحد من الاستفادة الكاملة منه. وبذلك يمكن اعتبار النتيجة الحالية امتدادًا كميًا لهذا الاتجاه، إذ لم تكتفِ بإثبات وجود علاقة بين الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي، وإنما أظهرت حجمًا مرتفعًا للأثر؛ حيث بلغ معامل الارتباط ٠,٩١٨، وبلغت القدرة التفسيرية للنموذج ٨٤,٣٪.

وعليه، يمكن القول إن الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي يُعد أثرًا قويًا جدًا وإيجابيًا ودالًا إحصائيًا، وهو ما يدعم الفرضية الرئيسة للدراسة بوجود أثر ذي دلالة إحصائية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. كما تشير النسبة المرتفعة التي يفسرها النموذج إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل أحد أهم العوامل المرتبطة بالتطوير التقني للإعلام الرقمي لدى أفراد العينة، مع بقاء ١٥,٧٪ من التباين مفسرًا بعوامل أخرى، الأمر الذي يؤكد أن التطوير الإعلامي الرقمي عملية متكاملة تتفاعل فيها التقنيات الذكية مع البنية التحتية والموارد البشرية والتدريب والتنظيم والتحديات المهنية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية، من خلال دراسة أثر مجموعة من الأبعاد المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، تمثلت في التحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي، ونظم التحكم والنقل الذكية، والاتصال المعلوماتي، والنظم الخبيرة (التطبيقات الذكية)، إلى جانب قياس الأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي. وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقات ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين المتغيرات محل الدراسة وتطوير تقنيات الإعلام الرقمي، بما يؤكد وجود ارتباط وثيق بين توظيف التقنيات الذكية ومستوى تطور الإعلام الرقمي. كما كشفت نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط عن وجود آثار إحصائية دالة لمختلف الأبعاد المدروسة؛ إذ بلغ أثر التحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي معامل ارتباط قدره ($r = 0.913$)، وفسرت نحو ٨٣,٤٪ من التباين في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، في حين بلغ معامل الارتباط لنظم التحكم والنقل الذكية ($r = 0.689$)، وفسرت نحو ٤٧,٥٪ من التباين. كما بلغ معامل الارتباط للاتصال المعلوماتي ($r = 0.688$)، وفسر نحو ٤٧,٤٪ من التباين، بينما أظهرت النظم الخبيرة والتطبيقات الذكية معامل ارتباط بلغ ($r = 0.756$)، وفسرت نحو ٥٧,١٪ من التباين في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي.

وتشير هذه النتائج إلى أن النظم الخبيرة والتطبيقات الذكية تمثل أحد الأبعاد المهمة في تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، لما توفره من إمكانيات في دعم العمليات الإعلامية ومعالجة المعلومات وتحسين كفاءة الأداء وسرعة إنجاز المهام. كما تؤكد النتائج أهمية نظم التحكم والنقل الذكية والاتصال المعلوماتي في توفير بيئة تقنية واتصالية تساعد على تطوير وسائل الإعلام الرقمية، من خلال تحسين تدفق المعلومات ودعم عمليات التعامل مع البيانات وتسهيل الوصول إليها وتبادلها.

أما فيما يتعلق بالتحديات المرتبطة بالإعلام الرقمي، فقد أظهرت النتائج وجود علاقة قوية جدًا بينها وبين تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.913$) ومعامل التحديد ($R^2 = 0.834$). ويمكن تفسير ذلك بأن التحديات التي تفرضها البيئة الرقمية المتغيرة قد تدفع المؤسسات والأفراد إلى البحث عن حلول تقنية أكثر

تطوراً، وتحديث أدوات وأساليب العمل الإعلامي لمواكبة المتطلبات الجديدة. ومن ثم، لا ينبغي النظر إلى التحديات باعتبارها معوقات فقط، وإنما يمكن أن تتحول إلى عوامل محفزة للتطوير والابتكار متى توافرت الموارد التقنية والبشرية والتنظيمية اللازمة.

كما كشفت النتائج المتعلقة بالأثر الإجمالي لتقنيات الذكاء الاصطناعي عن وجود علاقة قوية جداً مع تطوير تقنيات الإعلام الرقمي، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.918$)، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.843$)، كما كان نموذج الانحدار دالاً إحصائياً بقيمة $F = 220.511$ ومستوى دلالة ($p = 0.000$)، وبلغ معامل الانحدار المعياري ($Beta = 0.918$). وتوضح هذه النتيجة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل عاملاً ذا أهمية كبيرة في تفسير التطور في تقنيات الإعلام الرقمي، وأنها لم تعد تقتصر على أداء مهام جزئية، وإنما أصبحت مرتبطة بصورة أوسع بعمليات تطوير الأدوات والأساليب الإعلامية الرقمية.

وبناءً على مجمل النتائج، تؤكد الدراسة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت عنصراً مهماً في مسار تطوير الإعلام الرقمي، من خلال ما توفره من إمكانيات لتحسين سرعة وكفاءة التعامل مع المعلومات، ودعم إنتاج المحتوى وتطوير أساليب العمل الإعلامي. وفي الوقت نفسه، فإن استمرار الاستفادة من هذه التقنيات يتطلب الاهتمام بالبنية التحتية التقنية، وتنمية المهارات البشرية، وتوفير التدريب المتخصص، ومعالجة التحديات المهنية والتنظيمية المرتبطة باستخدامها.

وعليه، تخلص الدراسة إلى أن تطوير الإعلام الرقمي في البيئة السعودية يرتبط بدرجة كبيرة بمدى القدرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بصورة فعالة ومنظمة، بما يحقق التكامل بين الإمكانيات التقنية والخبرات البشرية، ويعزز قدرة المؤسسات الإعلامية على مواكبة التحولات المتسارعة في البيئة الرقمية، وتحسين كفاءة أدائها وتطوير خدماتها الإعلامية بصورة مستمرة.

٤,٤ التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي من شأنها الإسهام في تعزيز توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير تقنيات الإعلام الرقمي، وذلك على النحو الآتي:

- (١) زيادة مستوى الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية، والتوسع في توظيفها في مختلف مراحل العمل الإعلامي والإداري بما يساهم في رفع الكفاءة وتحسين جودة الأداء.
- (٢) تطوير البنية التحتية الرقمية للمؤسسات الإعلامية بما يتواءم مع متطلبات الذكاء الاصطناعي، وتوفير الأنظمة والمنصات التقنية اللازمة لضمان التكامل بين التطبيقات الذكية وأنظمة العمل الإعلامي.
- (٣) التوسع في توظيف النظم الخبيرة والتطبيقات القائمة على الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي ومعالجة البيانات وتحليلها، بما يدعم سرعة الإنجاز ودقة المعلومات وكفاءة عملية اتخاذ القرار.
- (٤) الارتقاء بنظم الاتصال وتدفق المعلومات داخل المؤسسات الإعلامية من خلال توظيف التقنيات الرقمية والذكاء التي تساهم في تسريع تداول المعلومات، وتحسين التنسيق بين وحدات العمل، وتعزيز كفاءة الأداء الإعلامي.
- (٥) تنفيذ برامج تدريبية وتأهيلية مستمرة للعاملين في المؤسسات الإعلامية بهدف تنمية معرفتهم ومهاراتهم التقنية، وتمكينهم من الاستخدام الفعال لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بما يتوافق مع طبيعة المهام الإعلامية المختلفة.
- (٦) وضع أطر تنظيمية وسياسات مهنية وأخلاقية واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، بما يضمن الالتزام بمبادئ الدقة والشفافية والمصداقية، والحد من المخاطر المرتبطة بإنتاج المحتوى الآلي وتداوله.
- (٧) تعزيز التكامل بين العنصر البشري والتقنيات الذكية من خلال توظيف الذكاء الاصطناعي بوصفه أداة مساندة للصحفيين والإعلاميين، مع الحفاظ على الدور المحوري للخبرة البشرية في الإبداع والتحقق والتقييم واتخاذ القرار.

٨) تشجيع المؤسسات الإعلامية على تبني استراتيجيات واضحة للتحويل الرقمي تجعل من تقنيات الذكاء الاصطناعي أحد المكونات الأساسية في تطوير أساليب العمل الإعلامي، وتحسين الإنتاجية، ومواكبة التطورات المتسارعة في البيئة الإعلامية الرقمية.

٩) تشجيع الباحثين والمؤسسات الأكاديمية على إجراء مزيد من الدراسات التطبيقية والميدانية حول توظيف الذكاء الاصطناعي في مختلف مجالات الإعلام الرقمي، بما في ذلك الصحافة الإلكترونية، والإعلام التفاعلي، وإنتاج المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي.

المراجع والمصادر المقترحة:

المراجع العربية المقترحة:

- بلوي، محمد جمال. (٢٠٢٠). مستقبل الوظيفة الإخبارية للصحافة الإلكترونية في ظل تعدد منصات الإعلام الرقمي دراسة مستقبلية في الفترة من ٢٠١٨ وحتى ٢٠٢٨ في ضوء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، جامعة الأزهر، كلية الإعلام ، ص ٧٠.
- بشبش و رشيدة. (٢٠٢٦). استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام الرقمي دراسة مسحية لتوجهات عينة من الصحفيين الجزائريين العاملين في المنصات الإلكترونية. مجلة الإعلام والمجتمع. 77-54, (1)10,
- البوعناني، ربيعة. (٢٠٢٥). دور التعليم الرقمي في تحقيق التعليم مدى الحياة والاستدامة دراسة حالة الاستراتيجية الدولية لجامعة ابن طفيل القنيطرة. مجلة عطاء للدراسات والأبحاث، (مؤتمرات وندوات)، ٢٦-٤٨.
- جلول، ندى مجدي مصطفى جلول وآخرون، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على النمو الاقتصادي في الدول العربية ٢٠٠٠-٢٠٢٠، المركز الديمقراطي العربي، ٩ يوليو ٢٠٢٣. متاح على الرابط: <https://democraticac.de/?p=9110>
- الحمداني، خلدون محمد. (٢٠٢٦). نحو نموذج قانوني لمسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة مقارنة بين القانون العراقي والفرنسي والإنجليزي، 2026, MEDAAD. 101-82.
- الخطيب، علي، والطراونة، ريم. (٢٠٢٣). الذكاء الاصطناعي ودوره في تطوير الإعلام العربي. مجلة البحوث الإعلامية العربية، ١٨ (3).
- الشابي نورالدين. (2024). الذكاء الاصطناعي بين العدالة والنجاعة In. مستقبل الذكاء الاصطناعي: تحديات قانونية وأخلاقية.

— الراشد، نجم عبد الله. ٢٠٢٤. تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام . المجلة الدولية للبحوث

العلمية. <https://ijsr.vsrp.co.uk/2024/07->

— الرقيبة، عبد الله بن أحمد ، دور الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة العمليات الإدارية، مجلة العلوم

التربوية والإنسانية، كلية إدارة الأعمال، جامعة ميدأوشن، الجزائر، ص ١٠٥، أكتوبر ٢٠٢٤. متاح على

الرابط: <https://www.researchgate.net/publication/385282922>

— عبدالحميد، غادة محمود محمد. (٢٠٢٦). تحولات الإعلام التقليدي في عصر الذكاء الاصطناعي: تأثير

التكنولوجيا الرقمية على الممارسات المهنية واتجاهات القائم بالاتصال: دراسة استشرافية. مجلة

دراسات وبحوث إعلامية) وقائع المؤتمر العلمي التاسع.)

— عبد الله & منى السيد أحمد. (٢٠٢٦). تحديات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى

الرقمي-رؤى الأكاديميين وخبرات الممارسين المصريين. مجلة البحوث الإعلامية. 1851-1900، 78(3) ،

— الغبري، محمد، باسل. ٢٠٢٣. دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية.

المجلة العلمية لبحوث العلوم والاتصال. https://jkom.journals.ekb.eg/article_338656.html

— قاضي خلف الله. ٢٠٢٢. أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة الرقمية على أداء وسائل الإعلام والاتصال.

مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية.

https://www.researchgate.net/publication/353621428_

— مرتضى حسن الشمري. ٢٠٢٤. توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على

الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين، بحث منشور في مجلة واسط للعلوم الانسانية مجلد ٢٠ عدد ٤

— المسعودي، حاتم بن عبد الله. ٢٠٢٥. أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على أداء الصحفيين بالصحف الإلكترونية السعودية.

https://journals.ekb.eg/article_475796_ff12c19fb92a720b0596768df1bc8456.pdf

— مصطفى عبد الله. ٢٠٢٥. تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على محتوى الصحافة الإلكترونية: دراسة مسحية. مجلة واسط للعلوم الإنسانية.

<https://wjfh.uowasit.edu.iq/index.php/wjfh/ar/article/view/1287>

— منصور، وحسام. (٢٠٢٢). الإعلام: مفهومه الافتراضي، وسائله، نظريا. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، (2) 3، ٨٧-١٠٤.

— النخيلي، مروة. ٢٠١٨. دمج تقنية الواقع المعزز مع الصحف المطبوعة كقيمة مضافة لتحسين فاعلية الاتصال، مجلة العملة والفنون، ٩. مجلد ٣، القاهرة، ص ١٩٠. [https:// bit.ly/3FuZPa](https://bit.ly/3FuZPa).

— نضال المصري. ٢٠٢١. أثر الذكاء الاصطناعي في مجال تكنولوجيا الاتصال على المناعة التنظيمية في ضوء خصائص الإعلام الرقمي كمتغير وسيط بالجامعات الفلسطينية. مجلة دراسات الاقتصاد والاعمال. <https://www.google.com/search?q=>

— هارون العشي، فايزة بوراس، (٢٠٢٠) أهمية نظم المعلومات الإدارية في تحسين عملية اتخاذ القرارات داخل المؤسسة: دراسة حالة شركة الدراسات وإنجاز الأعمال الفنية للشرق، مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، جامعة باتنة، الجزائر، المجلد ١٤، ص ٩٠-٩٢ يونيو ٢٠٢٠. متاح على الرابط:

https://www.researchgate.net/publication/371563855_

- Adcock, R., & Collier, D. (2001). Measurement validity: A shared standard for qualitative and quantitative research. *American political science review*, 95(3), 529-546.
- Ali, W., & Hassoun, M. (2019). Artificial intelligence and automated journalism: Contemporary challenges and new opportunities. *International journal of media, journalism and mass communications*, 5(1), 40-49.
- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C. H. (2019). Artificial intelligence and journalism. *Journalism & mass communication quarterly*, 96(3), 673-695.
- Chuan, C.-H., Tsai, W.-H. S., & Cho, S. Y. (2019). Framing artificial intelligence in American newspapers. In *Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society* (p. 339–344). ACM. <https://doi.org/10.1145/3306618.3314285>
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674984881>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*,. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004>
- Lub, V. (2015). Validity in qualitative evaluation: Linking purposes, paradigms, and perspectives. *International journal of qualitative methods*, 14(5), 1609406915621406.
- Meirovich, G., & Gu, J. (2015). Empirical and theoretical validity of Hersey–Blanchard's contingency model. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 20(3), 56-73.

- Pandya-Wood, R. (2022). Sequential research to evaluate the impact of patient and public involvement on cancer research outcomes: Using interviews, stimulus material and a modified Delphi Technique. *International Journal of Qualitative Methods*, 21, 16094069221081606.
- Rojas Torrijos, J. L. (2019). Automated sports coverage: Case study of bot released by The Washington Post during the Rio 2016 and PyeongChang 2018 Olympics. *Revista Latina de Comunicaciones Social*, (74), 1729-1747. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1407en>
- Ta Thi Nguyet Trang, P. C. T., Le Dinh Hai, V. T. P., & Tran Quang Quy. (2024). Understanding the adoption of artificial intelligence in journalism: An empirical study in Vietnam. *SAGE Open*, 14(1).

Midocean University



College of Management

Bachelor of Digital media

**The use of artificial intelligence to develop digital
media technologies in the Kingdom of Saudi Arabia.
A field study on a sample of digital technology users.**

Prepared by:

Name:

University ID:

Supervised by:

Dr.

Year:2026