

اتجاهات الإعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات السعودية

إعداد الطالب/

ساره حسن الخناني

الرقم الجامعي/233000481

إشراف/

د. مهيتاب الرافعي

العام الدراسي:

2024

3.....	مقدمة:
4.....	مشكلة الدراسة:
5.....	أهمية الدراسة:
6.....	أهداف الدراسة:
6.....	تساؤلات الدراسة:
7.....	الدراسات السابقة:
19.....	الفجوة البحثية:
21.....	المنطلقات النظرية للدراسة:
22.....	المنهجية وطرق البحث:
22.....	مصادر البيانات:
23.....	أدوات الدراسة:
23.....	الأساليب الإحصائية المستخدمة:
24.....	حدود الدراسة:
25.....	المراجع:

مقدمة:

أدت الثورة التكنولوجية التي شهدها العالم في العقود القليلة الماضية إلى ظهور العديد من الأنظمة التي تهدف إلى خدمة البشرية والتخفيف من أعباء الإنسان ومساعدته على أداء أدواره بسهولة ويسر، ولعل الذكاء الاصطناعي هو أحد أهم نواتج تلك الثورة والذي ضرب بجذوره في كثير من المجالات كالصحة، والفضاء، والتعليم، والقانون، والصناعة، والزراعة، والنقل وغير ذلك. وقد مس الذكاء الاصطناعي كل المجالات بدءاً بأجهزة الحاسوب البسيطة مروراً بالهواتف الذكية وصولاً إلى الروبوتات، فقد أسهم الذكاء الاصطناعي في ازدهار كل المجالات الحياتية فلم يكتفي فقط بالمجالات العلمية والتقنية بل حتى مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية، وبناءً على ذلك ظهر الذكاء الاصطناعي كوليّد لمجالين علميين رئيسيين وهما علم السلوكيات والعصبية وعلم الإعلام الآلي. (الطاهر، 2020)

ويعتبر الذكاء الاصطناعي في مجال الاعلام بمثابة محاكاة للذكاء البشري الإنساني يتم عن طريقه محاكاة خبرات المختصين في شتى المجالات، وإن كان يتفوق على العقل البشري أحياناً إلا أنه يبقى تحت سيطرته، ويمكن استخدامه من أجل تطوير برامج تعمل على حل مختلف المشكلات الاعلامية على وجه الخصوص، وتكون تلك البرامج قادرة على تنفيذ العديد من المهام المختلفة في وقت قصير، كما يعمل الذكاء الاصطناعي على تسهيل عمليتي التقييم والتقويم، فضّال عن تعزيز العملية الاعلامية. (هيلات، 2018)

كما أن الاستفادة من مخرجات الذكاء الاصطناعي أصبحت رهاناً لتطوير النظم الاعلامية، الذي قد ينعكس على الحياة الاجتماعية، في ظل ما نشهده من مستحدثات تكنولوجية يوماً بعد يوم، ورغم القول بأن "التعلم الآلي" له من العيوب، إلا أن مزاياه كثيرة، ونظم التعليم الذكية اليوم باتت تفتح مجالاً يتفاعل فيه الأفراد مع صور ومستويات متعددة، وأضحت تجعل من الاعلام ليس مجرد حاجة ملحة بل متعة جميلة تغذي شعور الأفراد بالذوق العلمي العالي ، فالتعليم المصمم وفق الذكاء الاصطناعي، هو تعليم يضمن توفر الكثير المكتوب والمسموع والمصور والمتحرك، مما يضمن تفاعل الاعلاميين مع الاعلام قائم على مثل هذه الشروط التي تتقاطع لتعطي "جودة اعلامية".

وحيث أن الذكاء الاصطناعي، مثله مثل أي تقنية في بيئة العمل، يغير من تقسيم العمل في المؤسسة والتصميم الوظيفي، وبالتالي فعند استخدام الذكاء الاصطناعي كتقنية في مهنة ما، فإنه يغير من مجموعة المهام التي تشكل تلك

المهنة مما ينعكس على جودة الوظائف وفي هذه الحالة تمتد الآثار المرتبة على إعادة تكوين المهام الوظيفية إلى سيطرة العمال على عملهم، والتأثير على استقلاليتهم، واستخدام المهارات وعبء العمل. (الداغر، 2018)

تعتبر الصناعة التلفزيونية أحد المجالات التي استفادت بشكل واسع من التطورات التكنولوجية المتلاحقة، فقد فرض العصر الرقمي أساليب جديدة على التلفزيون، سواء على صعيد الإنتاج أو الاستقبال أو الوسيلة نفسها، كما أن التقنية الرقمية لأجهزة الاستقبال سمحت لجهاز الإنتاج أن تستثمر ذلك لصالحها والإفادة من حجم الشاشة الكبير والدرجة العالية من الوضوح والإحساس بالعمق، ليصبح الإنتاج التلفزيوني أكثر عمقاً من الناحيتين التعبيرية والجمالية هذا من جهة، ومن أخرى مكنت التقنية الرقمية المشاهدين من المشاركة في البرامج التلفزيونية، وصناعة برامجهم الإعلامية، وتحولت مشاهدة التلفزيون من تسلية إلى عملية تفاعلية بين طرفي عملية الاتصال ومع تسارع التطورات التكنولوجية فإننا نتجه بما لا يدع مجالاً للشك نحو ذكاء اصطناعي متزايد، ونحو مزيد من الاندماج المباشر وغير المباشر معه، حيث السيطرة للآلة الذكية والعوالم الرقمية، إلا إذا استطاع الإنسان أن يطور ذكائه ويتكيف مع التحولات الحاضرة والآتية، ويضمن لنفسه موقفاً مركزياً في المرحلة المقبلة، ولهذا بات على الإنسانية أن تهتم نفسها للتحولات المقبلة، لأعمال ووظائف أكثر تعقيداً وأكثر دقة، خاصة وأن التطورات العلمية والتكنولوجية أصبحت تتطور وتتغير بسرعة الأمر الذي دفعنا إلى دراسة اتجاهات الاعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات السعودية. (سلامة، 2023)

مشكلة الدراسة:

شهدت صناعة الاعلام وبخاصة مجال العمل الصحفي تطورات كبيرة خال السنوات القليلة الماضية، مستفيدة من التقدم التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، واتجه العديد من المؤسسات الإعلامية نحو استخدام تطبيقات الذكاء الصناعي في البرامج الاعلامية ، وظهور ما يسمى بصحافة الذكاء الاصطناعي وتعتمد صحافة الذكاء الاصطناعي على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي دون أي مدخلات مثل البرمجيات أو الخوارزميات لإنشاء قصص إعلامية تلقائي البشر، باستثناء المبرمجين الذين طوروا هذه الخوارزميات للاستفادة منها في مجال الاعلام، إضافة إلى الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الجوانب المهنية أو الإدارية أو التخطيط المتعلقة بالعمل الاعلامي. (عبد الحليم، 2022)

وفي ضوء التطورات التكنولوجية ظهرت العديد من الاتجاهات بمختلف أنواعها إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات ومنها الاعلام، ومن ثم قام الباحث بإجراء عدة مقابلات واستطلاع رأي حول الموضوع من خلال مجموعة من الاعلاميين وقد قام بعرض مجموعة من الأسئلة للتعرف على أهم اتجاهاتهم في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وفي نهاية المقابلة توصل الباحث إلى وجود قصور حول الدراسة ومن خلال أيضا مراجعة الادبيات والدراسات السابقة اتضح وجود فجوة وقصور في الدراسات التي تناولت العلاقة بين الاعلام وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومن ثم جاءت هذه الدراسة للتعرف على اتجاهات الإعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات السعودية.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في تناولها إحدى الموضوعات الحيوية في العصر الحديث حيث تناولت موضوع اتجاهات الإعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات السعودية، والتي لم تتم دراستها بشكل كاف لذلك، من المؤمل أن تكون الدراسة الحالية مجلة علمية حديثة، وتكون هدفاً للباحثين لإجراء الدراسات المتعلقة بنوع الدراسات الحالية، كما تكمن أهمية الدراسات في معالجتها لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

• الأهمية العملية:

تنبع الأهمية العملية لهذه الدراسة من كونها تدرس اتجاهات الإعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات السعودية، مما يساعد صناع القرار في الفضائيات في السعودية على الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في تحقيق مدى فاعلية تطبيق هذه الأنظمة في مؤسساتهم، ومن هنا فإن هذه الدراسة تساعد الفضائيات على تبني سياسات واضحة ومناسبة، واتخاذ القرارات المناسبة فيما يتعلق بتفعيل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وذلك من خلال الأخذ في الاعتبار التوصيات التي قدمتها هذه الدراسة.

• الأهمية العلمية:

تكمن أهمية الدراسة العلمية في أنها تساهم في توضيح الأطر النظرية لجميع المتغيرات التي تناولتها الدراسة من جهة، وفي تفصيل كيفية قياس تلك المتغيرات من جهة أخرى، وتنبع أهميتها مما يلي: تلقي الدراسة الضوء على مفاهيم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بهذه المواضيع على وجه الخصوص، يقدم توصيات تتعلق بتفعيل اتجاهات الإعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات السعودية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى :

1. التعرف إلى مدى استخدام الفضائيات الأردنية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي .
2. التعرف إلى المضامين التي يرى الإعلاميون ضرورة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فيها .
3. التعرف إلى المجالات التي تستخدم بها الفضائيات الأردنية تطبيقات الذكاء الاصطناعي .
4. التعرف إلى اتجاهات الإعلاميين في الفضائيات الأردنية نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي من حيث التأثيرات الإيجابية والسلبية، والعوامل المؤثرة في تقبلهم واستخدامهم لهذه التطبيقات .
5. التعرف على المعوقات التي تواجه القنوات الفضائية الأردنية في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.
6. التعرف إلى الفروق في اتجاهات الإعلاميين في الفضائيات الأردنية نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعزى للمتغيرات الديموغرافية والوظيفية .
7. معرفة مدى إمكانية تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال الإنتاج والإخراج التلفزيوني على أرض الواقع ومدى قبول الإعلاميين لهذه التكنولوجيا وتفاعلهم معها .

تساؤلات الدراسة

1. ما مدى استخدام الفضائيات الأردنية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ؟
2. ما المضامين التي يرى الإعلاميون ضرورة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فيها ؟
3. ما المجالات التي تستخدم بها الفضائيات الأردنية تطبيقات الذكاء الاصطناعي ؟

4. ما اتجاهات الإعلاميين في الفضائيات الأردنية نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي من حيث : التأثيرات الايجابية والسلبية ، والعوامل المؤثرة في تقبلهم واستخدامهم لهذه التطبيقات ؟
5. ما المعوقات التي تواجه القنوات الفضائية الاردنية في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي ؟
6. هل توجد فروق في اتجاهات الإعلاميين في الفضائيات الأردنية نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى للمتغيرات الديموغرافية والوظيفية ؟
7. ما مدى إمكانية تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال الإنتاج والإخراج التلفزيوني على أرض الواقع ومدى قبول الإعلاميين لهذه التكنولوجيا وتفاعلهم معها ؟

الدراسات السابقة:

1. دراسة (حمود، 2022)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الاعلاميين الأردنيين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات الأردنية ، و تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تعتمد على المنهج المسحي . وتم التوصل إلى نتائج الدراسة من خلال الحصول على بيانات باستخدام استبانة موزعة على (194) مفردة من الإعلاميين الأردنيين العاملين في تلفزيون المملكة والتلفزيون الاردني، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها : التطبيق الضئيل والبسيط لأدوات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات الأردنية ، والحاجة إلى الإمكانيات والمهارات التي تسرع في دخول هذه التكنولوجيا حيز التنفيذ بصورة أكبر ومن المضامين الضرورية لبدء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات الأردنية كما يراها الإعلاميون الأردنيون تتمثل في : (الإضاءة التصوير ، صناعة الأفلام ، غرف الأخبار ، الإنتاج التلفزيوني (بدرجة مرتفعة) .

وكما يرى الإعلاميين الأردنيين أن الفضائيات الأردنية تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسب متوسطة ومنخفضة بحيث كانت المجالات التي تستخدم بها الفضائيات الأردنية تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة متوسطة، بينما قد رأى الإعلاميون الأردنيون أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات الأردنية يعتبر استخدام منخفض، وكما تخوف الصحفيين الأردنيين من وجود الصحفي الآلي الذي قد يلحق الضرر باستقرارهم الوظيفي، إلى عدم تقبلهم لهذه التقنية ، وحتى رفضهم تفريغ خبراتهم لهذه الاجهزة الذكية التي

قد تلحق الضرر بهم و بمهنتهم وكما أظهرت النتائج صعوبة وكثرة المعوقات التي قد تواجه القنوات الفضائية أثناء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فيها ، بحيث يحتاج العاملون في الفضائيات الأردنية إلى الكثير من ورشات العمل والدورات المكثفة لكيفية التعامل مع الروبوت وكما يصعب تقبل هذه التقنية للعاملين من الكبار في السن والذين يصعب عليهم التعامل مع التكنولوجيا الحديثة بسهولة ، وكما قد يرفض بعض العاملين في الفضائيات تفريغ خبرات السنين المتراكمة في عقله البرمجية ليتسنى بعد ذلك الاستغناء عن خدماته ، وكما أنه قد يكون من الصعب على الروبوت التعامل مع كافة الأدوات الإنتاجية بحرفية عالية ومعالجة الأخطاء الآنية كما يفعلها البشر وبينت الدراسة إمكانية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بعض المجالات التي يرى الإعلاميون الأردنيون أنه من الممكن تطبيقها (كضبط الإضاءة والكاميرات، وأجهزة التحكم في الصوت والصورة) بدرجة مرتفعة .

2. دراسة (الطاهر ، 2020)

يسعى الباحث من خلال هذا البحث إلى استكشاف مستقبل الصحافة المطبوعة، في ظل المتغيرات التكنولوجية العديدة والتطورات التقنية في مجالات التواصل. وعلى الرغم من أن 50.4% من أفراد العينة قالوا إن الصحف الإلكترونية قد تلغي الورقية، إلا أن 38% من أفراد العينة قالوا عن مستقبل الصحافة الورقية أنها ستوقف جزئياً عن الصدور، وفي سؤال آخر أكد 16.7% أن الصحافة الورقية كغيرها من الوسائل الأخرى لا تختفي، وأكد 29.9% من أفراد العينة أن مستقبل الصحافة الورقية هو الاستمرار في الصدور، فإن ذلك ربما يعطي مقدارا مقدرًا لإمكانية أن تشهد الصحافة الورقية تطورات تتماشى مع التغييرات التي شهدها هذا المجال، خاصة أن 27% فقط اختاروا "التوقف كلية عن الصدور" للصحافة الورقية هذا النظام الإعلامي الجديد، الذي لا يزال في طور التشكل، لا يهدد العمل الصحافي التقليدي بل يدعمه، ويدفعه للانتقال إلى مرحلة تطويرية أخرى، بالتأكيد لن تكون موجة للجيل الحالي، إنما لأجيال مقبلة.

3. دراسة (هيلات، 2018)

تهدف الدراسة التعرف إلى اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو الأشخاص ذوي الإعاقة، ضمن مفاهيم النموذج الاجتماعي، وعلاقة تلك الاتجاهات بدرجة الممارسة الإعلامية المتعلقة بموضوعات الإعاقة،

والعوامل الديمغرافية والإعلامية لمفردات عينة الدراسة من خلال استطلاع آراء الإعلاميين واتجاهاتهم نحو الأشخاص المعوقين.

وتم استخدام منهج المسح وتكون مجتمع الدراسة من الصحفيين والإعلاميين الأردنيين أعضاء نقابة الصحفيين، واعتمد الباحث على (الاستبانة) أداة للبحث، وبلغ عدد أفراد العينة (212) مفردة. وأظهرت نتائج الدراسة أن الإعلاميين الأردنيين يحملون اتجاهات إيجابية نحو الأشخاص المعوقين، وكذلك وجود فروق تعزى لمتغيرات الدراسة باستثناء متغيري الحالة الاجتماعية والخبرة على مقياس الاتجاهات الكلي. كما بينت النتائج أن المتوسطات الحسابية للإعلام المكتوب والمقروء، وللعاملين في القطاع الحكومي أعلى منها للإعلام المرئي والمسموع، والإعلام المملوك للقطاع الخاص، وكشفت عن وجود علاقة طردية بين الممارسة الإعلامية والدرجة الكلية على مقياس الاتجاهات.

4. دراسة (الداغر ، 2018)

تتناول الدراسة اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية بعد ثورة 30 يونية 2013م بالتطبيق على القائم بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية المصرية، وحاولت الدراسة تقصي مدى التزام الإعلاميين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالضوابط المهنية والأخلاقية عند تغطية الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية في مصر.

وتأتي أهمية الدراسة تماشياً مع حاجة الإعلام في مصر تحديداً لمثل هذه النوعية من الدراسات للاستفادة منها في رصد الواقع الذي تعيشه مواقع التواصل الاجتماعي في مصر وتطوير أدائها بصفة عامة، والخدمات التي تقدمها على وجه الخصوص للإعلام والإعلاميين، والوقوف على التحديات التي تعوق مسيرتهما نحو التأثير على القائمين بالاتصال والجمهور وإشباع احتياجاتهم من المواد الإعلامية الجادة والخفيفة، وتمثلت مشكلة الدراسة في تقصي مدى التزام الإعلاميين المصريين بأسس الممارسة الصحفية المهنية، ومراعاته للمبادئ الأخلاقية التي نصت عليها عدد من مواثيق الشرف المهنية؛ وذلك حول طبيعة استخدامات الإعلاميين في مصر لوسائل الإعلام الاجتماعي، وتأثير ذلك على إنتاجهم الإعلامي في الوسائل التقليدية، واعتبارها مصدراً من مصادر المعلومات عن الأحداث المهمة بعد ثورة يناير وما بعدها، وذلك تطبيقاً على عينة قوامها (191) مفردة من العاملين بالمؤسسات الإعلامية المصرية المطبوعة والمسموعة والمرئية.

حيث استهدفت الدراسة تعرف استخدامات الإعلاميين في مصر لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى استفادتهم منها، وموقع تلك الوسائل ضمن المصادر المعلوماتية المختلفة التي يستفيد منها الإعلامي في إعداد رسالته التي يقدمها لجمهوره المنوع وغير المتجانس، حيث يلاحظ أن معظم دراسات القوائم بالاتصال كانت تركز على طبيعة الممارسة المهنية للمؤسسات الإعلامية، إلا أن القلة منها اهتمت بالاستخدامات الإعلامية للقوائم بالاتصال لتعرف المصادر الإعلامية التي يعتمد عليها، لتعرف ومدى تأثير الوسائل الإعلامية على بعضها البعض، وتحديد تأثير شبكة الإنترنت والشبكات الاجتماعية على استخدامات الوسائل الأخرى.

بالإضافة إلى تعرف مدى استخدامات الإعلاميين المصريين الشخصية المهنية لوسائل الإعلام الاجتماعي، وأخيرا استشراف مستقبل شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات مهم للإعلاميين في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن أكثر المتغيرات التي تدفع الإعلاميين نحو الشبكات الاجتماعية هي متابعة الأخبار، ثم مواكبة التطورات التقنية والمعلوماتية، فالبحث عن أخبار، وجاذبيتها التي تفوق الإعلام التقليدي، ثم التواصل مع الأصدقاء، كما حقق مستخدمو الشبكات الاجتماعية إشباع المتغيرات المطلوبة في الدوافع، حيث جاءت متغيرات متابعة الأخبار، ومواكبة تطورات التقنية، والتواصل مع الأصدقاء، والبحث عن أخبار وإتاحة مساحة لطرح الرأي الشخصي بشكل واضح أكثر الإشاعات المتحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية لدى الإعلاميين المصريين، حيث أظهرت النتائج أن 75.4 من الإعلاميين المصريين يستخدمون أسماءهم الحقيقية عند الدخول في مواقع الشبكات الاجتماعية، في حين يستخدم 14.1 من أفراد العينة اسما مستعارا، وأنهم يستخدمون الفيسبوك أكثر من تويتر واليوتيوب عند نشر مواد إعلامية للجمهور التقليدي، وأن صفحات المسؤولين تتصدر قائمة طرق الحصول على مواد إعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية، ثم من خلال طرح الأسئلة وطلب المشاركة في الإجابة من الكل، ومن خلال الصفحات التفاعلية والهاشتاجات، ثم من خلال توظيف الآراء المطروحة، ومن خلال الدردشة الخاصة مع المختصين في المجالات المختلفة.

وأخيرا من خلال الصور الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تشكل الأجندة الإعلامية لمواقع التواصل عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها، كما توصلت الدراسة إلى أن أكثر مميزات الشبكات الاجتماعية التي استفاد منها الإعلاميون المصريون هي: السرعة في الوصول لمصادر الأخبار، وزيادة هامش

الحرية، ثم زيادة عدد المصادر الإخبارية التي يرجع إليها القارئ بالاتصال، وتأتي الصحف الورقية في مقدمة الوسائل الإعلامية استفادة من هامش الحرية على صفحات مواقع الشبكات الاجتماعية بنسبة (92.1)، ثم الصحف الإلكترونية بنسبة (87.1)، وتوصي الدراسة بضرورة قيام الجهات الحكومية كافة بالمشاركة في مواقع الشبكات الاجتماعية بمواقع تواصل مع الجمهور، وتفعيل دور نقابة الصحفيين باستحداث شعبة للإعلام الجديد بجانب شعب الإعلام التقليدي الأخرى، يوضع لها من الضوابط واللوائح والأخلاقيات ما يجعلها مصدرا من مصادر المعلومات المهمة للإعلاميين كافة، ومعرفة ما يدور فيها، وكيفية الاستفادة منها إعلاميا، وضرورة أن يلتزم ناشرو صفحات الشبكات الاجتماعية والصحف الإلكترونية ومحرروها إجراء التصحيحات فيما ينشرونه، وأن يقوموا بإجرائها بمجرد ظهور أية أخطاء أو معلومات غير دقيقة لمعلومات سبق نشرها.

5. دراسة (سلامة، 2023)

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل اتجاهات شباب الإعلاميين نحو أفلام السير الذاتية المقدمة على منصة Netflix من حيث الشكل والمضمون من خلال تقييم جودة الأفلام التي تمت مشاهدتها ومستوى الثقة في محتواها، والوقوف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحدثها لدى شباب الإعلاميين وبخاصة ما يتعلق بمسيرتهم العملية والضوابط المهنية التي يتم في إطارها عرض أفلام السير الذاتية الوثائقية، خاصة أن ظهور منصة Netflix وتمدها آثار العديد من التساؤلات، لا سيما فيما يتعلق بالمحتوى والشكل المقدم. لذا أجرت الدراسة استبياناً على عينة من ١٥٠ فرداً من شباب الإعلاميين ومجموعة مركزة للمناقشة مع ستة مشاركين حتى يمكن استخلاص الجوانب التي تعجز عنها صحيفة الاستبيان ومتطلباتها وكشفت الدراسة أن غالبية شباب الإعلاميين لديهم موقف إيجابي تجاه أفلام السير الذاتية الوثائقية على Netflix كمصدر للمعرفة. كما يعتقد غالبية عينة الدراسة أن هناك قدراً مهماً من الالتزام المهني (الأخلاقي) في أفلام السير الذاتية، وأن مشاهدتها يمكن أن تؤدي إلى تغيرات عاطفية وسلوكية بدرجات متفاوتة لاختلاف اختيارات وقرارات الأفراد أنفسهم، كما أثرت Netflix على النوع الوثائقي من خلال إنتاج أفلام وثائقية عالية الجودة. وتتميز الأفلام الوثائقية للمنصة بالطرق الإبداعية في سرد القصص والتحقيق، وبجودة إنتاجها تنافس جودة الأفلام السينمائية.

6. دراسة (البطريق، 2019)

"سعت الدراسة للتعرف على مدى إدراك ووعي الإعلاميين السعوديين بدورهم في تشكيل الاتجاهات نحو المرأة بما يتوافق مع رؤية (2030) في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي. وطبقت على عينة من جمهور الإعلاميين السعوديين وبلغ عددهم (186). واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على الاستبيان، مقياس درجة اهتمامهم بتشكيل صورة المرأة، مقياس اتجاهاتهم نحو أهمية دور الإعلام بشكل عام في تشكيل صورة المرأة، مقياس مستوى إدراكهم لمسؤوليتهم الاجتماعية نحو تشكيل صورة المرأة.

وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن شبكات التواصل الاجتماعي احتلت مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الإعلاميون السعوديون في الحصول على المعلومات حول رؤية (2030) وتداعياتها المختلفة، وأكدت على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو أهمية دور الإعلام ومسؤوليتهم الاجتماعية في تشكيل صورة المرأة باختلاف المتغيرات الديموغرافية. وأوصت الدراسة بمحاولة إجراء العديد من الدراسات الإعلامية على فئات مختلفة من الجمهور للتعرف على المصادر التي يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات حول رؤية (2030) باعتبارها هدفاً قومياً في المقام الأول.

7. دراسة (عبد الحليم، 2022)

تهدف الدراسة الحالية إلى وصف وتفسير وتحليل اتجاهات الصحفيين والإعلاميين المصريين نحو دور المجلس الأعلى والهيئات الوطنية لتنظيم الصحافة والإعلام في ترشيد أدائهم المهني، من خلال دراسة ميدانية أجريت على 120 مفردة من الصحفيين والعاملين في وسائل الإعلام المصرية المختلفة، من خلال توظيف مدخل الممارسة المهنية ونظرية حارس البوابة.

وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج المتعلقة بإيجابية اتجاهات عينة الدراسة نحو دور المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في ترشيد الأداء المهني للإعلام من خلال الترحيب بقراره المتعلق بغلق وحجب بعض المواقع الإلكترونية والحسابات والصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وقنوات على يوتيوب، وتطبيق إلكتروني، وذلك لمخالفتهم الأكواد والمعايير الإعلامية ومواثيق الشرف الإعلامي أو الصحفي. كما خلصت أيضاً إلى سلبية

اتجاهات المبحوثين نحو دور المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في تدريب وتأهيل شباب الصحفيين والاكتفاء بتصريحات كلامية دون أفعال حقيقية.

كما تظهر نتائج الدراسة الحالية بوضوح إشكالية العلاقة بين الصحفيين والإعلاميين ومنظومة القضاء، حيث يعاني الإعلاميون العرب من ترسانة القوانين والتشريعات التي تحمي الصفوة السياسية والاقتصادية والإعلامية خصوصاً أن التشريعات العقابية وغير العقابية تمتلئ بالعديد من النصوص التي تنظر إلى النشر الصحفي والبت المسموع والمرئي وممارسة حرية التعبير عموماً أنها أنشطة خطيرة غاية الخطورة ويجدر إحاطتها بسياسات قوية من المحظورات والقيود.

8. دراسة (البحيري، 2023)

تهدف الدراسة الحالية للتعرف على حجم تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوها.

واعتمدت الدراسة على اختيار عينة من الإعلاميين المصريين بالمؤسسات الإعلامية بالطريقة العمدية وقد تكونت تلك العينة من (58) مفردة في تخصصات مختلفة (الصحافة، الإذاعة والتلفزيون) بالمؤسسات الإعلامية (مؤسسة الأهرام وأخبار اليوم، الجمهورية والإذاعة والتلفزيون).

كما قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان (Questionnaire) كأداة للدراسة لجمع البيانات وقد اشتملت على محورين أولهما يمثل مقياس تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية العربية والأجنبية. بينما المحور الثاني يمثل مقياس اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو متابعة تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية العربية والأجنبية.

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS) لتحليل وتفسير نتائج الدراسة. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن حجم تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإعلامية العربية والأجنبية كبير وجاء بدرجة مرتفعة وقد بلغ الوزن المرجح لمقياس ليكرت الخماسي لهذا المحور (3.6435) كما بلغ الانحراف المعياري (1.12154).

كما أظهرت نتائج الدراسة أن اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو متابعة تقنية الميتافيرس (Metaverse) عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية العربية والأجنبية قوية وجاءت بدرجة مرتفعة حيث بلغ مقدر الوزن المرجح لها على مقياس ليكرت الخماسي (3.5120) والانحراف المعياري (1.1294).

9. دراسة (المصاروة، 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الاصطناعي بأبعاده (النظم الخبيرة، التعلم الآلي التلقائي، سهولة الاستعمال)، في الأداء المؤسسي بأبعاده (الكفاءة، الفعالية)، من خلال المتغير الوسيط رأس المال الفكري في البنوك التجارية في الأردن.

وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في البنوك التجارية في الأردن البالغ عددها (16) بنك تجاري، واعتمدت الدراسة على العينة الطبقية العشوائية المتناسبة من الإداريين في البنوك التجارية في الأردن (مدير، رئيس قسم، مشرف، إداري)، حيث بلغ حجمها (338) إدارياً.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطوير استبانة مكونة من (38) فقرة، وتم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات واختبار الفرضيات، بالإضافة إلى تحليل المسار (Path Analysis) باستخدام برنامج (Amos)، لبيان الأثر المباشر وغير المباشر لأنموذج الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود أثر للذكاء الاصطناعي بأبعاده (النظم الخبيرة، التعلم الآلي التلقائي، سهولة الاستعمال) في الأداء المؤسسي، ووجود أثر للذكاء الاصطناعي بأبعاده في رأس المال الفكري، ووجود أثر لرأس المال الفكري في الأداء المؤسسي، ووجود أثر للذكاء الاصطناعي بأبعاده في الأداء المؤسسي من خلال رأس المال الفكري في البنوك التجارية، وأوصت الدراسة ضرورة قيام إدارة البنوك بالاهتمام بالنظم الخبيرة التي يوفرها الذكاء الصناعي لاكتساب المعرفة من قواعد البيانات المخزنة لإيجاد الحلول للمشاكل المختلفة وتطبيقها من خلال الأداء المؤسسي ورأس المال الفكري لتساعدها في البقاء والاستمرار والمنافسة في بيئة الأعمال المصرفية، إيجاد أنظمة تعالج الأخطاء المحاسبية بشكل منطقي ومبرج لزيادة القدرة والعمل بشكل تلقائي لرصد أي تلاعب فيها وإعادة تقييم عملياتها الداخلية باستمرار بما يتواءم مع التغييرات في بيئة العمل الخارجية لهذه البنوك وذلك من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة ونقل المعرفة والبحث والتطوير.

10. دراسة (العنزي، 2020)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى أثر الذكاء الاصطناعي على أداء المنظمات (العمليات الداخلية، التدريب والنمو، رضا المراجعين).

واتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي للقيام بهذه الدراسة، واشتملت عينة الدراسة على (130) من موظفي مؤسسة الرعاية الصحية الأولية بدولة قطر، واستخدمت الدراسة أداة طورت لهذا الغرض. وأظهرت نتائج الدراسة أن المتوسطات الحسابية جاءت مرتفعة جدا ومرتفعة ومتوسطة للبعد المستقل (الذكاء الاصطناعي)، وأن المتوسط الحسابي للبعد الكلي (أداء المنظمات) بلغ (4.00)، وجاء بالمرتبة الأولى البعد الثاني (التدريب والنمو)، تلتها في المرتبة الأخيرة البعد الأول (العمليات الداخلية)، كما أظهرت النتائج أن المتغير المستقل (الذكاء الاصطناعي) له تأثير دال إحصائي في المتغير التابع (أداء المهمات) بأبعاده مجتمعة (العمليات الداخلية، والتدريب والنمو، ورضا المراجعين). وفي ضوء نتائج الدراسة قدم الباحث عدة توصيات، منها: ضرورة الاهتمام بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المتعلقة بعمليات إلغاء اشتراكات العميل الإلكترونية، والحرص على إتمامها بطريقة سريعة وسهلة، والحرص على الاهتمام بسير العمليات الداخلية في المؤسسة، وتحسين العلاقات بين العاملين فيها، والحرص على التزامهم بالأنظمة والقوانين.

11. دراسة (القسامية، 2021)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الاصطناعي بأبعاده (النظم الخبيرة، الشبكات العصبية، الخوارزميات الجينية، الوكلاء الأذكاء) في خصائص المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية الأردنية، وهدفت أيضا إلى معرفة أثر كفاءة الأنظمة المحاسبية على العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وخصائص المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية الأردنية.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبانة لغرض جمع البيانات من مجتمع الدراسة المكون من البنوك التجارية الأردنية المدرجة في بورصة عمان والبالغ عددها (13) بنك وقد تم توزيع (195) استبانة على أفراد عينة الدراسة إلكترونيا وتم استرجاعها بنفس الطريقة، حيث تم استرداد (188) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، واستخدمت برمجية الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها: أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي في خصائص المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية الأردنية، وهناك أثر لكفاءة الأنظمة المحاسبية على العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وأبعاده وبين خصائص المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية الأردنية.

وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات كان من أهمها: ضرورة المزيد من الاهتمام في مواكبة البنوك التجارية الأردنية للتطورات في الذكاء الاصطناعي لما له من أثر في الخصائص الأساسية والثانوية للمعلومات المحاسبية من حيث ملائمتها، وتمثيلها الصادق، وقابلية معلوماتها للمقارنة والفهم، والتوقيت المناسب.

12. دراسة (طبي، 2023)

تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بالذكاء الاصطناعي والتأثير الذي يلعبه في المجال المالي، وما يمكن أن يحققه للبنوك التجارية من خلال تحسين أدائها مما يؤدي إلى زيادة ربحيتها. حيث تم إجراء هذه الدراسة في البنوك التجارية في ولايتي البيض وتيارت، وتم توزيع استبيان على عينة من موظفي هذه البنوك بلغت 100 موظف، وتمت الاستعانة بكل من برنامج spss v 23 و amos v23 لاختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها باستعمال نمذجة المعدلات الهيكلية. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة معنوية للذكاء الاصطناعي على أداء البنوك التجارية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

1. دراسة (Mark Ryan, 2020)

Artificial intelligence ethics guidelines for developers and users: clarifying their content and normative implications

تهدف هذه الدراسة الى ايصال المبادئ الأخلاقية عالية المستوى الشائعة عبر أدبيات التوجيه الأخلاقي لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ويقدمون وصفا للمحتوى المعياري الذي تغطيه هذه المبادئ، ومن أبرز نتائج الدراسة تجميع شامل للمتطلبات المعيارية الناشئة عن وثائق التوجيه الحالية. هذا ليس مطلوباً فقط لفهم نظري لتقنية الذكاء الاصطناعي بل لفهم أعمق لمناقشات أخلاقيات التعامل مع الذكاء الاصطناعي ولإنشاء إرشادات عملية وقابلة للتنفيذ لمطوري ومستخدمي تقنية الذكاء الاصطناعي.

2. دراسة (Sekar, 2019)

"Artificial Intelligence in Management: Challenges And Opportunities"

والتي هدفت إلى تحليل استخدام الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على أداء المنظمات وسوق العمل والأدوار الوظيفية، والبحث في الفرص التي يوفرها الذكاء الاصطناعي الرجال الأعمال والموظفين والتحديات الرئيسية لها. ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام المنهج التحليلي، فقد تم تحليل مزيجاً من الأبحاث الأولية والثانوية، وتم جمع البيانات المتعلقة بالاتجاهات الرئيسية للإدارة الحديثة في المنظمات المعاصرة، والأدوار الوظيفية وعلاقتها بالذكاء الاصطناعي، وتم جمع البيانات من مصادر البيانات المختصة المخلفة مثل المجالات الفنية والتجارية والدراسات المستقلة ومصادر البيانات المعروفة.

وقد توصلت النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي له تأثير كبير وفعال على أداء المنظمات وسوق العمل والوظائف بشكل عام، فيحمل استخدام نظم الذكاء الاصطناعي والروبوتات العديد من الفرص والتهديدات بالتغيرات وحتى اختفاء بعض المهن، فستكون إعادة تصميم نظام الإدارة وفقاً للفرص والتحديات الجديدة عاملاً فتكيف المؤسسات مع الظروف الجديدة بما يحقق مصلحة العمال وأصحاب العمل والمجتمع.

3. دراسة (Soni Sharma, Singh & Kapoor, 2019)

"Impact Of Artificial Intelligence On Businesses Performance Of Organizations: from Research, Innovation, Market Deployment To Future Shifts In Business Models"

والتي هدفت إلى دراسة التأثير الكلي للذكاء الاصطناعي على أداء المنظمات والأعمال التجارية من البحث والابتكار إلى التحويلات المستقبلية في نماذج الأعمال.

ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام المنهج التاريخي، فقد تم تحليل العديد من الدراسات ذات الصلة بالموضوع ولقد توصلت النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على تحويل الاقتصاد العالمي من خلال الابتكارات التكنولوجية والمعرفة العلمية وأنشطة تنظيم المشاريع، ويعزى ذلك إلى زيادة توافر البيانات الكبيرة ومسرعات الأجهزة وحدات معالجة الرسومات وحدات المعالجة المركزية)، وقد ساهم الذكاء الاصطناعي أيضاً في إنتاج أفضل الصناعات الآلية التي ستنشئ المزيد من الفرص في المستقبل من الرعاية الصحية، والأمن السيبراني، والتسويق والمبيعات، أن لديه القدرة على تغيير الاقتصاد بشكل كامل.

4. دراسة (Yawalkar 2019)

"study of Artificial Intelligence and Its Role In Human Resource Management"

والتي هدفت إلى دراسة دور الذكاء الاصطناعي على سير عمل المنظمات وأدائها، وتأثيرها على قسم الموارد البشرية. ولتحقيق هذه الأهداف فقد استخدمت الدراسة البحثية تصميم البحث الوصفي، فقد تم استخدام البيانات الثانوية، وتم جمعها من الأوراق البحثية، والمواد المنشورة ومواقع الإنترنت، ومدونات الموارد البشرية، وتقارير المسح التي نشرتها مختلف المنظمات البحثية. ولقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي قد ساهم في تعزيز السرعة والعمل الروتيني، وتوفير معلومات حقيقية ودقيقة.

5. دراسة (Al Beshr ,2018)

"The Impact of Appling European Quality standards (EFQM) on the Development of Human Capital and Institutional performance in Abu Dhabi Government"

في هذه البيئة العالمية الديناميكية، اعتبرت الشركات رأس المال البشري وسيلة أساسية لاكتساب ميزة تنافسية، وينظر إلى العملاء على أنهم ملك لربحية المؤسسة واستدامتها من أجل تعزيز معايير جودة المنتج، تحدث تغييرات سريعة في منهجيات الإنتاج المختلفة لتلبية متطلبات العملاء بكفاءة، لتعزيز رضا العملاء وأيضاً لكسب ولائهم.

لقد ألقت فلسفات الإدارة عالية الجودة هذه الضوء على أساس تكامل إدارة الموارد البشرية وإدارة الجودة الشاملة الذي تم تحقيقه من خلال استخدام المعايير العالمية وحوكمتها من خلال الهيئات التنظيمية مثل معايير ISO والمؤسسة الأوروبية لإدارة الجودة (EFQM) على التوالي تدرس هذه الورقة البحثية الكفاءة وكذلك أوجه القصور في نموذج التميز EFQM من خلال تسليط الضوء على المفاهيم الأساسية لمعايير التميز و RADAR وتأثيرها على رأس المال البشري والأداء المؤسسي في السيناريو المحدد الحكومة أبوظبي إلى جانب تكامل رأس المال البشري الاستراتيجي البرنامج وإدارة الجودة الشاملة لتحقيق التميز المؤسسي واستدامته.

تم جمع 92 مصدراً أدبياً من مقالات صحفية مختلفة ومواقع إلكترونية معتمدة وتقارير إخبارية وما إلى ذلك للإجابة على أسئلة البحث. تم تطبيق المنهجية المختلطة الجمع البيانات للتحقيق في أسئلة البحث أدوات البحث المستخدمة لجمع البيانات هي المراقبة المباشرة والاستبيانات القائمة على مقياس LIKERT والتي تم توزيعها بين مديري وسلطات مختلف المنظمات في أبو ظبي. تم إجراء تحليل البيانات من خلال التحليل النوعي وكذلك التحليل الكمي من خلال الإحصاء الوصفي وتحليل التردد لفهم الآثار المترتبة على أداة CAF ونماذج التفوق الأخرى لضمان EFQM في مؤسسة مقرها أبوظبي.

الفجوة البحثية

في ضوء الدراسات السابقة التي تناولت استخدامات الذكاء الاصطناعي في الإعلام وتأثيرها على أداء المنظمات والموارد البشرية، يمكننا استخلاص العديد من أوجه الشبه والاختلاف والفجوات البحثية المتعلقة بدراسة اتجاهات الإعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات السعودية.

أوجه الشبه

تُظهر الدراسات السابقة، سواء العربية أو الأجنبية، اتجاهات مشتركة حول أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء الإعلامي وتطويره. على سبيل المثال، دراسة (حمود، 2022) التي تناولت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات الأردنية، ودراسة (المصاروة، 2021) التي ركزت على تأثير الذكاء الاصطناعي على الأداء المؤسسي في البنوك الأردنية. كلا الدراستين أبرزتا الحاجة الملحة لتطوير المهارات التقنية للعاملين واستخدام التكنولوجيا الحديثة لتحسين الأداء. كما تتفق الدراسات الأجنبية مثل (Mark Ryan, 2020) و (Sekaran, 2019) على أن الذكاء الاصطناعي يحمل تأثيراً كبيراً على الأداء المؤسسي وسوق العمل. تُظهر هذه الدراسات كيف يمكن للتكنولوجيا أن تحدث تحولاً في طبيعة العمل الإعلامي وتساهم في زيادة الكفاءة والفعالية.

أوجه الاختلاف

رغم أوجه الشبه، هناك اختلافات واضحة بين الدراسات في السياق الجغرافي والاجتماعي والاقتصادي. على سبيل المثال، دراسة (حمود، 2022) تبرز التحديات التي تواجه الإعلاميين الأردنيين في تبني الذكاء الاصطناعي، مثل الخوف من فقدان الوظائف وعدم قبول التكنولوجيا الجديدة من قبل الإعلاميين الأكبر سناً. بينما تركز دراسة (البطريق، 2019) على إدراك الإعلاميين السعوديين لدورهم في تشكيل الاتجاهات نحو المرأة بما يتوافق مع رؤية 2030، مما يعكس توجهاً مختلفاً في التعامل مع الذكاء الاصطناعي والتركيز على أهداف اجتماعية محددة.

في السياق الأجنبي، نجد أن الدراسات مثل (Soni Sharma, Singh & Kapoor, 2019) تبرز الأثر الشامل للذكاء الاصطناعي على الاقتصاد العالمي وتحول نماذج الأعمال، مما يعكس رؤية أكثر شمولية مقارنة بالدراسات العربية التي تركز غالباً على تطبيقات محددة وتأثيرات محلية.

الفجوة البحثية

تُظهر الدراسات السابقة عدة فجوات بحثية تحتاج إلى استكشاف في دراسة اتجاهات الإعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات السعودية. أولاً، هناك نقص في الدراسات التي تتناول تأثير الذكاء الاصطناعي على أداء الإعلاميين السعوديين بشكل خاص، وكيف يمكن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تحسين الإنتاج الإعلامي وتطوير المحتوى الإعلامي في السعودية.

ثانياً، تحتاج الدراسات إلى التركيز على الجانب التعليمي والتدريبي للعاملين في المجال الإعلامي. إذ أظهرت دراسة (حمود، 2022) أن هناك حاجة كبيرة لتدريب الإعلاميين على استخدام التكنولوجيا الجديدة. هذا الأمر يتطلب دراسة معمقة لكيفية تصميم برامج تدريبية فعالة للإعلاميين السعوديين لتسهيل تبني الذكاء الاصطناعي.

ثالثاً، هناك حاجة لدراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على المحتوى الإعلامي نفسه، وكيف يمكن للتكنولوجيا تحسين جودة المحتوى وزيادة تفاعل الجمهور. يمكن أن تستفيد الدراسة الحالية من نتائج دراسات مثل (Salama, 2023) التي تناولت تأثير أفلام السير الذاتية على منصة Netflix على الإعلاميين الشباب.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تتمثل أهم المنطلقات النظرية للدراسة في التعرف على مجموعة من المصطلحات تتمثل في:

• اتجاهات الاعلاميين:

يُعرّف العالم النفسي جوردن ألبورت الاتجاه على أنه إحدى حالات التهيؤ والتأهب العقلي والعصبي التي تنظمها الخبرة وما يثبتته الاتجاه فإنه يكون مؤثراً وموجهاً لاستجابات الفرد للأشياء والمواقف المختلفة، فهو عملية ديناميكية، أما نيو كامب فعرفه باعتباره الاستعداد للتنبيه لحافز ما.

وعرفه آخرون بأنه عبارة عن مفهوم يعبر تنظيم لمشاعر الشخص ومعارفه وسلوكه، أي مدى استعداده للقيام بأعمال معينة ويتمثل في درجات من القبول والرفض. (عبد الحليم، 2022)

الصحفي هو الشخص الذي يزاول مهنة الصحافة إما منطوقة أو مكتوبة، وعمل الصحفي هو جمع ونشر المعلومات عن الأحداث الراهنة، والاتجاهات وقضايا الناس وعمل ريبورتاجات، كما أن مهنة الصحفي هي إعداد تقارير لإذاعتها أو نشرها في وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحف والتلفزيون والإذاعة والمجلات.

• الذكاء الاصطناعي: لقد تعددت وتنوعت مفاهيم الذكاء ونذكر منها:

هو مجال علوم الكمبيوتر المخصص لحل المشكلات المعرفية المرتبطة عادةً بالذكاء البشري، مثل التعلم والإبداع والتعرف على الصور.

الذكاء الاصطناعي الحديث هو نظام قادر على إدراك بيئته واتخاذ إجراءات لتعظيم فرصة تحقيق أهدافه بنجاح وكذلك تفسير وتحليل البيانات بطريقة تتعلم وتكيف مع مرور الوقت تمت ترجمة صفحة الويب هذه آلياً تسهياً لك. (الطاهر ، 2020)

الذكاء الاصطناعي يعتمد على تقنيات مختلفة مثل تعلّم الآلة، ومعالجة اللغة الطبيعية، والتعرف على الصور. تمثل البيانات محور هذه التقنيات، وتشكل الطبقة التأسيسية في الذكاء الاصطناعي. تركز هذه الطبقة بشكل أساسي على تجهيز البيانات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي. (سلامة، 2023)

يعرف الذكاء الاصطناعي على أنه تقنية تحاكي الذكاء البشري على أداء المهام ويمكنه بشكل متكرر تحسين نفسه استناداً إلى المعلومات التي يجمعها.

المنهجية وطرق البحث:

نظراً لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف اتجاهات الاعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات السعودية، وعلى هذا الأساس تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة ، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها و يعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة.

مصادر البيانات :

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- المصادر الثانوية: قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.
- المصادر الأولية: قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة، حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف على اتجاهات الاعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات السعودية.

أدوات الدراسة:

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من بالمملكة العربية السعودية والمتمثلة ب: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني.
- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences - SPSS كما يلي:

- أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم استخدامها لوصف الخصائص الديمغرافية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة، وتشمل:
 - التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة.
 - النسب المئوية: تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للعاملين عينة الدراسة.

- المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة متوسط إجابات للعاملين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.
- الانحراف المعياري: استخدم لمعرفة تشتت إجابات العاملين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

- معامل الثبات كرونباخ الفا: للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات ابعاد متغيرات الدراسة.
- الانحدار المتعدد: لاختبار اثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- ارتباط بيرسون: للتحقق من عدم وجود ارتباط ذاتي عالي بين ابعاد المتغير المستقل.
- Kolmogorov-Smnnov للتعرف على تحقق ظاهرة التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.
- تحليل الانحدار الهرمي: لاختبار دور المتغير المعدل في تحسين أثر المتغير المستقل في المتغير التابع

حدود الدراسة :

- حدود موضوعية: قامت الدراسة بالتعرف على اتجاهات الاعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات السعودية.
- حدود مكانية: الفضائيات فهد بالمملكة العربية السعودية.
- حدود زمانية: العام الدراسي 2024.
- حدود بشرية: تم التطبيق علي العاملين في الفضائيات بالمملكة العربية السعودية.

المراجع:

- البحيري، شيرين عبدالحفيظ عبدالقادر. (2023). تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافيرس "Metaverse" عبر المواقع الإعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوها. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع82 ، 1 - 40. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1382926>
- البطريق، غادة مصطفى. (2019). وعى الإعلاميين السعوديين بدورهم في تشكيل الاتجاهات نحو المرأة بما يتوافق مع رؤية 2030 في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع68 ، 437 - 473. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1107820>
- حمود ، هديل عوني (2022) " اتجاهات الاعلاميين الأردنيين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات الأردنية ".رسالة ماجستير ، جامعة اليرموك .
- الداغر، مجدي محمد عبدالجواد. (2018). اتجاهات الاعلاميين المصريين نحو استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية: دراسة ميدانية. حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الحولية38، الرسالة493 ، 8 - 208. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/906734>
- سلامة، حسام علي علي. (2023). اتجاهات شباب الإعلاميين نحو وثائقيات السير الذاتية المقدمة على منصة Netflix. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع83 ، 229 - 286. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1416549>
- الطاهر، عبدالله إبراهيم. (2020). اتجاهات الإعلاميين في دول مجلس التعاون نحو مستقبل العمل الصحافي: دراسة استطلاعية بين الإعلاميين البحرينيين. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مج7، ع5 ، 22 - 47. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1202182>
- طيبي، إكرام، و مولاي، أمينة. (2023). أثر الذكاء الاصطناعي على أداء البنوك التجارية: دراسة حالة البنوك التجارية لولايي البيض وتيارت. دراسات اقتصادية، مج23، ع1 ، 33 - 48. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1393074>

- عبدالحليم، سهير عثمان. (2022). اتجاهات الصحفيين والإعلاميين المصريين نحو دور المجلس الأعلى والهيئات الوطنية لتنظيم الصحافة والإعلام في ترشيد الأداء المهني للمؤسسات الصحفية والإعلامية المصرية: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع81، 147 - 201. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1382705>

- العنزي، سعد حمود سعد الشمالاني، و السعود، أنس راتب. (2020). أثر الذكاء الاصطناعي على أداء المنظمات: دراسة حالة مؤسسة الرعاية الصحية الأولية بدولة قطر (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة

عمان الأهلية، السلط. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1097360>

- القسايمة، غازي محمد علي سلامة، و أبو سليم، خليل سليمان محمد. (2021). أثر الذكاء الاصطناعي في خصائص المعلومات المحاسبية: الدور المعدل لكفاءة الأنظمة المحاسبية في البنوك التجارية الأردنية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1222250>

- المصاروة، مهند كساب عبدالله، و السرحان، عطا الله بن فهد صياح. (2021). أثر الذكاء الاصطناعي في الأداء المؤسسي: متغير وسيط رأس المال الفكري في البنوك التجارية في الأردن (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة

آل البيت، المفرق. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1250188>

- هيلات، خالد محمود عبدالمجيد. (2018). اتجاهات الإعلاميين الاردنيين نحو الاشخاص ذوي الإعاقة ضمن النموذج الاجتماعي. إربد للبحوث والدراسات - العلوم التربوية، مج19، ع3، 381 - 429. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/994970>

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Al Beshr. Mohamed, (2018). The Impact of Applying European Quality standards (EFQM) on the Development of Human Capital and Institutional performance in Abu Dhabi Government. Dissertation. Università Degli Studi Di Roma Tor Vergata.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016), Research Methods for Business: A Skill Building Approach, (v) edition, NY: John Wiley & Sons Inc.

- Soni, N., Sharma, E. K., Singh, N., & Kapoor, A. (2019). Impact of artificial intelligence on businesses: from research, innovation, market deployment to future shifts in business models. ArXiv preprint arXiv.
- Yawalkar, M. V. V. (2019), A Study of Artificial Intelligence and its role in Human. Resource Management. International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR).

Mid-Ocean University

College of Management

Department of Digital Media



Attitudes of Media Professionals Toward AI Applications in Saudi

TV Channels

Preparation:

Sara Hassan Al-Khannany

233000481

Supervision:

Dr. Mahetab Al-Rafie

2024