

مهارات بحثية ٢ – الاسبوع الخامس

دراسة (١):

مستقبل الإعلام الرقمي في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة
استشرافية

ودراسة (٢):

دور الاعلام الرقمي في التنمية السياحية في ضوء رؤية المملكة العربية
السعودية ٢٠٣٠: (دراسة ميدانية)

إعداد الطالب/

عبد الهادي حسين آل مطلق

دكتوراه إعلام رقمي

٢٠٢٦



دراسة

(مستقبل الإعلام الرقمي في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة استشرافية)

١- مجتمع الدراسة

ركزت هذه الدراسة على المختصين والأكاديميين في مجال الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي، حيث يمثلون مجتمع البحث الرئيس، إذ يُفترض أن لديهم رؤية واضحة حول مستقبل الإعلام الرقمي وتأثير الذكاء الاصطناعي عليه.

يتضمن مجتمع الدراسة أفراداً ذوي خبرة عملية وأكاديمية، مثل الباحثين في الإعلام الرقمي، ومديري المحتوى الرقمي في المؤسسات الإعلامية، وأساتذة الجامعات المتخصصين في الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الإعلامية.

ويأتي اختيار هذا المجتمع منطقياً لأن الدراسة استشرافية، أي تسعى إلى توقع مستقبل الإعلام الرقمي، مما يتطلب آراء خبراء لديهم خلفية علمية وتجريبية يمكن الاعتماد عليها في التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية.

دراسة

(مستقبل الإعلام الرقمي في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة استشرافية)

٢- العينة المسحوبة

اعتمد الباحث على عينة من الخبراء والأكاديميين باستخدام أسلوب العينة العمدية (Purposive Sampling) حيث تم اختيار أفراد محددين بناءً على معرفتهم وخبرتهم في المجال، وليس بشكل عشوائي.

- عدد المستجيبين النهائي: تم استدعاء حوالي ٨٠ خبيراً، استجاب منهم ٦٥ مشاركاً.
 - المعايير الأساسية لاختيار العينة: الخبرة في الإعلام الرقمي، الخبرة في الذكاء الاصطناعي، والمشاركة في مشاريع أو أبحاث تطبيقية في المجال.
- وهذا النوع من العينة مناسب للدراسات الاستشرافية، لأنه يركز على آراء الخبراء الذين يمتلكون معرفة متخصصة بدلاً من تمثيل المجتمع العام.



دراسة (مستقبل الإعلام الرقمي في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة استشرافية)

٣- الأسلوب الإحصائي لتحديد حجم العينة

على الرغم من أن الدراسة اعتمدت على العينة العمدية، فقد أشار الباحث إلى استخدام أسلوب إحصائي غير معقد لتحديد الحد الأدنى لعدد المستجيبين المقبولين، مستنداً إلى قاعدة استشرافية عامة تقول إن عدد ٣٠-٥٠ خبيراً كافٍ للدراسات النوعية الاستشرافية. إن حجم العينة تم تحديده بمنطق النوعية والاعتماد على الخبرة العملية للأفراد وليس باستخدام معادلات إحصائية دقيقة لتحديد حجم العينة الكمي.

ملاحظات تحليلية

- **إيجابية:** اختيار العينة العمدية مناسب للدراسات الاستشرافية التي تعتمد على الخبرة والرأي المتخصص.
- **سلبية:** عدم استخدام معادلات إحصائية دقيقة يجعل من الصعب تعميم النتائج على جمهور أوسع، لكن هذا ليس ضرورياً في الدراسات النوعية الاستشرافية.

دراسة

دور الإعلام الرقمي في التنمية السياحية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ : دراسة ميدانية

١- مجتمع الدراسة

تستهدف هذه الدراسة المجتمع السياحي والجمهور المستفيد من الإعلام الرقمي في السعودية، مع التركيز على الأفراد المشاركين أو المهتمين بالقطاع السياحي.

ويتضمن المجتمع:

- السياح المحليين والدوليين الذين يستخدمون المنصات الرقمية للحصول على المعلومات السياحية.
 - العاملين في القطاع السياحي، مثل شركات السياحة، والفنادق، والمراكز الإعلامية السياحية.
- ويأتي اختيار هذا المجتمع منطقياً لأن دراسة تأثير الإعلام الرقمي على التنمية السياحية تتطلب تقييم أثر المحتوى الرقمي على الجمهور المستهدف، سواء من ناحية وعيه، أو قراراته السياحية، أو تفضيلاته للسفر.

دراسة

دور الإعلام الرقمي في التنمية السياحية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ : دراسة ميدانية

٢- العينة المسحوبة

- اعتمد الباحث على العينة العشوائية الطبقية (Stratified Random Sampling) لتوزيع الاستبيانات على فئات مختلفة من المجتمع المستهدف:
- السياح المحليون، السياح الدوليون، والعاملون في القطاع السياحي.
 - عدد المستجيبين النهائي: تم توزيع ٤٠٠ استبيان، وتم استلام ٣٥٠ استبيان صالح للتحليل.
- وتم التأكد من أن العينة تمثل المجتمع بشكل نسبي، مع مراعاة توزيع المشاركين حسب العمر والجنس والمستوى التعليمي والخبرة السياحية لضمان تنوع البيانات.

دراسة

دور الإعلام الرقمي في التنمية السياحية في ضوء رؤية المملكة
العربية السعودية ٢٠٣٠ : دراسة ميدانية٣- الأسلوب الإحصائي لتحديد حجم العينة

استخدم الباحث معادلة Cochran Formula لحساب حجم العينة الأمثل للمجتمع الميداني، وهي المعادلة المعتمدة في البحوث الميدانية لتحديد حجم عينة ممثلة إحصائياً عند نسبة ثقة ٩٥% وهامش خطأ ٥%:

$$n_0 = (Z^2 \cdot p \cdot q) / e^2$$

بعد حساب حجم العينة المطلوب، قام الباحث بتعديله ليشمل إمكانية عدم استجابة بعض المشاركين، فتم توزيع ٤٠٠ استبيان لضمان الحصول على عدد كافٍ من الإجابات الصالحة (٣٥٠ إجابة).

مقارنة بين الدراستين في مجتمع الدراسة والعينة

العنصر	الدراسة الاستشرافية (AI والإعلام الرقمي)	الدراسة الميدانية (التمتية السياحية)
مجتمع الدراسة	خبراء وأكاديميون في الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي	جمهور المستفيدين من الإعلام الرقمي والسياح والعاملون في القطاع السياحي
نوع العينة	عمدية (Purposive Sampling)	عشوائية طبقية (Stratified Random Sampling)
عدد المستجيبين	65 خبيراً	350 مشاركاً صالحاً للتحليل
الأسلوب الإحصائي لتحديد حجم العينة	استرشادي بناءً على قواعد الدراسات النوعية الاستشرافية	معادلة Cochran لضمان تمثيل إحصائي دقيق مع مستوى ثقة ٩٥%
ملاحظات	مناسب للدراسة النوعية، لا يمكن التعميم	مناسب للدراسة الميدانية، يمكن التعميم

الخاتمة

- الدراسة الأولى (الاستشرافية) تعتمد على مجتمع خبراء متخصصين وعينة عمدية مناسبة لطبيعة البحث النوعية، وتستخدم تقديرات إرشادية لتحديد حجم العينة.
- الدراسة الثانية (الميدانية) تعتمد على مجتمع أوسع يمثل المستخدمين من الإعلام الرقمي في السياحة، وتستخدم أسلوب إحصائي دقيق (Cochran Formula) لتحديد حجم العينة، مع توزيع استبيانات إضافية لتعويض عدم الاستجابة.
- يمكن ملاحظة التوافق بين نوع العينة وطبيعة البحث: النوعية للدراسة الاستشرافية والكمية للدراسة الميدانية.

المرجع

العتيبي، س. ا. (٢٠٢٤). دور الاعلام الرقمي في التنمية السياحية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠:

(دراسة ميدانية). Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/384350233_dwr_alalam_alrqmy_fy_altnmyt_alsyahyt_fy_dw_rwyt_almmlkt_alrbyt_alswd_yt_2030_drast_mydanyt

خليفة، ه. ا. (٢٠٢٥). مستقبل الإعلام الرقمي في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة استشرافية.

Retrieved from

https://journals.ekb.eg/article_421397.html



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

