

إستراتيجية تطوير منظومة الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي "دراسة تطبيقية علي الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل"

د/ أحمد صلاح عبد الرحيم عنبر *

المخلص:

يهدف البحث الى وضع إستراتيجية فعالة لتطوير منظومة الإعلام الجامعي في ظل التطور السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي مع التركيز علي تطبيقها في الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل ، واستخدم الباحث منهج المسح ، يتمثل مجتمع البحث في منسوبي الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل وكذلك منسوبي شركة فواصل للإنتاج الإعلامي المملوكة لجامعة الملك فيصل والبالغ قوامهم (62) فرداً ، وقد قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية حيث بلغ قوامها (44) فرداً ، كما قام الباحث باختيار عدد (15) فرداً كعينة استطلاعية ، ولجمع البيانات الخاصة بالبحث استخدم الباحث تحليل الوثائق والسجلات واستبيان تطوير منظومة الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي ، وضوح أهمية الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ، عدم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل الأمثل بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ، وضوح جودة الأداء الإعلامي بعد استخدام الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ، وجود جهود من المملكة العربية السعودية نحو توافر البيئة التكنولوجية الإعلامية بجامعة الملك فيصل لتوظيف الذكاء الاصطناعي ، الإستراتيجية المقترحة يمكن أن تسهم بدرجة كبيرة في تطوير منظومة الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي بالإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل ، وكانت من أهم التوصيات اعتماد الاستراتيجية المقترحة لتطوير منظومة الإعلام الجامعي في ضوء تقنيات الذكاء الاصطناعي، مع التركيز على تطبيقها في الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل، لما لها من دور محوري في تعزيز كفاءة الأداء الإعلامي.

الكلمات المفتاحية : منظومة الإعلام الجامعي - الذكاء الاصطناعي - الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل .

* مستشار التطوير والتسويق الإعلامي بشركة فواصل للإعلام المملوكة لجامعة الملك فيصل.

Strategy for Developing the University Media System in the Age of Artificial Intelligence: An Applied Study on the General Administration of Public Relations and Media at King Faisal University

Dr. Ahmed Salah Abdel-Rahim Anbar*

Abstract :

The research aims to develop a strategy for developing the university media system in the era of artificial intelligence, applying it to the Public Relations and Media Department at King Faisal University. The researcher used approach survey . The research community consists of the employees of the Public Relations and Media Department at King Faisal University, as well as the employees of Fawasel Media Production Company, owned by King Faisal University, whose number is (62) individuals. The researcher selected the research sample using the stratified random method, with its number reaching (44) individuals. The researcher also selected (15) individuals as a survey sample. To collect data for the research, the researcher used document and record analysis and a questionnaire on developing the university media system in the era of artificial intelligence. The importance of artificial intelligence in the university media system at King Faisal University is clear. Artificial intelligence technologies are not used optimally in the university media system at King Faisal University. The quality of media performance is clear after using artificial intelligence in the university media system at King Faisal University. There are efforts from the Kingdom of Saudi Arabia towards providing the media technological environment at King Faisal University to employ artificial intelligence. The proposed strategy can contribute significantly to developing the university media system in the era of artificial intelligence in the Public Relations and Media Department. At King Faisal University, one of the most important recommendations was to call on those responsible

***Media Development and Marketing Consultant at Fawasel Media Company, owned by King Faisal University.**

for managing the university media system to adopt the proposed strategy for developing the university media system in the age of artificial intelligence, organized by the Public Relations and Media Department at King Faisal University .

key words :University Media System - Artificial Intelligence - Public Relations and Media Department at King Faisal University .

مقدمة :

يمثل الذكاء الاصطناعي اليوم متطلباً محورياً في تطوير منظومة الإعلام الجامعي ، لما يوفره من حلول تقنية تعزز جودة الأداء وتسرع عمليات التواصل والتفاعل مع الجمهور الأكاديمي والمجتمع الخارجي ، حيث تولي الجامعات السعودية اهتماماً بالغاً بالتطور التكنولوجي المتسارع في مجالات التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد ، مستندة في ذلك إلي بنية تحتية رقمية متقدمة ، وتسعي باستمرار إلي استحداث وتحديث الأجهزة والتطبيقات والبرمجيات التي تسهم في تعزيز هذا التحول بما يواكب تطلعات التعليم الحديث ومتطلبات رؤية المملكة 2030م .

تعتبر التقنيات المتقدمة في مجال الذكاء الاصطناعي من بين الابتكارات التي تشهد تطوراً مذهلاً في العقود الأخيرة ، ومن بين الأمور المثيرة للاهتمام في هذا المجال هي إمكانية استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين الإعلام الجامعي ، فيمكن للذكاء الاصطناعي أن يحقق تغييرات إيجابية في الإعلام الجامعي ويحسن تجربة الطلاب والقائمين علي العملية التعليمية ، ومن ثم وجب استكشاف الأدوات المبتكرة التي يمكن استخدامها في مجال الإعلام الجامعي والتي تعد من أهم متطلبات تطوير المنظومة التي نادت بها رؤية المملكة العربية السعودية 2030م وحرصها علي بلوغ عام 2030م لتكون المملكة في مصاف الدول المتقدمة في مجالي الإعلام والتعليم الجامعي .

يعتبر الإعلام بكافة وسائله التقليدية والحديثة أهم وسيلة من وسائل التأثير الجماهيري ، وقد لعبت دوراً في حياة المجتمعات الإنسانية بمختلف أنحاء العالم ، حيث أن وسائل الإعلام لها القدرة علي توجيه سلوكيات الأفراد ، وتغيير معتقداتهم ، لذا أصبحت وسائل الإعلام عامة والجديدة بشكل خاص تستخدم في التنظيم والبناء الاجتماعي المتكامل لأجل تحقيق مصلحة الفرد والمجتمع سواء في شتى المجالات الحياتية ما بين الاقتصادية والاجتماعية والصحية والرياضية وغيره، خاصة في ظل أن الإعلام عامة يعد أحد الاحتياجات الهامة الأساسية للفرد والمجتمع. (فيصل، 2020)

ونظراً للدور الجوهري للإعلام في تحمل المسؤولية وتعدد وسائل الإعلام والخصائص التي تتمتع بها في فعالية القيام بالتوعية والقدرة على التأثير على الجماهير ولما للتوعية الصحية والثقافة الرياضية من أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات ، ظهرت الحملات الإعلامية التي تعمل على زيادة الوعي الصحي ونشر الثقافة الرياضية ومن هنا يتجلى الدور الهام للحملات الإعلامية التوعوية في نشر الوعي من خلال تقديم الحقائق ورفع مستوى الوعي فهي تنطوي على تحليل دقيق للمواقف ، ومع ظهور الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي امتدت الحملات الإعلامية على غرار باقي الوسائل الإعلامية إلى القيام بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالتويتر والفيسبوك كونها تعتبر أدوات سريعة الانتشار ، قوية التأثير ، قليلة التكلفة. (قره، 2022)

حيث أن نتائج دراسة "vansoon" (2010) أظهرت أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين وطالبات الجامعات الذين يستخدمون المواقع من بينها الفيسبوك واليوتيوب وتويتر قد

اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الانترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.

وقد شهد العالم في سنواته الأخيرة ثورة في مجال الذكاء الاصطناعي ، ظهرت آثارها في معظم مجالات الحياة ، فيكاد لا يخلو مجال من توظيف تطبيقات هذا الذكاء الاصطناعي في الطب والهندسة والتسليح والتصنيع والاستثمار وعلوم الفضاء والاتصال... الخ ، وهو ما يضع على عاتق الوزارات المعنية بالتعليم مسؤوليات جسيمة لتطوير سياساتها ومناهجها واستراتيجياتها لمواكبة معطيات الثورة الاصطناعية الحديثة ، والتي كانت بمثابة الشرارة التي أضاءت أمام التربويين مساحات جديدة في البحث عن إثراء ثقافة الذكاء الاصطناعي وتضمينه نظرياً وتطبيقياً في مراحل التعليم المختلفة (المهدي ، 2021 : 2) .

أن الذكاء الاصطناعي اسم أطلق على مجموعة من الأساليب الجديدة في برمجة الأنظمة المحاسبية والتي يمكن أن تستخدم لتطوير أنظمة تحاكي بعض عناصر الذكاء الإنساني وتسمح لو بعمليات استنتاجيه عن حقائق وقوانين يتم تمثيلها في ذاكرة الحاسب (اسحق ، 2020 : 604) .

والذكاء الاصطناعي اله أو برنامج كمبيوتر تستخدم الذكاء الإنساني في إكمال مهمة ما من خلال التخطيط والتعليم والفهم والتبرير وحل المشكلات والتوقع (Southgate,et.al,2019) .

كما صنع الذكاء الاصطناعي ثورة في التعليم بسبب كثرة فوائده وقدرته على زيادة كفاءة وفاعلية المعلمين إذا تم استخدامه بطريقة سليمة لأن لديه القدرة على فهم المعلومات بشكل أفضل وزيادة وعيهم وثقافتهم ، فالذكاء الاصطناعي قد صنع ثورة في التعليم بسبب كثرة فوائده وقدرته على زيادة كفاءة وفاعلية المعلمين إذا تم استخدامه بطريقة سليمة ، لأن لديه القدرة على فهم المعلومات بشكل أفضل وزيادة وعيهم وثقافتهم (شلتوت ، 2023 : 12) .

ومن هنا فإن البناء التنظيمي لأية مؤسسة تربوية هو المحور المحرك للعملية الإدارية ، وحيث أنه لا يمكن أن يتم تنفيذ الأعمال إلا بعد التخطيط لها، وبوجود قاعدة متينة للتنظيم فيها ، وهذا التنظيم يعنى بتوزيع الأعمال على العاملين، كل حسب اختصاصه وخبراته؛ لذا فإن إدارة الإعلام في التعليم تعني التخطيط والتوجيه والتنسيق والمتابعة لمكونات منظومة التعليم بما تتضمنها من عناصر مادية وبشرية، وذلك لتحقيق الكفاءة والفاعلية لهذه الصناعة الإنسانية التي تمثل مخرجات قوة العمل الماهرة من القمة إلى القاع حيث تتجه مهارات القوى العاملة إلى أن تصبح السلاح التنافسي الرئيسي في القرن الحادي والعشرين (عقيل ، 2012 : 15) .

مشكلة البحث :

أصبح استخدام التقنيات الحديثة في التعليم الجامعي ضرورة ملحة تقتضيها طبيعة العصر الحالي حيث أنها تسهم في تحقيق العديد من جوانب العملية التعليمية لدى الطلاب وتساعدهم على التكيف مع طبيعة الحياة المعاصرة والانفجار المعلوماتي في شتي مجالات الحياة كما أنها تزيد من دافعتهم نحو التعلم والمشاركة بفاعلية في الحياة الجامعية .

ومع كل ما حققته المملكة العربية السعودية خلال السنوات العشر الماضية من إنجازات ، يحدونا الأمل بمستقبل أفضل ومشرق للمملكة الغالية ، مع السير في الخيار الوحيد وهو خيار مواكبة عصر الذكاء الاصطناعي ، والذي يتطلب تكاتف جميع الجهود علي مختلف الأصعدة والعمل المستمر والدؤوب في شتي المجالات بكل جدية وإتقان للعبور بمنظومة الإعلام الجامعي نحو مرحلة الازدهار وقطف ثمار التنمية .

ومن خلال ما سبق يتضح أهمية تطوير الإعلام الجامعي وما له من مردود علي المجتمع من خلال السعي لمواكبة التطور العالمي في المجالات التعليمية ، فقد أدى التقدم العلمي والتكنولوجي في العصر المعاصر إلى ضرورة تطور منظومة الإعلام الجامعي وبالتالي أصبح لزاماً على كافة المؤسسات التعليمية مواكبة هذه التقدم الهائل ، فأصبحت قدرات الدول في العصر الحديث تقاس بتطور منظومة الإعلام الجامعي ، فعند النظر إلى الدول الكبرى نجدها في مصاف الدول التي تهتم بتطوير الإعلام الجامعي إيماناً منها أن أي رقي للمجتمع لن يأتي إلا من خلال مجتمع واعي متعلم واسع الأفق يستطيع من خلال منظومة التعليم الوصول إلى أفضل غاياته .

ويتطلب النجاح في تطبيق الذكاء الاصطناعي إجراء بعض التعديلات على ثقافة الإعلام الجامعي ، حيث إنها تحتاج إلى تغير في اتجاهات وأفكار القائمين علي منظومة الإعلام الجامعي بشكل كامل ، فيجب أن يتم تحفيزهم في اتجاه تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير البرامج الخاصة به من خلال وضع بعض النظم الخاصة بالحوافز والمكافآت والترقيات والتقييم الشامل لهم من خلال تطبيق هذا المفهوم ، كما ينبغي أن تتم بينهم مناقشات دائمة سابقة لعملية التطبيق لتعريفهم بكيفية تطبيق هذه البرامج وجدوى الاستفادة منها وصقلهم من خلال الدورات التدريبية المتخصصة في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتطوير أدائهم وقدراتهم .

وفي ضوء الدراسات والبحوث التي تناولت تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، تبين أن هناك قلة في الدراسات التي تناولت توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الجامعي بالمملكة ، ومن منطلق توصيات جملة من الدراسات منها دراسات كل من (الفراني ، الحجيلي ، Wang, S., Yu, H., Hu, X., & Li, J, 2020 ، الخبيري 2020 Aldosari ، 2020 ، 2020 ، حيث أوصت بضرورة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والبحث عن كل جديد في هذه التقنيات وتعميمها في المؤسسات التعليمية ، وتمكين الكوادر البشرية من مهارات توظيفها بشكل فعال ، والتدريب على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي .

وكذلك توصيات المؤتمرات ومنها توصيات مؤتمر " الذكاء الاصطناعي والتعليم : التحديات والرهانات " (2019) الذي دعا إلى تأهيل الأساتذة، والمعلمين للعمل في تعليم ممكن بالذكاء الاصطناعي ، وتمكينهم من المهارات الرقمية الجديد اللازمة للاستخدامات الأكاديمية والتعليمية والإدارية للذكاء الاصطناعي .

ويمكن هذا البحث جامعة الملك فيصل من الاستفادة من أحدث الانجازات التقنية لتحسين أداء الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بما يتوافق مع خطط الجامعة المستقبلية التي تنبثق من رؤية المملكة 2030م للتحوّل الرقمي .

ومما سبق يتضح مدى أهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الجامعي ، كما أن هناك قلة في الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في المؤسسات الجامعية ، لذا يحاول البحث الحالي وضع إستراتيجية لتوظيف الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي لتطوير دور الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل .

تساؤلات البحث :

- 1- ما أهمية الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ؟
- 2- ما واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ؟
- 3- ما جودة الأداء الإعلامي بعد استخدام الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ؟
- 4- ما متطلبات تطبيق الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ؟
- 5- ما جهود المملكة العربية السعودية نحو توافر البيئة التكنولوجية الإعلامية بجامعة الملك فيصل لتوظيف الذكاء الاصطناعي ؟
- 6- ما التحديات التي تواجه تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ؟
- 7- ما الإستراتيجية المقترحة لتطوير منظومة الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي بالإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل ؟

الأهمية العلمية للبحث :

تنبثق أهمية البحث فيما يلي :

أ - الأهمية النظرية :

1. يتناول البحث المؤسسات الجامعية في المملكة العربية السعودية (الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل) لما لها من أهمية في بناء أجيال الغد والارتقاء بمستوي الجامعة

2. تماشى مع رؤية المملكة (2030) التي أكدت أهدافها التعليمية على تعزيز مهارات المستقبل وتحسين البيئة التعليمية بما يضمن تحقق هذه الأهداف .
3. التعرف على مواصفات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الجامعي السعودي .
4. لفت أنظار المهتمين والمتخصصين إلى أهمية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي كأحد الأساليب الحديثة في مجالات الإعلام الجامعي السعودي .
5. يسهم البحث في إثراء المكتبة التربوية خاصة مع ندرة الأبحاث والدراسات التي تناولت استخدام الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الجامعية .

ب - الأهمية التطبيقية :

1. تقديم سبل لتفعيل دور الذكاء الاصطناعي في منظومة الإعلام الجامعي .
2. يسهم هذا البحث بتزويد متخذ القرار في الميدان التربوي وواضعي الخطط المستقبلية من خلال لقاء الضوء على مدى امتلاك العاملين بالإدارة العامة للعلاقات والإعلام بالجامعات السعودية لمهارات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي .
3. التعرف على أبعاد القصور في إمكانات الإعلام الجامعي في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي به .
4. تقديم بعض التوصيات لعلاج نواحي القصور في تطبيق الذكاء الاصطناعي بالإعلام الجامعي السعودي .

هدف البحث :

يهدف البحث إلى وضع إستراتيجية فعالة لتطوير منظومة الإعلام الجامعي في ظل التطور السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي مع التركيز علي تطبيقها في الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل .

إجراءات البحث :

منهج البحث :

استخدم الباحث منهج المسح بخطواته وإجراءاته وذلك لمناسبته لتحقيق أهداف البحث .

مجتمع وعينة البحث :

يتمثل مجتمع البحث في منسوبي الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل وكذلك منسوبي شركة فواصل للإنتاج الإعلامي المملوكة لجامعة الملك فيصل والبالغ قوامهم (62) فرداً ، وقد قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية حيث بلغ قوامها (44) فرداً ، كما قام الباحث باختيار عدد (15) فرداً كعينة استطلاعية ، والجدول التالي يوضح ذلك .

جدول (1) توصيف مجتمع وعينة البحث

العينة الأساسية		العينة الاستطلاعية	المجتمع	البيان
النسبة المئوية %	العدد			
72.22%	26	8	36	منسوبي الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل
69.23%	18	7	26	منسوبي شركة فواصل للإنتاج الإعلامي المملوكة لجامعة الملك فيصل
70.97%	44	15	62	الإجمالي

أدوات جمع البيانات :

أولاً : تحليل الوثائق والسجلات :

قام الباحث بتحليل الوثائق والسجلات الخاصة بالإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل وذلك للتعرف على أعداد المنسوبين ، وكذلك التعرف علي مجالات تطبيق الذكاء الاصطناعي في الإدارة العامة للعلاقات والإعلام ، وقد تبين للباحث عدم الوصول إلي الدرجة المتوقعة من تطبيق مجالات الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي ، كما وجد وضوح مفهوم الذكاء الاصطناعي لدي كثير من المنسوبين مما يؤكد علي وجود بيئة مهیأة ومناسبة لتقبل الإستراتيجية المقترحة .

ثانياً : استبيان تطوير منظومة الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي :

وهي استمارة من إعداد الباحث واتبع في إعدادها الأتي :

1 - تحديد هدف الاستبيان :

تم تحديد هدف الاستبيان وقد تمثل في التعرف علي مفهوم وواقع تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الجامعي بإدارة الإعلام والعلاقات العامة بجامعة الملك فيصل ، وكذلك التعرف علي جودة الأداء الإعلامي بعد استخدام الذكاء الاصطناعي ومتطلبات التطبيق والتحديات التي تواجهها .

2 - تحديد محاور الاستبيان :

من خلال إطلاع الباحث على الدراسات السابقة ، قام الباحث بتحديد مجموعة من المحاور وقد تمثلت محاور الاستبيان الأتي :

- أهمية الذكاء الاصطناعي .
- واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي .
- جودة الأداء الإعلامي بعد استخدام الذكاء الاصطناعي .
- متطلبات تطبيق الذكاء الاصطناعي .

- جهود المملكة العربية السعودية نحو توافر البيئة التكنولوجية الإعلامية بالجامعة لتوظيف الذكاء الاصطناعي .
- التحديات التي تواجه تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي .

وقام الباحث بعرضها على مجموعة من الخبراء¹ في مجال الإعلام قوامها (5) خبراء وذلك لإبداء الرأي في مدي مناسبتها ، وقد تم اختيار المحاور التي حصلت على نسبة 80% فأكثر من مجموعة آراء الخبراء .

4 - صياغة عبارات الاستبيان :

قام الباحث بوضع مجموعة من العبارات لكل محور ، وقد بلغ عدد العبارات (36) عبارة ، وقد قام الباحث بعرض تلك العبارات على مجموعة من الخبراء في مجال الإعلام قوامها (5) خبراء وذلك لإبداء الرأي في مدي مناسبة العبارات لمحاور البحث ، وقد تم حذف العبارات التي حصلت على نسبة أقل من 80% من اتفاق الخبراء وقد بلغت عدد العبارات المحذوفة (2) عبارة لتصبح الصورة النهائية مكونة من (34) عبارة .

5 - تصحيح الاستبيان :

لتصحيح الاستبيان قام الباحث بوضع ميزان تقديري ثلاثي ، وقد تم التصحيح كالتالي :

- موافق (3) ثلاثة درجات .

- إلى حد ما (2) درجتان .

- غير موافق (1) درجة واحدة .

اختباري الصدق والثبات :

أ - الصدق :

لحساب صدق الاستبيان استخدم الباحث الطرق التالية :

1. صدق المحتوى :

قام الباحث بعرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء في مجال الإعلام قوامها (5) خبراء وذلك لإبداء الرأي في ملائمة الاستبيان فيما وضع من أجله ، والجدول (2) يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء على عبارات الاستبيان .

¹ أسماء السادة الخبراء :

أ.د/ حسن بن شجاع القحطاني : عميد كلية علوم الحاسب وتقنية المعلومات بجامعة الملك فيصل

أ.د / حسن نيازي صيفي أبو العلا : أستاذ الإعلام والاتصال الاستراتيجي بجامعة الملك فيصل

أ.د / سعد مأمون عبدالرحمن أبو علوان : عضو هيئة تدريس بجامعة الملك فيصل

أ.د / عبد العزيز بن سعود الحليبي : عميد كلية الاداب بجامعة الملك فيصل

أ.د/ محمد أحمد هاشم الشريف : أستاذ الإعلام المرئي والمسموع المشارك بجامعة الملك فيصل

جدول (2) النسبة المئوية لأراء الخبراء على عبارات الاستبيان (ن = 5)

المحاور								
العبارات								
تقييم أهمية الذكاء الاصطناعي	رقم العبارة	1	2	3	4	5	6	
	تكرارها	5	4	4	3	5	5	
	النسبة المئوية	%100	%80	%80	%60	%100	%100	
واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	رقم العبارة	7	8	9	10	11		
	تكرارها	4	5	5	5	4		
	النسبة المئوية	%80	%100	%100	%100	%80		
جودة الأداء الإعلامي بعد استخدام الذكاء الاصطناعي	رقم العبارة	12	13	14	15	16	17	
	تكرارها	5	5	5	4	5	5	
	النسبة المئوية	%100	%100	%100	%80	%100	%100	
متطلبات تطبيق الذكاء الاصطناعي	رقم العبارة	18	19	20	21	22		
	تكرارها	5	4	5	5	5		
	النسبة المئوية	%100	%80	%100	%100	%100		
جهود المملكة العربية السعودية نحو توافر البيئة التكنولوجية الإعلامية بالجامعة لتوظيف الذكاء الاصطناعي	رقم العبارة	23	24	25	26	27	28	29
	تكرارها	5	5	5	5	5	5	5
	النسبة المئوية	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100
التحديات التي تواجه تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي	رقم العبارة	31	32	33	34	35	36	
	تكرارها	5	5	5	5	2	5	
	النسبة المئوية	%100	%100	%100	%100	%40	%100	

يتضح من جدول (2) :

- تراوحت النسبة المئوية لأراء الخبراء حول عبارات الاستبيان ما بين (40% : 100%) ، وبذلك تم حذف عدد (2) عبارة لتصبح الصورة النهائية مكونة من (34) عبارة .

2. صدق الاتساق الداخلي :

لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان قام الباحث بتطبيقه على عينة قوامها (15) فرداً من مجتمع البحث ومن غير العينة الأصلية للبحث ، وقد تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه ما بين (0.63 : 0.95) ، كما تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان ما بين (0.61 : 0.87) ، كما تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية

للاستبيان ما بين (0.78 : 0.95) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان .

ب - الثبات :

لحساب ثبات الاستبيان قام الباحث باستخدام معامل ألفا لكرونباخ وذلك بتطبيقها على عينة قوامها (40) معلمة من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأصلية ، وقد تراوحت معاملات ألفا للاستبيان ما بين (0.83 : 0.97) وهي معاملات دالة إحصائياً مما يشير إلى ثبات الاستبيان .

عرض النتائج ومناقشتها وتفسيرها :

الإجابة علي التساؤل الأول الذي ينص علي :

ما أهمية الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ؟

جدول (3) التكرارات والدرجة المقدرة والنسبة المئوية ومربع كا لآراء العينة بالنسبة لعبارات المحور الأول (تقييم أهمية الذكاء الاصطناعي) (ن = 44)

م	العبارات	الاستجابة						الدرجة المقدرة	النسبة المئوية	قيمة كا ²
		موافق		إلى حد ما		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
1.	الذكاء الاصطناعي مهم لتطوير الإعلام الجامعي	42	95.45	1	2.27	1	2.27	129	97.73%	76.41
2.	يجب تطوير بنية تقنية قوية لدعم الذكاء الاصطناعي في الجامعة	40	90.91	2	4.55	2	4.55	126	95.45%	65.64
3.	هناك حاجة لبرامج تدريبية لإعلامي الجامعة على تقنيات الذكاء الاصطناعي	40	90.91	3	6.82	1	2.27	127	96.21%	65.77
4.	السياسات الأخلاقية ضرورية عند استخدام الذكاء الاصطناعي	42	95.45	1	2.27	1	2.27	129	97.73%	76.41
5.	الذكاء الاصطناعي يعزّز تفاعل الطلبة مع الإعلام الجامعي	41	93.18	2	4.55	1	2.27	128	96.97%	70.95
	الدرجة الكلية للمحور						639	96.82%		

قيمة (كا) الجدولية عند مستوي دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من جدول (3) :

- تراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث في عبارات المحور الأول (تقييم أهمية الذكاء الاصطناعي) ما بين (95.45% : 97.73%) ، كما بلغت الدرجة الكلية للمحور (96.82%) .

- توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث في جميع العبارات وفي اتجاه الموافقة .

ويرجع الباحث تلك النتيجة إلى وجود أهمية للذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل من قبل القيادات ، وأن مجالات وتقنيات الذكاء الاصطناعي من المفاهيم

المتعارف عليها من قبل القيادات والمنسوبين والتي يسعون إلي تطبيقها في مجالات تطوير منظومة الإعلام الجامعي .

وهذا ما أشارت اليه دراسة " Popenici,S.A, & Kerr,S " (2017) حيث أشارت نتائجها إلي أهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في توجيه البحث العلمي في التعليم العالي ، علاوة على أهمية تبني هذه التكنولوجيا الحديثة في التعلم والتعليم والإدارة في الجامعات .

الإجابة علي التساؤل الثاني الذي ينص علي :

ما واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ؟

جدول (4) التكرارات والدرجة المقدرة والنسبة المئوية ومربع كا لآراء العينة بالنسبة لعبارات المحور الثاني (واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي) (ن = 44)

م	العبارات	الاستجابة						الدرجة المقدرّة	النسبة المئوية	قيمة كا ²
		موافق		إلى حد ما		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
6.	نستخدم تطبيقات تعتمد على الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي بالجامعة	8	18.18	27	61.36	9	20.45	87	%65.91	15.59
7.	تم تدريب الفريق الإعلامي على استخدام تطبيقات ذكاء اصطناعي	10	22.73	28	63.64	6	13.64	92	%69.70	18.73
8.	لدينا سياسة أو دليل داخلي لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام	11	25.00	24	54.55	9	20.45	90	%68.18	9.05
9.	الذكاء الاصطناعي ساعد في تسريع عملية النشر والإنتاج	23	52.27	13	29.55	8	18.18	103	%78.03	7.95
10.	يتم استخدام تطبيقات AI لتحليل تفاعل الجمهور مع المحتوى	8	18.18	22	50.00	14	31.82	82	%62.12	6.73
	الدرجة الكلية للمحور						454	%68.79		

قيمة (كا) الجدولية عند مستوي دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من جدول (4) :

– تراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث في عبارات المحور الثاني (واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي) ما بين (62.12% : 78.03%) ، كما بلغت الدرجة الكلية للمحور (68.79%) .

– توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث في العبارة (9) وفي اتجاه الموافقة .

– توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة البحث في العبارات (6 / 7 / 8 / 10) وفي اتجاه الموافقة إلي حد ما .

ويري الباحث أن هذه النتيجة تعود إلي الدور المحوري الذي تؤديه تقنيات الذكاء الاصطناعي في تسريع وتيرة النشر الرقمي ، وتحسين جودة الإنتاج الإعلامي ، وتنظيم مهام العلاقات العامة في جامعة الملك فيصل ، كما يسهم توظيف هذه التقنيات في الارتقاء بمستوي الأداء الإعلامي المؤسسي ، ويعد مؤشراً علي أن الاعتماد المستقبلي علي تطبيقات

الذكاء الاصطناعي سيفضي بالضرورة إلي تحسينات نوعية وشاملة في كفاءة الأداء الإعلامي الجامعي .

على الرغم من المؤشرات الإيجابية التي أظهرتها الدراسة فيما يخص توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الجامعي، إلا أن هناك بعض الجوانب التي لا تزال بحاجة إلى مزيد من التطوير والتكامل، مثل توسيع نطاق استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وتعزيز تدريب الكوادر الإعلامية على هذه الأدوات، إلى جانب الحاجة إلى إقرار سياسة داخلية واضحة أو دليل إجرائي يوجّه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي.

كما أظهرت النتائج أن أدوات تحليل تفاعل الجمهور القائمة على الذكاء الاصطناعي لا تُستخدم بالشكل الأمثل في الوقت الراهن.

ومن هذا المنطلق، تبرز أهمية تبني القيادات المعنية في جامعة الملك فيصل لنهج استراتيجي يدمج هذه التقنيات بشكل منهجي داخل منظومة الإعلام الجامعي، بما يُسهم في تعزيز جودة نقل الأنشطة الطلابية وزيادة الوعي المجتمعي بأهميتها.

وهذا ما أشارت إليه دراسة " الصبحى " (2020) والتي أشارت نتائجها إلي أنه مع وجود تقنيات الذكاء الاصطناعي يصبح تبني هذه التقنية بشكل جيد في العملية التعليمية أمراً بالغ الأهمية ، في هذا المقال سيتم مناقشة التعليم في المملكة العربية السعودية في ظل الإمكانيات والمتطلبات، والتحديات لتبني تقنية حديثة مثل الذكاء الاصطناعي، وما الذي يمكن أن تقدمه هذه التقنية لعناصر العملية التعليمية برمتها، وإمكانية تبني هذه التكنولوجيا في التعليم العالي السعودي .

الإجابة علي التساؤل الثالث الذي ينص علي :

ما جودة الأداء الإعلامي بعد استخدام الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ؟

جدول (5) التكرارات والدرجة المقدرة والنسبة المئوية ومربع كا لآراء العينة بالنسبة

لعبارة المحور الثالث (جودة الأداء الإعلامي بعد استخدام الذكاء الاصطناعي) (ن = 44)

م	العبارات	الاستجابة						الدرجة المقدرة	النسبة المئوية	قيمة كا ²
		موافق		إلى حد ما		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
11	ساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الصور والفيديوهات	37	84.09	4	9.09	3	6.82	122	92.42%	51.05
12	أدى استخدام AI إلى زيادة التفاعل على حسابات الجامعة	36	81.82	7	15.91	1	2.27	123	93.18%	47.77
13	المحتوى أصبح أكثر تنوعاً وجاذبية للجمهور	35	79.55	6	13.64	3	6.82	120	90.91%	42.59
14	إنتاج المحتوى أصبح أسرع	41	93.18	3	6.82	-	-	129	97.73%	71.23
15	يتم تصميم المحتوى وفق تحليل بيانات دقيق باستخدام تطبيقات AI	33	75.00	11	25.00	-	-	121	91.67%	38.50
16	أدى استخدام AI إلى التخلص من إهدار الموارد والجهد	36	81.82	6	13.64	2	4.55	122	92.42%	47.09
الدرجة الكلية للمحور								737	93.06%	

قيمة (كا) الجدولية عند مستوي دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من جدول (5) :

- تراوحت النسبة المئوية لأراء عينة البحث في عبارات المحور الثالث (جودة الأداء الإعلامي بعد استخدام الذكاء الاصطناعي) ما بين (90.91% : 97.73%) ، كما بلغت الدرجة الكلية للمحور (93.06%) .

- توجد فروق دالة إحصائية بين آراء عينة البحث في جميع العبارات وفي اتجاه الموافقة . ويرجع الباحث تلك النتيجة إلى أن هناك جودة الأداء الإعلامي بعد استخدام الذكاء الاصطناعي ، حيث أشارت نتائج دراسة " العنزى " (2023) إلي أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في كلية التربية بجامعة الأمام محمد بن سعود موظفة بدرجة كبيرة في ضوء تكنولوجيا الأداء البشري ، ومن أهم التوصيات إقامة الجامعة وكلية التربية لبرامج تدريبية وورش عمل مكثفة لتدريب أعضاء هيئة التدريس على آلية التعامل الفعالة مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجالات المهنية والأكاديمية والإدارية وتوفير وحدة للذكاء الاصطناعي في الكلية تضم المتخصصين والخبراء .

الإجابة علي التساؤل الرابع الذي ينص علي :

ما متطلبات تطبيق الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ؟

جدول (6) التكرارات والدرجة المقدرة والنسبة المئوية ومربع كا لآراء العينة بالنسبة

لعبارات المحور الرابع (متطلبات تطبيق الذكاء الاصطناعي) (ن = 44)

م	العبارات	الاستجابة						الدرجة المقدره	النسبة المئوية	قيمة كا ²
		موافق		إلى حد ما		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
17	توفير بنية تقنية متطورة	44	100.00	-	-	-	-	132	%100.00	88.00
18	تدريب مستمر للكوادر الإعلامية	43	97.73	1	2.27	-	-	131	%99.24	82.14
19	وجود سياسات تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل أخلاقي وأمن	42	95.45	1	2.27	1	2.27	129	%97.73	76.41
20	دعم الابتكار والتجريب في تطبيقات الذكاء الاصطناعي	43	97.73	1	2.27	-	-	131	%99.24	82.14
21	تعزيز التعاون الخارجي مع مؤسسات تقنية وأكاديمية متخصصة	42	95.45	2	4.55	-	-	130	%98.48	76.55
	الدرجة الكلية للمحور						653	%98.94		

قيمة (كا) الجدولية عند مستوي دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من جدول (6) :

- تراوحت النسبة المئوية لأراء عينة البحث في عبارات المحور الرابع (متطلبات تطبيق الذكاء الاصطناعي) ما بين (97.73% : 100.00%) ، كما بلغت الدرجة الكلية للمحور (98.94%) .

- توجد فروق دالة إحصائية بين آراء عينة البحث في جميع العبارات وفي اتجاه الموافقة .

ويرجع الباحث تلك النتيجة إلى ضرورة توافر متطلبات تطبيق الذكاء الاصطناعي والتي من أهمها توفير بنية تقنية متطورة وتدريب مستمر للكوادر الإعلامية ووجود سياسات تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل أخلاقي وأمن ودعم الابتكار والتجريب في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتعزيز التعاون الخارجي مع مؤسسات تقنية وأكاديمية متخصصة . وهذا ما أشارت إليه نتائج دراسة " العنزي " (2023) حيث أشارت إلي أن عينة البحث توافق بدرجة كبيرة على متطلبات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي .

الإجابة علي التساؤل الخامس الذي ينص علي :

ما جهود المملكة العربية السعودية نحو توافر البيئة التكنولوجية الإعلامية بجامعة الملك فيصل لتوظيف الذكاء الاصطناعي ؟

جدول (7) التكرارات والدرجة المقدرة والنسبة المئوية ومربع كا لآراء العينة بالنسبة لعبارات المحور الخامس (جهود المملكة العربية السعودية نحو توافر البيئة التكنولوجية الإعلامية بالجامعة لتوظيف الذكاء الاصطناعي) (ن = 44)

م	العبارات	الاستجابة						الدرجة المقدرة	النسبة المئوية	قيمة كا ²
		موافق		إلى حد ما		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
22	وضع نظام معلوماتي متكامل يصعب اختراقه لتطوير المجالات الإعلامية بالإدارة العامة للعلاقات والإعلام بالجامعة	36	81.82	6	13.64	2	4.55	122	92.42%	47.09
23	توفير كافة التقنيات الحديثة داخل الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بالجامعة واستقطابها من الدول المتقدمة في هذا المجال	40	90.91	3	6.82	1	2.27	127	96.21%	65.77

تابع جدول (7) التكرارات والدرجة المقدرة والنسبة المئوية ومربع كا لآراء العينة بالنسبة لعبارات المحور الخامس (جهود المملكة العربية السعودية نحو توافر البيئة التكنولوجية الإعلامية بالجامعة لتوظيف الذكاء الاصطناعي) (ن = 44)

م	العبارات	الاستجابة						الدرجة المقدرة	النسبة المئوية	قيمة كا ²
		موافق		إلى حد ما		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
24	التعاقد مع أفضل الشركات التكنولوجية الإعلامية لإدارة وتشغيل كافة المجالات الطلابية بالجامعة	43	97.73	1	2.27	-	-	131	99.24%	82.14
25	توفير برامج تستخدم لتحليل وتبويب وتلخيص البيانات واستخراج المعلومات وتقديمها لإدارة الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة	38	86.36	4	9.09	2	4.55	124	93.94%	55.82
26	توفير المرافق المجهزة داخل كافة الفاعليات والأحداث التي يتم تناولها إعلامياً مستخدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي	42	95.45	2	4.55	-	-	130	98.48%	76.55

إستراتيجية تطوير منظومة الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي "دراسة تطبيقية علي الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل"

م	العبارات	الاستجابة						الدرجة المقدر ة	النسبة المئوية	قيمة كا ²
		موافق		إلى حد ما		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
27	تقديم كافة برامج الحماية لمنع الاختراق في كافة المجالات الإعلامية الطلابية بالجامعة	40	90.91	3	6.82	1	2.27	127	96.21%	65.77
28	توفير شبكة اتصال تكنولوجية إعلامية داخل المملكة مرتبطة بجميع المؤسسات الجامعية لضمان سرعة تبادل المعلومات	36	81.82	7	15.91	1	2.27	123	93.18%	47.77
29	سعي أجهزة المملكة إلى استقطاب كافة المجالات الإعلامية الالكترونية بصفة مستمرة لتحقيق الانفراد في تقديم الفاعليات الطلابية بالجامعة	42	95.45	2	4.55	-	-	130	98.48%	76.55
	الدرجة الكلية للمحور						1014	96.02%		

قيمة (كا) الجدولية عند مستوي دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من جدول (7) :

- تراوحت النسبة المئوية لأراء عينة البحث في عبارات المحور الخامس (جهود المملكة العربية السعودية نحو توافر البيئة التكنولوجية الإعلامية بالجامعة لتوظيف الذكاء الاصطناعي) ما بين (92.42% : 99.24%) ، كما بلغت الدرجة الكلية للمحور (96.02%) .

- توجد فروق دالة إحصائية بين آراء عينة البحث في جميع العبارات وفي اتجاه الموافقة . ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى الجهود الحثيثة التي تبذلها المملكة العربية السعودية في تعزيز البيئة التكنولوجية الداعمة للإعلام داخل الجامعات، بما في ذلك جامعة الملك فيصل، حيث تعمل على تهيئة بنية تحتية معلوماتية متكاملة وأمنة تدعم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجالات الإعلامية.

وتشمل هذه الجهود تطوير الأنظمة المعلوماتية المستخدمة في الإدارة العامة للعلاقات والإعلام، وتزويدها بأحدث التقنيات، والتعاقد مع شركات متخصصة في تشغيل وصيانة الأجهزة وتدريب الطلبة والكوادر الإعلامية.

كما نتيج الجامعة برمجيات متقدمة لتحليل وتبويب وتلخيص البيانات، وتوفيرها للجهات الإعلامية ذات الصلة، إضافةً إلى تجهيز الفعاليات الجامعية بمرافق تقنية نتيج استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التغطيات الإعلامية.

وتحرص إدارة الجامعة كذلك على تطبيق برامج أمن معلوماتي متطورة لضمان حماية البيانات، إلى جانب إنشاء شبكة اتصال إعلامية متكاملة على مستوى المملكة، تربط الجامعات لضمان سرعة تداول المعلومات وتبادلها. وتسعى هذه المنظومة إلى دعم التميز والريادة في تقديم المحتوى الإعلامي الطلابي وتغطية الفعاليات بصورة مبتكرة ومتميزة.

وهذا ما أشارت إليه دراسة " مضوي " (2023) حيث أشارت نتائجها إلي وعي المملكة بأهمية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تحسين التعليم وتطوير مخرجاته ، وتؤكد على أهمية تضافر هذه العوامل لتحقيق تحسين مستدام في نظام التعليم واستثمار التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي لصالح المستقبل التعليمي والاقتصادي للمملكة ، كما أوصت النتائج

بضرورة استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في التعليم، والعمل على تدريب المعلمين على استخدام برامج الذكاء الاصطناعي ، ووضع الأسس والمعايير المناسبة لتطبيق برامج الذكاء الاصطناعي في المدارس في المملكة .

الإجابة علي التساؤل السادس الذي ينص علي :

ما التحديات التي تواجه تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل ؟

جدول (8) التكرارات والدرجة المقدرة والنسبة المئوية ومربع كا لآراء العينة بالنسبة لعبارات المحور السادس (التحديات التي تواجه تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي) (ن = 44)

م	العبارات	الاستجابة						الدرجة المقدرة	النسبة المئوية	قيمة كا ²
		موافق		إلى حد ما		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
30	نقص التدريب	16	36.36	23	52.27	5	11.36	99	75.00%	11.23
31	غياب بنية تحتية تقنية	11	25.00	5	11.36	28	63.64	71	53.79%	19.41
32	مقاومة التغيير	6	13.64	10	22.73	28	63.64	66	50.00%	18.73
33	صعوبات في اختيار التطبيقات المناسبة	5	11.36	31	70.45	8	18.18	85	64.39%	27.59
34	قضايا الخصوصية والأخلاقيات	11	25.00	25	56.82	8	18.18	91	68.94%	11.23
	الدرجة الكلية للمحور						412	62.42%		

قيمة (كا) الجدولية عند مستوي دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من جدول (8) :

- تراوحت النسبة المئوية لآراء عينة البحث في عبارات المحور السادس (التحديات التي تواجه تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي) ما بين (50.00% : 75.00%) ، كما بلغت الدرجة الكلية للمحور (62.42%) .

- توجد فروق دالة إحصائية بين آراء عينة البحث في العبارات (30 / 33 / 34) وفي اتجاه الموافقة إلي حد ما .

- توجد فروق دالة إحصائية بين آراء عينة البحث في العبارات (31 / 32) وفي اتجاه عدم الموافقة .

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى وجود عدد من التحديات التي لا تزال تعيق التطبيق الشامل والفعال لأدوات الذكاء الاصطناعي في منظومة الإعلام الجامعي، من أبرزها: محدودية فرص التدريب المتخصص، وصعوبة اختيار الأدوات التقنية الأنسب، وتوفر ميزانيات مخصصة لها، إضافة إلى ما يرتبط بقضايا الخصوصية والمعايير الأخلاقية.

ومع ذلك، فقد تم التغلب على بعض العقبات الأخرى مثل غياب البنية التحتية التقنية ومقاومة التغيير، مما أسهم في تهيئة بيئة أكثر تحفيزاً لتطبيق الاستراتيجية المقترحة في هذا البحث.

وقد أظهرت نتائج دراسة "العنزي" (2023) توافقاً كبيراً بين أفراد العينة على وجود هذه التحديات وتأثيرها في عملية التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي.

كما أكدت دراسة "الصباحي" (2020) على أن من أبرز التحديات يتمثل في ضرورة تطوير المناهج التعليمية لتواكب التحولات التقنية المتسارعة، وتمكين الطلاب من اكتساب المهارات اللازمة لاستخدام هذه التقنيات في إطار تعلّم ذاتي وتعاوني، إلى جانب أهمية تأهيل المعلمين للاستفادة المثلى من أدوات التعليم الذكية.

الإجابة علي التساؤل السابع الذي ينص علي :

ما الإستراتيجية المقترحة لتطوير منظومة الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي بالإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل ؟

أولاً : فكرة الإستراتيجية المقترحة :

تتلخص فكرة الإستراتيجية المقترحة في وضع تصور لتطوير منظومة الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي بالإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل .

ثانياً : فلسفة الإستراتيجية :

تستند فلسفة الاستراتيجية المقترحة إلى مجموعة من المرتكزات الأساسية التي تُشكّل الإطار المرجعي لتفعيل الذكاء الاصطناعي في منظومة الإعلام الجامعي، وتتمثل فيما يلي:

1. تبني القيادة الإدارية العليا لفلسفة التحول الرقمي: يُعد اقتناع الإدارة العليا شرطاً جوهرياً لنجاح الاستراتيجية، من خلال وضع سياسات واضحة تُسهم في تعزيز الوعي لمنسوبي الإدارة لدمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أداء مهامهم الإعلامية والاتصالية اليومية.
2. توافق جماعي ودعم تشاركي: بين جميع منسوبي الإدارة حول أهمية التحول الرقمي ومتطلبات دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي، الذي ينبغي مواكبتها وتطويعها لخدمة الأهداف الإعلامية للجامعة.
3. تهيئة بيئة عمل محفزة وموجهة تقنياً: باتجاه التفاعل البناء مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي يُعد عنصراً محورياً في هذه الاستراتيجية، حيث يُسهم ذلك في تعزيز كفاءة الأداء وتفادي العشوائية، وصولاً إلى بناء منظومة إعلامية مؤسسية متكاملة.

ثالثاً : هدف الإستراتيجية :

تهدف الإستراتيجية المقترحة إلى وضع خطة لتطوير منظومة الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي بالتطبيق علي الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل ، وذلك من خلال :

- 1- دراسة الواقع الفعلي لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي وأسلوب التعامل معها .
- 2- دراسة واقع تعامل منظومة الإعلام الجامعي مع التقنيات التكنولوجية الحديثة .

3- إجراء التقييم الموضوعي لنتائج دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال وضع نظام فعال لتقييم العائد من تطبيق تلك التقنيات وذلك من أجل تطوير النظم الإعلامية الجامعية وتحقيق فاعلية العمل الإعلامي في شتي مجالاته .

رابعاً : أغراض الإستراتيجية :

للإستراتيجية المقترحة عدة أغراض من أهمها :

- تنمية وصقل مهارات وقدرات المنسوبين بالإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل بما يؤدي إلى زيادة كفاءتهم للتعامل المثمر مع تطوير منظومة الإعلام .
- زيادة قدرة المنسوبين علي مسايرة التقدم العلمي والتكنولوجي والإلمام بأساليب التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي .
- إعداد جيل من الكوادر القيادية يمكن الاعتماد عليها في المستقبل داخل منظومة الإعلام الجامعي.
- تحقيق رؤية المملكة العربية السعودية نحو تطوير المؤسسات الجامعية ومواكبة فكر الذكاء الاصطناعي بحلول عام 2030م .

خامساً : أسس الإستراتيجية :

- مراعاة المستوى الثقافي والتعليمي للمنسوبين .
- مراعاة احتياجات المنسوبين التدريبية .
- مراعاة توفير المكان المناسب لتنفيذ الإستراتيجية .
- مراعاة توفير الإمكانيات اللازمة لتنفيذ الإستراتيجية .
- مراعاة الزمن المخصص لتنفيذ الإستراتيجية .

سادساً : مكونات الإستراتيجية :

الرؤية " VISION " :

رصد وتحليل الواقع الفعلي لإعداد إستراتيجية تسهم ايجابيا في تطوير منظومة الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي بالمملكة العربية السعودية .

الرسالة " MISSION " :

تقديم الاستشارات العلمية وإجراء الدراسات البحثية للتغلب علي الصعوبات والتحديات التي تواجه دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المنظومة الإعلامية بجامعة الملك فيصل .

الغايات " GOALS " :

- الوصول إلى أفضل مستوى إعلامي .
- تطوير أنشطة وبرامج جامعة الملك فيصل .
- تنمية وتطوير الإمكانيات المادية والبشرية التي تعمل في المجال الإعلامي الجامعي .

الأهداف " OBJECTIVES " :

- تحليل واقع الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل في ظل الذكاء الاصطناعي.
- تحديد متطلبات التطبيق الفاعل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الجامعي .
- وضع إطار استراتيجي متكامل لتعزيز التميز والابتكار الإعلامي الجامعي .
- قياس اتجاهات مجتمع الجامعة حول فرص وتحديات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الجامعي .

السياسات " POLICIES " :

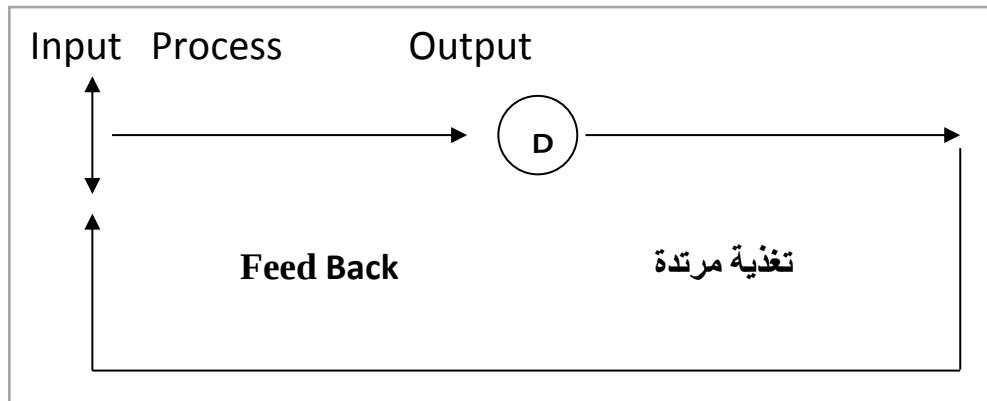
- وجود فلسفة وتوجه استراتيجي واضح من قبل القيادات العليا والمنسوبين بجامعة الملك فيصل يحكم طبيعة وحجم الأنشطة والعمليات اللازمة لتطوير منظومة الإعلام الجامعي من خلال تطبيق ودمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي .
- وضع آليات للتقييم الشامل المستمر لبرامج وتطبيقات الذكاء الاصطناعي بجامعة الملك فيصل .

سابعاً : تصميم الإستراتيجية المقترحة :

من أهم المعوقات التي تحد من فاعلية تطبيق الإستراتيجية المقترحة لدمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي هي عدم وضع خطة محددة وواضحة الأمر الذي يؤدي إلى عدم إدراك المنسوبين بأهمية دمج تلك التقنيات وعدم اقتناعهم بجدواها ، وتعتمد هذه الإستراتيجية على اقتراح تصور لكيفية وضع تصميم واضح ومستمر لدمج تلك التقنيات اعتماداً على الأسلوب العلمي لوضع البرامج والخطط ، وسوف تقترح الباحث عدة خطوات لتصميم الإستراتيجية المقترحة :

- 1- المدخلات .
- 2- العمليات التشغيلية .
- 3- المخرجات .
- 4- التغذية المرتدة .

مخرجات عمليات تشغيلية مدخلات



وتتكون من مجموعة النظم الفرعية التي تحقق نجاح الإستراتيجية وقد تم تقسيمها طبقاً للمراحل التي تمر بها تطوير منظومة الإعلام الجامعي من تخطيط وتصميم وتنفيذ وتقييم إلى :

1- تقييم أهمية الذكاء الاصطناعي بالمنظومة الإعلامية الجامعية :

من خلال تطبيق الاستبيان الخاص بالبحث تأكد للباحث أهمية الذكاء الاصطناعي بالمنظومة الإعلامية الجامعية ، حيث تناولت عملية الاهتمام التعرف من قبل القيادات الإعلامية الجامعية بالآتي :

- أن الذكاء الاصطناعي مهم لتطوير الإعلام الجامعي .
- يجب تطوير بنية تقنية قوية لدعم الذكاء الاصطناعي في الجامعة .
- هناك حاجة لبرامج تدريبية لإعلاميي الجامعة على تقنيات الذكاء الاصطناعي .
- السياسات الأخلاقية ضرورية عند استخدام الذكاء الاصطناعي .
- الذكاء الاصطناعي يعزّز تفاعل الطلبة مع الإعلام الجامعي .

2- دراسة واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمنظومة الإعلامية الجامعية :

من خلال تطبيق الاستبيان الخاص بالبحث وجود بعض أوجه القصور في استخدام تلك التقنيات والتي تتمثل أهمها في :

- عدم الاستخدام المتكامل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي بالجامعة
- عدم تدريب الفريق الإعلامي على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل احترافي .
- عدم استخدام تطبيقات AI لتحليل تفاعل الجمهور مع المحتوى .

3-دراسة التحديات التي تواجه تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمنظومة الإعلامية الجامعية:

من خلال تطبيق الاستبيان الخاص بالبحث وجود بعض التحديات في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمنظومة الإعلامية الجامعية والتي تتمثل أهمها في :

- نقص التدريب .
- مقاومة التغيير .
- صعوبات في اختيار التطبيقات المناسبة .
- قضايا الخصوصية والأخلاقيات .

4- تحديد الاحتياجات التدريبية الفعلية للتعريف بتقنيات الذكاء الاصطناعي :

تعتبر من أهم الخطوات الواجب مراعاتها عند وضع الإستراتيجية المقترحة حيث أن الذكاء الاصطناعي من المجالات الحديثة التي يجب توخي الدقة في التعامل معها ، فمرحلة التخطيط للبرامج التدريبية للتعريف بتقنيات الذكاء الاصطناعي للمنسوبيين تتمثل في الجهود التي يبذلها المسؤولين لوضع نظام فعال لتحديد مثل هذه الاحتياجات ومن أهم المتطلبات لوضع هذه النظم هي إتباع الطرق والأساليب العلمية في تدريب المنسوبيين علي كيفية التعامل واستخدام كافة تقنيات الذكاء الاصطناعي .

5- تحليل التنظيم الإعلامي الجامعي ووسائله :

ويهدف هذا التحليل إلى تحديد طبيعة العمل الإعلامي داخل الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل ، وكذلك تحديد أي هذه المواقع يلزم فيها دمج تلك التقنيات التكنولوجية للذكاء الاصطناعي ، حيث أن تحليل هذه النظم من الأهمية للتعريف بكيفية وضع الإستراتيجية المستدامة أن تحاول السير مع تطوير المنظومة الإعلامية الجامعية والتي تتسع دائرتها عند الوصول إلى المستويات المتقدمة .

6- تحديد البرنامج الزمني :

تعتبر عملية تحديد الفترة الزمنية للإستراتيجية المقترحة من الأمور الهامة التي يجب مراعاتها بعناية ، فيجب مراعاة الوقت اللازم لإجراء برامج الإستراتيجية فيجب الوضع في الاعتبار الوقت المناسب لإجراء دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي ، ويعتبر عنصر الاستدامة من أهم العناصر التي يجب الاهتمام بها في تلك الاستراتيجيات نظراً لان هذا النوع من الاستراتيجيات يعتمد في المقام الأول على تطوير منظومة العمل الجامعي ، وتشمل الفترة الزمنية خمسة سنوات لتنتهي بحلول عام 2030م توافقاً مع رؤية المملكة العربية السعودية .

7- تحديد الميزانية المخصصة :

يجب الاهتمام بهذا العنصر لما له من أهمية كبرى في إنجاح الإستراتيجية المقترحة ، فطبيعة الاستراتيجيات التي تعتمد على الاستدامة تحتاج إلى العديد من التكاليف المادية الكبيرة والتي لا تقارن بالفوائد التي سوف تعود على المنظومة الإعلامية الجامعية من تطوير ورقى ووصولاً إلى التعامل الأمثل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي ، فتحديد المبالغ المالية المراد توفيرها لعملية الدمج من الأمور الهامة حتي لا يحدث أي نوع من الخلل أثناء تنفيذ تلك البرامج ، فيجب تحديد المصاريف اللازمة بالبرنامج من مكافآت للفائزين على التنفيذ وكذلك المصروفات الإدارية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي الواجب توافرها في العملية الإعلامية وما إلى ذلك من متعلقات مالية خاصة بالبرنامج حتى لا يحدث أي نوع من أنواع العجز المادي أثناء السير في تنفيذ هذه الإستراتيجية .

ثانياً : العمليات التشغيلية :

هي العنصر الثاني من عناصر تصميم الإستراتيجية ، وفيها يتم تحويل مدخلات الإستراتيجية السابق عرضها إلى مخرجات ، ولقد اعتمد الباحث عند إجراء العمليات التشغيلية على تحليل الواقع الفعلي وكذلك التطلعات المستقبلية لتطوير المنظومة الإعلامية بجامعة الملك فيصل .

حيث لا تزال كثير من مؤسسات التعليم العالي في الوطن العربي، ومنها جامعة الملك فيصل، تسعى لتطوير ومواكبة الثورة الرقمية والذكاء الاصطناعي فيما يخص الإعلام الجامعي، هذه الإستراتيجية تدعم الجامعات في مواكبة التحول الرقمي وتعزيز جودة الإعلام والاتصال المؤسسي، وتساعد في مواجهة تحديات الثورة الصناعية الرابعة في المجال الإعلامي الجامعي.

وتؤكد الدراسات الحديثة أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تسريع إنتاج المحتوى الإعلامي، تحليل اتجاهات الجمهور بدقة، وتحسين التفاعل الفوري مع الجمهور، وهو ما يدعم الإعلام الجامعي للوصول إلى جمهور أوسع وأشمل بدقة وكفاءة أعلى.

كما تشير التحديات إلى ضرورة التغلب على ضعف التأهيل التقني، وضمان الحوكمة الأخلاقية ، والتعامل مع مخاوف الخصوصية، والتكامل التكنولوجي داخل البيئة الجامعية، وهو ما يجب أن يعالج ضمن الإستراتيجية الشاملة.

ومن أهم محاور إستراتيجية تطوير الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي ما يلي:

1. التقنية :

- إدخال منصات ذكاء اصطناعي للتحليل والرصد الإعلامي.
- استخدام روبوتات الدردشة الجامعية لخدمة الجمهور والرد على الاستفسارات.
- توظيف تطبيقات تحليل البيانات الضخمة لرصد تفاعل الجمهور وتوجهاته.

2. الموارد البشرية :

- توفير تدريب رقمي دوري للكوادر الإعلامية.
- إشراك الطلبة الموهوبين في الإنتاج الإعلامي الذكي.
- تطوير القيادات الإعلامية في التعامل مع الذكاء الاصطناعي.

3. السياسات والحوكمة :

- وضع إطار تنظيمي واضح للشفافية والحوكمة الأخلاقية للذكاء الاصطناعي.
- حماية البيانات الشخصية لمجتمع الجامعة.
- تطوير سياسات مراجعة ذكية للمحتوى الإعلامي.

4. المحتوى والتواصل :

- إنتاج محتوى إعلامي مخصص وتفاعلي باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- تنفيذ حملات تفاعلية رقمية عبر الوسائط المتعددة.
- الاستفادة من التطبيقات الذكية لإثراء التنوع في الرسائل الرقمية.

5. الشراكات :

- التعاون مع الكليات والإدارات المتخصصة في علوم الحاسب وتقنية المعلومات ومنصات عالمية في الذكاء الاصطناعي.
- تبادل الخبرات مع جامعات ذكية وخبراء المجال.

نموذج تطبيقي يتضمن تطبيقات الذكاء الاصطناعي اللازمة

المحور	الأدوات والتطبيقات المقترحة	وصف التطبيق الجامعي
التقنية	منصة Chat GPT	إعداد بيانات صحفية تلقائية ورصد الاتجاهات
الموارد البشرية	نظام رصد إعلامي مدعوم بالذكاء الاصطناعي	رفع كفاءة فريق الإعلام ، اكتشاف المواهب
السياسات والحوكمة	ورش عمل تدريبية دورية	ضبط نشر الأخبار ، مراجعة المحتوى تلقائياً
المحتوى والتواصل	مسابقات مبتكرة للطلبة	تفاعل مستمر مع الطلاب وإنتاج مواد مرئية
الشراكات	بوابة إلكترونية لإدارة السياسات	تحديث الأدوات وتبادل أفضل الممارسات

– بناء إستراتيجية تستهدف أقسام إدارة الإعلام والعلاقات العامة في جامعة الملك فيصل وإدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي اللازمة لتطوير عمل الإدارة ، يجب مراعاة تخصيص الحلول والتقنيات لتلبية احتياجات كل قسم ودعم التكامل المؤسسي، كما يلي :

1. قسم الاستوديوهات :

- أتمتة عمليات التصوير والبث :
- استخدام كاميرات ذكية تعتمد على الذكاء الاصطناعي في تتبع الحركة والتركيز التلقائي أثناء البث المباشر والأعمال الإنتاجية.
- تحليل جودة الصوت والصورة تلقائياً:
- برمجيات تحليل الجودة وتصفية الضوضاء وتصحيح الألوان بالذكاء الاصطناعي.
- الإخراج الفوري :
- تطبيقات إخراج آلي للفيديو مثل Deep Brain AI أو Synthesis لإنتاج فيديوهات تعليمية أو توعوية سريعة وعالية الجودة من النصوص والصور.
- مونتاج المحاضرات وبرامج البودكاست باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتقليل تكلفة وزمن الإنتاج.

2. قسم العلاقات العامة :

- تحليل الرأي العام
- استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لرصد وتحليل اتجاهات الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتقارير الصحفية) مثل Meltwater ، Brand watch
- إدارة الأزمات الإعلامية :منصات تحليل محتوى وتعليقات الجمهور للتدخل التلقائي والتنبيه بردود الفعل.
- تخصيص الرسائل والاتصال :روبوتات دردشة تفاعلية وشخصية مبرمجة لتخصيص الردود وتكييف المحتوى حسب الفئة المستهدفة.

3. قسم الإعلام الرقمي :

- إنتاج محتوى تفاعلي :منصات توليد نصوص ووسائط مدعومة بالذكاء الاصطناعي (ChatGPT) ، Jasper.
- تحليل التفاعل الرقمي :تطبيقات تحليل المشاعر وتوجهات الجمهور وتوصيات المحتوى الأكثر فعالية) مثل Sprout Social ، SEMrush).
- تحسين محركات البحث الذكي :منصات SEO مدعومة بالذكاء الاصطناعي لتعزيز ظهور المحتوى الرقمي.

4. قسم الهوية البصرية :

- تصميم الشعار والعناصر البصرية :تطبيقات مثل Looka و Canva AI و Midjourney لتصميم شعارات احترافية وتطوير الهوية البصرية بسرعة وذكاء.
- تحليل تناسق الهوية :أدوات مراقبة تتابع تطبيق الهوية البصرية عبر جميع القنوات الرقمية لتوحيد الصورة المؤسسية.
- تخصيص أنماط بصرية :منصات تحليل الصور والفيديو وأتمتة إنتاج المواد الرسومية بلغات وأساليب متعددة.

5. قسم الإنتاج المرئي والمسموع :

- مولدات فيديو وصوت :AI تطبيقات مثل Synthesia و DeepBrain AI و Pictory و Descript لإنشاء فيديوهات ومواد صوتية عالية الجودة دون الحاجة لاستوديو متكامل وكل ذلك فقط من نصوص أو شرائح.
- التعليق الصوتي والتوليف اللغوي :منصات مثل نيراتي أو Google Cloud TTS لإنتاج تعليقات صوتية احترافية بمئات الأصوات واللهجات العربية والأجنبية.
- تحليل أداء المحتوى السمعي والبصري :برمجيات تحليل تفاعل الجمهور مع الفيديوهات والبودكاست وأتمتة توصيات التحسين.

نموذج تطبيقي مقترح

القسم	التطبيقات والوظائف الذكية المقترحة
الاستوديوهات	كاميرات ذكية، إخراج وتحرير تلقائي، تحليل جودة البث
العلاقات العامة	روبوتات دردشة، تحليل محتوى، تطبيقات رصد تفاعلات الجمهور
الإعلام الرقمي	منصات توليد نصوص ووسائط، تحليل التفاعل الرقمي، تطبيقات SEO ذكية
الهوية البصرية	تصميم شعارات تلقائي، مراجعة تناسق الهوية، تخصيص التصميم
الإنتاج المرئي/المسموع	منصات توليد فيديو وصوت، برامج تعليق صوتي آلي، تحليل أداء الوسائط

- توصيات لنجاح الإستراتيجية :

- تأسيس وحدة تكامل بين الأقسام لتسهيل التعاون وتبادل المشاريع بين الفرق المختلفة.
 - توفير برامج تدريب تخصصية عملية حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي الحديثة في كل قسم.
 - وضع سياسات واضحة وأخلاقيات للاستخدام الآمن للذكاء الاصطناعي وحماية خصوصية البيانات.
 - التحفيز على الابتكار وتقييم الأثر الرقمي بشكل دوري لضمان الاستدامة والتطوير المستمر.
- والإستراتيجية تستهدف تعزيز التفاعل والوصول والتأثير في العصر الرقمي، وذلك عبر توظيف تقنيات حديثة وأساليب إبداعية في المحتوى والتواصل.

أبرز هذه الاستراتيجيات الحديثة المتوافقة مع متطلبات الإعلام الجامعي :

1. استخدام الواقع المعزز (AR) والتجارب التفاعلية
 - توظيف الواقع المعزز لخلق محتوى تفاعلي يمكن للمستخدمين التفاعل معه مباشرة مثل فتح طباعة عبر رموز QR أو تطبيقات مخصصة لعرض محتوى وسائط متعدد بطرق مبتكرة .
2. إنتاج محتوى متنوع وجذاب بصرياً
 - استخدام الفيديوها التفاعلية، الإنفو جرافيك، والبودكاست لاحتواء الجمهور وتقديم المعلومات بطريقة معاصرة وجذابة تشجع على المشاركة والمشاركة الرقمية.
3. التحليل الذكي للبيانات الرقمية لتخصيص المحتوى
 - اعتماد تطبيقات تحليل البيانات الكبيرة وتحليل المشاعر لتخصيص المحتوى وفق اهتمامات وسلوك الجمهور، مما يزيد من فعالية الرسائل الإعلامية وتفاعل الجمهور.
4. الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي بصورة إستراتيجية
 - تعزيز وجود المؤسسة على منصات مثل فيسبوك، إنستغرام، تويتر، ويوتيوب مع استخدام أدوات التخطيط، النشر الآلي، والمراقبة لتحسين الأداء والتفاعل.
5. توظيف الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى والتفاعل

- استخدام روبوتات المحادثة التفاعلية للرد الفوري على استفسارات الجمهور، وأدوات توليد النصوص والفيديوهات والبودكاست تلقائياً لتحسين الإنتاجية وجودة المحتوى.
- 6. الاستفادة من المؤثرين الرقميين
- التعاون مع المؤثرين الذين يمتلكون جماهير كبيرة لتعزيز التفاعل مع المحتوى والتوسع في الوصول إلى شرائح مختلفة من الجمهور بطريقة أكثر مصداقية وجاذبية.
- 7. دمج الإعلام التقليدي مع الرقمي (الإعلام المدمج)
- مزج الوسائط التقليدية مثل التلفزيون مع الرقمية عن طريق حملات متكاملة تستغل نقاط قوة كل وسيلة، مثل استخدام البث المباشر والتغطية عبر وسائل التواصل.
- 8. تطوير حملات تفاعلية وموضوعية
- تنظيم حملات إعلامية تركز على موضوعات محددة تستهدف رفع الوعي أو حشد الدعم لقضايا معينة مع قياس الأداء باستمرار من خلال تطبيقات التحليل الرقمي.
- هذه الاستراتيجيات لا تقتصر فقط على الجانب التقني، بل تشمل التخطيط المسبق والتحليل المتعمق للجمهور، وإنتاج محتوى عالي الجودة، واستغلال التقنيات الحديثة لتعزيز التفاعل والانتشار الإعلامي .
- لتحقيق تحول نوعي وفعل في الإعلام الجامعي في جامعة الملك فيصل، تقدم هذه الإستراتيجية إطاراً شاملاً مبنياً على الاستخدام الذكي للذكاء الاصطناعي، مع تكامل المحاور التقنية والبشرية والتنظيمية، كما يلي:

أولاً: البنية التقنية :

- الاعتماد على منصات الذكاء الاصطناعي المتقدمة
- تطبيق أدوات تحرير الأخبار والتقارير آلياً مثل ChatGPT أو Jasper لتسريع إنتاج البيانات الصحفية والتقارير.
- استخدام روبوتات الدردشة الذكية لخدمة الطلاب وتوفير إجابات فورية للاستفسارات عبر الموقع الرسمي والبوابة الجامعية.
- توظيف تطبيقات تحليل البيانات الضخمة (Big Data Analytics) لرصد توجهات الطلاب ومستوى التفاعل ومتابعة القضايا الجامعية في الزمن الحقيقي.
- دمج منصات لتحليل جودة المحتوى الصوتي والبصري باستخدام الذكاء الاصطناعي في الاستوديوهات الجامعية.

ثانياً : تطوير الموارد البشرية :

- برامج تدريبية رقمية متخصصة
- تنظيم ورش عمل ودورات تطبيقية حول آليات وأخلاقيات الذكاء الاصطناعي لجميع العاملين في الإعلام الجامعي.
- دعم وتشجيع الطلبة الموهوبين للمشاركة في إنتاج وصناعة المحتوى الذكي.
- تأسيس فريق إعلامي مختص بالذكاء الاصطناعي لتطوير تطبيقات وحلول رقمية تناسب خصوصية الجامعة.

ثالثاً : السياسات والحوكمة :

- تطوير سياسات تنظيمية وأخلاقيات استعمال الذكاء الاصطناعي
- صياغة دليل داخلي للحوكمة الأخلاقية يشمل حماية البيانات وسرية مستخدمي النظام.
- اعتماد سياسات شفافة لمراجعة وإدارة المحتوى الناتج بواسطة الذكاء الاصطناعي، مع وجود إشراف بشري تكاملي.
- تفعيل بوابة إلكترونية توثق العمليات وتتيح مراجعة الأداء الإعلامي بناء على مؤشرات قياس رقمية.

رابعاً : إنتاج وتخصيص المحتوى :

- صناعة محتوى إعلامي ديناميكي وتفاعلي
- تطوير إنتاج الفيديوهات التوعوية والدعائية باستخدام مولدات فيديو AI مثل Synthesia أو Lumen5
- تخصيص الرسائل الإعلامية بناءً على تحليل تفاعل المستخدمين عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- تعزيز التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي عبر روبوتات دردشة، وتحليل اتجاهات المتابعين بشكل تلقائي وتقديم محتوى مخصص.

خامساً : الهوية البصرية والإنتاج المرئي :

- تصميم الهويات والعناصر المرئية بذكاء اصطناعي
- استخدام تطبيقات مثل Looka أو Canva AI لتصميم شعارات ومنشورات مطبوعة ورقمية متجددة وموحدة بأسلوب احترافي وفعال.
- مراجعة الهوية البصرية باستخدام برامج ذكاء اصطناعي لرصد التناسق عبر جميع منصات الجامعة الرقمية.

سادساً : الشراكات والتكامل :

- إقامة شراكات تقنية فعالة
- التعاون مع شركات تقنية كبرى (Microsoft AI ، Google AI) لتطوير حلول متقدمة خاصة للجامعة.
- عقد اتفاقيات تبادل خبرات مع جامعات محلية ودولية متقدمة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي الإعلامي.

سابعاً : وحدة ذكاء اصطناعي إعلامي :

- تأسيس وحدة أو مركز ابتكار إعلامي معني بالذكاء الاصطناعي
- تتولى هذه الوحدة تقويم تطبيق الأدوات، تدريب الكوادر، تحديث السياسات، وتبني الابتكار المستمر.
- إجراء بحوث وتقييم ميداني لقياس الأثر وتحسين الأداء الإعلامي بشكل متواصل.

حلول أقسام إدارة الإعلام والعلاقات العامة وتطبيقاتها الذكية

القسم	تطبيقات الذكاء الاصطناعي المقترحة	الوظائف الذكية
الاستوديوهات	كاميرات ذكية، برمجيات تصحيح الصوت/الصورة آلياً، DeepBrain/Synthesia	تصوير فعاليات جامعية ببث مباشر تلقائي مع تتبع الشخصيات، وتوليد فيديوهات قصيرة تلقائياً
العلاقات العامة	تحليلات محتوى وتوجهات (Brandwatch/Meltwater)، روبوت دردشة	رصد سمعة الجامعة على السوشيال ورصد الأزمات والرد التلقائي الفوري
الإعلام الرقمي	منصات توليد نصوص وصور (Jasper، Midjourney)، تطبيقات SEO AI	إدارة حسابات الجامعة ونشر إنفوجرافيك متجدد آلياً وتحسين الظهور في محركات البحث
الهوية البصرية	تصميم شعارات بالذكاء الاصطناعي (Canva AI)، تحليل التناسق (Looka)	تقييم تطبيق الهوية البصرية في الحملات ليلة التخرج وأيام الجامعة
الإنتاج المرئي/المسموع	منصات فيديو وصوت تلقائية (Lumen5، Pictory)، توليف لغوي AI	إنتاج تقارير مرئية دورية ومقاطع صوتية دعائية أو تعريفية للطلاب الجدد بشكل آلي

- إنتاج تجارب رقمية تفاعلية باستعمال الواقع المعزز، مثل تطوير جولة افتراضية ذكية بالتعاون مع الطلاب الموهوبين عبر تطبيق الجامعة.
- تحليل المشاعر والاتجاهات الحية من خلال دمج تطبيقات ذكاء اصطناعي لتحليل التعليقات وتوصيات المحتوى أثناء الأحداث أو الحوارات الافتراضية.
- حملات موجهة ذكية: تخصيص الرسائل الرقمية بناءً على البيانات المحللة، مثل إرسال نشرات إلكترونية تلقائية ومقاطع فيديو خاصة بكل دفعة طلابية أو برنامج أكاديمي.
- توليد وتخطيط تقاويم المحتوى تلقائياً عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (TurboLearn، SEMrush AI)، لتنويع المخرجات وضمان مواكبة الحراك الطلابي والأكاديمي.

فالذكاء الاصطناعي له تأثير كبير ومتعدد الأوجه على التعليم الجامعي، ويشمل ذلك التحسينات التقنية والميدانية والأكاديمية في بيئات التعليم. فيما يلي أهم النقاط التي توضح تأثير الذكاء الاصطناعي على التعليم الجامعي:

- تحسين جودة وكفاءة التعليم: يُمكن للذكاء الاصطناعي تسريع إنتاج المحتوى التعليمي، وتخصيص عملية التعلم حسب احتياجات كل طالب، مما يجعل التعلم أكثر فاعلية ويزيد من تفاعل الطلاب ومستواهم الأكاديمي. تطبيقات مثل منصات التعلم القائمة على الذكاء الاصطناعي تساعد في تقديم ملاحظات وتوصيات شخصية بناءً على أداء الطالب.
- دعم اتخاذ القرار وتحليل الأداء: يعتمد الذكاء الاصطناعي على تحليل البيانات الضخمة وأنماط سلوك الطلاب لتقديم رؤى دقيقة تساعد الأساتذة والإدارة الجامعية في متابعة الطلاب المعرضين لخطر الرسوب أو التسرب مبكرًا، وتمكين التدخل المبكر والدعم.
- أتمتة المهام الروتينية: تقنيات مثل التقييم الآلي وتصنيف الواجبات تساعد في تقليل عبء العمل على المعلمين، مما يتيح لهم التركيز بشكل أكبر على التفاعل الإنساني والإرشاد الأكاديمي.
- تعزيز مهارات التفكير النقدي والإبداعي: أظهرت بعض الدراسات أن التفاعل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل ChatGPT يساهم في تطوير مهارات التفكير النقدي وحل المشكلات لدى الطلاب، إضافةً إلى تعزيز الإبداع.
- خلق تجارب تعلم تفاعلية وشخصية: باستخدام روبوتات المحادثة والمساعدات الافتراضيين، يحصل الطلاب على دعم فوري ومتواصل، مما يسهل التعلم عن بُعد ويجعل العملية التعليمية أكثر حيوية وجاذبية.
- التحديات والاعتبارات الأخلاقية: يظل دمج الذكاء الاصطناعي في التعليم الجامعي يحتاج إلى سياسات واضحة تنظم استخدام التطبيقات، تراعي الخصوصية والشفافية وتعزز التأهيل التدريسي لضمان الاستخدام الأمثل والمستدام.
- أثر الذكاء الاصطناعي في الجامعات السعودية: تشير الدراسات إلى أن أعضاء هيئة التدريس وصناع القرار يرون تأثيرًا إيجابيًا عاليًا للذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء الأكاديمي والإداري، حيث يساهم في رفع جودة وكفاءة التعليم الجامعي في المملكة.
- إنتاج المحتوى التعليمي المتكامل: تم تجربة استخدام الذكاء الاصطناعي في توليد محتوى مقررات دراسية كاملة بسرعة وكفاءة، مما يعزز من إمكانيات توفير موارد تعليمية متطورة وشخصية.
- جهود المملكة العربية السعودية نحو توافر البيئة التكنولوجية الإعلامية بالجامعة لتوظيف الذكاء الاصطناعي :
- وضع نظام معلوماتي متكامل يصعب اختراقه لتطوير المجالات الإعلامية بالإدارة العامة للعلاقات والإعلام بالجامعة .

- توفير كافة التقنيات الحديثة داخل الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بالجامعة واستقطابها من الدول المتقدمة في هذا المجال .
- التعاقد مع أفضل الشركات التكنولوجية الإعلامية لإدارة وتشغيل كافة المجالات الطلابية بالجامعة .
- توفير برامج تستخدم لتحليل وتبويب وتلخيص البيانات واستخراج المعلومات وتقديمها لإدارة الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة .
- توفير المرافق المجهزة داخل كافة الفاعليات والأحداث التي يتم تناولها إعلامياً مستخدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي .
- تقديم كافة برامج الحماية لمنع الاختراق في كافة المجالات الإعلامية الطلابية بالجامعة .
- توفير شبكة اتصال تكنولوجية إعلامية داخل المملكة مرتبطة بجميع المؤسسات الجامعية لضمان سرعة تبادل المعلومات .
- سعي أجهزة المملكة إلى استقطاب كافة المجالات الإعلامية الالكترونية بصفة مستمرة لتحقيق الانفراد في تقديم الفاعليات الطلابية بالجامعة .

ثالثاً : المخرجات :

وهي بمثابة المدخلات بعد إجراء العمليات التشغيلية عليها وتقدير العائد من وراء الإستراتيجية المقترحة ، ومن منطلق أن المنظومة الإعلامية بجامعة الملك فيصل نظام مفتوح يؤثر في البيئة الجامعية ويتأثر بها فإنه يتم التفاعل والتأثير بينه وبين البيئة المحيطة به وهي مجموعة الظروف الداخلية والخارجية وما تتضمنه من تفاعلات متبادلة وعلاقات تأثر وتتأثر به ، ويمكن التعرف على تلك المخرجات تتمثل في :

- **البيئة الداخلية :** والتي تتمثل في زيادة قدرة المنظومة الإعلامية علي تطوير الأنشطة الطلابية واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي .

- **البيئة الخارجية :** وهي التي تتمثل في قدرة المنظومة الإعلامية بإدارة العلاقات العامة والإعلامي بجامعة الملك فيصل على التفاعل مع المجتمع والمؤثرات الخارجية التي تحيط بها والارتقاء بمستواه الفني والتنظيمي من خلال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي .

فيجب أن تحقق المخرجات الخاصة بالإستراتيجية المطلوب منها وأن تستطيع الوفاء بمتطلباتها ، فيجب أن يكون العائد من وراء الإستراتيجية متعدد ومتنوع ، فهناك العوائد الخاصة بالعملية الإدارية والإعلامية وتطويرها من ناحية ، وكذلك تطوير مهارات المنسوبين تجاه وسائل الإعلام والتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي ، وكذلك تحقيق الأهداف التي تسعى إليها المؤسسات الجامعية والإعلامية في إزالة أي نوع من التخبط واللبس في الوسط الجامعي وخاصة في التعامل الأمثل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي .

رابعاً : التغذية المرتدة :

وهي تمثل الجانب الرقابي والذي يقوم بمقارنة مخرجات الإستراتيجية بالأهداف الموضوعية مسبقاً لتحديد درجة تطابق النتائج الفعلية مع النتائج المستهدفة من الإستراتيجية وكذلك تحديد الانحرافات التي تمت تمهيداً لعلاجها .

ثامناً : تقييم الإستراتيجية المقترحة :

عملية تقييم الإستراتيجية من أهم المراحل التي يجب الاهتمام بها ، فالتعرف على جدوي الإستراتيجية يجب التعرف على ما قدمته للمنظومة الإعلامية بجامعة الملك فيصل من إضافة وهل أدى إلى إدراكهم لوظائف الإعلام أما أنها تعتبر مضيعة للوقت ولا جدوي لها ، وهناك العديد من الطرق التي يمكن استخدامها لتقييم عائد الإستراتيجية ويمكن تتبعها في النقاط التالية :

1. التعرف على معارف المنسوبين تجاه الوسائل الإعلامية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي قبل تطبيق برنامج الإستراتيجية سواء من خلال الاختبارات القبليّة التي تتم قبل البدء في تنفيذها أو من خلال إجراء مقابلات مع السادة المنسوبين والمسؤولين للوقوف على الوضع الحالي لهم .
2. تطبيق مبدأ التنمية البشرية المستدامة وذلك من خلال إعداد برامج مرحلية يتم تنفيذها على المنسوبين في أوقات متتابة وذلك للارتقاء بمستوي المنظومة الإعلامية ومتابعة ما تم تنفيذه في البرنامج وما تم ترجمته إلى الواقع الوظيفي أم لا .
3. كم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تم استقطابهم في تنفيذ إستراتيجية التطوير الإعلامي بجامعة الملك فيصل .
4. تطور مجالات البث للأنشطة ومدي جودتها بعد دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي .
5. كم المعلومات والبيانات التي تم تداولها عقب استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتي أدت إلي تعريف الطلاب بالأنشطة وإبراز جدواها .

الاستخلاصات :

1. وضوح أهمية الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل .
2. عدم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل الأمثل بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل .
3. وضوح جودة الأداء الإعلامي بعد استخدام الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل .
4. ضرورة الاهتمام بمتطلبات تطبيق الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل .

5. وجود جهود من المملكة العربية السعودية نحو توافر البيئة التكنولوجية الإعلامية بجامعة الملك فيصل لتوظيف الذكاء الاصطناعي .
6. وجود بعض التحديات التي تواجه تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمنظومة الإعلام الجامعي بجامعة الملك فيصل .
7. الإستراتيجية المقترحة يمكن أن تسهم بدرجة كبيرة في تطوير منظومة الإعلام الجامعي في عصر الذكاء الاصطناعي بالإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل .

مقترحات البحث :

1. اعتماد الاستراتيجية المقترحة لتطوير منظومة الإعلام الجامعي في ضوء تقنيات الذكاء الاصطناعي، مع التركيز على تطبيقها في الإدارة العامة للعلاقات والإعلام بجامعة الملك فيصل، لما لها من دور محوري في تعزيز كفاءة الأداء الإعلامي.
2. تعزيز الوعي المؤسسي بأهمية الذكاء الاصطناعي داخل الجامعات السعودية، وتشجيع استخدامه في المجال الإعلامي الجامعي، باعتباره أداة فعالة لتحديث وتطوير البنية الإعلامية وتحقيق التميز المؤسسي.
3. التركيز على استقطاب الكفاءات الإدارية المؤهلة لتطبيق آليات الذكاء الاصطناعي داخل المنظومة الإعلامية الجامعية، بما يضمن تحقيق الأهداف المرجوة بكفاءة وفاعلية.
4. تحفيز القيادات العليا في إدارات الإعلام الجامعي على تبني الذكاء الاصطناعي كأداة إستراتيجية لتطوير الأداء المؤسسي وتعزيز جودة المحتوى الإعلامي والتفاعل مع الجمهور.
5. تنظيم اجتماعات دورية وتفاعلية لمنسوبي منظومة الإعلام الجامعي لمتابعة تطورات العمل، وتوجيههم نحو الاستفادة المثلى من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تنفيذ المهام المختلفة.
6. وضع معايير دقيقة وواضحة لتقييم الأداء تعتمد على مدى تفعيل أدوات الذكاء الاصطناعي، مع مراعاة ملائمة هذه المعايير لقدرات ومهارات العاملين ومتطلبات طبيعة العمل الإعلامي.
7. تنفيذ برامج تدريبية متخصصة في الذكاء الاصطناعي لمنسوبي منظومة الإعلام الجامعي، بهدف تطوير مهاراتهم التقنية والإعلامية، ورفع كفاءتهم المهنية في التعامل مع أدوات وتقنيات الإعلام الرقمي الحديثة.
8. إشراك منسوبي إدارة الإعلام الجامعي في المؤتمرات والمعارض الدولية المتخصصة في الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي، بما يساهم في الاطلاع على أحدث التجارب والخبرات العالمية، ويعزز من فرص تطوير الأداء المؤسسي وفق أفضل الممارسات العالمية.

المراجع

أولاً : المراجع العربية :

1. اسحق، ايرين عطية (2020). إمكانية تطبيق معلمي التربية الفنية بالمرحلة الإعدادية بمحافظة المنيا لمهارات توظيف الذكاء الاصطناعي في التعليم ، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية ، العدد 31 ، كلية التربية النوعية ، جامعه المنيا .
2. ال مسعد، فاطمة زيد (2023). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم من وجهة نظر معلمات المرحلة الثانوية ، المجلد 11 ، العدد 1 ، مسلسل العدد (21) ، يونيو.
3. البشر، منى بنت عبدالله بن محمد (2020). متطلبات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تدريس طلاب وطالبات الجامعات السعودية من وجهة نظر الخبراء ، مجلة كلية التربية ، المجلد 20 ، العدد 2 ، كلية التربية ، جامعة كفر الشيخ .
4. الخبيري، صبرية محمد عثمان (٢٠٢٠). درجة امتلاك معلمات المرحلة الثانوية بمحافظة الخرج لمهارات توظيف الذكاء الاصطناعي في التعليم ، دراسات عربية في التربية وعلم النفس ، رابطة التربويين العرب ، (119) .
5. الصبحي، نور عبد العزيز (2020). الذكاء الاصطناعي في التعليم العالي بالمملكة العربية السعودية ، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية ، المجلد 4 ، العدد 17 ، يوليو.
6. العنزي، بدرية بنت خلف بن حمدان (2023). رؤية مستقبلية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في كلية التربية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في ضوء متطلبات تكنولوجيا الأداء البشري ، مجلة جامعة حفر الباطن للعلوم التربوية والنفسية ، السعودية ، أبريل .
7. الفراني، لينا ، الحجيلي، سمر (2020). العوامل المؤثرة على قبول المعلم لاستخدام الذكاء الاصطناعي في التعليم في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) ، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية 4 (14) .
8. الفقيه، حليلة حسن (2023). واقع استخدام طالبات كلية الدراسات العليا التربوية بجامعة الملك عبد العزيز لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في ضوء بعض المتغيرات ، مجلة العلوم التربوية والنفسية ، 19 (1) ، المركز القومي للبحوث غزة ، فلسطين .
9. الكحلوت، أحمد ، المقيد، سامر (2017). متطلبات توظيف الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية في الجامعات الفلسطينية ، مؤتمر التعلم الذكي ودوره في خدمة المجتمع ، جامعة القدس المفتوحة ، فلسطين.
10. المهدي، مجدي صلاح (2021). التعليم وتحديات المستقبل في ضوء فلسفة الذكاء الاصطناعي ، مجلة تكنولوجيا التعليم والتعلم الرقمي ، قسم أصول التربية ، كلية التربية ، جامعة المنصورة ، نوفمبر .
11. بكر، عبد الجواد السيد (2019). الذكاء الاصطناعي وسياساته وبرامجه وتطبيقاته في التعليم العالي من منظور دولي بجامعة الأزهر ، مجلة التربية ، العدد 184 ، الجزء 3 ، كلية التربية ، أكتوبر .
12. دريال، كريمة (2018) : دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ، قسم الإعلام والاتصال ، جامعة دموالي الطاهر سعيدو ، الجزائر .
13. شحاتة، نشوى رفعت (2022). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية ، مجلة الجمعية المصرية للكمبيوتر التعليمي ، المجلد 10 ، العدد 2 ديسمبر ، كلية التربية ، جامعة دمياط .
14. شلتوت، محمد (2023). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، الرياض ، المملكة العربية السعودية .
15. عبد العزيز، هاشم فتح الله (2020). رؤية مستقبلية لتطوير منظومة التعليم في ظل الثورة الصناعية الرابعة th4iR الذكاء الاصطناعي AI ، مجلة إبداعات تربوية ، العدد 15 ، 112 .
16. عقيل، أميرة عبد الرقيب محمد (2012). تصور مقترح لتطوير إدارة مؤسسات رياض الأطفال بالجمهورية اليمنية في ضوء مدخل إدارة الجودة الشاملة ، رسالة ماجستير ، كلية التربية ، جامعة القاهرة.

17. فيصل، س ، ف (2020) : دور إعلانات محاللات التوعية الصحية في وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز مشاركة المجتمع السعودي ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان ، العدد التاسع عشر .
18. قره ، ع (2022) : حملات التوعية الإعلامية الالكترونية الصحية ودورها في ترسيخ الثقافة الصحية ، جامعة الانتساب ، محمد لمين دباغين .
19. كشيد، ايمان (2019) : دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية المرورية قناة الجزائرية الثالثة "نموذجاً" ، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية .
20. محجوب، عصام جابر رمضان (2021). واقع تطبيق معلمي المرحلة الثانوية بالمملكة العربية السعودية لمهارات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالعملية التعليمية ، مجلة عجمان للدراسات والبحوث ، المجلد 20 ، العدد 2 (31 ديسمبر) ، الإمارات العربية المتحدة .
21. مضوي، مسلم عبد القادر (2023). واقع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم العام بالمملكة العربية السعودية ، المجلة العربية للمعلومات وأمن المعلومات ، المجلد 4 ، العدد 13 ، المسلسل للعدد 13 ، أكتوبر .

ثانياً : المراجع الأجنبية :

22. Aldosari, S. (2020). The Future of Higher Education in the Light of Artificial Intelligence Transformations. International Journal of Higher Education, 9(3), 145-151
23. Faggella, D. (2019). Artificial Intelligence in the Classroom. Interface Magazine, Available at: <https://interfaceonline.co.nz/>
24. Koustuv saha, e. (2019). A computational STUDY of mental health awareness campaigns on social media. society of Behavioral medicine journal.
25. Popenici, S.A., & Kerr, S. (2017). Exploring THE impact of artificial intelligence on teaching and learning in higher education Research and Practice in Technology Enhanced Learning, 12(1), 22.
26. Schroer, A. (2022, Sep19). What Is Artificial Intelligence (AI)? How Does AI Work?. builtin. <https://builtin.com/artificial-intelligence>
27. Southgate, E., et al (2019). Artificial Intelligence and Emerging Technologies in Schools: A research report, Newcastle: University of Newcastle, Australia.
28. Vansoon, A. (2010). Facebook And The Invasion Of Technological communities. N.Y , Newyork.
29. Wallace, L. (2011). sporting Facebook : A Content Analysis Of NCAA organization Sport pages and big. 12 Conference Athletic Department Pages , International Journal Of sport communication, 422-444.
30. Wang, S., Yu, H., Hu, X., & Li, J. (2020). Participant or spectator? Comprehending the willingness of faculty to use intelligent tutoring systems in the artificial intelligence era. British Journal of Educational Technology, 51(5), 1657-1673