

التغيرات المنهجية في بحوث الإعلام المتعلقة بإشكاليات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي: دراسة وصفية تحليلية على عينة من البحوث المنشورة *Methodological Changes in Media Research Related to Issues of Digital Transformation and Artificial Intelligence: A Descriptive and Analytical Study of a Sample of Published Research*

د. دحماني سمير

جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة ، s.dahmani@univ-dbk.m.dz

تاريخ النشر: 2025 / 03 / 31

تاريخ القبول: 2025 / 03 / 15

تاريخ الاستلام: 2025 / 01 / 19

ملخص:

حاولت الدراسة تحليل التغيرات المنهجية في بحوث الإعلام المتعلقة بإشكاليات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، والتي كانت عبارة عن مقالات منشورة في مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، من أجل ذلك اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت أداة تحليل المحتوى في جمع البيانات، كما صنفتم ضمن البحوث الوصفية، وتمثل أسلوب العينة في كل من الأسلوب القصدي وأسلوب العينة المتعددة المراحل، وقد كشف التحليل عن مجموعة من النتائج، أبرزها وجود تركيز على إشكاليات التحول الرقمي، كما هيمنة البحوث الوصفية والمنهج المسحي إضافة إلى أداة الاستمارة وتحليل المضمون، ودلت النتائج على وجود تغير ملحوظ في أولويات الباحثين حيث أصبح التركيز على المواضيع المستجدة والمرتبطة بالتحول الرقمي مع نقص المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، كما لم يسجل تغير ملحوظ في طرق منهجية جديدة واستمرار الاعتماد على الطرق التقليدية.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، الذكاء الاصطناعي، بحوث الإعلام، الإجراءات المنهجية، الإعلام التقليدي

Abstract:

The study aimed to analyze methodological changes in media research related to issues of digital transformation and artificial intelligence. The research sample consisted of articles published in Al-Risala Journal for Media Studies. To achieve this, the study adopted the survey method and utilized content analysis as a data collection tool. It was classified as a descriptive study, employing both purposive sampling and multi-stage sampling techniques

The analysis revealed several key findings, most notably a strong focus on issues of digital transformation, alongside the dominance of descriptive research and the survey method, in addition to the use of questionnaires and content analysis. The results also indicated a significant shift in researchers' priorities, with an increasing focus on emerging topics related to digital transformation, while studies on artificial intelligence remained limited. Moreover, there was no notable shift toward new methodological approaches, as traditional methods continued to be widely used.

Keywords: Digital Transformation; Artificial Intelligence; Media Research; Methodological Procedures; Traditional Media.

أ. مقدمة

يعرف عالم اليوم تحولات عميقة نتيجة التقدم التكنولوجي الكبير والمتسارع، والتي أفرزت تحولا رقميا وسرعت من ظهور وانتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي، إضافة إلى توسع استخدامات هذه المبتكرات لتعيد تشكيل بنية المجتمعات مما جعلها تؤثر على مختلف مجالات الحياة، هذه التحولات أفرزت العديد من الإشكاليات البحثية المعقدة التي عالجتها مختلف التخصصات العلمية، من بينها علوم الإعلام والاتصال، حيث اتجهت العديد من البحوث في هذا التخصص العلمي لدراسة الإشكاليات المرتبطة بهذه التحولات منها ما يتعلق مثلا بالخصوصية، والأخبار المزيفة، والتأثير على الرأي العام وفهم آليات عمل تقنيات الذكاء الاصطناعي كالخوارزميات، ومختلف الظواهر المستحدثة التي ظهرت نتيجة لهذه التطورات، والتي أثرت على مختلف الأنشطة البشرية.

تسعى بحوث الإعلام والاتصال في الغالب لمحاولة فهم تأثير هذه التحولات والعمل من أجل حل هذه المشكلات من خلال البحوث العلمي، وهذا باعتماد مختلف المناهج والأدوات التي تمكن من الوصول إلى نتائج علمية مقنعة، وعليه تحاول الدراسة أن تبرز كيف يمكن دراسة هذا الواقع الجديد الذي يفرضه التحول الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي واستعراض مختلف الأساليب والمقاربات البحثية المعتمدة في ذلك، والعمل على استعراض الاتجاهات الموضوعية والمنهجية في بحوث الإعلام والاتصال التي عالجت الإشكاليات المرتبطة بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي كظواهر مستجدة، أيضا تشخيص الفجوات البحثية المنهجية في هذه الدراسات ورؤية مدى فاعليتها في معالجة هذه المشكلات، مع التركيز على أهمية ضرورة إيجاد وتطوير مقاربات بحثية ومنهجية تسير هذا التحول من أجل تطوير طرق البحث العلمي.

انطلاقا مما سبق نطرح التساؤل الرئيس الآتي: ما هي التغيرات المنهجية في بحوث الإعلام والمتعلقة

بمعالجة إشكاليات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي والمنشورة في مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية؟

من أجل الإجابة عن هذا التساؤل نطرح التساؤلات التالية:

1. ما أهم المواضيع والأفكار الرئيسية التي تركز عليها بحوث الإعلام المتعلقة بإشكاليات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي؟
2. ما أهم المناهج وأدوات البحث المعتمدة في بحوث الإعلام المتعلقة بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي؟
3. هل أدى التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي إلى تغير أولويات الباحثين في علوم الإعلام؟
4. هل أدى معالجة مواضيع التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي إلى ظهور طرق منهجية جديدة في معالجة الإشكاليات المتعلقة بهذا التحول؟

II. أهمية الدراسة:

تكمّن أهمية الدراسة في استكشاف الاتجاهات المنهجية المعتمدة في دراسة الإشكاليات المرتبطة بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، إضافة إلى توجيه جهود البحث العلمي وجهود الباحثين نحو إشكاليات ومواضيع أكثر ارتباطا بالقضايا الآنية، وتوجيه جهودهم نحو أولويات بحثية تتماشى وهذا التحول، كما تكمّن أهمية الدراسة في تحديث مناهج وطرق وأدوات البحث العلمي لتساير هذه التغيرات، وتقديم مراجعة نقدية لما تم انجازه من خلال الأدبيات السابقة على المستوى المنهجي، كما أن دراسة الاتجاهات البحثية من شأنه أن يساهم في معرفة قيمة النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسات، فكثيرا ما تتأثر نتائج البحث بالاختيارات المنهجية التي اعتمدها الباحث في دراسته، وهذا من حيث ملائمتها لطبيعة المشكلة المدروسة وأهدافها، ومن حيث أيضا قدرة الباحث في التحكم علميا، أي من ناحية القدرة على التوظيف، وهذا كله يرتبط في الأساس بخبرة الباحث، إضافة إلى كثرة اطلاعه على الدراسات السابقة.

III. أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة محل البحث للوصول إلى أهداف عامة تخص البحث العلمي، كتفسير وفهم الظاهرة والوصول إلى الحقيقة، والدراسة الحالية لا تختلف عن هذا المسعى أي محاولة الوصول إلى فهم وتفسير إشكالية موضوع الدراسة، كما تهدف إلى الوصول لجملة من الأهداف وهذا حسب موضوع الدراسة وهي كالآتي:

1. التعرف على أهم المواضيع والأفكار التي ركزت عليها بحوث الإعلام في معالجتها لمواضيع التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي.
2. التعرف على درجة تأثير هذا التحول على أولويات الباحثين في تناولهم للمشكلات التي تنتهي لعلوم الإعلام والاتصال.
3. التعرف على أهم المناهج والأدوات المعتمدة في بحوث الإعلام التي تتناول مشكلات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي.
4. محاولة التعرف على تأثير تناول مواضيع التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي على ظهور طرق منهجية جديدة.
5. الوقوف على أهم الفجوات المنهجية والبحثية في دراسة هذه المواضيع.
6. تحديد مدى فاعلية المناهج والأدوات التقليدية المعروفة في دراسة هذه المواضيع، وتقديم نقد علمي يمكن من تحديد جوانب القوة والضعف في الإجراءات المنهجية المتبعة.

IV. تعريف مفاهيم الدراسة إجرائيا:

المفهوم هو مصطلح يعبر عن فكرة مجردة تتكون نتيجة التعميم من الجزئيات وتجميع الملاحظة المرتبطة (زغيب، 2009، صفحة 51)، ويحدد التعريف الإجرائي الإجراءات التي تتبع لاختبار ولقياس المفهوم (ويمرو دومنيك، 2013، صفحة 40)، ورغم الأهمية العظمى للتعريفات الإجرائية إلا أن المعنى الذي نحصل عليه من هذه التعريفات معنى محدود التكوينات، فلا يوجد تعريف إجرائي قادر على إعطاء تعريف كامل للمتغيرات بمعنى استقرار المعنى العلمي الكامل للمفهوم (أبوعلام، 2014، صفحة 51)، وعليه فالدراسة الحالية تحتوي على مجموعة من المفاهيم وجب تعريفها من الناحية الإجرائية في حدود هذه الدراسة، وهذا تحقيقا للشروط المنهجية التي تفرض مثل هذه الإجراءات، وفيما تعريف لأهم المفاهيم:

1. التغيرات المنهجية:

يشير مفهوم التغيرات المنهجية في الدراسة إلى مختلف الإجراءات المنهجية المعتمدة في دراسة الظواهر والمشكلات المتعلقة بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، والتي تتضمن نوع وتصنيف الدراسة، بما في ذلك المناهج المعتمدة سواء كانت كمية أو كيفية وغيرها من أنواع البحوث، أيضا أدوات البحث التي تم توظيفها في جمع البيانات، وهذا من أجل رؤية مدى ثبات أو تغير في هذه الإجراءات المنهجية.

2. بحوث الإعلام:

تمثل مختلف البحوث العلمية التي تهدف إلى دراسة الإشكاليات المرتبطة بتخصص علوم الإعلام والاتصال، والتي تتعلق بعناصر العملية الاتصالية، وكذا تحليل دور وتأثير وسائل الإعلام ووظائفها، شريطة التركيز على الإشكاليات الجديدة الناجمة عن التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، واستكشاف التأثيرات والأدوار التي ظهرت نتيجة هذه التحولات التكنولوجية.

3. التحول الرقمي:

يشير إلى الدمج الكبير للتكنولوجيا الرقمية في مختلف النشاطات المتعلقة بميدان الإعلام والاتصال، وتبني الأدوات الرقمية في إحداث تغييرات جوهرية في طرق العمل والوظائف والتفاعل وتحسين الخدمات وتقليل

الاعتماد على الطرق التقليدية في عمل وسائل الإعلام والمؤسسات الإعلامية، وفي طرق التعرض للمحتوى الإعلامي.

4. الذكاء الاصطناعي:

يشير مصطلح الذكاء الاصطناعي في هذا المقال إلى مختلف التطبيقات والأنظمة المستخدمة لمحاكاة الذكاء البشري وجعلها قادرة على التعلم والتفكير واتخاذ القرارات المختلفة باستقلالية باعتماد خوارزميات التعلم الآلي، مثل إنشاء الفيديوهات والصور، والتنبؤ باحتياجات الزبائن في ميدان التسويق، وإنتاج المحتوى في ميدان الإعلام حسب تفضيل الجمهور، ومعالجة البيانات، وإنتاج المحتوى الإعلامي وغيرها من التطبيقات المستخدمة، سواء كانت الاستخدامات ايجابية أو سلبية كالتزييف وإنشاء الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، والتلاعب في التحليل البيانات المتعلقة بالجمهور والمستخدمين، وتقييد الحريات من خلال الرقابة والتعدي على الخصوصية من خلال استغلال البيانات الشخصية للأفراد.

أولاً: بحوث الإعلام والاتصال:

تعتمد دراسة المشكلات المختلفة في حقل علوم الإعلام والاتصال على اختيارات منهجية لم تتغير على مر السنوات، رغم ما يعرفه هذا المجال من إشكاليات يصعب حصرها، فتصنيفات أنواع البحوث يكاد السواد الأعظم من الدراسات الخاصة بالمنهجية لا تختلف في ذكرها وتصنيفها، وكذلك الأمر بالنسبة لأنواع المناهج وتصنيفاتها، وهذا ما نجده مع أدوات جمع البيانات، كما أن هذه الاختيارات المنهجية لم تكن يوماً خاصة بهذا التخصص العلمي، وما يزيد من استشكل ذلك أكثر هو كثرة الاختلافات والخلافات المنهجية حول تسمية وتصنيف الكثير من هذه الإجراءات المنهجية كأنواع البحوث وأنواع المناهج وغيرها، وهذا ما يشكل في حد ذاته إشكالية بالنسبة لمن يقوم بدراسة مشكلة علمية ما تنتهي لهذا التخصص.

تتصف المشكلات والظواهر المرتبطة بعلوم الإعلام والاتصال بعدد من الخصائص والصفات ومن بينها الآتي: (عبد الحميد، 2000، الصفحات 9-10)

- أنها ذات طبيعة ديناميكية تتسم بالتغير والتدفق المستمر، لارتباطها بالعملية الإعلامية ذاتها التي تتسم بهذه السمات.
- أنها ذات طبيعة اجتماعية حيث لا تعمل بمعزل عن حركة السياقات والنظم الاجتماعية الأخرى، وتتأثر بها.
- تتسم العلاقة بين عناصرها أو بينها وبين الظواهر الاجتماعية الأخرى بالتأثير المتبادل، بحيث تحتاج ضبط العلاقة بين هذه العناصر أو بين الظواهر إلى جهد بحثي كبير لمعرفة اتجاهات التأثير أو التفرقة بين الأسباب والنتائج على سبيل المثال تحديد اتجاه الأثر بين خصائص الدوق العام للجمهور المتلقين وخصائص المنتج الإعلامي يحتاج إلى جهد بحثي كبير لمعرفة السبب والنتيجة بين هذين العنصرين وهكذا.
- ويرتبط بالسمة السابقة صعوبة التحكم في عناصر الظاهرة الاجتماعية والسلوكية وذلك لتأثير خصائص العملية الإعلامية أو الاتصال بال جماهير ذاتها، التي تتسم بضخامة حجم المتلقين وانتشارهم وتشتتهم وعدم تجانسهم بالإضافة إلى التغير المستمر في اتجاهات التعرض ...، وغيرها من الأبعاد التي يصعب السيطرة عليها والتحكم فيها.

- صعوبة عزل تفسير الظاهرة الإعلامية في مقدمات هذا التفسير، وبصفة خاصة تأثر ذاتية الباحث في التفسير واتجاهاته، مما يشير إلى تعدد التفسيرات الخاصة بالظاهرة الإعلامية الواحدة بتعدد الباحثين واتجاهاتهم، حيث يصعب الضبط الكمي الدقيق في دراسة هذه الظاهرة.

ثانيا: التحول الرقمي، المفهوم والإسهامات:

يعني التحول الرقمي " الطريقة التي يتم بها إعادة هيكلة العديد من مجالات الحياة الاجتماعية حول البنية التحتية للاتصالات والاتصالات الرقمية (الحداد و محمد ابراهيم، 2021، صفحة 24)، كما يعرف التحول الرقمي (Dijital Transformation) على أنه استخدام التكنولوجيا الرقمية في تقديم الخدمات أو الأعمال من خلال استبدال العمليات اليدوية أو غير الرقمية إلى أخرى رقمية أو تغيير التقنيات الرقمية القديمة بأخرى أحدث، وقد بدأت ظاهرة التحول الرقمي منذ ظهور الحواسيب وازدادت انتشارا شكل مضطرد مع ظهور الانترنت (النحاس و طارق دبا، 2022، صفحة 1504)، وعليه فإن ما يعنيه التحول الرقمي هو استخدام تكنولوجيا وتقنيات حديثة لتحويل الأنشطة والأعمال التقليدية التي تخص مختلف القطاعات والمجالات، الأمر الذي يعزز من كفاءة الخدمات، فكل من الذكاء الاصطناعي، و الحوسبة والانترنت وغيرها تعتبر أدوات رقمية توظف وتعتمد في هذا التحول الرقمي، ولا يكفي تبني التقنيات والتكنولوجيا الحديثة لنتحدث عن تحول رقمي، بل لابد من أن تواكب مختلف الأعمال والأنشطة هذا التحول وجعلها تتناسب معه، ولابد من وجود ثقافة تقبل لدى الأفراد وهذا أمر بالغ الأهمية في عملية التحول الرقمي.

يساعد التحول الرقمي على تحقيق العديد من الخصائص ومن أهم تلك الخصائص ما يلي: (محمد و الغبيري، 2020، صفحة 16)

- قدرتها على التكيف Adaptability مع بيئة الأعمال التي تتسم بسرعة التغير والتنوع.
- التميز Excellent حيث تمتلك جميع مقومات التفرد اللازمة للقدرة التنافسية.
- التقنية العالية حيث تزود بتقنية معلوماتية عالمية التصنيف .
- عابرة للحدود حيث تطرح خدماتها بشكل تكاملي يمكن أن تستفيد منه.
- وجود بناء شبكي بسبب طبيعة عملها وارتباطها خارجيا ومحليا وعالميا
- تحقق مبدأ الشفافية والنزاهة نتيجة لوضوح الأدوار والمسؤوليات والأهداف، واتخاذ العديد من القرارات يوميا دون اعتماد التسلسل الهرمي التقليدي.

1. إسهامات التحول الرقمي:

- اعتماد التحول الرقمي بتقنياته المختلفة له إسهامات عديدة، منها الآتي:
- يسهم التحول الرقمي تقليل الجهد والوقت، حيث يسمح بأداء أفضل بالمقارنة مع الأعمال التقليدية ليصبح أكثر إنتاجية بجهد وزمن أقل
- زيادة الفاعلية في الأداء وفي مخرجات العمليات الإنتاجية والخدمات.
- كما يسهم في تقليل التكاليف الخاصة بالموارد التقليدية.
- تسهيل المهام والأنشطة.
- يسهم في تنوع الخدمات من خلال العمليات الإبداعية التي يشجعها إلى جانب الابتكار
- المرونة في العمل وفي اتخاذ القرارات.
- الاستجابة السريعة حسب الظروف حسب الاحتياجات
- يسهم في توفير الأمن وحماية البيانات

9. تحليل البيانات الضخمة بسرعة وبدقة أكبر.
 10. توفير بيانات دقيقة ومضبوطة الأمر الذي يساهم في اتخاذ قرارات صائبة وسريعة.
 11. الإسهام في التنمية المستدامة من خلال التقليل من الاعتماد على الموارد الطبيعية.
- هذا بعض ما يمكن أن يحققه التحول الرقمي بالنسبة لمختلف الكيانات التي تعتمد مثل المؤسسات التعليمية والاقتصادية والصحية وغيرها.
2. في مجال الإعلام والاتصال:
- عرف الإعلام كغيره من القطاعات تغيرات بفضل التحول الرقمي، حيث أسهم في:
1. سهولة الوصول إلى المحتويات الإعلامية وبالمقارنة مع ما كان مفروضا مع الإعلام التقليدي.
 2. إمكانية تفاعل الجمهور مع المحتويات الإعلامية من خلال التعليق وإبداء الرأي.
 3. تنوع مصادر الخبر والمعلومة والتي كانت حكرًا على وسائل الإعلام التقليدية وبالتالي وجد الجمهور بديلاً عنها.
 4. الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي في كتابة المقالات والتقارير الإخبارية،
 5. تقليل الجهد والوقت المبذول في التحرير والكتابة بالنسبة للصحفيين.
 6. تقليل تكاليف الطباعة والنشر.
 7. ظهور صحافة المواطن حيث أصبح الفرد صحفياً صانع للمحتوى وبروز الإعلام الفردي.
- هذه بعض ما عرفه مجال الإعلام والاتصال بفضل التحول الرقمي وسيتم التعرض إلى عناصر أخرى في العنصر الموالي المتعلق بالذكاء الاصطناعي.
- وعليه من خلال ما سبق نستنتج أن أبعاد التحول الرقمي متنوعة، حيث نجد البعد البيئي المتمثل في تحقيق التنمية المستدامة من خلال التقليل من استهلاك الموارد الطبيعية مثلاً، إضافة إلى البعد الاقتصادي من خلال القدرات الإنتاجية والخدماتية لمختلف المؤسسات، أيضاً بعد أمني متمثل في تعزيز الأمن وحماية البيانات، وغيرها من الأبعاد التي يضمها التحول الرقمي.
- ثانياً: الذكاء الاصطناعي، المفهوم والتطبيقات:**
- اجتذب الذكاء الاصطناعي اهتماماً متزايداً على مدار العقد الماضي من قبل العلماء والممارسين، ويمكن وصف الذكاء الاصطناعي باختصار بأنه قدرة أجهزة الحاسبات على أداء الوظائف المعرفية، مثل الإدراك والاستدلال والتعلم وحل المشكلات التي ترتبط عادة بالعقول البشرية من الناحية العلمية، كما يشير الذكاء الاصطناعي إلى استخدام أجهزة الحاسبات لتقليد تفكير الدماغ البشري وتعلمه وتخطيطه، وأنشطة التفكير الأخرى (عبيد، 2024، صفحة 100)، ينظر إلى الذكاء الاصطناعي على أنه " ذلك الفرع من علوم الحاسوب (Computer Science) الذي يمكن بواسطته خلق وتصميم برامج للحاسبات التي تحاكي أسلوب الذكاء الإنساني لكي يتمكن الحاسب من أداء بعض المهام بدلاً من الإنسان والتي تتطلب التفكير والتفهم والسمع والتكلم والحركة، والتي ترجع بدايته إلى التحول من نظم البرمجة التقليدية بعد الحرب العالمية الثانية إلى استحداث برامج للحاسبات تتسم بمحاكاة الذكاء الإنساني في إجراء الألعاب ووضع الحلول لبعض الألغاز والتي أدت إلى نظم أكبر للمحاكاة، والتي تبلورت بعد ذلك وأصبحت نظماً للذكاء الاصطناعي (الشرقاوي، د س ن، صفحة 23)

يقسم الذكاء الاصطناعي إلى نوعين أحدهما الذكاء الاصطناعي المعروف بالضيق (Narrow AI) وهو المطبق حالياً في المؤسسات العلمية والصناعية وفي كافة المجالات كالطبية والمالية والزراعية والإعلانات والترجمة وحتى الفن كالموسيقى والرسم، بالإضافة إلى المجال العسكري، ويتم تعريف الذكاء الاصطناعي الضيق على أنه نوع محدد من الذكاء الاصطناعي تتفوق فيه التكنولوجيا على البشر في بعض المهام المحدد بدقة شديدة، أما النوع الثاني فهو الذي يعرف بالذكاء الاصطناعي العام (General AI) وهو الذي يسمح للآلة بتطبيق المعرفة والمهارات في سياقات مختلفة، وهذا يعكس بدقة الذكاء البشري من خلال توفير فرص التعلم الذاتي وحل المشكلات، فالذكاء الاصطناعي العام يمكن أن يفهم ويفكر ويتخذ القرارات، على عكس الذكاء الاصطناعي الضيق، الذي يركز على مجموعة فرعية واحدة من القدرات المعرفية (سلمان، د س ن، صفحة 17)

تعد خوارزميات التعلم الآلي من العناصر الأساسية في تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث يعزز القدرة على تحليل البيانات واستخراج الأنماط منها، مع زيادة حجم البيانات المتاحة، تزداد الحاجة لاستخدام خوارزميات التعلم، والتي تتنوع بين الإشرافية وغير الإشرافية، الأساليب الإشرافية مثل التصنيف والانحدار، تستخدم لمعالجة العديد من المشكلات، حيث تعتمد على مجموعة بيانات معروفة لتعلم الأنماط باستخدام هذه الخوارزميات، يمكن للنظام تحسين دقة التنبؤات والتحليلات المستخدمة في تطبيقات مختلفة، مما يجعلها أداة فعالة في استراتيجيات معالجة البيانات (عبدالخالق و وآخرون، 2024، صفحة 27)

هناك ثلاث خوارزميات تعمل بطرق مماثلة: (ابراهيم، 2024، صفحة 07):

1. التعلم تحت إشراف: خوارزميات ببيانات تدريب معلمة بوضوح، مما يسمح للبرنامج بالتعلم من هذه البيانات.
2. التعلم بدون إشراف: خوارزميات ببيانات تدريب غير معلمة، مما يجبرها على التعلم بشكل مستقل عن التسمية.
3. التعلم المعزز: خوارزميات تتعلم من خلال استلام بيانات التغذية الراجعة من إجراءاتها السابقة.

2. تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام:

عرف مجال الإعلام كغير من المجالات تغيرات بفضل تقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة، حيث أصبح اعتماده المتزايد يؤثر بشكل ملحوظ سواء في صناعة المحتوى الإعلامي، أو رصد مختلف الاتجاهات، وجمع الأخبار المختلفة وتحليلها، إضافة إلى تحليل البيانات، وغيرها من التطبيقات، وبالتالي لم يعد مجال الإعلام بمنأى عن هذه التغيرات، ولعل هذا ما قد يزيد من قوة تأثيره على الجمهور والرأي العام، ومن بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام نجد:

- تمكن تطبيقات الذكاء الاصطناعي من تحليل ردود الجمهور ما يمكن من التعرف على آرائهم اتجاه ما ينشر من محتويات.
- إنتاج محتوى تفاعلي يسمح للجمهور من التفاعل الآني.
- تمكين العاملين في مجال الصحافة من توقع المواضيع والأخبار التي تثير اهتمامات الجمهور أكثر من غير ما يسمح من التركيز عليها.
- استخدامه في مجال الإعلانات من أجل ضبط كل ما له علاقة بالمحتوى والإخراج حسب تفضيلات الجمهور.
- تحليل البيانات المتعلقة بالجمهور من أجل صناعة محتوى يتوافق مع تفضيلاتهم واهتماماتهم.
- الكشف عن الأخبار الكاذبة والمغلوطة، وكشف التزييف سواء في الصور أو الفيديوهات.

- التفاعل مع الجمهور من خلال الرد عن أسئلتهم والردشة معهم في مختلف القضايا.
 - تحرير المحتوى الإعلامي وتحسين جودة المخرجات.
 - توليد الأخبار من خلال البيانات وكتابتها حسب النوع الصحفي المرغوب.
- وعليه فالذكاء الاصطناعي " يساهم في إعادة تعريف كيفية تفاعل وسائل الإعلام مع جمهورها، وتساعد تحليلات الذكاء الاصطناعي الصحفيين في فهم تفضيلات القراء، مما يمكنهم من إنشاء محتوى يتماشى مع اهتماماتهم وسلوكهم، وهذا التخصيص لا يزيد فقط من تفاعل المستخدمين، بل يعزز أيضا من مجتمع أكثر تواصلًا وإطلاعًا، وتلعب هذه التكنولوجيا دورًا حاسمًا في مكافحة المعلومات المضللة، حيث توفر أدوات للتحقق من الحقائق وتدقيق المصادر على نطاق غير مسبوق (ابراهيم، 2024، صفحة 13)
- هذه بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلامي، حيث ستزايد وستحدث تحولات كبيرة مستقبلا بشكل لا يمكن تصوره، رغم لأن العديد من الدراسات تناولت التأثيرات السلبية للذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، منها ما يتعلق بانتشار الأخبار الكاذبة والمغلوبة، إضافة إلى التزييف العميق ما يؤثر على دقة ومصداقية المحتوى وبالتالي يقلل من ثقة الجمهور.
- أيضا التأثير على قدرات الفرد الفكرية والإبداعية وتنامي روح الاتكال، يضاف إلى ذلك التعدي على خصوصية الأفراد خاصة ما تعلق باستخدام البيانات الشخصية من أجل التعرف على التفضيلات والاهتمامات وهو من أهم التحديات الأخلاقية التي يطرحها استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، أيضا التحيز الخوارزمي في تناول قضايا الأقليات والعرقية وبعض الأخبار التي يتم تناولها بشكل متحيز، وغيرها من التحديات التي يطرحها استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.
- وعليه فإن تأثير الذكاء الاصطناعي سيكون على كافة عناصر العملية الإعلامية، سواء من الناحية الإيجابية أو السلبية، وينبغي دراسة كل عنصر على حدة، وهذا ما تتعرض إليه مختلف بحوث الإعلام والاتصال التي تهتم بدراسة المواضيع المتعلقة بالذكاء الاصطناعي.
- ٧. الإجراءات المنهجية للدراسة:**

تسعى الدراسة كما تقدم سابقا إلى محاولة فهم الاتجاهات المنهجية المعتمدة في الدراسات السابقة التي تناولت إشكاليات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، ومن أجل فهم هذه الاتجاهات اعتمد على إجراءات منهجية محددة وهذا ما تفرضه طبيعة المشكلة وأهدافها، بداية مع نوع الدراسة حيث صنفت ضمن الدراسات الوصفية، حيث " يهتم بتوضيح الواقع الذي تدور فيه الأحداث والمواقف، ومحاولة وصف ذلك الواقع وفقا لحقائقه الحاضرة بموضوعية، ويمكن الذهاب لأبعد من الوصف إلى التفسير والتحليل بقصد التوصل إلى استنتاجات تفيد عملية تصحيح الواقع وتحديثه أو التوصل إلى معلومات ومعارف جديدة تخدم المجال المعرفي الذي تجرى فيه (الطائي وأبوبكر، 2007، صفحة 97)

اعتمد المنهج المسحي في البحث، كإجراء منظم يتبع خطوات معينة من أجل الوصول إلى الحقيقة حول الموضوع المبحوث، يمكن استخدام المنهج المسحي من وصف الظاهرة، لهذا يعتبر في نظر البعض على أنه من المناهج الوصفية، وعن أداة الدراسة فقد اعتمد على أداة تحليل المضمون من أجل وصف المضمون المراد تحليله بصورة موضوعية حسب ما يقتضيه الحال.

اختيار المضمون المراد تحليله كان باعتماد الأسلوب غير العشوائي (غير احتمالي)، وهذا من خلال التعيين القصدي، إضافة إلى أسلوب العينة متعددة المراحل، ففي المرحلة الأولى تم اختيار المجلة عن عمد وهذا لتوفر خاصية التخصص، وفي المرحلة الثانية اختيار الأعداد الأخيرة في كل مجلد، وفي المرحلة الأخيرة تم

اختيار المقالات التي تندرج ضمن إشكاليات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، على أن ترتبط بتخصص علوم الإعلام والاتصال.

- ركزت استمارة تحليل المحتوى على الفئات التالية:
- فئة نوع البحث: هناك تقسيمات عديدة معتمدة في البحث مثل:
 - حسب نوع البيانات: بحث كفي، بحث كفي
 - حسب مكان إجراء الدراسة: بحث ميداني، بحث تجريبي
 - حسب عدد أفراد العينة: بحث شامل، بحث بالعينة
 - حسب مستوى توفر المعرفة: بحث تمهيدي، بحث وصفي، بحث للعلاقات السببية
 - حسب طريقة البحث: بحث نظري، بحث تطبيقي.
- فئة نوع المنهج: المنهج المسحي، التجريبي، المقارن، دراسة الحالة، الوصفي، التاريخي، الاثنوغرافي، السيميولوجي.
- فئة نوع العينة: أسلوب العينة الاحتمالية، أسلوب العينة غير الاحتمالية
- فئة الأداة المعتمدة: الملاحظة، استمارة الاستبيان، التجربة، تحليل المضمون، المقابلة (بكل أنواعها)
- فئة تجزئة التساؤل الرئيس: تساؤلات، فرضيات

VI. نتائج الدراسة:

اعتمدت الدراسة كما تقدم سابقا على مسح البحوث المنجزة والمنشورة في مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، وقد وقع اختيارها عمدا نظرا لتخصصها في الدراسات الإعلامية، كما تم التركيز على الدراسات التي تناولت مواضيع تنتهي لحقل علوم الإعلام والاتصال، والتركيز كان فقط على الدراسات التي تناولت مواضيع تنتهي إلى إشكاليات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي.

الجدول 1: يوضع رقم العدد وعدد المقالات الكلي في كل عدد، والمقالات المعنية بالدراسة

العدد	عدد المقالات	عدد المقالات
المجلد 06، العدد 04، 2022/12/31	35	13
المجلد 08، العدد 03، 2024/11/30	12	04
المجلد 07، العدد 04، 2024/02/29	11	07
المجموع	58	24

يبين الجدول أعلاه الأعداد المعنية بالدراسة والتي توزعت على ثلاثة سنوات خصت فقط بالأعداد الأخيرة لكل مجلد، إضافة إلى عدد المقالات الكلي في كل عدد، والمقالات عينة الدراسة، حيث تجدر الإشارة إلى أنه تم التركيز على المقالات التي لها علاقة بإشكالية الدراسة، وتثير إلى حد ما مواضيع تتعلق بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي إذ بلغ عددها 24 بحث من مجموع 58 بحث في الأعداد الثلاثة والتي تمثل آخر الأعداد في كل مجلد.

1. أهم المواضيع التي تركز عليها بحوث الإعلام حول التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي من خلال البحوث عينة الدراسة:

الملاحظ من خلال تحليل البحوث المنشورة في هذه المجلة، أن هناك تركيز على إشكاليات التحول الرقمي مقارنة بمواضيع الذكاء الاصطناعي (رغم اعتبار أن الذكاء الاصطناعي تحول رقمي ولكن الدراسة فصلت بين

المصطلحين) خاصة في العدد المتعلق بـ (2022)، مثل مواضيع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل المؤسسات، إضافة إلى تكنولوجيا التواصل، وتكنولوجيا الإعلام، وموضوع اليقظة التكنولوجية، وكلها مواضيع تتعلق بوصف تأثير هذه المبتكرات داخل المؤسسات والهيئات حسب البحوث المدروسة.

كما وجدت دراسات تناولت مواضيع خاصة بالمواقع التواصل الاجتماعي في هذا العدد، حيث تكررت (04) مرات، إلى جانب دراسة موضوع متعلق بمنصة (نتفليكس).

وأما عن العدد المتعلق بـ (2024)، فالملاحظ أيضا أن تركيز على مواضيع التحول الرقمي أيضا مثل الفضاءات الافتراضية والاتصال العمومي، كما سجل موضوع التزييف السطحي عبر الإشهار، والذي يميل إلى مواضيع الذكاء الاصطناعي، وعليه لم يختلف هذا العدد عن العدد السابق الذكر وهو غلبة مواضيع التحول الرقمي. وفيما يخص مقالات عدد (2024)، ارتبطت بالرقمنة والتحول الرقمي، ولم يسجل من بينها موضوع خاص بالذكاء الاصطناعي، مثل الترويج الإلكتروني، الاتصال التسويقي الرقمي، الإشهار الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي.

يشير التركيز على مواضيع التحول الرقمي دون الإشارة إلى الذكاء الاصطناعي، إلى الفترة التي عرفها العالم وهي فترة الجائحة، والتي فرضت توجهها نحو الرقمنة مما أثر على توجهات الباحثين في معالجتهم للمشكلات المتعلقة بهذا التحول خاصة مع تسارع وتيرة الرقمنة في مختلف القطاعات، سواء حليا أو عالميا، كما أن نقص الدراسات الخاصة بالذكاء الاصطناعي، مرده إلى جدة هذا الموضوع رغم اعتباره محورا هاما للبحث والدراسة، رغم اعتبار أن التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي مجالان لهما علاقة، فالرقمنة تعني أن نوفر بنية تحتية من التقنيات والأدوات إضافة البيانات والتي تشكل منطلقا لتطبيقات الذكاء الاصطناعي المختلفة، كما أنهما يتكاملان، إضافة إلى أنهما يشتركان في الكثير من التحديات منها ما هو أخلاقي ومنها ما هو أمني وغيرها.

2. أنواع البحوث والمناهج وأدوات البحث المعتمدة في بحوث الإعلام المتعلقة بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي:

دلت نتائج الدراسة على غلبة البحوث الوصفية في المقالات التي تمت دراستها، حيث تكرر استخدام مصطلح الوصف (19) مرة، واعتمدت الدراسات الوصف كنوع بحث مع ذكر التحليل إلى جانبه، أي (بحوث وصفية تحليلية)، مع غياب كل الأنواع الأخرى حسب الفئات المحددة في استمارة تحليل المحتوى، مثل العلاقات السببية أو الاستكشاف، كما استخدمت الدراسات في العناوين الملحقه للعناوين الرئيسية لهذه البحوث مفهوم (دراسة ميدانية) لكنها لم تشر إلى ذلك عند استعراض الجوانب المنهجية لها، كما تبين أن (06) دراسات هي عبارة عن بحوث نظرية رغم عدم الإشارة إلى ذلك في البحث من طرف الباحثين، ولم يسجل اختلاف في ذلك بين المقالات في كل الأعداد، وعليه يمكن إرجاع الأمر إلى طبيعة الظاهرة المدروسة والمتعلقة بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، والتي تتطلب فهما أكثر من خلال توفير معلومات وصفية لفهم هذه الظواهر أكثر والتي ينظر إليها على أنها من الظواهر الجديد والمعقدة أكثر من غيرها.

كما ذكر الوصف على أنه نوع من أنواع المناهج وهذا بتكرار بلغ (09) مرات من بين البحوث المذكورة، وعيه فإن أكثر مفهوم منهجي ذكر هو الوصف.

كما اعتمدت هذه البحوث على المنهج المسحي والذي تكرر استخدامه (06) مرات، حيث ذكر في كثير من الأحيان إلى جانب البحوث الوصفية، وعليه استخدامه هنا لم يختلف عن الاستخدامات الشائعة في بحوث الإعلام والاتصال.

ومن بين المناهج المعتمدة أيضا المنهج السيميولوجي، حيث تكرر استخدامه مرة واحدة، والأمر نفسه بالنسبة لمنهج تحليل المضمون والذي ذكر مرة وحدة كمنهج.

وفيما يخص أدوات جمع البيانات توصلت الدراسة إلى أن أكثر أداة معتمدة في هذه البحوث هي استمارة الاستبيان، حيث تكرر استخدامها (08) ما بين استمارة توزيع يدوي ، واستمارة توزيع الكتروني، حيث اختلفت طريقة التوزيع فقط، وهذا الأمر يشار إلى دائما في كتب المنهجية عند ذكر أنواع استمارة الاستبيان من حيث طريقة التوزيع.

ومن بين الأدوات المعتمد أيضا أداة تحليل المضمون حيث استخدمت (07) مرات، وبالتالي تعتبر من أكثر الأدوات شيوعا في الاستخدام بين الباحثين، وهذا الأمر لا يختلف مع باقي بحوث الإعلام والاتصال، إذ كثيرا ما يتبع استخدام المنهج المسحي أداة استمارة الاستبيان، إضافة إلى تحليل المضمون، أيضا اعتمدت بعض البحوث التي تم تحليلها على أداة الملاحظة، حيث تكرر استخدامها (03) مرات، ولكن ما يلاحظ في هذه البحوث أنها ذكرت الملاحظة كفعل يقوم به الباحث وليس كإجراء منهجي يسمح بجمع البيانات، ومن بين المناهج وجد اعتماد واحد لمنهج دراسة الحالة.

وبالعودة إلى إشكالية نجد أن غالبية الإشكاليات المطروحة انتهت بسؤال، وهذا الأسلوب لا يختلف عن المعهود، رغم وجود دراسات وأبحاث لا تنتهي بسؤال، ومن أجل تجزئة سؤال إشكالية البحث اعتمدت اغلب البحوث على التساؤلات، حيث تكرر استخدامها (17) مرة مقارنة مع الفرضيات التي تكررت (02) مرة، وتكرر استخدامها مع بعض في البحث نفسه (01) مرة واحدة، والمعلوم أن ما يحدد استخدام الفرضيات أو التساؤلات هو الوفرة المعرفية، ومدى توفر الدراسات السابقة، والذي يتحقق من خلال استطلاع الدراسات السابقة، وتكرار استخدام التساؤلات يدل على المستوى المعرفي لها والذي لم يصل إلى مستوى بحث العلاقات السببية.

كما يلاحظ أن نوع البيانات هي بيانات كمية، وبالتالي يمكن تصنيفها على أنها بحوث كمية، وهذا نتيجة الاختيارات المنهجية المتعلقة في الأساس بنوع المنهج ونوع الأداة، رغم وجود بعض الأدوات التي تعتبر في تصنيفها أدوات كيفية لكن لم تستخدم كما ينبغي منها والكلام يقصد به أداة الملاحظة، كما دلت البيانات على أن أسلوب العينة المعتمد هو العينة القصدية كنوع من أنواع العينات غير الاحتمالية وهذا بتكرار بلغ (08) مرات، وهذا ما نجده في الغالب في بحوث الإعلام والاتصال.

3. التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي وتغير أولويات الباحثين في علوم الإعلام:

يمكن مقارنة هذا التغير بين هذه المقالات التي تم تحليلها وبين مقالات أنجزت سابقا للوقوف على التغير في أولويات البحث لدى الباحثين، وفيما يخص المقالات المعنية بالدراسة والتحليل هنا، يمكن أن نلتبس التغير والتبدل في أولويات البحث، حيث أصبحت تركز أكثر على مواضيع أكثر حداثة مرتبطة بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، ما يلاحظ في هذه الأعداد هو كثرة المواضيع التي تتعلق بهذه الإشكاليات، خاص منها المواضيع المتعلقة بالتحول الرقمي، وهذا الاتجاه سيؤدي بالضرورة إلى تناول الإشكاليات التي لها علاقة بهذا التحول بشكل مطرد، والقصد هنا تطبيقات الذكاء الاصطناعي، والذي أصبح من أكثر المواضيع ذكرا وتناولا، خاصة مع ما يفرضه من تغييرات على المستوى الإعلامي، والاجتماعي والاقتصادي والأمني، وعليه لا يمكن أن يعيش الباحث بعيدا عن هذا التغير، وهذا ما سيتحقق من بحوث في الأعداد القادمة، حيث سيكون هناك أبحاث تركز على هذه المواضيع.

4. معالجة مواضيع التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي وظهور طرق منهجية جديدة:

من خلال تحليل البيانات والنتائج المتوصل إليها باعتماد تحليل المحتوى نرى أن الإجراءات البحث المعتمدة في هذه البحوث لم تعتمد طرق منهجية جديدة، حيث وظفت الإجراءات المنهجية التقليدية المعروفة، إضافة إلى غياب العديد من الاختيارات المنهجية المتعلقة مثلا بأنواع البحوث، أو أنواع المناهج والأدوات وغيرها، كما أن أغلب الدراسات كانت عبارة عن بحوث كمية.

إن حداثة مواضيع التحول الرقمي ومواضيع الذكاء الاصطناعي ربما تكون سببا في اعتماد التساؤلات بدل الفرضيات، خاصة إشكاليات الذكاء الاصطناعي، حيث لا تزال العديد من الجوانب تحتاج إلى دراسة وإلى توفير معلومات بما يكفي لصياغة فرضيات، ما يجعل هذه الدراسات ذات طابع استكشافي، وبالتالي لم تصل إلى الإشباع العلمي ما يسمح بالانتقال إلى مستوى بحث العلاقات السببية بين المتغيرات، إضافة إلى ذلك فإن الكثير من الباحثين يعتبرون أن منهجية البحث العلمي من الأمور الثانوية، ولا يعطونها أهمية، وهذا ما نجده مع المقالات التي تم تحليلها، مثلا من بين الدراسات نجد أنه لا يوجد توضيح لنوع العينة، والأمثلة كثيرة، إضافة إلى ذلك يتجنب العديد من الباحثون بعض الإجراءات المنهجية، مثل المنهج الاثنوغرافي، وكذلك المنهج التجريبي، وتجنب بعض أنواع العينات العشوائية، وهذا لصعوبة الإجراءات الخاصة والتي تتطلب جهدا ووقت.

VII. خاتمة:

يرز هذا المقال المعنون بالتغيرات المنهجية في بحوث الإعلام المتعلقة بدراسة إشكاليات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي ضرورة تحليل الإجراءات البحثية للبحوث المنجزة في هذا الميدان العلمي، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن بحوث الإعلام التي تخص هذه المواضيع تعتمد بشكل على المناهج والأدوات البحثية التقليدية المعروفة، حيث أظهر التحليل أن أغلب البحوث صنفت كبحوث وصفية، وأن أكثر المناهج المعتمد المنهج المسحي، كما دلت الدراسة على أن أكثر الأدوات المعتمدة في جمع البيانات كانت استمارة الاستبيان وأداة تحليل المضمون، كما أظهرت نتائج الدراسة أنه لم يسجل اعتماد على طرق ومنهجيات جديدة من أجل دراسة هذه التغيرات والتحويلات في مجال الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي وأن المنهجيات التقليدية هي المسيطرة، وتبين وجود تطور في أولويات الباحثين نحو دراسة المواضيع والإشكاليات المتعلقة بهذا التطورات، وعليه فالتطورات المتلاحقة والمتسارعة تفرض على الباحثين مراجعة وتطوير مختلف الأساليب البحثية من أجل تناسب مع هذا التطور، وأن يتم مواكبة هذه التحويلات من خلال التعرض للإشكاليات مبتكرة وجديدة تتعلق بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي.

وفي الأخير تقترح الدراسة مجموعة من التوصيات:

1. التكتيف من البحوث التحليلية حول الإجراءات المنهجية التقليدية من أجل مراجعة مدى ملائمتها مع هذه التحويلات.
2. التركيز على البحوث التطبيقية من أجل فهم أكثر لمشكلات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي.
3. دعم التعاون بين التخصصات في مجال البحث العلمي من أجل القيام بدراسات تشخص حال منهجيات البحث العلمي، وتسمح من المشاركة في دراسات متعددة التخصصات لفهم التحويلات الرقمية.
4. اعتماد مناهج بحث مبتكرة والعمل على تطويرها بما يتناسب مع التطورات الحاصلة.
5. الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأدواته في البحث العلمي.
6. اعتماد تطبيقات الذكاء الاصطناعي من أجل تحديد أولويات البحث.
7. التركيز على البحوث الاستشرافية لبحث مستقبل الإعلام والاتصال في ظل هذه التحويلات التكنولوجية.
8. تتبع تأثير التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي من خلال الدراسات الطولية.
9. الخوض في فهم تأثير التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي.

الإحالات والمراجع:

- ذو الفقار زغيب شيماء، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009)
- ويمر روجر، دومنيك جوزيف، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، تر: أبو أصبع صالح، منصور فاروق، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2013)
- أبو علام محمود رجاء، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2014)
- عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، 200)
- سلمان فالح حيدر، الخلود الرقمي، الذكاء الاصطناعي ومستقبل البشر، (د ب ن: دار جامعة حمد بن خليفة للنشر، د س ن)
- عبيد عصام، ادراة المعرفة وتطور الإبداعات الإنسانية بالذكاء الاصطناعي، تطورات العلوم الاجتماعية والإنسانية في عصر الذكاء الاصطناعي، (سلطنة عمان: مؤسسة اللبان للنشر، 2024)
- عبد الخالق علاء وآخرون، الذكاء الاصطناعي، مفاهيم وتقنيات، دليل تعليمي للطلبة، (العراق: دار السرد للطباعة والنشر، 2024)
- إبراهيم علي، الذكاء الاصطناعي في الصحافة، الأخلاقيات وأفضل الممارسات، (د ب ن: شبكة الصحفيين الدوليين، 2024)
- شرابيه باميلا، الثقافة والتحول الرقمي، التحديات والفرص لجنوب غرب آسيا وشمال إفريقيا، (فلسطين: جامعة دار الكلمة للنشر، د س ن)
- الشرفاوي محمد علي، الذكاء الاصطناعي والشبكات العصبية، (القاهرة: مطابع المكتب المصري الحديث، د س ن)
- الحداد صالح محمد، محمد إبراهيم محمد، الثورة الصناعية الرابعة (الذكاء الاصطناعي، التحول الرقمي)، تحديات وفرص الاستحواذ على القوة الرقمية الجديدة، (مصر: معهد التخطيط القومي، 2021)
- الطائي حميد مصطفى، أبو بكر ميلاد خير، مناهج البحث العلمي وتطبيقاته في الإعلام والعلوم السياسية، (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007)
- محمد حسن حسن، الغبيري أحمد محمد، واقع التحول الرقمي للمملكة العربية السعودية، دراسة تحليلية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 04، العدد 03، 2020
- النحاس حمدي أحمد، دبا طارق ندى، إدارة المخاطر التحول الرقمي، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 13، العدد 03، مارس 2022
- عائشة كريكت، المسارات الموضوعية والمنهجية في بحوث الإعلام والاتصال المنشورة عبر المجالات العلمية في الجزائر، بين النمطية والتجديد، الملتقى الوطني: بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر، الواقع والمأمول، 2024/10/30، جامعة الجبلاي بونعامة بخميس مليانة، الجزائر.