

# الذكاء الاصطناعي وتحولات صناعة الترفيه

دراسة وصفية إستطلاعية على عينة من طلبة جامعة المسيلة

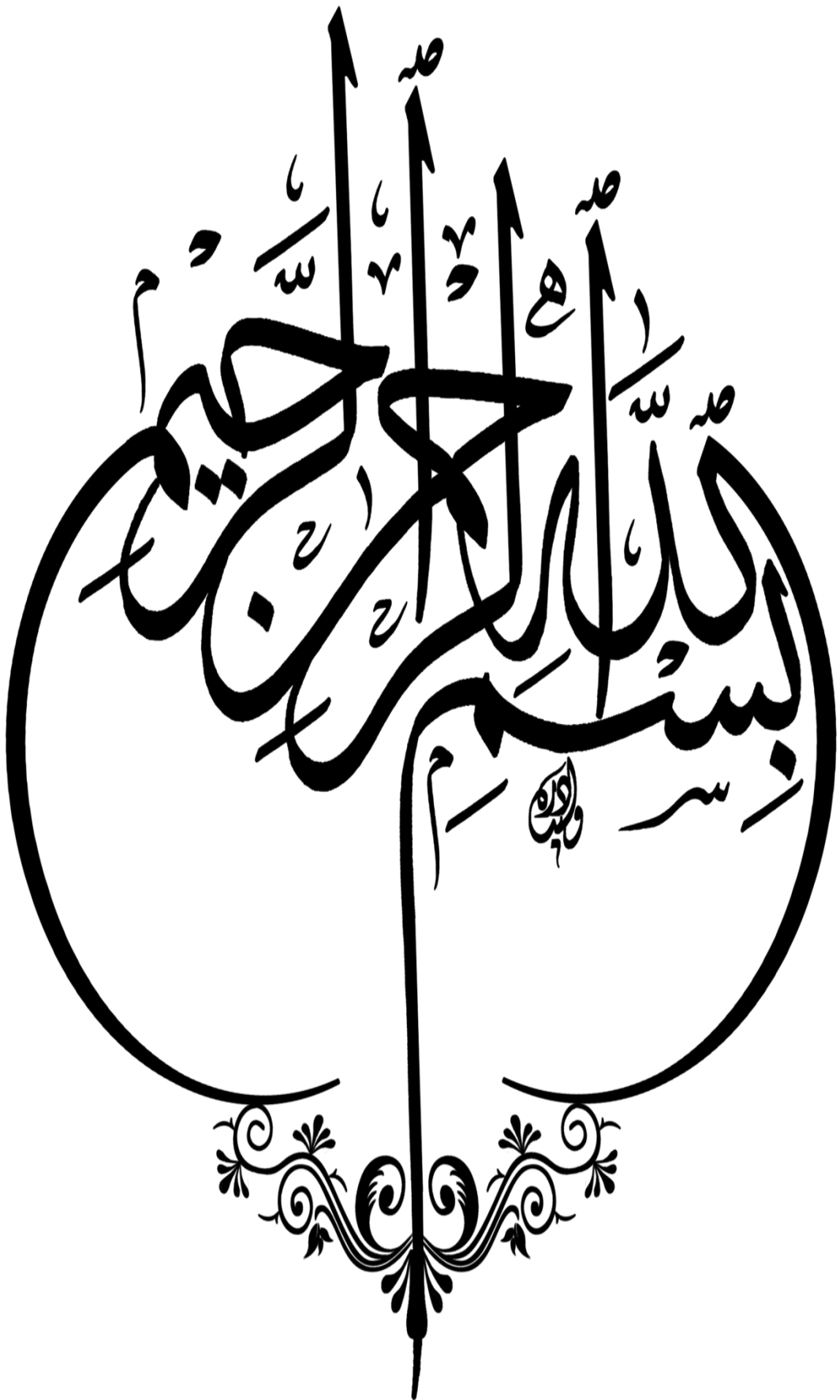
مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الأساتذة  
- حيمر سعيدة

إعداد الطالب  
لقيان سيف الدين

رئيسا	أستاذ محاضر "أ"	د. لرقط حسين
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر "أ"	د. حيمر سعيدة
ممتحنا	أستاذ محاضر "أ"	د. راجعي الطاهر

السنة الجامعية: 2023-2024



الحمد لله حمد كثيرا حتى يبلغ الحمد منتهاه  
والصلاة والسلام على سيد الخلق أناره الله بنوره  
واصطفاه

وانطلاقا من باب من لم يشكر الناس لم يشكر الله  
أتقدم بخالص الشكر والتقدير

إلى والديا الغالين وعائلتي، زوجتي وإبني  
وإبنتي، كما أشكر أستاذتي المشرفة حيمر سعيدة على  
ارشاداتها وتوجيهاتها التي لم تبخل بها علي يوما،  
كما أتقدم بجزيل الشكر والعطاء الى من مدنا يد  
المساعدة من قريب أو بعيد

# إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع  
لمن كان سببا في وجودي أبي وأمي حفظهما  
الرحمان  
وإلى سندي ومن شجعني على إكمال دراستي  
زوجتي الغالية سارة  
إلى فلذتا كبدي وقرّة عيني وكنزي وكل ما أملك في  
الوجود أبنائي جود وجنى  
إلى إخوتي جميعا كل بإسمه ومقامه  
إلى كل من أعطاني يد المساعدة في انجاز هذه  
المذكرة  
كما أخص بالذكر الأستاذة المشرفة حيمر سعيدة

## ملخص الدراسة

ساهمت التكنولوجيا الحديثة في ظهور مصطلحات كثيرة من بينها الذكاء الاصطناعي بمفهومه العام والشامل، والتطبيق الذي يدخل ضمن تطبيقاته وهو صناعة الترفيه، حيث يلعبان هذان الأخران دور كبير في حياة المجتمعات، لا سيما أن جل إستعمالها أصبح من ضروريات الحياة اليومية في جميع الميادين، حيث شغل نطاق إستخدامهم في كل من الشركات والجامعات والمدارس وكل المجالات، فيمكن القول أن إستخدامهم في تزايد مستمر وبرغبة كبيرة لما يقدم من سرعة في توصيل المعلومات والمساهمة في التفاعل والتنفيس عن النفس.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، التحولات، الصناعة، الترفيه

### **Abstract :**

Modern technology has contributed to the emergence of many terms, including artificial intelligence in its broad and comprehensive concept, and its application within the entertainment industry. Both play a significant role in societal life, especially since their usage has become essential in daily life across all fields. Their scope extends to companies, universities, schools, and various domains, indicating their increasing and highly desired utilization. They offer speed in information delivery and enhance interaction and self-expression.

Keywords: artificial intelligence, transformations, industry, entertainment



# مقدمة

## 1. مقدمة

تعيش مختلف دول العالم بما فيها الجزائر العديد من التحولات التكنولوجية والتغيرات التي شملت جميع المظاهر الحياة، فبات جليا أن المجتمعات المعاصرة يتدخل في تحديد سلوكها، العديد من المتغيرات في سياق عملية التطور الحاصل والمستمر، وتختلف درجة تأثير هذه المتغيرات التكنولوجية من مجتمع لآخر، فالمجتمعات المتقدمة تستخدم جميع الوسائل التكنولوجية المتاحة لضمان الجودة وسرعة الخدمة بما يتيح لهم عنصر الرفاهية، ومن أبرز هذه الوسائل التكنولوجية التي تحقق الرفاهية للإنسان هو مجال "الذكاء الاصطناعي".

إن من أهم الأدوات التكنولوجية العصرية هو مجال الذكاء الاصطناعي، هذا المجال بات يشكل حاليا محورا مهما لأي مجتمع إذا باتت عملية صناعة الترفيه أحد أهم الصناعات التي تسعى لها مختلف الهيئات والمنصات لما يوفره من تحقيق من مادة للوصول للجماهير من خلال إستخدام تقنيات وأنظمة الذكاء الاصطناعي، وكذلك من خلال التفاعل داخل منصات متخصصة مباشرة وبسهولة دون حاجة التدخل البشري الفعلي.

إن مجال صناعة الترفيه والابتكارات والتحسينات في أساليب التجارب الترفيهية، يحتم لشركات صناعة الترفيه مواكبة هذا التطور وعدم التأخر في تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي، للبقاء في صدارة المشهد.

فكيف سيدخل الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه؟ تضم صناعة الترفيه مجالات مختلفة كالأفلام والتلفزيون والموسيقى وألعاب الفيديو والعروض المسرحية، وفي كل مجال منها يأتي الذكاء الاصطناعي ليلبي متطلباته ويعالج تحدياته المختلفة، إما من حيث إضفاء الواقعية والتأثيرات البصرية وتحسينات مستوى التفاعل، أو في تسريع عمليات الصناعة وكفاءة إنتاج بعض العمليات، أو في تحليل الجمهور وتخصيص تجربة المستخدم، أو في تطوير استراتيجيات التسويق والترويج للوصول إلى الجمهور المناسب وتحسين العائد الإجمالي للإستثمار.



إن أهمية مجال الذكاء الإصطناعي بالنسبة لمجال صناعة الترفيه، تكمن في كونه مجال يواكب التطورات والتغيرات الحاصلة في المجتمع، السائر نحو مزيد من الرفاهية وتجاوز طرق المعاملات التقليدية.

وعليه لأن مجال صناعة الترفيه من خلال برنامج الذكاء الإصطناعي في مجتمعات الدول الصاعدة مثل الجزائر لايزال في بداياته، فلا يجب إغفال التطور التكنولوجي الحاصل الذي نعيشه، وإستخدامه للنهوض بجودة الخدمات المقدمة من قبل الهيئات الفاعلة لضمان حصول التأثير المنشود والإيجابي الذي يعود على المؤسسات بحد ذاتها.

وعليه ونظرا للأهمية التي باتت يتطلبها مجال الذكاء الإصطناعي وتأثيره على مجال صناعة الترفيه ، ونظرا لأهمية فهم ماهية الذكاء الإصطناعي وضرورة مواكبة هذا المجال، حاولت دراستنا تسليط الضوء على الذكاء الإصطناعي وتحولات صناعة الترفيه، دراسة وصفية إستطلاعية على عينة من طلبة جامعة المسيلة ومن أجل الإحاطة بموضوع بحثنا تم تقسيم الدراسة إلى إطار المنهجي، إطار نظري، إطار ميداني، إطار تطبيقي .

حيث تناولنا في الإطار المنهجي إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، فرضيات الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، أسباب إختيار الموضوع الذاتية والموضوعية، تحديد المفاهيم، الدراسات السابقة.

وفيما يخص الإطار النظري، تضمن مفهوم الذكاء الإصطناعي وكل ما يرتبط به من تعريفات ومفاهيم، كما تضمن أيضا مجال صناعة الترفيه مفهومه وأهميته وأدواتها، وركزنا على دور إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه، أما الإطار الميداني تضمن الدراسة الإستطلاعية، مجتمع الدراسة وعينة البحث، أدوات الدراسة، أما الإطار التطبيقي تمثل في عرض وتحليل نتائج الاستبيان.



الفصل الأول  
الإطار المنهجي  
للدراسة

## 1. الإشكالية

بعد ما شهدته العالم من تطور شمل جميع نواحي الحياة في المجتمع لازال العالم يتطور ويتغير باستمرار، ما إنعكس تأثيره على نواحي حياة المجتمعات، إذ بات صناعة الترفيه، عاملا أساسيا بالنسبة لمجتمعات القرن 21، إذ أن التطور الحاصل في المجالات المعلوماتية، ومن أبرزها مجال الذكاء الاصطناعي، الذي لاقى ولا زال يلقى إنتشارا واسعا في نطاق إستعماله والخدمات التي يوفرها لمستخدمي هذه التقنية، سهول الحصول على الخدمة، وهو ما أدى إلى ظهور ما يسمى بمنصات الذكاء الاصطناعي تختص بمجال صناعة الترفيه، ولا شك أنها من أهم التقنيات المستخدمة في العصر الحالي نظرا للعدد الهائل لمستخدميها. فتأثير مجال الذكاء الاصطناعي مس جميع نواحي حياة الأفراد والمؤسسات والمستخدمين، ومن أجل هذه الأخيرة يمكن القول أنه بات من الضروري وجود تقنية الذكاء الاصطناعي لتوفير الخدمات بالسرعة والدقة والجودة اللازمة، وهذا من أوجه عدّة من مجال صناعة الترفيه، فيمكن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تقديم معلومات شاملة في كافة المجالات دون الحاجة لعمليات بحث متفرقة، وبلغات متعددة وتبسيط المعلومة.

وتكمن أهمية إستخدام الذكاء الاصطناعي في إمكانية صنع أنظمة محاكاة وتقديم مشاريع أولية ومساعدة المبرمجين، والكثير من الخدمات الأخرى في مجال صناعة الترفيه.

وحقيقة ليس من السهل تطبيق مجال الذكاء الاصطناعي ومجال صناعة الترفيه كونه مجال حديث ودائم التطور في التقنيات والأنظمة التي يعتمد عليها، لذلك وجب على المجتمعات التي تسعى لدخول مجال إستخدام الذكاء الاصطناعي والمجتمع الجزائري على وجه الخصوص، وجب عليه مواكبة هذا التطور التكنولوجي المستمر خاصة في مجال الذكاء الاصطناعي.

وعليه نظرا لأهمية مجال الذكاء الاصطناعي في العصر الحالي، وأهميته بالنسبة للمجتمعات في مجال صناعة الترفيه، ومنه طرح التساؤل الرئيسي الآتي:

ما هو دور الذكاء الاصطناعي في تحولات صناعة الترفيه لدى طلبة جامعة المسيلة؟

## 2. تساؤلات الدراسة

- ما هو مجال الذكاء الإصطناعي بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة؟
- ماهي تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه وكيف تتم هذه الصناعة؟
- ما مدى أهمية تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه بالنسبة للطلبة؟
- ما هو واقع إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر وما هي الصعوبات التي تواجهها؟

## 3. فرضيات الدراسة

- هناك اطلاع واسع من قبل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لجامعة المسيلة.
- يستخدم الذكاء الإصطناعي تقنيات عديدة في مجال صناعة الترفيه.
- هناك أهمية بالغة لتقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه بالنسبة للطلبة.
- ليس هناك إستخدام واسع لتطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر وهناك الكثير من الصعوبات التي تواجهها.

## 4. أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة أن هذا الموضوع لم يلق حظا وفيرا من البحث، إذ من الملاحظ ندرة البحوث الجزائرية في مجال الذكاء الإصطناعي ودوره في تحولات صناعة الترفيه، وعليه يمكننا القول أننا لم نعثر على دراسات متخصصة حقيقية تناولت هذا الموضوع مما دفعني لإختياره.

ومن زاوية أخرى تأتي أهمية دراسة هذا الموضوع على عدة جوانب، أولا التأكيد على دور أنظمة الذكاء الإصطناعي كأداة من أدوات الأنظمة المعلوماتية المعاصرة، تستخدم في المجالات الخدماتية.

## 5. أهداف الدراسة

لكل بحث علمي أهداف محددة، حيث سعينا من خلال هذه الدراسة إلى محاولة تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مجال الذكاء الإصطناعي.
- تسليط الضوء على أهمية تطبيق الذكاء الإصطناعي في مجال صناعة الترفيه.
- التعرف على المزايا التي يوفرها مجال الذكاء الإصطناعي، وكذلك عيوب استخدامه في مجال صناعة الترفيه.
- تقديم رؤية علمية واضحة عن واقع استخدام الذكاء الإصطناعي في مجال صناعة الترفيه في الجزائر.

## 6. أسباب إختيار الموضوع

كباحثين لابد أن تتعدد أسباب إختيار موضوع دراستنا "دور الذكاء الإصطناعي في تحولات صناعة الترفيه"، هذه الأسباب ناجمة عن إحساسنا بالمشكلة ورغبتنا أن نصل للإجابات عن تساؤلات دراستنا، والرغبة الذاتية وليدة عن الرغبة الشخصية للباحث، كون هذا البحث في مجال التخصص ومجال المعلوماتية، وأسباب أخرى تختص بأهمية الموضوع.

### 6.1. أسباب ذاتية

- الرغبة الشخصية في معالجة الموضوع كونه في مجال المعلوماتية.
- رغبة الباحث في معرفة دور الذكاء الإصطناعي لمجال صناعة الترفيه.
- الإهتمام الشخصي للباحث بمجال الذكاء الإصطناعي والخدمات التي يقدمها.
- رغبة الباحث في التعمق في الفهم والإلمام بمجال الذكاء الإصطناعي والتطبيقات التي يقوم عليها لصناعة الترفيه.

## 6.2. أسباب موضوعية

- الضرورة العلمية في هذا النوع من البحوث في تسليط الضوء على مجال جديد وهو مجال الذكاء الاصطناعي.
- مواكبة التطورات الحاصلة في مجال المعلوماتية في العالم ومن أهمها مجال الذكاء الاصطناعي.
- أهمية هذا النوع من الدراسات لما توفرها من عرض علمي عن واقع إستخدام مجال الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة الترفيه.
- قلة الدراسات والبحوث الجزائرية حول مواضيع الذكاء الاصطناعي وصناعة الترفيه.

## 7. تحديد مفاهيم الدراسة

## 7.1. الذكاء الاصطناعي لغة

الذكاء الاصطناعي والذكاء الصناعي بالإنجليزية، "Artificial intelligence"، هو سلوك وخصائص معينة تتسم بها البرامج الحاسوبية، تجعلها تحاكي القدرات الذهنية البشرية وأنماط عملها.

من أهم هذه الخصائص القدرة على التعلم والإستنتاج ورد الفعل على الأوضاع المتبرمجة في الآلة إلا أنّ هذا المصطلح جدلي نظرا لعدم توفر تعريف محدد للذكاء. (مدونة ويكيبيديا، تاريخ الإطلاع 2024/03/15)

## 7.2. الذكاء الاصطناعي اصطلاحا

الذكاء الاصطناعي "AI" هو مجال علوم الكمبيوتر المخصص لحل المشكلات المعرفية المرتبطة عادة بالذكاء البشري، مثل التعلم والإبداع والتعرّف على الصور. تجمع المؤسسات الحديثة كميات كبيرة من البيانات من مصادر متنوعة مثل: أجهزة الإستشعار الذكية والمحتوى الذي ينشئه الإنسان وأدوات المراقبة وسجلات النظام.

الهدف من الذكاء الاصطناعي هو إنشاء أنظمة ذاتية التعلم تستخلص المعاني من البيانات، بعد ذلك يمكن للذكاء الاصطناعي تطبيق تلك المعرفة لحل المشكلات الجديدة بطرق تشبه الإنسان، على سبيل المثال، يمكن لتقنية الذكاء الاصطناعي الإستجابة بشكل هادف للمحادثات البشرية، وإنشاء صور ونصوص أصلية، واتخاذ القرارات بناء على مدخلات البيانات في الوقت الفعلي.

يمكن لمؤسستك دمج إمكانات الذكاء الاصطناعي في تطبيقاتك لتحسين عمليات الأعمال لديك وتحسين تجارب العملاء وتسريع الابتكار. (مقال موقع أمازون، [www.amazon.servis](http://www.amazon.servis)، بعنوان ماهو الذكاء الاصطناعي AI تاريخ الإطلاع 2024/03/16)

### 7.3. الذكاء الإصطناعي إجرائيا

الذكاء الإصطناعي هو الذكاء الذي تبديه الآلات والبرامج بما يحاكي القدرات الذهنية البشرية وأنماط عملها، من خلال أنظمة معقدة مثل القدرة على التعلم والإستنتاج ورد الفعل على أوضاع لم تبرمج في الآلة ومن خلاله يمكن صنع حواسيب وبرامج قادرة على اتخاذ سلوك بشري.

### 7.4. صناعة الترفيه إصطلاحا

صناعة الترفيه نوع من الصناعات الحديثة، التي تؤثر بشكل كبير على العائد الإقتصادي، وينقسم أثرها إلى مباشر وغير مباشر، وتهدف إلى تغيير صورة المجتمعات وتحويلها إلى مجتمعات تستقطب الأجانب وترحب بالمقيمين. وتشمل صناعة الترفيه عددا من قطاعات الإستثمار، مثل قطاعات السينما والتلفزيون والمسرح والحفالات الموسيقية والغنائية والألعاب والمعارض والأوبرا والرياضة.

وقد طرأت تغييرات كبيرة خلال العقود الماضية على صناعة الترفيه في العالم، فبلغت نسبة مساهمتها في الإقتصاد العالمي نحو 1.8 تريليون دولار، ومن المتوقع وصولها سريعا إلى 2.2 تريليون دولار، وإلى جانب دورها الإقتصادي، فهي أيضا ذات أهمية كبيرة في رفع مستوى جودة الحياة، وزيادة الفرص الوظيفية للشباب حول العالم. (ملحم عبد السميع ، 2015، ص،112)

### 7.5. صناعة الترفيه إجرائيا

صناعة الترفيه هي كل نشاط من شأنه إدخال السعادة على أفراد المجتمع ويرفه عنهم.

## 8. الدراسات السابقة

تكمن أهمية الدراسات العلمية في مجال البحث العلمي على أسس نظرية وميدانية أو ما يطلق على تسميتها "الدراسات السابقة"، وتعتبر هاته الأخيرة خطوة مهمة وتساعد الباحث في دراسته، ومن هذا المنطلق حاولنا قدر الإمكان الحصول على الدراسات السابقة المشابهة لدراستنا.

## 8.1. الدراسات المحلية

### 8.1.1. الدراسة الأولى

دراسة الباحثين حيدر سعاد، كادي سليمة (2019) بعنوان إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في تحسين عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الإقتصادية- دراسة حالة شركة إنتاج الغاز والكهرباء بأدرار، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية قسم علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة أحمد دراية أدرار الجزائر، ومن هناك تم طرح التساؤل كيف تساهم تطبيقات الذكاء الإصطناعي في تحسين عملية إتخاذ القرار للمؤسسة الإقتصادية؟

- إلى أي مدى يتم إعتداد تطبيقات الذكاء الإصطناعي في المؤسسة الإقتصادية؟
- ماهو الدور الذي تؤديه تطبيقات الذكاء الإصطناعي لتحسين عملية إتخاذ القرار؟
- ماهو أثر إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي على جودة إتخاذ القرارات في المؤسسة؟
- تتمثل أهمية الموضوع في حد ذاته كون مفهوم الذكاء الإصطناعي مفهوم جديد في ظل التحولات والتطورات التي يشهدها العالم، في فترة الإنتقال إلى مرحلة العمل الإلكتروني بعيدا عن التعاملات التقليدية.
- الأهمية الكبيرة والمتزايدة لتطبيقات الذكاء الإصطناعي في المؤسسات بما تتميز بهذه التطبيقات من سرعة ودقة ومرونة في العمل وقدرتها على اكتشاف العديد من المخاطر وتجاوزها.
- المحافظة على الخبرات البشرية ونقلها إلى الآلات الذكية ليتم الإستفادة منها قدر الإمكان والرجوع إليها في أي وقت وفي أي مكان.
- معرفة مدى توفر تطبيقات الذكاء الإصطناعي داخل مؤسسة سونلغاز.
- إلقاء الضوء على الأهمية التي يتمتع بها علم الذكاء الإصطناعي وضرورة الإهتمام به والسعي إلى إستخدامه والإستفادة منه قدر الإمكان.

• توعية المؤسسات على ضرورة التقدم والإعتماد على كل ما هو جديد والخروج من الجانب الإداري التقليدي الكلاسيكي، واللجوء إلى كل ما هو حديث وعلمي للنهوض بالإقتصاد الوطني بشكل عام والمؤسسة الإقتصادية بشكل خاص.

وإعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي للتعرف بالمتغير التابع والمستقل والتحليلي لشرح مختلف الجداول والمنحنيات ذات العلاقة بالمتغيرات.

حيث توصلت نتائج اختبار الفرضيات إلى وجود تأثيرات ذات دلالة إحصائية لآراء العينة حول أبعاد تطبيقات الذكاء الإصطناعي مع أبعاد عملية اتخاذ القرار بحيث تم التوصل إلى:

- أثبتت الدراسة أنه يوجد أثر ذو دلالة معنوية لإستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في تحسين عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الإقتصادية شركة إنتاج الكهرباء بأدرار.
- اثبتت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ذات أثر لإستخدام التدريب والتطوير في تحسين عملية إتخاذ القرار في المؤسسة الإقتصادية شركة إنتاج الكهرباء بأدرار.
- أثبتت الدراسة على أنه يوجد أثر ذو دلالة معنوية بين الملائمة وعملية إتخاذ القرار عند مستوى  $a=0.05$ .

• أثبتت الدراسة أنه توجد علاقة ذات أثر لإستخدام الفعالية في تحسين عملية إتخاذ القرار في المؤسسة الإقتصادية شركة إنتاج الكهرباء بأدرار.

### 9.1.2. الدراسة الثانية

دراسة الباحثة أسماء جاب الله (2020) بعنوان دور الذكاء الإصطناعي في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية - دراسة ميدانية على مؤسسة كندور بالجزائر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي الجزائر.

ما أثر الذكاء الإصطناعي على القدرة التنافسية في المؤسسة الإقتصادية محل الدراسة؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للنظم الخبيرة للذكاء الإصطناعي في تحسين القدرة التنافسية في المؤسسة الإقتصادية محل الدراسة؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للشبكات العصبية للذكاء الإصطناعي في تحسين القدرة التنافسية في المؤسسة الإقتصادية محل الدراسة؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمنطق الضبابي للذكاء الإصطناعي في تحسين القدرة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء الإصطناعي مجتمعة في تحسين القدرة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha=0.05$ ) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول أثر الذكاء الإصطناعي في تحسين القدرة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة)؟
- تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال تناولها لموضوعين مهمين في الفكر الإداري وهما الذكاء الإصطناعي والقدرة التنافسية، مما يمكن أن يجعل هذه الدراسة مرجعا علميا يخدم الباحثين في إطار هذين الموضوعين، بحيث توجد كلتاها في قلب إهتمامات الاقتصاد المعاصر.
- إمكانية استخدام هذه التطبيقات في الميادين التي تتضمن تفاصيل كثيرة تتسم بالتعقيد والتي تحتاج إلى تركيز عقلي وحضور ذهني متواصل وقرارات حساسة وسريعة لا تتحمل التأخير أو الخطأ.
- سهولة استخدام هذه التقنيات الحديثة من قبل كل شرائح المجتمع بعد أن كان حكرا فقط على المتخصصين وذوي الخبرات مما ساهم إلى حد كبير في سرعة تقديم المعلومة للمستخدم بكل سهولة ودقة.
- إن الذكاء الإصطناعي هو تقنية حديثة أصبحت حتمية للحصول على كفاءة أكبر وفرص جديدة لتحقيق القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال.
- تبرز الأهمية الخاصة بهذه الدراسة في التطرق لحتمية العمل وفق متطلبات الذكاء الإصطناعي من قبل المؤسسات الاقتصادية، مع إبراز العلاقة بين هذا الأخير والقدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية.
- يسعى الموضوع إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في:
- إلقاء الضوء على المكانة والأهمية التي يتمتع بها علم الذكاء الإصطناعي في المؤسسة الاقتصادية وضرورة الإهتمام به والسعي إلى استخدامه والاستفادة منه قدر الإمكان.

● إبراز الدور الفعال الذي تلعبه تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إستمرارية وبقاء المؤسسات لخلق قدرة تنافسية.

● نوعية المؤسسات على ضرورة التقدم والإعتماد على كل ما هو جديد والخروج من الجانب الإداري التقليدي الكلاسيكي، واللجوء إلى كل ما هو حديث وعلمي للنهوض بالإقتصاد الوطني بشكل عام والمؤسسة الإقتصادية بشكل خاص.

من أجل الإلمام بمختلف جوانب الموضوع، فقد فرضت علينا طبيعة الموضوع التعامل بإستخدام عدة مناهج بطريقة متكاملة ومتناسقة ولهذا اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتمثل في تقديم تعاريف، خصائص وأنواع لكل من الذكاء الاصطناعي والقدرة التنافسية، وكذا كيفية مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحقيق القدرة التنافسية، وبالنسبة للجانب التطبيقي فقد تضمن أسلوب المسح الإجماعي من خلال تحليل الإحصائيات المقدمة واستنتاج العديد من النتائج بخصوص موضوع الدراسة.

النتائج التطبيقية وتأسيسا على الدراسة الميدانية التي أجريناها فقد تم التوصل إلى مجموع النتائج التالية:

● هناك أثر معنويا للنظم الخبيرة على تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية وفقا لإجابات أفراد العينة بمؤسسة كندور الجزائر، حيث أن النظم الخبيرة قادرة على تفسير ما نسبته 13%، من التغيرات التي تطرأ على القدرة التنافسية.

● هناك أثر معنويا للشبكات العصبية الإصطناعية على تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية وفقا لإجابات أفراد العينة لمؤسسة كندور بالجزائر، حيث أن الشبكات العصبية الإصطناعية قادرة على تفسير ما نسبته 38% من التغيرات التي تطرأ على القدرة التنافسية.

● هناك أثر معنوي لنظم المنطق الغامض على تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية وفقا لإجابات أفراد العينة بمؤسسة كندور بالجزائر، حيث أن نظم المنطق الغامض قادرة على تفسير ما نسبته 619% من التغيرات التي تطرأ على القدرة التنافسية.

● هناك أثر معنويا للذكاء الاصطناعي مجتمعة على تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية وفقا لإجابات أفراد العينة بمؤسسة كوندور بالجزائر، حيث أن هذه التطبيقات قادرة على تفسير ما نسبته 28% من التغيرات التي تطرأ على القدرة التنافسية

## 8.2. الدراسات العربية

## 8.2.1. الدراسة الأولى

دراسة الباحثة نورة محمد عبد الله العزام (2019) بعنوان دور الذكاء الإصطناعي في رفع كفاءة نظم الإدارة لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك، كلية التربية جامعة سوهاج. ماهو دور الذكاء الإصطناعي في رفع الكفاءة للنظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك؟

- ماهو دور الذكاء الإصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك؟
- هل هناك فروق ضد دلالة إحصائية في تقدير أفراد عينة الدراسة لدور الذكاء الإصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك يعزى لمتغير (الجنس،المستوى التعليمي، عدد سنوات الخبرة).
- التعرف على أثر تطبيق أساليب الذكاء الإصطناعي على كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك.
- التعرف على إن كان هناك تباين في كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية في جامعة تبوك وبين درجة مراعاتها وتطبيقها لأساليب الذكاء الإصطناعي.
- التعرف على إن كان هناك علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha=0.05$ ) بين درجة الذكاء الإصطناعي وكفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك.

تبرز الأهمية النظرية في أنها سلطت الضوء على دور الذكاء الإصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك، وحسب علم الباحثة تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات القليلة التي تناولت دور الذكاء الإصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك، ويمكن أن تسهم هذه الدراسة في إثراء الجانب النظري للبحوث والدراسات التي تناولت الذكاء الإصطناعي وكفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية، وذلك من خلال ما تقدمه هذه الدراسة من إطار نظري يمكن أن يسهم في سد النقص في المكتبة العربية، حيث تفيد نتائج هذه الدراسة في الكشف عن دور الذكاء الإصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية، للإفادة منها في تقييم درجة الأداء القيادي، ومن المؤمل أيضا أن تسهم الدراسة في توفير معلومات قد تساعد القائمين على المؤسسات

التربوية في فهم علاقة الذكاء الإصطناعي برفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية. وذلك بهدف معالجة جوانب القصور مما يزيد من مستوى كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية.

إعتمدت الباحثة لهذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وهو المنهج الذي يعتمد على وصف الظواهر ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة وتحليلها للكشف عن دور الذكاء الإصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك، إذ تم وصف الظاهرة المستهدفة بالدراسة لدى أفراد الدراسة كما هي دون تغيير أو تعديل.

• تعطي نتائج الدراسة زيادة كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية عند تطبيق برنامج قائم على الذكاء الإصطناعي في جامعة تبوك، وإن القادة الإداريين بشكل عام يطبقون برامج الذكاء الإصطناعي من خلال وجود شبكة حاسوب تربط بين المركز الرئيسي للجامعة والفروع الأخرى عن طريق شبكات الحاسب الآلي، وإستخدام البرامج وطرق الحماية الفعالة لمنع التعدي على البيانات والمعلومات عند تطبيق الذكاء الإصطناعي، وقيام الإدارة بتهيئة الموظفين معنويا على إستخدام برنامج الذكاء الإصطناعي، وتوافر الكوادر البشرية اللازمة

لتطبيق برنامج الذكاء الاصطناعي، وغير ذلك من الخدمات الإلكترونية ومتطلباتها، التي تتضمنها فقرات الأداة، وهذه الأمور جميعها تعكس بدورها إدراك الإداريين ووعيهم بأهمية الذكاء الاصطناعي في النجاح لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك وتطورها وتحقيق الأهداف المرجوة منها.

● أظهرت جداول اختبار للعينات المستقلة واختبار تحليل التباين الأحادي لإيجاد الفروقات حول دور الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك تبعاً لمتغير (الجنس، المستوى التعليمي، عدد سنوات الخبرة)، حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية حول دور الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بجامعة تبوك، تبعاً للمتغيرات السالفة الذكر، وهذا إلى معرفة نتيجة جميع العاملين في إدارة الموارد البشرية، إلى أهمية ومزايا برنامج الذكاء الاصطناعي، أي أن جميع أفراد الدراسة لديهم الرغبة في تطبيق الذكاء الاصطناعي في الجامعة، لما لها من أثر إيجابي وفعال في تحسين كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية والجامعة ككل، بحكم أن جميعهم يعمل في الجامعة، فمهما اختلف جنسهم واختلف المستوى التعليمي، وعدد سنوات الخبرة لديهم.

### 9.2.2. الدراسة الثانية

دراسة الباحثين إيمان بنت أحمد بن إبراهيم ، جواهر بنت صالح بن عيادة الخشمي، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير بعنوان إتجاهات الشباب والفتيات نحو الترفيه في المجتمع السعودي في ضوء رؤية 2030 في قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.


- ما اتجاهات الشباب والفتيات نحو الترفيه في المجتمع السعودي في ضوء رؤية 2030؟
- ما اتجاهات الشباب والفتيات في مدينة الرياض نحو الترفيه في ضوء رؤية 2030؟
- ما أنواع الممارسات الترفيهية التي تجذب فئة الشباب والفتيات للترفيه عن أنفسهم في مدينة الرياض؟
- ما المعوقات التي يواجهها الشباب والفتيات والتي تؤثر على ممارستهم للأنشطة الترفيهية في مدينة الرياض؟
- ما المقترحات الترفيهية التي تتناسب مع الشباب والفتيات وميولهم في مدينة الرياض؟
- ما الفروق ذات الدلالة الإحصائية في استجابات أفراد العينة حول الإتجاهات المتعلقة بالترفيه والتي تغزى بالمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، الحالة الإجتماعية، مستوى دخل الأسرة، عدد ساعات الفراغ اليومية)؟
- التعرف على اتجاهات الشباب والفتيات في مدينة الرياض نحو الترفيه في ضوء رؤية 2030.
- التعرف على أنواع الممارسات الترفيهية التي تجذب الشباب والفتيات للترفيه عن أنفسهم في مدينة الرياض.
- التعرف على المعوقات التي تواجهها الشباب والفتيات والتي تؤثر على ممارستهم للأنشطة الترفيهية في مدينة الرياض.
- المقترحات الترفيهية التي تتناسب مع الشباب والفتيات وميولهم في مدينة الرياض.
- التعرف على الفروق ذات الدلالة الإحصائية في استجابات أفراد العينة حول الإتجاهات المتعلقة بالترفيه والتي تغزى بالمتغيرات الديمغرافية، (الجنس، العمر، الحالة الإجتماعية، مستوى دخل الأسرة، عدد ساعات الفراغ اليومية).
- تلقي هذه الدراسة الضوء على موضوع يرتبط بالشباب والفتيات إذ تعتبر من المراحل الهامة والمؤثرة في حياتهم، وبالتالي فإن لهذه الفئة تأثير كبير على المجتمع وتطوره وإزدهاره، تحدد هذه الدراسة طبيعة المعوقات التي تقلص من فعالية الشباب والفتيات، وإمكانيتهم، بواسطة معرفة البرامج التي تجذبهم، والتي تتيح لهم إمكانيات واسعة لتحقيق رغباتهم للترفيه بأنفسهم، نظرا لوجود بعض الإنحرافات الفكرية الضالة لفئة الشباب، لذا فإن الترفيه يعدّ شغل فكري وبدني، وخصوصا أن معظم الدراسات التي لها علاقة بإنحرافات الشباب.

- تفتح هذه الدراسة الحالية المجال أمام الباحثين من اجل القيام بدراسات أخرى عديدة حول إتجاهات الشباب والفتيات نحو الترفيه في المجتمع السعودي، وذلك كونها غير مسبوقة في هذا المجال.
- نتائج هذه الدراسة قد تتيح للعاملين والمختصين والهيئات والمؤسسات في مجال الترفيه التعرف على إتجاهات الشباب من الجنسين، ومطالبهم نحو الترفيه.
- إتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي المسحي بإستخدام العينة، ويرجع الإعتماد على هذا المنهج لكبر حجم الدراسة وصعوبة الحصر الشامل، لذا فإن المنهج الوصفي المسحي هو الأنسب مع طبيعة هذه الدراسة.

### 8.3. مجال الإستفادة من الدراسات السابقة

- ساعدتنا الدراسات السابقة في فهم دقيق وشامل لمجال الذكاء الإصطناعي وتحديد أبعاده قبل القيام بالدراسة
- استفدنا من الدراسات السابقة في تحديد أبعاد مشكلة الدراسة وبلورة الخطة المنهجية، وحصر الأبعاد الأساسية التي ارتكزت عليها دراستنا في صياغة التساؤلات بما يتلائم مع موضوع دراستنا، وحرصنا على التطرق على زوايا لم يتم بحثها في دراسات سابقة تناولت موضوع الذكاء الإصطناعي.

- من خلال استعراض الدراسات السابقة إتضح أنها هناك توافق مع دراستنا الحالية حيث تتفق على أهمية تطبيق الذكاء الإصطناعي في شتى المجالات من بينها مجال صناعة الترفيه.
- اتفقت دراستنا مع بعض الدراسات التي إعتدنا عليها من حيث الخطة المنهجية المتبعة. لكنها إختلفت بعضها من حيث المنهج المتبع وأداة الدراسة، حيث إعتدت دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي وإستخدمنا أداة الإستبيان كأداة لدراستنا الميدانية والملاحظة البسيطة كأداة مكملة.
- من خلا دراستنا السابقة قمنا بالإحاطة بجميع تركيبات الذكاء الإصطناعي والأنظمة التي يعتمد عليها القائمين على هذه التقنية في مجال صناعة الترفيه.
- ساعدتنا الدراسات السابقة في تسليط الضوء على واقع إستخدام الذكاء الإصطناعي بمختلف تطبيقاته بالأخص في المؤسسات الجزائرية، مما أعطنا نظرة أولية قبل القيام بالجانب الميداني للدراسة.



الفصل الثاني  
مدخل إلى الذكاء  
الإصطناعي

**تمهيد**

الذكاء الإصطناعي فرع من فروع التكنولوجيا المعاصرة التي إبتدعها العقل البشري، حيث أصبح من بين الأساسيات التي يحتاجها كل علم حديث، ونتيجة لتقدمه أصبح ركيزة المجتمعات في سبيل التقدم والتفوق والإزدهار والتطور البشري، ويعود أول إستعمال أكاديمي وبحثي له سنة 1950م على يد آلان تورينغ عن طريق إختبار تورينغ، في حين تم إستعمال رسمي للمصطلح كان في مؤتمر بأمريكا بكلية دارثموت وذلك سنة 1956م، بلسان العالم الأمريكي جون مكارثي.

ومن خلال ذلك سلطنا الضوء في هذا الفصل على المفاهيم الأساسية للذكاء الإصطناعي، وفقا للتقسيم التالي، حيث تناولنا من خلال هذا الفصل مبحثين كالآتي:

- مدخل إلى الذكاء الإصطناعي.
- أهمية الذكاء الإصطناعي خصائصه، سماته، تطبيقه، مجال تطبيقه.

**1. مدخل إلى الذكاء الإصطناعي**

### 1.1. نشأة الذكاء الاصطناعي

منذ الثورة الصناعية في إنجلترا في القرن الثامن عشر، بدأ العالم يتحول إلى عصر التكنولوجيا والصناعات الحديثة، مما يعكس بوضوح حياة الإنسان ورفاهيته والبحث عن وسائل أعلى وأكثر فاعلية للراحة والإستمتاع بالحياة، فعندما نذكر كلمة الثورة الصناعية يعتقد معظمنا أنها كانت ثورة صناعية واحدة فقط حدثت في إنجلترا، لكننا الآن نجد العالم يشهد ثورة صناعية رابعة، حيث قدمت الثورة الصناعية الرابعة العديد من فرص النمو الفريدة لمختلف إقتصادات العالم، على عكس الثورات الصناعية السابقة، التي ركزت فقط على ماكنة عمليات الإنتاج وزيادة الأرباح حيث قدمت الثورة الصناعية الرابعة نمودجا مختلفا تماما، هو عبارة عن مزيج من العوالم المادية والرقمية والبيولوجية في سياق هذه الثورة الحديثة، فإن تكامل الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence (AI)، الروبوتات Robotics في حياتنا اليومية أصبح يتسارع بشكل متزايد، وسوف يصبح الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي جزءا أساسيا من كل ما نستخدمه في حياتنا، مثل الأجهزة المنزلية والسيارات وأجهزة الإستشعار والطائرات بدون طيار.

أطلقت هذه الثورة الجديدة مدفوعة بتطور الذكاء الاصطناعي في العقود الأخيرة مجموعة مذهلة من الإمكانيات بما في ذلك إكتشاف أسرار وراثية وفتح للدماغ البشري، حيث تسعى هذه التقنيات الجديدة إلى إيجاد طرق أسرع وأكثر كفاءة وأذكي لإنجاز مهام يومية مختلفة، أو حتى في حالات أخرى لتطوير ذكاء إصطناعي يتجاوز الذكاء البشري، فأنظمة الذكاء الاصطناعي تتطور بسرعة قد تبدو في بعض الأحيان أنها سحرية، حيث يعتقد الباحثون والمطورون أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يصبح قويا لدرجة أنه سيكون من الصعب على البشر السيطرة عليه، فالذكاء الاصطناعي على سبيل المثال له تأثير واضح على النمو الإقتصادي لأنه يؤثر بشكل مباشر على وظائف إنتاج السلع والأفكار، ومع ذلك فإن تقدم الذكاء الاصطناعي وتأثيراته على الإقتصاد الكلي يعتمد على السلوك الغني المحتمل

للشركات وتتأثر الحوافز وسلوك الشركة، وهيكل السوق والإختلافات القطاعية بشكل مباشر بوجود الذكاء الإصطناعي والنظم الخبيرة. (أحمد حبيب، 2019، ص 16، 15)

في أواخر القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين عاش العالم تقدما واسعا في مجال تكنولوجيا المعلومات وعصر المعرفة، والذي ترتب عليه تقصير المسافات بين العالم بحيث أصبحت في متناول الجميع، فلا يوجد هناك حواجز زمنية أو مكانية تمنع تفاعل البشر والتقاء الحضارات وأصبحت السرعة هي سمة هذا العصر المعروف بالعولمة والإقتصاد المعرفي، إذ رأَت الدول والمجتمعات والمؤسسات المعاصرة في ظل العولمة والإقتصاد الرقمي تغيرات كبيرة في كافة جوانب ومجالات الحياة، فأصبحت تسيطر على العالم الآن إقتصاديات ونظم أعمال وإدارات جديدة تختلف تماما عن سابقتها التي كانت سائدة قبل إنتشار العولمة والإقتصاد الرقمي اللذين فرضا فكرهما ومنهجياتهما على العالم.

نستطيع أن نقول أن الذكاء الإصطناعي مرتبط بالأجهزة التكنولوجية المبتكرة، فهو متاح في جميع الأماكن حول العالم مثل برمجيات الترجمة والطائرات بدون طيار والسيارات ذات القيادة الذاتية، والروبوتات الآلية وبرامج المحاكاة المعرفية، والتطبيقات الحاسوبية في الطب والتجارة والهندسة وبرامج تحليل البيانات الإقتصادية كالبورصة وتداول الأسهم، والعديد من التطبيقات الهائلة التي إنتشرت حول العالم في الآونة الأخيرة.

أصبحت المنظمات الحديثة في أمس الحاجة للإستفادة من الذكاء الإصطناعي في تحسين أدائها وتحقيق مستويات إدارية ومحاسبية ذات مستوى عالي وتوفير فرص هائلة لتسيير عمليات منظمة داخلية وتنميتها، فإعتماد المنظمات الحديثة على تطبيقات الذكاء الإصطناعي وعملياته سيعدّ سلاحا للوقوف في وجه العقبات المستقبلية للمنظمة، والتوصل للحلول التي تسهم في حل مشكلات أداء المنظمة، ويسهل من تبادل المعلومات والخبرات وتزويد من مستوى التنافسية في ظل العولمة وتعزيز السرعة والعمل الروتيني، وتوفير معلومات حقيقية ودقيقة، وإنتهازها في عملية التخطيط

الإستراتيجي، والتي تعمل على زيادة مستوى الشفافية في المنظمة، حيث سيشكل تحديا قويا لأنظمة إدارة المنظمة، والقدرة على ضبطها وفقا للظروف والفرص الجديدة والتي تعد بمثابة عامل من عوامل النجاح الرئيسية للمنظمات، من الأهمية بمكان أن نشير إلى التغيرات التي تحدث في منظمات الأعمال كنتيجة للمستجدات البيئية المليئة بالتحديات التنافسية، تجعل من الصعوبة على منظمات الأعمال إكتساب ميزتها التنافسية. (شريف حمدي، 2023، ص6)

## 1.2. مفهوم الذكاء الإصطناعي

يمثل الذكاء الإصطناعي أهم مخرجات الثورة الصناعية الرابعة لتعدد إستخداماته في المجالات العسكرية والصناعية والإقتصادية والتقنية والتطبيقات الطبية والتعليمية والخدماتية... إلخ، ويتوقع لها أن يفتح الباب لإبتكارات لا حدود لها، وأن يؤدي إلى مزيد من الثورة الصناعية، بما يحدث تغيير جذريا في حياة الإنسان، ويصبح محرك للتقدم والإزدهار.

هو أيضا هو الذكاء الذي تبديها الآلات والبرامج بما يحاكي القدرات الذهنية البشرية، وأنماط عملها مثل: القدرة على التعلم والإستنتاج، ورد الفعل على أوضاع المتبرمج في الآلة، وهو كذلك إسم لمجال الأكاديمي، يعني بكفية صنع حواسيب وبرامج قادرة على إتخاذ سلوك ذكي، ويشير مفهوم الذكاء الإصطناعي إلى قدرة جهاز الحاسوب الرقمي، أو جهاز الحاسوب، الذي يتم التحكم به عن طريق الروبوت على أداء المهمات التي ترتبط غالبا بالكائنات الحية التي تمتلك ذكاء، وكثيرا ما يطبق هذا المفهوم بشكل شائع على المشروع الخاص بتطوير الأنظمة المختلفة، التي تتمتع بعمليات ذهنية يتميز بها الإنسان كالقدرة على التفكير، وعلى اكتشاف المعنى والتعلم من الخبرات السابقة.

عرف Tuomi الذكاء الإصطناعي بأنه "آلة تفهم الأصوات وتفسرها، وتعمل على حل المشكلات، وتستطيع تشخيص الحالات الطبية وتتحكم في السيارات على الطريق وغيرها، وهو نظام يمتلك القدرة على أداء المهام المرتبطة عادة بالكائنات الحية".

كما يعرف أنه ذلك الحقل من الدراسة الذي يصور مهارة التعلم الآلي تماما مثل البشر ويبحث القدرة على الإستجابة لبعض السلوكيات المعروفة أيضا بإسم الذكاء الاصطناعي.

كما يعرفه Poola بأنه "تطوير أنظمة معقدة أكثر تقدما لها القدرة على أن تتفوق على البشر بطرق متعددة".

في المقابل يعرف Kurzweil وهو أشهر الباحثين في حقل الذكاء الاصطناعي بأنه "فن تصنيع آلات قادرة على القيام بعمليات تتطلب الذكاء عندما يقوم بها الإنسان". كما تم تعريفه أيضا " مجال متعدد التخصصات من العلوم والهندسة، وهو الهدف المطلوب، إنشاء آلات ذكاء". (شريف حمدي، 2023، ص 22، 23)

ويشير الذكاء الاصطناعي إلى محاكاة الذكاء البشري في الآلات المبرمجة للتفكير مثل البشر وتقليد أفعالهم .

يمكن تطبيق المصطلح على آلة تعرض سمات مرتبطة بالعقل لبشر يمثل التعلم وحل المشكلات، ويعرف قاموس روبير الصغير الذكاء الاصطناعي على أنه "جزء من علوم الحاسب الآلي، الذي يهدف لمحاكاة قدرة معرفية لإستبدال الإنسان في أداء وظائف مناسبة في سياق معين تتطلب ذكاء".

عرف أيضا بأنه "نظرية وتطوير أنظمة الكمبيوتر القادرة على أداء المهام التي تتطلب ذكاء بشريا بشكل طبيعي"، بالإضافة إلى تعريف يحكم قدرة الآلة على تقليد السلوك البشري الذكي.

وعرف Dan Wpatterson أنه "نوع من فروع علم الحاسب الذي يهتم بدراسة وتكوين منظومات حاسوبية تظهر بعض صيغ الذكاء، وهذه المنظومات لها قابلية على إستنتاجات مفيدة جدا حول المشكلة الموضوعية، كما تستطيع هذه المنظومات فهم اللغات الطبيعية أو فهم الإدراك الحي وغيرها من الإمكانيات التي تحتاج ذكاء".

بناء على هذه التعريفات يشير مفهوم الذكاء الإصطناعي إلى مقدمة لجعل الآلات تفكر وتتصرف كبشر، مما يجعل من الممكن للآلات أداء المهمات البشرية والتكيف مع البيئة المحيطة بها أو التفاعل معها، ومع ذلك، من المهم ملاحظة أن ما نسميه الذكاء الإصطناعي يتغير مع مرور الوقت مع تقدم التكنولوجيا، فعندما تصبح بعض تقنيات الذكاء الإصطناعي سهلة الوصول إلينا، يتم إعتباره أمر مفروغ منه ولم يعد يطلق عليه الذكاء الإصطناعي، هذا لأن مصطلح الذكاء الإصطناعي ينظر إليه على أنه تقنية مستقبلية، ولأن بعض أهداف الذكاء الإصطناعي التعلم والإستدلال والإدراك، فيمكن إستخدام هذه الخصائص لإتخاذ الإجراءات لتحقيق هذه الأهداف. (شريف حمدي، 2023، ص24)

ويتضح من خلال ما سبق أنه ومن خلال تبادل الخبرات ونقل وجهات النظر المختلفة ما بين الأفراد والخبراء المختصين في مجالات الذكاء الإصطناعي، هذا أدى بدوره إلى خلق جو من المنافسة للقيام ببناء أنظمة تفوق الأنظمة والبرامج التي يقوم بها الكثير من الخبراء قبل ظهور مصطلح العولمة ومع ظهور تلك الأنظمة الخبيرة وتطورها تدريجياً أصبح بالإمكان دراسة سلوك وأفعال وتوجهات شريحة كبيرة من الناس وبناء أنظمة ذكية شبيهة لحد ما من العمل والسلوك الإنساني، بل في بعض الأحيان يفوق عملها الطريقة التي يقوم بها الإنسان. (نورة محمد عبد الله العزام، 2019، ص478)

### 1.3 لغات الذكاء الإصطناعي

لغة الذكاء الاصطناعي، وتسمى أحيانا لغة البرمجة الرمزية، ( Languages Programming Symbolic)، وهي اللغات الفعالة في بناء نظم الذكاء الاصطناعي، ومن أهم هذه اللغات:

### 1.3.1 لغة البايثون Python

هي إحدى اللغات البرمجية القوية جدا حيث يتم إستخدامها على نطاق واسع في الكثير من المجالات، حيث يتم إستخدامها في تطوير الذكاء الاصطناعي، وذلك لأنها تعتبر لغة مثالية تمتلك عددا لا نهائي من الحقائق Packages، فبايثون هي واحدة من أكثر لغات البرمجة المستخدمة على نطاق واسع في مجال الذكاء الاصطناعي بفضل بساطتها، ويمكن أن تستخدم بسلاسة مع هياكل البيانات وغيرها من خوارزميات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بشكل متكرر، لدى بايثون مئات المكتبات التي تجعل أي نوع من المشاريع ممكنا، سواء كان تطبيقا للجوال أو تطبيق ويب أو علم بيانات أو ذكاء اصطناعيا، على سبيل المثال: "Numpy" للحساب العلمي، "Pybrain" للتعلم الآلي، "Scipy" للحوسبة المتقدمة، "AIMA" للذكاء الاصطناعي.

### 3.1.2 لغة Prolog

هذه اللغة من أكثر لغات البرمجة المستخدمة في مجال برمجة الذكاء الاصطناعي، فليها القدرة على برمجة المنطق ولعل هذا هو السبب الذي يجعلها أكثر لغات البرمجة إستخداما في مجال برمجة الذكاء الاصطناعي، وأخيرا كلمة Prolog، إختصار لكلمة Programming In Logic، فهذه اللغة تبقى جنب إلى جنب مع Lisp، عندما نتحدث عن التطوير في مجال الذكاء الاصطناعي، وتشمل المميزات التي يوفرها Tree-baised Data Structuring و Efficient Pattern Matching و Automatic Backtracking، كل هذه المميزات توفر إطار برمجة قويا ومرنا بشكل مدهش. (أسماء السيد محمد و كريمة محمود محمد، 2020، ص28، 27)

### 3.1.3 لغة AIML

هذه اللغة أهم ما يميزها هو كونها تقوم برسم الهيكل والتخطيط للذكاء الاصطناعي وكلمة AIML اختصار لعبارة، (Artificial Intellegence) Markup.

### 3.1.4 لغة LISP

تعد LISP واحدة من أقدم لغات البرمجة (تم تطويرها في عام 1958)، ولغة بارزة أنشأها الدكتور جون ماكارني، الذي صاغ مصطلح "الذكاء الاصطناعي" على الرغم من أنها لا تستخدم كثيرا هذه الأيام، إلا أنها لغة مرنة وقابلة للإستخدام.

### 3.1.5 لغة JAVA

جافا أيضا خيار عظيم، فهي لغة برمجة موجهة للكائنات تركز على توفير جميع الميزات عالية المستوى المطلوبة للعمل على مشاريع الذكاء الاصطناعي، ومجتمع جافا هو أيضا نقطة إضافية لأنه سيكون هناك شخص لمساعدتك في الإستفسارات والمشكلات الخاصة بك، وأفضل ما في لغة JAVA هو تقنية JAVA Virtual Machine، التي تمكنك من إنشاء إصدار تطبيق واحد، والذي سيعمل على جميع الأنظمة الأساسية المدعومة من JAVA.

### 3.1.6 لغة C++

هي أسرع لغة برمجة في العالم فلها القدرة على التحدث على مستوى الأجهزة، تمكن المطورين من تحسين وقت تنفيذ البرنامج الخاص بهم، وهي مفيدة للغاية لمشاريع الذكاء الاصطناعي، فعلى سبيل المثال: يمكن إستخدام C++ على نطاق واسع في AI، حيث يمكن إستخدام C++ لتقنيات AI الإحصائية مثل تلك الموجودة في الشبكات العصبية، يمكن أيضا كتابة الخوارزميات بشكل موسع من خلالها. (أسماء السيد محمد و كريمة محمود محمد، 2020، ص28، 29 )

## 1.4 أنواع الذكاء الاصطناعي

يصنف أنواع الذكاء الاصطناعي لثلاثة تبعا لما يتمتع به من قدرات، للأنواع

التالية:

- الذكاء الاصطناعي الضيق أو الضعيف **Narrow AI or Weak AI**.
- الذكاء الاصطناعي القوي أو العام **General AI or Strong AI**.
- الذكاء الاصطناعي الفائق أو الخارق **Super AI**.

#### 1.4.1. الذكاء الاصطناعي الضيق أو الضعيف **Narrow AI or Weak AI**

• إن الذكاء الاصطناعي الضيق هو نوع من الذكاء الاصطناعي قادر على أداء مهمة مخصصة بالذكاء، وهو الذكاء الاصطناعي الأكثر شيوعا والمتوفر حاليا في عالم الذكاء الاصطناعي.

• لا يمكن للذكاء الاصطناعي الضيق أن يتخطى مجاله أو حدوده، حيث يتم تدريبه على مهمة واحدة فقط، ومن ثم يطلق عليه اسم **AI الضعيف**، يمكن أن يفشل الذكاء الاصطناعي الضيق بطرق غير متوقعة إذا تجاوز حدوده، **Apple Siri** هو مثال جيد على **Narrow AI**، لكنه يعمل مع نطاق محدود من الوظائف المحددة مسبقا.

• يأتي حاسوب **Watson** العملاق الخاص بشركة **IBM** أيضا ضمن نطاق الذكاء الاصطناعي الضيق، حيث يستخدم منهج النظام الخبير جنبا إلى جنب مع التعلم الآلي ومعالجة اللغة الطبيعية.

• تلعب بعض الأمثلة على هذا النوع من الذكاء الاصطناعي **Narrow AI**، لعبة الشطرنج، وشراء الإقتراحات من موقع التجارة الإلكترونية والسيارات ذاتية القيادة والتعرف على الكلام، والتعرف على الصور. (المياء محسن محمد، 2023، ص21)

- الذكاء الاصطناعي القوي أو العام **General AI or Strong AI**

- الذكاء الاصطناعي العام هو نوع من الذكاء يمكنه أداء اي مهمة فكرية بكفاءة مثل الإنسان.
- الفكرة من وراء الذكاء الاصطناعي العام هي صنع مثل هذا النظام الذي يمكن أن يكون أكثر ذكاء أو يفكر كإنسان بمفرده.
- في الوقت الحالي لا يوجد مثل هذا النظام الذي يمكن أن يندرج تحت الذكاء الاصطناعي العام ويمكنه أداء اي مهمة مثالية مثل الإنسان.
- يركز الباحثون في جميع أنحاء العالم الآن على تطوير الآلات باستخدام الذكاء الاصطناعي العام.
- نظرا لأن الأنظمة ذات الذكاء الاصطناعي العام لا تزال قيد البحث، سيستغرق تطوير مثل هذه الأنظمة الكثير من الجهود والوقت.

#### 1.4.2. الذكاء الاصطناعي الفائق أو الخارق Super AI

- هو مستوى من ذكاء الأنظمة يمكن أن تتفوق فيه الآلات على الذكاء البشري، حيث يمكنها أداء مهمة بشكل أفضل من الإنسان ذي الخصائص المعرفية، إنها نتيجة الذكاء الاصطناعي العام.
- تتضمن بعض الخصائص الرئيسية للذكاء الاصطناعي القوي القدرة على التفكير وحل الألغاز وإصدار الأحكام، والتخطيط والتعلم والتواصل من تلقاء نفسها.
- لا يزال الذكاء الاصطناعي الفائق مفهوم إفتراضيا للذكاء الاصطناعي، إن تطوير مثل هذه الانظمة في الواقع لا يزال مهمة تغيير العالم.(لمياء محسن محمد، 2023، ص23،24)
- وهي نماذج لا تزال تحت التجربة وتسعى لمحاكاة الإنسان، ويمكن في هذا النوع التمييز بين نمطين أساسين الأول يحاول فهم الأفكار البشرية والإنفعالات التي تؤثر على سلوك البشر، ويملك قدرة محدودة على التفاعل الإجتماعي، أما النوع الثاني فهو نموذج لنظرية العقل، حيث تستطيع هذه النماذج التعبير عن حالتها الداخلية، وأن تتنبأ بمشاعر الآخرين ومواقفهم وتتفاعل معها فهي الجيل القادم من الآلات فائقة الذكاء.(هالة أحمد الحسيني ودعاء هشام جمعة، 2023، ص12)

## 2. أهمية الذكاء الاصطناعي، خصائصه، سماته، تطبيقه في المؤسسات، مجال تطبيقه

### 2.1. أهمية الذكاء الاصطناعي

تتمثل أهمية أنظمة الذكاء الاصطناعي كالتالي:

- يكتسب الذكاء الاصطناعي المعلومات عن طريق الممارسات العملية، كما أنه قادر على التمييز بين القضايا المتعددة بشكل دقيق، ومن أهم قدرات الذكاء الاصطناعي إستجابته للمتغيرات، وتميزه بالمرونة وسرعة رد الفعل في جميع الأحوال.
- يتمتع الذكاء الاصطناعي بقدرته على الإدراك الحسي وبالتالي إتخاذ القرارات بشكل سليم، إعتقادا على دراسة جميع الإحتمالات وإتقان نتائجها، ومن ثم إختيار أفضل القرارات التي تؤدي إلى النتائج المطلوبة، والتمكين من إكتشاف الأخطاء وتصحيحها بشكل سريع.

يدخل الذكاء الاصطناعي في جميع المجالات التقنية التي تحتاج إلى التفكير المنطقي والمعرفة والتخطيط والإدراك الإفتراض، ومن أبرز المجالات التي يتميز فيها هي برامج وتطبيقات محاكاة الواقع والصناعة من خلال الروبوتات القادرة على أداء مهام الجنس البشري وتطوير البرامج والتطبيقات الحاسوبية في مختلف المجالات. (نسرين عبد العزيز، 2023، ص14)

- يؤثر الذكاء الاصطناعي على مستقبل كل قطاع صناعي وعلى كل إنسان على هذا الكوكب، كما يعد المحرك الأساسي لجميع التقنيات الناشئة مثل جميع البيانات الضخمة والروبوتات وإنترنت الأشياء، ومن المتوقع أن يلعب الذكاء الاصطناعي دورا أكبر خلال السنوات القادمة.
- يزيد الذكاء الاصطناعي من كفاءة الأعمال وسرعة تنفيذها ويزيد من قيمتها ويساهم في التطور المستمر للأدوات والبرمجيات المتعلقة بها.
- للذكاء الاصطناعي أهمية في حياتنا اليومية فقد أحدث استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ثورة كبيرة في مجال صناعة السيارات، حيث يستخدم برنامج القيادة الذاتية من جوجل الذي يستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي لتقليل نسبة الحوادث

وتخفيف الإزدحام المروري، وتستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مواقع التجارة الإلكترونية للحصول على صورة واضحة لسلوك العملاء في عمليات الشراء عبر الموقع وتقديم التوصيات، وتستخدم أيضا شبكات التواصل الاجتماعي تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل فيسبوك للكشف عن وجود اختراق لصور المستخدم. (ناصر غلاب، 2022، ص69)

## 2.2. خصائص الذكاء الاصطناعي

يملك الذكاء الاصطناعي خصائص كثيرة جعلت منه استثمارا ذا فعالية في كثير من المجالات كما يلي:

- ◆ تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الأجهزة والآلات تمكنها من التخطيط وتحليل المشكلات باستخدام المنطق.
- ◆ التعرف على الأصوات والكلام، والقدرة على تحريك الأشياء.
- ◆ تستطيع الأجهزة المتبينة للذكاء الاصطناعي فهم المدخلات وتحليلها جيدا لتقديم مخرجات تلبي احتياجات المستخدم بكفاءة عالية.
- ◆ يمكن من التعلم المستمر، حيث تكون عملية التعلم آلية وذاتية دون خضوعه للمراقبة والإشراف.
- ◆ يقدر على معالجة الكم الهائل من المعلومات التي يتعرض لها.
- ◆ يستطيع ملاحظة الأنماط المتشابهة في البيانات وتحليلها بفعالية أكثر من الأدمغة البشرية.
- ◆ يستطيع إيجاد الحلول للمشكلات غير المألوفة باستخدام قدراته المعرفية.

## 2.3. سمات الذكاء الاصطناعي

يتسم الذكاء الاصطناعي بسمات عديدة منها:

### 2.3.1. الإستدلال

ويعد أحد عمليات الاستنتاج المنطقي، أي استخدام القواعد والحقائق وطرق البحث المختلفة والحدس للوصول إلى إستنتاج معين، وذلك عن طريق القيام بالإستدلال من خلال مطابقة الصور الأصوات وغيرها، إعتقادا على بناء قاعدة من المعرفة من خلالها يتم إكتساب الحاسوب القدرة على الإستدلال ومن ثم الإستنتاج المنطقي وإصدار الأحكام.

### 2.3.2. تمثيل المعرفة

تمتلك أنظمة الذكاء الاصطناعي قاعدة كبيرة من المعرفة تمكنها من الربط بين الحالات والنتائج، وتمتلك هذه الأنظمة القدرة على الفصل بين هذه القاعدة وبين نظم المعالجة التي تستخدم المعرفة وتعالجها وتفسرها، وبالتالي فإن تمثيل المعرفة يعتمد على قاعدة من البيانات والتفاصيل والحقائق الواسعة، ويعتمد أيضا على نظم المعالجة وكيفية التعامل مع هذه البيانات والمعلومات والإستفادة منها على أكمل وجه.

### 2.3.3. القدرة على التعلم

تعتبر القدرة على التعلم أحد أهم سمات الذكاء الاصطناعي، بالإعتماد على إستراتيجيات تعلم الآلة، حيث أنه بتحليل البيانات والمعلومات وإستبعاد معلومات غير مناسبة، وتصنيف المعلومات والإستفادة منها والتنبؤ، وأيضا تخزين هذه المعلومات للإستفادة منها في مواقف أخرى.

### 2.3.4. البيانات المتضاربة (غير المؤكدة)

حيث تمتلك أنظمة الذكاء الاصطناعي القدرة على التعامل مع البيانات المتضاربة أو المتناقضة أو التي تشوبها بعض الأخطاء وإعطاء الحلول المناسبة، كما تتمثل هذه السمة في قدرة الحواسيب الذكية على التوصل لحل المشكلات حتى في حالة عدم توفر جميع البيانات والمعلومات اللازمة لإتخاذ القرار. (نوره عبدالهادي الدسوقي، 2023، ص16، 15)

#### 2.4. تطبيق الذكاء الاصطناعي في المؤسسات

لكي تتم أقلمة الذكاء الاصطناعي بإعتباره طريقة الفطرة السليمة الجديدة للحياة، يجب أن تفوز العلاقات العامة أيضا بالمستهلكين، تستخدم العديد من الشركات وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للتفاعل مع المستهلكين وقد تبنت الآن روبوتات الدردشة الذكية كوسيلة فعالة من حيث التكلفة لبناء إتصالات شخصية وإجتماعية مع المستهلكين، تلعب روبوتات الدردشة بالذكاء الاصطناعي دورا متزايدا في الإتصال التنظيمي وتحسين الرسائل وتخصيصها مع المتابعين الحاليين والمحتملين.

غالبا ما يتضمن نهج العلاقات العامة لتجنيس الذكاء الاصطناعي في الحياة اليومية للمستهلكين، جعل إتصالات الذكاء الاصطناعي إما "متعة" أو "مفيدة"، أو كليهما، على سبيل المثال، قبل العرض الأول للموسم السابع من Game of Thrones، أطلقت HBO مجموعتها Go TBot للدردشة مع المعجبين الراغبين في تحديث ذاكرتهم على الشخصيات الرئيسية وخطوط الحكمة، كما أطلقت Just Eat شركة طلب الطعام عبر الإنترنت برنامج الدردشة الآلي الخاص بها في عام 2016 وبعد مرور عام استخدم أكثر من 40.000 شخص الروبوت، حيث تمكن العملاء من بدء حوار ببساطة عن طريق نشر رمز تعبيري عن "البيتزا" مثلا.

بينما تستخدم المزيد من الشركات الآن أدوات الذكاء الاصطناعي لدعم فرق الإتصالات الحالية أو لإدارة جميع وسائل التواصل الاجتماعي، فإن صناعة العلاقات العامة تختار عدم إعتبار هذا النشاط تهديدا مباشرا.

بعد كل هذا لا تزال روبوتات العلاقات العامة تفتقر إلى الفروق الدقيقة للتغلب على مشكلات السمعة الشائكة أو التعرف على الأزمة، تتوقع العلاقات العامة أيضا

الإستمرار في حماية ولايتها القضائية، نظرا لأن ممارسي العلاقات العامة يعتمدون بشكل كبير على "الكيمياء" التي ينشئونها مع العملاء و/ أو الإدارة العليا ومع ذلك، فإن "الكيمياء" تشكل حاجزا مهنيا ضعيفا، نظرا لأن التفكير النيوليبرالي يقود العديد من مؤسسات العملاء، فقد يعتبرون روبوتات العلاقات العامة عرضا مقنعا لكفاءتهم المطلقة، يمكن لروبوتات العلاقات العامة أن تعمل على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، تحتل العديد من المساحات العالمية على الفور، وتوفر إستجابة لرسالة "في الوقت المناسب" لوسائل الإعلام والجمهور، بالنسبة للمستهلكين، المشكلة الحقيقية مع روبوتات العلاقات العامة الصديقة هي أن اللمسة الإنسانية التي تقدمها هي مجرد وهم. (جنج أمين، 2022، مجلة ضياء للبحوث النفسية والتربوية، ص131، 130)

نضع أنفسنا في موقف ضعيف عند التعامل مع الروبوتات حيث يجب أن ننق بها إلى حد ما من خلال التخلي عن بياناتنا الشخصية لها، تستخدم الروبوتات ثقتنا للترويج لعمليات الشراء، وكسب الأصوات وبناء الرغبات وما إلى ذلك.

ومع ذلك، ورغم أن الروبوتات يمكنها محاكاة المشاعر، فإنها لا تستطيع الإحساس بها وبالتالي فإن للروبوتات الصديقة للعلاقات العامة جانبها السلبي، خاصة إذا يوما ما تستخدم الروبوتات "ضغط الأقران" للتأثير على الصوت. (جنج أمين، 2022، ص131، 130)

## 2.5. مجالات تطبيق الذكاء الاصطناعي



- يستخدم الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات العسكرية والصناعية والإقتصادية والتقنية والطبية والتعليمية والخدماتية ومن بين أهم تطبيقاته ما يلي:
- ◆ السيارات ذاتية القيادة والطائرات بدون طيار.
  - ◆ الإنسان الآلي "الروبوت" وهو جهاز ميكانيكي مبرمج للعمل مستقلا عن السيطرة البشرية، ومصمم لأداء الأعمال وإنجاز المهارات الحركية واللفظية التي يقوم بها الإنسان، فضلا عن إستخداماته الأخرى المتعددة بالمفاعلات النووية وتمديد الأسلاك وإصلاح التمديدات السلكية تحت أرضية وإكتشاف الألغام وصناعة السيارات وغيرها من المجالات الدقيقة.
  - ◆ التحكم اللاخطي كالتحكم بالسكك الحديدية.
  - ◆ الأجهزة الذكية القادرة على القيام بالعمليات الذهنية كفحص التصاميم الصناعية، ومراقبة العمليات وإتخاذ القرار.
  - ◆ المحاكاة المعرفية بإستخدام أجهزة الكمبيوتر لإختبار النظريات حول كيفية عمل العقل البشري والوظائف التي يقوم بها كالتعرف على الوجوه المألوفة والأصوات أو التعرف على خط اليد ومعالجة الصور وإستخلاص البيانات والمعلومات المفيدة منها وتفعيل الذاكرة.
  - ◆ التطبيقات الحاسوبية في التشخيص الطبي بالعيادات والمستشفيات وإجراء العمليات الجراحية.
  - ◆ برامج الألعاب كألعاب الشطرنج وألعاب الفيديو.
  - ◆ التطبيقات الخاصة بتعلم اللغات الطبيعية المختلفة وقواعد فهم اللغات المكتوبة والمنطوقة آليا والرد على الأسئلة بإجابات مبرمجة مسبقا، وأنظمة الترجمة الآلية للغات بشكل فوري.
  - ◆ الأنظمة الخبيرة التي تستطيع أداء مهام بطريقة تشبه طريقة الخبراء وتساعدهم على إتخاذ قراراتهم بدقة اعتمادا على جملة من العمليات المنطقية للتوصل إلى قرار صحيح أو جملة من الخيارات المنطقية ويعد هذا أكثر وأهم اهتمامات الذكاء الاصطناعي في الحاضر والمستقبل.(مركز البحوث والمعلومات، 2021، ص5)

◆ استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الاقتصادية كالبورصة وتطوير أنظمة تداول الأسهم، حيث تم تصميم أجهزة كمبيوتر بتطبيقاته التي يمكن أن تستثمر في الأسهم عن طريق التكيف مع السوق المالي، حيث تزايدت معدلات استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي مؤخرًا في جميع قطاعات الاقتصاد بسبب التزايد المستمر لحجم التعاملات في مجال البيانات الرقمية، حيث استطاعت تميز العديد من الشركات الاستفادة من تطبيق هذه الأدوات لتوفير خدمات مالية أكثر، ليس فقط للمؤسسات المالية والبنوك.

◆ توظيف الروبوتات الذكية في تقديم الخدمات المكتبية وهو أحد مظاهر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، حيث مع مطلع الألفية الثالثة، أثير النقاش العلمي حول أهمية التكنولوجيا في خدمة المعرفة بصفة عامة والمكتبات على وجه الخصوص، وتصدر الكمبيوتر والإنترنت أولويات الإهتمام العلمي باعتبارها آنذاك أبرز خدمة المعرفة وتطوير سبل إستغلالها، سواء على مستوى مظاهر هذه التكنولوجيا التي وجدت خصيصا للإدارة والتنظيم من جهة، أو على مستوى النفاذ إلى المعلومة المكتبية من جهة أخرى، ومن هنا برز مفهوم الذكاء الاصطناعي، و أضحّت مراكز البحث التكنولوجي تتنافس في تصميم روبوتات ومعالجات وتطبيقات ذات خوارزميات بالغة التعقيد تحاكي العقل البشري في ذكائه، وسارعت بعض المكتبات الذي تم إستخدامه كمرشد داخل مكتبة Pepper العالمية إلى تبني تلك التكنولوجيا الذكية، ولعل الروبوت Pepper الذي تم إستخدامه داخل مقاطعة رونوك العامة بالولايات المتحدة الأمريكية Library Public County Roanoke مثال بسيط عن الآفاق الغير محدودة التي تتيحها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي للمكتبات على كافة المستويات، بدءًا من الإدارة والتنظيم وصولًا إلى الإستقطاب الجماهيري وتيسير النفاذ إلى المعرفة. (هالة أحمد الحسيني ودعاء هشام جمعة، 2023، ص18، 19)

## خلاصة

من خلال ماسبق في هذا الفصل حاولنا الإمام بأهم الجوانب المتعلقة بالذكاء الإصطناعي، كعلم يشهد تطورات سريعة ومستمرة في عالمنا اليوم. حيث تبين لنا فيما سبق طرحه أن كل من الفقهاء لم يتماشوا في نسق واحد لتحديد مفهومه بشكل عام حيث اختلفت الآراء والتعريفات، فكل واحد عرفه بطريقة المعتمدة أو في مجال تخصصه معتمدا على معايير، آل في الأخير عدم بروز تعريف موحد، إلا أنهم أجمعوا في تعريفاتهم على محاكاته للعقل البشري. وتطرقنا إلى تبيان كل من لغات الذكاء الإصطناعي، التي تعد من اللغات التي يتميز بها، وأنواع الذكاء الإصطناعي معتمدين على القدرة والوظيفة في التقسيم، بالإضافة إلى مجالات تطبيقه وخصائصه وسماته بشتى أنواعها.



الفصل الثالث  
مدخل إلى صناعة  
الترفيه

**تمهيد**

باتت صناعة الترفيه إحدى الصناعات المهمة والتي تلعب دورا حيويا في تعزيز الرفاهية الاقتصادية وخلق الفرص، وهذا ما يبعث إلى تحقيق النمو الإقتصادي، حيث شهدت تطورا ملحوظا خاصة مع ظهور التكنولوجيا والتحول الرقمي، وأصبحت من إهتمام الكبير والصغير، وتقدم هذه الصناعات منتجات وخدمات ترفيهية للجماهير، مثل الأفلام والموسيقى والألعاب الرياضية والفعاليات الثقافية.

ومن خلال ذلك وعرضا لمحتويات الفصل الثاني الموسوم بعنوان مدخل إلى صناعة الترفيه، تناولنا مبحثين من أجل إرساء المفاهيم وتوفير المعلومات المطلوبة لهاته الصناعة الحديثة كالآتي:

- مدخل إلى صناعة الترفيه.
- صناعة الترفيه الشروط، النظريات، الأشكال.

## 1. مدخل إلى صناعة الترفيه

### 1.1. صناعة الترفيه، المفهوم، التطور، المحددات

#### 1.1.1. مفهوم صناعة الترفيه

صناعة الترفيه إحدى الصناعات التي يتنوع أثرها الإقتصادي بين الأثر المباشر وغير المباشر، الناتج عن العلاقات العامة وتغيير صورة المجتمع إلى مجتمع جاذب للأجانب مرحبا بالمقيمين، حيث من الواضح أن تحديات الإستثمار في الخليج بالتوجه إلى فن صناعة الترفيه لما لها من الأثر الإقتصادي المباشر على الإقتصاد المحلي. وقد شملت صناعة الترفيه قطاعات الإستثمار في السينما والتلفزيون، المسرح، الحفلات الموسيقية والغنائية، والألعاب، والمعارض، والأوبرا، والعروض، والموضة، والألعاب الإلكترونية، والفنون الإستعراضية، والترفيه الرقمي والرياضي، والمعالم السياحية، وتبلغ صناعة الترفيه في الإقتصاد العالمي 1.8 تريليون دولار ومن المتوقع وصولها لـ 2.2 تريليون في 2020.

من الواضح، توجه العنصر الشبابي إلى صناعة الترفيه لما له من مردود مباشر سريع يتناغم مع طبيعة متطلبات الجيل الحديث وشخصيته، حيث إن صناعة الترفيه وقّرت آلاف فرص العمل للشباب ويمتد تأمين توفير هذه الفرص إلى 10 سنوات قادمة مع زيادة نسبة إستهلاك السلع والخدمات المصاحبة للفعاليات الترفيهية.

فالإستثمار الترفيهي يحتاج تمويلا حكوميا وخاصة، محليا وأجنبيا في آن واحد، ومن المؤمل أنه خلال 10 أعوام القادمة بعد ضخ هذه الأموال في صناعة الترفيه قد تسهم بفوائد أكبر من شأنها أن ترفع من النمو السنوي للإقتصاد المحلي خاصة الإقتصاد الغير نفطي.

ومن الواضح حسب معدلات الربح المتعارف عالميا عليها فإن الربح في مجال الترفيه مقابل كل دولار تنفقه الحكومة في صناعة الترفيه تجني مقابله دينارين أي 100% ربح.

وتخطت الفوائد من صناعة الترفيه حاجز الأرقام المباشرة إلى مردودات غير مباشرة منها وقف تسرب الأموال لخارج المملكة، وإستخدامها في إستثمارات بالمملكة والتنوع وعدم الإعتماد على النفط وفتح مسارات جديدة لإستثمارات الحكومة والقطاع الخاص، بالإضافة إلى تحقيق السلم الإجتماعي والإستقرار وإتاحة متنفس للشباب بما إنهم أساس التوجه الجديد لريادة الإقتصاد. (أحمد القاضي، 2015، ص14)

تعد ثقافة الترفيه من مقومات جودة الحياة بل إنها من أهم المرتكزات في رؤية المملكة 2030، ولا يقتصر أمرها على دعم إيجاد خيارات ثقافية وترفيهية متنوعة تتناسب مع الأذواق والفئات كافة، بل ستلعب دورا إقتصاديا مهما من خلال توفير العديد من فرص العمل، كما ستشرف على نص الرؤية نفسه. (مركز البحوث والدراسات، 2022، ص13)

### 1.1.2. تطور صناعة الترفيه

شهدت صناعة الترفيه منذ القرن 20 تحولات كبيرة على مستوى العالم خلال العقود القليلة الماضية، تمثلت من جهة بتعاظم غير مسبوق لحجمها الإقتصادي الذي تقدره بعض المصادر بنحو ملايين الدولارات، ومن جهة أخرى بظهور مكونات جديدة بفعل التطور التقني الذي أضاف كثيرا إلى حياتنا اليومية.

إن الحجم الإقتصادي لصناعة الترفيه قد ينعكس بناء على أنواع الترفيه والتي تشمل صناعة الترفيه في كل أنواع النشاطات الترفيهية التقليدية التي غالبا ما تتطلب الحضور الشخصي إلى مكان الترفيه كالألعاب والرياضة والفنون والعروض الأدائية والثقافية ومدن الملاهي والسينما، بالإضافة إلى تلك التي تعتمد على الإعلام للتوزيع كالإنتاج التلفزيوني والموسيقى والتلفزيون والإذاعة وخدمات الكابل والنشر والألعاب الإلكترونية التي تطورت وانتشرت بشكل هائل مع إنتشار الإنترنت.

يشار إلى أنه وعلى الرغم من التقدم والنمو السريع للترفيه الرقمي فإن نسبة إنفاق العالم على الترفيه التقليدي لا تزال تفوق إنفاقهم على الترفيه الرقمي بحوالي 20%، لكن مع عولمة صناعة الترفيه إنتشر مؤخرا إستعمال وسائط الميديا، وكذلك برامج وتطبيقات "أون لاين" فهناك حوالي 12 مليار جهاز منتشر حول العالم موصول بالشبكة.

إذ أشارت دراسات إلى أن المستهلكين يريدون وسائط ترفيهية على طريقة "سيلفي"، أي شخصية، تتلج قلوبهم فورا، جذابة، وتفاعلية عبر شبكات التواصل الإجتماعية، حيث من الواضح التوجهات الحالية لصناعة الترفيه تتغير وتتطور بتغير الإحتياجات والمزاج العام للمستهلكين ولكي تكون متميزا عليك أن تتوقع ذلك التغيير وتأخذ سبق وتلبي الإحتياجات وهذا ما حدث خلال فترة قصيرة.

ومن المتوقع أن يستمر التغير في الفترة القادمة فصناعة الترفيه تتغير نحو مجالات جديدة مثل الترفيه بالرياضة وهو ما شهدناه بقوة فوز المنتخب البحريني في

كأس خليجي 24 في قطر وما ترتب عليها من التوجه للإستثمار في صناعة الترفيه الرياضي، والتوجه الخليجي إلى إستخدام تطبيقات الواقع الافتراضي.

من الواضح، توجه إبداء المستهلكين رغبة قوية في المشاركة الشخصية في برامج وتطبيقات و ألعاب الترفيه، ما يشكل فرصة كبيرة لهم وللشركات على سواء.

ويمكن أن تترجم هذه الرغبة إلى فرص كبيرة لعلامات تجارية جديدة تؤمّن هذه الحاجة من الترفيه، وهو ما نشهده حالياً للتوجه الشبابي الغزير ليصبحو صناع محتوى أو التوجه لطريق الشهرة أو أن يصبحو نجوم شهرة ودعايات على طريقة المصطلحات الدارجة محليا "فاشينستا".

لكن المفارقة العجيبة أنه حتى وقت قريب، كانت قوة الدول تقاس بمدى إسهامها في الإنتاج الصناعي، حيث إن الإقتصاد الجيد هو الإقتصاد الذي يصدر السلع المصنعة ويستورد المواد الأولية، أما الإقتصاد السيء فهو الذي يفعل عكس ذلك.

والحال على أننا على أبواب الدخول إلى عصر جديد، عماده الذكاء الإصطناعي، وستحدث تغيرات توازي أو تكبر عن تلك التي أحدثتها الثورة الصناعية، وستزداد بموجبها ساعات الفراغ، والنتيجة المنطقية أن صناعة الترفيه ستكون ليس فقط صناعة المستقبل، بل من محركات الإقتصاد الأساسية، ولعل قياس قوة الدول سيكون بمدى إسهامها في هذه الصناعة. (عماد سعد الدين، 2018، ص86)

### 1.1.3. محددات صناعة الترفيه

- ◆ يجب أن تتوفر بعض الدوافع النفسية لدى الأفراد المتعرضين للمحتوى الترفيهي ليتحقق لهم المتعة والإثارة المرغوبة من خلال هذا النوع من المحتوى، وهذه الدوافع قد تكون نفسية "الرغبة في الهروب من الواقع أو التحكم في المزاج"، أو قد تكون دوافع إجتماعية "المنافسة والرغبة في الإنجاز"، كما أن هناك بعض الشروط أو المتطلبات التي قد تكون سابقة للتعرض لهذا المحتوى، والتي تتمثل في رغبة الفرد في الحصول على الإثارة واهتمامه بالمحتوى المقدم، وقدرته على التفاعل مع هذا المضمون.
- ◆ كلما توفر لدى الفرد دوافع الهروب من الحياة الواقعية كلما كان أكثر بحثاً عن المتعة التي ينشد تحقيقها من خلال المحتوى الترفيهي المقدم من قبل وسائل الإعلام.
- ◆ كلما تمتعت الوسيلة الإعلامية التي تقدم المحتوى الترفيهي بعدد من الخصائص (التكنولوجية المتطورة والتي تكمن في جماليات الصورة، التصميم الشيق الجذاب، المحتوى الجيد الجاذب)، كلما زاد من تعلق الفرد بمثل هذا النوع من المحتوى الإعلامي وزادت احتمالية متابعته له.
- ◆ كلما زادت درجة تفاعلية الوسيلة "درجة التفاعل التي يتمتع بها المحتوى"، كلما زادت احتمالية المتعة التي يحصل عليها الفرد من هذا المضمون، وهو ما ينطبق بشكل أكبر على الإعلام الجديد ووسائل التواصل الإجتماعي والمحتوى الذي يتابعه الأفراد من خلال المواقع التفاعلية.
- ◆ تتحقق المتعة بعدد من المكونات، حيث قد تكون متعة نفسية تتمثل في رغبة الفرد في التطهير والتنفيس عن المشاعر السلبية التي يتعرض لها من خلال مشاهدة بعض المضامين التي تساعد في المرح أو البكاء، مما يجعله يتخلص من هذه المشاعر السلبية التي قد يشعر بها، أو قد تكون المتعة المحققة متعة عاطفية تتمثل في الشعور بالإثارة والتشويق، أو قد تكون متعة معرفية تتمثل في التعلم والحصول على المعرفة وهو ما يمكن أن نطلق عليه المحتوى المعلوماتي الترفيهي.

◆ هناك عدد من مظاهر المتعة التي يمكن إستخدامها كوسائل لقياس المتعة عند المستخدمين خاصة في الأبحاث التجريبية التي تجري لقياس مثل هذا النوع من المضامين والتي تتمثل في الضحك كدليل على الراحة النفسية أو السعادة عند مشاهدة مضمون مضحك مثلاً، الخوف أو الشعور بعدم الراحة عند التعرض لمحتوى رعب أو مشاهد خوف مثلاً، مشاعر الرفق أو الإهتمام التي قد تظهر عند التعرض لمشاهدة الميلو دراما او الأغاني العاطفية مثلاً، أو بعض الأحاسيس التي تتعلق بالإنجاز والكفاءة الذاتية التي تنتج عن بعض ألعاب الكمبيوتر كنوع من الترفيه التفاعلي الذي يحصل عليه الفرد. (أماني رضا، 2023، ص188،189)

## 2. صناعة الترفيه الشروط، النظريات، الأشكال

## 2.1. شروط صناعة الترفيه

- ◆ حاولو تعريف الطفل للترفيه المناسب الذي يجسد القيمة المحمودة أو المهارة أو الخبرة أو المعرفة المفيدة لبناء شخصيته وتطوير المستقبل المتخصص المراد له أو المرغوب منه، فإذا أردتم مثلا أن يصبح الطفل عالم فضاء أو متخصص في الهندسة الإلكترونية، عندئذ عرضوه لبرامج تلفزيونية فيديو وصحف وقراءات ترفيهية ورحلات خاصة تغذي فيه هذه المعرفة، وتنمي في نفسه الفضول للتعلم فيها والرغبة بالتخصص فيها، وإنما نلاحظ بهذا الصدد الكثير من الحالات التي يتبنى فيها الطفل هوية خاصة بأبيه وأمه وأخيه، أو حقا أو مهنة إعتاد عليهما خلال وسائل الترفيه أو الحياة الأسرية.
- ◆ حاولو تجنب الطفل للترفيه الغير المناسب لعمره أو الضار بشخصيته، فإذا كان لابد للأسرة من إستعمال بعض أنواع الترفيه الخاصة من أفلام وبرامج فيديو وغيرها مما لا يناسب الأبناء، عندئذ نؤكد على عدم تعريضهم لمثل هذه الخبرات الترفيهية وذلك بحفظها في أمكنة خاصة بعيدة عن متناولهم، وقد ترمى إلينا بهذا الصدد إهمال بعض الأسر بترك برامج الفيديو الخاصة مفتوحة للإستعمال، حيث يلجأ الأطفال من أولاد وبنات عند غياب الأب والأم أو إنشغالهما، إلى مشاهدة هذه البرامج المفسدة بالتالي أخلاقهم، وموفرة لهم سبل الإنزلاق في الخطأ أو الخطيئة، إن مثل هذه الأسر لا تربي فقط أطفالها على الفساد بل تعودهم على الإنحراف وتهون عليهم إرتكابها.
- ◆ حاولو عدم الضغط على الطفل أو الإملاء عليه لمشاركتكم بالترفيه الذي أنتم بصدده، دعوه بلطف وبلهجة غير مباشرة لذلك، ثم دعوه يختار حسب مزاجه أو رغبته الأنية، إن الإجبار سيحول الترفيه لمهمة ثقيلة يطور ضد موضوعه ميولا سلبية، فاقد نتيجتها كل محاولة مقبلة للترفيه مماثل.
- ◆ بادرو بتنظيم أوقات الترفيه الأسري وجدولتها بصيغ مفيدة لأنشطة الطفل الأساسية الأخرى، فإذا كان الطفل تلميذا بالروضة على سبيل المثال أو نائما أو بصحبة قرين خارج المنزل وكان الترفيه الذي ستقوم به الأسرة هاما لتربيته الشخصية، عندئذ يفضل التحكم بموعد هذا الترفيه بحيث يسمح بتعريض الطفل لخبراته

والمشاركة بما يجري من تفاعل ومناقشات وانطباعات أسرية خلاله، دون تعارض مع اهتمامات أو التزامات الطفل الآنية.

♦ حاولو تخطيط استخدام الترفيه من حيث النوع والطول والتوقيت، بتتويجه من زمن لآخر، لتوفير خبرات غنية متنوعة غير مملة للطفل، وكذلك تنسيق أهداف هذا الترفيه وطوله مع الأنشطة والمسؤوليات الأسرية والفردية الأخرى، بحيث لا يطغى عليها أو يأخذ بعضها من وقتها، كما يفضل استخدام الأسرة للترفيه كوسيلة للمكافأة، بمعنى تقديم الترفيه للطفل بعد قيامه بالواجبات الأساسية المطلوبة منه أسريا. (محمد زياد حمدان، 2016، ص 36،37)

### 3. نظريات صناعة الترفيه

#### 3.1. النظرية النفسية للترفيه

إنطلقت هذه النظرية من المقومات الأساسية للنفس البشرية، لتقدم بذلك إجابة السؤال المرتبط ب "الأسباب الأساسية للإقبال على المادة الترفيهية التلفزيونية"، وهنا تؤكد هذه النظرية حقيقة أساسية تتمثل في أن "حالة اللاتوازن النفسي التي غالبا ما يكون عليها المتلقي هي السبب الرئيسي للإقبال على المواد الترفيهية" وهنا، يكون الترفيه- بشكل عام - والترفيه التلفزيوني - على نحو التحديد - وظيفة أساسية من وظائف الوسائل الإعلامية، إذ تحقق "التطهير النفسي" و"العاطفي"، وتتحقق الوظيفة التطهيرية للترفيه

"La Fonction Cathartique"، من خلال إخراج الإنسان من عالم الحزن والمعاناة، وإدخاله في عالم من التوازن والتوافق النفسي.

وهنا، تساهم المواد الترفيهية التلفزيونية في تعزيز آليات الهروب من الواقع المر بفعل "بلاغة الخطاب التلفزيوني" وقوته الدلالية، وهو ما أشار إليه كل من "كانتز وفولكلر"، الذين أشارا إلى أن الترفيه التلفزيوني، يقدم صورة مغايرة للواقع، وتكون بذلك أداة أساسية لتلبية رغبة الإنعزال عن واقع العوز والإحتياج، والإنصراف إلى عالم الخيال والكمال الذي يصنعه الخطاب التلفزيوني ويعززه على الدوام، نجد الأفكار نفسها

فيما أشار Horton et Wohl والتمثل في أن الترفيه يحقق "شبه التفاعل الإجتماعي" "Para-Social Interaction" وهو صنف من أصناف التفاعل الرمزي "Interaction Symbolique" الذي يحدث بين المتلقي والأحداث والشخصيات الخيالية التي تقدمها البرامج الترفيهية.

وقد أضاف كل من "Katz et Foulkes" مفهوما معمقا لمصطلح "الهروبية" إذ أشار في دراستهما المنجزة عام 1962 إلى أن "الهروب من الواقع" وظيفة أساسية من الوظائف التي يحققها الترفيه التلفزيوني، ويؤكدان على ذلك من خلال قولهما: "... إن أدوار الحياة اليومية في المجتمع العصري تحدث توترات وخلق دوافع نفسية كثيرة كالهروبية، وهي الحاجة التي يتم إشباعها من خلال البرامج الترفيهية"، وهنا، يحقق الفرد ما يسمى بـ"الإشباع التعويضي"، أي الإشباع "البديل، الوهمي، الخيالي" الذي لا يستطيع الفرد أن يحققه بعيد عن البرامج الترفيهية التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة.

### 3.2. النظرية الإجتماعية للترفيه

تجيب هذه النظرية بدورها عن الإشكالية المطروحة في شأن أسباب الإقبال على المواد الترفيهية، ودوافعه المختلفة، وهنا، تم الإستناد على الأرضية الإجتماعية للإجابة عن مختلف التساؤلات، من خلال إقامة العلاقة بين ما هو نفسي، وما هو إجتماعي، أي بين أوضاع الأفراد الإقتصادية والإجتماعية، وبين تأثيرات هذه الأخيرة على دوافعهم وإتجاهاتهم في مشاهدة برامج الترفيه التلفزيونية.

نجد كل هذا من خلال ما إقترحه الباحث الأمريكي "دينس مكاي" إذ يركز على فكرة أساسية تتمثل في أن غالبية أفراد المجتمع يلجئون إلى المواد الترفيهية لإشباع حاجاتهم التي لم تسمح لهم الظروف الإقتصادية والإجتماعية المزرية بإشباعها، وأشار بذلك أن مثل هذا الإشباع وهمي، لكنه كفيلا بأن يعوض هذه الفئات عن الخيارات المادية التي حرمت منها طوال فترة المشاهدة، وقد يمر هذا التعويض ساعات بعدها - حسب الخصائص الفردية للذات المشاهدة، وهذا ما نجده من خلال قوله: "إن بنية غالبية المجتمعات المعاصرة في وضع جعل الغالبية العظمى محرومة من الخيارات

المادية، ولا تستطيع تحسين أوضاعها، وتتم هذه العملية من خلال تقمص شخصيات نجوم وأبطال عالم الترفيه، أو بالمشاركة المزيفة الوهمية في حياتهم الناجح"، ووفق هذه المقولة، تسمح المواد الترفيهية بتحقيق فرصة عيش الأفراد في العالم المثالي الذي يسعون لتحقيقه، من خلال تقمص حياة الشخصيات التلفزيونية، وأداء الأدوار الاجتماعية التي يرغبون فيها، ومن ثم التخلي عن واقع المعلوم الذي يعيشونه، يدعم هذه الأفكار من خلال إشارته إلى أهمية التلفزيون في أوساط الجماعات الاجتماعية المحرومة، فباستطاعة هذه الفئة أن تستغني عن الحاجات الأخرى، لكنها لا تستطيع التخلي عن التلفزيون الذي يصنف ضمن ضروريات الحياة وعصبها.

### 3.3. النظرية الأنثروبولوجية للترفيه

إنها واحدة من المقاربات الاجتماعية للترفيه، يمكن تصنيفها ضمن "أنثروبولوجيا الإتصال والثقافة"، على اعتبارها تحاول مقارنة الترفيه كـ "فعل إتصالي ثقافي"، وهنا نجدها تقدم إجابات حول الإشكالية المتعلقة بـ"طبيعة المادة الترفيهية، وأشكالها المختلفة"، لذا فإن الحديث عن هذه النظرية يجعل الأذهان تتجه مباشرة إلى الأعمال المشهورة لكل من "Robert Slynd" و "Helen Merrell Lynd" في الفترة الممتدة ما بين "1959-1965".

تحدد الفكرة الأساسية لهذا المنظور -المنظور الأنثروبولوجي للترفيه- في أن الترفيه يشكل واحدا من أهم ممارسات الإنسان ونشاطاته المختلفة، يسعى من خلاله إلى تعزيز آليات الإتصال والتفاعل الاجتماعي، وعبره يتم تحديد طبيعة ثقافة المجتمع، والرموز الثقافية التي يمكن الإستناد عليها لتحقيق التواصل الثقافي والاجتماعي، فالنشاط الترفيهي، في جوهره "علامة من العلامات الاجتماعية والثقافية" تسمح هذه الأخيرة بكشف الستار عن طبيعة الجماعة، ونسقها القيمي والعائدي، ومختلف الآليات والميكانزمات التي تدعم بها التفاعل الاجتماعي، وجدير بالذكر أن جلّ هذه المنطلقات الفكرية لم تسلم من النقد، لا سيما مع ما آل إليه مفهوم الترفيه، حيث لم يعد " ذلك الترفيه النظيف، الصحي والطبيعي" بل أصبح "سلاحا استراتيجيا" وأداة من أدوات

"التدخل الإيديولوجي" أرست معالمها جملة التراكمات النظرية التي أعطت الشرعية لمختلف الممارسات الترفيهية، بما في ذلك الترفيه الذي يقدمه التلفزيون.

فالترفيه التلفزيوني، مهما كانت طبيعته، وطبيعة المضمون والسياق النظري الذي يدعمه، لم يسلم من النقد، لا سيما في تجسيده الواقعي، فهو ينطلق من فكرة "الحاجات الأساسية للإنسان" أو من حتمية "الواقع الاجتماعي" أو " التمثل الثقافي" ليصنع إستراتيجيات خاصة بالتأثير النفسي، وعبرها تتحقق أغراض السيطرة الإيديولوجية والفكرية". (حراث سمير، 2016، ص3،4)

#### 4. أشكال صناعة الترفيه

تتعدد أشكال صناعة الترفيه نذكر أهمها كالآتي:

##### 4.1. تقنية الرسوم المتحركة

يطلق على الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد أيضا الرسوم المتحركة بالكمبيوتر وهي حاليا أكثر أشكال الرسوم المتحركة إنتشارا، وتختلف عملية الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد إختلافا كبيرا عن النمط التقليدي، ولكن كلاهما يتطلب من الفنان مشاركة نفس مبادئ الحركة والتكوين في الرسوم المتحركة، وبالنسبة للرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد فإن لها علاقة أقل بالرسم وتتعلق أكثر بتحريك شخصية في البرنامج، وهذا النوع من الرسوم المتحركة ينبغي أن يعتمد على الفيزياء لإنشاء الرسوم المتحركة الواقعية. كما ينشئ صانع الرسوم المتحركة إطارات رئيسية، أو حركات محددة ويسمح للكمبيوتر بملئ الباقي، حيث أصبحت CGI هي المعيار لجميع أفلام الرسوم المتحركة الرائجة وفي بعض سلاسل الأحداث الحية التي تتطلب الكثير من المؤثرات البصرية، والسبب في ذلك يعود إلى الإهتمام الكبير بالتفاصيل والواقعية، وهذا هو السبب في أن NYFA تركز على الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد والمؤثرات البصرية، حيث تقدم للرسامين الطموحين التدريب الذي يحتاجون إليه لتطوير المهارات المهنية. (أحمد بدوي، 2014، ص16)

## 4.2. المسرح والسنيما

### ◆ المسرح

هو أحد أنواع فن الأداء، والذي يعتمد على تقديم مجموعة من الأشخاص الممثلين عرضاً لحدث واقعي أو خيالي والتعبير عن المشاعر والأفكار وغيرها على خشبة المسرح، حيث يعبر فيه الممثلون عن الأفكار عن طريق الكلام، أو الإيماءات، أو الموسيقى، أو الرقص، أو الأغاني، أو القصائد.

#### ◆ السينما

وهي أحد أنواع الفنون البصرية التي تعتمد على عرض الأفكار أو المشاعر أو القصص أو الجمال أو التصورات من خلال الأفلام والصورة المتحركة المصورة والتعبيرات التصويرية وليس من خلال الأداء المباشر للممثلين. يستطيع الجمهور مشاهدة العرض المسرحي أمامهم على الهواء مباشرة دون وجود وسيط، على السينما التي يتم فيها عرض الأفلام باستخدام وسيط بحيث يكون العرض مسجلاً مسبقاً دون رؤية طاقم الممثلين أمامهم.

يتفاعل الممثلون المسرحيون مع طاقم العمل جميعه متواجد خلف الكواليس، حيث يعملون معا ويكمل كل منهما مهمة الآخر، مثلاً ينتظر الممثل إشارة من طاقم وهو على خشبة المسرح سواء أكانت إشارة موسيقية أو إيمانية وغيرها، على عكس السينما التي في الغالب يعمل كل فرد من الطاقم بشكل منفصل عن غيره ولا يتفاعلون مع بعضهم البعض أبداً، على سبيل المثال يقوم الممثلون بأداء الأدوار ويقوم الملحنون الموسيقيون بإضافة التأثيرات الصوتية والألحان لاحقاً، فلا يشترط تواجدهما معا للعمل.

في فن السينما على الجمهور أن يتوقع رؤية نفس العمل الفني مراراً وتكراراً، على عكس الفن المسرحي الذي يتميز بالتنوع والإختلاف في كل مرة لكونه من الفنون الحية.

يتم تمثيل العرض المسرحي مباشرة للجمهور على خشبة خارجية في مبنى المسرح، على عكس السينما التي يتم فيها عرض الأفلام والصور المتحركة المصورة مسبقاً بواسطة جهاز عرض أو شاشة ثنائية الأبعاد دون رؤية الممثلين مباشرة، وتكون

العلاقة بين الممثلين والجمهور في المسرح أقوى منها في السينما، لأن الجمهور في المسرح يرى القصة أمامه كاملة كأنه ينظر إلى حياة شخص ما، على عكس السينما التي قد تخفي خلفها أثناء التصوير بعض الزوايا أو المؤثرات أو اللقطات. (منير سعد، 2017، ص 48، 49)

### 4.3. الكوميديا

هي نوع من الفنون والأعمال "الترفيهية" التي تهدف إلى إحداث الضحك والإبتسامة لدى الجمهور، تستخدم الكوميديا الحوار الساخر والخفة والتناقضات والمواقف المضحكة لإثارة الضحك وإضفاء جو من المرح والسعادة، يمكن أن تكون الكوميديا عبارة عن عروض مسرحية مباشرة أو أفلام كوميدية واحدة من أقدم أشكال الترفيه في الثقافات المختلفة حول العالم.

وتعرف الكوميديا على أنها نوع من أنواع الدراما، أو شكل مختلف من أشكال الفن، وهدفه الأساسي هو التسلية، حسب تعريف المفاهيم الحديثة، وتعد الكوميديا هي النقيض للمأساة، ومن جهة أخرى نقيضا للهزل "المهزلة".

الكوميديا هي نوع من الأعمال الأدبية أو الفنية الهادفة إلى إثارة الضحك والمرح لدى الجمهور، تتميز بتقديمها للأحداث بطريقة فكاهية ومسلية، وتستخدم السخرية أو الهراء أو النوادر وغيرها من أشكال الفكاهة، يمكن أن تكون الكوميديا في شكل مسرحية، فيلم، مسلسل تلفزيوني، رواية، أو حتى كاريكاتير.

الكوميديا هي فن الخفة والضحك، وهي صناعة المحتوى الفكاهي الذي يهدف إلى إحداث الضحك والتسلية لدى الجمهور، ويمكن أن تتمثل الكوميديا في الكلام أو الأداء المسرحي أو السينمائي أو التلفزيوني أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويستخدم فيها الفكاهة والتواصل الجماعي لإحداث المرح والتسلية. (وسام الدوابشة، 2013، ص 30)


### 4.4. الألعاب الإلكترونية

تعد الألعاب بفضل إعتلائها المنصات الإلكترونية مقتصرة على الأطفال وعالمهم الطفولي فحسب، بل شهدت في السنوات الأخيرة إقبالا ملموسا من قبل البالغين والراشدين مما صبغ الروتين اليومي بلمسة ترفيهية إلكترونية، حيث باتت الألعاب الإلكترونية تسيطر على عقول أغلب البشر من الغالبين والصغار، وتستحوذ على جزء كبير من أوقاتهم، وفقا لتصريح وزارة الرياض والشباب التركية في الثامن عشر من شهر يونيو الماضي، فإن 25 مليون شخص يوميا في اتخاذ العالم يمضون 39 مليون ساعة أما الشاشات وهم يلعبون الألعاب الإلكترونية، وتوقع تقرير إقتصادي نشر، مؤخرا، وصول قيمة سوق تطبيقات الكمبيوتر في العالم إلى 6.3 تريليون دولار عام 2021 مقابل 1.3 تريليون دولار فقط عام 2016.

وبحسب التقرير الصادر عن شركة آبي للتحليل الإقتصادي، فإن هذا النمو لسوق التطبيقات العالمية يعكس الزيادة الكبيرة في عدد أصحاب الهواتف الذكية وإستخدامهم لتطبيقات الأجهزة المحمولة، وبحسب التقرير، ستواصل الألعاب قيادة نمو الإيرادات بالنسبة لمتاجر التطبيقات لتصل إلى 105 مليار دولار عام 2021 مقابل 50 مليار دولار عام 2016، وأكد حضور الألعاب الإلكترونية القوي في حياة البشر، وفق مجموعة من أحدث الدراسات، أن ذلك يعود بفوائد جمة على البشر عكس ما هو متداول. (سامح حسين، 2019، ص102)

### خلاصة

مما سبق من تعريفات ومفاهيم لموضوع صناعة الترفيه وجميع ما يشمله من توضيحات وتفسيرات، إتضح أن صناعة الترفيه تشغل حيزاً مهماً في حياة المجتمعات، وذلك لشموليتها العديد من القطاعات والمجالات مثل السينما والتلفزيون والموسيقى والألعاب والرياضات، لتقديم محتوى متنوع وجذاب من جهة، ومن جهة الدفع بعجلة التنمية والإقتصاد وتشجيع الصناعة البديلة للصناعات الأخرى، وتواجه هذه الصناعة تحديات مثل القرصنة وتغيير تفضيلات الجمهور، لكنها في إستمرار كبير وامتزاد بفضل العولمة والتقنيات الحديثة، والمستقبل يتجه نحو مزيد من التخصص والتفاعل مع الجمهور.



الفصل الرابع  
الإطار الميداني  
للدراسة

**تمهيد**

فيما سبق تم التطرق إلى الفصول النظرية حيث تمت دراسة المفاهيم الأساسية لمتغيرات الدراسة الذكاء الإصطناعي وصناعة الترفيه وواقع الذكاء الإصطناعي وصناعة الترفيه في الجزائر، ومن هنا جاء هذا الفصل من أجل إختبار الفرضيات، من خلال وضع منهجية سليمة معتمدة في الدراسة الحالية والتي تضمنت المنهج المتبع، وطريقة إختيار العينة ومواصفاتها، حيث تمثلت الدراسة الإستطلاعية، وكيفية تطبيقها على العينة المختارة، والوسائل الإحصائية في معالجة البيانات.

### 1. الدراسة الإستطلاعية

تعتبر الدراسة الإستطلاعية من بين الخطوات بحيث يتسنى للباحث معرفة المكان الذي سيجرى فيه بحثه، حيث يحاول فيه الباحث معاينة المكان والبحث على العينة المناسبة لبحثه، ومن خلال ذلك تمت إجراءات دراستنا في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة. بهدف تعرف الطلاب على مدى معرفتهم عن موضوع الذكاء الإصطناعي وتحولات صناعة الترفيه، حيث تعتبر دراسة أساسها البحث والعلم والمعرفة بعالم التكنولوجيا، حيث تعتبر خطوة مهمة وأساسية في البحث العلمي.

وتهدف دراستنا الإستطلاعية الحالية إلى دور الذكاء الإصطناعي في تحولات صناعة الترفيه؟

### 2. مجتمع الدراسة

لنجاح أي دراسة تتطلب مجتمع بحث وهو مجموعة أشياء أو أفراد أو الوحدات التي تشكل موضوع مشكلة البحث.

مجتمع البحث هو جميع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث. (أحمد بن مرسل) وعليه فإن مجتمع البحث في دراستنا يتمثل بطلبة جامعة المسيلة.

### 3. عينة الدراسة

هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم إختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم إستخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي. (محمد عبيدات وآخرون، 1999، ص84)

ويقصد بالعينة عدد من أفراد المجتمع الأصلي أختيرت من أجل تطبيق دراسة معينة، بحيث يجعل منهم ممثلين لمجموعة أكبر والغرض منها الحصول على معلومات المجتمع الأصلي. (بلقاسم فرحاتي، 2013، ص269)

وتعرف العينة على أنها جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وتعتبر القاعدة الأساسية التي يبني عليها البحوث. (إبراهيم بن عبد العزيز الدعباح، 2010، ص91)

### 4. نوع العينة

أحيانا في البحث العلمي الإجتماعي التطبيقي قد لا يكون نوع عمليا أو مفيدا نظريا أن نطلق عليه العينة العشوائية، في مثل تلك الحالات نلجأ إلى عدة خيارات من العينة غير احتمالية ويمكننا أن نقسم العينات غير احتمالية إلى نوعين من العينة العرضية والعمدية (القصدية).

#### 4.1. العينة العمدية (القصدية)

في العينة العمدية إننا نختار بقصد معين عادة ما يكون لدينا مجموعة بعينها نبحث عنها، طلابا، موظفين... إلخ، تكون العينة العمدية مفيدة في الحالات التي نرغب فيها الوصول إلى العينة المرغوبة بسرعة، تساعد العينة العمدية في معرفة آراء المجتمع المستهدف لكن من المحتمل إعطاء وزن أكبر للمجموعات الأسهل وصولا ضمن مجتمع الدراسة. (ابن حسن أحمد، 2016، ص74)

وعليه عينة دراستنا هم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة.

#### 5. منهج الدراسة

##### 5.1. المنهج

هذا اللفظ ترجمة للكلمة "Méthode" الفرنسية ونظائرها في اللغات الأوربية الأخرى، وكلها تعود في النهاية إلى الكلمة اليونانية "Méthodos" وهي كلمة نرى أفلاطون يستعملها بمعنى البحث أو النظر أو المعرفة، كما نجدها كذلك عند أرسطو أحيانا كثيرة بمعنى "بحث" ، والمعنى الإشتقاقي الأصلي لها يدل على الطريق أو المنهج المؤدي إلى الغرض المطلوب، خلال المصاعب والعقبات. (عبد الرحمن بدوي، 1977، ص3)

##### 5.2. المنهج العلمي

المنهج العلمي مجموعة من القواعد العلمية والمنطقية بها يتمكن الباحث من تفكيك وتركيب وربط المعلومات بموضوعية، وبه تنسج الأفكار وتعرض التصورات المجسدة لها في تاسلوك والفعل، يتم إستنباط المنهج من المقروء والمسموع دون أن ينفصل عنه، فالمنهج هو مجموع الأفكار التي بها يتم تعلم الكيفية التي عليها الأمر أو التي سيؤول الأمر إليها بحثا وعلمًا ومعرفة. (حسين عقيل عقيل، 2010، ص57)

##### 5.3. المنهج الوصفي

أنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم الوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كميًا عن طريق جمع البيانات ومعلومات عن ظاهرة أو مشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة، ومن أهم أهداف البحث الوصفي هو فهم الحاضر والتنبؤ بالمستقبل وتوجيهه، فهو يوفر بياناته وحقائقه وإستنتاجاته بوصفها خطوات تمهيدية نحو الأفضل. (محمد عبد السلام، 2020، ص163)

## 6. الأدوات المستخدمة في الدراسة

تتعدد أدوات البحث التي وظفها الباحث حسب طبيعة ونوع البحث المنجز، وتحديد أداة البحث من الخطوات الأساسية التي يمر بها الباحث في سياق إعداد لبحثه العلمي والدراسة الميدانية في الغالب، كما يسعون الباحثون في العلوم الإنسانية والاجتماعية بأداة الإستمارة (الإستبيان أو الإستبانة) حسب المصطلحات في المراجع العربية والمشرقية، والمقابلة اللتان يوظفهما في التوصل إلى نتائج التحليل التي إستهدفت المتغيرات الأساسية لموضوع الدراسة، ومنها مايلي:

### 6.1. الإستمارة

أو ما يطلق عليه بالإستبيان فهو إستيضاح لإستبيان إستفساري المعلومات التي لدى المبحوث لأجل المعرفة عن كتب عن كل ما يتعلق بالموضوع قيد البحث والدراسة، وهو مجموعة من الأسئلة المعدة والمصاغة لمتغيرات الموضوع أو معطيات الحالة وفقا لفروض موضوعية، وقد تطرح الأسئلة على المبحوث أثناء إجراء مقابلات مهنية معه، أو توزع مباشرة في إستمارة من الباحث على المبحوثين أو عن طريق فريقا من المساعدين أو عن طريق وسائل الإتصال المتعددة. (عقيل حسين عقيل، 2010، ص 208)

يعتبر الإستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة للإستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام الإتصال حيث يستخدم في الحصول على المعلومات الدقيقة، لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في مجال المبحوث لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحب المؤهل قبل غيره على البوح بها. (أحمد بن مرسل، ص220)

وفيما يخص الإستمارة كان تصميمها من عدد من الأسئلة المطروحة، (تحديد عدد الاسئلة). موزعة على خمسة محاور قمنا بتوزيعها على (تحديد عدد العينة)، من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، تضم الإستمارة مايلي:

المحور الأول: البيانات الشخصية

المحور الثاني: أنماط إستخدام الذكاء الإصطناعي من أجل الترفيه

المحور الثالث: تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه وكيف تتم هذه

الصناعة

المحور الرابع: مدى أهمية تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه بالنسبة

للطلبة

المحور الخامس: واقع إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه

في الجزائر وما هي الصعوبات التي تواجهها

## 6.2. الملاحظة البسيطة

هي عبارة عن أسلوب أولي لجمع البيانات، حيث يقوم الباحث بملاحظة الظواهر كما تحدث أليا على أرض الواقع، إستنادا على حواسه فقط، وعليه فإن الباحث يستعد في هذه الحالة إخضاع ملاحظته للتقنين العلمي ولا يلجا بطبيعة الحال إلى إستخدام أدوات بحثية دقيقة للقياس ولكنه يلجا في الغالب على الإعتماد على الإستنتاج والتسلسل المنطقي أثناء عملية تسجيل الملاحظات، ويلجأ الباحثون عادة إلى إستخدام أسلوب الملاحظة البسيطة في الدراسات الإستطلاعية أو الإستكشافية، ففي إطار ظروف بيئة محددة، فإن الهدف الذي يسعى إليه الباحث في حالة تطبيق أسلوب الملاحظة البسيطة بدون مشاركة وهو عموما جمع أكبر قدر ممكن من البيانات والمعلومات عن ظاهرة معينة، وفيما بعد تحديد منهجيته الملائمة لدراستها. (محمد جاسم العبيدي، 2010، ص127، 126)

الملاحظة هي عملية مراقبة ومشاهدة السلوك، الظواهر، والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهدف بقصد تفسير وتحديد العلاقة بالمتغيرات الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية إحتياجاته. (ربحي مصطفى عليان، 2000، ص112)

وتم توظيف الملاحظة في دراستنا من خلال ملاحظة آراء طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة، وملاحظة مدى معرفتهم الفعلية بمجال الذكاء الاصطناعي و تحولات صناعة الترفيه، من خلال ملاحظة رد فعلهم والتفاعل الذي يتجسد من خلال إجاباتهم.

#### 7. مجالات الدراسة

- 7.1. المجال المكاني: يتمثل المجال المكاني بجامعة المسيلة محمد بوضياف.
- 7.2. المجال الزمني: إمتدت فترة الدراسة لهذا الموضوع بتاريخ 01 فيفري 2024 إلى غاية 01 جوان 2024.
- 7.3. المجال البشري: يتمثل في عينة تتكون من 50 فردا من إجمالي عدد المبحوثين من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة.



الإطار التطبيقي  
للدراسة

## 7. عرض وتحليل نتائج الإستبيان

أولاً/ تحليل نتائج البيانات الشخصية

توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس: بعد النتيجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 1: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
62%	31	ذكر
38%	19	أنثى
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "ذكر" وقد بلغ عددهم (31) فرداً بنسبة مئوية بلغت (62%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أنثى" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ (38%).

من خلال تحليل نتائج الجدول أعلاه نجد أن غالبية العينة من الذكور وهذا يرجع لسهولة التعامل مع عنصر الذكور مقارنة بالإناث بالإضافة إلى الإهتمام الكبير الذي يوليه الشباب الذكور لموضوع الدراسة

الجدول رقم 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
14%	7	20-18 سنة
40%	20	22-20 سنة
28%	14	24-22 سنة
18%	9	أكثر من 24 سنة
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "20-22 سنة" وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت (40%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "24-22 سنة" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ (28%). أما المجموعة الثالثة فتمثلت في الأفراد التي كانت إجاباتهم بالبديل "أكثر من 24 سنة" وقد بلغ عددهم (09) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ (18%) أما المجموعة الرابعة فتمثلت في الأفراد التي كانت إجاباتهم بالبديل "20-18 سنة" وقد بلغ عددهم (7) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ (14%).

من خلال النتائج المبينة أعلاه نجد أن الفئة الكبيرة هي من (20-22 سنة) لكون هاته الفئة الأكثر إطلاعاً على التطورات الرقمية وهيا الفئة المهمة بأي جديد في ما يخص الذكاء الاصطناعي.

## الجدول رقم 3: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
74%	37	ليسانس
26%	13	ماستر
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد إنقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "ليسانس" وقد بلغ عددهم (37) فرداً بنسبة مئوية بلغت (74%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ماستر" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ (26%).

من خلال النتائج المبينة أعلاه نجد أن الغالبية العظمى هم الطلبة في طور الليسانس وهذا لطبيعة التكوين حيث أن غالبية الطلبة يتحصلون على شهادة ليسانس أولاً وبعدها يتم إما فرز الطلبة الأوائل و إعطاء الاختيار للطلبة، وهذا ما يفسر أن غالبية أفراد العينة في طور الليسانس

## الجدول رقم 4: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
22%	11	عمل
78%	39	دون عمل
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد إنقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "بدون عمل" وقد بلغ عددهم (39) فرداً بنسبة مئوية بلغت (78%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "عمل" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ (38%).

ومنه نستنتج أن غالبية أفراد العينة دون عمل وهذا أمر طبيعي كون أفراد العينة في مرحلة التكوين من أجل تأهيلهم لدخول عالم الشغل وهذا ما يفسر أن غالبية أفراد العينة دون عمل.

## الجدول رقم 5: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
8%	4	متزوج
90%	45	أعزب
2%	1	منفصل
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "أعزب" وقد بلغ عددهم (45) فرداً بنسبة مئوية بلغت (90%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "متزوج" والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ (08%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "منفصل" والبالغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت بـ (02%).

من خلال النتائج المبينة أعلاه نلاحظ أن غالبية أفراد العينة غير متزوجون وهذا لا يمكن حصره في تفسير واضح لأنه يتضمن العديد من الأبعاد التي لا يمكن حصرها في إطار واضح.

## ثانيا/تحليل نتائج المحور الثاني:

أنماط استخدام الذكاء الإصطناعي من أجل الترفيه: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجداول التالية:

الجدول رقم 6: يبين توزيع أفراد العينة حسب ممارسة الترفيه باستخدام الذكاء الإصطناعي

النسبة المئوية	التكرار	ممارسة الترفيه باستخدام الذكاء الإصطناعي
10%	5	بصفة منتظمة
54%	27	نادرا
36%	18	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نادرا" وقد بلغ عددهم (27) فردا بنسبة مئوية بلغت (54%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ (36%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "بصفة منتظمة" والبالغ عددهم (05) بنسبة مئوية قدرت بـ (10%).

نستنتج أن غالبية أفراد العينة نادرا ما يستخدمون ترفيه الذكاء الإصطناعي بناء على البيانات التي تم جمعها وتحليلها حيث أظهرت النتائج أن العديد من المشاركين في الدراسة لم يعتمدوا بانتظام على تقنية الذكاء الإصطناعي في أنشطتهم الترفيهية اليومية ويمكن أن يكون هذا نتيجة لعدة عوامل ، بما في ذلك نقص الوعي بتطبيقات الذكاء الإصطناعي المتاحة في مجال الترفيه، والتفضيل المستمر لأساليب الترفيه التقليدية ، وحتى مخاوف الخصوصية والأمان عند استخدام هذه التقنيات.

الجدول رقم 7: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام الترفيه المدعم بالذكاء الاصطناعي

النسبة المئوية	التكرار	مدة استخدام الترفيه المدعم بالذكاء الاصطناعي
78%	39	منذ أقل من سنة
12%	6	من سنة إلى ثلاث سنوات
10%	5	أكثر من ثلاث سنوات
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "منذ أقل من سنة" وقد بلغ عددهم (39) فرداً بنسبة مئوية بلغت (78%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من سنة إلى ثلاث سنوات" والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ (12%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أكثر من ثلاث سنوات" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ (10%).

نستنتج أن أفراد العينة استخدموا الترفيه المدعم بالذكاء الاصطناعي لمدة تقل عن عام بناء على البيانات التي تم جمعها وتحليلها. أظهرت النتائج أن معظم المشاركين في الدراسة بدأوا في الإعتماد على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في فترة حديثة نسبياً، لا تتجاوز سنة.

ويرجع ذلك إلى التوسع السريع في توافر ونشر تقنيات الذكاء الاصطناعي، وزيادة الوعي بمزاياها وتطبيقاتها المتنوعة في الحياة اليومية ، وتطوير التقنيات القائمة على الذكاء الاصطناعي.

الجدول رقم 8: يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان ممارسة الترفيه باستخدام الذكاء الإصطناعي

النسبة المئوية	التكرار	مكان ممارسة الترفيه باستخدام الذكاء الإصطناعي
90%	45	المنزل
6%	3	مؤسسة تعليمية
4%	2	مقهى الإنترنت
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "المنزل" وقد بلغ عددهم (45) فرداً بنسبة مئوية بلغت (90%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مؤسسة تعليمية" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ (06%)، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مقهى الإنترنت" وقد بلغ عددهم (02) فرداً بنسبة مئوية بلغت (04%).

نستنتج أن غالبية أفراد العينة يستعملون الترفيه بالذكاء الإصطناعي من المنزل بناءً على البيانات التي تم جمعها وتحليلها. تشير النتائج إلى أن معظم المشاركين يفضلون استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في الأنشطة الترفيهية ضمن بيئتهم المنزلية. يمكن أن يعزى هذا الإتجاه إلى عدة عوامل، منها الراحة والسهولة التي توفرها الأجهزة الذكية والتطبيقات المتصلة بالإنترنت في المنزل.

الجدول رقم 9: يبين توزيع أفراد العينة حسب داوابع ممارسة الترفيه باستخدام الذكاء الإصطناعي

النسبة المئوية	التكرار	داوابع ممارسة الترفيه باستخدام الذكاء الإصطناعي
92%	46	لأجل الترفيه
8%	4	لأجل الهروب من الواقع
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد إنقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "لأجل الترفيه" وقد بلغ عددهم (46) فرداً بنسبة مئوية بلغت (92%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لأجل الهروب من الواقع" والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ (08%).

بناء على البيانات التي تم جمعها وتحليلها، نستنتج أن غالبية أفراد العينة يستخدمون الذكاء الإصطناعي لأجل الترفيه حيث أظهرت النتائج أن معظم المشاركين يفضلون استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي لأجل الترفيه ، مثل مشاهدة الأفلام والمسلسلات من خلال منصات البث ، ولعب الألعاب الإلكترونية، والإستماع إلى الموسيقى المخصصة ، وإستخدام تطبيقات الترفيه الذكية.

## ثالثاً/تحليل نتائج المحور الثالث:

تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه و كيف تتم هذه الصناعة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجداول التالية:  
الجدول رقم 10: يبين توزيع أفراد العينة حسب المعرفة عن استخدامات تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه

النسبة المئوية	التكرار	المعرفة عن استخدامات تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه
70%	35	نعم
30%	15	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (35) فرداً بنسبة مئوية بلغت (70%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ (30%).

نستنتج أن غالبية أفراد العينة لديهم معرفة ممارسة الترفيه باستخدام الذكاء الإصطناعي بناء على البيانات التي تم جمعها وتحليلها حيث أظهرت النتائج أن معظم المشاركين لديهم فهم جيد لمختلف تطبيقات واستخدامات الذكاء الإصطناعي في حياتهم اليومية، ويشمل ذلك الاعتراف بقدرات الذكاء الإصطناعي في مجالات متنوعة مثل الترفيه والرعاية الصحية والتعليم والتسوق عبر الإنترنت والمساعدات الافتراضيين بحيث عكس هذا الإستنتاج إنتشار المعلومات حول الذكاء الإصطناعي والتفاعل المتزايد مع هذه التقنيات بفضل وسائل الإعلام والإنترنت والتعليم سيزيد هذا الاعتراف الواسع من القدرة على تبني واستخدام التقنيات الذكية بشكل فعال ويسمح للأفراد

بالإستفادة القصوى من الإبتكارات الحديثة في مجال الذكاء الإصطناعي لتحسين جودة حياتهم اليومية وأعمالهم.

الجدول رقم 11: يبين توزيع أفراد العينة حسب السماع عن تطبيقات تقنيات الذكاء الاصطناعي في ألعاب الفيديو.

النسبة المئوية	التكرار	السماع عن تطبيقات تقنيات الذكاء الاصطناعي في ألعاب الفيديو
80%	40	نعم
20%	10	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (40) فرداً بنسبة مئوية بلغت (80%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ (20%).

نستنتج أن أفراد العينة سمعوا عن تقنيات الذكاء الاصطناعي في ألعاب الفيديو بناءً على البيانات التي تم جمعها وتحليلها حيث تشير النتائج إلى أن غالبية المشاركين على دراية بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الألعاب، حيث يتم استخدام هذه التقنيات لتحسين تجربة اللعب، وتطوير أساليب لعب تفاعلية ومتقدمة، وخلق بيئات لعب أكثر واقعية وديناميكية هذا الوعي يعكس التوجه السائد نحو تبني الذكاء الاصطناعي في تطوير الألعاب الإلكترونية، مما يعزز من متعة وتفاعل اللاعبين مع هذه الألعاب كما يشير إلى التأثير الكبير الذي تتركه التقنيات المتقدمة في مجال الترفيه الرقمي، ويبرز الحاجة المستمرة لتطوير مهارات وفهم أعمق لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بين المستخدمين.

الجدول رقم 12: يبين توزيع أفراد العينة حسب المعرفة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الأفلام أو العروض التلفزيونية.

النسبة المئوية	التكرار	المعرفة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الأفلام أو العروض التلفزيونية
54%	27	نعم
46%	23	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (27) فرداً بنسبة مئوية بلغت (54%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ (46%).

نستنتج أن العينة لديهم معرفة باستخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير العروض التلفزيونية بناءً على البيانات التي تم جمعها وتحليلها تشير النتائج إلى أن معظم المشاركين يدركون كيفية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين إنتاج المحتوى التلفزيوني وتطويره تتضمن هذه الاستخدامات التحليلات المتقدمة لتفضيلات المشاهدين، التي تساعد في تخصيص المحتوى وجعله أكثر جاذبية، وكذلك في تحسين عمليات الإنتاج من خلال تقنيات مثل تحرير الفيديو الذكي، وإنشاء تأثيرات بصرية متقدمة، وأتمة عمليات الترجمة "دبلجة".

الجدول رقم 13: يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعتقاد أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تلعب دورًا مهمًا في تحسين تجربة المستخدم في صناعة الترفيه.

النسبة المئوية	التكرار	الإعتقاد أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تلعب دورًا مهمًا في تحسين تجربة المستخدم في صناعة الترفيه
92%	46	نعم
8%	4	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (46) فرداً بنسبة مئوية بلغت (92%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ (08%).

من خلال نتائج المبينة في الجدول أعلاه من خلال تحليل سلوكيات وإحتياجات المستخدمين، يمكن للذكاء الاصطناعي توفير تجارب مخصصة تتوافق مع تفضيلاتهم الفردية على سبيل المثال، في التجارة الإلكترونية، يمكن للذكاء الاصطناعي تقديم توصيات منتجات مخصصة بناءً على تاريخ التصفح والشراء للمستخدم، مما يزيد من رضا العملاء ويدفعهم إلى الشراء وفي مجال خدمات العملاء، تساهم تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل روبوتات المحادثة والمساعدين الافتراضيين في تقديم دعم فوري ومتجاوب، مما يحسن من تجربة العملاء ويوفر لهم الوقت والجهد.

الجدول رقم 14: يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعتقاد أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تؤثر في طريقة تسويق وترويج المنتجات الترفيهية.

النسبة المئوية	التكرار	الإعتقاد أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تؤثر في طريقة تسويق وترويج المنتجات الترفيهية
90%	45	نعم
10%	5	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (45) فرداً بنسبة مئوية بلغت (90%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (05) بنسبة مئوية قدرت بـ (10%).

نستنتج أن الذكاء الاصطناعي له تأثير كبير على الطريقة التي يعتمد بها التسويق على البيانات والتحليلات المتاحة حيث أظهرت النتائج أن استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في التسويق قد غير بشكل جذري الطريقة التي نستهدف بها العملاء وتحلل السلوك ونخصص العروض الترويجية.

الجدول رقم 15: يبين توزيع أفراد العينة حسب الفهم كيف يمكن أن تتم صناعة الأفلام أو الألعاب أو العروض التلفزيونية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

النسبة المئوية	التكرار	الفهم كيف يمكن أن تتم صناعة الأفلام أو الألعاب أو العروض التلفزيونية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
36%	18	نعم
64%	32	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية بلغت (36%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ (64%).

بناءً على البيانات التي تم جمعها وتحليلها نستنتج أن أفراد العينة لا يفهمون كيفية صناعة الأفلام حيث تشير النتائج إلى أن معظم المشاركين يفتقرون إلى المعرفة والتفاصيل المتعلقة بالعمليات المعقدة التي تدخل في إنتاج الأفلام هذا الإفتقار إلى الفهم يمكن أن يشمل الجوانب الفنية والإبداعية، مثل كتابة السيناريو، والتصوير، والتحرير، والمؤثرات البصرية، وأدوار مختلف المتخصصين في هذه الصناعة مثل المخرجين، والمنتجين، والمحريين.

الجدول رقم 16: يبين توزيع أفراد العينة حسب رؤية أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تجعل المحتوى الترفيهي أكثر تفاعلية وشيقة.

النسبة المئوية	التكرار	رؤية أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تجعل المحتوى الترفيهي أكثر تفاعلية وشيقة
78%	39	نعم
22%	11	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (39) فرداً بنسبة مئوية بلغت (78%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ (22%).

ومن هنا نستنتج أن الذكاء الاصطناعي يجعل المحتوى الترفيهي أكثر تفاعلية بناءً على البيانات والتحليلات المتاحة حيث يشير هذا الاستنتاج إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل التوصيات وأنظمة التحليل السلوكي يمكن أن تساهم في تحسين تجربة المستخدم من خلال توفير محتوى ترفيهي مخصص ومناسب وفقاً لإهتمامات وإحتياجات المستخدمين. بحيث سيسمح استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي بتحليل سلوك المستخدم وتفضيلاته بشكل أكثر دقة، مما يسمح لنا بتقديم محتوى ترفيهي مخصص يلبي توقعات المستخدم وإهتماماته.

الجدول رقم 17: يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعتقاد أن صناعة الترفيه ستستمر في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد في المستقبل.

النسبة المئوية	التكرار	الإعتقاد أن صناعة الترفيه ستستمر في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد في المستقبل
86%	43	نعم
14%	7	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (43) فرداً بنسبة مئوية بلغت (86%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ (14%).

نستنتج أن صناعة الترفيه ستستمر في استخدام الذكاء الاصطناعي بناء على البيانات والاتجاهات الحالية حيث يوضح هذا الإستنتاج أن الذكاء الاصطناعي أصبح جزءاً لا يتجزأ من عملية تطوير وإنتاج المحتوى الترفيهي ، وأن الدور الذي يجب أن يلعبه في تحسين جودة وتنوع العروض الترفيهية آخذ في الإزدياد تستخدم صناعة الترفيه بالفعل تقنية الذكاء الاصطناعي في جوانب مختلفة ، بما في ذلك إنتاج الأفلام والبرامج التلفزيونية ، وتطوير الألعاب الإلكترونية ، وتقديم محتوى رقمي مخصص عبر منصات بث مختلفة ويمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الضخمة وتوجيه عملية الإنتاج وتحسين تجربة المشاهد والمستخدم.

## رابعاً/تحليل نتائج المحور الرابع:

مدى أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه بالنسبة للطلبة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجداول التالية:

الجدول رقم 18: يبين توزيع أفراد العينة حسب الاعتقاد أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تلعب دوراً مهماً في تطوير الألعاب والأفلام والعروض التلفزيونية

النسبة المئوية	التكرار	الإعتقاد أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تلعب دوراً مهماً في تطوير الألعاب والأفلام والعروض التلفزيونية
80%	40	نعم
20%	10	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (40) فرداً بنسبة مئوية بلغت (80%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ (20%).

بناء على البيانات والاتجاهات الحالية ، نستنتج أن الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً مهماً في تطوير الألعاب والأفلام التلفزيونية. يوضح هذا الإستنتاج أن الذكاء الاصطناعي سيدفع الابتكار والتحسين في صناعة الترفيه ويساهم في تقديم تجربة مستخدم مبتكرة ومثيرة ونستخدم الذكاء الاصطناعي لتطوير شخصيات ذكية وسيناريوهات متقدمة لمزيد من التحديث والتشويق للعبة حيث تستخدم تقنية الذكاء الاصطناعي أيضاً لتحسين الرسومات والصوت ، وكذلك لإنشاء أنظمة ألعاب ديناميكية ومتطورة. يمكن للذكاء الاصطناعي أيضاً تحسين تجربة اللاعب من خلال تكييف مستويات الصعوبة بناء على أداء اللاعب وتقديم إرشادات ونصائح مخصصة.



الجدول رقم 19: يبين توزيع أفراد العينة حسب رؤية أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزز تجربة الإستهلاك للمحتوى الترفيهي

النسبة المئوية	التكرار	رؤية أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزز تجربة الإستهلاك للمحتوى الترفيهي
76%	38	نعم
24%	12	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (38) فرداً بنسبة مئوية بلغت (76%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ (24%).

نستنتج أن الذكاء الاصطناعي يعزز تجربة إستهلاك المحتوى الترفيهي بناء على البيانات والتحليلات المتاحة ويشير هذا الإستنتاج إلى أن تقنية الذكاء الاصطناعي ستساهم في تحسين وتخصيص تجربة إستهلاك المحتوى الترفيهي للمستخدمين، سواء في مجالات الألعاب أو الأفلام أو الموسيقى أو غيرها من وسائل الترفيه.

وتستخدم صناعة الألعاب الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة اللاعب من خلال ضبط مستوى الصعوبة بناء على مستوى مهارة كل لاعب وتفضيلاته، وتقديم إرشادات ونصائح مخصصة ويمكن أيضاً استخدام الذكاء الاصطناعي لتطوير الشخصيات الذكية والسيناريوهات المتقدمة التي تجعل تجربة الألعاب أكثر إثارة وتفاعلية.

الجدول رقم 20: يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعتقاد أن معرفة تقنيات الذكاء الإصطناعي ستكون مفيدة في مسار المهني في صناعة الترفيه.

النسبة المئوية	التكرار	الإعتقاد أن معرفة تقنيات الذكاء الإصطناعي ستكون مفيدة في مسار المهني في صناعة الترفيه
78%	39	نعم
22%	11	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (39) فرداً بنسبة مئوية بلغت (78%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ (22%).

نستنتج أن الذكاء الإصطناعي مفيد في المسار المهني في صناعة الترفيه بناءً على البيانات والاتجاهات الحالية و يشير هذا الإستنتاج إلى أن فهم الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه والتعامل معه يمكن أن يحسن من فرصك في مجال عمل ويفتح أبواباً جديدة للتقدم والنجاح.

فتطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه متنوعة وواسعة النطاق، وتشمل مجالات مثل تطوير البرمجيات، وتحليل البيانات، والتسويق الرقمي، والطب، والتصنيع، والتجارة الإلكترونية، والعديد من المجالات الأخرى.

الجدول رقم 21: يبين توزيع أفراد العينة حسب إعتبار أن الاطلاع على تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يعطيك ميزة تنافسية في سوق العمل في صناعة الترفيه

النسبة المئوية	التكرار	إعتبار أن الاطلاع على تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يعطيك ميزة تنافسية في سوق العمل في صناعة الترفيه
74%	37	نعم
26%	13	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (37) فرداً بنسبة مئوية بلغت (74%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ (26%).

نستنتج أن التعرف على الذكاء الاصطناعي يمنحنا ميزة تنافسية في سوق العمل في صناعة الترفيه بناء على البيانات والاتجاهات الحالية ويشير هذا الإستنتاج إلى أن القدرة على فهم الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه والتعامل معه هي مهارة مطلوبة للغاية في سوق عمل متنوع ومتطور، في العديد من الصناعات، يتم إستخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه لتحسين العمليات وزيادة الإنتاجية، وتوفير حلول مبتكرة للمشاكل المعقدة لذلك فإن إمتلاك المعرفة بالذكاء الاصطناعي والقدرة على التعامل مع التقنيات المرتبطة به وبصناعة الترفيه يمكن أن يجعلك الشخص المطلوب في سوق العمل.

الجدول رقم 22: يبين توزيع أفراد العينة حسب رؤية أن دراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي يجب أن تكون جزءاً من المناهج الدراسية في تخصصك.

النسبة المئوية	التكرار	رؤية أن دراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي يجب أن تكون جزءاً من المناهج الدراسية في تخصصك
76%	38	نعم
24%	12	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (38) فرداً بنسبة مئوية بلغت (76%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ (24%).

نستنتج أن أفراد العينة يرون أن الذكاء الاصطناعي يجب أن يكون جزءاً من مناهج الدراسة بناءً على البيانات والملاحظات التي تحصلنا عليها من التحليل الإحصائي وهذا الإستنتاج يشير إلى أن هناك إقبالاً من قبل الأفراد على تضمين مواضيع الذكاء الاصطناعي في المناهج التعليمية.

تعتبر معرفة الذكاء الاصطناعي وفهمه مهارة مهمة في العصر الحالي الذي يشهد تقدماً سريعاً في التكنولوجيا حيث يدرك الكثيرون أهمية تعلم مبادئ الذكاء الاصطناعي لفهم كيفية عمل التطبيقات والأنظمة التي نستخدمها يومياً، بما في ذلك التطبيقات في الصناعات التعليمية والترفيهية والطبية وغيرها.

الجدول رقم 23: يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعتقاد أن استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه سيزيد من إهتمام الجماهير بهذا النوع من المحتوى الترفيهي.

النسبة المئوية	التكرار	الإعتقاد أن استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه سيزيد من إهتمام الجماهير بهذا النوع من المحتوى الترفيهي
84%	42	نعم
16%	8	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (42) فرداً بنسبة مئوية بلغت (84%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ (16%).

بناء على البيانات والتحليلات التي تم جمعها ، إستنتج غالبية المستجيبين أنهم يعتقدون أن الذكاء الإصطناعي سيزيد من إهتمام المشاهدين بهذا النوع من المحتوى الترفيهي ويعكس هذا الإستنتاج رؤية إيجابية للذكاء الإصطناعي كأداة لزيادة جاذبية المحتوى الترفيهي وجذب إهتمام المشاهدين يمكن أن يساعد الذكاء الإصطناعي في إثراء المحتوى الترفيهي بعدة طرق ، بما في ذلك من خلال تحليل البيانات لفهم تفضيلات الجمهور ، وتوجيه العروض والمحتوى الترفيهي وفقاً لذلك ، وتحسين تجربة المستخدم من خلال توفير محتوى ترفيهي مخصص ومحدث بإستمرار. يمكن أيضاً إستخدام الذكاء الإصطناعي لإنشاء محتوى إبداعي وتفاعلي يجذب إنتباه المشاهدين ويشير الفضول.

الجدول رقم 24: يبين توزيع أفراد العينة حسب رؤية أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستساعد في تطوير أفكار جديدة وإبداعية في صناعة الترفيه.

النسبة المئوية	التكرار	رؤية أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستساعد في تطوير أفكار جديدة وإبداعية في صناعة الترفيه
64%	32	نعم
36%	18	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت (64%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ (36%).

نستنتج أن غالبية أفراد العينة يعتقدون أن الذكاء الاصطناعي سيساعدهم على تطوير أفكار جديدة بناء على البيانات والملاحظات المقدمة ويوضح هذا الاستنتاج الإيجابية حول دور الذكاء الاصطناعي في تسهيل عملية التفكير الإبداعي والابتكار.

يمكن أن يكون الذكاء الاصطناعي أداة قوية لزيادة الإبداع وتطوير أفكار جديدة في صناعة الترفيه و مختلف المجالات فعلى سبيل المثال يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة لإكتشاف الإتجاهات والأنماط غير مرئية، والتنبؤ بالإتجاهات المستقبلية، يمكن استخدامه أيضاً لتوليد أفكار جديدة من خلال محاكاة العملية الإبداعية البشرية وتقديم مقترحات مبتكرة.

الجدول رقم 25: يبين توزيع أفراد العينة حسب الشعور بأن تعلم وفهم تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تطوير مهاراتك وتفكيرك الإبداعي في صناعة الترفيه.

النسبة المئوية	التكرار	الشعور بأن تعلم وفهم تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تطوير مهاراتك وتفكيرك الإبداعي في صناعة الترفيه
%84	42	نعم
%16	8	لا
%100	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (42) فرداً بنسبة مئوية بلغت (%84)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ (%16).

نستنتج أن أفراد العينة يعتقدون أن الذكاء الاصطناعي سيساعدهم على تطوير أفكار جديدة بناء على البيانات والملاحظات المقدمة يوضح هذا الاستنتاج الإيجابية حول دور الذكاء الاصطناعي في تسهيل عملية التفكير الإبداعي والإبتكار.

يمكن أن يكون الذكاء الاصطناعي أداة قوية لزيادة الإبداع وتطوير أفكار جديدة في مختلف المجالات.

## خامسا/تحليل نتائج المحور الخامس:

واقع إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر وما هي الصعوبات التي تواجهها: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجداول التالية: الجدول رقم 26: يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعتقاد أن هناك إستخدامًا لتطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر.

النسبة المئوية	التكرار	الإعتقاد أن هناك استخدامًا لتطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر
54%	27	نعم
46%	23	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (27) فرداً بنسبة مئوية بلغت (54%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ (46%).

بناء على البيانات التي تم جمعها والملاحظات ، نستنتج أن أفراد العينة يعتقدون أن هناك إستخداماً للذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر ويوضح هذا الإستنتاج الاهتمام المتزايد بالذكاء الاصطناعي كتقنية مستقبلية وقابلة للتطبيق في المجتمعات المختلفة.

وفي الجزائر يمكن أن يكون استخدام الذكاء الإصطناعي متنوعاً ومتعدد القطاعات ، بما في ذلك من بين أمور أخرى ، صناعات مثل الرعاية الصحية والتعليم والصناعة والتسويق ويمكن للذكاء الإصطناعي أن يساهم في تحسين الخدمات الصحية

من خلال توفير تشخيص الأمراض والعلاج الشخصي ، ويمكن أن يساهم في تحسين جودة التعليم من خلال تطوير منصات التعلم الذكية وتوفير التوجيه التعليمي الشخصي.

الجدول رقم 27: يبين توزيع أفراد العينة حسب السماع عن ألعاب فيديو أو تطبيقات ترفيهية أخرى تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في السوق الجزائرية.

النسبة المئوية	التكرار	السماع عن ألعاب فيديو أو تطبيقات ترفيهية أخرى تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في السوق الجزائرية
36%	18	نعم
64%	32	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية بلغت (36%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ (64%).

بناء على النتائج المحصل عليها نجد أن غالبية أفراد العينة لم يسمعوا أبداً بألعاب الفيديو التي تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في السوق الجزائرية بناء على البيانات يعكس هذا الاستنتاج المستوى الحالي لوعي المستجيبين حول استخدام التقنيات الحديثة في مجال ألعاب الفيديو.

الجدول رقم 28: يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعتقاد أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي متاحة ومنتشرة بشكل واسع في صناعة الترفيه في الجزائر.

النسبة المئوية	التكرار	الإعتقاد أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي متاحة ومنتشرة بشكل واسع في صناعة الترفيه في الجزائر
26%	13	نعم
74%	37	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (13) فرداً بنسبة مئوية بلغت (26%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (37) بنسبة مئوية قدرت بـ (74%).

بناء على البيانات والملاحظات المقدمة ، نستنتج أن صناعة الترفيه بالذكاء الاصطناعي غير متوفرة ومنتشرة في الجزائر حيث يظهر هذا الإستنتاج عدم توفر ونشر العروض الترفيهية والمحتوى القائم على التكنولوجيا الجزائرية وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

الجدول رقم 29: يبين توزيع أفراد العينة حسب صعوبات في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر.

النسبة المئوية	التكرار	صعوبات في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر
52%	26	نعم
48%	24	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية بلغت (52%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ (48%).

بناء على البيانات والملاحظات المقدمة ، نستنتج أن هناك صعوبات تواجه استخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه الجزائرية يعكس هذا الإستنتاج التحديات التي قد تواجه عملية تبني وتطبيق التقنيات الحديثة في البلاد من بين الصعوبات التي قد تواجه استخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه الجزائرية، قد يكون هناك نقص في البنية التحتية التكنولوجية اللازمة لتشغيل وتطبيق التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي.

الجدول رقم 30: يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعتقاد أن هناك عوامل مثل التكلفة أو نقص الخبرة تعيق إستخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر.

النسبة المئوية	التكرار	الإعتقاد أن هناك عوامل مثل التكلفة أو نقص الخبرة تعيق إستخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر
74%	37	نعم
26%	13	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (37) فرداً بنسبة مئوية بلغت (74%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ (26%).

بناء على البيانات والتعليقات المقدمة ، نستنتج أن أفراد العينة يعتقدون أن عوامل مثل التكلفة وقلة الخبرة تعيق صناعة الترفيه بالذكاء الإصطناعي ويعكس هذا الإستنتاج الإعتراف بالتحديات التي تواجه تطبيق التكنولوجيا الحديثة في صناعة الترفيه.

الجدول رقم 31: يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعتقاد أن هناك حاجة لتعزيز التعليم والتدريب في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتعزيز صناعة الترفيه في الجزائر.

النسبة المئوية	التكرار	الإعتقاد أن هناك حاجة لتعزيز التعليم والتدريب في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتعزيز صناعة الترفيه في الجزائر
86%	43	نعم
14%	7	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (43) فرداً بنسبة مئوية بلغت (86%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ (14%).

بناء على البيانات والملاحظات المقدمة ، نستنتج أن أفراد العينة يعتقدون أن التعلم والتدريب في مجال الذكاء الاصطناعي بحاجة إلى تعزيز ويعكس هذا الإستنتاج الوعي المتزايد بين الأفراد بالحاجة إلى تطوير المهارات والمعرفة في مجال التكنولوجيا الحديثة حيث تتطور التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي بسرعة ، لذلك يحتاج المهتمون بها إلى الإستعداد لمواكبة هذا التطور من خلال التعلم والتدريب المستمر .

الجدول رقم 32: يبين توزيع أفراد العينة حسب التوعية بفوائد واستخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه قد تساهم في تحسين استخدامها في الجزائر.

النسبة المئوية	التكرار	التوعية بفوائد واستخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه قد تساهم في تحسين استخدامها في الجزائر
84%	42	نعم
16%	8	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (42) فرداً بنسبة مئوية بلغت (84%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ (16%).

بناء على البيانات والملاحظات المقدمة ، نستنتج أن أفراد العينة يعتقدون أن هناك حاجة لزيادة الوعي في صناعة الترفيه باستخدام الذكاء الاصطناعي حيث يعكس هذا الإستنتاج الوعي المتزايد بين الأفراد حول الحاجة إلى فهم تأثير التكنولوجيا الحديثة على صناعة الترفيه والحاجة إلى توجيه وتنقيف الجمهور حول هذا الموضوع.

الجدول رقم 33: يبين توزيع أفراد العينة حسب رؤية أن هناك اهتمامًا متزايدًا بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر.

النسبة المئوية	التكرار	رؤية أن هناك اهتمامًا متزايدًا بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر
64%	32	نعم
36%	18	لا
100%	50	المجموع



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت (64%)، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ (36%).

واستناداً إلى البيانات والملاحظات المقدمة ، نستنتج أن أفراد العينة أكدوا الإهتمام المتزايد بتطبيقات الذكاء الإصطناعي في الجزائر مما يشير إلى تزايد الوعي بين الأفراد حول مزايا وإمكانيات التقنيات الحديثة، وخاصة في مجالات مثل الصناعة والترفيه والخدمات.

## خاتمة:

يمثل الذكاء الإصطناعي قوة دافعة وراء التحولات العميقة في صناعة الترفيه، مؤثراً بشكل كبير على كيفية إنتاج وتوزيع وإستهلاك المحتوى، حيث ساعد الذكاء الإصطناعي في أتمة العديد من العمليات الإبداعية والتقنية، مما أتاح للمبدعين التركيز أكثر على الجوانب الإبداعية بدلاً من المهام الروتينية، أما في التوزيع، فقد سهلت خوارزميات الذكاء الإصطناعي عملية الوصول إلى الجماهير المستهدفة بدقة أكبر من خلال تحليل البيانات الضخمة والتنبؤ بتفضيلات الجمهور، ورغم هذه الفوائد الكبيرة، يطرح استخدام الذكاء الإصطناعي في الترفيه تحديات أخلاقية وقانونية، منها مسائل الخصوصية واستخدام البيانات الشخصية، في النهاية فإن التكامل بين الذكاء الإصطناعي وصناعة الترفيه يعد بمزيد من الابتكارات والتطورات المستقبلية الواعدة بالنجاح والتقدم والإزدهار في جميع المجالات وشتى الميادين.



قائمة المصادر  
والمراجع

## المصادر والمراجع

- 1- عقيل حسين عقيل، (2010)، خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة، دار ابن كثير للنشر و التوزيع
- 2- محمد عبد السلام، (2020)، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، مكتبة نور الالكترونية
- 3- محمد جاسم العبيدي، (2010)، طرق البحث العلمي، دار ديونو للطباعة و النشر و التوزيع، ط1، الاردن
- 4- ربحي مصطفى عليان، محمد غنيم، مناهج و أساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق، دار صفاء للنشر و التوزيع، ط1، الأردن
- 5- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 4، الجزائر
- 6- محمد عبيدات و آخرون، (1999)، منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات، دار وائل للطباعة و النشر، ط2، عمان الأردن
- 7- بلقاسم فرحاتي، (2013)، البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، دار أسامة للنشر التوزيع عمال الأردن
- 8- ابراهيم بن عبد العزيز الدعباح، (2010)، مناهج وطرق البحث العلمي، الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن
- 9- ابن عوف حسن أحمد، (2016)، الرأي العام مفهومه و أساليب قياسه، دار أمواج للنشر والتوزيع، الأردن
- 10- إبراهيم احمد حسن جبوري، الدور التركي الإقليمي في المنطقة العربية الأزمة السورية نموذجاً، الأكاديميون للنشر التوزيع، عمان الأردن
- 11- وليدة حدادي، الإعلام قضايا المرأة مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، الأردن 2020
- 12- مدونة ويكيبيديا، تاريخ الإطلاع 2024/03/15
- 13- مقال موقع أمازون، [www.amazon.servis](http://www.amazon.servis) بعنوان ما هو الذكاء الاصطناعي AI، تاريخ الإطلاع 2024/03/16
- 14- ملحم عبد السميع، (2015)، الصناعة الاقتصادية المفهوم و التطبيق، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن
- 15- نعمان عباسي، مقاربات علم الاجتماع بين التكامل والتعدد، أطروحة نایل شهاده الدكتوراه، كليه علوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم الاجتماع جامعه منتوري قسنطينة 2011/2010

- 16- حاتم عبد المنعم احمد عبد اللطيف، تقييم الأثر البيئي لمشروعات التنمية والقرارات من المنظور الاجتماعي دراسة نظرية ميدانية ، مكتبه الكتب للنشر والتوزيع ط 1 مصر
- 17- نصيره رداق، تصورات الشباب الجزائري لاختيار الزواج عن طريق الإعلانات الصحفية، مذكره لنيل شهاده الماجستير تخصص العلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية قسم علوم إعلام إتصال جامعة منتوري قسنطينة 2010/2009
- 18- أحمد حبيب، (2019)، الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر، المجموعة العربية للنشر، ط1، مصر
- 19- شريف حمدي، (2023)، تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتعزيز الميزة التنافسية لمنظمات الاعمال، العربي للنشر و التوزيع، مصر
- 20- نورة محمد عبد الله العزام، دور الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة نظم الإدارة لإدارة الموارد البشرية جامعة تبوك، كلية التربية جامعة سوهاج 2020/2019
- 21- أسماء السيد، (2020)، تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستقبل تكنولوجيا التعليم، المجموعة العربية للنشر، مصر
- 22- لمياء محسن محمد، (2023)، مجالات الذكاء الاصطناعي تطبيقات واخلاقيات، العربي للنشر و التوزيع، مصر
- 23- هالة أحمد الحسيني، الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في المؤسسات الإعلامية ، العربي للنشر و التوزيع ، مصر
- 24- نسرين عبد العزيز، الذكاء الاصطناعي في دراما السينما والتلفزيون والمنصات ، دار العربي للنشر و التوزيع ط1، مصر
- 25- ناصر غلاب، (2022)، أفاق تكنولوجيا المعلومات، المجموعة العربية للنشر ط2، مصر
- 26- جنيح أمين، مشجعو الذكاء الإصطناعي، العلاقات العامة النيوليبرالية والذكاء الإصطناعي، مجلة ضياء للعلوم النفسية والتربوية، المجلد 03 العدد 01 جامعة أبي بكر الصديق بجبل الجزائر
- 27- ما المقصود بالذكاء الإصطناعي؟ تعرف على الذكاء الإصطناعي، مقال مدونة Oracle العلمية، Oracle.com تاريخ الإطلاع 2024/03/15
- 28- مركز البحوث العلمية رؤية 2030 الناشر و المؤلف، الذكاء الاصطناعي، المملكة العربية السعودية، 2021
- 29- هالة احمد الحسيني، (2023)، الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في المؤسسات الإعلامية، العربي للنشر و التوزيع ، مصر

- 30- عبد الرحمان بدوي، (1977)، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، ط3، الكويت
- 31- أسماء محمد، كريمة محمود، (2020)، تطبيقات الذكاء الإصطناعي ومستقبل تكنولوجيا التعليم، المجموعة العربية للنشر، مصر
- 32- نورة عبد الهادي الدسوقي، (2023)، الذكاء الإصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة، العربي للنشر و التوزيع ط 1، مصر
- 33- أحمد القاضي، (2015)، مدخلات الترفيه، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن
- 34- مركز البحوث والدراسات، رؤية المملكة العربية السعودية 2030، 2022
- 35- عماد سعد الدين، (2018)، حاجات الإنسان التي لا تنتهي، العربي للنشر و التوزيع مصر، ط1
- 36- أماني رضا، (2023)، المنصات التلفزيونية التعارض والتكامل في الإعلام الرقمي، العربي للنشر و التوزيع ط1، مصر
- 37- محمد زيدان، (2016)، التربية الأسرية السلمية للأبناء، دار التربية الحديثة للنشر والتوزيع، الأردن
- 38- حراث سمير، الفضائيات التلفزيونية وإستراتيجية صناعة الترفيه و ترويجه ، مجلة العلوم الإجتماعية و الإنسانية المجلد 02 العدد 08 جامعة يحي فارس المدية 2021
- 39- أحمد بدوي، (2014)، صناعة الفن، المكتبة الأنجلو مصرية للنشر والتوزيع، ط2، مصر
- 40- منير سعد، (2017)، السعادة هي الهدف، العربي للنشر والتوزيع، ط1، مصر
- 41- وسام الدوايشة، (2013)، الانسان و تركيباته النفسية، دار وائل للنشر و التوزيع ط1، الأردن
- 42- سامح حسين، (2019)، الالعاب التفاعلية الاجيال القادمة، دار اليازوري للنشر و الأردن



فهرس  
المحتويات

## فهرس المحتويات

1. شكر وتقدير .....
2. إهداء .....
3. ملخص الدراسة .....
4. مقدمة ..... أ-ب

## الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

5. الإشكالية ..... 2
6. تساؤلات الدراسة..... 3
7. فرضيات الدراسة..... 3
8. أهمية الدراسة ..... 3
9. أهداف الدراسة..... 4
10. أسباب إختيار الدراسة ..... 4-5
11. تحديد مفاهيم الدراسة..... 6-7
12. الدراسات السابقة ..... 8-16

## الفصل الثاني مدخل إلى الذكاء الإصطناعي

13. تمهيد ..... 19
14. مدخل إلى الذكاء الإصطناعي..... 20
15. نشأة الذكاء الإصطناعي..... 20-22
16. مفهوم الذكاء الإصطناعي..... 22-24
17. لغات الذكاء الإصطناعي..... 25-27
18. أنواع الذكاء الإصطناعي ..... 28-29
19. أهمية الذكاء الإصطناعي خصائصه، سماته، تطبيقه، مجال تطبيقه..... 30
20. أهمية الذكاء الإصطناعي..... 30-31
21. خصائص الذكاء الإصطناعي .....
22. سمات الذكاء الإصطناعي..... 32-33
23. تطبيق الذكاء الإصطناعي في المؤسسات..... 33-34
24. مجالات تطبيق الذكاء الإصطناعي..... 35-36
25. خلاصة..... 37

### الفصل الثالث مدخل إلى صناعة الترفيه

26. تمهيد ..... 39
27. مدخل إلى صناعة الترفيه..... 40
28. صناعة الترفيه المفهوم، التطور، المحددات..... 40
29. مفهوم صناعة الترفيه..... 40-41
30. تطور صناعة الترفيه..... 42-43
31. محددات صناعة الترفيه ..... 44-45
32. صناعة الترفيه الشروط، النظريات، الأشكال..... 46
33. شروط صناعة الترفيه ..... 46-47
34. نظريات صناعة الترفيه..... 47-50
35. أشكال صناعة الترفيه ..... 51-54
36. خلاصة..... 55

### الفصل الرابع الإطار الميداني للدراسة

37. تمهيد ..... 57
38. الدراسة الإستطلاعية..... 58
39. مجتمع الدراسة ..... 58
40. عينة الدراسة ..... 58-59
41. منهج الدراسة..... 59-60
42. أدوات الدراسة..... 60-62
43. مجالات الدراسة..... 62

### الفصل الخامس الإطار التطبيقي للدراسة

44. التحليل الكمي والكيفي للمحور(1): البيانات الشخصية..... 64-68
45. التحليل الكمي والكيفي للمحور(2): لأنماط إستخدام الذكاء الإصطناعي من أجل الترفيه69-73
46. التحليل الكمي والكيفي للمحور(3): تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه وكيف تتم هذه الصناعة..... 74-82
47. التحليل الكمي والكيفي للمحور(4): أهمية تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه بالنسبة للطلبة..... 81-91
48. التحليل الكمي والكيفي للمحور(5): واقع الإستخدام في الجزائر و الصعوبات ..... 92-100
49. الخاتمة ..... 92-100

50. قائمة المصادر.....
51. فهرس المحتويات.....
52. ملاحق.....

فهرس الجداول

- الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.....64
- الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.....65
- الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.....66
- الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة.....67
- الجدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الإجتماعية.....68
- الجدول رقم (06) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(06).....69
- الجدول رقم (07) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(07).....70
- الجدول رقم (08) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(08).....72
- الجدول رقم (09) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(09).....73
- الجدول رقم (10) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(10).....74
- الجدول رقم (11) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(11).....76
- الجدول رقم (12) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(12).....77
- الجدول رقم (13) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(13).....78
- الجدول رقم (14) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(14).....79
- الجدول رقم (15) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(15).....80
- الجدول رقم (16) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(16).....81
- الجدول رقم (17) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(17).....82
- الجدول رقم (18) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(18).....83
- الجدول رقم (19) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(19).....85
- الجدول رقم (20) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(20).....86
- الجدول رقم (21) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(21).....87
- الجدول رقم (22) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(22).....88

89.....	الجدول رقم (23) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(23)
90.....	الجدول رقم (24) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(24)
91.....	الجدول رقم (25) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(25)
92.....	الجدول رقم (26) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(26)
94.....	الجدول رقم (27) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(27)
95.....	الجدول رقم (28) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(28)
96.....	الجدول رقم (29) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(29)
97.....	الجدول رقم (30) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(30)
98.....	الجدول رقم (31) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(31)
99.....	الجدول رقم (32) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(32)
100.....	الجدول رقم (33) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(33)



ملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الاعلام والاتصال

اخي/اختي:

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته، نقوم بإجراء دراسة موضوع الذكاء الإصطناعي وتحولات صناعة الترفيه، كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماستر الأكاديمي في تخصص اتصال وعلاقات عامة.

نرجو منكم قراءة عبارات وفقرات الاستبيان وإختيار الإجابة المناسبة لكافة الأسئلة من وجهة نظركم بوضع علامة (x)، علما بأن هذه الدراسة لا تحتاج لذكر الاسم وأن كافة المعلومات تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

مع خالص الشكر والتقدير لكم

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس:

أنثى	ذكر
------	-----

2. السن :

أكثر من 24	24-22	22-20	20-18
------------	-------	-------	-------

3. المستوى التعليمي :

ليسانس	ماستر
--------	-------

4. المهنة:

عمل	دون عمل
-----	---------

5. الحالة الإجتماعية:

متزوج	أعزب	منفصل
-------	------	-------

## المحور الثاني: أنماط استخدام الذكاء الإصطناعي من أجل الترفيه

6. هل تمارس الترفيه باستخدام الذكاء الإصطناعي؟

بصفة	منتظمة	نادر	أحيانا
------	--------	------	--------

7. منذ متى وأنت تستخدم الترفيه المدعم بالذكاء الإصطناعي؟

منذ اقل من سنة	من سنة إلى ثلاث سنوات	أكثر من ثلاث سنوات
----------------	-----------------------	--------------------

8. من أين تمارس الترفيه باستخدام الذكاء الإصطناعي؟

المنزل	مؤسسة تعليمية	مقهى الإنترنت
--------	---------------	---------------

9. ما دوافع استخدامك للترفيه باستخدام الذكاء الإصطناعي؟

لأجل الترفيه	لأجل الهروب من الواقع
--------------	-----------------------

## المحور الثالث: تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه و كيف تتم هذه الصناعة

10. هل تعرف عن استخدامات تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه؟

نعم	لا
-----	----

11. هل سمعت عن تطبيقات تقنيات الذكاء الإصطناعي في ألعاب الفيديو؟

نعم	لا
-----	----

12. هل تعرف عن استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تطوير الأفلام أو العروض التلفزيونية؟

نعم	لا
-----	----

13. هل تعتقد أن تقنيات الذكاء الإصطناعي تلعب دورًا مهمًا في تحسين تجربة المستخدم في صناعة

الترفيه؟

نعم	لا
-----	----

14. هل تعتقد أن تقنيات الذكاء الإصطناعي تؤثر في طريقة تسويق وترويج المنتجات الترفيهية؟

نعم	لا
-----	----

15. هل تفهم كيف يمكن أن تتم صناعة الأفلام أو الألعاب أو العروض التلفزيونية باستخدام تقنيات

الذكاء الإصطناعي؟

نعم	لا
-----	----

16. هل ترى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تجعل المحتوى الترفيهي أكثر تفاعلية وشيقة؟

نعم		لا	
-----	--	----	--

17. هل تعتقد أن صناعة الترفيه ستستمر في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد في المستقبل؟

نعم		لا	
-----	--	----	--

المحور الرابع: مدى أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه بالنسبة للطلبة

18. هل تعتقد أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تلعب دورًا مهمًا في تطوير الألعاب والأفلام والعروض التلفزيونية؟

نعم		لا	
-----	--	----	--

19. هل ترى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزز تجربة الاستهلاك للمحتوى الترفيهي؟

نعم		لا	
-----	--	----	--

20. هل تعتقد أن معرفة تقنيات الذكاء الاصطناعي ستكون مفيدة في مسارك المهني في صناعة الترفيه؟

نعم		لا	
-----	--	----	--

21. هل تعتبر أن الاطلاع على تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يعطيك ميزة تنافسية في سوق العمل في صناعة الترفيه؟

نعم		لا	
-----	--	----	--

22. هل ترى أن دراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي يجب أن تكون جزءًا من المناهج الدراسية في تخصصك؟

نعم		لا	
-----	--	----	--

23. هل تعتقد أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الترفيه سيزيد من اهتمام الجماهير بهذا النوع من المحتوى؟

نعم		لا	
-----	--	----	--

24. هل ترى أن تقنيات الذكاء الإصطناعي ستساعد في تطوير أفكار جديدة وإبداعية في صناعة الترفيه

نعم	لا
-----	----

25. هل تشعر بأن تعلم وفهم تقنيات الذكاء الإصطناعي يمكن أن يسهم في تطوير مهاراتك وتفكيرك الإبداعي في صناعة الترفيه؟

نعم	لا
-----	----

المحور الخامس: واقع إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر وما هي الصعوبات التي تواجهها.

26. هل تعتقد أن هناك إستخداما لتطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر؟

نعم	لا
-----	----

27. هل سمعت عن ألعاب فيديو أو تطبيقات ترفيهية أخرى تستخدم تقنيات الذكاء الإصطناعي في السوق الجزائرية؟

نعم	لا
-----	----

28. هل تعتقد أن تطبيقات الذكاء الإصطناعي متاحة ومنتشرة بشكل واسع في صناعة الترفيه في الجزائر؟

نعم	لا
-----	----

29. هل واجهت أو سمعت عن صعوبات في إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر؟

نعم	لا
-----	----

30. هل تعتقد أن هناك عوامل مثل التكلفة أو نقص الخبرة تعيق إستخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر؟

نعم	لا
-----	----

31. هل تعتقد أن هناك حاجة لتعزيز التعليم والتدريب في مجال تطبيقات الذكاء الإصطناعي لتعزيز صناعة الترفيه في الجزائر؟

نعم	لا
-----	----

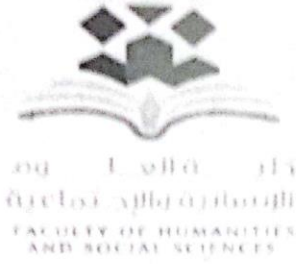
32. هل تظن أن التوعية بفوائد وإستخدامات تطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه قد

تساهم في تحسين إستخدامها في الجزائر؟

	لا		نعم
--	----	--	-----

33. هل ترى أن هناك اهتمامًا متزايدًا بتطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الترفيه في الجزائر؟

	لا		نعم
--	----	--	-----



Faculté des Sciences Humaines et Sociales  
Vice-Doyennat de la Faculté des Études et  
des Étudiants

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطبقة  
الرقم: 2024/

## تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): **لَقَيْتَان سَيْفِ الدِّينِ**

الصفة (طالب, استاذ باحث, باحث دائم): **طالِب**

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: **201436951**

الصادرة بتاريخ: **2017/04/16** عن دائرة: **بلدية امعاصيد**

المسجل (ة) بكلية: **العلوم الإنسانية والاجتماعية** قسم: **علوم الاعلام والاتصال**

تخصص: **اتصال و علاقات عامة** تحت رقم التسجيل: **23075112078**

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج, مذكرة ماستر, مذكرة ماجستير, اطروحة دكتوراه)

عنوانها: **الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا صناعة الترفيه**

**دراسة وصحية, استم لامية على عمية من طرف جامعة المسيلة**

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في  
انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في:

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم 923 المؤرخ في 28-07-2016 المحدد لظروف الامتثال المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.





كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences  
Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطبقة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع: الذكاء الاصطناعي وتحولات صناعة الترجمة  
دراسة وصحة استغلاله في خدمة من طلبة جامعة المسيلة

إعداد الطلبة: 1- لقيضان سيف الدين رقم التسجيل: 23075112078

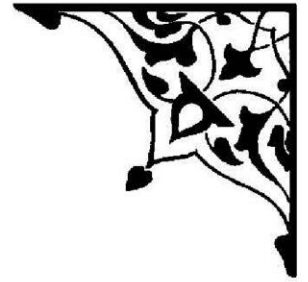
2- رقم التسجيل: التخصيص اتصال وملاقات عامة  
القسم: علوم بلاغ واتصال الشعب: اتصال الرتبة: أساتذة التعليم العالي  
إشراف: حيفر سعيدة

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2023-2024 وأسمح  
بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

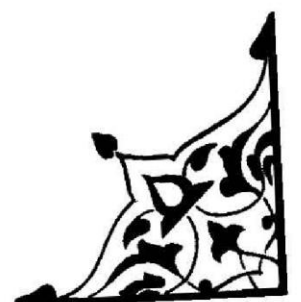
موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة):

himeur  
رئيس القسم  
علمو الاعلام  
والاتصال  
جامعة المسيلة



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ