عدد خاص

مجلة

بحوث العلاقات العامة

Journal of PR research Middle East

الشرق الأوسط

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٥م = ١,٣٨ Q1 معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات =٧

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الرابعة عشرة - العدد الرابع والستون - ١٠ أبريل ٢٠٢٦م

استخدام الذكاء الاصطناعي في بحوث الإعلام

بحوث باللغة العربية:

- دورتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الاتصال المؤسسي: رؤية تحليلية

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (جامعة ليوا)

منى عيظة سالم الجابري (جامعة ليوا) ... ص٩

- محددات تبنّي الأطباء للذكاء الاصطناعي في تشخيص وعلاج أمراض الجلدية والتجميل: دراسة نظرية تحليلية في ضوء نموذج (UTAUT)

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الجامعة الأردنية)

د. وسام تحسين منصور (المجلس الطبي الأردني) ... ص٤١

- مقياس كفاءة التفاعل مع الذكاء الهجين في إنتاج المحتوى الإعلامي: دراسة تطبيقية

أ.م.د أحمد حسن السمان (جامعة بدر)... ص٦٣

- تأثير الذكاء الاصطناعي على استراتيجيات العلاقات العامة وفعاليتها الاتصالية:

التفاعل الذكي بدلًا من التواصل الإنساني

د. ميرفت السيد أحمد سليمان (جامعة طنطا)... ص٩٣

- اتجاهات الجمهور نحو مستقبل الصحافة الدولية في عصر الذكاء الاصطناعي: دراسة مسحية

عبير بنت فيصل بن حامد الغامدي (جامعة القاهرة)... ص١٤٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

(EPRA)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٣٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٦ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

Journal of PR esearch
Middle East

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الرابع والستون - السنة الرابعة عشرة – ١٠ أبريل ٢٠٢٦

مؤسسها
ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف
رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة
أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. مبارك بن واصل الحازمي
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال
جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. رزق سعد عبد المعطي
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري
أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ. د. فؤاد علي سعدان
أستاذ العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي
أستاذ مشارك ومستشار تعليم بكلية الدفاع الوطني
وزارة الدفاع - أبوظبي

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي
أستاذ العلاقات العامة المشارك بكلية الإعلام والعلاقات العامة
جامعة ليوا - العين

مدقق اللغة الإنجليزية
أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان
أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي
مدقق اللغة العربية

المراسلات
الجمعية المصرية للعلاقات العامة
جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات – ١ شارع محمد الزغبي
إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة
جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦
Mobile: +201141514157
Fax: +20482310073 Tel : +2237620818
www.jprr.epra.org.eg
Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. منى سعيد الحديدي (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون غير المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الفتاح زكرياء مكوار (المغرب)
أستاذ التعليم العالي في علوم الإعلام والتواصل بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بمنسيك
جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)
أستاذ الإعلام بجامعة بغداد وحاليًا رئيس قسم الإعلام الرقمي بجامعة النور في نينوى / العراق

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)
أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايع (مصر)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)
أستاذ الصحافة – وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)
أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)
أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الآداب - الجامعة الأردنية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)
أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال
جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)
أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

أ.د. خلود بنت عبد الله ملياني (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. طارق محمد الصعيدي (مصر)
أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

** الأسماء مرتبة وفقا لتاريخ الحصول على درجة أستاذ جامعي.

حقوق الطبع © الوكالة العربية للعلاقات العامة ٢٠٢٦

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كليًّا أو جزئيًّا، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠/ ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications
Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or
Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

موقع ويب: www.apr.agency - www.jprr.epra.org.eg

الهاتف : 818- 02-376-20 (+2) - 151- 14- 15- 0114 (+2) - 157- 14- 15- 0114 (+2)

فاكس : 73- 00-231-048 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).

والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية ـ الإنجليزية ـ الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه، ويُراعى الكتابة ببنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنط (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقًا للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقًا للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقًا لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر، أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطاره بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلًا خلال ١٥ يومًا من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذريًا فيرسله الباحث بعد ٣٠ يومًا أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٥٠$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠$. على ألا يزيد ملخص الرسالة على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jprr@epra.org.eg، أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر ـ ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثلاثة وستون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط ـ وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة ـ وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٦م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، بمعامل تأثير= ٠,٧٥٨٥، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١م بقيمة= ١,٥٦٩.

وكانت المجلة في صدارة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة - إثراء - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الرابع والستين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المشاركين والمساعدين.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا مشتركًا من **الإمارات العربية المتحدة** من جامعة ليوا، قدَّمه كل من: **أ.د. عبد الملك ردمان الدناني، منى عيظة سالم الجابري**، بعنوان: " دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الاتصال المؤسسي: رؤية تحليلية ".

ومن **المملكة الأردنية الهاشمية** نجد بحثًا مشتركًا مقدَّم من: **أ.د. تحسين منصور رشيد منصور**، من الجامعة الأردنية، **ود. وسام تحسين منصور**، تحت عنوان: "محددات تبنّي الأطباء للذكاء الاصطناعي في تشخيص وعلاج أمراض الجلدية والتجميل: دراسة نظرية تحليلية في ضوء نموذج (UTAUT)".

ومن جامعة بدر قدّم: **أ.م.د. أحمد حسن السمان**، من **مصر**، دراسة تطبيقية بعنوان: " مقياس كفاءة التفاعل مع الذكاء الهجين في إنتاج المحتوى الإعلامي".

وقدَّمت **د. ميرفت السيد أحمد سليمان**، من **مصر**، من جامعة طنطا، دراسة بعنوان: " تأثير الذكاء الاصطناعي على استراتيجيات العلاقات العامة وفعاليتها الاتصالية: التفاعل الذكي بدلًا من التواصل الإنساني".

وأخيرًا من جامعة الملك سعود قدَّمت: **عبير بنت فيصل الغامدي**، من **السعودية**، دراسة مسحية بعنوان: "اتجاهات الجمهور نحو مستقبل الصحافة الدولية في عصر الذكاء الاصطناعي".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجلات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراة والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

مقياس كفاءة التفاعل مع الذكاء الهجين في إنتاج المحتوى الإعلامي: دراسة تطبيقية (*)

إعداد

أ.م.د. أحمد حسن السمان (**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ١٣ يونيو ٢٠٢٦م، وقُبل للنشر في ٠٩ أكتوبر ٢٠٢٦م.

(**) أستاذ مساعد بقسم الإعلام في كلية الإنسانيات والعلوم الاجتماعية - جامعة بدر بالقاهرة.

مقياس كفاءة التفاعل مع الذكاء الهجين في إنتاج المحتوى الإعلامي: دراسة تطبيقية

أ.م.د. أحمد حسن السمان
ahmed-hasan@buc.edu.eg
جامعة بدر

ملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى بناء وتقنين أداة لقياس كفاءات إنتاج المحتوى باستخدام الذكاء الهجين؛ بهدف توفير مقياس موثوق وصالح لتقييم هذه المهارات وتحديد احتياجات التدريس والتدريب عبر التطبيق على (٣٠٠) طالب وطالبة في كليات ومعاهد الإعلام بالجامعات المصرية. تكونت الأداة في صورتها النهائية من (٣٢) فقرة موزعة على سبعة أبعاد هي: المعرفي، والتفكير النقدي، والمسؤولية المجتمعية، والمهارات التقنية والوظيفية، وهندسة المطالبات، والانتقاء، وأخيرًا الاعتبارات القانونية والأخلاقية والخصوصية. تم التحقق من الأداة باستخدام منهج تطويري وصفي كمي، انطلق من ثلاثة نماذج نظرية واستخرج في مرحلته الأولى (٦٧) بندًا موزعة على سبعة أبعاد، أظهرت نتائج الدراسة أن المقياس يتمتع بخصائص سيكومترية قوية، فقد حظيت فقرات المقياس بقبول المحكمين المتخصصين (الصدق الظاهري وصدق المحتوى)، كما حظيت بصدق الاستجابة عبر دراسة استطلاعية كيفية لعينة من الجمهور المستهدف وأساتذة الإعلام، مستخدما بروتوكول الاستقصاء اللفظي، وكذلك الصدق البنائي عبر إجراء التحليل العاملي الذي اكد وجود بنية عاملية قوية، وأخيرًا تم حساب مؤشر صلاحية المحتوى لكل بند ولكل بعد على حدة، وللمقياس ككل، وأظهرت معاملات الارتباط الداخلية لبنود المقياس وأبعاده السبعة ارتباطًا واتساقًا داخليًا، حيث سجل مؤشر صدق المحتوى للأداة ككل باستخدام معامل ألفا كرونباخ لتحليل الموثوقية (٠.٨٤٧)، وهو معدل مرتفع مما يدل على ثبات سيكومتري عالي وصلاحية الأداة للقياس.

يسهم هذا البحث في سد فجوة معرفية منهجية من خلال تطوير أداة علمية دقيقة للمؤسسات التعليمية والمهنية الإعلامية لتشخيص فجوات الكفاءة النوعية، وإعادة تصميم المناهج واستراتيجيات التدريس والتدريب، كما يسمح لمؤسسات الأعمال بتطوير معايير وشهادات اعتماد مهنية تعزز الممارسات المسؤولة، لبناء الكفاءات الجوهرية، كما يُمكِن صانعي السياسات من وضع معايير وطنية للكفاءات في السياق العربي، تعزز الممارسات المهنية المسؤولة بما يخدم أهداف التنمية.

الكلمات المفتاحيَّة: أساسيات الذكاء الهجين، تقنين مقياس كفاءات، إنتاج المحتوى، طلاب كليات الإعلام، الذكاء الاصطناعي.

مقدمة:

أدى التطور المتسارع لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي إلى تغيير منظومة إنشاء المحتوى الرقمي، وإعادة تشكيل الممارسات المهنية التقليدية لإنتاجه (السمان, ٢٠٢٤م)، لما تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي من أتمتة وتنفيذ مجموعة واسعة من المهام مثل كتابة النصوص والترجمة وتحرير الفيديو وتحليل الجمهور، وإنتاج وتنظيم المحتوى، والوسم التلقائي بالبيانات الوصفية، والتوزيع المستهدف من خلال تحليل أنماط مشاركة المستخدمين واتجاهاتهم، وذلك بأقل تدخل بشري (Alghamdi, 2021; Amato et al., 2019; Bhandari, 2020; Wang et al., 2021).

وتفاعلًا مع هذه التطورات؛ ظهرت نماذج أساسيات الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence Literacy) لتحديد وتفعيل المهارات المطلوبة، ولكنها ركزت على الجوانب التقنية مثل البرمجة ولم تقدم المهارات الكافية لغير الفنيين الذين يتعاملون مع الذكاء الاصطناعي، بينما تناولت الأساسيات الإعلامية (Media literacy) المهارات البشرية المطلوبة مركزة على الأبعاد النقدية والمهارية، ولكنها لم تواكب تسارع التطورات التقنية، وهو ما استدعى نموذجًا نظريًا جديدًا يجمع بين هاذين النموذجين من الأساسيات، قدمه (El-Saman, 2025) باسم أساسيات إعلام الذكاء الاصطناعي، ولكنه اكتفي بالاطار النظري دون اختباره إمبريقيًا.

وظهر ما يُعرف باسم الذكاء الهجين (Hyper Human Artificial Intelligence)، الذي يتكامل فيه قدرات البشر وإمكانات الذكاء الاصطناعي لتحقيق نتائج غير مسبوقة خالقًا حالة من التآزر أو "Synergy" (Ciftci et al., 2025). جاء هذا المفهوم نتيجة لتطور النظرة إلى الذكاء الاصطناعي من مجرد أداة إلى وكيل ثم إلى تعاون ثنائي الاتجاه ينتج عنه ما وصفه (Dwivedi et al., 2023) بالتفاعل التآزري (Synergistic Interaction)، ثنائي الاتجاه بين المستخدم والآلة في بيئة الذكاء الهجين (Yang et al., 2025) الذي ظهرت محاولة لتأطير أبعاد كفاءاته عبر نموذج نظري باسم أساسيات الذكاء الاصطناعي الهجين لتمكين الأفراد من إنشاء المحتوى بفعالية (El-Saman, 2026). ومع هذا ظلت هناك فجوة معرفية فيما يتعلق بقياس الكفاءات المطلوبة للتعامل مع هذه البيئة المتجددة باستمرار، وهو ما دفع باحثين للمطالبة بإعادة تعريف أكثر شمولًا للكفاءات متعددة التخصصات المطلوبة لهذا التعامل الذي يتطلب توليفةً من المهارات التقنية والإبداعية والنقدية، تعجز النماذج القديمة غالبًا عن فهم واستيعاب تأثيرها (Yanyi Wu et al., 2026)، فإعادة التعريفات هذه ضرورية بالنظر إلى محدودية الأطر الحالية وعدم كفايتها خالقة فجوة تحتاج إلى دراسة (Gupta, 2024).

تحاول هذا الدراسة معالجة هذه الفجوة باستخدام المنهج السيكومتري الذي يتسم بالدقة والموضوعية خاصة أن إنتاج المحتوى بوساطة الذكاء الاصطناعي يتطلب مجموعة من المهارات التقنية والإبداعية والنقدية، مع وضع تنوع منصات الذكاء الاصطناعي وسرعة تطورها وتطبيقاتها الخاصة في الاعتبار (Meghare et al., 2025)، لا سيما في سياقات الذكاء الهجين، وهو ما تواكب مع دعوة باحثين إلى

ضرورة تبنِّي نهج معرفي شمولي يعالج الأبعاد المجتمعية وغير التقنية للذكاء الاصطناعي لتوضيح المهارات اللازمة لهذا التفاعل (Beer, 2017; Frau-Meigs, 2024).

فجوة أخرى أشارت إليها دراسة (Yanyi Wu et al., 2026) وهي غياب أدوات تقييم موضوعية لقياس مستوى اكتساب الكفاءات المطلوبة في التعامل مع الذكاء الهجين مؤكدين قصور أساليب التقييم الحالية وعجزها عن قياس الكفاءات المطلوبة لعصر التعاون بين الإنسان والذكاء الاصطناعي، خاصة أن المقاييس الموجودة حاليًا إما أنها عامة جدًا (مثل مقاييس الثقافة الرقمية الشاملة) أو متخصصة جدًا (مثل مقاييس المهارات البرمجية)، مما يجعلها غير ملائمة لتقييم الكفاءات متعددة الأبعاد اللازمة للتعاون الفعال للبشر مع أنظمة الذكاء الاصطناعي التوليدي في البيئات الهجينة لإنتاج المحتوى.

كما أن فهم والتفاعل مع الذكاء الهجين يستلزم وجود إطار نظري يتجاوز التصورات التقليدية ويراعي الخصائص الفريدة والتحديات التي تفرضها التقنيات الذكية، خاصة فيما يتعلق بأساليب القياس الحالية المتوفرة التي غالبًا ما تفتقر إلى القدرة على التطبيق في السياقات المعززة بالذكاء الاصطناعي الهجين، وتفشل في استيعاب الأوجه المتعددة والمعقدة لطبيعة هذا التآزر بين الإنسان والآلة، والطبيعة الديناميكية المتغيرة للكفاءات المطلوبة وحاجتها المستمرة إلى التطوير، كما أن هذه الأساليب لا تعطي الاعتبارات الأخلاقية دورًا حاسمًا في هذه البيئة الذكية (Yanyi Wu et al., 2026)، في ظل فجوة ملحوظة في التراث العلمي فيما يتعلق بالوصول إلى معايير وقياسات وكفاءات موحدة لإنتاج النصوص والصوت والفيديو عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتنوعة (Bebić, 2023)، هذه الفجوة تزداد اتساعًا عندما يتطلب الأمر إنتاج المحتوى عبر بيئة الذكاء الهجين (Annapureddy et al., 2024)، وذلك رغم التوسع في دمج أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في مناهج الإعلام العربية.

وانطلاقًا من عدم وجود أداة عربية موثقة لقياس الكفاءات المطلوبة، رغم الحاجة المتزايدة إلى أدوات موضوعية ومقننة لقياس الكفاءة الفعلية للطلاب في تفاعل مسؤول وفعال مع بيئات الذكاء الهجين لإنتاج محتوى إعلامي، تتحدد مشكلة البحث في" تطوير مقياس سيكومتري يتحقق من صحة وثبات أبعاد هذه الكفاءة في السياق المصري"، وهو ما يقتضي الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: ما الخصائص السيكومترية (الصدق والثبات) لمقياس كفاءة استخدام الذكاء الهجين في إنتاج المحتوى الإعلامي، بالتطبيق على عينة من طلاب الإعلام في الجامعات المصرية.

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها نظريًا من الحاجة إلى سد فجوة معرفية في الأدبيات العربية والدولية تتطلب تقديم مقياس شامل ومتكامل لكفاءات إنشاء المحتوى في بيئة تدمج ذكاء الإنسان والآلة، كما تنبع الأهمية مما يمكن أن تثيره من حوار أكاديمي حول الكفاءات متعددة التخصصات بين أكثر من حقل معرفي، وتكتسب أيضًا أهميتها مما تقدمه كمنهجية شاملة متعددة المراحل للتحقق من الخصائص السيكومترية للمقاييس وتطويرها، مما يمكن باحثين من استخدام هذه المنهجية في إعداد بحوث في

مجالات إعلامية تحتاج إلى مقاييس مماثلة، بما يؤدي إلى إثراء الدراسات العربية بمعالجة ندرة البحوث السيكومترية، وتتمثل الأهمية النظرية الأخيرة في أن هذه الدراسة يمكن أن تصبح مرجعًا علميًا وباللغة العربية، مما يسهم في تعزيز القاعدة المعرفية العربية.

وفيما يتعلق بالأهمية التطبيقية، فهذا البحث يوفر أداة تقييم عملية موضوعية وموحدة يمكن لكليات ومعاهد وأقسام الإعلام استخدامها من أجل تقييم مستوى كفاءات طلابها وتحديد احتياجاتهم التعليمية والتدريبية ومجالات تطوير كفاءاتهم، ووضع برامج تدريبية مستهدفة تعالج الفجوات المحددة في الكفاءات. وفي نفس الوقت قياس مدى فعالية البرامج والمقررات الدراسية، مما يؤدي إلى تطوير المناهج والبرامج التعليمية بالإضافة إلى تحديد مخرجات للتعلم قابلة للقياس.

ومهنيًا توفر الأداة لأصحاب العمل القدرة على تقييم كفاءات موظفيهم والمرشحين للوظائف وتصميم برامج تدريب لهم كما تمنح الأفراد القدرة على التقييم الذاتي، لمعرفة وتتبع تطور كفاءاتهم، بما يؤدي إلى تعزيز ريادة الأعمال والقدرة التنافسية للأفراد والمؤسسات.

ولهذا البحث أهمية مجتمعية وثقافية بتضمينه أبعاد المسؤولية المجتمعية في المقياس، بما يؤديه ذلك إلى رفع الوعي بالآثار المجتمعية والثقافية، وتعزيز الممارسات الأخلاقية والمسؤولة عند توظيف الذكاء الاصطناعي، كما أنه يوفر أساسًا لصناع السياسات لتطوير معايير وطنية للكفاءات الرقمية وتصميم سياسات التعليم والتدريب المهني، بما يساعد على إعداد الخريجين بشكل أفضل لسوق عمل متغير.

أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. بناء وتقنين أداة لقياس كفاءات طلاب كليات الإعلام في إنشاء المحتوى الرقمي بالذكاء الهجين تتمتع بخصائص سيكومترية مقبولة.
٢. تحديد معايير التعرف على قدرات طلاب الإعلام في المرحلة الجامعية بشأن إنتاج المحتوى الرقمي.
٣. تطبيقيًا وعمليًا تهدف الدراسة إلى توفير أداة تقييم مرجعية موضوعية وموثوقة يمكن للمؤسسات التعليمية والإعلامية استخدامها لتقييم كفاءات الطلاب ومنتجي المحتوى، ليكون المقياس بمثابة أداة تمكن من استنتاج توصيات تطوير المناهج الدراسية وبرامج التدريب في ضوء نتائج اختبارها.

الخلفيات والمفاهيم الأساسية للبحث:

تزويد الطلاب بالكفاءات هو الهدف الأساسي للأساسيات (literacy) التي يعبر مفهومها الأولي عن القدرة على القراءة والكتابة عبر معرفة الأبجدية والكتابة لتبادل المعلومات وتفسيرها (Rowsell, 2021)

وتطور المفهوم بتجاوبه مع الأشكال الجديدة لإنتاج المعرفة مع التطورات التكنولوجية المتعاقبة، مما أدى إلى ظهور أنواع متعددة منها (Pinto et al., 2024)، وصلت إلى (٤٨) نوعًا مختلفًا كما رصدها (Ha & Kim, 2024)، ورغم ما يعكسه ذلك من تنوع إلا أن معظمها يشترك في التأكيد على فعالية استخدام المعلومات وتبادلها وتقييمها في سياقات متنوعة، كما تشترك في تصنيف السمات والكفاءات الأساسية المرتبطة بالتواصل والفهم وتبادل المعلومات، عبر خرائط منهجية تحدد العلاقات والكفاءات الخاصة بكل مجال وتقيسها (Alexander et al., 2017; Cuervo Sánchez et al., 2021).

كان المجال الإعلامي الأسبق في ظهور أساسيات كفاءاته، كاستجابة للتأثير الواسع لوسائل الإعلام الجماهيرية مثل الراديو والتلفزيون في منتصف القرن العشرين، لما يتميز به من ثراء نتيجة تعدد أوجه ومستويات تطبيقها (Potter, 2013) . ففي إصدارها العربي (منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة [اليونسكو]، ٢٠١١م) وعنوانه: "معرفة أساسيات المعلومات والإعلام – منهاج للمعلمين" تبنت اليونسكو مصطلح أساسيات الإعلام كترجمة عربية لمفهوم . "Media Literacy"، والذي قد يترجمه بعض الباحثين العرب كمصطلح "التربية الإعلامية"، باعتباره امتلاك مهارات متعددة لا تتوقف عند التفكير الناقد وقراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها بل والمشاركة في إنتاج مضامين إعلامية. وكان (Aufderheide, 1993) أول من قدَّم للأساسيات تعريفًا استند إلى أن الرسائل الإعلامية يتم بناؤها بشكل متعمد، وتعكس قيمًا وأيديولوجيات محددة، وتخدم أغراضًا مثل الإعلام أو الإقناع أو الترفيه. ومع التطور، أصبحت الأساسيات الإعلامية مهارة حياتية أساسية لما تتسم به من عمق، ولطبيعتها المتجاوزة للتخصصات وتوظيفها لدراسات الاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس والعلوم السياسية والتربية وغيرها (Behailu, 2021). واكب ذلك تطور معاييرها من صياغات أولية بسيطة نسبيًا لتضم فهمًا متعدد الأبعاد للأدوار المعقدة للإعلام وتأثيره ومتطلبات عمله المهنية والمجتمعية (Rasi et al., 2021; Wang et al., 2021). وتضم الأساسيات الإعلامية مجموعة كبيرة من الكفاءات مثل الوصول إلى الوسائط الإعلامية وتحليلها وتقييمها ونقدها وتوليفها وإنتاجها وتوزيعها، وكفاءات اجتماعية أوسع مثل المشاركة المجتمعية والمسئولية الاجتماعية والتمكين والإدماج (Lunt & Livingstone, 2012). ولأنها تزود الأفراد بالوعي النقدي والمهارات التفسيرية والقدرات الإبداعية اللازمة لتحديد التحيزات، وتفكيك تقنيات الإقناع، وتقييم مصداقية المحتوى عبر المنصات المتعددة، ونظرًا لثرائها الذي ربطها مع التكنولوجيا الرقمية في أشكال أخرى مثل أساسيات المعلومات والبيانات وأساسيات علم النفس وأساسيات الذكاء الاصطناعي (El-Saman, 2025; Yee & Huey Shyh, 2024)، مما أدى إلى تطور نطاق وتعريف الأساسيات الإعلامية بشكل جذري استجابة لظهور مجالات فرعية متخصصة، أبرزها الأساسيات الإعلامية الجديدة " New Media Literacy" وأساسيات وسائل التواصل الاجتماعي، اللتان تؤكدان على التفاعل الاجتماعي النشط والمشاركة الفاعلة (Jenkins et al., 2009).

رغم هذا التنوع والتوسع إلا أن هناك اعترافًا بأن الأطر الحالية للأساسيات الإعلامية، بتنويعاتها المختلفة، ما زالت بطيئة في استيعاب الآثار التقنية العميقة للذكاء الاصطناعي (Barman et al., 2024; Tiernan et al., 2023) خالقة فجوة لم تملأها أساسيات الذكاء الاصطناعي (AI Literacy)، التي تطورت مقاييسها مستمدة جذورها من علوم الحاسوب والهندسة مع التركيز على الكفاءة التقنية كهدف أساسي (Chiu et al., 2024; Kandlhofer et al., 2016; Yue Yim, 2024).

وتعرف أساسيات الذكاء الاصطناعي بأنها: "مجموعة الكفاءات التي تمكن الأفراد من توظيف وتقييم والتواصل والتعاون بفعالية مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر الإنترنت، وفي المنزل، وفي مكان العمل واستخدامها بمسؤولية (Long & Magerko, 2020; Southworth et al., 2023).. وركزت التعريفات الأولية والكفاءات المرتبطة بها على الذكاء الاصطناعي كأداة، مع التركيز على كفاءات تقنية، مثل نموذج (Yue Yim, 2024) لكفاءات أساسيات الذكاء الاصطناعي، الذي وضع أساسيات الذكاء الاصطناعي عند تقاطع الأساسيات الرقمية، وأساسيات البيانات، ونموذج "الأفكار الخمسة الكبرى" (Five Big Ideas)، المتوافق مع معايير تعليمية دولية متعددة توفر مسارات منظمة لتعليم الذكاء الاصطناعي (Touretzky et al., 2019). ونظرًا لتعدد وحداثة جهود تعريف أساسيات الذكاء الاصطناعي، فإن غياب تعريف موحد لها يمثل تحديًا كبيرًا خاصة مع التطور السريع للذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الواسعة عبر كافة المجالات، مما يخلق غموضًا مفاهيميًا (Wang, 2019; Chiu et al., 2024)، وتعقيدات أمام توسع الجهود التعليمية لتشمل الجماهير التقنية وغير التقنية خاصة العلوم الاجتماعية (Southworth et al., 2023; Long and Magerko, 2020). علاوة على ذلك، تتطلب الطبيعة متعددة التخصصات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تكيفًا مستمرًا مع مشهد تكنولوجي سريع التطور لضمان الشمولية والنتائج التعليمية الشاملة (Yue Yim, 2024). وكانت هناك محاولات للاستفادة من ثراء الأساسيات الإعلامية ودمجها مع أساسيات الذكاء الاصطناعي، وهو ما قام به (El-Saman, 2025) فيما اسماه أساسيات إعلام الذكاء الاصطناعي (AIML).

من جهة أخرى، كان إنشاء المحتوى قلب الممارسات الإعلامية والاتصالية (Koc & Barut, 2016). حيث ركَّزت وسائل الإعلام التقليدية على القيم الأساسية للمحتوى، أو ما يعرف بالقيم الخبرية من آنية وفائدة، وموثوقية، وملاءمة للجمهور، إلا أن ظهور وسائل التواصل الاجتماعي نقل التركيز إلى توزيع المحتوى والوصول إلى الجمهور وذلك على حساب الجودة (Kaplan & Haenlein, 2010; السمان، ٢٠٢٤م)

وجاء استخدام الذكاء الاصطناعي عبر نماذج اللغة الكبيرة (LLMs)، ونماذج اللغة البصرية (VLMs)، اللغة الكبيرة المتخصصة بالموسيقى (MLLMs)، ونماذج اللغة الكلامية (SLLMs)، ونماذج متعددة الوسائط (LMMs)، في إنتاج المحتوى الرقمي من نصوص وصور وفيديوهات وصوت، وفي جميع مراحل هذا الإنتاج، إلى تحسين المحتوى ودقته (Robertson et al., 2024; Taleby Ahvanooey et

(al., 2025، وهو ما مثل عودة إلى التركيز على جودة المحتوى نفسه مع تغلغل إنتاج المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي في كافة التخصصات المهنية (Cardon et al., 2023; Kong & Hu, 2025)

غير أن إنتاج المحتوى بواسطة الذكاء الاصطناعي يختلف جوهريًا عن عملية إنتاج محتوى للوسائط التقليدية التي تتضمن قدرًا كبيرًا من الشفافية في كل مراحل إنتاج المحتوى من جمع إلى إنتاج ثم توزيع، حيث يمكن تتبع الأدوار والمهام وتحليلها ونقدها، وهو ما تفتقره عملية إنشاء المحتوى القائم على الذكاء الاصطناعي، إذ تبقى الخوارزميات معتمة وسرًا تجاريًا مملوكًا للشركة المالكة لتطبيق الذكاء الاصطناعي، فهذه العملية أطلق عليها Bathaee مصطلح "صندوق أسود" بسبب تحدي متطلبات الشفافية، مما يزيد تعقيد وصعوبة تقييم المحتوى (2018)، ويجعله يتطلب كفاءات أكثر تحديدًا وتعقيدًا (Seaver, 2017).

الدراسات السابقة:

لحداثة هذا الموضوع وتشعبه تم استعراض الدراسات السابقة عبر محورين، يستعرض الأول قياس الكفاءات، ويتناول الثاني الذكاء الهجين.

المحور الأول: دراسات استهدفت قياس الكفاءات:

استهدفت دراسة (خلايلة، ٢٠٢٦م) بناء وتقنين أداة لقياس مستوى التفكير الناقد لدى معلمي اللغة العربية في المراحل التعليمية قبل الجامعية، بتوظيف المنهج الوصفي التطويري الكمي، تكون المقياس من ٤٠ فقرة موزعة على أربعة أبعادٍ رئيسية، مبنية على نموذج "واتسون وجليزر"، وطبق المقياس على عينةٍ عشوائيةٍ طبقيةٍ مكونة من 300 معلم ومعلمة خلال العام الدراسي ٢٠٢٤-٢٠٢٥م، تحققت الدراسة من الصدق الظاهري عبر محكمين، وأجرى تحليل العوامل الاستكشافي (EFA) ، وأظهر تحليل الثبات معدلًا عاليًا للمقياس ككل باستخدام معامل كرونباخ ألفا، وأظهرت النتائج تمتع المعلمين بمستوى كبير من التفكير الناقد، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الذكور، والمعلمين ذوي الخبرة.

وسعى (الحديبي وحلمي وحمودة، ٢٠٢٦م) إلى بناء مقياس متعدد الأبعاد للاكتناز القهري الرقمي لدى طلاب المرحلة الثانوية، والتحقق من خصائصه السيكومترية في البيئة التربوية العربية تكون المقياس من 30 فقرة، موزعة على ستة أبعاد أساسية هي: (المعرفي، العاطفي، السلوكي، الاجتماعي، التكنولوجي، والأكاديمي) وذلك بالتطبيق على عينة شملت 120 طالبًا وطالبة من المرحلة الثانوية، واعتمادًا على معامل كرونباخ ألفا ظهر ثبات الصدق المنطقي للمقياس، وأثبت تحليل سبيرمان براون قدرته على إعطاء نتائج متسقة.

أجرى (عمر محمد وآخرون، ٢٠٢٦م) دراستهم على عينة من (١٥٠) طالبةً من طالبات الفرقة الأولى والثالثة بالمرحلة الثانوية بأسيوط باستخدام المنهج الوصفي، لاختبار مقياس أعده الباحثون عن الصلابة النفسية، حيث أكد تحليل معامل ألفا كرونباخ تمتعه بدرجة عالية من الثبات والصدق.

استهدفت دراسة (عبد المحسن وأبو شيد ورؤوف، 2022)تطوير وتقنين مقياس الخصائص السلوكية للكشف عن الطالبات الموهوبات في المرحلة الثانوية معتمدًا على المنهج الوصفي التحليلي، بالتطبيق على عينة استطلاعية مكونة من (٢٥٠) طالبة لحساب الخصائص السيكومترية، عبر اختبار ثلاثة أبعاد هي :القدرات التحليلية، والقدرات الإبداعية، والقدرات العملية.

سعت دراسة (اللواتي والدواش والحبسي، ٢٠٢٣م) إلى تحليل الفروق في الاستجابات المعرفية والانفعالية (الخوف الشديد، الفزع، اللامبالاة، الحرص) تجاه جائحة كوفيد-١٩ لدى طلبة الجامعات في سلطنة عمان، وذلك في ضوء العوامل الخمسة الكبرى للشخصية، جامعين بين المنهج السيكومتري والإكلينيكي على عينة بلغت (٢٥٤) طالبًا وطالبةً، وأظهرت النتائج ارتباطًا بين الاستجابات الانفعالية والسمات الشخصية.

استهدف (أحمد ومحمد وخليفة، ٢٠٢٦م) بناء مقياس للصلابة النفسية لدى طالبات المرحلة الثانوية بمدينة أسيوط بالتطبيق على عينة مكونة من (١٥٠) طالبةً باستخدام المنهج الوصفي، وكشف التحليل العاملي عن تمتع المقياس ببنية عاملية، ومؤشرات صدق وثبات مرتفعة (معامل ألفا ٠.٨٢٩)، مما يجعله أداة صالحة للاستخدام في البحوث النفسية وبرامج الإرشاد الموجهة لطلبة المرحلة الثانوية.

ولقياس إدمان ألعاب الفيديو لدى أطفال الروضة في البيئة الكويتية بنى (الحديبي ومحمد والسهو،2025) مقياس سيكومتري معتمدين على المنهج الوصفي، بالتطبيق على عينة من (٢٥٤) طفلاً وطفلة وتكون المقياس في صورته النهائية من (٢٦) بندًا موزعة على أربعةِ أبعاد رئيسة وأثبتت النتائج صلاحية المقياس.

استهدفت دراسة (Meretoja et al., 2004) تطوير وتقييم الخصائص السيكومترية لـ "مقياس كفاءة الممرضين" منطلقين من مراجعة الأدبيات واستشارة خبراء لتحديد مؤشرات الكفاءة، تم الاختبار السيكومتري النهائي لمقياس من سبعة أبعاد على عينة من (٤٩٨) ممرضًا، وأظهرت النتائج تمتع الأداة بدرجة عالية من الصدق والاتساق الداخلي، مما يجعل المقياس أداة للتقييم الذاتي وتطوير الأداء المهني.

وفي مراجعة شاملة لعملية تطوير وتقنين المقاييس في العلوم الصحية والاجتماعية، قدم (Boateng et al., 2018) نموذجًا عبر تسع خطوات أساسية موزعة على ثلاث مراحل؛ أولها تطوير الفقرات، ثم تطوير المقياس، وأخيرًا تقييمه عبر التحقق من صدق المحتوى، وإجراء التحليلات العاملية، واختبارات الثبات والصدق، بما يضمن دقة النتائج البحثية وقدرتها على قياس الظواهر بدقة.

أجرى (Morgado et al., 2017) مراجعة منهجية لـ (١٠٥) دراسات منشورة تناولت عمليات تطوير المقاييس، وتمثلت أهم نقاط الضعف المنهجية في اعتماد هذه الدراسات على المناهج العرضية بما يعيق تحديد العلاقات السببية، والاعتماد المفرط على الإقرار الذاتي (Self-reporting) الذي قد يتأثر بالرغبة الاجتماعية، وغياب استخدام معايير للمقارنة، وأوصى الباحثون بضرورة استخدام الدراسات الطولية ودمج مقاييس موضوعية ومستقلة لتعزيز صدق الأدوات الجديدة.

وفي دراسة لتحليل محتوى البحوث التي طورت مقاييس جديدة على مدار عشر سنوات ناقش (Worthington & Whittaker, 2006) استخدامات التحليل العاملي، موصيةً بأن يقوم الإطار النظري بتوجيه عملية إعداد مواصفات نموذج القياس، محذرة من الاعتماد الكلي على البرامج الإحصائية دون تفكير استنتاجي عميق.

المحور الثاني: الذكاء الهجين:

قدمت دراسة (Shi et al., 2023) مسحًا شاملًا لمفهوم الذكاء الهجين، باعتباره دمجًا للقدرات البشرية وقدرات الذكاء الاصطناعي، معتبرين أن "الذكاء الهجين" هو مرحلة متقدمة من التفاعلية والتعاون، حيث تندمج الآلة مع الإنسان فيما أطلقت عليه الدراسة "توأم سيبراني" (Cyber Avatar) يحاكي حدس وتفكير الشخص، وتناولت الدراسة التقنيات الأساسية لهذا النوع من الذكاء مثل نمذجة ملفات المستخدم، الحوسبة المعرفية، والتعلم الآلي بوجود الإنسان في الحلقة(Human–in–the–loop) .

بينما ركزت دراسة (wang et al., 2022) على توظيف الذكاء الهجين في مجال الحوسبة الاجتماعية، حيث رصدت عجز التقنيات التقليدية عن التعامل مع المشكلات الاجتماعية المعقدة والديناميكية، مقترحين إطارًا عامًا للحوسبةِ الاجتماعية القائمة على الذكاء الهجين يتكون من أربع طبقات: طبقة الكائن، الطبقة الأساسية، طبقة التحليل، وطبقة التطبيق كما استعرضت الدراسة نظامًا ثنائي الاتجاه مغلق الحلقة يحقق دورة "الإدراك–القرار–السلوك–التغذية الراجعة"، حيث تستطيع الآلة قراءة الإشارات البشرية وفهم الدلالات العميقة للنصوص الاجتماعية التي قد يعجز الذكاء الاصطناعي التقليدي عن تفسيرها، مثل السخرية أو المعاني الضمنية.

تناولت دراسة (Hao et al., 2025) تحديات البحث في الذكاء الهجين في مجالات الصحة الرقمية، وأكدت الدراسة على أن تعزيز الذكاء الهجين للقدرات البشرية يواجه ثلاثة تحديات رئيسية؛ تتمثل على المستوى الفردي في فهم سياق المستخدم وخصوصيته، وعلى مستوى التقييم في صعوبة وضع معايير نجاح واضحة، وعلى المستوى الأخلاقي في معالجة عدم المساواة، وخلصت إلى أن تطوير هذه الأنظمة يتطلب تعاونًا متعدد التخصصات.

تعليق على الدراسات السابقة:

أظهرت الدراسات السابقة انبثاق الاهتمام بالذكاء الهجين، رغم التحديات المنهجية، وذلك للجمع بين كفاءة الآلة في المعالجة الضخمة للبيانات وبين قدرة الإنسان على التحليل الاستنتاجي والإبداع في إطار يراعي الأخلاقيات والمسئوليات الاجتماعية.

رصدت الدراسات وجود فجوة في مجال إنتاج المحتوى، بالنظر إلى أن معظم تطبيقات الذكاء الهجين تركز على مجالات الطب، والنقل، والتصنيع، والحوسبة الاجتماعية العامة، بالإضافة إلى غياب، خاصة في البيئة العربية، للدراسات التي تبحث في كيفية بناء مقاييس أو أطر عمل تستخدم الذكاء الهجين

لقياس وتطوير كفاءة إنتاج المحتوى الرقمي وفي مجال الإعلام، وبالتالي فإن بناء مقياس لكفاءة إنتاج المحتوى بتوظيف الذكاء الهجين سيمثل إضافة نوعية، بما يتماشى مع التوجهات العالمية الحديثة نحو الذكاء المعزز.

يظهر استقراء الدراسات المتعلقة بالمقاييس توجهًا نحو تقنين الأدوات النفسية والتربوية في البيئة العربية، وغياب أي محاولة لتقنين الذكاء الهجين أو اختبار كفاءات إنتاج المحتوى وغيره من الأدوات الإعلامية.

تتميز الدراسات السابقة بالصرامة السيكومترية المنهجية، واستندت إلى أطر نظرية حديثة موضحةً التكامل بين المناهج، إلا أن أبرز عيوبها هو اقتصار العينات في معظم الدراسات على مناطق جغرافية محددة مركزة على فئة الطلاب فقط، مما قد يحد من تعميم النتائج على مستويات أوسع.

أكدت الدراسات على الفجوة البحثية، التي تعالجها هذه الدراسة، وهي غياب دراسة عربية متخصصة تستهدف بناء مقاييس سيكومترية مقننة لقياس كفاءات إنتاج المحتوى عمومًا وفي بيئة الذكاء الاصطناعي والهجين خصوصًا، الأمر الذي يستدعي إعادة تعريف وتحديد الكفاءات الخاصة بهذا الشأن، وتطوير أدوات قياس فعالة لمعالجة محدودية قدرة المؤسسات التعليمية والإعلامية العربية على تقييم وتطوير كفاءات طلابها وموظفيها في هذا المجال الحيوي.

وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في هذه الدراسة في خطوات بناء المقياس بدءًا من توليد فقرات المقياس، مع الانطلاق من أرضية نظرية واضحة.

الإطار النظري:

بالنظر إلى تحديات، وحداثة توظيف الذكاء الهجين، إلى جانب الطبيعة المعقدة للوصول إلى مقياس للكفاءات، لم تعتمد الدراسة على إطار نظري واحد، ولكنها لجأت إلى عدة مداخل نظرية تأسيسية كالتالي:

١. نماذج التعلم متعدد التخصصات Interdisciplinary Learning Models.
٢. نظرية القدرة الديناميكية Dynamic Capability Theory.
٣. نموذج أساسيات الذكاء الهجين Hyper Human Artificial Intelligence Literacy (HIL).

قدمت أكثر من دراسة (Klein, 2008; Repko & Szostak, 2020) نماذج التعلم متعدد التخصصات التي تركز على تكامل المهارات، والتقييم النقدي، والمعرفة، وبحسب (Klein) فإن "تجميع المعرفة وترجمتها يجب أن يأخذ في الاعتبار العالم الذي نعيشه "life-world " والذي يتضمن تغيرًا في الممارسات لتحفيز ما يتم اعتباره منفعة عامة للجميع "common good "، مما يستلزم مهارات جديدة مثل إنتاج المعرفة (knowledge synthesis)، والتقييم النقدي للمخرجات المولدة بالذكاء الاصطناعي

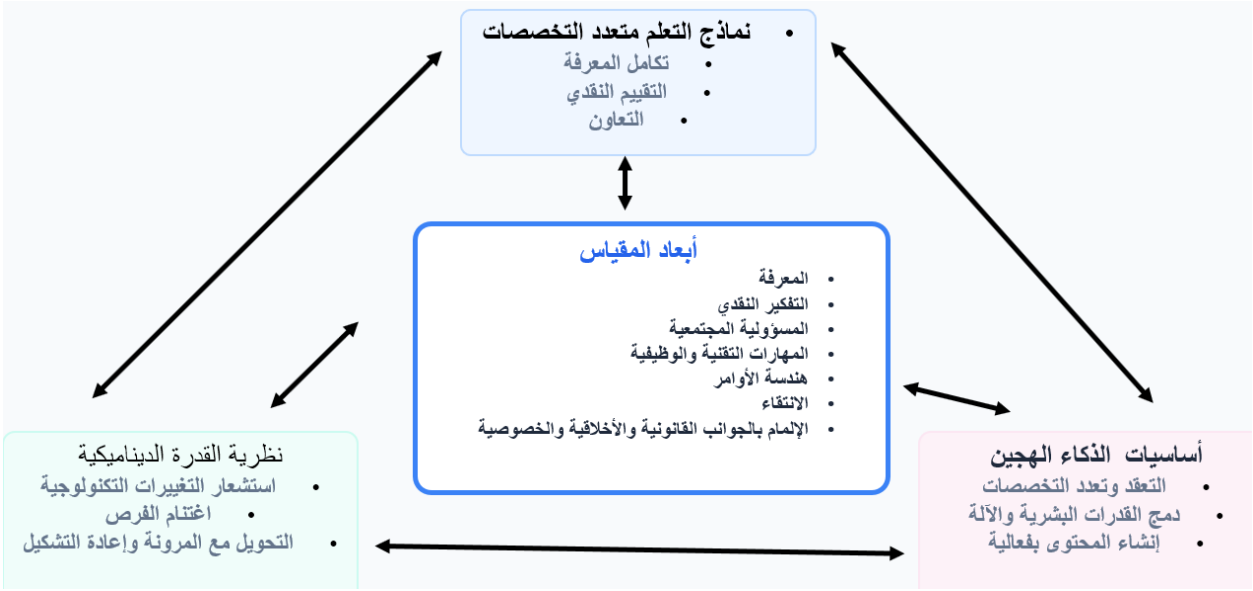
إلى جانب المنظور التخصصي الذي تتكامل فيه المعرفة التقنية العامة، وفي مجال التخصص، والتفكير النقدي، والعمل الجماعي" (2008:36).

وقدم (Teece, 2014) نظرية القدرة الديناميكية كإطار نظري للإدارة الاستراتيجية يركز على أهمية التكيف المستمر في البيئات المتطورة والمتغيرة تقنيًا، وتؤكد هذه النظرية على أهمية استشعار الأشخاص للمشهد التكنولوجي المتغير، واغتنام الفرص التي تتيحها أدوات الذكاء الاصطناعي الجديدة، وإعادة تشكيل استراتيجيات حل المشكلات واستخدام الأدوات وفقًا لذلك، كما تدعو النظرية المنظمات والمؤسسات لامتلاك القدرة على دمج وبناء وإعادة تشكيل كفاءاتها الداخلية والخارجية للتكيف مع البيئات سريعة التغير. وتعتبر النظرية أن القدرات الديناميكية هي كفاءات عليا لدمج الموارد وبنائها وإعادة تشكيلها، بهدف الاستجابة للبيئات السريعة التغير، وصياغتها، وتركز النظرية على ثلاث اتجاهات حددها (Nayernia, 2026) كالتالي:

- استشعار التغييرات التكنولوجية (Sensing technological changes): وهو القدرة على رصد الفرص والتهديدات، وجمع وتحليل إشارات التطورات التكنولوجية.
- اغتنام الفرص (Seizing opportunities): وهو ما يتضمن الاستجابة للفرص الجديدة وتبنّي أدوات تكنولوجية مبتكرة.
- وأخيرًا التحويل (Transforming) وإعادة تشكيل الاستراتيجيات (Reconfiguring strategies) عبر التجديد المستمر للعمليات وإعادة تشكيل الكفاءات ومواكبة المتغيرات.

والنموذج النظري الثالث هو أساسيات الذكاء الهجين (HIL) الذي يدمج الرؤية والقدرات البشرية مع إمكانات الذكاء الاصطناعي عبر سبع كفاءات أساسية تمكن الأفراد من إنشاء المحتوى بفعالية داخل البيئات المعززة بالذكاء الاصطناعي، وضمان النشر المسؤول للذكاء الاصطناعي، وتمكين التفاعل النقدي مع المحتوى المولد بواسطة الذكاء الاصطناعي عبر مختلف المجالات، مع مراعاة المعايير والممارسات الفريدة لكل تخصص في إطار يراعي المسئولية الاجتماعية (El-Saman, 2026).

بناءً على هذا التجميع النظري، تم دمج الأبعاد الأساسية السابقة للمداخل النظرية الثلاث (كما هو موضح في الشكل (١) واستخراج الكفاءات الضرورية لإنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين لقياسها.



الشكل (١)
الإطار النظري المدمج لكفاءات إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين

يوضح الشكل (١) المسار المفهومي لنقل الأبعاد المجرّدة للمداخل النظرية الثلاثة إلى مؤشرات إجرائية قابلة للقياس الميداني. حيث يوضح الشكل كيفية تفكيك الأطر النظرية المرجعية وإعادة تجميعها لاستخراج كفاءات إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين، وهو ما أدى إلى تحديد الكفاءات الأساسية اللازمة لإنتاج المحتوى الإعلامي، والتي شَكّلت المرجعية المنهجية لبناء أداة القياس الإجرائية واستخراج مؤشرات اختبارها الميداني، واستنتاج الفقرات الأولية للمقياس باعتبار الذكاء الهجين ليس مجرد بيئة تكنولوجية، ولكنه نظام تعلم مستدام تفاعلي ثنائي الاتجاه، يساعد على مواكبة التغيرات المتسارعة للذكاء الاصطناعي.

الإطار المنهجي:

منهج الدراسة ونوعها:

في ضوء طبيعة الظاهرة المدروسة، حيث تتقاطع التطورات التكنولوجية المتسارعة مع الممارسات المهنية المطلوبة لإنتاج المحتوى الإعلامي، تبنت هذه الدراسة المنهج الوصفي باعتباره الإطار المنهجي الأكثر ملاءمةً وفاعليةً لتحقيق أهدافها البحثية. حيث يتيح هذا المنهج إمكانية وصف الظاهرة وصفاً دقيقاً، واستكشاف أبعادها المختلفة، وتفسير متطلبات تطبيقها في سياق إدماج الذكاء الاصطناعي مع التفاعل البشري، بما يفضي إلى إنتاج محتوى إعلامي قائم على كفاءات محددة لهذا التفاعل الهجين، ثم قياسها.

ولم يقف تطبيق المنهج الوصفي في هذه الدراسة عند حدود الرصد الظاهري للمتغيرات، بل دلف إلى تحليل العلاقات التفاعلية القائمة بين عناصر المنظومة التآزرية لإنتاج المحتوى، بما يُسهم في بناء مقياس متكامل لكفاءات إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين، وتطبيقه ميدانياً. كما يتيح هذا المنهج

الانتقال من مجرد الفهم النظري إلى مرحلة التطبيق العملي، ومن رصد الظاهرة إلى قياسها وتطوير أدواتها، بما يؤكد تلبية المنهج الوصفي لمتطلبات هذا البحث وأهدافه.

كما تبنت الدراسة اقترابًا ثنائيًا بتوظيف المنهج التطويري Developmental Research Approach إلى جانب المنهج الوصفي، وذلك لتحقيق هدف الدراسة لبناء وتقنين أداة قياس لتقييم كفاءة إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين. فمن جهة يساعد المنهج التطويري في تصميم وتطوير أدوات قياس سيكومترية جديدة، بما يتضمنه من مراحل متسلسلة تشمل التصميم الأولي للمقياس، اختباره، وتقنينه من خلال تحديد خصائصه السيكومترية (Nemt-allah et al., 2026)، بينما يساعد المنهج الوصفي الكمي في تحليل بيانات تطبيق المقياس لتحديد مستوى هذه الكفاءة.

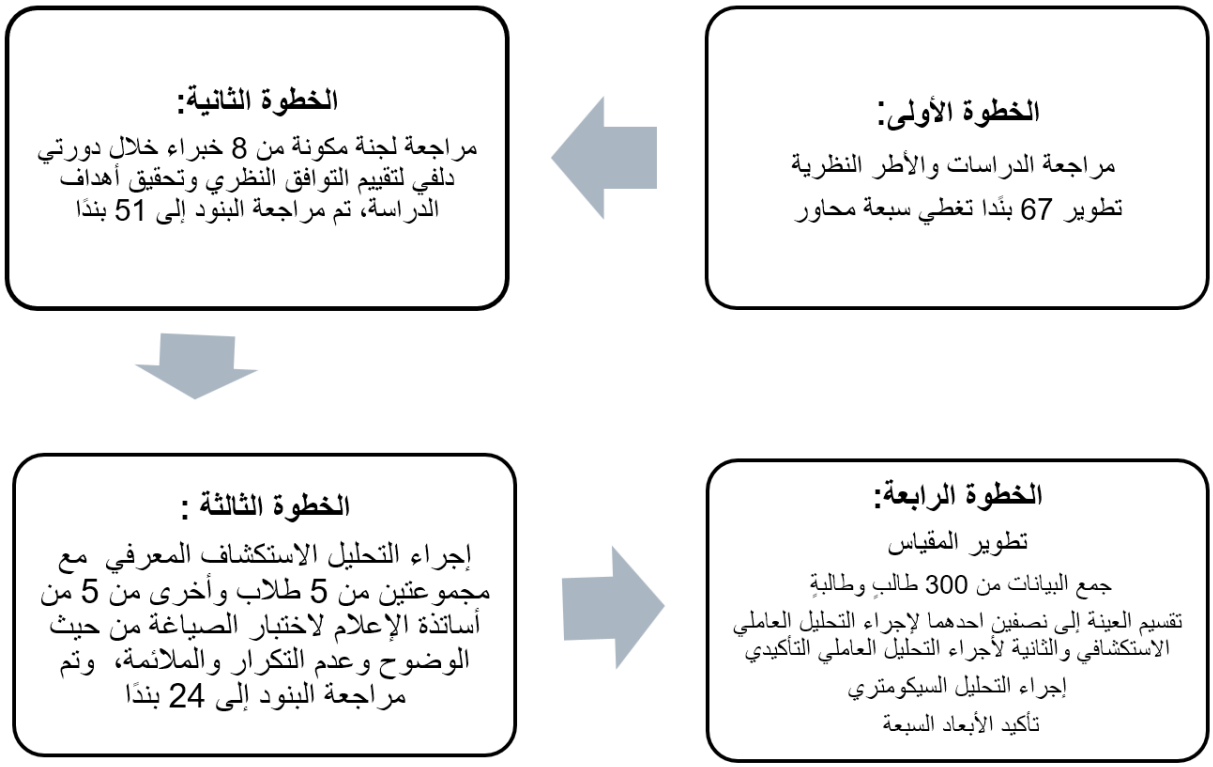
مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام بجمهورية مصر العربية؛ عبر عينةٍ متاحةٍ بلغ قوامها (٣٠٠) طالبٍ وطالبةٍ، وجاء أغلب توزيع العينة من حيث الجنس من الإناث ٢١٠ (٧٠٪)، و٩٠ من الذكور (٣٠٪)، وهو ما يقترب من توزيعهم التقريبي في مجتمع الدراسة لكليات ومعاهد الإعلام في مصر.

تم جمع البيانات عبر أداة الاستبانة الإلكترونية التي جرى توزيعها عبر تطبيق جوجل فورمز (Google Forms)، وذلك في الفترة الزمنية الممتدة بين شهور أبريل ويونيو ٢٠٢٦م. وتمثّل معيار الاشتمال الوحيد لجمهور العينة على قيام طالب الإعلام باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج محتوى خلال الأشهر الستة السابقة كشرط لاستكمال إجراء الاستبانة؛ وجرى التحقق من هذا المعيار مسبقًا عبر تقرير المبحوثين الذاتي، كخطوة تصفية أولية متزامنةٍ مع خطوة الموافقة على الاشتراك، كخطوتين استباقيتين تسبقان استكمال باقي البنود الرئيسية.

عملية تطوير المقياس:

وفقًا للاقتراب المنهجي الثنائي الموضح في نوع الدراسة عالية، فقد صممت عملية تطوير المقياس منهجيًا لقياس الصدق والثبات للمحتوى (content validity)، وصدق البناء (construct validity)، والصلاحية السيكومترية (psychometric robustness). بدأت هذه العملية بتوليد العبارات (item generation) بالاستناد إلى مراجعة منهجية مكثفة للأدبيات والتراث العلمي، لإعداد أداة قياس أولية بتوظيف ثلاثة أطر نظرية، تلتها عملية تحكيم من خبراء محكمين لتحكيم ومراجعة المحتوى باستخدام أسلوب دلفي عبر دورتين، ثم استطلاعي سيكومتري أولي قبل التحقق السيكومتري الأوسع، وهو ما يوضحه الشكل (٢).



الشكل (٢)

خطوات ومراحل تطوير وبناء مقياس كفاءات إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين

يوضح الشكل (٢) الخطوات الإجرائية لتطوير وبناء مقياس أساسيات إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين. حيث مر بناء المقياس بمراحل سيكومترية متكاملة لضمان كفاءته وأصالته العلمية.

كانت البداية بالاستكشاف والمراجعة الأدبية المتعمقة لاستخراج عبارات المقياس ومؤشراته والتي أسفرت عن توليد مجموعة أولية من (٦٧) عبارة، ثم التحقق من الصدق الظاهري (Face Validity) عبر استطلاع آراء الخبراء ولجنة المحكمين المكونة من ثمانية متخصصين ذوي خلفيات متنوعة تشمل الإعلام والتربية وعلم النفس، والاجتماع والاقتصاد والتكنولوجيا، وتراوحت خبراتهم المهنية بين ٥ و٥٠ عامًا (متوسط = ٢٥ عامًا)[١]، باستخدام أسلوب دلفي على دورتين في أبريل ومايو ٢٠٢٦م بهدف تقييم صدق محتوى إطار عمل كفاءات إنشاء المحتوى بالذكاء الهجين، والتأكد من التوافق النظري، ومع سياق تطورات الذكاء الاصطناعي، والهجين، والوضوح اللغوي والصلاحية والارتباط بأهداف البحث، وذلك لتعديل وحذف ما يلزم.

تمت دورتا "دلفي" باستخدام مقياس "ليكرت" الخماسي عبر استبيان على جوجل فورم ومقابلات شخصية. قدم خبراء آراء أفادت بأن بعض العبارات كانت مكررة أو واسعة النطاق أو تفتقر إلى الصياغة الدقيقة. أظهرت الدورة الأولى تأكيد استخدام ٣٠ فقرة حصلت على متوسط تقييمات (٤ أو٥) كتقييمات تدل على ملاءمة الفقرة، بينما شملت الدورة الثانية من الاستبانة الفقرات التي تم تعديلها وتلك حصلت على متوسط تقييم (٣.٩٩ إلى ٣)، وبلغ عددها نحو ١٥ فقرة. بعد نهاية الدورتين تم الإبقاء على ٤١

فقرة حصلت على متوسط (٤.٨) من حيث الصلاحية، وهو ما يشير إلى أن أسلوب دلفي حقق اتساقًا داخليًا كبيرًا. بعد ذلك، استبعد الباحث ٢٦ عبارة أظهرت درجات ملاءمة أقل.

بعد جمع استجابات الخبراء في الدورتين خضعت العبارات المنقحة (٤١) لمزيد من التدقيق من خلال الاستكشاف المعرفي (Cognitive Walkthroughs) مع مجموعتين مختلفتين، أولاها: ممثلة للجمهور المستهدف من طلاب كليات الإعلام من أقسام مختلفة بمجموع (١٠) طلاب في مقابلات شخصية منفردة لكل طالب مع الباحث، وأخرى شارك فيها خمسة من أعضاء هيئة التدريس في إحدى كليات الإعلام، وذلك لتحديد أوجه الغموض ومدى وضوح الصياغة. جرى ترميز الردود باستخدام نظام تصنيف يضم خمس فئات إلى جانب وضوح الفقرة للعبارة، وهي: الفقرة غامضة، غير مرتبطة بالموضوع، مكررة، صعبة الفهم أو التطبيق، الصياغة تحتاج إلى إعادة. تم حذف أو إعادة النظر في كل فقرة تم ترميزها من قبل ثلاثة أو أكثر من المشاركين بأنها تقع في أحد التصنيفات الخمسة السابقة. ساعدت هذه الجلسات في تحديد ومراجعة صياغة بعض العبارات وكذلك دمج بعض العبارات وحذف أخرى، وبناءً على استجابة المجموعتين تم إلغاء ثمانية بنود، لعدم الوضوح أو ضعف الارتباط، أو لأن الفقرة تستفسر عن أكثر من عامل واحد في نفس الوقت، ويوضح الجدول (١) مقارنة فقرات ومؤشرات مقياس أساسيات إنتاج المحتوى قبل وبعد الاستكشاف المعرفي:

جدول (١)

مقارنة فقرات ومؤشرات مقياس أساسيات إنتاج المحتوى قبل مرحلة الاستكشاف المفهومي وبعدها

العدد	البيان
٤١	عدد الفقرات في البداية
٢٤	فقرات لم تتغير
٥	فقرات تم مراجعة صياغتها
٨	فقرات تم دمجها
٥	فقرات تم حذفها
٣٢	الفقرات النهائية بعد المراجعة

وكمثال لهذه الخطوة، يوضح الجدول التالي نماذج للفقرات التي تم دمجها في فقرة واحدة نظرًا للتشابه بين كل فقرتين منهما.

الجدول (٢)

الفقرات المعاد صياغتها بالدمج في مقياس الدراسة

م	**الفقرات التي تم دمجها في صياغة جديدة:**
١.	أفهم الآثار الثقافية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى لجماهير متنوعة. أفكّر بشكل نقدي في العواقب الثقافية للاستخدام الواسع للذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام
٢.	أفهم مخاوف الخصوصية المتعلقة بمنصات الذكاء الاصطناعي التي أستخدمها أعرف كيفية حماية بياناتي الشخصية والمعلومات الحساسة عند استخدام منصات الذكاء الاصطناعي
٣.	أنا على دراية بمتطلبات سوق العمل الحالية والكفاءات المطلوبة لأدوار إنشاء المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي أمتلك معرفة متخصصة في مجال عملي وتخصصي توجه استخدامي للذكاء الاصطناعي

٤.	يمكنني دمج أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال في عملية إنشاء المحتوى الخاص بي أنا ماهر في اختيار أداة الذكاء الاصطناعي الأكثر ملاءمة لمهام إنشاء محتوى محدد
٥.	أنا ماهر في تقسيم الطلبات الإبداعية المعقدة إلى مطالبات فرعية فعالة أقوم بتحسين مطالباتي بشكل منهجي بناءً على مخرجات الذكاء الاصطناعي الأولية
٦.	أنا ماهر في تنظيم وتقديم المحتوى لجماهير مستهدفة محددة بشكل جيد يمكنني التمييز بين مخرجات المحتوى عالية الجودة ومنخفضة الجودة
٧.	أفهم الآثار الأخلاقية لاستخدام المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي ألتزم بالإرشادات الأخلاقية المؤسسية أو المهنية فيما يتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي

ويوضح الجدول التالي الفقرات التي تم الاستقرار عليها لمقياس كفاءة إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين بعد جولة الاستكشاف المعرفي.

الجدول (٣)
المقياس النهائي لكفاءات إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين وأبعاده المعتمدة

م	الفقرة
١.	أشرح وأطبق المبادئ الأساسية لكيفية عمل أنظمة الذكاء الاصطناعي
٢.	أختار وأوظف أدوات الذكاء الاصطناعي المناسبة لمهام إنشاء المحتوى المحددة
٣.	أتابع الجديد فيما يتعلق بتطبيقات الذكاء الاصطناعي بصفة منتظمة
٤.	أوظف المعرفة المتخصصة في مجال عملي لتوجيه أدوات الذكاء الاصطناعي للحصول على مخرجات مهنية ملائمة
٥.	أستطيع تحديد التحيزات الواردة في المحتوى المنتج بواسطة الذكاء الاصطناعي
٦.	أدقق في المحتوى الذي تنتجه أنظمة الذكاء الاصطناعي للتحقق من صحته وموثوقية مصادره
٧.	استكشف عند الحاجة وجهات نظر متعددة قبل توظيف توصيات الذكاء الاصطناعي
٨.	أميز وأصنف المحتوى النصي والمرئي والصوتي المنتج بالذكاء الاصطناعي عن البشري، استنادًا إلى معايير التعرف المعتمدة
٩.	أضع في اعتباري أن المنتج المكون من توظيف الذكاء الاصطناعي يمكن أن يؤثر في تشكيل الرأي العام
١٠.	أقيم وأضع في الاعتبار الأثر المحتمل لأدوات الذكاء الاصطناعي على مجتمعات بعينها قبل نشر المحتوى
١١.	أقوم بتعديل المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي ليتوافق مع قيم الجماهير المستهدفة وأعرافها
١٢.	أستطيع تقييم وتوظيف أنسب تطبيقات الذكاء الاصطناعي وفقًا لمتطلبات كل مهمة بعينها
١٣.	أستطيع معالجة الأخطاء التقنية الشائعة التي تظهر عند استخدامي لأدوات الذكاء الاصطناعي
١٤.	أنتج وأعالج المحتوى المرئي والصوتي باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي المتخصصة
١٥.	أجمع بشكل متكامل بين منصتين أو أكثر من منصات الذكاء الاصطناعي لإنجاز مهام معقدة
١٦.	أصوغ أوامر منظمة ومحددة للحصول على مخرجات مستهدفة بعينها من أدوات الذكاء الاصطناعي
١٧.	عند صياغة أوامر الذكاء الاصطناعي، أدمج السياق ذا الصلة بالمهمة المطلوبة مراعيًا قدرات التطبيقات
١٨.	أقوم بتعديل صياغة الأوامر والكلمات المستخدمة فيها لتتوافق مع متطلبات العمل بكفاءة مع أنظمة الذكاء الاصطناعي المختلفة

١٩.	أقسم المهام والمطالبات المعقدة إلى سلاسل أوامر فرعية قابلة للتنفيذ بالذكاء الاصطناعي
٢٠.	أراجع أوامري بصورة تكرارية لمعالجة الفجوات بين مخرجات الذكاء الاصطناعي والمواصفات المستهدفة
٢١.	أطبق تقنيات الأوامر المتقدمة — بما فيها سلسلة التفكير، والتعلم بأمثلة قليلة، وتعيين الأدوار — لتحسين مخرجات الذكاء الاصطناعي
٢٢.	أحدد مصادر المعلومات وأقيّم مصداقيتها وصلتها بالموضوع قبل توظيفها
٢٣.	أستطيع جمع إسهامات من أشخاص ذوي خبرة ونظم ذكاء اصطناعي متعددة لحل مشاكل إنتاج المحتوى المعقدة
٢٤.	أنتقي وأرتب وأعرض المحتوى المنتج بمساعدة الذكاء الاصطناعي وفق مواصفات الجمهور المستهدف المحدد
٢٥.	أميز مخرجات المحتوى عالية الجودة من ضعيفة الجودة استنادًا إلى المعايير المهنية الموثقة
٢٦.	أنظّم المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي وأحرره وأكيّفه لتلبية المتطلبات اللغوية والثقافية والجمهور المستهدف
٢٧.	أضبط إعدادات الخصوصية وأطبق بروتوكولات حماية البيانات عند استخدام منصات الذكاء الاصطناعي
٢٨.	أطبق المبادئ التوجيهية الأخلاقية المؤسسية ومعايير النزاهة المهنية عند استخدم الذكاء الاصطناعي
٢٩.	أراعي حقوق النشر والملكية الفكرية عند نشر المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي أو توزيعه
٣٠.	أقوم بفحص مدخلات البيانات الخاصة بي بانتظام لضمان عدم إرسال أي معلومات حساسة أو سرية إلى منصات الذكاء الاصطناعي العامة
٣١.	أقوم بتقييم مخرجات الذكاء الاصطناعي بشكل منهجي وفقًا لمعايير النزاهة المؤسسية قبل إدراجها في أي عمل أكاديمي أو مهني
٣٢.	أتدخل بفعالية لتعديل محتوى الذكاء الاصطناعي أو التخلي عنه عندما يتبين احتواؤه على معلومات تضليلية، أو متحيزة، أو تلاعب

جاءت بعد ذلك خطوة التحقق من الخصائص السيكومترية على عينة الدراسة المكونة من ٣٠٠ طالبٍ وطالبةٍ، عبر إجراء الاختبار العاملي الاستكشافي للبنود الواردة في الجدول السابق للتأكد من أن الفقرات النهائية تحوز على صدق محتوى وتظهر سمات سيكومترية مناسبة للقياس وللتأكد من حياديتها وسياقها المناسب وقدرتها على قياس الممارسات الفعلية.

جمع البيانات:

تم جمع بينات الدراسة في الفترة من مايو إلى يونيو ٢٠٢٦م من خلال نموذج "جوجل فورم"، جرى توزيع رابط الاستبانة الخاص به على المشاركين عبر البوابات الإلكترونية للجامعات، وشبكات التواصل الأكاديمي، ومجتمعات الإعلاميين والطلاب ذات الصلة سواء على الفايسبوك أو الواتس أب، مستهدفًا الطلاب الجامعيين في كليات ومعاهد الإعلام الذين يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى، شريطة الاستخدام النشط لأدوات الذكاء الاصطناعي لإنتاج المحتوى.

تلقى الباحث نحو (٣٦٠) استجابة، خضعت لإجراءات تنقية للبيانات، حيث تم استبعاد الاستجابات غير الكاملة التي تتجاهل ٦ بنود فأكثر، أي ما يزيد على نحو ٥٪ من بنود المقياس، أو تلك التي أظهرت أنماط استجابة نمطية متطابقة على أكثر من٢٠ فقرةً متتاليةً، لتبلغ العينة النهائية التي خضعت للتحليل ٣٠٠ مشارك، بما يعادل ٨٤ % من المشاركين الأصليين.

أداة البحث:

"مقياس كفاءة استخدام المحتوى في بيئة الذكاء الهجين" وهي أداة علمية تم تصميمها لتشخيص كفاءة إنتاج المحتوى لدى طلاب الإعلام استجابة للفرص والتحديات التي توفرها بيئة الذكاء الهجين ومتطلبات التفاعل المتآزر مع الذكاء الاصطناعي، تتكون من ٣٢ فقرة جدول (٣)، موزعة على سبعة أبعاد جوهرية تشمل الجوانب المعرفية، والتفكير النقدي، والمهارات التقنية، وهندسة المطالبات، والمسئولية الاجتماعية، والجوانب المتعلقة بالتشريعات والخصوصية والأخلاقيات، والانتقاء، بما يضمن شمولية المقياس.

يعتمد المقياس في تصحيحه على مقياس "جوتمان" الثلاثي (Guttman-type) لقياس قدرات الممارسة، الذي يتطلب عبارات تعكس سلوكًا إجرائيًا قابلاً للقياس والمفاضلة التراكمية يعبَّر عن القدرة والتكيف، وذلك عبر ثلاثة بنود، تشمل: "أستطيع القيام بذلك بشكل مستقل"، "أستطيع القيام بذلك جزئيًا أو تحت إشراف"، "لا أستطيع القيام بذلك"، وذلك لقياس قدرات الممارسة الفعلية وليس مجرد مستوى الموافقة أو عدم الموافقة على بنود المقياس، والتي تبلغ درجاتها ما بين (٣٢) إلى (٩٦) درجة لتعكس مستويات متفاوتة من الكفاءة.

تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية: المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، النسب المئوية، التحليل العاملي، ومعاملات ثبات ألفا كرونباخ، وذلك باستخدام برنامج SPSS-26.

نتائج الدراسة:

تتناول هذه الدراسة بناء وتقنين مقياس لكفاءة إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين، تم تطبيق المقياس على عينة الجمهور المستهدف (٣٠٠) طالب، حيث أظهر مقياس 'كايزر-ماير-أولكي(KMO) ، لكفاية حجم العينة، قيمة بلغت (٠,٨٢)، متجاوزًا العتبة الموصي بها البالغة (٠,٨٠).

أظهرت الاختبارات استيفاء معايير المقياس السيكومترية لدى عينة تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل متوسط (من ٣ إلى ٥ مرات أسبوعيًا: ٦٣,٤٪)، ومرتفع (أكثر من ٥ مرات أسبوعيًا: ٢٩,١٪)، ومنخفض (أقل من ٣ مرات أسبوعيًا: ٧,٥٪)، وجاءت منصتا "شات جي بي تي" و"جيميناي" الأكثر استخدامًا. وفيما يلي نتائج الدراسة السيكومترية:

الصدق السيكومتري للمقياس:

الصدق الظاهري وصدق المحتوى: تم التحقق من الصدق الظاهري وصدق المحتوى من خلال عرض المقياس على ٨ من المحكمين الخبراء في الإعلام والتربية وعلم النفس والاجتماع والتكنولوجيا لتقييم صلاحية المحتوى؛ وللتأكد من أن بنود المقياس تمثل بدقة النطاق السلوكي والمفاهيمي لمتغيرات

المقياس المراد قياسه؛ وهو كفاءة إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين، أفاد الخبراء التأكيد على خلو بنود المقياس من الغموض أو التحيز أو التوجيه، وأن "المؤشرات السلوكية (Behavioral Anchors) " الثلاثة التي وضعتها الدراسة صالحة للتطبيق. قام الخبراء بتقييم كل فقرة وفق مقياسين خماسيين هما الأهمية، والوضوح، بهدف التأكد من مناسبة الفقرات لقياس الكفاءات المراد قياسها، وتحديد غموض بعض الفقرات لتعديلها، وحذف بعض الفقرات غير المرتبطة بالكفاءات، أو تلك التي تعد غير مناسبة لطبيعة عملية إنتاج المحتوى وخصائص الجمهور المستهدف. وبناءً على استجابات المحكمين الكيفية، قام الباحث بحذف وتعديل ودمج بعض بنود المقياس لتنخفض من ٦٧ إلى ٥١ فقرة، بعد استبعاد، أو دمج الفقرات المكررة، أو الضعيفة، وإضافة بنود لم تكن بين تلك التي تم تقديمها بناءً على مراجعة الأدبيات النظرية.

صدق الاستجابة:

بعد انتهاء مرحلة الخبراء مباشرة أجرى الباحث صدق الاستجابة (Response Validity) بما يعرف باسم التحليل الاستكشاف المعرفي (Cognitive Walkthroughs) باعتباره دراسة استطلاعية كيفية (Pilot Qualitative Phase) وهو بحسب (Stewart et al., 2026) أحد الأساليب السيكومترية والمنهجية المستخدمة في المراحل الأولى من بناء أدوات القياس لضبط المقياس من منظور سيكولوجي وتطبيقي لدى عينة الدراسة المستهدفة عبر إجراء مقابلات معرفية مع مجموعة صغيرة من الأفراد المستهدفين الذين يمثلون مجتمع الدراسة الفعلي، وهم الطلاب وأساتذة الإعلام الذين يقومون بتدريس إنتاج المحتوى في الجامعات.

قام الباحث بتوظيف بروتوكول الاستقصاء اللفظي (Verbal Probing) عبر تلقي إجابة كل مشارك على حدة، في لقاء شخصي، ثم طرح أسئلة سيكومترية، مثل طلب تفسير معاني بعض الكلمات في فقرة معينة، وهل هناك سهولة في اختيار الإجابات لكل سؤال؟، أم هناك تردد في الإجابة؟ ولماذا؟، واحيانًا يطلب من المبحوث إعادة صياغة بعض الفقرات بأسلوبه، وبحسب (Willis & Artino, 2013) تتمثل أهمية هذا الإجراء في التأكد من فهم المبحوثين للبنود بالطريقة الدقيقة التي قصدها الباحث، ولاختبار مدى ملاءمة المؤشرات السلوكية التي وضعها الباحث وإدراك مدى فهم الفروق بينها، ولكشف أخطاء الاستجابة التي تعجز الإحصاءات الكمية عن رصدها في المراحل الأولى لتطوير الأدوات، وذلك عبر تتبع ومناقشة مدى فهم الفقرة بما يُمكن المبحوثين في التحليل النهائي من اتخاذ القرار باختيار البديل المناسب من المؤشرات السلوكية الثلاثة التي وضعها الباحث معتمدًا على مقياس "جوتمان" الثلاثي (**Guttman-type**) لقياس القدرات التوظيفية والممارسة عبر بنوده الثلاثة: "أستطيع القيام بذلك بشكل مستقل= ٣ درجات"، "أستطيع القيام بذلك جزئيًا أو تحت إشراف= ٢ درجة"، "لا أستطيع القيام بذلك= درجة واحدة"، لتبلغ درجات الفقرات بين ٣٢ إلى ٩٦ درجة، حيث يعكس المقياس مستويات متفاوتة من الكفاءة.

ولاختبار الصدق البنائي، تم إجراء التحليل العاملي الاستكشافي (Exploratory Factor Analysis – EFA) للتأكد من الصدق البنائي للمقياس والكشف عن بنيته العاملية الكامنة، عن طريق استخراج العوامل الرئيسية، والتي تفسر التباين المشترك، مع تطبيق تدوير فاريماكس (Varimax Rotation) لأنه بحسب (Nunnally & Bernstein, 1994) يستوعب الارتباطات المحتملة بين البنى الكامنة. وعززت النتيجة قرار الاحتفاظ بالسبعة عوامل، حيث كانت الأوزان العاملية (Factor Loadings) لجميع الفقرات ≤ ٠.٤٠، مما يشير إلى بنية عاملية قوية، وهو ما يؤكد عليه خلو المقياس من الفقرات ذات قيم الشيوع المنخفضة(0.30 >) . وتأكد الاتساق النظري للنموذج السباعي العاملي بحصول العوامل مجتمعة على ما نسبته (٦٥.٣١٪) من التباين الكلي في البيانات، وتقديرات الشيوع لكل فقرة على حدة والتي تمثل نسبة تباينها، وتعبر عن مقدار ما تشترك فيه الفقرة مع باقي الفقرات في البنية الكامنة والمفسرة بواسطة الحل العاملي بلغت ما بين (٠.٥١٢ و٠.٨٠٣) بمتوسط حسابي قدره (٠.٦٥٣)، مما يؤكد مجددًا متانة البنية المستخلصة، وتوافق الأبعاد النظرية السبعة المحددة مسبقًا، مما يعد دليلاً قويًا على تعبير كل عبارة عن البعد النظري الذي تنتمي إليه.

وأخيرًا تم حساب مؤشر صلاحية المحتوى لكل فقرة (I–CVI) ومؤشر صدق المحتوى للأداة ككل (S–CVI)، حسبما يتضح في الجدول رقم (٤) حيث أظهر مؤشر صدق المحتوى للأداة ككل باستخدام معامل ألفا كرونباخ لتحليل الموثوقية (Cronbach's alpha) معدل ٠.٨٢، وهي قيمة مرتفعة عبر الأبعاد السبعة، مما يدل على الثبات الداخلي وصلاحية الأداة للقياس، حيث إن القيمة المقبولة عادةً ما تكون أعلى من ٠.٨٠.

كما تم التأكد من ثبات المقياس باستخدام طريقة الاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) لكل بعد على حدة، حيث أظهرت درجة عالية من الاعتمادية، حيث تراوحت قيمة المعامل من (0.677) إلى (0.912)، بما يشير إلى أن بنود المقياس تتسم بدرجة كبيرة من التجانس والترابط الداخلي، وصلاحيتها للقياس.

جدول (٤)
نتائج الثبات لأبعاد المقياس السبعة وفقرات كل بُعد

البُعد	عدد الفقرات	Cronbach's Alpha
المعرفة	٤	٠,٨٧٩
التفكير النقدي	٤	٠,٨٤٥
المسئولية الاجتماعية	٣	٠,٦٧٧
المعرفة التقنية والوظيفية	٤	٠,٨٤٣
هندسة المطالبات	٦	٠,٨٨٨
الانتقاء	٥	٠,٩١٢
البُعد القانوني والأخلاقي والخصوصية	٦	٠,٨٦٧

المناقشة:

تهدف هذه الدراسة إلى تطوير والتحقق من صدق مقياس كفاءة إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين. استمدت الدراسة قوتها السيكومترية من خلال مراجعة أدبيات حديثة ودراسات سابقة، وثلاثة أطر نظرية، لتوفير رؤية دقيقة حول الكفاءات المطلوبة، بهدف مساعدة طلاب الإعلام والتخصصات الأخرى على تحسين كفاءاتهم لتحقيق أقصى فعالية في التعامل في بيئة الذكاء الهجين لإنتاج المحتوى بكافة أنواعه وأغراضه.

أظهرت النتائج بشكل عام مستوى صدق عال للمقياس (صدق بنائي، ظاهري، ترابطي)، مما يدل على بنية عاملية قوية، وتماسك داخلي متين، كما أظهرت النتائج قيم عالية لثبات المقياس، على مستوى كل فقرة من الفقرات وعددها (٣٢) فقرة، وعلى مستوى كل بعد من الأبعاد السبعة، وعلى مستوى المقياس كوحدة واحدة، مما يدل على بني عاملية قوية، وتماسك داخلي متين، بما يعكس مصداقية المقياس في تحديد مستوى كفاءة إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين بشكل دقيق.

كشفت النتائج السيكومترية عن ترابط معرفي قوي بين أبعاده السبعة (alpha = 0.8)، وهو ما يؤكد ما وصل إليه (Bahroun et al., 2023) عن الدور المتزايد للذكاء الاصطناعي في الربط بين المجالات والمهارات المعرفية المختلفة، رغم ما كشفته النتائج نفسها عن انخفاض نسبي للتحليل العاملي لبُعد "المسئولية المجتمعة" (وإن كان مقبولًا)، وهو ما يعكس التعقيد الكامن والتطور المستمر في هذا الجانب المجتمعي المهم.

تُبرِز بنود المقياس أهمية التفاعل والتكرارية والتحديث في التعامل مع الذكاء الاصطناعي في فقرات أبعاد الكفاءات التقنية وهندسة المطالبات، وهو ما يتوافق مع دراسات التفاعل بين الإنسان والآلة التي تؤكد على التكيف والتفاعل والبعد عن الاستقبال السلبي (Edwards et al., 2025)، وهو تفاعل عجزت الأدوات التقليدية عن معالجته بحسب (Glinka & Müller-Birn, 2023)، وتحقق بنود المقياس ذلك بتركيزها على الإنتاج المشترك النشط والانخراط النقدي مع الأنظمة الذكية، وهو تحول يتسق مع النماذج الناشئة لعمل الذكاء الهجين الذي يتفاعل فيه البشر والآلة (Dellermann et al., 2019). كما يتفق مع إطار القدرات الديناميكية لـ "تيس" (Teece, 2014) الذي يدعو إلى التكيف المستمر مع السياقات الجديدة.

وعلى المستوى الاجتماعي، يؤكد المقياس على أهمية المسئولية المجتمعية عند التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي للحيلولة دون، ما أشار إليه (Díaz & Nussbaum, 2024) من تعميق فجوات الكفاءات بما يزيد من التفاوتات التعليمية القائمة. كما يركز المقياس على الترابط بين الوعي الأخلاقي والمسئولية المجتمعية وهو ما يتوافق مع الأطروحات المعاصرة حول أخلاقيات الذكاء الاصطناعي (Fu & Weng, 2024)، حيث تكتسب المسؤولية الأخلاقية دورًا بارزًا في التعامل مع التأثيرات الخوارزمية. والأهم من ذلك، أن تضمين المقياس للأبعاد الأخلاقية والاجتماعية يحد من هيمنة النماذج المعتمدة على

المقاربات التقنية، ويدعم مناهج تجمع بين الكفاءة الفنية والوعي الاجتماعي الثقافي النقدي لطلاب الإعلام.

الخلاصة:

يمثل هذا البحث استجابة علمية منهجية للحاجة الملحة إلى تطوير أدوات موضوعية لقياس الكفاءات للتعامل مع التطورات المستجدة والمتسارعة في عالم الذكاء الاصطناعي والتفاعل البشري معه، من خلال تطوير والتحقق من صحة مقياس كفاءة استخدام الذكاء الهجين في إنتاج المحتوى، في إطار السعي إلى سد فجوة معرفية، وتوفير أداة قياس علمية وعملية للمؤسسات التعليمية والمهنية في القطاع الإعلامي العربي ، بما يساهم في تشكيل الخطاب الأكاديمي والمهني حول مستقبل التعليم الإعلامي عبر إعادة تأطير الكفاءة لا بوصفها قدرة جامدة، بل كبنية ديناميكية متغيرة ذات أبعاد متعددة.

ومن خلال التدعيم الشامل للإطار سباعي الأبعاد الذي يستجيب لتعقيدات إنتاج المحتوى عبر التفاعل مع الذكاء الاصطناعي، بما يقتضيه من تحديث مستمر للمهارات بسبب تطور التقنيات المتسارع، وبما يقدمه هذا التأسيس من فرص للممارسات والسياسات التعليمية، عبر الانتقال من التبنِّي التقني لأدوات الذكاء الاصطناعي إلى ترسيخ انخراط أكثر عمقًا، يُعد المقياس أداة مقننة لتشخيص فجوات الكفاءة النوعية، وتوجيه تصميم المناهج التعليمية وممارسات التدريب والتعليم والتعلم والتقييم ليصبح تعزيز كفاءات إنتاج المحتوى في بيئة الذكاء الهجين ركيزةً أساسيةً لإعداد إعلاميين متمكنين في المستقبل.

يمثل المقياس إسهامًا جوهريًا في وقت تتزايد فيه وتيرة دمج المؤسسات التعليمية لأدوات الذكاء الاصطناعي في مناهجها الدراسية، من خلال إتاحة تقييم دقيق ومفصل يتيح لكليات الإعلام تصميم مقررات وبرامج وليس فقط عبر إضافة الذكاء الاصطناعي كمقرر، بل عبر صياغة الكفاءة البينية كعملية تفاعلية تمتد إلى تصميم المناهج، واستراتيجيات التدريس، والسياسات المؤسسية، وإعادة تعريف مخرجات التعلم في كليات الإعلام بالتركيز على الكفاءات التي يختبرها المقياس بما يخدم أهداف التنمية المستدامة.

وبالمثل، تستطيع مؤسسات الأعمال استخدام المقياس لوضع دورات تدريبية لضمان الانتقال من الاستخدام السطحي للذكاء الاصطناعي إلى بناء الكفاءات الجوهرية السبع، أو لتطوير معايير الكفاءة أو شهادات الاعتماد المهني في القطاعات التي تعتمد بكثافة على العمل المدعوم بالذكاء الاصطناعي لإنتاج المحتوى، بما يؤدي إلى تعزيز الممارسات المهنية المسؤولة عبر تطبيق أفضل الممارسات السيكومترية وهو ما يؤدي إلى مساعدة صانعي السياسات في وضع معايير وطنية للكفاءات في السياق العربي.

حدود البحث:

من المهم الإشارة إلى حدود للبحث تشمل الجوانب الموضوعية، باقتصاره على قياس كفاءات إنشاء المحتوى الرقمي باستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي، وهو ما لا يشمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي الأخرى كالتحليلية أو التنبؤية، كما أنه لم يتطرق إلى الكفاءات العامة خارج سياق إنشاء المحتوى.

كما أن هناك محدودية ثقافية باختباره في مصر، وبالتالي هناك حاجة إلى إجراء دراسات لاختبار مدى قابليته للتعميم في نظم تعليمية وسياقات ثقافية مغايرة، في السياق الجغرافي والثقافي العربي والعالمي لاختبار تعميمه، كما يتسم البحث بالمحدودية البشرية بقصر تطبيقه على طلاب الإعلام الجامعيين في الجامعات المصرية، وهو ما لم يشمل طلاب الدراسات العليا أو الممارسين المهنيين.

كما أن هناك حاجة إلى مراجعة مستمرة لبنود المقياس بالنظر إلى التطور السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي فضلاً عن الحاجة لدراسات طولية ممتدة لتتبع مسارات تطور الكفاءات عبر الوقت.

ومع ذلك، ينبغي النظر إلى هذه الحدود ليس كتقليل من المنفعة الحالية للمقياس، بل كقاعدة انطلاق لتأسيس أجندة بحثية متكاملة حول التفاعل مع الذكاء الهجين.

توصيات الدراسة:

توصي الدراسة كليات ومعاهد الإعلام بتجديد المناهج الدراسية، بالتركيز على الأبعاد السبعة لأساسيات الذكاء الهجين في جميع المناهج الدراسية، وليس فقط تدريس الذكاء الاصطناعي كمقرر منفصل، بما يقتضيه ذلك من نهج متعدي التخصصات لخلق تجربة تعليمية شاملة، مع استمرار التركيز على أهمية المحتوى عبر التأكيد على أهمية تعليم الطلاب كيفية إنشاء محتوى عالي الجودة وجذاب في نفس الوقت.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

أحمد، محمد عبد العظيم، ومحمد، نور الهدى عمر، وخليفه، أسماء شاكر محمد. (٢٠٢٦م). الخصائص السيكومترية لبناء مقياس الصلابة النفسية لدى طالبات المرحلة الثانوية بأسيوط *مجلة دراسات في مجال الإرشاد النفسي والتربوي*، (2)*9*، ٢٤١–٢٧٠.

الحديبي، مصطفى عبد المحسن، وحلمي ، نورا محمد ، والسهو، إقبال خالد عوض. (٢٠٢٥م). الخصائص السيكومترية لمقياس إدمان ألعاب الفيديو لأطفال الروضة بالبيئة الكويتية *مجلة كلية التربية - جامعة أسيوط*، (8)*41*، ١٩٧-226–.

الحديبي، مصطفى عبدالمحسن، وحلمي، نورا محمد، وحمودة، أمل محمود محمد. (٢٠٢٦م). الخصائص السيكومترية لمقياس الاكتناز القهري الرقمي لدى طلاب المرحلة الثانوية. مجلة دراسات في مجال الإرشاد النفسي والتربوي، ٩(٢)، ٢٧١-٣٠٠. استرجع من https://dapt.journals.ekb.eg.

السمان، أحمد حسن. (٢٠٢٤). قبول طلاب كليات الإعلام في مصر للذكاء الاصطناعي: دراسة طولية مقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، (25)*12*، ٩-٣٢.
https://www.jprr.epra.org.eg/Vol_Issues_Research_ItemDetails?lang=ar&Id=2455

خالد، أسماء، الحديبي، مصطفى عبد المحسن، ومحمد، نورا حلمي. (٢٠٢٥م). الخصائص السيكومترية لمقياس إدمان ألعاب الفيديو لأطفال الروضة بالبيئة الكويتية *مجلة كلية التربية (أسيوط)*، (8.2)*41*، ١٩٧-226 .
https://doi.org/10.21608/mfes.2025.456609

خلايلة، وسام سليم. (٢٠٢٦م). بناء وتقنين أداة لقياس مستوى التفكير الناقد لدى معلمي اللغة العربية في المراحل التعليمية داخل الخط الأخضر. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (HNSJ)*، *7*(2)، ١-١٨. https://doi.org/10.53796/hnsj72/44

عبد المحسن، علي صالح، أبو شيد، خضر مخيمر، ورؤوف، هبه عبد العال محمد. (٢٠٢٢م). الخصائص السيكومترية لمقياس الخصائص السلوكية للكشف عن الطالبات الموهوبات استناداً إلى نظرية الذكاء الناجح لستيرنبرج لدى عينة من طالبات المرحلة الثانوية. *مجلة دراسات في مجال الإرشاد النفسي والتربوي*، *5*(1)، ١٠٣-127 .

اللواتي، عصام عبد المجيد، الدواش، فؤاد محمد، والحبسي، عامر بن سالم. (٢٠٢٣م). تحليل النشاط المرجعي للاستجابات المعرفية/ الانفعالية المرتبطة بالعوامل الخمس الكبرى لجائحة كوفيد-١٩: دراسة سيكومترية إكلينيكية للشخصية. *مجلة دراسات في مجال الإرشاد النفسي والتربوي*، *6*(4)، ١٠٦- 159 .

الهلالي، أحمد. (٢٠٢٤م). ترجمة المحتوى الإعلامي الموجه للأطفال: أي دور للتربية الإعلامية؟ *مجلة المركز الديمقراطي العربي*، *3*(8)، ٣١-٤٤. https://doi.org/10.17613/bema-r269 .

منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة [اليونسكو]. (2011). *معرفة أساسيات المعلومات والإعلام: منهاج للمعلمين*. إصدارات اليونسكو https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971_ara .

ثانيًا: المراجع الأجنبية References:

Alexander, B., Becker, S. A., Cummins, M., & Giesinger, C. H. (2017). *Digital Literacy in Higher Education, Part II: An NMC Horizon Project Strategic Brief* (pp. 1–37). The New Media Consortium. https://www.learntechlib.org/p/182086/

Alghamdi, L. (2021). Towards adopting AI techniques for monitoring social media activities. *Sustainable Engineering and Innovation*. https://doi.org/10.37868/SEI.V3I1.121

Amato, G., Behrmann, M., Bimbot, F., Caramiaux, B., Falchi, F., Garcia, A., Geurts, J., Gibert, J., Gravier, G., Holken, H., Koenitz, H., Lefebvre, S., Liutkus, A., Lotte, F., Perkis, A., Redondo, R., Turrin, E., Vieville, T., & Vincent, E. (2019). *AI in the media and creative industries* (arXiv:1905.04175). arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.1905.04175

Annapureddy, R., Fornaroli, A., & Gatica-Perez, D. (2024). Generative AI Literacy: Twelve Defining Competencies. *Digital Government: Research and Practice*, 3685680. https://doi.org/10.1145/3685680

Barman, D., Guo, Z., & Conlan, O. (2024). The Dark Side of Language Models: Exploring the Potential of LLMs in Multimedia Disinformation Generation and Dissemination. *Machine Learning with Applications*, *16*, 100545. https://doi.org/10.1016/j.mlwa.2024.100545

Bathaee, Y. (2018). The Artificial Intelligence Black Box and the Failure of Intent and Causation. *Harvard Journal of Law & Technology*, *31*(2).

Bebić, D. (2023). The role of artificial intelligence in media content creation. *Suvremene teme : međunarodni časopis za društvene i humanističke znanosti*, *14*(1), 47–59. https://doi.org/10.46917/st.14.1.3

Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, *20*(1), 1–13. https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147

Behailu, A. (2021). Higher education students' social media literacy in Ethiopia: A case of Bahir Dar University. *Journal of Media Literacy Education*, *13*(3), 86–96. https://doi.org/10.23860/JMLE-2021-13-3-7

Bhandari, K. (2020). *Artificial Intelligence: The Game Changer in Media & Publishing*. https://www.nagarro.com/en/blog/artificial-intelligence-ai-game-changer-media-publishing

Boateng, G. O., Neilands, T. B., Frongillo, E. A., Melgar-Quiñonez, H. R., & Young, S. L. (2018). Best Practices for Developing and Validating Scales for Health, Social, and Behavioral Research: A Primer. *Frontiers in Public Health*, *6*. https://doi.org/10.3389/fpubh.2018.00149

Chiu, T. K. F., Ahmad, Z., Ismailov, M., & Sanusi, I. T. (2024). What are artificial intelligence literacy and competency? A comprehensive framework to support them. *Computers and Education Open*, *6*, 100171. https://doi.org/10.1016/j.caeo.2024.100171

Ciftci, S., Stahmann, P., & Janiesch, C. (2025). Hybrid Intelligence in Action: A Taxonomy of Human-AI Interaction. *ECIS 2025 Proceedings*. https://aisel.aisnet.org/ecis2025/human_ai/human_ai/6

Cuervo Sánchez, S. L., Foronda Rojo, A., Rodríguez Martínez, A., & Medrano Samaniego, C. (2021). Media and information literacy: A measurement instrument for adolescents. *Educational Review*, *73*(4), 487–502. https://doi.org/10.1080/00131911.2019.1646708

Dellermann, D., Calma, A., Lipusch, N., Weber, T., Weigel, S., & Ebel, P. (2019). *The Future of Human-AI Collaboration: A Taxonomy of Design Knowledge for Hybrid Intelligence Systems*. https://doi.org/10.24251/HICSS.2019.034

Díaz, B., & Nussbaum, M. (2024). Artificial intelligence for teaching and learning in schools: The need for pedagogical intelligence. *Computers & Education*, *217*, 105071. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2024.105071

Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Koohang, A., Raghavan, V., Ahuja, M., Albanna, H., Albashrawi, M. A., Al-Busaidi, A. S., Balakrishnan, J., Barlette, Y., Basu, S., Bose, I., Brooks, L., Buhalis, D., … Wright, R. (2023). Opinion Paper: "So what if ChatGPT wrote it?" Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, *71*, 102642. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642

El-Saman, A. H. (2025). Toward new literacy: Exploring students' and faculty perspectives on AI integration in Egyptian media curricula. *Media Practice and Education*, 1–14. https://doi.org/10.1080/25741136.2025.2475045

Frau-Meigs, D. (2024). Algorithm Literacy as a Subset of Media and Information Literacy: Competences and Design Considerations. *Digital*, *4*(2), Article 2. https://doi.org/10.3390/digital4020026

Fu, Y., & Weng, Z. (2024). Navigating the ethical terrain of AI in education: A systematic review on framing responsible human-centered AI practices. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, *7*, 100306. https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100306

Glinka, K., & Müller-Birn, C. (2023). *Critical-Reflective Human-AI Collaboration: Exploring Computational Tools for Art Historical Image Retrieval* (arXiv:2306.12843). arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.12843

Gupta, P. (2024). The Role of AI in Crafting a Modern Data Governance. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, *6*(1), 266–271. https://doi.org/10.56726/IRJMETS47962

Ha, S., & Kim, S. (2024). Developing a conceptual framework for digital platform literacy. *Telecommunications Policy*, *48*(3), 102682. https://doi.org/10.1016/j.telpol.2023.102682

Hao, C., Uusitalo, S., Figueroa, C., Smit, Q. T. S., Strange, M., Chang, W.-T., Ribeiro, M. I., Kouomogne Nana, V., Tielman, M. L., & de Boer, M. H. T. (2025). A human-centered perspective on research challenges for hybrid human artificial intelligence in lifestyle and behavior change support. *Frontiers in Digital Health*, *7*. https://doi.org/10.3389/fdgth.2025.1544185

Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. The MIT Press. https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001

Kandlhofer, M., Steinbauer, G., Hirschmugl-Gaisch, S., & Huber, P. (2016). Artificial intelligence and computer science in education: From kindergarten to university. *2016 IEEE Frontiers in Education Conference (FIE)*, 1–9. https://doi.org/10.1109/FIE.2016.7757570

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Koc, M., & Barut, E. (2016). Development and validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for university students. *Computers in Human Behavior*, *63*, 834–843. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.035

Long, D., & Magerko, B. (2020). What is AI Literacy? Competencies and Design Considerations. *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, CHI '20*, 1–16. https://doi.org/10.1145/3313831.3376727

Lunt, P., & Livingstone, S. (2012). *Media Regulation: Governance and the Interests of Citizens and Consumers*. SAGE Publications Ltd. https://doi.org/10.4135/9781446250884

Meghare, K., Nirmal, D., Dave, J., & Rathod, T. (2025). *From Concept to Creation: How Generative AI is Redefining Content Generation*. *8*(2).

Morgado, F. F. R., Meireles, J. F. F., Neves, C. M., Amaral, A. C. S., & Ferreira, M. E. C. (2017). Scale development: Ten main limitations and recommendations to improve future research practices. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, *30*(1), 3. https://doi.org/10.1186/s41155-016-0057-1

Nemt-allah, M. A., Mostafa, M. M., Helali, M. M., Aldawsari, H. K., Alromaih, B. S., & Ibrahim, A. R. (2026). The Virtual Feedback Loop: Psychometric Validation of a New Scale to Measure Digital Validation Seeking in Higher Education. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, *16*(3), 32. https://doi.org/10.3390/ejihpe16030032

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). Mcgraw-Hill.

Pinto, M., Garcia-Marco, J., Caballero, D., Manso, R., Uribe, A., & Gomez, C. (2024). Assessing information, media and data literacy in academic libraries: Approaches and challenges in the research literature on the topic. *The Journal of Academic Librarianship*, *50*(5), 102920. https://doi.org/10.1016/j.acalib.2024.102920

Potter, W. J. (2013). Review of Literature on Media Literacy. *Sociology Compass*, *7*(6), 417–435. https://doi.org/10.1111/soc4.12041

Rasi, P., Vuojärvi, H., & Rivinen, S. (2021). *Promoting Media Literacy Among Older People: A Systematic Review*. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0741713620923755

Robertson, J., Ferreira, C., Botha, E., & Oosthuizen, K. (2024). Game changers: A generative AI prompt protocol to enhance human-AI knowledge co-construction. *Business Horizons, SPECIAL ISSUE: WRITTEN BY CHATGPT*, *67*(5), 499–510. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2024.04.008

Rowsell, J. M. K. (2021). Literacy in a Digital Age. In P. Jones (Ed.), *Transition and Continuity in School Literacy.* Bloomsbury.

Seaver, N. (2017). Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems. *Big Data & Society*, *4*(2), 2053951717738104. https://doi.org/10.1177/2053951717738104

Shi, F., Zhou, F., Liu, H., Chen, L., & Ning, H. (2023). Survey and Tutorial on Hybrid Human-Artificial Intelligence. *Tsinghua Science and Technology*, *28*(3), 486–499. https://doi.org/10.26599/TST.2022.9010022

Southworth, J., Migliaccio, K., Glover, J., Glover, J., Reed, D., McCarty, C., Brendemuhl, J., & Thomas, A. (2023). Developing a model for AI Across the curriculum: Transforming the higher education landscape via innovation in AI literacy. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, *4*, 100127. https://doi.org/10.1016/j.caeai.2023.100127

Stewart, S. L., Ceresia, S., Morris, J. N., & Fearon, D. (2026). The Development of a New Pediatric Measure of Instrumental Activities of Daily Living Using the interRAI Child and Youth Mental Health Assessment-to-Intervention System. *Physical & Occupational Therapy In Pediatrics*, *0*(0), 1–15. https://doi.org/10.1080/01942638.2026.2651192

Taleby Ahvanooey, M., Mazurczyk, W., Wang, Z., & Zhao, J. (2025). A novel framework for assessing determinant risk factors on cyber (dis)trust behaviors of netizens in deepfakes. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, *159*, 111319. https://doi.org/10.1016/j.engappai.2025.111319

Teece, D. J. (2014). The Foundations of Enterprise Performance: Dynamic and Ordinary Capabilities in an (Economic) Theory of Firms. *Academy of Management Perspectives*, *28*(4), 328–352. https://doi.org/10.5465/amp.2013.0116

Tenório, K., & Romeike, R. (2024). AI Competencies for non-computer science students in undergraduate education: Towards a competency framework. *Proceedings of the 23rd Koli Calling International Conference on Computing Education Research, Koli Calling '23*, 1–12. https://doi.org/10.1145/3631802.3631829

Tiernan, P., Costello, E., Donlon, E., Parysz, M., & Scriney, M. (2023). Information and Media Literacy in the Age of AI: Options for the Future. *Education Sciences*, *13*(9), 906. https://doi.org/10.3390/educsci13090906

Wang, X., Liu, C., & Qi, Y. (2021). Research on New Media Content Production Based on Artificial Intelligence Technology. *Journal of Physics: Conference Series*, *1757*(1), 012062. https://doi.org/10.1088/1742-6596/1757/1/012062

Worthington, R. L., & Whittaker, T. A. (2006). Scale Development Research: A Content Analysis and Recommendations for Best Practices. *The Counseling Psychologist*, *34*(6), 806–838. https://doi.org/10.1177/0011000006288127

Yang, Y., Zhang, Y., Sun, D., He, W., & Wei, Y. (2025). Navigating the landscape of AI literacy education: Insights from a decade of research (2014–2024). *Humanities and Social Sciences Communications*, *12*(1), 374. https://doi.org/10.1057/s41599-025-04583-8

Yanyi Wu, Xinyu Lu, & Chenghua Lin. (2026). Interdisciplinary competence in AI-enabled learning: Scale development and validation. *Educational Technology & Society*, *29*(1). https://doi.org/10.30191/ETS.202601_29(1).RP08

Yee, K. K., & Huey Shyh, T. (2024). Problem-Based Learning: Media and Information Literacy Project to Combat Misinformation for Future Communicators. *Journalism & Mass Communication Educator*, *79*(3), 340–364. https://doi.org/10.1177/10776958241256404

Yue Yim, I. H. (2024). A critical review of teaching and learning artificial intelligence (AI) literacy: Developing an intelligence-based AI literacy framework for primary school education. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, *7*, 100319. https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100319

---

[١] كل الشكر للسادة المحكمين والخبراء الذين شاركوا في تحكيم المقياس وهم مرتبون حسب الحروف الأبجدية:

احمد أبو اليزيد استشاري كمبيوتر وذكاء اصطناعي.

- أماني عمر عميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- رضا عكاشة رئيس قسم الصحافة الأسبق كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- سامح الشوادي مخرج بالتلفزيون المصري.
- سامي نصار أستاذ التربية والعميد الأسبق كلية الدراسات التربوية جامعة القاهرة.
- سامية قدري أستاذ علم الاجتماع، كلية البنات جامعة عين شمس.
- مها الطرابيشي أستاذ الإعلام في جامعة MSA والعميد الأسبق للكلية.
- نيرمين الصابر مدرس الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.

A Hybrid Intelligence Interaction Competence Scale for Media Content Production: An Empirical Study (*)

Associate Prof. Dr. Ahmed Hassan El-Saman
ahmed-hasan@buc.edu.eg
Assistant Professor in the Department of Media,
Faculty of Humanities and Social Sciences,
Badr University in Cairo

Abstract

This study aims to develop and validate a scale for measuring content creation competencies in a Hybrid Human-Artificial Intelligence (HI) environment. The objective is to provide a reliable and valid instrument to evaluate these skills and identify pedagogical, assessment, and training needs, based on a sample of 300 students from media faculties and institutes across Egyptian universities.

The final instrument comprises 32 items distributed across seven dimensions: cognition, critical thinking, social responsibility, technical and functional skills, prompt engineering, content curation, and ethics.

The instrument was validated using a quantitative developmental-descriptive approach, initially deriving 67 items across the seven dimensions from three theoretical models. Results demonstrate robust psychometric properties. The scale established face and content validity through expert review, and response validity via a qualitative pilot study utilizing verbal protocol analysis with target audiences and media faculty. Construct validity was confirmed through factor analysis, revealing a strong factor structure. Furthermore, Content Validity Indices (CVI) were calculated for individual items, dimensions, and the overall scale. Internal consistency was established, yielding a high overall Cronbach's alpha coefficient of 0.847, thereby confirming the instrument's high psychometric reliability and measurement validity.

This research bridges a methodological knowledge gap by providing a rigorous scientific instrument for educational and professional media institutions to diagnose qualitative competency gaps. It facilitates the redesign of curricula and pedagogical programs.

Furthermore, the study offers a framework for business and policy institutions to develop national standards and professional accreditations that foster responsible practices. Ultimately, it assists policymakers in establishing national competency frameworks within the Arab context.

Keywords: Hybrid Human-Artificial Intelligence (HI), Content Production Competencies, Scale Validation, Artificial Intelligence (AI), Media students.

(*)The Paper was received on June 13, 2026, and accepted for publication on October 09, 2026.

Copyright © APRA 2026

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shiben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency - www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:

- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 $. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 $ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 $ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 $ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 $ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 $US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. $ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 $ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
Arab Republic of Egypt, Menofia, Shiben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
And also, to the Journal email: jprr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2026 = 0.7578 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2026 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Journal of PR esearch
Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRRME)
Scientific Refereed Journal
Sixty-Four Issue - Fourteenth Year -10 April 2026

Founder & Chairman
Dr. Hatem Moh'd Atef
EPRA Chairman

Editor in Chief
Prof. Dr. Aly Agwa
Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager
Prof. Dr. Mohamed Moawad
Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants
Prof.Dr. Mubarak Alhazmi (ksa)
Professor of Public Relations
King Abdulaziz University

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty
Professor of Public Relations
Misr International University

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)
Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Prof. Dr. Fouad Ali Saddan (Yemen)
Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Sana'a University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)
Associate Professor and Educational Consultant,
National Defense College - Abu Dhabi
Ministry of Defense – (UAE)

English Reviewer
Dr. El-Sayed Abdel-Rahman
Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Mass Communication Faculty - Suez University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)
Associate Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager
Alsaeid Salm

Arabic Reviewers
Ali Elmehy

Address
Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street
Publications: Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt
Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157
Fax: +20482310073
Tel: +2237620818
www.jprr.epra.org.eg
Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **
JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)
Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Saeed Al-Hadidi (Egypt)
Professor of Radio & T.v, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Former Dean of the International Academy of Engineering and Media Sciences.

Prof. Dr. Abdelfateh Zakaria Mekouar (Morocco)
Professor of Higher Education in Media and Communication Sciences, Faculty of Arts and Humanities, Mansik, Hassan II University of Casablanca, Morocco

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)
Professor of Media at the University of Baghdad and currently Head of the Digital Media Department at Al-Noor University in Nineveh, Iraq

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)
Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication – Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)
Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud Islamic University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)
Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)
Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)
Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)
Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)
Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)
Professor of Radio & Televosion and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)
Professor of Public Relations,Department of Journalism, Media, and Digital Communication, Jordan University.

Prof. Dr. Ali Kessaissia,(Algeria)
Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema,(Algeria)
Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani,(Yemen)
Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

Prof. Dr. Kholoud Abdullah Mohammed Miliani (KSA)
Professor, Faculty of Communication & Media, King Abdulaziz University, KSA.

Prof. Dr. Tariq Mohamed Al-Saidi (Egypt)
Professor, Faculty of Specific Education, Menofia University, Egypt.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Special Issue

Journal of PR esearch Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East
Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Fourteenth Year - Sixty-Four Issue – 10 April 2026
IF of the Supreme Council of Universities 2026 = 7 Arcif Impact Factor 2026 = 0.7585

The Use of Artificial Intelligence in Media Research

Abstracts of Arabic Researches:

- ***Prof. Dr. Abdulmalek Aldanani*** - *Liwa University*
  Muna Aida Salem Al Jabri - *Liwa University*

  The Role of Artificial Intelligence Applications in Enhancing Corporate Communication: An Analytical Insight 7

- ***Prof. Dr. Tahseen Mansour Rashid Mansour*** - *University of Jordan*
- ***Dr. Wesam Tahsseen Mansour*** - *Solaris Medical Center* (UAE)

  Determinants of Physicians' Adoption of AI in the Diagnosis and Treatment of Dermatological and Aesthetic Diseases: A Theoretical Analytical Study in Light of the UTAUT Model 8

- ***Associate Prof. Dr. Ahmed Hassan El-Saman*** - *Badr University in Cairo*

  A Hybrid Intelligence Interaction Competence Scale for Media Content Production: An Empirical Study 9

- ***Dr. Mervat El-Sayed Ahmed Soliman*** - *Tanta University*

  Impact of AI on Public Relations Strategies and their Communication Effectiveness: Smart Interaction instead of Human Communication 10

- ***Abeer Faysal Al-Ghamdi*** - *King Saud University*

  Audience Attitudes toward the Future of International Journalism in the Age of Artificial Intelligence: A Survey Study 11

(ISSN 2314-8721)
Egyptian Public Relations Association
(EPRA)
Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019
Copyright 2026@APRA
www.jprr.epra.org.eg