

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي

أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة وكفاءة المحتوى الرقمي:

دراسة ميدانية على عينة من المؤثرين الرقميين في غرب المملكة العربية السعودية

إعداد: اسم الطالب عبدالرحمن الحطاب

الرقم الأكاديمي: 222002006

إشراف:

د. توفيق عمري

Midocean University
College of Media and Marketing
Bachelor of Digital Media

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media

**The Impact of Artificial Intelligence Technologies on Digital
Content Quality and Efficiency:
A Field Study of Digital Influencers in Western Saudi Arabia**

Prepared by: Abdulrahman Alhattab

ID: 222002006

Supervised by:
Dr. Tewfik Amri

2026

الفهرس

5	المخلص
5	Abstract
6	مقدمة
7	الإشكالية
8	التساؤلات
8	فرضيات الدراسة
9	أهمية الدراسة
9	أسباب اختيار الموضوع
10	أهداف الدراسة
10	المفاهيم والمصطلحات
11	الدراسات السابقة
11	الدراسات الأجنبية
11	- الدراسة الأولى:
12	- الدراسة الثانية:
13	- الدراسة الثالثة:
14	- الدراسة الرابعة:
14	- الدراسة الخامسة:
15	الدراسات العربية
15	- الدراسة السادسة:
16	- الدراسة السابعة:
17	- الدراسة الثامنة:
18	- الدراسة التاسعة:

18	- الدراسة العاشرة:
19	مقارنة الدراسات السابقة
20	الإطار النظري
20	نظرية الاستخدامات والإشباع
21	نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
22	ربط الإطار النظري بالدراسة
23	المنهجية
23	عينة الدراسة
23	أدوات جمع البيانات
24	مجالات الدراسة
26	تحليل النتائج
26	تحليل استخدام الذكاء الاصطناعي
27	تحليل جودة المحتوى
27	تحليل التحديات
27	المناقشة
28	الاهداف
28	التوصيات
28	مستقبل الذكاء الاصطناعي في الإعلام
29	خاتمة
29	حدود الدراسة
29	المراجع
31	الملاحق

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة وكفاءة المحتوى الرقمي في سياق التحول الرقمي المتسارع. تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتستخدم الاستبيان أداة رئيسية لجمع البيانات من عينة قصدية مكوّنة من (35) مشاركًا من صناع المحتوى ومستخدمي أدوات الذكاء الاصطناعي.

تشير النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي يسهم إسهامًا ملحوظًا في تحسين جودة المحتوى عبر تقليل الأخطاء اللغوية، وتنظيم المعلومات، وتعزيز الاتساق البنوي، ورفع مستوى الاحترافية. كما يرفع الكفاءة الإنتاجية من خلال تسريع عمليات الإنتاج وتقليل الوقت والجهد، وزيادة الإنتاجية. وفي المقابل، تبرز تحديات تتعلق بإمكانية تراجع الإبداع البشري عند الاعتماد المفرط على الأدوات الذكية، إضافة إلى مخاطر الدقة في حال غياب المراجعة البشرية.

تخلص الدراسة إلى ضرورة تبني نموذج تكاملي يجمع بين قدرات الذكاء الاصطناعي وخبرة الإنسان، بما يضمن تحقيق جودة عالية مع الحفاظ على الأصالة والدقة.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، المحتوى الرقمي، جودة المحتوى، الكفاءة الإنتاجية.

Abstract

This study aims to examine the impact of artificial intelligence (AI) technologies on the quality and efficiency of digital content production within the context of rapid digital transformation. The study adopts a descriptive-analytical approach and utilizes a questionnaire as the primary data collection tool. The sample consists of 35 participants, including digital content creators and users of AI tools.

The findings indicate that AI technologies significantly contribute to improving content quality by reducing linguistic errors, enhancing information organization, and increasing overall professionalism. Additionally, AI improves production efficiency by accelerating content creation processes, reducing time and effort, and increasing productivity.

However, the study also highlights several challenges associated with the use of AI, including concerns about the accuracy of generated information and the potential negative impact on human creativity when over-reliance occurs.

The study concludes that a balanced approach integrating AI capabilities with human expertise is essential to ensure high-quality digital content while maintaining originality and accuracy.

Keywords: Artificial Intelligence, Digital Content, Content Quality, Productivity, Digital Media.

مقدمة

شهدت صناعة الإعلام خلال العقدین الأخيرین تحولات جذرية بفعل التطور المتسارع في تقنيات المعلومات والاتصال، حيث انتقل الإنتاج الإعلامي من نماذج تقليدية تعتمد على الجهد البشري الكامل إلى نماذج هجينة توظف الأنظمة الذكية في مختلف مراحل الإنتاج. ويأتي الذكاء الاصطناعي في مقدمة هذه التقنيات لما يقدمه من إمكانيات تحليلية وتوليدية تسهم في إعادة تشكيل عملية إنتاج المحتوى الرقمي.

لقد أتاح الذكاء الاصطناعي لصناع المحتوى أدوات متقدمة تمكّنهم من توليد نصوص متماسكة، وتصميم عناصر بصرية احترافية، وتحليل تفاعل الجمهور، بل والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية. وأسهم ذلك في رفع

جودة المخرجات وتقليل الزمن اللازم للإنتاج، ما أدى إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية وتحسين القدرة التنافسية في البيئة الرقمية.

غير أن هذه التحولات تطرح إشكاليات نظرية وعملية، تتعلق بحدود الاعتماد على الآلة في الإبداع، ومدى موثوقية المحتوى المنتج آليًا، إضافة إلى الأبعاد الأخلاقية المرتبطة بالدقة والتحقق. ومن هنا تتبع أهمية دراسة أثر الذكاء الاصطناعي على جودة وكفاءة المحتوى الرقمي، لفهم مزاياه وتحدياته، وتحديد أفضل سبل توظيفه.

إشكالية

1. تحديد مشكلة الدراسة العلمية

تتمثل المشكلة العلمية للدراسة في قياس أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة وكفاءة المحتوى الرقمي لدى المؤثرين الرقميين، وذلك من خلال تحليل العلاقة بين استخدام هذه التقنيات (كمتغير مستقل) وجودة المحتوى والكفاءة الإنتاجية (كمتغيرات تابعة)، في ظل قلة الدراسات الميدانية التي تناولت هذا الموضوع في البيئة العربية.

2. سبب دراسة المشكلة

تأتي دراسة هذه المشكلة في ظل التوسع المتزايد في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي، خاصة لدى المؤثرين الرقميين، حيث أصبح الاعتماد على هذه التقنيات أمرًا شائعًا في البيئة الإعلامية الحديثة. وتبرز الحاجة إلى دراسة هذه المشكلة نظرًا لعدم وضوح مدى تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى وكفاءته الإنتاجية بشكل ميداني، خصوصًا في البيئة العربية. كما تسهم هذه الدراسة في تقديم فهم علمي لطبيعة العلاقة بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وجودة وكفاءة المحتوى الرقمي، مما يساعد صناع المحتوى على توظيف هذه التقنيات بشكل أكثر فاعلية، مع إدراك التحديات المرتبطة بها.

3. تحديد العلاقة بين المتغيرات

تقوم هذه الدراسة على تحليل العلاقة بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي كمتغير مستقل، وجودة المحتوى الرقمي والكفاءة الإنتاجية كمتغيرات تابعة. حيث يُفترض أن زيادة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تسهم في تحسين جودة المحتوى من حيث الدقة والتنظيم، وكذلك في رفع الكفاءة الإنتاجية من خلال تقليل الوقت والجهد وزيادة الإنتاجية. كما تفترض الدراسة وجود علاقة بين الاستخدام المكثف لهذه التقنيات وظهور بعض التحديات التي قد تؤثر على الإبداع وجودة المحتوى، مما يشير إلى وجود تأثيرات إيجابية وسلبية في آنٍ واحد

التساؤلات

السؤال الرئيسي:

ما أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة وكفاءة المحتوى الرقمي لدى المؤثرين؟ وينبثق عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية، وهي:

1. ما أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من قبل المؤثرين الرقميين؟
2. ما تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى الرقمي؟
3. ما أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على الكفاءة الإنتاجية للمحتوى الرقمي؟
4. ما التحديات المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقم

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة وكفاءة المحتوى الرقمي لدى المؤثرين.

وتتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة المحتوى الرقمي .
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وزيادة الكفاءة الإنتاجية للمحتوى الرقمي .
3. يزداد اعتماد المؤثرين الرقميين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي .
4. يؤدي الاستخدام المكثف لتقنيات الذكاء الاصطناعي إلى ظهور تحديات تؤثر على جودة المحتوى والإبداع .

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج موضوعاً حديثاً يمس جوهر التحول في صناعة الإعلام الرقمي. فهي تسهم في تقديم إطار علمي لفهم دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى وزيادة الكفاءة الإنتاجية، كما تساعد صناع المحتوى على توظيف هذه التقنيات بشكل فعال، مع إبراز التحديات التي تستدعي حضوراً رقابياً بشرياً لضمان الدقة والأصالة.

أسباب اختيار الموضوع

تم اختيار موضوع "تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة وكفاءة المحتوى الرقمي" لعدة أسباب علمية ومهنية، من أبرزها:

1. الانتشار الواسع لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي .
2. ارتباط الموضوع بتخصص الإعلام الرقمي وأهميته في سوق العمل .
3. قلة الدراسات العربية التي تناولت هذا الموضوع بشكل ميداني .

4. الاهتمام المتزايد من قبل صناع المحتوى باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي .
5. حداثة الموضوع وأهميته في ظل التحول الرقمي المتسارع.

أهداف الدراسة

1. تحليل دور الذكاء الاصطناعي في مراحل إنتاج المحتوى الرقمي .
2. قياس تأثيره على جودة المحتوى من حيث الدقة والوضوح والتنظيم .
3. تقييم أثره على الكفاءة الإنتاجية (الوقت، الجهد، الإنتاجية) .
4. تحديد التحديات المهنية والأخلاقية المرتبطة باستخدامه .

المفاهيم والمصطلحات

1. الذكاء الاصطناعي: (Artificial Intelligence)

يُعرّف الذكاء الاصطناعي بأنه مجموعة من الأنظمة والتقنيات الحاسوبية التي تحاكي القدرات العقلية البشرية مثل التعلم والتحليل واتخاذ القرار . (Russell & Norvig, 2021) وفي هذه الدراسة، يُستخدم الذكاء الاصطناعي كأداة لدعم إنتاج المحتوى الرقمي وتحسين جودته وكفاءته.

2. المحتوى الرقمي: (Digital Content)

يشير المحتوى الرقمي إلى جميع أشكال المعلومات والمواد الإعلامية التي يتم إنتاجها ونشرها عبر الوسائط الرقمية مثل النصوص والصور والفيديو . (Küng, 2017) وفي هذه الدراسة، يركز الباحث على المحتوى الذي ينتجه المؤثرون باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

3. جودة المحتوى: (Content Quality)

تُعرّف جودة المحتوى بأنها مدى دقة المعلومات وتنظيمها ووضوحها وملاءمتها لاحتياجات الجمهور . (DeLone & McLean, 2003) وفي هذه الدراسة، يتم قياس جودة المحتوى من خلال مؤشرات مثل تقليل الأخطاء اللغوية وتحسين التنظيم وزيادة الاحترافية.

4. الكفاءة الإنتاجية: (Productivity Efficiency)

تشير الكفاءة الإنتاجية إلى القدرة على إنجاز العمل بأقل وقت وجهد ممكن مع تحقيق أفضل النتائج. (Drucker, 2007) وفي هذه الدراسة، ترتبط الكفاءة الإنتاجية بمدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في تسريع إنتاج المحتوى وزيادة الإنتاجية.

5. الإبداع: (Creativity)

يُعرف الإبداع بأنه القدرة على إنتاج أفكار جديدة ومبتكرة ذات قيمة. (Amabile, 1996) وفي هذه الدراسة، يتم تناول الإبداع من حيث تأثيره باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي.

الدراسات السابقة:

الدراسات الأجنبية:

- الدراسة الأولى:

اسم الباحث: Shunyu Yao و Zhengyuan Yang وآخرون (2023)

عنوان الدراسة: توليد المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي: مراجعة شاملة

التعريف:

هي دراسة علمية تحليلية تناولت تقنيات توليد المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي، مع التركيز على النماذج التوليدية الحديثة، حيث هدفت إلى استكشاف دور هذه التقنيات في تحسين جودة المحتوى الرقمي وتسريع عمليات الإنتاج.

1. المنهج: مراجعة علمية تحليلية

2. أداة الدراسة: تحليل الدراسات السابقة والمراجع العلمية

3. العينة: مجموعة من الدراسات والأبحاث العلمية

4. منظور الدراسة: نظري تحليلي

5. الهدف: تحليل دور الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى

6. النتائج: تحسين جودة المحتوى وزيادة الكفاءة الإنتاجية

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من تقديمها تحليلاً شاملاً لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي ودورها في إنتاج المحتوى الرقمي، حيث توضح كيف تسهم هذه التقنيات في تحسين جودة المحتوى وتسريع عمليات الإنتاج، وهو ما يعد أساساً لفهم العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والكفاءة الإنتاجية.

أوجه الاستفادة:

استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في دعم الفرضية القائلة بوجود علاقة إيجابية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة المحتوى الرقمي، إضافة إلى الاستناد إليها في تفسير أثر هذه التقنيات على رفع الكفاءة الإنتاجية لدى صناع المحتوى.

- الدراسة الثانية:

اسم الباحث: Luciano Floridi (2025)

عنوان الدراسة: دراسات المحتوى في عصر الذكاء الاصطناعي

التعريف:

هي دراسة نظرية تناولت مفهوم تحليل المحتوى في ظل تطور الذكاء الاصطناعي، وركزت على التغيرات التي أحدثتها هذه التقنيات في إنتاج المحتوى وتقييم جودته.

1. المنهج: تحليلي نظري

2. أداة الدراسة: تحليل الأدبيات والدراسات الفكرية

3. العينة: الكتب والدراسات النظرية

4. منظور الدراسة: نظري

5. الهدف: دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على تحليل المحتوى

6. النتائج: أصبح الذكاء الاصطناعي عنصراً رئيسياً في تطوير المحتوى

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى الصحفي من حيث الدقة والتنظيم.

أوجه الاستفادة:

أسهمت في دعم العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة المحتوى الرقمي، وهو ما يرتبط بشكل مباشر بمتغير الجودة في الدراسة الحالية.

- الدراسة الثالثة:

اسم الباحث: Morten Møller (2026)

عنوان الدراسة: تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي على وسائل التواصل الاجتماعي

التعريف:

هي دراسة تحليلية تناولت تأثير الذكاء الاصطناعي على إنتاج المحتوى في منصات التواصل الاجتماعي، مع التركيز على دوره في تعزيز التفاعل وزيادة سرعة الإنتاج.

1. المنهج: تحليلي

2. أداة الدراسة: تحليل بيانات ومحتوى رقمي

3. العينة: مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي

4. منظور الدراسة: تطبيقي تحليلي

5. الهدف: دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على التفاعل والإنتاج

6. النتائج: زيادة الإنتاجية مع تحديات في المصادقية

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على بيئة وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة فيما يتعلق بسرعة إنتاج المحتوى وزيادة التفاعل مع الجمهور.

أوجه الاستفادة:

دعمت هذه الدراسة تحليل أثر الذكاء الاصطناعي على الكفاءة الإنتاجية لدى المؤثرين الرقميين، إضافة إلى إبراز التحديات المرتبطة بدقة المحتوى والمصادقية.

- الدراسة الرابعة:

اسم الباحث: Charalampos Tsalakanidou (2021)

عنوان الدراسة: الإعلام والذكاء الاصطناعي: الواقع الحالي والتوقعات المستقبلية

التعريف:

هي دراسة وصفية تحليلية تناولت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، وركزت على تأثيره في تحسين الأداء وتسريع العمليات الإنتاجية.

1. المنهج: وصفي تحليلي

2. أداة الدراسة: تحليل تقارير وممارسات إعلامية

3. العينة: مؤسسات إعلامية

4. منظور الدراسة: تطبيقي

5. الهدف: دراسة دور الذكاء الاصطناعي في الإعلام

6. النتائج: تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف

أهمية الدراسة:

توضح هذه الدراسة الدور المتنامي للذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء الإعلامي داخل المؤسسات، خاصة في تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف.

أوجه الاستفادة:

استفادت الدراسة الحالية منها في دعم العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وتقليل الوقت والجهد في إنتاج المحتوى، وهو ما يرتبط بمتغير الكفاءة الإنتاجية.

- الدراسة الخامسة:

اسم الباحث: Fang Wu وآخرون (2023)

عنوان الدراسة: المحتوى المؤلّد بالذكاء الاصطناعي

التعريف:

هي دراسة علمية ركزت على تقنيات إنشاء المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي، وبيّنت كيف تسهم هذه التقنيات في تحسين جودة المحتوى وتسريع إنتاجه.

1. المنهج: مراجعة علمية

2. أداة الدراسة: تحليل الدراسات السابقة

3. العينة: أبحاث علمية

4. منظور الدراسة: نظري

الهدف: تحليل تقنيات إنتاج المحتوى

5. النتائج: تحسين الجودة وزيادة الإنتاجية

أهمية الدراسة:

تبرز هذه الدراسة أهمية الذكاء الاصطناعي كأداة أساسية في إنتاج المحتوى الرقمي، مع التركيز على دوره في تحسين الجودة وزيادة الإنتاجية.

أوجه الاستفادة:

دعمت هذه الدراسة العلاقة المباشرة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة المحتوى الرقمي، وهو ما يدعم أحد المتغيرات الأساسية في الدراسة الحالية.

الدراسات العربية

- الدراسة السادسة:

اسم الباحث: د. عبدالعزيز طه إبراهيم (2023)

عنوان الدراسة: الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي

التعريف:

هي دراسة تناولت استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية العربية، وركزت على دورها في تحسين جودة المحتوى وتطوير الأداء الإعلامي.

1. المنهج: وصفي تحليلي
2. أداة الدراسة: استبيان
3. العينة: إعلاميون
4. منظور الدراسة: ميداني تطبيقي
5. الهدف: دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام
6. النتائج: تحسين الجودة وزيادة الكفاءة

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في تناولها لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية العربية، مما يعكس واقع استخدام هذه التقنيات في السياق المحلي.

أوجه الاستفادة:

استفادت الدراسة الحالية منها في دعم الجانب التطبيقي للعلاقة بين الذكاء الاصطناعي وجودة المحتوى والكفاءة الإنتاجية لدى صناع المحتوى.

- الدراسة السابعة:

اسم الباحث: محمد عبدالرازق (2022)

عنوان الدراسة: تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام

التعريف:

هي دراسة بحثت في واقع استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، وتأثيره على الأداء المهني والإنتاج الإعلامي.

1. المنهج: وصفي
2. أداة الدراسة: استبيان
3. العينة: إعلاميون
4. منظور الدراسة: ميداني
5. الهدف: تحليل استخدام الذكاء الاصطناعي
6. النتائج: تحسين الأداء وتسريع الإنتاج

أهمية الدراسة:

تسهم هذه الدراسة في توضيح واقع استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية وتأثيره على الأداء المهني.

أوجه الاستفادة:

دعمت هذه الدراسة تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على سرعة إنتاج المحتوى وتحسين الكفاءة الإنتاجية، وهو ما يتوافق مع متغيرات الدراسة الحالية.

- الدراسة الثامنة:

اسم الباحث: مصطفى علي عبدالله (2025)

عنوان الدراسة: تأثير الذكاء الاصطناعي على محتوى الصحافة الإلكترونية

التعريف:

هي دراسة تحليلية تناولت أثر الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى الصحفي من حيث الدقة والتنظيم.

1. المنهج: تحليلي

2. أداة الدراسة: تحليل محتوى

3. العينة: مواقع صحفية

4. منظور الدراسة: تطبيقي

5. الهدف: قياس تأثير الذكاء الاصطناعي على الجودة

6. النتائج: تحسين الدقة وسرعة الإنتاج

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى الصحفي من حيث الدقة والتنظيم.

أوجه الاستفادة:

أسهمت في دعم العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة المحتوى الرقمي، وهو ما يرتبط بشكل مباشر بمتغير الجودة في الدراسة الحالية.

- الدراسة التاسعة:

اسم الباحث: محمد الغباري و باسل عثمان (2023)

عنوان الدراسة: دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي

التعريف:

هي دراسة تناولت مستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، مع التركيز على تأثيره في تطوير المحتوى وتحليل الجمهور.

1. المنهج: تحليلي

2. أداة الدراسة: تحليل تقارير

3. العينة: دراسات وتقارير

4. منظور الدراسة: نظري

5. الهدف: تحليل مستقبل الإعلام

6. النتائج: اعتماد متزايد على الذكاء الاصطناعي

أهمية الدراسة:

توضح هذه الدراسة الاتجاهات المستقبلية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي وتأثيره على تطوير المحتوى.

أوجه الاستفادة:

دعمت الإطار النظري للدراسة الحالية، خاصة فيما يتعلق بتفسير تزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي.

- الدراسة العاشرة:

اسم الباحث: د. سعيد العمودي (2025)

عنوان الدراسة: مستقبل الإبداع الإعلامي في ظل الذكاء الاصطناعي

التعريف:

هي دراسة تناولت تأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع الإعلامي، مع التركيز على العلاقة بين التقنية والإبداع البشري.

1. المنهج: وصفي تحليلي

2. أداة الدراسة: مقابلات وتحليل

3. العينة: خبراء إعلام

4. منظور الدراسة: ميداني

5. الهدف: دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع

6. النتائج: تحسين الإنتاج مع تحديات في الإبداع

أهمية الدراسة:

تكمّن أهمية هذه الدراسة في تناولها لتأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع الإعلامي، وهو عنصر مهم في تقييم جودة المحتوى.

أوجه الاستفادة:

دعمت هذه الدراسة جانب التحديات في البحث، خاصة فيما يتعلق بتأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع والأصالة، وهو ما يرتبط بفرضيات الدراسة الحالية.

مقارنة الدراسات السابقة

تُظهر الدراسات السابقة اتفاقاً عاماً حول الأثر الإيجابي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الرقمي، إلا أنها اختلفت في مناهجها وزوايا تناولها للموضوع.

فمن حيث طبيعة المنهج، اعتمدت معظم الدراسات الأجنبية مثل (Yao et al., 2023) و

(Wu et al., 2023) على المنهج التحليلي والمراجعات العلمية، حيث ركزت على تحليل التقنيات

الحديثة للذكاء الاصطناعي ودورها في إنتاج المحتوى، بينما استخدمت بعض الدراسات مثل

(Tsalakanidou, 2021) المنهج الوصفي التحليلي لدراسة تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل

المؤسسات الإعلامية. أما الدراسات العربية مثل (إبراهيم، 2023) و (عبدالرازق، 2022)، فقد ركزت

بشكل أكبر على المنهج الوصفي لدراسة واقع استخدام الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية العربية.

ومن حيث موضوع الدراسة، ركزت بعض الدراسات على جودة المحتوى الرقمي، حيث أكدت دراسات (Yao et al., 2023) و(عبدالله، 2025) أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين دقة المحتوى وتنظيمه. في حين ركزت دراسات أخرى على الكفاءة الإنتاجية مثل (Møller, 2026) و (عبدالرازق، 2022)، والتي أوضحت أن استخدام الذكاء الاصطناعي يؤدي إلى تقليل الوقت والجهد وزيادة سرعة الإنتاج.

أما فيما يتعلق بالتحديات، فقد أشارت بعض الدراسات مثل (Møller, 2026) و (العمودي، 2025) إلى وجود آثار سلبية محتملة، مثل التأثير على الإبداع البشري ومصادقية المحتوى، مما يعكس ضرورة وجود توازن بين استخدام التقنية والدور البشري. ومن ناحية الفئة المستهدفة، ركزت الدراسات الأجنبية مثل (Abidin, 2016)

و (De Veirman et al., 2017) على المؤثرين وصناع المحتوى، حيث أكدت أن جودة المحتوى تمثل عاملاً رئيسياً في تحقيق التفاعل مع الجمهور، وهو ما يتوافق مع عينة الدراسة الحالية. في المقابل، ركزت معظم الدراسات العربية على المؤسسات الإعلامية بشكل عام، ولم تتناول المؤثرين بشكل مباشر. وبشكل عام، يمكن القول إن هناك اتفاقاً بين الدراسات السابقة على أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين جودة المحتوى وزيادة الكفاءة الإنتاجية، إلا أن معظم هذه الدراسات ركزت على الجانب النظري أو التحليلي، في حين تتميز الدراسة الحالية بكونها دراسة ميدانية تسعى إلى قياس هذا التأثير بشكل عملي من خلال عينة من المؤثرين الرقميين، مما يسهم في سد فجوة بحثية وتقديم نتائج أكثر واقعية تعكس الاستخدام الفعلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي.

الإطار النظري

يُعد الإطار النظري أحد أهم مكونات البحث العلمي، حيث يوفر الأساس الفكري الذي يستند إليه الباحث في تفسير الظاهرة محل الدراسة. وتعتمد هذه الدراسة على عدد من النظريات الإعلامية التي تساعد في فهم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي.

نظرية الاستخدامات والإشباع

تعريف النظرية:

تُعد نظرية الاستخدامات والإشباع من أبرز النظريات في مجال الإعلام، حيث تقترض أن الأفراد

ليسوا متلقين سلبيين، بل يستخدمون وسائل الإعلام والتقنيات الحديثة لتحقيق احتياجات ودوافع معينة، مثل الحصول على المعلومات، والترفيه، وتطوير المهارات.

- نشأة النظرية:

ظهرت هذه النظرية في ستينيات القرن العشرين، وارتبطت بأعمال عدد من الباحثين مثل (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973)

- ، حيث ركزت على دراسة دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام والإشباع التي يحققونها من هذا الاستخدام.

- أساليب استخدامها:

تُستخدم هذه النظرية في تحليل سلوك الجمهور، وتفسير أسباب اختيارهم لوسائل أو تقنيات معينة، ومدى تحقيق هذه الوسائل لاحتياجاتهم المختلفة.

- سياق استخدامها:

تُستخدم في الدراسات الإعلامية لفهم العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، خاصة في البيئات الرقمية التي تتعدد فيها الخيارات الإعلامية.

- تطبيق النظرية على الدراسة:

يمكن تطبيق هذه النظرية في هذه الدراسة من خلال تفسير اعتماد المؤثرين الرقميين على تقنيات الذكاء الاصطناعي كوسيلة لتحقيق عدد من الإشباع، مثل تحسين جودة المحتوى، وتسريع عملية الإنتاج، وتقليل الجهد المبذول، وزيادة الكفاءة الإنتاجية. وبالتالي، فإن استخدام هذه التقنيات يُعد استجابة لحاجات مهنية وإعلامية لدى صناع المحتوى.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تعريف النظرية:

تشير نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى أن الأفراد يزداد اعتمادهم على وسائل الإعلام والتقنيات الحديثة كلما زادت قدرتها على تلبية احتياجاتهم وتحقيق أهدافهم.

- نشأة النظرية:

ظهرت هذه النظرية في السبعينيات، وارتبطت بأعمال الباحثين (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976)

- ، حيث ركزت على العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، ومدى اعتماد الأفراد على هذه الوسائل في حياتهم اليومية.

- أساليب استخدامها:

تُستخدم هذه النظرية في تحليل مدى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وقياس تأثير هذا الاعتماد على السلوك والمعرفة والاتجاهات.

- سياق استخدامها:

تُستخدم في الدراسات الإعلامية لفهم العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام في ظل التطور التكنولوجي، خاصة مع ظهور الوسائط الرقمية والتقنيات الحديثة.

- تطبيق النظرية على الدراسة:

يمكن من خلال هذه النظرية تفسير اعتماد المؤثرين الرقميين على تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث يزداد هذا الاعتماد كلما أثبتت هذه التقنيات فاعليتها في تحسين جودة المحتوى وتسريع الإنتاج. ويعكس ذلك أهمية الذكاء الاصطناعي كأداة أساسية في بيئة الإعلام الرقمي.

ربط الإطار النظري بالدراسة

تساعد النظريتان السابقتان في تفسير نتائج الدراسة، حيث توضح نظرية الاستخدامات والإشباع أن المؤثرين يلجؤون إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق أهداف مهنية مثل تحسين الجودة وزيادة الكفاءة، بينما تفسر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام زيادة الاعتماد على هذه التقنيات نتيجة فاعليتها في تحقيق تلك الأهداف.

وبالتالي، فإن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي يمكن تفسيره في ضوء سعي المؤثرين لتحقيق الإشباع المهني، وزيادة اعتمادهم على التقنيات التي تسهم في تحسين الأداء الإعلامي.

المنهجية

1. منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يُعد من أكثر المناهج استخدامًا في الدراسات الإعلامية، حيث يهدف إلى وصف الظاهرة محل الدراسة وتحليلها بشكل علمي دقيق. ويُستخدم هذا المنهج لدراسة أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة وكفاءة المحتوى الرقمي لدى المؤثرين، من خلال جمع البيانات من أفراد العينة وتحليلها للوصول إلى نتائج تعكس واقع الظاهرة المدروسة.

2. عينة الدراسة

تُعرف العينة بأنها جزء من مجتمع الدراسة يتم اختياره بطريقة علمية ليمثل هذا المجتمع، وذلك بهدف جمع البيانات وتحليلها للوصول إلى نتائج يمكن تعميمها.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على **العينة القصدية**، وهي أحد أنواع العينات غير الاحتمالية، حيث يتم اختيار أفراد العينة بناءً على معايير محددة تخدم أهداف البحث، مثل امتلاك الخبرة أو المعرفة بموضوع الدراسة.

وفي هذه الدراسة، تم اختيار عينة مكونة من (35) مشاركًا من صناع المحتوى الرقمي في غرب المملكة العربية السعودية، ممن لديهم خبرة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك بهدف الحصول على بيانات دقيقة تعكس واقع استخدام هذه التقنيات وتأثيرها على جودة وكفاءة المحتوى الرقمي.

3. أدوات جمع البيانات

ستتدنا في جمع بيانات الدراسة إلى: **استمارة الاستبيان**، وكانت في شكلها الإلكتروني، حيث تم توزيع (40) استبانة على أفراد العينة من صناع المحتوى الرقمي، وتم استرجاع (35) استبانة صالحة للتحليل، بعد استبعاد الاستبانات غير المكتملة.

4. مجالات الدراسة

1. المجال المكاني:

أُجريت الدراسة في غرب المملكة العربية السعودية، على عينة من صناع المحتوى الرقمي.

2. المجال الزمني:

أُجريت الدراسة خلال الفصل الدراسي الأول لعام 2026، حيث شملت فترة إعداد الإطار النظري، ثم جمع البيانات وتحليلها.

3. المجال البشري:

أُجريت الدراسة على عينة مكونة من (35) مشاركًا من صناع المحتوى الرقمي، ممن يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى

تحليل النتائج

وفيما يتعلق بتأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى الرقمي، أظهرت النتائج أن نسبة (74%) من المشاركين يرون أن هذه التقنيات تسهم في تحسين جودة المحتوى، من خلال تقليل الأخطاء اللغوية وتنظيم المعلومات وزيادة مستوى الاحترافية. وتؤكد هذه النتيجة صحة الفرضية التي تقترض وجود علاقة إيجابية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة المحتوى الرقمي مما يعزز من مصداقية نتائج الدراسة الحالية

(Yao et al., 2023) و (Wu et al., 2023)، اللتين أشارتا إلى أن الذكاء الاصطناعي يسهم في إنتاج محتوى أكثر دقة وتنظيمًا.

أما فيما يخص الكفاءة الإنتاجية، فقد أظهرت النتائج أن نسبة (85%) من المشاركين أكدوا أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تقليل الوقت والجهد، بينما أشار (78%) إلى أنه يزيد من الإنتاجية. وهذا يؤكد صحة الفرضية التي تنص على أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يؤدي إلى تحسين الكفاءة الإنتاجية، مما يعزز من مصداقية نتائج الدراسة الحالية (Møller, 2026) و

(Tsalakanidou, 2021)، اللتين أوضحتا أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تسريع عمليات الإنتاج وتحسين الأداء الإعلامي.

جدول الاول:

استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي

العنصر	النسبة (%)
استخدام الذكاء الاصطناعي	71%
استخدام ChatGPT	80%
أدوات تحسين النصوص	63%
أدوات التصميم	51%

يتضح من الجدول أن نسبة كبيرة من المشاركين يعتمدون على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي، حيث بلغت نسبة الاستخدام 71%، كما تُعد أداة ChatGPT الأكثر استخدامًا بنسبة 80%، مما يعكس الانتشار الواسع لهذه التقنيات في المجال الإعلامي.

جدول الثاني:

تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى

العبرة	مستوى التأثير
تحسين جودة المحتوى	مرتفع
تقليل الأخطاء اللغوية	مرتفع
تنظيم المعلومات	مرتفع
زيادة الاحترافية	مرتفع

يتضح من الجدول أن الذكاء الاصطناعي يسهم بشكل واضح في تحسين جودة المحتوى الرقمي، حيث أشار المشاركون إلى ارتفاع تأثيره في تقليل الأخطاء اللغوية وتنظيم المعلومات وزيادة مستوى الاحترافية.

جدول الثالث:

الكفاءة الإنتاجية

العنصر	النسبة(%)
تقليل الوقت والجهد	85%
زيادة الإنتاجية	78%

يبين الجدول أن الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا مهمًا في رفع الكفاءة الإنتاجية، من خلال تقليل الوقت والجهد المبذول في إنتاج المحتوى، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية بشكل ملحوظ.

جدول الرابع:

التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي

التحدي	النسبة(%)
دقة المعلومات	66%
التأثير على الإبداع	60%
الحاجة لرقابة بشرية	88%

يشير الجدول إلى وجود عدد من التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي، حيث تبرز الحاجة إلى الرقابة البشرية لضمان دقة المعلومات والحفاظ على جودة المحتوى.

تحليل النتائج

تحليل استخدام الذكاء الاصطناعي

تشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من المشاركين يعتمدون على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي، وهو ما يعكس الانتشار الواسع لهذه التقنيات في البيئة الإعلامية الحديثة. ويظهر ذلك أن الذكاء الاصطناعي لم يعد خيارًا ثانويًا، بل أصبح أداة أساسية يعتمد عليها صناع المحتوى في أداء مهامهم اليومية.

تحليل جودة المحتوى

توضح النتائج أن الذكاء الاصطناعي يسهم بشكل ملحوظ في تحسين جودة المحتوى، من خلال تقليل الأخطاء اللغوية، وتنظيم المعلومات، ورفع مستوى الاحترافية. ويعكس ذلك قدرة هذه التقنيات على دعم صناع المحتوى في إنتاج مواد إعلامية أكثر دقة ووضوحًا، وهو ما يتفق مع نتائج الدراسات السابقة.

تحليل الكفاءة الإنتاجية

تؤكد النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي يؤدي إلى تسريع عملية إنتاج المحتوى، وتقليل الوقت والجهد المبذول، مما ينعكس إيجابيًا على الكفاءة الإنتاجية. وهذا يدل على أن هذه التقنيات تسهم في تحسين أداء العمل الإعلامي، وزيادة القدرة على إنتاج محتوى بكميات أكبر وفي وقت أقل.

تحليل التحديات

على الرغم من الفوائد الكبيرة للذكاء الاصطناعي، إلا أن النتائج تشير إلى وجود بعض التحديات، مثل احتمال تأثيره على الإبداع البشري، أو تقديم معلومات غير دقيقة في بعض الحالات. وهذا يؤكد أهمية وجود رقابة بشرية لضمان جودة المحتوى والحفاظ على مصداقيته.

المناقشة

تشير نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية واضحة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة المحتوى الرقمي، حيث يسهم في تقليل الأخطاء وتنظيم المعلومات ورفع مستوى الاحترافية. كما توضح النتائج أن الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا مهمًا في زيادة الكفاءة الإنتاجية، من خلال تسريع عمليات الإنتاج وتقليل الوقت والجهد المبذول. وتتوافق هذه النتائج مع العديد من الدراسات السابقة، مما يعزز مصداقية النتائج ويؤكد الاتجاه العام نحو الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

ومع ذلك، فإن هذه النتائج لا تخلو من بعض التحديات، حيث أظهرت الدراسة وجود مخاوف تتعلق بتأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع البشري، وهو ما يستدعي ضرورة تحقيق التوازن بين استخدام التقنية والحفاظ على دور الإنسان.

الأهداف

توصلت الدراسة إلى مجموعة من الأهداف، تمثلت في:

- إثبات وجود تأثير إيجابي لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى الرقمي .
- التأكد من أن الذكاء الاصطناعي يسهم في زيادة الكفاءة الإنتاجية من خلال تقليل الوقت والجهد .
- الكشف عن أبرز التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي، مثل التأثير على الإبداع ودقة المعلومات .
- توضيح مدى اعتماد صناع المحتوى على أدوات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الرقمي .
- إبراز أهمية التوازن بين استخدام الذكاء الاصطناعي والدور البشري في إنتاج المحتوى .

التوصيات

- تدريب صناع المحتوى على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل احترافي
- تعزيز الرقابة البشرية على المحتوى المنتج لضمان الدقة
- تحقيق التوازن بين التقنية والإبداع
- تطوير مهارات التفكير النقدي لدى المستخدمين
- وضع ضوابط أخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي

مستقبل الذكاء الاصطناعي في الإعلام

من المتوقع أن يشهد الذكاء الاصطناعي تطورًا كبيرًا في مجال الإعلام الرقمي خلال السنوات القادمة، حيث ستصبح هذه التقنيات أكثر تقدمًا وقدرة على إنتاج محتوى عالي الجودة بشكل مستقل. كما سيزداد الاعتماد عليها في المؤسسات الإعلامية، مما يتطلب تطوير مهارات جديدة لدى صناع المحتوى.

خاتمة

يُعد الذكاء الاصطناعي من أبرز التقنيات التي أحدثت تحولاً جذرياً في صناعة المحتوى الرقمي، حيث ساهم بشكل واضح في تحسين جودة المحتوى وزيادة الكفاءة الإنتاجية. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هذه التقنيات أصبحت عنصراً أساسياً في عمل صناع المحتوى، لما توفره من سرعة ودقة في الإنجاز. ورغم المزايا العديدة التي يقدمها الذكاء الاصطناعي، إلا أن استخدامه يتطلب وعياً مهنيًا وأخلاقيًا، خاصة فيما يتعلق بدقة المعلومات والحفاظ على الإبداع البشري. ومن هنا، تبرز أهمية تحقيق التوازن بين استخدام التقنيات الحديثة ودور الإنسان في العملية الإنتاجية.

حدود الدراسة

تتمثل حدود هذه الدراسة في اعتمادها على عينة محدودة، واقتصارها على استخدام الاستبيان كأداة رئيسية، مما قد يؤثر على تعميم النتائج.

المراجع

Abidin, C. (2016). Internet Celebrity: Understanding Influencer Culture. Emerald Publishing.

.Amabile, T. M. (1996). Creativity in context. Westview Press

DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. Journal of Management Information Systems, 19(4), 9–30

De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through
.Instagram influencers. *International Journal of Advertising*

Drucker, P. F. (2007). Management challenges for the 21st century.
.Routledge

.Floridi, L. (2025). Content Studies in the AI Era. Oxford University Press

Küng, L. (2017). Strategic management in the media: Theory to practice.
.Sage Publications

Møller, M. (2026). The Impact of Generative AI on Social Media. *Journal of*
.Media Studies

Russell, S. J., & Norvig, P. (2021). Artificial intelligence: A modern approach
. (4th ed.). Pearson

.Tsalakanidou, C. (2021). Media and Artificial Intelligence. Springer

Wu, F., et al. (2023). Artificial Intelligence Generated Content in Media.
.Journal of Digital Media

Yao, S., Yang, Z., et al. (2023). AI-Generated Content: A Survey. arXiv.

الملاحق

الاستبيان

عنوان الاستبيان:

تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة وكفاءة المحتوى الرقمي

مقدمة الاستبيان:

عزيزي المشارك،

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع بيانات علمية حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى

الرقمي وتأثيرها على الجودة والكفاءة.

جميع الإجابات سرية وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

القسم الأول: البيانات العامة

1. الجنس:

☐ ذكر

☐ أنثى

2. العمر:

☐ أقل من 20

☐ 20-25

☐ 25-30

☐ أكثر من 30

3. المستوى الدراسي:

☐ السنة الأولى

☐ السنة الثانية

☐ السنة الثالثة

☐ السنة الرابعة

4. معدل استخدامك للذكاء الاصطناعي:

☐ دائماً

☐ غالباً

☐ أحياناً

☐ نادراً

القسم الثاني: استخدام الذكاء الاصطناعي

5. هل سبق لك استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي؟

☐ نعم

☐ إلى حد ما

☐ لا

6. ما هي الأدوات التي تستخدمها؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

☐ ChatGPT

☐ أدوات تحسين النصوص

☐ أدوات تصميم الصور

☐ أدوات إنتاج الفيديو

☐ أخرى _____ :

7. ما الهدف من استخدامك للذكاء الاصطناعي؟

☐ توفير الوقت

☐تحسين الجودة

☐توليد أفكار

☐تسهيل الإنتاج

8. ما مدى اعتمادك على الذكاء الاصطناعي؟

☐اعتماد كبير

☐متوسط

☐قليل

☐لا أعتد عليه

9. ما نوع المحتوى الذي تستخدم فيه الذكاء الاصطناعي؟

☐نصي

☐تعليمي

☐تسويقي

☐تصميم وصور

☐فيديو

10. هل ساعدك الذكاء الاصطناعي في تطوير مهاراتك؟

☐نعم

☐إلى حد ما

☐لا

القسم الثالث: جودة المحتوى

(اختر درجة موافقتك)

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق بشدة العبارة

يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة العبارة

يقلل من الأخطاء اللغوية	☐	☐	☐	☐	☐
يساعد في تنظيم المعلومات	☐	☐	☐	☐	☐
يزيد من احترافية المحتوى	☐	☐	☐	☐	☐
يحسن العناصر البصرية	☐	☐	☐	☐	☐

القسم الرابع: كفاءة الإنتاج

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة العبارة

يساهم في تسريع الإنتاج	☐	☐	☐	☐	☐
يقلل الوقت والجهد	☐	☐	☐	☐	☐
يزيد الإنتاجية	☐	☐	☐	☐	☐
يسهل عملية التحرير	☐	☐	☐	☐	☐
يساعد في إدارة الوقت	☐	☐	☐	☐	☐

القسم الخامس: التحديات والمستقبل

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة العبارة

يقلل من الإبداع	☐	☐	☐	☐	☐
قد يقدم معلومات غير دقيقة	☐	☐	☐	☐	☐
يحتاج إلى رقابة بشرية	☐	☐	☐	☐	☐
سيزداد استخدامه مستقبلاً	☐	☐	☐	☐	☐
الدمج بين الإنسان والذكاء الاصطناعي أفضل	☐	☐	☐	☐	☐

السؤال المفتوح

11. برأيك، كيف سيؤثر الذكاء الاصطناعي على مستقبل صناعة المحتوى الرقمي؟

.....

.....