

” دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير مهارات صناعة
المحتوى الرقمي لدى طلبة كلية الإعلام والتسويق بجامعة
ميدأوشن – دراسة ميدانية.”

أسم الطالبة/
غدير مسعد المطيري

إشراف
د. توفيق عمري

٢٠٢٦

الدراسات السابقة

في ظل التطورات المتسارعة في تقنيات الذكاء الاصطناعي وتزايد تأثيرها في مختلف المجالات المعرفية والمهنية، حظي موضوع توظيف هذه التقنيات في المجال الإعلامي وصناعة المحتوى الرقمي باهتمام متزايد من قبل الباحثين والدارسين. وقد سعت العديد من الدراسات السابقة إلى تناول دور الذكاء الاصطناعي في تطوير العملية التعليمية وتعزيز مهارات إنتاج المحتوى الرقمي لدى طلاب الإعلام. كما ركزت بعض الدراسات على تحليل اتجاهات المستخدمين نحو هذه التقنيات، إضافة إلى استكشاف تأثيرها في بيئات العمل الإعلامي المختلفة. وتكمن أهمية استعراض الدراسات السابقة في التعرف على أبرز الجهود البحثية التي تناولت موضوع الدراسة، والاستفادة من نتائجها في بناء الإطار العلمي للدراسة الحالية. وفيما يلي عرض لأبرز الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع البحث.

دراسة (Alfarsi وآخرون، ٢٠٢٤)

هدفت هذه الدراسة إلى فحص تأثير دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئات التعليمية على مستوى مشاركة الطلاب في أنشطة إنشاء المحتوى الإعلامي. اعتمدت الدراسة المنهج الكمي من خلال توزيع استبيان على عينة من طلاب الجامعات، إضافة إلى تطوير تطبيق تعليمي يعتمد على الذكاء الاصطناعي لمساعدة الطلاب في تحسين مهارات إنتاج الوسائط الرقمية. ركزت الدراسة على تحليل العوامل التي تحفز مشاركة الطلاب في أنشطة إنشاء المحتوى الإعلامي أو تعيقها. أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي واضح لدمج أدوات الذكاء الاصطناعي في تعزيز مشاركة الطلاب وتنمية قدراتهم الإبداعية في إنتاج المحتوى الإعلامي. كما بينت أن التقنيات الذكية تسهم في تحسين مخرجات التعلم وتطوير مهارات إنتاج الوسائط الرقمية لدى الطلاب. وأوصت الدراسة بضرورة توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية لتعزيز الابتكار والإبداع لدى المتعلمين.

دراسة (الزغبى والفراني، ٢٠٢٥)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تطوير مهارات إنشاء المحتوى التعليمي الرقمي لدى المدربين والمتدربين في الكلية التقنية للبنات. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي مع تصميم شبه تجريبي، حيث تم إعداد بطاقة تقييم لقياس مهارات إنتاج المحتوى الرقمي ومقياس لقياس اتجاهات المشاركات نحو استخدام الذكاء الاصطناعي. تكونت عينة الدراسة من (٣١) مدربة ومتدربة تم اختيارهن عشوائياً ضمن مجموعة تجريبية واحدة. أظهرت النتائج وجود اتجاهات إيجابية لدى المشاركات نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج المحتوى التعليمي الرقمي. كما أظهرت نتائج بطاقة التقييم ارتفاع مستوى المهارات المكتسبة بعد

تطبيق التجربة. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات التعليمية والتدريبية وتطوير الثقافة التكنولوجية المرتبطة بها.

دراسة (Fayez وآخرون، ٢٠٢٦)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير مهارات إنتاج المحتوى الإعلامي لدى طلاب الإعلام في ثلاث بيئات تعليمية مختلفة. استخدمت الدراسة تصميمًا شبه تجريبي شمل (٩٠) طالباً موزعين على ثلاث جامعات في فرنسا ومصر والإمارات العربية المتحدة. تلقى المشاركون برنامجاً تدريبياً يعتمد على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي والتدقيق اللغوي والتحقق من الحقائق وإنتاج الوسائط الرقمية. أظهرت النتائج تحسناً كبيراً في مهارات إنتاج المحتوى الإعلامي لدى جميع المجموعات بعد التدريب. كما سجلت المجموعة الفرنسية أعلى مستويات الأداء في استخدام الأدوات الذكية وجودة المحتوى المنتج. وأكدت الدراسة أهمية إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في مناهج الإعلام لتعزيز مهارات الطلاب وتحسين جودة إنتاجهم الإعلامي.

دراسة (Olanipekun، ٢٠٢٤)

هدفت الدراسة إلى استكشاف إمكانية دمج الذكاء الاصطناعي في تعليم الثقافة الإعلامية بهدف تطوير مهارات التفكير النقدي لدى الطلاب في البيئة الرقمية. اعتمدت الدراسة منهجاً مختلطاً يجمع بين التصميم شبه التجريبي والتحليل النوعي، حيث تمت مقارنة مجموعة تجريبية درست الثقافة الإعلامية باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي مع مجموعة ضابطة درست بالطريقة التقليدية. أظهرت النتائج أن الطلاب في المجموعة التجريبية اكتسبوا فهماً أعمق لتحليل المحتوى الإعلامي المدعوم بالذكاء الاصطناعي. كما أظهرت البيانات النوعية تحسناً في وعي الطلاب بالقضايا الأخلاقية المرتبطة باستخدام التكنولوجيا مثل الخصوصية والعدالة. وأكدت الدراسة أن دمج الذكاء الاصطناعي في التعليم يساهم في تطوير مهارات التحليل النقدي والتفكير الأخلاقي لدى المتعلمين.

دراسة (Ali وآخرون، ٢٠٢٥)

هدفت الدراسة إلى تحليل مستوى محو الأمية في الذكاء الاصطناعي لدى طلاب الاتصال الجماهيري في الإمارات العربية المتحدة وباكستان. اعتمدت الدراسة المنهج الكمي باستخدام أسلوب المسح المقطعي على عينة بلغت (٥٣٦) طالباً. ركزت الدراسة على تقييم مستوى معرفة الطلاب بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام ومدى ارتباطها بمحو الأمية الرقمية والإعلامية. أظهرت النتائج وجود فروق إقليمية في مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي، حيث سجل طلاب الإمارات مستويات أعلى من الاستخدام مقارنة بالطلاب في باكستان. كما كشفت النتائج عن وجود تحديات

مثل ضعف البنية التحتية التقنية ونقص التدريب في بعض المؤسسات التعليمية. وأوصت الدراسة بضرورة دمج مفاهيم محو أمية الذكاء الاصطناعي في المناهج الإعلامية.

دراسة (Mayoof & Mardaou، ٢٠٢٥)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءات التعليم الإعلامي لدى طلاب الإعلام في الجامعات العراقية. اعتمدت الدراسة المنهج المسحي باستخدام استبيان تم توزيعه على عينة مكونة من (١٩٠) طالباً من أقسام الإعلام المختلفة في جامعات بغداد. أظهرت النتائج أن العديد من الطلاب لا يمتلكون فهماً متكاملاً لكيفية عمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحليل المحتوى الإعلامي. كما أشارت النتائج إلى أن استخدام هذه التطبيقات في العملية التعليمية ما يزال محدوداً ويقتصر على الاستخدامات السطحية. وبينت الدراسة وجود علاقة عكسية بين مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي ومستوى الوعي الإعلامي لدى بعض الطلاب. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير مهارات التفكير النقدي ودمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في برامج التعليم الإعلامي.

دراسة (Babacan وآخرون، ٢٠٢٥)

هدفت الدراسة إلى تحليل مدى دمج الذكاء الاصطناعي في مناهج برامج الصحافة والإعلام الجديد في الجامعات التركية. اعتمدت الدراسة المنهج النوعي باستخدام تحليل الوثائق وتحليل المحتوى لمناهج (٧٢) جامعة تركية. أظهرت النتائج أن معظم البرامج التعليمية تركز على الجوانب النظرية للذكاء الاصطناعي مثل أخلاقياته وتأثيره في صناعة الأخبار. كما كشفت النتائج عن ضعف في التطبيقات العملية المرتبطة بإنتاج المحتوى الإعلامي باستخدام الذكاء الاصطناعي. وأوضحت الدراسة وجود تفاوت واضح بين الجامعات في مستوى تضمين مقررات الذكاء الاصطناعي في المناهج. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير مناهج تعليمية متكاملة تجمع بين المعرفة النظرية والتطبيق العملي لتقنيات الذكاء الاصطناعي.

دراسة (Matsiola وآخرون، ٢٠٢٤)

هدفت الدراسة إلى تحليل اتجاهات طلاب التعليم العالي نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج المحتوى الإعلامي. استخدمت الدراسة المنهج النوعي من خلال إجراء مقابلات شبه منظمة مع (١٠) طلاب في قسم الاتصال والوسائط الرقمية بجامعة مقدونيا الغربية. أظهرت النتائج أن الطلاب ينظرون إلى أدوات الذكاء الاصطناعي باعتبارها وسائل فعالة لتعزيز الإبداع وتقليل تكاليف إنتاج المحتوى. في المقابل، أبدى المشاركون مخاوف تتعلق بانتشار المعلومات المضللة وضعف المصداقية. كما أشاروا إلى أهمية وجود ضوابط أخلاقية لاستخدام هذه الأدوات في

الإعلام. وأوصت الدراسة بتطوير سياسات تعليمية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في التعليم الإعلامي.

دراسة (Assad وآخرون، ٢٠٢٥)

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير الذكاء الاصطناعي في دراسات الاتصال والإعلام في الدول العربية من خلال مراجعة منهجية للأدبيات باستخدام منهجية PRISMA. ركزت الدراسة على تحليل كيفية مساهمة الذكاء الاصطناعي في تطوير مهارات طلاب الإعلام وتعزيز قدراتهم التعليمية. أظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين نتائج التعلم وتنمية المهارات الإعلامية لدى الطلاب. ومع ذلك، كشفت الدراسة عن وجود تحديات تتعلق بالخصوصية وضعف الوعي بتأثيرات الذكاء الاصطناعي. كما أشارت إلى الحاجة إلى تعزيز الثقافة الرقمية لدى الطلاب. وأوصت الدراسة بدمج المعايير الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في المناهج الإعلامية.

دراسة (Makanai وآخرون، ٢٠٢٤)

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلاب الإعلام في الجامعات الأردنية نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعلم. اعتمدت الدراسة المنهج المسحي باستخدام استبيان مكون من (٣٣) فقرة وزع على عينة بلغت (٣٣٨) طالباً. أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين كفاءة عمليات التحرير الإعلامي وتسريع إنتاج المحتوى. كما أشار الطلاب إلى أن هذه التقنيات تساعد في اكتشاف مصادر المعلومات وإنتاج أشكال جديدة من المواد الإعلامية. ومع ذلك، أظهرت النتائج وجود بعض السلبات مثل ضعف تنمية التفكير النقدي وقلة التفاعل المباشر مع المعلمين. وأوصت الدراسة بضرورة وضع استراتيجيات واضحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الجامعات الأردنية.

دراسة (Lopezosa وآخرون، ٢٠٢٣)

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف كيفية تعامل كليات الصحافة والإعلام مع التطورات المتسارعة لتقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي مثل ChatGPT، وتأثيرها في عمليات إنتاج الأخبار. اعتمدت الدراسة المنهج النوعي من خلال إجراء أربع مقابلات معمقة و(٢٨) مقابلة شبه منظمة مع محاضرين وباحثين متخصصين في دراسات الاتصال والإعلام في الجامعات. ركزت الدراسة على تحليل مستوى دمج الذكاء الاصطناعي في المناهج الدراسية، وأساليب تدريب الطلاب على استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي. أظهرت النتائج وجود تفاوت واضح في مستوى تبني الذكاء الاصطناعي بين المؤسسات الأكاديمية، حيث تبنت بعض الكليات هذه التقنيات في التدريب العملي بينما ما تزال مؤسسات أخرى في مرحلة التقييم. كما بينت النتائج أهمية

إعداد الطلاب لاستخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج واستهلاك الأخبار بطريقة مهنية وأخلاقية. وأوصت الدراسة بتطوير برامج تدريبية متكاملة تركز على الجوانب التقنية والأخلاقية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة.

دراسة (Vite-León وآخرون، ٢٠٢٣)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وثقافة الإعلام من خلال إجراء مراجعة منهجية للأدبيات العلمية المنشورة في قاعدة بيانات Web of Science خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠٢٣). اعتمد الباحثون منهج المراجعة المنهجية باستخدام مجموعة من معايير الإدراج والاستبعاد لتحديد الدراسات المرتبطة بموضوع الذكاء الاصطناعي والكفاءة الإعلامية. كشفت نتائج التحليل أن الدراسات التي تربط بين الذكاء الاصطناعي وثقافة الإعلام ما تزال محدودة مقارنة بحجم الأبحاث العامة في مجال الذكاء الاصطناعي. كما أوضحت النتائج أن الاهتمام البحثي يركز على جانبين رئيسيين هما تحسين الأداء المؤسسي باستخدام التقنيات الرقمية، وتعزيز العملية التعليمية من خلال أدوات الذكاء الاصطناعي. وأظهرت الدراسة وجود فجوة بحثية واضحة في الدراسات التي تتناول دور الذكاء الاصطناعي في تنمية الثقافة الإعلامية في دول الجنوب العالمي. وأوصت الدراسة بضرورة توسيع نطاق البحوث التي تدمج بين الذكاء الاصطناعي وتعليم الإعلام.

دراسة (Djoudi، ٢٠٢٤)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل التحولات التي أحدثتها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام، خاصة في مجالات إنتاج المحتوى النصي والمرئي والصوتي. اعتمدت الدراسة المنهج التحليلي من خلال استعراض أبرز التجارب العالمية والعربية التي استخدمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية. ركزت الدراسة على تتبع مراحل تطور استخدام الذكاء الاصطناعي بدءاً من جمع المعلومات وتحليلها وصولاً إلى نشر المحتوى الإعلامي وتوزيعه على الجمهور. أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي أسهم في تحسين سرعة إنتاج المحتوى الإعلامي وزيادة كفاءته، كما ساعد في تطوير أدوات تحليل البيانات الإعلامية. ومع ذلك، أشارت الدراسة إلى وجود مخاطر مرتبطة باستخدام هذه التقنيات مثل فقدان بعض الوظائف الإعلامية والاعتماد المفرط على الأنظمة الآلية. وأوصت الدراسة بضرورة توسيع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية مع مراعاة الضوابط المهنية والأخلاقية.

دراسة (Obari، ٢٠٢٥)

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف التأثير التحويلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة البث الإذاعي والتلفزيوني في نيجيريا، خاصة فيما يتعلق بعمليات إنشاء المحتوى الإعلامي. اعتمدت الدراسة المنهج النوعي من خلال إجراء مقابلات مع متخصصين في المجال الإعلامي إضافة إلى الملاحظة المباشرة وتحليل الوثائق المرتبطة باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية. أظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي يساهم في تسريع عمليات الإنتاج الإعلامي وتحسين جودة المحتوى وتخصيصه بما يتناسب مع اهتمامات الجمهور. في المقابل، أبدى بعض العاملين في القطاع الإعلامي مخاوف تتعلق بفقدان الوظائف وتراجع الدور الإبداعي للإنسان. كما أوضحت النتائج أن أدوات الذكاء الاصطناعي تساعد في تحرير الفيديو وإنشاء النصوص الإعلامية وتحليل بيانات الجمهور. وأوصت الدراسة بضرورة تدريب العاملين في المؤسسات الإعلامية على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

دراسة (Ahmed وآخرون، ٢٠٢٥)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات العاملين في أقسام الإعلام بالجامعات العراقية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الوسائط الرقمية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات من موظفي أقسام الإعلام في الجامعات العراقية. أظهرت النتائج وجود مستوى مرتفع من القبول لاستخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الإنتاج الإعلامي الرقمي. كما أشار المشاركون إلى أهمية توفير الموارد التقنية والبشرية اللازمة لدعم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البيئة الأكاديمية. وأظهرت النتائج أيضاً استعداداً إيجابياً لدى العاملين لتبني هذه التقنيات في العمل الإعلامي والتعليم الجامعي. وأوصت الدراسة بضرورة تنظيم دورات تدريبية متخصصة وتوظيف خبراء في الذكاء الاصطناعي لدعم تطوير الوسائط الرقمية في المؤسسات التعليمية.

دراسة (Salih & Mohammed، ٢٠٢٤)

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في التعليم العالي وتأثيره في أعضاء هيئة التدريس والطلاب والنظام التعليمي بشكل عام. اعتمدت الدراسة المنهج المسحي باستخدام استبيان وُزِعَ على مجموعة من المحاضرين في أقسام الإعلام في عدد من الجامعات العربية. تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية مثل الإحصاء الوصفي واختبارات (T-test). أظهرت النتائج انتشار استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية لدعم التعلم وتحسين إنتاج الوسائط المتعددة. كما أظهرت النتائج أن هذه التقنيات تساهم في تعزيز تجارب التعلم وتطوير مهارات

الطلاب. ومع ذلك، أشارت الدراسة إلى وجود تحديات مثل التحيز الخوارزمي ونقص الخبراء في مجال الذكاء الاصطناعي. وأوصت الدراسة بإنشاء برامج تدريبية متخصصة وتطوير مقررات تعليمية تعتمد على الذكاء الاصطناعي.

دراسة (Almania، ٢٠٢٤)

هدفت الدراسة إلى تحليل آليات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة السعودية وانعكاساتها على تطوير المحتوى الصحفي. اعتمدت الدراسة منهج المسح من خلال إجراء مقابلات معمقة مع قيادات صحفية وتقنية في عدد من الصحف السعودية. كشفت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة السعودية ما يزال محدوداً نسبياً، الأمر الذي ينعكس على ضعف الاستفادة من هذه التقنيات في تطوير المحتوى الإعلامي. كما أظهرت النتائج وجود تفاوت في مستوى الوعي بأهمية الذكاء الاصطناعي بين القيادات الصحفية والعاملين التقنيين. وأشارت الدراسة إلى وجود تحديات عديدة مثل ضعف دعم اللغة العربية والتقنيات التقليدية في المؤسسات الصحفية. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير استراتيجيات واضحة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية السعودية.

دراسة (Sangwan، ٢٠٢٤)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي في تعليم الإعلام واستكشاف الفرص والتحديات المرتبطة باستخدام هذه التقنيات في البيئة التعليمية. اعتمدت الدراسة المنهج التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات العلمية المرتبطة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم الإعلامي. أظهرت النتائج أن أدوات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تسهم في تطوير مهارات الثقافة الإعلامية لدى الطلاب وتخصيص تجارب التعلم بما يتناسب مع احتياجاتهم التعليمية. كما توفر هذه التقنيات إمكانات متقدمة لتحليل المحتوى الإعلامي وفهمه. ومع ذلك، أشارت الدراسة إلى بعض التحديات مثل التحيز في الخوارزميات وإمكانية التلاعب بالمحتوى الإعلامي. وأكدت الدراسة أهمية وجود إشراف بشري على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية.

دراسة (Mysechko & Lytvynenko، ٢٠٢٤)

هدفت الدراسة إلى تحليل فرص وتحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في التعليم الإعلامي داخل البيئة الأكاديمية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال إجراء استبيان بين طلاب وأكاديميين في معهد الصحافة بجامعة تاراس شيفتشينكو الوطنية في أوكرانيا. ركزت الدراسة على تحديد أكثر أدوات الذكاء الاصطناعي استخداماً في المجتمع الأكاديمي، مثل ChatGPT، وتحليل اتجاهات المستخدمين نحوها. أظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي أصبح شائعاً في

الأنشطة التعليمية والإعلامية اليومية. كما كشفت النتائج عن وجود اختلافات في سياسات الجامعات حول السماح باستخدام هذه الأدوات أو تقييدها. وأوصت الدراسة بضرورة وضع سياسات واضحة وإرشادات تنظيمية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات التعليمية.

دراسة (Al Khasawneh & Al-Debaisi، ٢٠٢٤)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي وتأثيره في الجمهور. اعتمدت الدراسة المنهج المسحي من خلال توزيع استبيان على عينة مكونة من (١٠٠) إعلامي يعملون في المؤسسات الإعلامية التقليدية والرقمية في العاصمة عمان. أظهرت النتائج أن الإعلاميين الأردنيين لديهم اتجاهات إيجابية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الإعلامي وتحسين أساليب عرضه. كما بينت النتائج أن هذه التقنيات تساعد في تحليل سلوك الجمهور وتخصيص المحتوى وفق اهتماماته. في المقابل، أشارت الدراسة إلى وجود تحديات أخلاقية وتشريعية مرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير استراتيجيات إعلامية حديثة تواكب التحولات الرقمية.

دراسة (العنزي، ٢٠٢٥)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على فاعلية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي من نوع (GPT) في تحري ونقصي المحتوى الإعلامي الاستقصائي داخل غرف أخبار المؤسسات الإعلامية السعودية، وذلك من خلال دراسة مطبقة على القائمين بالاتصال. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى رصد واقع استخدام هذه التقنيات في المجال الإعلامي وتحليل آثارها على إنتاج المحتوى الاستقصائي. وقد اعتمدت الدراسة على عدد من الأدوات البحثية لجمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تنوع تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي الاستقصائي، حيث تصدر تطبيق Coral Project قائمة هذه التطبيقات، إلى جانب تطبيقات التحليل الصوتي وتقنيات الفيديو ومعالجة اللغة الطبيعية، وهي تطبيقات تساعد في عمليات الرصد والتحليل والتفسير التي يعتمد عليها العمل الاستقصائي. كما كشفت النتائج عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المؤسسات الإعلامية لتقنية Chat GPT وبين إنتاج المحتوى الاستقصائي، إضافة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى معرفة المحررين والقيادات الإعلامية بهذه التقنية تبعاً لطبيعة المؤسسة الإعلامية، حيث جاءت النتائج لصالح القنوات التلفزيونية ومواقع الإنترنت مقارنة بالصحف المطبوعة والمحطات الإذاعية.

دراسة (العاني، ٢٠٢٥)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم واتجاهات المحررين العاملين في المؤسسات الإعلامية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وبخاصة تطبيق Chat GPT، في تحرير الفنون الإخبارية المختلفة مثل الخبر والتقرير والقصة الإخبارية. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها. وتمثلت عينة الدراسة في عينة قصدية مكونة من (٤٠) مبحوثاً من المحررين العاملين في المؤسسات الإعلامية والأكاديميين المتخصصين، خلال الفترة من ٢٠٢٥/٢/١ إلى ٢٠٢٥/٢/٢٨، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي يسهم في رفع كفاءة المنتج الإخباري في مختلف مراحل التحرير، بدءاً من جمع المعلومات وصولاً إلى صياغتها وتحريرها. كما أظهرت النتائج أن غالبية المحررين والأكاديميين يفضلون التحرير اليدوي، معتبرين أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمثل أداة مساندة للعنصر البشري وليست بديلاً عنه. كما تبين أن لهذه التطبيقات مزايا متعددة تتمثل في توفير الوقت والجهد، وتعزيز الإبداع في الأسلوب والصياغة، وإتاحة الوصول إلى معلومات متعددة، وكان تطبيق Chat GPT الأكثر استخداماً بين التطبيقات الأخرى.

دراسة (Suhel, 2025)

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بين طلاب الإعلام في الجامعات العراقية، والتعرف على أبرز الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام هذه التقنيات في العملية التعليمية والإنتاج الإعلامي. واعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال استبيان إلكتروني صُمم باستخدام منصة Google Forms، وتم تطبيقه على عينة قوامها (١٧٠) طالباً وطالبة من طلاب الإعلام في الجامعات العراقية يمثلون تخصصات إعلامية مختلفة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها أن طلاب الإعلام يدركون أهمية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها الإيجابي في تحسين جودة إنتاج الوسائط الإعلامية. كما أظهرت النتائج وجود اتجاه إيجابي لدى الطلاب نحو استخدام هذه التقنيات في عدة مجالات مثل تحليل البيانات، وإنتاج المحتوى البصري، وكتابة الأخبار. ومع ذلك، كشفت الدراسة عن مجموعة من التحديات التي تواجه الطلاب، من أبرزها صعوبة الوصول إلى الموارد التعليمية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، ونقص الدعم المؤسسي، وارتفاع تكاليف أدوات الذكاء الاصطناعي. وأوصت الدراسة بضرورة تحديث المناهج التعليمية وتعزيز الدعم المؤسسي والتدريبي لدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في التعليم الإعلامي.

دراسة (Alharbi, 2025)

هدفت هذه الدراسة إلى بحث دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة ترجمة الإعلام في المملكة العربية السعودية في ظل رؤية المملكة ٢٠٣٠، مع التركيز على التوازن بين الاستفادة من التقنيات الحديثة والحفاظ على الدقة اللغوية والبعد الثقافي للمحتوى الإعلامي. واعتمدت الدراسة إطاراً نظرياً يجمع بين النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) ونظرية التكيف الثقافي (CAT)، واستخدمت المنهج النوعي من خلال إجراء مقابلات شبه منظمة ومجموعات تركيز وتحليل وثائقي للترجمات الناتجة عن الذكاء الاصطناعي والترجمات البشرية. وتوصلت الدراسة إلى أن أدوات الذكاء الاصطناعي تسهم في تحسين سرعة وكفاءة عملية الترجمة، إلا أنها غالباً ما تعجز عن نقل النبرة العاطفية والسياق الثقافي للنصوص الإعلامية، خاصة تلك المرتبطة بالثقافة السعودية. كما أوضحت النتائج أهمية الدور البشري في مراجعة الترجمات الناتجة عن الذكاء الاصطناعي. وأوصت الدراسة بتبني نموذج عمل هجين يجمع بين الذكاء الاصطناعي والمترجم البشري، وتطوير بيانات تدريب أكثر ملاءمة ثقافياً، إضافة إلى إشراك المترجمين في تصميم أنظمة الذكاء الاصطناعي الخاصة بالترجمة الإعلامية.

دراسة (البخيت، ٢٠٢٥)

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية ودوره في تحسين الأداء الأكاديمي للطلاب وأعضاء هيئة التدريس، مع التركيز على تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في كلية الآداب والفنون بجامعة حائل في المملكة العربية السعودية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أدوات جمع البيانات مثل الملاحظة والاستبانة. وتم تطبيق الدراسة على عينة بلغت (٥٠) من أعضاء هيئة التدريس. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها وجود اتجاه إيجابي لدى أفراد العينة نحو دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المناهج الدراسية وتحسين العملية التعليمية، كما أشار المبحوثون إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تسهم في تحسين كفاءة التعليم ودعم البحث العلمي في مجالات العلوم الإنسانية، إضافة إلى أهمية تعليم الطلاب مبادئ وأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية.

دراسة (القحطاني، ٢٠٢٤)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى تبني ممارسي العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، وذلك في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT). وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، كما اعتمدت الاستبيان أداة لجمع البيانات. وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٥٠) مفردة من ممارسي العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات السعودية في

خمس مناطق هي: جازان، الرياض، عسير، جدة، والطائف. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى توظيف هذه التقنيات في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، مما يشير إلى أهمية هذه التقنيات في تطوير ممارسات الاتصال المؤسسي وتعزيز التواصل مع الجمهور.

دراسة (Al-Harbi, 2025)

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثيرات الذكاء الاصطناعي وتداعياته على منشئي المحتوى ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، في ظل الاستخدام المتزايد لهذه التقنيات في إدارة وإنشاء محتوى المنصات الرقمية. وأظهرت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي أصبح يلعب دوراً مهماً في تحسين تجربة المستخدم من خلال تقديم توصيات محتوى مخصصة، وتوليد محتوى تلقائي، وتحليل المحتوى في الوقت الحقيقي. كما بينت النتائج أن تأثير الذكاء الاصطناعي على محتوى وسائل التواصل الاجتماعي يتسم بالتعقيد، إذ يحمل آثاراً إيجابية وسلبية في الوقت ذاته، حيث يسهم في تحسين تجربة المستخدم من خلال تخصيص المحتوى، إلا أنه قد يؤدي أيضاً إلى انتشار المعلومات المضللة أو تكوين ما يعرف بفقاعات التصفية. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الشفافية والأخلاقيات في استخدام الذكاء الاصطناعي في منصات التواصل الاجتماعي، مع ضرورة وجود رقابة بشرية لضمان دقة المحتوى وتنوعه.

دراسة (Althiabi, 2022)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على رؤية نخبة الإعلام في المملكة العربية السعودية لدور تقنيات وخوارزميات الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار الأخبار الكاذبة على منصات التواصل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الكمي، وتم تطبيقها على عينة مكونة من (٦٥) فرداً من النخبة الإعلامية في المملكة العربية السعودية. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تعرض النخبة الإعلامية للأخبار الكاذبة عبر منصات التواصل الاجتماعي وبين وعيهم بدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار هذه الأخبار. وأوصت الدراسة بضرورة تطبيق تقنيات التعلم الآلي والشبكات العصبية في الكشف عن الأخبار الكاذبة، إضافة إلى تكثيف التدريب المهني للعاملين في المجال الإعلامي على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مواجهة المعلومات المضللة.

دراسة (Binlibdah, 2024)

هدفت هذه الدراسة إلى فحص العلاقة بين التواصل الاستراتيجي والمحتوى الإعلامي المخصص والذكاء الاصطناعي وكفاءة خدمة المستهلكين في شركات التسويق الاجتماعي في المملكة العربية

السعودية. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي باستخدام الاستبيان لجمع البيانات من عينة بلغت (٤٩٨) مفردة، وتم تحليل البيانات باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) عبر برنامج Smart PLS 4. وأظهرت النتائج أن التواصل الاستراتيجي يسهم بشكل كبير في تحسين المحتوى الإعلامي المخصص وكفاءة خدمة المستهلكين. كما كشفت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يلعب دور الوسيط في العلاقة بين التواصل الاستراتيجي والمحتوى الإعلامي المخصص من جهة، وكفاءة خدمة المستهلك من جهة أخرى، مما يبرز الدور التحويلي للذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات الاتصال التسويقي الرقمي.

دراسة (الوذيناني وشعبين، ٢٠٢٥)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات صناع المحتوى المرئي في المملكة العربية السعودية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام المرئي، وذلك في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة ورؤية المملكة ٢٠٣٠ الداعمة للتحول الرقمي. واعتمدت الدراسة على المنهج النوعي مستندة إلى نظريتي الحتمية التكنولوجية وثرء الوسيلة، وتم جمع البيانات من خلال مقابلات شخصية مع عينة مكونة من (٦) من صناع المحتوى المرئي في المملكة. وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين أبدوا إقبالاً على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لما توفره من مزايا مثل اختصار الوقت وتعزيز العناصر البصرية في الإنتاج الإعلامي. في المقابل، أشار المشاركون إلى أن مخرجات الذكاء الاصطناعي ما تزال تنقر إلى الإبداع واللمسة الإنسانية. كما بينت النتائج أن المبحوثين لا يشعرون بتهديد مباشر لوظائفهم بسبب استخدام الذكاء الاصطناعي، نظراً لافتقاره إلى الوعي والسر الشعوري. وأوصت الدراسة بزيادة الأبحاث المتعلقة بالذكاء الاصطناعي والإعلام المرئي ودراسة تأثير مخرجاته على إدراك الجمهور.

التعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة أن موضوع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام وصناعة المحتوى الرقمي قد حظي باهتمام متزايد في الأدبيات العلمية خلال السنوات الأخيرة، وذلك نتيجة التطور السريع لهذه التقنيات وتأثيرها المباشر في العملية التعليمية والإعلامية. فقد ركزت العديد من الدراسات على تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تطوير مهارات إنتاج المحتوى الإعلامي لدى الطلاب، وتحسين جودة العملية التعليمية، إضافة إلى دراسة اتجاهات العاملين في المجال الإعلامي نحو استخدام هذه التقنيات. كما سعت بعض الدراسات إلى استكشاف الأبعاد الأخلاقية والمهنية المرتبطة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام، في حين اهتمت دراسات أخرى بتحليل أثر هذه التقنيات في المؤسسات الإعلامية وبيئات التعلم المختلفة.

وفيما يتعلق بأوجه التشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية، يتضح أن معظم الدراسات تناولت موضوع الذكاء الاصطناعي في سياق التعليم الإعلامي أو إنتاج المحتوى الرقمي، وهو ما يتقاطع مع موضوع الدراسة الحالية التي تسعى إلى الكشف عن دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير مهارات صناعة المحتوى الرقمي لدى طلبة كلية الإعلام والتسويق. كما تتشابه الدراسة الحالية مع عدد من الدراسات السابقة من حيث التركيز على استخدام الذكاء الاصطناعي كأداة داعمة للعملية التعليمية وتنمية المهارات الإعلامية لدى الطلاب، مثل دراسة (Alfarsi وآخرون، ٢٠٢٤)، ودراسة (Fayez وآخرون، ٢٠٢٦)، ودراسة (Suhel، ٢٠٢٥)، والتي أكدت جميعها أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين جودة إنتاج المحتوى الإعلامي وتنمية القدرات الإبداعية لدى الطلاب. كذلك تتفق الدراسة الحالية مع بعض الدراسات التي تناولت اتجاهات المستخدمين نحو تقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل دراسة (Matsiola وآخرون، ٢٠٢٤)، ودراسة (Makanai وآخرون، ٢٠٢٤)، حيث ركزت هذه الدراسات على تحليل مواقف الطلاب أو العاملين في المجال الإعلامي تجاه استخدام هذه التقنيات في العملية التعليمية والإنتاج الإعلامي.

ومن ناحية أخرى، أظهرت الدراسات السابقة تنوعاً في المناهج البحثية المستخدمة؛ حيث اعتمدت بعض الدراسات على المنهج الكمي باستخدام الاستبيانات، مثل دراسة (Ali وآخرون، ٢٠٢٥) ودراسة (القحطاني، ٢٠٢٤)، بينما استخدمت دراسات أخرى المنهج النوعي مثل دراسة (Lopezosa وآخرون، ٢٠٢٣) ودراسة (الوذيناني وشعبين، ٢٠٢٥)، في حين اعتمدت بعض الدراسات على التصاميم شبه التجريبية مثل دراسة (الزغبيني والفراني، ٢٠٢٥) ودراسة (Fayez وآخرون، ٢٠٢٦). ويعكس هذا التنوع في المناهج البحثية تعدد الزوايا التي تم من خلالها تناول موضوع الذكاء الاصطناعي في الإعلام والتعليم الإعلامي.

وعلى الرغم من هذا التشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية في الاهتمام بموضوع الذكاء الاصطناعي وتأثيره في المجال الإعلامي والتعليمي، إلا أن هناك عدداً من أوجه الاختلاف التي تميز الدراسة الحالية. فقد ركزت بعض الدراسات السابقة على تحليل دور الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية أو في إنتاج الأخبار والمحتوى الصحفي، مثل دراسة (Djoudi، ٢٠٢٤) ودراسة (العنزي، ٢٠٢٥) ودراسة (العاني، ٢٠٢٥)، بينما ركزت دراسات أخرى على استخدام الذكاء الاصطناعي في مجالات محددة مثل ترجمة الإعلام أو مكافحة الأخبار الكاذبة أو التسويق الرقمي، كما في دراسة (Alharbi، ٢٠٢٥) ودراسة (Althiabi، ٢٠٢٢) ودراسة (Binlibdah، ٢٠٢٤). في المقابل، تركز الدراسة الحالية على البيئة التعليمية الجامعية وبشكل خاص على طلبة كلية الإعلام والتسويق، وتسعى إلى تحليل دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تنمية مهارات صناعة المحتوى الرقمي لديهم، وهو جانب لم يتم تناوله بصورة مباشرة ومركزة في معظم الدراسات السابقة.

كما يلاحظ أن العديد من الدراسات السابقة ركزت على تحليل الاتجاهات العامة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي أو على تقييم مستوى الوعي بهذه التقنيات، في حين أن الدراسة الحالية تسعى إلى دراسة العلاقة بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وبين تطوير مهارات عملية محددة تتعلق بصناعة المحتوى الرقمي، مثل مهارات الكتابة الإعلامية، وإنتاج الوسائط الرقمية، وإدارة المحتوى على المنصات الرقمية. إضافة إلى ذلك، فإن بعض الدراسات السابقة أجريت في سياقات جغرافية مختلفة مثل أوروبا وآسيا وبعض الدول العربية، بينما تأتي الدراسة الحالية لتطبق في سياق بيئة تعليمية عربية محددة، وهي جامعة ميدأوشن، مما يمنحها بعداً تطبيقياً يساهم في إثراء المعرفة العلمية حول واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التعليم الإعلامي في هذه البيئة.

ومن خلال تحليل الدراسات السابقة يتضح وجود فجوة بحثية تتمثل في قلة الدراسات التي تناولت بصورة مباشرة دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير مهارات صناعة المحتوى الرقمي لدى طلاب الإعلام في البيئة الجامعية العربية، وخاصة في ظل التحول الرقمي المتسارع في مجال الإعلام وصناعة المحتوى. كما أن معظم الدراسات ركزت على الجوانب النظرية أو الاتجاهات العامة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي، دون التعمق في تحليل تأثير هذه التقنيات على تطوير المهارات العملية المرتبطة بصناعة المحتوى الرقمي لدى الطلاب.

وانطلاقاً من ذلك، تسعى الدراسة الحالية إلى سد هذه الفجوة البحثية من خلال تحليل دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير مهارات صناعة المحتوى الرقمي لدى طلبة كلية الإعلام والتسويق بجامعة ميدأوشن، وذلك من خلال دراسة ميدانية تهدف إلى الكشف عن مستوى استخدام هذه التقنيات، ومدى إسهامها في تنمية مهارات الطلاب في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي. كما تأمل الدراسة في تقديم نتائج علمية يمكن أن تساهم في تطوير المناهج التعليمية في كليات الإعلام، وتعزيز توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية بما يدعم تنمية المهارات الإعلامية لدى الطلاب ويواكب متطلبات التحول الرقمي في صناعة الإعلام.

المراجع العربية

الأكوع، د. ع. ح. أ.، & القديمي، د. ح. ر. (٢٠٢٥). العوامل المؤثرة على استخدام الشباب الجامعي اليمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعلم وصناعة المحتوى الرقمي-دراسة ميدانية. مجلة بحوث الاتصال-806, (Journal of Communication Research), 786.

البخيت، م. (٢٠٢٥). واقع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى أعضاء هيئة التدريس بكلية الآداب والفنون بجامعة حائل: دراسة ميدانية. مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الاتصال

والدراسات الإعلامية، ٥٢. <https://doi.org/10.4197/Comm.2-1>. (1).

الزغبيني، أ. م.، & الفراني، ل. أ. (٢٠٢٥). أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدية لتنمية مهارات صناعة المحتوى التعليمي الرقمي واتجاهات مدرّبات ومتدربات الكلية التقنية للبنات نحوها. مجلة العلوم التربوية و النفسية، ٩ (٣)، ٥٨-٧٤.

<https://doi.org/10.26389/AJSRP.N030924>

العاني، م. م. م. س. س. ع. (٢٠٢٥). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحرير الفنون الإخبارية تطبيق GPT Chat أنموذجا. 1498-1481, 17(3), lark.

<https://doi.org/10.31185/lark.4400>

العنزي، ل. (٢٠٢٥). فاعلية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي الـ GPT في تحري وتقصي المحتوى الإعلامي الاستقصائي بغرف أخبار المؤسسات الإعلامية السعودية: دراسة على القائم بالاتصال. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. (42)،

<https://www.japksu.com/index.php/SAMC/article/view/307>

القحطاني، س. (٢٠٢٤). تبني ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور: دراسة في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. (UTAUT) مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الاتصال والدراسات

الإعلامية، ١١. <https://doi.org/10.4197/Comm.1-2.1>. (2).

الوديناني وشعبين. (٢٠٢٥). اتجاهات صناع المحتوى المرئي نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام المرئي بالمملكة العربية السعودية. مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، ١٧ (١)،

<https://doi.org/10.54940/ss41822927>. ٨٤-٦٩

عصافرة، و. (٢٠٢٣). استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل محتوى الإعلام الرقمي تجاه معركة سيف القدس ٢٠٢١ (البيانات الضخمة لتويتر كحالة دراسية).

<http://dspace.hebron.edu:8080/xmlui/handle/123456789/1347>

- Ahmed, M. H., Abdulwahid, A. A., & Yasseen, A. A. (2025). The Role of Artificial Intelligence in Enhancing the Quality of Digital Media from the Perspective of Media Department Employees at the Iraqi University. في A. Abdelgawad, A. A. Hameed, & A. Jamil (تحقيق), *Intelligent Systems, Blockchain, and Communication Technologies* (٣٣٨–٣٢٧ ص). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-032-09562-6_24
- Al Khasawneh, I., & Al-Debaisi, A. (2024). اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو Attitudes Jordanian of Media Towards Employing Artificial Intelligence in the Production of Digital Content. *Dirasat Human and Social Sciences*, 52, 129–142. <https://doi.org/10.35516/hum.v52i1.5564>
- Alfarsi, G., Al-Rahmi, W., Tawafak, R., Alyoussef, I., Alshimai, A., & Aldaijy, A. (2024). Using Artificial Intelligence to Influence Student Engagement in Media Content Creation. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 18, 38–50. <https://doi.org/10.3991/ijim.v18i24.51911>
- Alharbi, M. A. (2025). Navigating AI-Driven Translation in Saudi Arabia's Media: Challenges and Opportunities. *Arabic Journal for Translation Studies*, 4(12), 10–31. <https://doi.org/10.63939/AJTS.91zp6t15>
- Al-Harbi, S. O. A. (2025). ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND THE EVOLUTION OF CONTENT CREATION ON SOCIAL MEDIA PLATFORMS. *Humanities and Social Sciences Research Journal*, 13(1), 14–19. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15437042>
- Ali, S., Hassan, D., Hegazy, A., Selim, N., & Khadragy, S. (2025). AI literacy in media education: A comparative study of mass communication students in the UAE and Pakistan. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 16(1), e202601. <https://doi.org/10.30935/ojcm/17661>
- Almania, A. M. (2024). The Mechanisms for Employing Artificial Intelligence in Saudi Journalisms and its Impact on the Development of Journalistic Content. *Journal of Ecohumanism*, 3(7). <https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4606>
- Althiabi, D. S. A. (2022). Saudi Arabia's media elite's vision of the role of artificial intelligence technologies in combating social media fake news: DOI: 10.46988/IJMMC.04.02.2022.006. *International Journal of Media and Mass Communication (IJMMC)*, 4(2), 123–163.
- Babacan, H., Arık, E., Bilişli, Y., Akgün, H., & Özkara, Y. (2025). Artificial Intelligence and Journalism Education in Higher Education: Digital Transformation in Undergraduate and Graduate Curricula in Türkiye.

- Binlibdah, S. (2024). Investigating the Role of Artificial Intelligence to Measure Consumer Efficiency: The Use of Strategic Communication and Personalized Media Content. *Journalism and Media*, 5(3), 1142–1161. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030073>
- Djoudi, C. (2024). Using Artificial Intelligence Technologies in the Media Content Industry Reality and Challenges of Practice.
- Fayez, H., Adwan, M. N. A., Hegazy, A., & Hajji, M. E. (2026). The Impact of Artificial Intelligence Techniques on Developing Media Content Production Skills: A Comparative Quasi-Experimental Study on Students in France, Egypt, and the UAE. *Journalism and Media*, 7(1). <https://doi.org/10.3390/journalmedia7010043>
- Lopezosa, C., Codina, L., Pont-Sorribes, C., & Vázquez, M. (2023). *Use of Generative Artificial Intelligence in the Training of Journalists: Challenges, uses and Training Proposal* (SSRN Scholarly Paper No. 6093486). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.6093486>
- Makanai, S., Aleessawi, N., & Haddad, W. (2024). *Using Artificial Intelligence tools in media learning: Attitudes and skills*. 415–447.
- Matsiola, M., Lappas, G., & Yannacopoulou, A. (2024). Generative AI in Education: Assessing Usability, Ethical Implications, and Communication Effectiveness. *Societies*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/soc14120267>
- Mayoof, S. H., & Mardaou, L. J. (2025). Using Artificial Intelligence to Enhance Digital Media Literacy Competencies and its Role in Shaping Media Students' Awareness of Cybersecurity: A Survey Study. في A. Abdelgawad, A. A. Hameed, & A. Jamil (تحقيق), *Intelligent Systems, Blockchain, and Communication Technologies* (ص ٣٩٦–٤٠٧). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-032-09562-6_29
- Mysechko, A., & Lytvynenko, A. (2024). Artificial Intelligence in Academic Media Environment: Challenges, Trends, Innovations. *Media Literacy and Academic Research*, 7(2), 221–241.
- Obari, A. O.-O. (د.ت). ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) AND ITS INFLUENCE ON CONTENT CREATION IN BROADCASTING: A STUDY OF SELECTED STATIONS IN NIGERIA. . . *ISSN*, 5(1).
- Olanipekun, S. O. (2024). AI as a media literacy educational tool: Developing critical technology awareness. *GSC Advanced Research and Reviews*, 21(3), 281–292. <https://doi.org/10.30574/gscarr.2024.21.3.0495>

- Salih, G., & Mohammed, F. K. (2024). The Reality of Using Artificial Intelligence to Enhance University Education an Applied Study on a Sample of Media Professors in Arab Universities. في A. Basiouni & C. Frasson (تحقيق), *Breaking Barriers with Generative Intelligence. Using GI to Improve Human Education and Well-Being* (ص ٨٠-٦٤). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-65996-6_6
- Sangwan, D. A. (2024). *Exploring the Impact of Artificial Intelligence on Media Education: A Study*. 12(2).
- Suhel, M. M. (2025). Reality of Using Artificial Intelligence Technologies for Media Students in Iraqi Universities. *Journal of Al-Farahidi's Arts*, 17(59), 119–133. <https://doi.org/10.25130/jaa.17.59.9>
- Vite-León, O., Poggi-Parodi, C., & Lopera-Moreno, J. (2023). ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND MEDIA COMPETENCE: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW ON WEB OF SCIENCE. *EDULEARN23 Proceedings*, 5087–5094. 15th International Conference on Education and New Learning Technologies. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2023.1333>