

**عنوان البحث: تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل صناعة المحتوى
الإعلامي الرقمي**

إعداد الطالبة: مجدولين محمد أبو شرخ

إشراف الدكتور: د. توفيق عمري

المقرر: MKT500 مشروع التخرج – بكالوريوس الإعلام الرقمي

العام الجامعي: 2025 – 2026

المقدمة

يشهد العالم في السنوات الأخيرة تحولات رقمية متسارعة نتيجة التطور الكبير في تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي لم تعد تقتصر على المجالات التقنية أو الصناعية، بل امتدت لتشمل مجالات الإبداع والإعلام والاتصال. وقد أصبح الذكاء الاصطناعي عنصراً محورياً في إعادة تشكيل صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي، من خلال قدرته على تحليل البيانات الضخمة، وإنتاج النصوص، وتصميم الصور، تحرير الفيديوهات، وتخصيص المحتوى وفقاً لاهتمامات الجمهور.

لقد تغير مفهوم صناعة المحتوى من كونه نشاطاً يعتمد بالكامل على الجهد البشري إلى منظومة رقمية متكاملة تتداخل فيها الخوارزميات مع الإبداع الإنساني. وأصبح بالإمكان إنتاج تقارير إخبارية، ومقالات، ومحتوى تسويقي، خلال ثوانٍ معدودة باستخدام أنظمة ذكية تعتمد على التعلم الآلي ومعالجة اللغة الطبيعية.

إلا أن هذا التحول يثير تساؤلات عميقة حول مستقبل المهن الإعلامية، وحدود الاعتماد على الآلة، ومدى تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة ومصداقية المحتوى الإعلامي الرقمي، الأمر الذي يستدعي دراسة علمية تحليلية لفهم أبعاد هذا التغيير واستشراف مستقبله.

الإشكالية البحثية

تتمثل الإشكالية البحثية في أن التطور السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي سبق قدرة المؤسسات الإعلامية على تنظيم استخدامه ووضع أطر مهنية وأخلاقية واضحة تحكمه. فقد أصبح الذكاء الاصطناعي قادراً على أداء مهام كانت تُعدّ تقليدياً من صميم العمل البشري، مثل كتابة الأخبار، تحرير الفيديو، تحليل تفاعل الجمهور، واقتراح الموضوعات.

وفي الوقت الذي يوفر فيه الذكاء الاصطناعي مزايا كبيرة تتمثل في تسريع الإنتاج، وتقليل التكاليف، وتحسين دقة تحليل البيانات، فإنه يطرح تحديات جوهرية تتعلق بمستقبل دور الإنسان في العملية الإبداعية، واحتمالية تراجع المعايير المهنية أمام الإنتاج الآلي، ومخاطر انتشار المعلومات غير الدقيقة، إضافة إلى إشكاليات التحيز الخوارزمي والملكية الفكرية.

ومن هنا تنبع الحاجة إلى تحليل علمي لطبيعة هذا التحول، وتحديد ما إذا كان الذكاء الاصطناعي يمثل أداة دعم وتطوير لصناعة المحتوى الإعلامي الرقمي، أم أنه يشكل تهديداً للبنية المهنية التقليدية لهذه الصناعة.

السؤال الرئيس للمشكلة:

كيف يؤثر الذكاء الاصطناعي على مستقبل صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي من حيث الإنتاج والمهنية والمصداقية ودور العنصر البشري؟