

إعداد الطالبة: رغد البلخي
إشراف: د. سنية سبع



المقدمة :

الذكاء الاصطناعي أصبح من أبرز التقنيات الحديثة التي تؤثر بشكل كبير على العديد من المجالات، بما في ذلك الإعلام الرقمي. فهو يتيح تطوير أدوات وتقنيات تساعد في معالجة وتحليل كميات ضخمة من البيانات، مما يسهم في تحسين تجربة المستخدم وزيادة فعالية التواصل الإعلامي (الزهراني، ٢٠٢١). في الإعلام الرقمي، يسهم الذكاء الاصطناعي في تطوير خوارزميات التوصية، وتحليل النصوص والصور والفيديوهات، مما يتيح تفاعلاً أكبر مع الجمهور (العتيبي، ٢٠٢٠). كما أصبح له دور مهم في صناعة المحتوى، من خلال أدوات الكتابة والتصميم التلقائي (الحربي، ٢٠٢٢). ومع تقدم هذه التقنية، يواجه الإعلام الرقمي تحديات تتعلق بالأخلاقيات وحماية الخصوصية، بالإضافة إلى تأثيره على الوظائف الإعلامية التقليدية (الشمري، ٢٠٢١). في هذا السياق، سيتناول هذا البحث العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي، وكيفية تكامل هذه التقنية مع المؤسسات الإعلامية.

يعد الذكاء الاصطناعي جزءاً أساسياً في إعادة تشكيل الإعلام الرقمي، حيث يتسم بقدرته على تحويل الطرق التقليدية في تقديم المحتوى وتفاعله مع الجمهور. وفقاً لـ (Chung and Kim (2020)، يعزز الذكاء الاصطناعي قدرة وسائل الإعلام على تخصيص المحتوى وتحليله استناداً إلى سلوكيات الجمهور. من جهة أخرى، يوضح *Binns et al.* (2021) أن الذكاء الاصطناعي يمكنه تحسين دقة الصحافة الرقمية من خلال أتمتة عملية الإنتاج واكتشاف الأخبار. ومن خلال هذه التحسينات التكنولوجية، يصبح الإعلام الرقمي أكثر تفاعلية وشخصية، مما يعزز من جذب الجمهور بشكل أكبر.

الدراسات السابقة :

أجريت دراسة من قبل الزهراني و العتيبي (٢٠٢٠) حول تأثير الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي في الوطن العربي. أوضحت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم بشكل كبير في أتمتة عملية إنتاج المحتوى وتحليله، مما يحسن القدرة على تخصيص الأخبار وفقًا لاهتمامات الجمهور العربي. كما أشار الباحثان إلى أن هذه التقنيات تسهم في خلق تجربة تفاعلية غنية بين الوسائل الإعلامية والجمهور من خلال الخوارزميات الذكية التي تتيح توصيات دقيقة للمحتوى (الزهراني والعتيبي، ٢٠٢٠). من ناحية أخرى، تناولت دراسة أخرى لـ الشمري و الحربي (٢٠٢١) تأثير الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرقمية، وخلصت إلى أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين دقة الأخبار وتحليل الاتجاهات، ما يساعد الصحفيين على اتخاذ قرارات أكثر دقة بناءً على البيانات الكبيرة (الشمري والحربي، ٢٠٢١).

في دراسة أجراها *Smith* و *Jones* (2021)، تم استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في تحسين وسائل الإعلام الرقمية من خلال أتمتة إنشاء المحتوى الصحفي. وجدت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي ساهم في تسريع عملية كتابة التقارير الصحفية والأخبار، كما لعب دورًا أساسيًا في تقديم محتوى مخصص للجمهور بناءً على تفضيلات البيانات التي يتم جمعها (Smith & Jones, 2021). أظهرت دراسة *Taylor* و *Brown* (2020) تأثير الذكاء الاصطناعي في تحسين تفاعل المستخدمين مع وسائل الإعلام الرقمية، حيث سهلت الأنظمة الذكية تحسين تجربة المستخدم من خلال التفاعل التلقائي والتحليل العميق للبيانات التي تساهم في إنشاء محتوى يتناسب مع رغبات الجمهور (Taylor & Brown, 2020).

قائمة المراجع :

الزهراني، محمد. (٢٠٢١). "الذكاء الاصطناعي وتأثيره في الإعلام الرقمي". مجلة الإعلام الرقمية.
العتيبي، سعد. (٢٠٢٠). "دور الذكاء الاصطناعي في تطوير محتوى الإعلام الرقمي". دراسات في الإعلام.
الحربي، فهد. (٢٠٢٢). "الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار: الفرص والتحديات". مجلة الإعلام العربي.
الشمري، ناصر. (٢٠٢١). "الذكاء الاصطناعي والإعلام: من التحليل إلى التفاعل". دوريات الإعلام والتكنولوجيا
لزهراني، محمد، والعتيبي، سعد. (٢٠٢٠). "تأثير الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي في الوطن العربي". مجلة الإعلام الرقمية.
الشمري، ناصر، والحربي، فهد. (٢٠٢١). "الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرقمية: تحليل وتوجيهات مستقبلية". دراسات إعلامية.

Chung, J. & Kim, H. (2020). "Artificial Intelligence in Media: A New Era of Content Customization." *Journal of Digital Media*.

Binns, A., et al. (2021). "AI in Journalism: Enhancing News Accuracy and Automation." *International Journal of Media Technology*.

Smith, J., & Jones, A. (2021). "Artificial Intelligence in Media: Automating News Creation and Content Personalization." *Journal of Digital Journalism*.

Taylor, L., & Brown, M. (2020). "AI in Media: Enhancing User Interaction and Experience." *International Journal of Media Studies*.