

” 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

مشكلة الدراسة

شهد قطاع الإعلام والتسويق خلال العقد الأخير تحولات رقمية متسارعة مدفوعة بالتطور المتنامي في تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي أصبحت عنصراً محورياً في عمليات إنتاج المحتوى الرقمي وتحريره وتحليله وتوزيعه. ولم تعد صناعة المحتوى قائمة فقط على المهارات الإبداعية التقليدية، بل باتت تتطلب مزيجاً من الكفايات التقنية والتحليلية والابتكارية التي تتيح توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي بكفاءة لتعزيز جودة المحتوى وفاعليته وانتشاره. وفي ظل هذا التحول، أصبحت المؤسسات الإعلامية والتسويقية تبحث عن كوارر بشرية تمتلك القدرة على الدمج بين التفكير الإبداعي والتقنيات الذكية، الأمر الذي يفرض على المؤسسات الأكاديمية إعادة النظر في مخرجاتها التعليمية بما يواكب متطلبات سوق العمل الرقمي.

وعلى الرغم من تزايد الاهتمام العالمي بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجالات الإعلام والتسويق الرقمي، إلا أن مستوى توظيف هذه التقنيات في البيئة التعليمية الجامعية — وخاصة في برامج إعداد طلبة الإعلام والتسويق — لا يزال متفاوتاً. إذ تشير الملاحظات الأولية إلى وجود فجوة بين الإمكانيات الكبيرة التي توفرها أدوات الذكاء الاصطناعي لصناعة المحتوى الرقمي، وبين مستوى امتلاك الطلبة للمهارات العملية اللازمة لتوظيفها بفاعلية. كما يلاحظ أن العديد من المناهج الدراسية لا تزال تركز بدرجة أكبر على الجوانب النظرية أو الأدوات التقليدية، دون دمج منهجي عميق لتقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن مقررات صناعة المحتوى الرقمي.

وفي السياق التطبيقي لجامعة ميدأوشن، تبرز الحاجة إلى الوقوف ميدانياً على واقع استخدام طلبة كلية الإعلام والتسويق لتقنيات الذكاء الاصطناعي، ومدى إسهام هذه التقنيات في تطوير مهاراتهم في صناعة المحتوى الرقمي بمختلف أبعاده (الإبداعية، التقنية، التحليلية، والتسويقية). كما تظهر تحديات محتملة تتعلق بدرجة الوعي بهذه الأدوات، ومستوى التدريب العملي عليها، والمعوقات التي قد تحد من توظيفها الأمثل في البيئة التعليمية.

أما على المستوى العلمي، فيلاحظ وجود ندرة نسبية في الدراسات الميدانية العربية — وبصورة أكثر تحديداً في البيئة الجامعية محل الدراسة — التي تناولت العلاقة التكاملية بين تقنيات الذكاء الاصطناعي ومهارات صناعة المحتوى الرقمي لدى طلبة الإعلام والتسويق من منظور كمي ميداني. كما أن كثيراً من الأدبيات تناولت الذكاء الاصطناعي أو صناعة المحتوى كل على حدة، دون بناء نماذج تحليلية تربط بين المتغيرين في سياق إعداد الطلبة وتأهيلهم لسوق العمل الرقمي.

وانطلاقاً مما سبق، تتحدد مشكلة الدراسة في الحاجة إلى استكشاف الدور الذي تؤديه تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير مهارات صناعة المحتوى الرقمي لدى طلبة كلية الإعلام والتسويق

بجامعة ميدأوشن، والكشف عن مستوى الاستخدام، وطبيعة الأثر، وأبرز التحديات المرتبطة بذلك، وهو ما يقود إلى صياغة السؤال الرئيس للدراسة.

تساؤلات الدراسة

من خلال إشكالية البحث السابقة يمكنني صياغة سؤال البحث الرئيسي كما يلي: "ما دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير مهارات صناعة المحتوى الرقمي لدى طلبة كلية الإعلام والتسويق بجامعة ميدأوشن؟

وينبثق من التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما مستوى استخدام طلبة كلية الإعلام والتسويق بجامعة ميدأوشن لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الرقمي؟
٢. ما أبرز أنواع أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي التي يوظفها الطلبة في إنتاج المحتوى الرقمي؟
٣. ما مستوى امتلاك الطلبة لمهارات صناعة المحتوى الرقمي بأبعادها المختلفة (الإبداعية، التقنية، التحليلية، التسويقية)؟
٤. ما طبيعة العلاقة بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير مهارات صناعة المحتوى الرقمي لدى الطلبة؟
٥. ما أبرز التحديات التي تواجه طلبة كلية الإعلام والتسويق في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الرقمي؟

فرضيات الدراسة

من خلال مشكلة البحث الحالي وأسئلته تم صياغة الفرضيات التالية كإجابة أولية لتساؤلات البحث:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير مهارات صناعة المحتوى الرقمي لدى طلبة كلية الإعلام والتسويق بجامعة ميدأوشن.

وتنبثق منها الفرضيات الفرعية التالية:

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتنمية المهارات الإبداعية في صناعة المحتوى الرقمي لدى الطلبة.

٢. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتنمية المهارات التقنية في إنتاج المحتوى الرقمي لدى الطلبة.
٣. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتنمية المهارات التحليلية المرتبطة بالمحتوى الرقمي لدى الطلبة.
٤. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتنمية المهارات التسويقية للمحتوى الرقمي لدى الطلبة.