

قضايا بحثية 3 – الاسبوع الثامن

(مقترح بحثي)

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تطوير المحتوى الإعلامي الرقمي: دراسة تطبيقية على المؤسسات الإعلامية العربية

إعداد الطالب/

عبد الهادي حسين آل مطلق

دكتوراه إعلام رقمي

2026



المقدمة

يشهد قطاع الإعلام والاتصال تحولات متسارعة نتيجة التطور المستمر في تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، التي أصبحت قادرة على إنتاج النصوص والصور والفيديوهات وتحليل البيانات بدرجة عالية من الكفاءة والسرعة. وقد أدى هذا التطور إلى تغيرات جوهرية في آليات إنتاج المحتوى الإعلامي، وأدوار الصحفيين، وأساليب التفاعل مع الجمهور، مما جعل الذكاء الاصطناعي أحد أهم محركات التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية الحديثة.

وفي البيئة العربية، بدأت العديد من المؤسسات الإعلامية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في كتابة الأخبار، وإدارة المحتوى، والترجمة، والتدقيق اللغوي، وتحليل اهتمامات الجمهور، إلا أن هذا الاستخدام ما زال يواجه تحديات تتعلق بالمصداقية، والأخلاقيات المهنية، وجودة المحتوى، وحماية الملكية الفكرية. ومن هنا تبرز أهمية دراسة أثر هذه التقنيات في تطوير المحتوى الإعلامي الرقمي، والكشف عن الفرص والتحديات المرتبطة بها.

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في أن الاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي داخل المؤسسات الإعلامية العربية يحدث بوتيرة أسرع من الدراسات العلمية التي تقيم أثره الحقيقي على جودة المحتوى الإعلامي والممارسات المهنية. كما لا يزال هناك تباين بين المؤسسات في مستوى تبني هذه التقنيات، وفي السياسات المنظمة لاستخدامها، الأمر الذي يثير تساؤلات حول مدى إسهام الذكاء الاصطناعي في تحسين الإنتاج الإعلامي، أو ما إذا كان يؤدي إلى تحديات مهنية وأخلاقية قد تؤثر في مصداقية الرسالة الإعلامية.

أسئلة الدراسة

السؤال الرئيس:

ما أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تطوير المحتوى الإعلامي الرقمي بالمؤسسات الإعلامية العربية؟
الأسئلة الفرعية:

- ما مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العربية؟
- ما أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي؟
- ما أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في جودة المحتوى الإعلامي؟
- ما أبرز التحديات الأخلاقية والمهنية المرتبطة باستخدامه؟
- ما المقترحات التي تسهم في رفع كفاءة توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العربية.
- تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي في جودة المحتوى الإعلامي.
- تحديد الفرص والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- تقديم تصور علمي لتطوير توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية.

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية:

تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العربية في مجال الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي، من خلال تقديم إطار علمي يفسر العلاقة بين التكنولوجيا الحديثة وإنتاج المحتوى الإعلامي، كما توفر أساساً يمكن أن تستند إليه الدراسات المستقبلية في هذا المجال.

الأهمية التطبيقية:

تساعد نتائج الدراسة المؤسسات الإعلامية على تطوير سياسات واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي، وتحسين جودة المحتوى، ورفع كفاءة العاملين، والاستفادة من التقنيات الحديثة مع مراعاة الضوابط المهنية والأخلاقية.

فرضيات الدراسة

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وجودة المحتوى الإعلامي.
- يؤثر استخدام الذكاء الاصطناعي في سرعة إنتاج المحتوى الإعلامي.
- توجد علاقة بين مستوى تدريب الإعلاميين ومستوى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- تختلف درجة استخدام الذكاء الاصطناعي باختلاف نوع المؤسسة الإعلامية.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لملاءمته في وصف واقع استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العربية، وتحليل أثره في تطوير المحتوى الإعلامي، مع الاستفادة من المنهج المسحي في جمع البيانات من أفراد العينة.

مجتمع الدراسة وعينتها

- مجتمع الدراسة: العاملون في المؤسسات الإعلامية العربية.
- عينة الدراسة: عينة عشوائية من الصحفيين والمحررين ومنتجي المحتوى والإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية الرقمية.



أدوات جمع البيانات

- الاستبانة.
- المقابلات شبه المقتنة.
- تحليل الوثائق والتقارير الصادرة عن المؤسسات الإعلامية.



النتائج المتوقعة

يتوقع أن تظهر الدراسة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تسهم في تحسين سرعة إنتاج المحتوى، ورفع كفاءة إدارة الأخبار، وتعزيز التفاعل مع الجمهور، مع استمرار الحاجة إلى أطر تنظيمية وأخلاقية تضمن الاستخدام المسؤول لهذه التقنيات، وتحد من المخاطر المرتبطة بالمعلومات المضللة أو الاعتماد المفرط على الإنتاج الآلي.

التوصيات المتوقعة

- إعداد سياسات مؤسسية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
- تدريب الإعلاميين على توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي بصورة مهنية.
- وضع معايير أخلاقية لاستخدام المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي.
- دعم البحث العلمي في مجال الإعلام والذكاء الاصطناعي.
- تعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية والجامعات لتطوير تطبيقات إعلامية عربية قائمة على الذكاء الاصطناعي.

المراجع

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (6th ed.). SAGE Publications.
- Pavlik, J. V. (2023). Disruption and Digital Journalism. Routledge.
- Russell, F. M., & Molyneux, L. (2024). Journalism and Artificial Intelligence. Routledge.
- UNESCO. (2023). Guidance for Generative AI in Education and Research. UNESCO.
- World Economic Forum. (2024). The Future of Jobs Report. WEF.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

