

جامعة ميدأوشن
كلية الإعلام والتسويق
بكالوريوس الإعلام الرقمي

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي
اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج
المحتوى الإعلامي عبر المنصات الرقمية: دراسة ميدانية على عينة من طلاب
جامعة ميدأوشن

إعداد: اسم الطالب: فاتن الشعار

الرقم الأكاديمي: ٢٣٢٠٠٠٠٩٠

إشراف:

د. توفيق عمري

٢٠٢٦



Midocean University
College of Media and Marketing
Bachelor of Digital Media

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media
**Students' Attitudes Toward the Use of Artificial
Intelligence Technologies in Media Content Production on
Digital Platforms: A Field Study on a Sample of Students
from Midocean University**

Prepared by: Faten Alshaar
ID: 232000090

Supervised by:
Dr. Tewfik amri
2026

1- الإشكالية:

شهدت السنوات الأخيرة تطوراً كبيراً في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي، وبرز كأحد أهم الأدوات الحديثة التي أصبحت تدخل في مختلف المجالات وخاصة في المجال الإعلامي الرقمي ومع سرعة تطور هذه التقنيات ظهرت أدوات متعددة تساعد في إنتاج المحتوى الإعلامي مثل كتابة النصوص وتصميم الصور وإنتاج الفيديوهات مما جعل استخدامها شائعاً بشكل كبير بين فئة الشباب والطلبة الجامعيين.

يمكن ملاحظة أن عدداً من طلبة الجامعة ونختص منهم طلاب تخصص الإعلام الرقمي أصبحوا يعتمدون على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز بعض المهام الدراسية وإنتاج محتوى يتم نشره عبر المنصات الرقمية. وهذا الاستخدام المتزايد يطرح تساؤلات حول طبيعة اتجاهاتهم نحو هذه التقنيات نحو هذه التقنيات وكيف ينظرون إليها: هل تعتبر مجرد وسيلة مساعدة أم أنها أصبحت وسيلة يعتمد عليها بشكل أساسي في مختلف مجالات العمل والدراسة كبديل عن الجهد الشخصي؟

أهمية هذا الموضوع ترجع إلى أن الذكاء الاصطناعي أصبح جزء من واقع الإعلام ومن المهم فهم كيفية تعامل الطلبة معه خاصة وأن الجيل القادم يمثل شريحة مهمة من المستخدمين الأكثر تفاعلاً مع التقنيات الحديثة كما توجد علاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وإنتاج المحتوى الإعلامي، إذ يمكن أن يسهم في تحسين جودة العمل وسرعته، إلا أنه قد ينعكس أيضاً على مستوى الإبداع والاستقلالية عند الطلبة.

كما تساعد هذه الدراسة في توضيح الجوانب الإيجابية والسلبية المرتبطة باستخدام هذه التقنيات، وتقديم فهم أوضح لطبيعة العلاقة بين توظيف الذكاء الاصطناعي ومستوى إنتاج المحتوى الإعلامي لدى الطلبة الجامعيين.

وبناءً على ذلك تتمثل إشكالية الدراسة في السؤال التالي:

ماهي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي عبر المنصات الرقمية؟

2- تساؤلات الدراسة:

- ١- ما الأسباب التي تدفع الطلبة الجامعيين إلى استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى؟
- ٢- هل يسهم استخدام الذكاء الاصطناعي في تقليل الجهد والوقت المبذول في إنتاج المحتوى؟
- ٣- ما العوامل التي تشجع الطلبة على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؟
- ٤- ما أبرز التحديات التي تواجه الطلبة عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
- ٥- ماهي الفوائد التي يحققها الطلبة من استخدام هذه التقنيات؟
- ٦- ما تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على مستوى الإبداع لدى الطلبة؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

- ملاحظة استخدام الطلبة لهذه التقنيات بشكل متزايد بين الطلبة.
- أهمية فهم تأثير هذه التقنيات على طريقة إنتاج المحتوى لدى الطلبة.
- الاهتمام الشخصي بموضوع الذكاء الاصطناعي خاصة مع انتشاره في المجال الإعلامي.
- ارتباط الموضوع بتخصص الإعلام الرقمي وكونه من المواضيع القريبة من واقع الدراسة.
- حداثة الموضوع وكونه من المجالات التي مازالت تحتاج الى دراسة ميدانية.

4- أهداف الدراسة:

- التعرف على دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي.
- الوقوف على مدى اعتماد الطلبة على هذه التقنيات في إنجاز المحتوى الرقمي.
- توضيح العوامل التي تلعب دوراً في تشجيع الطلبة على استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.
- رصد الفوائد التي يحققها الطلبة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى.
- الكشف عن أبرز الصعوبات التي قد تواجه الطلاب أثناء استخدام هذه التقنيات.
- تحليل تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على مستوى الإبداع لدى الطلبة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

5- الدراسات السابقة: أولاً الدراسات العربية:

الدراسة الأولى

اسم الباحث: نجم عبد الله الراشد – ٢٠٢٤ (راشد، ٢٠٢٤، الصفحات ٦٥-٨٠)

موضوع الدراسة:

تناولت الدراسة موضوع تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام حيث ركزت على تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على صناعة الإعلام الرقمي كما ناقشت الفوائد والتحديات التي تواجه العاملين في المجال الإعلامي نتيجة استخدام هذه التقنيات خصوصاً فيما يتعلق بتحسين جودة المحتوى وتسريع عملية الإنتاج الإعلامي وإعادة تشكيل أساليب العمل داخل المؤسسات الإعلامية.

المنهج والعينة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الكتب الحديثة والرسائل الجامعية والدراسات العلمية ذات الصلة بالإضافة إلى مصادر الإنترنت ولم تعتمد الدراسة على عينة ميدانية أو استبانة وبالتالي لا يوجد عينة بشرية مباشرة.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تسهم بشكل كبير في تطوير صناعة الإعلام من خلال تحسين جودة المحتوى وتسريع الإنتاج وتسهيل جمع وتحليل البيانات كما أكدت أن الذكاء الاصطناعي لا يمكن أن يحل محل العنصر البشري بشكل كامل نظراً لأهمية الإبداع الإنساني والتحقق من المعلومات واتخاذ القرارات المهنية والحفاظ على أخلاقيات العمل الإعلامي.

أوجه الاستفادة:

تفيد هذه الدراسة في توضيح أثر الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام ودوره في تحسين كفاءة الإنتاج الإعلامي كما تدعم فكرة أن الذكاء الاصطناعي يُستخدم كأداة مساعدة وليس بديلاً عن الإنسان مع ضرورة وجود ضوابط أخلاقية ومهنية تنظم استخدامه في المجال الإعلامي.

الدراسة الثانية:

اسم الباحث: رشا عبد المجيد محمد أبو مقدم – ٢٠٢٤ (مقدم, ٢٠٢٤, pp. ١-٦٥)

موضوع الدراسة:

تناولت هذه الدراسة درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعلم الذاتي لدى طلبة الدراسات العليا في جامعات الأردنية حيث هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد الطلبة على هذه التطبيقات وبشكل خاص تطبيق Chat GPT في دعم التعلم الذاتي والبحث العلمي كما سعت إلى الكشف عن العلاقة بين استخدام هذه التقنيات ومستوى التعلم الذاتي إضافة إلى معرفة ما إذا كانت هناك فروق في الاستخدام ترجع إلى نوع الجامعة أو المؤهل العلمي

المنهج والعينة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات بعد التحقق من صدقها وثباتها وبلغت عينة الدراسة ٤٥٢ طالباً وطالبة من طلبة الدراسات العليا في الجامعات الأردنية خلال الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي ٢٠٢٣/٢٠٢٤

أهم النتائج:

أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى الطلبة جاء مرتفعاً كما تبين وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين استخدام هذه التطبيقات ومستوى التعلم الذاتي وكشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام تطبيق Chat GPT مرتبطة ب نوع الجامعة حيث كانت الفروق لصالح طلبة الجامعات الحكومية في حين لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية ترجع إلى المؤهل العلمي.

أوجه الاستفادة:

تفيد هذه الدراسة في إبراز أهمية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في دعم التعلم الذاتي لدى الطلبة خاصة في مجالات البحث العلمي كما تعزز فكرة أن هذه التطبيقات يمكن أن تسهم في تنمية مهارات التعلم المستقل وتوفير مصادر معرفية متنوعة مما يدعم الدراسة الحالية في فهم دوافع استخدام الطلبة للذكاء الاصطناعي وأثره على إنتاج المحتوى.

الدراسة الثالثة:

اسم الباحث: أماني الحلواجي، مها الراشد، رانيا باقر، فاطمة السابوري — ٢٠٢٥
(السابوري، ٢٠٢٥)

موضوع الدراسة:

تناولت هذه الدراسة توظيف طلاب الإعلام في الجامعات البحرينية للذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي حيث هدفت إلى تحليل واقع استخدام الطلبة لتقنيات الذكاء الاصطناعي والكشف عن أنماط الاستخدام ودوافعه والتحديات المرتبطة به إضافة إلى دراسة تأثير هذا الاستخدام على الكفاءات المهنية المختلفة مثل الكفاءات التحريرية والتقنية والإنتاجية والبحثية والنقدية والإبداعية.

المنهج والعينة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي والنوعي معاً حيث تم استخدام كمي طُبق على ٣٠٥ طالباً من طلاب الإعلام في أربع جامعات بحرينية إلى جانب مقابلات شبه مقننة مع ٨ أعضاء من هيئة التدريس في تخصص الإعلام.

أهم النتائج:

أظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي أصبح شائعاً بين طلاب الإعلام حيث قيم ٨٦.٥٪ من المشاركين مستوى معرفتهم بهذه التطبيقات بأنه متوسط فأعلى وتبين أن أبرز دوافع الاستخدام تمثلت في توفير الوقت وسرعة الإنجاز بنسبة ٧٠.٥٪ وتحسين جودة المحتوى ٦٠.٧٪ كما كانت أكثر مجالات الاستخدام شيوعاً كتابة النصوص وإعادة الصياغة يليها توليد الأفكار إنتاج الفيديو أما أبرز التحديات فتمثلت في ضعف موثوقية المخرجات بنسبة ٧٩٪ إضافة إلى التحديات الأخلاقية المتعلقة بالنزاهة الأكاديمية وحقوق الملكية الفكرية وأشارت النتائج إلى تحسن الكفاءات التقنية والإنتاجية لدى الطلبة مقابل ضعف نسبي في الكفاءات التحريرية.

أوجه الاستفادة:

تفيد هذه الدراسة في توضيح واقع استخدام طلاب الإعلام للذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي ودوره في تحسين سرعة وجودة الإنتاج كما تدعم أهمية توظيف هذه التقنيات بشكل مسؤول داخل البيئة التعليمية الإعلامية وضرورة تطوير أساليب التعليم والتقييم بما يوازن بين المنتج النهائي ومهارات التفكير النقدي والإبداعي لدى الطلبة.

الدراسة الرابعة:

اسم الباحث: الغريب زاهر إسماعيل محمد، رشا حمدي حسن هداية، ثروت محمد طلبه
محمد منصور – ٢٠٢٦ (منصور، ٢٠٢٦)

موضوع الدراسة:

تناولت هذه الدراسة أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بيئة تعلم شخصية على إنتاج المحتوى التعليمي الإعلامي لدى طلاب كلية الإعلام حيث ركزت على فاعلية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل النظم الخبيرة والشات بوت داخل بيئات تعلم شخصية ودورها في تنمية مهارات إنتاج المحتوى التعليمي الإعلامي لدى طلاب الإعلام.

المنهج والعينة:

اعتمدت الدراسة على المنهج التطويري الذي يجمع بين المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التجريبي باستخدام تصميم شبه تجريبي يعتمد على القياس القبلي والبعدي وتكونت العينة من ٦٤ طالباً وطالبة من كلية الإعلام بجامعة العين في دولة الإمارات وتم تقسيمهم إلى مجموعتين متساويتين: المجموعة الأولى استخدمت النظم الخبيرة والمجموعة الثانية استخدمت الشات بوت داخل بيئة تعلم شخصية وتم الاعتماد على اختبار تحصيلي لقياس الجانب المعرفي وبطاقة ملاحظة لقياس جوانب المهارة.

أهم النتائج:

أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعتين في التطبيق البعدي لصالح المجموعة التي استخدمت الشات بوت حيث حققت متوسطاً أعلى في الاختبار المعرفي بلغ ٩٤.٧٧ مقارنة بالمجموعة الأخرى التي بلغت ٦٧.٨٧ كما سجلت المجموعة نفسها تحسناً أكبر في الأداء العملي بمتوسط ١٨٢٢.٩٧ مقابل ١٦٤٩.٥٣ وأكدت النتائج فاعلية الشات بوت في رفع التحصيل المعرفي وتحسين الأداء العملي لدى طلاب الإعلام مقارنة بالنظم الخبيرة.

أوجه الاستفادة:

تفيد هذه الدراسة في إبراز دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي وخاصة الشات بوت في تطوير مهارات إنتاج المحتوى الإعلامي التعليمي لدى الطلاب كما تدعم أهمية دمج هذه التقنيات داخل البيئات التعليمية الحديثة لما لها من أثر إيجابي في تحسين الجوانب المعرفية وتعزيز جودة الإنتاج الإعلامي ومواكبة متطلبات التحول الرقمي في التعليم والإعلام.

الدراسة الخامسة:

اسم الباحث: فوزي عبد الرحمن الزعبالوي – ٢٠٢٦ (الزعبالوي، ٢٠٢٦)

موضوع الدراسة:

تناولت هذه الدراسة الاتجاهات البحثية الحديثة نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي حيث هدفت إلى رصد وتحليل الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي مع التركيز على مقارنة الاتجاهات البحثية بين الدراسات العربية والأجنبية إضافة إلى بيان واقع غرف الأخبار العربية في مواكبة التحولات التكنولوجية الحديثة.

المنهج والعينة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح التحليلي باستخدام تحليل المحتوى من المستوى الثاني مع توظيف الأسلوبين الكمي والنوعي معاً وتكونت عينة الدراسة من ١٢٦ دراسة تم اختيارها بطريقة عمدية منها ٨٥ دراسة أجنبية، ٤١ دراسة عربية والتي تناولت موضوع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي خلال الفترة من ٢٠٢١ إلى ٢٠٢٥.

أهم النتائج:

أظهرت النتائج وجود تباين واضح بين الدراسات العربية والأجنبية حيث ركزت الدراسات الأجنبية على التحولات العميقة في بنية إنتاج المحتوى الرقمي بينما ركزت الدراسات العربية على الجوانب الوصفية والشكلية لهذه التحولات كما بينت النتائج أن المؤسسات الإعلامية تمتلك بنية تقنية أكثر تطوراً وكفاءات بشرية مدربة بشكل أفضل في حين تعاني المؤسسات العربية من ضعف في البنية التحتية وقلة التدريب وأشارت النتائج أيضاً إلى أن الدراسات العربية يغلب عليها الطابع الوصفي بينما تتنوع مناهج الدراسات الأجنبية بين التجريبية وتحليل البيانات الضخمة واستخدام النماذج التقنية المتقدمة.

أوجه الاستفادة:

تفيد هذه الدراسة في تقديم رؤية شاملة حول واقع استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي كما تساعد في تحديد الفجوة البحثية بين الدراسات العربية والأجنبية وتدعم أهمية تطوير البنية التقنية والتدريب المهني داخل المؤسسات الإعلامية العربية إضافة إلى ضرورة التوجه نحو دراسات تطبيقية وتجريبية أكثر عمقاً لفهم تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام الرقمي.

Foreign Studies:

Study 1:

Researcher(s): Alina Mysechko, Lytvynenko, and Goian --- 2024

(Alina Mysechko, Artificial Intelligence in Academic Media Environment: Challenges, Trends, Innovations, 2024)

Study Topic:

The study examined the use of artificial intelligence in the academic media environment, focusing on the opportunities and challenges of AI tools in higher education, particularly in media and journalism fields. It highlighted the role of tools such as Chat GPT in supporting learning, research, content creation, idea generation, and productivity. At the same time, it addressed concerns related to academic integrity, overreliance on AI, misinformation, and the need for clear institutional policies regulating AI use.

Methodology and Sample:

The study adopted a descriptive analytical approach using an online survey distributed via google form. It also included content analysis of AI related policies and guidelines in international universities. The sample consisted of 144 participants from Taras Shevchenko national university of Kyiv, including 70 students and 74 faculty members.

Key Findings:

The findings indicated that AI tools are widely used in academic settings, with 87.1% of students and 68.9% of faculty members reporting usage in study or work. ChatGPT was identified as the most commonly used AI tool among participants. The main uses of AI included idea generation, text writing, image creation, presentation preparation, information organization, and research support. The study also found strong support among participants for establishing official guidelines of regulate AI use rather than banning it completely.

Benefits of current study:

The study is useful for the current research as highlights the role of artificial intelligence as a supportive tool in education and media rather than a replacement for crucial thinking and academic work. It also emphasizes the importance of responsible AI use through clear ethical and academics guidelines, particularly in relation to academic integrity, information verification, and defining appropriate boundaries for AI use in educational context.

Study 2

Researcher(s): Nikolaos Pellas --- 2023 (Pellas, 2023)

Study Topic:

The study examined the influence of sociodemographic factors on students' attitudes toward using artificial intelligence and machine learning in creating AI generated video content. It focused on how variable such as age, gender and technological experience shape students' attitudes, as well as the role of AI in supporting digital content creation, media production, and creativity in digital creating environment.

Methodology and sample:

The study adopted a quantitative approach using a web-based questionnaire. The sample included 398 undergraduate students from different countries and academic backgrounds. Participants used AI video generation tools to create learning projects. The study relied on the machine learning attitude scale (MLAS), in addition to several variables such as age, gender, ICT use, number of devices, participation in AI training, time spent on AI platforms, and technical experience.

Key findings:

The results showed that students generally have positive attitudes toward using AI tools in learning and content creation. About 72.63% of participants expressed a positive attitude toward developing AI generated video content. The findings also indicated that participation in AI training courses had significant impact on students' attitudes, while other factors such as gender and general technology use had limited influence. The study also emphasize that AI can support creativity and media production, but requires attention to ethical issues such as bias, fairness, and content credibility.

Benefits for current study:

This study is useful for the current research as it highlights the role of AI in supporting video content creation and digital media production. It also emphasizes the importance of training students to use AI tools effectively and responsibly. The finding supports the idea that AI can enhance creativity and productivity, but should be used carefully to avoid issues related to bias, misinformation, and lack of authenticity.

Study 3

Researcher(s): Samar Y. Makanai, Najm A. Khalaf Alhatimi Aleessawi, and wasan Haddad --- 2024 (Samar Y. Makanai, 2024)

Study Topic:

This study explored the use of artificial intelligence tools in media learning and examined the attitudes of media students in Jordanian universities toward these tools. It also aimed to identify the main areas in which AI is used, as well as the disadvantages and challenges students face when trying to develop sufficient knowledge and skills related to AI applications

Methodology and sample:

The study adopted a descriptive survey method using a questionnaire consisting of 33 items. These items were divided into four main areas: students' attitudes toward AI use in learning, fields of AI use, disadvantages, and challenges. The sample included 338 media students selected randomly from three Jordanian universities: Arab Open University, University of Petra, and Yarmouk University.

Key Findings:

The results showed that students generally have positive attitudes toward using AI in media learning. AI was found to improve the efficiency and speed of editing processes, enhance content quality, and support the learning experience. The most common areas of use included media writing, editing, content production, source discovery, audio-visual editing, research preparation, and content analysis. However, the study also identified several drawbacks, such as weakening critical thinking skills, reducing direct interaction with teachers and peers, and raising privacy concerns. The main challenges included lack of awareness, absence of clear strategies in universities, weak digital infrastructure, limited technical skills among students, high costs of some AI tools, and difficulty verifying AI generated information. The study also found that Chat GPT was the most commonly used AI tool among students, with a percentage of 47.93%.

Benefits for the current study:

This study is useful for the current research as it explains how AI tools support media learning, especially in writing, editing, and content production. It also highlights the importance of training students to use AI responsibly while maintaining critical thinking, human interaction, and data privacy. The study supports the idea that AI can improve media education, but requires clear strategies and proper infrastructure for effective implementation.

Study 4

Researcher(s): Yohan Hwang and Jang Ho Lee--- 2025 (Yohan Hwang, 2025)

Study Topic:

The study explored university students' experiences and perceptions of collaborating with generative artificial intelligence in digital content. It focused on how students use AI not only as a creative partner that helps in generating ideas, improving content solving problems, and enhancing digital creativity.

Methodology and Sample:

The study used a comparative experimental approach. The participants were university students majoring in English language and literature in south korea. They were divided into two groups: the prompt Literacy group (24 students), who used generative AI tools in content creation, and the digital literacy group (47 students), who relied on traditional digital tools without AI. Students worked on digital content projects related to sociocultural issues, and the AI group was required to edit and improve AI generated outputs instead of submitting them directly.

Key Findings:

The results showed that the prompt Literacy group achieved better improvement in was on significant difference between the two groups in terms of creative curiosity. Students who used AI considered it a helpful partner, as it supported idea generation, saved time, improved efficiency, and helped them explore creative solutions. The study also highlighted the importance of prompt literacy in obtaining accurate and useful results. At the same time, some students raised concerns about AI limitations, inaccurate information, ethical issues, copyright, and the risk of overdependence on AI.

Benefits for the Current Study:

This study is useful for the current research as it shows the role of AI as a collaborative tool in digital content creation. It supports the idea that AI can enhance creativity and problem-solving skills when combined with human effort such as editing and refinement. It also emphasizes the importance of developing prompt writing skills and maintaining ethical awareness when using AI tools.

Study 5

Researcher(s): Lasse Bischof, Eva-Maria Schön, Maria Rauschenberger, and Michael Neumann --- 2026 (Lasse Bichof, 2026)

Study Topic:

This study examined students' awareness of university regulations related to the use of generative artificial intelligence in higher education. It focused on the relationship Between students' knowledge of AI rules, their actual use of these, and their understanding of whether their use complies with institutional policies.

Methodology and Sample:

The study used a quantitative survey approach an anonymous online questionnaire consisting of 15 questions. The sample included 151 undergraduate students from Business Information System and E-Government programs at a university in Germany. Data were analyzed using descriptive statistics and correlation analysis.

key Findings:

The results showed that most students use AI tools in academic work, but many of them are not aware of the official regulations governing this use. Only 25.83% of students reported knowing the rules, while 62.25% stated they were unaware of them. Among AI users, 72.44% were unsure whether their use follows university policies. The study also found that simply knowing the rules does not guarantee proper or responsible use. In addition, students tend to rely more on privately accessed AI tools rather than those provided by universities.

Benefits for the Current Study:

This study is useful for the current research as it highlights the importance of clear guidelines and effective communication regarding AI use in higher education. It shows that students need practical guidance and training, not just rules. It also supports linking AI use with academic integrity, responsible behavior, and awareness of institutional policies.

المراجع

- نجم عبدالله راشد. (٢٠٢٤). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام. المملكة المتحدة/لندن: International Journal for Scientific Research, London, Vol 3, No. 7.
- رشا عبد المجيد محمد أبو مقدم. (٢٠٢٤). درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعلم الذاتي لدى طلبة الدراسات العليا في الجامعات الأردنية. الأردن: جامعة الشرق الأوسط كلية الآداب والعلوم التربوية .
- أماني الحلواجي، مها الراشد، رانيا باقر، فاطمة السابوري. (٢٠٢٥). توظيف طلاب الإعلام في الجامعات البحرينية للذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي: أنماط والتصورات حول الكفاءات المهنية (المجلد الخامس والثلاثون). البحرين: مجلة البحوث والدراسات الإعلامية .
- الغريب زاهر إسماعيل محمد، رشا حمدي حسن هداية، ثروت محمد طلبه محمد منصور. (٢٠٢٦). أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي ببيئة تعلم شخصية على إنتاج المحتوى التعليمي الإعلامي لدى طلاب كلية الإعلام (المجلد ١٨). مصر: المجلة الدولية للتعليم الإلكتروني.
- فوي عبدالرحمن الزعبلوي. (٢٠٢٦). الاتجاهات البحثية الحديثة نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي (المجلد ٢٥). مصر: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.
- Anastasia Lytvynenko, Arsen Goian Alina Mysechko. (٢٠٢٤). *Artificial Intelligence in Academic Media Environment: Challenges, Trends, Innovations*. Slovak Republic: Media Literacy and Academic Research.
- Anastasia Lytvynenko, Arsen Goian Alina Mysechko. (٢٠٢٤). *Artificial Intelligence in Academic Media Environment: Challenges, Trends, Innovations*. Slovak Republic: Media Literacy and Academic Research.
- Nikolas Pellas. (٢٠٢٣). *The Influence of Sociodemographic Factors on Students' Attitudes Toward AI-Generated Video Content Creation*. Greece: Smart Learning Environments (Springer Open).
- Najm A. Khalaf Alhatimi Aleessawi, Wasan Haddad Samar Y. Makanai. (٢٠٢٤). *Using Artificial Intelligence Tools in Media Learning: Attitudes and Skills*. Syrian Arab Republic: Rihan Journal for Scientific Publishing.
- Jang Ho Lee Yohan Hwang. (٢٠٢٥). *Exploring Students' Experiences and Perceptions of Human-AI Collaboration in Digital Content Making*. South Korea: International Journal of Educational Technology in Higher Education, Springer Open.
- Eva-Maria Schön, Maria Rauschenberger, Michael Neumann Lasse Bichof. (٢٠٢٦). *Knowing the Rules Is Not Enough: Student Regulatory Awareness and Use of Gen AI in higher Education*. (Germany: arXiv (International Online Repository).

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة العربية والأجنبية، يتضح أن هناك اهتماماً متزايداً بدراسة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي والتعليمي، خاصة فيما يتعلق بإنتاج المحتوى الرقمي وتطوير المهارات لدى الطلبة. وقد أجمعت أغلب الدراسات على أن استخدام الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين جودة المحتوى وتسريع عملية الإنتاج ودعم الإبداع وتوليد الأفكار، مما يعكس دوره في تنمية البيئة الإعلامية الحديثة.

كما أظهرت عدد من الدراسات أن اتجاهات الطلبة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي كانت بشكل عام إيجابية حيث ينظرون إليه كأداة مساعدة في التعلم وإنتاج المحتوى وليس كبديل عن الجهد البشري.

في المقابل أشارت بعض الدراسات إلى وجود تحديات وسلبات مرتبطة باستخدامه مثل ضعف مهارات التفكير النقدي ومخاوف تتعلق بدقة المعلومات إضافة إلى القضايا الأخلاقية مثل الاعتماد الزائد على الذكاء الاصطناعي وحقوق الملكية الفكرية.

ومن حيث المنهجيات تنوعت الدراسات السابقة بين المنهج الوصفي المسحي والمنهج التجريبي والتحليلي كما اختلفت في العينات المستهدفة بين طلاب جامعات مختلفة وأعضاء هيئة التدريس مما يعكس تنوعاً في زوايا تناول الموضوع.

وعلى الرغم من كثرة الدراسات التي تناولت الذكاء الاصطناعي في التعليم والإعلام إلا أن هناك حاجة للمزيد من الدراسات التي تركز بشكل مباشر على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي عبر المنصات الرقمية وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة لمعالجته من خلال دراسة ميدانية توضح هذا الجانب بشكل أكثر تحديداً.

المقاربة النظرية للدراسة:

نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباع من أبرز نظريات الإعلام التي تهتم بدراسة الجمهور وقد ظهرت في سبعينيات القرن العشرين على يد إيليو كاتز وجاي بلوملر ومايكل جوريفيتش وترى هذه النظرية أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بصورة واعية لاختيار الوسيلة التي تحقق له احتياجات إشباع معينة مثل الحصول على المعلومات واكتساب المعرفة والترفيه والتواصل وتنمية المهارات.

(Elihu Katz, Jay G. Blumler, & Michael Gurevitch, 1974)

وتستخدم هذه النظرية في الدراسات الإعلامية التي تهدف إلى معرفة أسباب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام أو التقنيات الحديثة والدوافع التي تشجعهم على استخدامها والإشباع التي يحققونها منها.

وقد تم اختيار هذه النظرية في الدراسة لأنها تتناسب مع موضوع البحث المقدم وهي تساعد في تفسير اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي عبر المنصات الرقمية والتعرف على دوافع استخدامهم لهذه التقنيات مثل توفير الوقت وتحسين جودة المحتوى وتوليد الأفكار وزيادة كفاءة الإنتاج الإعلامي.

وتستفيد الدراسة من هذه النظرية في تفسير دوافع استخدام الطلاب لتقنية الذكاء الاصطناعي ويبين مدى إسهامها في تلبية احتياجاتهم التعليمية والإعلامية والتعرف على اتجاهاتهم نحو استخدامها في إنتاج المحتوى الإعلامي.

منهج ونوع الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وهو من أكثر المناهج استخداماً في البحوث الإعلامية ويهدف إلى وصف الظاهرة محل الدراسة كما هي في الواقع ثم جمع البيانات المتعلقة بها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج علمية.

ولهذا تم اختيار هذا المنهج لأنه الأنسب لموضوع الدراسة حيث أنه يساعد على وصف توجهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام هذه التقنيات في إنتاج المحتوى الإعلامي عبر المنصات الرقمية وتحليل البيانات التي سيتم جمعها من أفراد العينة بما يسهم في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على العينة القصدية وهي إحدى العينات غير الاحتمالية التي يختار فيها الباحث أفراد العينة بصورة مقصودة لامتلاكهم الخصائص التي تخدم أهداف الدراسة.

وقد تم اختيار العينة القصدية لأن الدراسة تستهدف طلبة جامعة ميدأوشن باعتبارهم الفئة المعنية بموضوع البحث ولديهم المعرفة والخبرة باستخدام المنصات الرقمية وتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي مما يساعد في الحصول على بيانات تحقق أهداف الدراسة.

وسيتم تحديد حجم العينة النهائي بعد تويح الاستبيان واسترجاعه مع توضيح عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة في الفصل الخاص بتحليل البيانات.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على الاستبيان بوصفه الأداة الرئيسية لجمع البيانات وهي مجموعة من الأسئلة تُعد للحصول على المعلومات اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها وسيتم توزيعها إلكترونياً على الطلاب وسيذكر لاحقاً عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة بعد الانتهاء من تطبيقها.

كما استعانت الدراسة بالملاحظة بوصفها أداة مساندة وهي أسلوب يعتمد على متابعة الظاهرة محل الدراسة وتسجيل الملاحظات المتعلقة بها وقد تم توظيفها في هذه الدراسة لدعم تفسير النتائج وتحليل البيانات بما يساعد في الوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية.