

قضايا بحثية ٣

إشراف الدكتور ه / شيرين كدواني

إعداد باحث دكتوراه الإعلام الرقمي
فارس عمر بتاوي
(٢٢١٠٠٠٧٣٩)



تأثير الذكاء الإصطناعي على صناعة الإعلام



يشهد عالمنا اليوم تطورات تكنولوجية متسارعة ، أبرزها ظهور الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته المتعددة في شتى المجالات ، بما في ذلك صناعة الإعلام ، و هذا البحث يسعى إلى استكشاف تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام ، وتحديد الفرص والتحديات التي يطرحها هذا التطور .

Chapter

5

أهمية ومبررات الدراسة

تكمن أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على دور الذكاء الاصطناعي في تشكيل مستقبل صناعة الإعلام ، وتقديم رؤية واضحة للمهنيين والعاملين في هذا المجال حول التحديات والفرص التي تواجههم . كما يساهم البحث في فهم الآثار الاجتماعية والثقافية لتطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام .

Chapter
5

مجالات الدراسة

- يقدم مجال تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام فرصًا بحثية واسعة ومتنوعة و يمكن للمهتمين بهذا المجال التعمق في عدة جوانب ، منها :
 - توليد المحتوى الآلي (ترجمة اللغات) ، تحليل البيانات وتخصيص المحتوى (تحليل مشاعر الجمهور) ، الذكاء الاصطناعي في الإعلام المرئي والمسموع (إنتاج الأفلام و البرامج التلفزيونية) .
- يمكن دراسة عدة مجالات في تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام ، منها :
 - ١ - مجال محدد في صناعة الإعلام : (الصحافة ، التلفزيون ، الإعلانات)
 - ٢ - تطبيق للذكاء الاصطناعي : (توليد النصوص ، تحليل الصور ، التعرف على الصوت)
- وجميعها يمكن دراستها كدراسات تحليلية أو تجريبية أو تطبيقية أو وصفية .



- ١ - المستقل : نوع تقنية الذكاء الاصطناعي او مستوى اعتماد الذكاء الاصطناعي .
- ٢ - التابع : جودة المحتوى الإعلامي أو إحلال وظائف في المهن الإعلامية .
- ٣ - الوسيط : عادة لاتشمل أبحاث الذكاء الاصطناعي متغير وسيط و يستخدم الوسيط في الدراسات السببية وحيث أن التأثير المستقل يؤثر بشكل مباشر على التابع .

أدوات الدراسة

- الإستبيانات .
- المقابلات .
- تحليل المحتوى .
- مراقبة منصات وسائل التواصل الإجتماعي .

عينة الدراسة

- عينة عشوائية من المجموعة السكانية المراد استهدافها بسيطة أو طبقية .
- عينة ملائمة بناء على معايير محددة .



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



شكراً لمتابعتكم