

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي
تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام: بين التحديات والفرص

إعداد: بندر حمدان السحيمي

الرقم الأكاديمي: 232002625

إشراف:

د. توفيق عمري

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى:

أجرى **Pavlik** (2020) دراسة هدفت إلى التعرف على دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية الرقمية. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي من خلال تحليل مجموعة من التطبيقات الإعلامية التي تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار ومعالجة البيانات الإعلامية. وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تسريع عملية إنتاج الأخبار وتحسين دقة تحليل المعلومات، كما يساعد المؤسسات الإعلامية على التعامل مع كميات كبيرة من البيانات في وقت قصير. ومع ذلك، أشارت الدراسة إلى وجود بعض التحديات المرتبطة بأخلاقيات العمل الصحفي وإمكانية تراجع الدور الإبداعي للصحفيين في حال الاعتماد المفرط على الأنظمة الآلية.

الدراسة الثانية:

تناولت دراسة **Smith** (2021) أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الرقمية، وهدفت إلى تحليل تأثير هذه التقنيات في طبيعة العمل الإعلامي وأساليب إنتاج المحتوى. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل عدد من المؤسسات الإعلامية التي بدأت باستخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي في كتابة الأخبار وتحليل البيانات. وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يساعد في رفع كفاءة العمل الإعلامي وتقليل الوقت اللازم لإعداد المحتوى، كما يسهم في تحسين عملية تحليل المعلومات. إلا أن الدراسة أكدت ضرورة وجود رقابة بشرية لضمان مصداقية المحتوى الإعلامي.

الدراسة الثالثة:

أجرت **Zhang** (2022) دراسة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الرقمية وتأثيره في طرق إنتاج المحتوى الإعلامي. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من خلال توزيع استبيان على

مجموعة من الصحفيين والعاملين في المؤسسات الإعلامية الرقمية. وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تحليل بيانات الجمهور وتقديم محتوى إعلامي أكثر تخصيصًا يتناسب مع اهتمامات المتلقين. كما بينت الدراسة أن هذه التقنيات تساعد المؤسسات الإعلامية على فهم سلوك الجمهور بشكل أفضل. ومع ذلك، عبّر بعض المشاركين عن مخاوفهم من تأثير هذه التقنيات في مستقبل الوظائف الإعلامية التقليدية.

الدراسة الرابعة:

بحثت دراسة **Al-Harbi (2023)** في الفرص والتحديات التي يفرضها الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام الرقمي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل عدد من التطبيقات الإعلامية التي تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل أنظمة التوصية وتحليل سلوك المستخدمين. وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يفتح آفاقًا واسعة لتطوير صناعة الإعلام الرقمي، حيث يساعد في تحسين جودة المحتوى الإعلامي وزيادة تفاعل الجمهور. إلا أن الدراسة أشارت إلى وجود تحديات تتعلق بالمصادقية وانتشار الأخبار المضللة، إضافة إلى القضايا المرتبطة بحقوق الملكية الفكرية.

الدراسة الخامسة:

تناولت دراسة **Garcia (2023)** دور الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات الإعلام الرقمي، حيث ركزت على استخدام الخوارزميات في تحليل اتجاهات الجمهور وتوقع اهتماماته المستقبلية. وأوضحت نتائج الدراسة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد المؤسسات الإعلامية على تطوير محتوى إعلامي أكثر تفاعلًا مع الجمهور، كما تسهم في تحسين استراتيجيات النشر والتوزيع الرقمي. ومع ذلك، أكدت الدراسة أهمية وضع أطر تنظيمية وأخلاقية لضمان الاستخدام المسؤول لهذه التقنيات.

التعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة أن الذكاء الاصطناعي أصبح عنصرًا أساسيًا في تطوير العمل الإعلامي، حيث ركزت معظم الدراسات على دوره في تحسين إنتاج المحتوى الإعلامي وتحليل بيانات الجمهور وتطوير استراتيجيات الإعلام الرقمي. كما أظهرت هذه الدراسات أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تسهم في زيادة كفاءة المؤسسات الإعلامية وتسريع عملية إنتاج الأخبار.

وفي المقابل، أشارت العديد من الدراسات إلى وجود تحديات تتعلق بالأبعاد الأخلاقية والمهنية لاستخدام هذه التقنيات، إضافة إلى المخاوف المرتبطة بمستقبل الوظائف الإعلامية التقليدية وانتشار المعلومات المضللة. ويأتي البحث الحالي ليسهم في دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام الرقمي مع التركيز على التحديات والفرص التي يفرضها في هذا المجال.