THI QAR ARTS JOURNAL
TQARTJ | SPECIAL ISSUE 2025
عدد خاص بالمؤتمر الدولي الخامس لكلية الاداب - جامعة ذي قار

توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي على مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لموقع الإنستغرام :(١-١- ٢٠٢٥ الى ١-٢-٢٠٢٥)

رشا محمد ناجي
جامعة العين العراقية
drrashaalnajar@gmail.com
Rasha.mohammad@alayen.edu.iq

الملخص

يكتسب موضوع "توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي على مواقع التواصل الاجتماعي :- "دراسة تحليلية لموقع إنستكرام"، نظراً لأهميته العلمية والاجتماعية. يساهم البحث علميًا في إثراء الدراسات الإعلامية الرقمية، واجتماعيًا في فهم أثر الذكاء الاصطناعي على صناعة المحتوى، ويركز البحث على تحليل حسابات مستخدمي إنستكرام، وقياس مدى اعتمادهم على أدوات الذكاء الاصطناعي في تعديل المحتوى من الصور والفيديوهات، ويهدف إلى معرفة مدى تأثير هذه التعديلات على مصداقية المحتوى، شهدت المنصة تحولًا كبيرًا بفضل الذكاء الاصطناعي الذي أصبح قادرًا على تحسين جودة الوسائط وتوجيه المحتوى بحسب تفضيلات المستخدمين، تتناول الدراسة أيضًا التساؤلات المختلفة المتعلقة بتأثير الذكاء الاصطناعي على الجهد البشري والطابع الإنساني في الإنتاج الرقمي، اختير إنستكرام لكونه من أكثر المنصات استخدامًا وسهولة وإنتاجًا. شمل مجتمع البحث ٧٥ حسابًا نشطًا، وتم تحليل ١١٢٥ منشورًا خلال الفترة من ٢٠٢٥/١/١ إلى ٢٠٢٥/٢/١ باستخدام أسلوب الحصر الشامل.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي؛ إنتاج المحتوى الرقمي؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ الإعلام الرقمي؛ الوسائط الرقمية.

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

Abstract
The topic "Utilizing Artificial Intelligence in Media Content Production on Instagram: A Digital Revolution in Social Media – An Analytical Study of Instagram " gains importance due to its scientific and social relevance. Scientifically، the research contributes to enriching digital media studies، and socially، it aids in understanding the impact of artificial intelligence on content creation. The study focuses on analyzing Instagram user accounts and measuring the extent of their reliance on AI tools in editing content such as images and videos. It aims to determine how these modifications affect content credibility، The platform has witnessed a significant transformation due to AI's ability to enhance media quality and personalize content based on user preferences. The study also addresses various questions related to AI's impact on human effort and the human touch in digital production. Instagram was chosen for its high usage، accessibility، and productivity، The research sample included 75 active accounts، and 1،125 posts were analyzed during the period from January 1، 2025، to February 1، 2025، using the comprehensive enumeration method.

Keywords: **Artificial intelligence; digital content production; social media; digital media; digital media.**

مقدمة:

في ظل التطور المتسارع للذكاء الاصطناعي في مختلف المجالات، يطرح هذا البحث التساؤل الرئيسي التالي: إلى أي مدى يمكن للذكاء الاصطناعي، أن يؤثر على شكل المحتوى على إنستكرام، وما هي اهم انعكاساته على جودة المحتوى والحس البشري في هذا المجال؟"

ان هذه الدراسة تواكب احدث التطورات في مجال الإعلام الرقمي، وإنتاج المحتوى في وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تسلط الضوء حول كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي لتحقيق كفاءة الإنتاج وتقديم محتوى جديد وجذاب. كما تساهم في فهم تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإنتاج الرقمي الانستكرام تحديدا، وعلاقته بالمحتوى الإنساني. توفر أيضا بيانات لصناع المحتوى والمسوقين حول أفضل الممارسات لاستخدام الذكاء الاصطناعي على إنستكرام.

١. المبحث الأول

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

١.١ التساؤلات البحثية

- كيف يساهم الذكاء الاصطناعي في خطوات إنتاج المحتوى على إنستكرام؟
- ما هي أبرز الفوائد والتحديات التي يواجها صناع المحتوى عند استخدام الذكاء الاصطناعي في إنستكرام؟
- ما مدى تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى الرقمي والإنتاج البشري؟

٢.١ أهداف البحث

- تحليل دور الذكاء الاصطناعي في مختلف خطوات إنتاج المحتوى على إنستكرام.
- استكشاف الفوائد والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الرقمي.
- معرفة تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى وقدرة الإنسان على الإنتاج في إنستكرام.

٣.١ نوع البحث

هذا البحث هو احد البحوث الوصفية التحليلية، حيث يعتمد على دراسة وتحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على إنتاجية المحتوى على إنستكرام ووصف هذا المحتوى وتحليله، من خلال تحليل البيانات والحسابات الشخصية ومعلوماتهم المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في هذا المجال.

٤.١ أداة البحث

تم الاعتماد على تحليل المضمون من خلال تحليل المحتوى الشخصي لعدد من الحسابات على انستكرام لملاحظة مدى استخدامهم للذكاء الاصطناعي في التعديل على محتواهم الشخصي وتحديد طرق وشكل الاستخدام حيث تم اختيار هذه الحسابات بشكل عشوائي وهي من الحسابات النشطة بشكل يومي تقريبا وبمعدل انتاج ثابت .

٢. المبحث الثاني

١.٢ مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطوره

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

ظهرت فكرة الذكاء الاصطناعي في بداية الخمسينيات من القرن العشرين عن طريق مجموعة من العلماء المهتمين بالإلكترونيات والحواسيب في تلك الفترة، حيث سعى بعضهم لتطوير الأنظمة الحاسوبية مما يمكنها من محاكاة العقل البشري في التفكير واتخاذ القرارات، وقد كان من أبرز الأسماء في هذا المجال آلان تورينج، الذي ابتكر اختبار "تورينج*" لقياس قدرة الآلات على تقليد الذكاء البشري. مع مرور الوقت، شهد هذا المجال تطورات ضخمة مع اختراع تقنيات جديدة [١]، في بداية السبعينيات والثمانينيات، بدأ الذكاء الاصطناعي يتخذ خطوات ملموسة في مجالات محددة مثل **تطوير الألعاب** كما في "شطرنج الكمبيوتر" والأنظمة القابلة للاستخدام في الأبحاث العلمية، شهد العقدين الأخيرين تطورات كبيرة في التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي بشكل سريع وواسع في العديد من المجالات، خاصة مع تقدم **الإمكانيات الحاسوبية** وتوافر البيانات الكبيرة التي ساعدت في تعزيز قدرات التعلم الآلي [٢].

٢.٢ استخدامات الذكاء الاصطناعي

الذكاء الاصطناعي أصبح اليوم جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، وله استخدامات واسعة النطاق في العديد من المجالات[٣]:

*هي عملية ختبار تتم عن طريق ٣ أطراف. يتم عزل إنسان في طرف وحاسوب بالبرنامج المعد, في طرف آخر، وكلا منهما مخبآن عن بعض وعن الطرف الثالث المراقب (الشخص الذي يختبر الطرفان), ويعلم المراقب أن أحد من الاثنان حاسوب ولكن لا يعلم أي منهما كذلك.

(1) Turing, A. M. (1950). Computing Machinery and Intelligence. Mind, 59(236), 433–460

(2) Russell, S., & Norvig, P. (2016). Artificial Intelligence: A Modern Approach (3rd ed.). Pearson Education.

(3) Pessl, E., & Gude, J. (2020). Artificial Intelligence in Healthcare: Past, Present and Future. Springer.

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

١. الذكاء الاصطناعي والإنتاج الرقمي:

يُستخدم الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي، بشكل كبير، كما يمكن أن يساهم الذكاء الاصطناعي في انتاج و كتابة النصوص باستخدام تقنيات مثل النماذج اللغوية المتقدمة وبشكل يتفوق على الإمكانيات البشرية، بينما تستخدم أنظمة الذكاء الاصطناعي التحليل العاطفي لفهم مشاعر وتفاعلات الجمهور في تحرير الفيديو، تُستخدم الأدوات الذكية لتحسين دقة وجودة الصور، مثل تقنيات إزالة التشويش والمؤثرات والفلاتر .

٢. الصحة:

تمثل أنظمة الذكاء الاصطناعي، في مجال الصحة العامة نهضة حقيقية، حيث تُستخدم في تحديد وتشخيص الأمراض، مثل الكشف المبكر عن السرطانات باستخدام تقنيات التعلم العميق لتحليل الصور الطبية، حيث اتاحت استخدام العديد من الأجهزة الذكية التي وفرت الفحص والتشخيص الدقيق، كما يتم استخدامها في تطوير العلاجات الموجهة وتقديم الرعاية الصحية الشخصية بناءً على البيانات وتاريخ المريض، التي يتم جمعها عن كل مريض .

٣. الصناعة:

في القطاع الصناعي، يُستخدم الذكاء الاصطناعي، لتحسين العمليات الإنتاجية، عن طريق الأتمتة الالكترونية التي تساهم في تقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية، واختصار الكثير من الوقت، كما يُستخدم في تحسين جودة المنتجات المختلفة، من خلال تقنيات مثل التحليل الذكي للبيانات الضخم لمعرفة الحاجات البشرية الاكثر طلبا وكيفية توفيرها وسهولة الحصول عليها.

٣.٢ التوافق بين طموح الإنسان وتطور استخدام الذكاء الاصطناعي

شهد الذكاء الاصطناعي تطورًا سريعًا، وبهذا الصدد يطرح العديد من المفكرين والمختصين تساؤلات عديدة حول مدى توافقه مع الطموحات الإنسانية، يشير البعض إلى أن الذكاء الاصطناعي يُمكن أن يكون وسيلة لتحسين حياة البشر، بشرط أن يتم توظيفه في مجالات تسهم في **تعزيز القدرات الإنسانية** [٤]، وعليه ومن هذا المنطلق، يجب ألا يُنظر إليه كبديل للإنسان بل هو مساعد له في

---

(٤) برنارد مار ,مات وارد · تطبيقات الذكاء الاصطناعي , (السعودية : العبيكان للطباعة والنشر ٢٠٢٢, ص١٨٣)

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

تحسين العمليات والقدرات العقلية، لضمان التوافق بين الطموحات البشرية والذكاء الاصطناعي، من المهم أن يتعاون الإنسان مع الآلات لتكامل القدرات. علاوة على ذلك، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في **تحقيق طموحات إنسانية** مثل التقليل من الفقر

و الجهل، توفير التعليم للجميع، وتحسين الرعاية الصحية تحسين الظروف المعيشية بشكل عام وتيسير الأمور الحياتية[٥].

4.2 إيجابيات استخدام الذكاء الاصطناعي

يتمتع الذكاء الاصطناعي بالكثير من الفوائد التي تجعل من استخدامه أمرًا مثيرًا في شتى المجالات[٦]

١. زيادة القدرة والإنتاجية:

الذكاء الاصطناعي يمكنه أداء المهام بشكل أسرع وأكثر دقة مقارنة بالبشر. يمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي أن تُنفذ إجراءات معقدة في وقت أقل بكثير مما قد يحتاجه الإنسان.

٢. تحسين جودة الحياة:

باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل **المساعدات السمعية والبصرية** والتطبيقات الذكية، يمكن تسهيل الحياة اليومية للبشر، حيث يُمكن استخدامها لتنظيم المواعيد، المساعدة في التسوق، والتحكم في الأجهزة المنزلية.

٣. تحليل البيانات الضخمة:

من خلال أدوات الذكاء الاصطناعي، يمكن ان تحلل كميات ضخمة من البيانات بسرعة ودقة، مما يساعد في **اتخاذ قرارات حكيمة** في مجالات مثل الاقتصاد، الرعاية الصحية، وإدارة الأعمال.

---

(5) Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. W.W. Norton & Company.

(6) Dastin, J. (2017). Artificial Intelligence and the Future of Work. Harvard Business Review.

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

٥.٢ استخدام الذكاء الاصطناعي

على الرغم من الفوائد العديدة للذكاء الاصطناعي، إلا أن له بعض التأثيرات السلبية الخطيرة التي لا يمكن تجاهلها[٧]:

١. تهديد الوظائف البشرية:

يعد هذا من أبرز المخاوف أن تحل، الآلات محل البشر في العديد من الوظائف، وقيامها بالواجبات البشرية مما قد يؤدي إلى الاستغناء عن الانسان وبالتالي ارتفاع معدلات البطالة، خاصة في الصناعات التي تعتمد بشكل كبير على الأتمتة مثل التصنيع والنقل والمحتويات الإعلامية .

٢. المخاوف الأخلاقية:

هناك قلق كبير من أن يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي إلى انتهاكات الخصوصية، خاصة عند استخدام تقنيات التعرف على الوجوه وتحليل البيانات الشخصية والتجسس على الاخرين وانتحال الشخصية باستخدام تقنيات التزييف والتزييف العميق للصورة والصوت، مما يطرح تساؤلات أخلاقية حول الحقوق الإنسانية .

٣. الاعتماد الزائد على التكنولوجيا:

الاعتماد الكثيف على الأنظمة الذكية في تسهيل المهام البشرية يجعل الاخرين يستسهلون الحصول على المعلومة من الذكاء الاصطناعي وهذا قد يؤدي إلى تراجع المهارات البشرية التقليدية المختلفة، مثل القدرة على التفكير النقدي وحل المشكلات.

٤. الاختلال في صنع القرار:

---

(7) O'Neil, C. (2016). Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy. Crown Publishing Group.

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

قد تتخذ بعض الأنظمة الذكية قرارات غير انسانية وخالية من المشاعر فالذكاء الاصطناعي يعتمد على البيانات وهذا بالتالي يجعله مجرد من الطبيعة الإنسانية التي تكون ضرورية في الحالات الإنسانية.

٦.٢ الإنسان أم الذكاء الاصطناعي؟:

هنا يطرح السؤال الكبير: من الأفضل، الإنسان أم الذكاء الاصطناعي؟ ان الانسان يتمتع بالقدرة على الإبداع، والذكاء العاطفي، بينما يتفوق الذكاء الاصطناعي في الدقة و التحليل السريع، وإنجاز المهام المتكررة بكفاءة عالية وبوقت قياسي [٨].

المقارنة:

ان الإنسان يتميز بالإبداع والقدرة على اتخاذ قرارات معقدة بناءً على خبراته وعواطفه، بينما يعتمد الذكاء الاصطناعي على البيانات والتحليل الرقمي.

لذكاء الاصطناعي يتعلم من البيانات، لكنه يفتقر إلى الحدس البشري الذي يمكنه من التكيف في مواقف غير مسبوقة.

اما في المهام الحسابية والمعلوماتية، هنا يتفوق الذكاء الاصطناعي، لكنه لن يستطيع استبدال الذكاء البشري بالكامل في المجالات التي تتطلب فهماً عمقاً للعلاقات الإنسانية [٩] .

---

(8) اليسكو , دليل معلمي الصحافة تقرير حول الذكاء الاصطناعي ,
https://www.google.iq/books/edition/%D8%AA%D9%80%D9%82%D9%80%D9%80%D9%80%D9%80%D8%B1%D9%8A%D9%80%D8%B1_%D8%AD%D9%88%D9%84_%D8%A7%D9%84%D9%80%D9%80%D8%B0/jTAQEQAAQBAJ?hl=ar&gbpv=1&dq=%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1+%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A&pg=PT109&printsec=frontcover

(9) رافي برزي , من الاذكى البشر ام الذكاء الاصطناعي , مقالة علمية ١٢,فبراير ٢٠٢٥,
https://bawabaai.com/%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B0%D9%83%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B4%D8%B1-%D8%A3%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1-

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

٣. الفصل الثالث

عرض نتائج البحث وتفسيرها:

استخدمت الباحثة تحليل المحتوى لعينة عشوائية من مستخدمي إنستكرام، الذين قاموا بنشر صور وفيديوهات معدلة باستخدام الذكاء الاصطناعي على مدار شهر، تم تحليل البيانات لتحديد مدى استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين وتحرير الصور والفيديوهات الشخصية، ومدى المبالغة في إيصالها إلى الكمال لتكاد تصبح الصورة كارتونية اكثر منها بشرية، تم اختيار العينة بشكل عشوائي عبر متابعة(٧٥) حسابًا نشطًا على إنستكرام وبمعدل انتاج ثابت تقريبا، حيث بلغ عدد المنشورات المحللة (١١٢٥)منشور خلال فترة الدراسة، في الفترة من١-١-٢٠٢٥ الى ١-٢-٢٠٢٥. م، تم تصنيف الفئات الرئيسية والفرعية المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي (كيف تم التعديل؟)، كما تم حساب التكرارات والنسب الخاصة بها، أظهرت النتائج أن (٦٠٪)من المستخدمين يعتمدون على الذكاء الاصطناعي في تحسين صورهم الشخصية، بينما(٢٩٪)يستخدمونه لتحرير الفيديوهات. من المحتوى المعدل يسعى إلى تحقيق مظهر مثالي بعيدًا عن الواقع، كما تبين (١١٪) هم من يستخدمون الذكاء الاصطناعي لتزييف وفبركت صور الاخرين، تم تفسير النتائج وفقًا للسياقات البحثية لتحقيق أهداف الدراسة التي تم تسليط الضوء عليها، تم تحديد الفئات الرئيسية والفرعية ضمن برنامج البحث (ماذا قيل؟)، كما تم حساب وتحديد تكرارات ونسب الفئات تم تفسير النتائج وفقًا للسياقات البحثية لتحقيق أهداف الدراسة التي تم تسليط الضوء عليها في البحث . حددت الباحثة مجموعة من الفئات المتعلقة بمحتوى الاتصال (ماذا قيل؟)، التي شملت ٤ فئة رئيسية و(١٢) فئة فرعية، بإجمالي تكرار بلغ (5.379) ، كما هو مبين في الجداول رقم(١).

%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%9F-%D8%A7/,

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

الفئة الاولى: معرفة تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى وقدرة الإنسان على الإنتاج في إنستكرام.

أظهرت الإحصائيات أن جانب(فيض الاختيارات المتاحة) اكبر عنصر جذب بأكبر اهتمام، حيث سجلت (٨٠٠) تكرارًا بنسبة (٣٨٪)، تلتها (الاتجاه نحو الاتمتة) و بـ (٧٠٠) تكرارًا ونسبة(33.3 %)، ثم (جمالية الصورة)، بـ (٦٠٠) تكرارًا وبنسبة (571،28 %). من خلال خوارزميات الذكاء الاصطناعي، يمكن تحسين هذه المضامين عبر تحليل سلوك المشاهدين، وتقديم توصيات مخصصة، وتحقيق تجربة تفاعلية مبتكرة تناسب طبيعة المحتوى على إنستغرام، مما يزيد من فرص الانتشار والتفاعل.

الجدول رقم (١)

ت	Categories	Frequency	Percentage (%)	Rank
١	**فيض الاختيارات المتاحة**	٨٠٠	%38	First
٢	**الاتجاه نحو (الاتمتة)**	٧٠٠	3،%33	Second
٣	**جمالية الصورة**	٦٠٠	571،%28	Third
	Total.	2100	١٠٠%	

يتضح من خلال التحليل ان الجمهور ركز في استخدام الذكاء الاصطناعي على فيض الخيارات المتاحة امامه في تعديل الصور والفيديوهات واضافة المؤثرات حيث ان الخيارات تكاد لا تنتهي وتناسب كل الاذواق والاتجاهات، كما ان التجاهل البشري والاتمتة كان لها دور بارز حيث انها تميزت بالسهولة بضغطة زر فقط دون الحاجة الى دراسة اوفهم لعملية المونتاج ودون الحاجة لشخص متخصص (المونتير) ويأتي أخيرا ان الخيارات المتاحة تفوق جمالية وابهار من الصورة التي ممكن ان يتدخل الانسان فيها، وهذه العناصر كفيلة بان تجعل الجمهور يتوجه الى الذكاء الاصطناعي في تغيير الصور والوسائط الشخصية .

الفئة الثانية: تحليل دور الذكاء الاصطناعي في مختلف خطوات إنتاج المحتوى على إنستكرام.

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

مع التحول المتسارع نحو المنصات الرقمية، أصبح إنستكرام مساحة رئيسية لعرض المحتوى الرقمي، مستفيدًا من تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة المحتوى وتفاعل الجمهور، فقد بات الذكاء الاصطناعي أداة فعالة في تحليل تفضيلات المستخدمين، واقتراح المحتوى الأكثر جذبًا، مما يعزز انتشار البرامج ونجاحها.

أظهرت الإحصائيات أن (تحليل البيانات وتوقعات الجمهور) بأكبر اهتمام، حيث سجلت (٤٠٠) تكرارًا بنسبة (34%)، تلتها (تحسين جودة الصور والفيديوهات) بـ (٣٩٩)تكرارًا ونسبة (٣٣،٩٨ %) ثم (إدارة التفاعل مع الجمهور) بـ تكرارًا(٣٧٥) وبنسبة (942،31 %)، من خلال خوارزميات الذكاء الاصطناعي، يمكن تحسين هذه المضامين عبر تحليل سلوك المشاهدين، وتقديم توصيات مخصصة، وتحقيق تجربة تفاعلية مبتكرة تناسب طبيعة المحتوى على إنستغرام، كما موضح في الجدول رقم(٢)

الجدول رقم (٢)

ت	Categories	Frequency	Percentage (%)	Rank
١	**تحليل البيانات وتوقعات الجمهور**	٤٠٠	%34	First
٢	**تحسين جودة الصور والفيديوهات**	٣٩٩	98،%33	Second
٣	**إدارة التفاعل مع الجمهور**	٣٧٥	942%،31	Third
	Total.	1174	١٠٠%	

برز الدور الكبير لعملية تحليل البيانات الشخصية التي تجمع للجمهور من خلال الذكاء الاصطناعي ليعرف رغباتك فتظهر لك اهتماماتك بشكل مقصود من خلال الخوارزميات حيث ان للموضوع علاقة مع شركات الإنتاج الاستهلاكي والاعلان فيكون الفرد امام كم هائل من الخيارات المتنوعة، كما ان للذكاء الاصطناعي الدور الكبير في تحسين جودة الصور و الوسائط وبروزها بدقة عالية واضحة لدى الجمهور, أيضا عملية إدارة الردود على الجمهور بشكل الكتروني ووضع رسالة واحدة لكل الجمهور ,او تفعيل عملية الرد الالكتروني على الرسائل والفيديوهات اختصرت الكثير من الوقت والجهد.

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

الفئة الثالثة: التحديات في استخدام الذكاء الاصطناعي في المحتوى الرقمي

أظهرت الإحصائيات أن هناك (مخاوف فقدان الأصالة والعنصر البشري) بأكبر اهتمام، حيث سجلت (350) تكرارًا بنسبة (٣٥،٧١٤ %)، تلتها التحديات الأخلاقية والقانونية بـ (320) تكرارًا ونسبة(653،32)%، أخيرا إمكانية التحيز في المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي بـ (310) تكرارًا وبنسبة (632،31 %). من خلال خوارزميات الذكاء الاصطناعي، يمكن تحسين هذه المضامين عبر تحليل سلوك المشاهدين، وتقديم توصيات مخصصة، وتحقيق تجربة تفاعلية جديدة تناسب طبيعة المحتوى على إنستكرام، كما موضح في الجدول رقم (٣).

الجدول رقم (٣)

ت	Categories	Frequency	Percentage (%)	Rank
١	**مخاوف فقدان الأصالة والعنصر البشري**	٣٥٠	714%،35	First
٢	**التحديات الأخلاقية والقانونية**	٣٢٠	653%،32	Second
٣	**إمكانية التحيز في المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي**	٣١٠	632%،31	Third
	Total.	980	١٠٠%	

من خلال التحليل لابد ان نلمس المخاوف من فقدان اللمسة البشرية والصورة المليئة بالحس الإنساني الصورة اليوم تتعرض الى المبالغة في اجراء التعديل عليها حتى تفقد هويتها وحقيقتها ،الخيارات المتاحة كثيرة للتعديل، حتى تجد نفسك تشاهد شخص اخر غير صاحب الصورة وهذا قد يقع ضمن الشأن الشخصي، لكن هناك شيء اخطر ينتهك خصوصية الاخرين، عملية التزييف ومس صور الاخرين وتحريفها باستخدام أساليب أخرى اكبر واخطر منها التزييف العميق للصوت والصورة والفيديو والذي ممكن يعرض الشخص للمخاطر المجتمعية والمحاسبة القانونية، أيضا عنده

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

المقارنة بين عمل من الصنع البشري وإنتاج شخصي نجد ان العمل بالذكاء الاصطناعي سوف يتفوق على العمل البشري وهذا فيه مساس للجهد البشري وبالتالي الإحباط الذي يجعل الجميع يلجأ الى الذكاء الاصطناعي لتوفير الجهد والحرج .

الفئة الرابعة: فئة كيف تحدث عملية التعديل؟

أظهرت الإحصائيات حصول فئة (استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين الصور الشخصية) بأكبر اهتمام حيث سجلت (675) تكرارًا بنسبة 60 %، تلتها فئة (استخدام الذكاء الاصطناعي لتحرير الفيديوهات)

بـ(324) تكرارًا ونسبة 29 %، أخيرا (استخدام الذكاء الاصطناعي لتزييف الصور) بـ (125) تكرارًا وبنسبة(11) %. من خلال خوارزميات الذكاء الاصطناعي، يمكن تحسين هذه المضامين عبر تحليل سلوك المشاهدين، وتقديم توصيات مخصصة، وتحقيق تجربة تفاعلية مبتكرة تناسب طبيعة المحتوى على إنستكرام، مما يزيد من فرص الانتشار والتفاعل كما هو موضح في الجدول رقم (٤)

الجدول رقم (٤)

ت	Categories	Frequency	Percentage (%)	Rank
١	**استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين الصور الشخصية.**	**675**	**%٦٠**	**First**
٢	**استخدام الذكاء الاصطناعي لتحرير الفيديوهات**	**325**	**29%**	**Second**
٣	**استخدام الذكاء الاصطناعي لتزييف الصور**	**125**	**11%**	**Third**
	Total.	**١١٢٥**	**١٠٠%**	

يتضح من هذا التحليل ان غالبية الجمهور يستخدم الذكاء الاصطناعي في تجميل صورهم الشخصية للمزيد من الثقة بالنفس وان كان هذا التعديل بعد مرور زمن لن يكون بصالح الفرد حيث سيكون امام صور شخص اخر لا يشبهونه ولا يشبوهن أي احد من افراد عائلته وهذا يتداخل مع موضوع صناعة الذكريات للشخص بصورة عكسية، فان الهدف من الصور والنشر في المواقع الالكترونية هو عملية توثيق الذكريات، وبالاستخدام المبالغ للتعديل تفقد هذه النقطة أهميتها، ايضا

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

يستخدم الذكاء الاصطناعي لتحرير الفيديوهات واضافة المؤثرات للمزيد من الحيوية والجاذبية كما يُستخدم مع الصور الشخصية وغير الشخصية، أو تحسين الجودة و تغيير الخلفيات والمحتوى واضافة عناصر الجاذبية للمحتوى، أيضا لوحظ انه يُستخدم في تزييف الصور عبر تقنيات التي تنشئ صورًا واقعية أو تُعدل الصور الأصلية، مثل تبديل الوجوه (Deepfake) ولكن بنسبة قليلة مقارنة مع استخدامه لأمور إيجابية في حسابات انستكرام الشخصية تحددا .

التوصيات

١. تجنب التعديلات المفرطة التي تغير الملامح والهوية الأصلية، استخدام الفلاتر والتعديلات لتحسين الجودة وليس لتغيير الشكل كليًا، تعزيز ثقافة تقبل الذات والابتعاد عن المعايير المزيفة للجمال.

٢. الامتناع عن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتزييف الصور أو إنتاج محتوى مضلل، احترام خصوصية الأفراد والحصول على موافقتهم قبل تعديل صورهم أو فيديوهاتهم، توعية المستخدمين حول المخاطر القانونية والأخلاقية المرتبطة بالمحتوى المزيف.

٣. توظيف الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة المحتوى الإعلامي دون التلاعب بالحقيقة، استخدامه في إنشاء محتوى إبداعي وأصلي مثل تحسين الإضاءة وجودة الفيديو والصوت.تعزيز الشفافية من خلال الإشارة إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعديل المحتوى.

٤. توعية المستخدمين حول أهمية التحقق من المعلومات والصور المنتشرة على المنصة، دعم المحتوى الواقعي والمستند إلى مصادر موثوقة بدلًا من المحتوى المزيف والمبالغ فيه. تشجيع،

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

انستكرام على تطوير سياسات تحظر التعديلات التي تضر بالهوية الشخصية أو تنشر معلومات مضللة.

٥. تبنّي سياسات مسؤولة في تعديل الصور والفيديوهات بما يحافظ على المصداقية، تقديم محتوى يعكس الواقع بدلاً من تعزيز معايير غير واقعية للجمال أو الحياة اليومية، المساهمة في توعية المتابعين حول مخاطر الاستخدام المفرط للذكاء الاصطناعي في تعديل المحتوى.

٦. من الضروري تحقيق توازن بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين المحتوى الإعلامي وحماية الهوية الشخصية وحقوق الآخرين، كما يجب تعزيز الوعي بمخاطر المبالغة في تعديل الصور والفيديوهات والحرص على استخدام التكنولوجيا بطرق تعزز من جودة المحتوى دون الإضرار بالمجتمع.

المصادر والمراجع

1. Turing، A. M. (1950). *Computing Machinery and Intelligence*. Mind، 59(236)، 433-460
2. Russell، S.، & Norvig، P. (2016). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (3rd ed.). Pearson Education.
3. Pessl، E.، & Gude، J. (2020). *Artificial Intelligence in Healthcare: Past، Present and Future*. Springer.
4. Brynjolfsson، E.، & McAfee، A. (2014). *The Second Machine Age: Work، Progress، and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W.W. Norton & Company.
5. Dastin، J. (2017). *Artificial Intelligence and the Future of Work*. Harvard Business Revie

٦. برنارد مار، مات وارد · تطبيقات الذكاء الاصطناعي، (السعودية : العبيكان للطباعة والنشر (2022.

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

7. لينسكو، دليل معلمي الصحافة تقرير حول الذكاء الاصطناعي، https://www.google.iq/books/edition/%D8%AA%D9%80%D9%82%D9%80%D9%80%D9%80%D9%80%D8%B1%D9%8A%D9%80%D8%B1_%D8%AD%D9%88%D9%84_%D8%A7%D9%84%D9%80%D9%80%D8%B0/jTAQEQAAQBAJ?hl=ar&gbpv=1&dq=%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1+%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A&pg=PT109&printsec=frontcover

8. رافي برزي، من الاذكى البشر ام الذكاء الاصطناعي، مقالة علمية ١٢،فبراير،٢٠٢٥ https://bawabaai.com/%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B0%D9%83%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B4%D8%B1-%D8%A3%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%9F-%D8%A7/،

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE