

اتجاهات الصحفيين السعوديين إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي

أ. عيسى علي جابر عسيري*
إشراف أ.د. شريف درويش اللبان**

ملخص الدراسة:

تسعى الدراسة إلى استكشاف اتجاهات الصحفيين السعوديين تجاه استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي، مع التركيز على مدى نجاحه، تأثيراته الإيجابية والسلبية، التحديات التي تواجهه، والمهارات المطلوبة لاستخدامه بفعالية في الصحف والمواقع الإلكترونية السعودية؛ ولقد تدرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى تحليل وتفسير اتجاهات الصحفيين حول تبني الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرقمية، مما يساعد على فهم تأثيره في تطوير المحتوى الصحفي بالمملكة؛ ولقد استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، والذي يعتمد على جمع البيانات وتحليلها بشكل موضوعي للوصول إلى وصف دقيق للظاهرة، مما يساعد على تقديم صورة واضحة عن تأثير الذكاء الاصطناعي في الصحافة السعودية؛ ولقد تم توزيع (400) استبيان على صحفيين وصحفيات سعوديين يعملون في الصحف والمجلات الإلكترونية.

تشير نتائج الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من الصحفيين يتمتعون بمعرفة كافية بتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الصحافة، حيث أكد ذلك (96.5%) من المشاركين، أي ما يعادل (386) فرداً من إجمالي العينة، في حين أفاد (3.5%) فقط، أي (14) فرداً، بعدم امتلاكهم معرفة كافية بهذه التقنيات. كما أظهرت البيانات أن أكثر من نصف العينة .

ولقد أوصت الدراسة بضرورة تنظيم دورات تدريبية وبرامج تعليمية متخصصة للصحفيين لتعزيز قدراتهم في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، بما يشمل تحليل البيانات الصحفية، تحرير المحتوى بمساعدة الذكاء الاصطناعي، واستخدام أدوات التحقق من الأخبار الرقمية لضمان دقة المحتوى الصحفي.

الكلمات المفتاحية:

الصحفيين السعوديين، الذكاء الاصطناعي، المحتوى الرقمي، توظيف الذكاء الاصطناعي، اتجاهات الصحفيين السعوديين.

* باحث دكتوراه بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

** الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

Saudi journalists' attitudes toward employing artificial intelligence technologies to develop the digital content industry

Abstract:

The study sought to explore Saudi journalists' attitudes toward the use of artificial intelligence (AI) and its positive and negative effects in developing journalistic content, focusing on its success, the challenges it faces, and the skills required to use it effectively in Saudi newspapers and websites. The study falls within the scope of descriptive research aimed at analyzing and interpreting trends, which helps understand the impact of AI adoption in digital journalism and journalistic content development in the Kingdom. The study used a media survey approach, which relies on objective data collection and analysis to arrive at an accurate description of the phenomenon, which helps provide a clear picture of the impact of AI in Saudi journalism. A questionnaire was distributed to 400 Saudi male and female journalists working in electronic newspapers and magazines.

The study recommended the need to organize specialized training courses and educational programs for journalists to enhance their capabilities in dealing with artificial intelligence technologies, including analyzing press data, such as AI, and using digital news verification tools to edit content with the help of AI to ensure the accuracy of journalistic content.

The study recommended the need to organize specialized training courses and educational programs for journalists to enhance their capabilities in dealing with artificial intelligence technologies, including analyzing press data, such as AI, and using digital news verification tools to edit content with the help of AI to ensure the accuracy of journalistic content.

Keywords:

Saudi journalists, Artificial intelligence, Digital content, Employing artificial intelligence, Trends of Saudi journalists.

مقدمة الدراسة:

تواجه الإعلاميين والصحفيين تحديات جديدة مع تطور التقنية، حيث يعتبر الذكاء الاصطناعي أداة قوية في إنتاج وتحرير الأخبار، ومع ذلك، يثير استخدام الذكاء الاصطناعي بعض المخاوف بشأن مصداقية الأخبار والتأثير السلبي المحتمل على المهنة الصحفية ولذلك، يجب على الإعلاميين والصحفيين أن يتبنوا مبادئ أخلاقية قوية، وأن يكونوا حذرين في استخدام التقنيات الذكاء الاصطناعي لضمان صحة وموضوعية الأخبار التي ينشرونها، ومع ذلك، يجب أن نتذكر أن الذكاء الاصطناعي ليس استبدالاً للإنسان، بل يعتبر أداة تعزز قدرات الإعلاميين والصحفيين، فيمكن للذكاء الاصطناعي تحليل البيانات وتوفير معلومات قيمة للصحفيين لاتخاذ قرارات أفضل وتحرير تقارير أكثر تفصيلاً⁽¹⁾.

في الوقت الراهن، يستخدم الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والصحافة بشكل واسع، فيمكن استخدامه في تحليل البيانات والتنبؤ بالاتجاهات وتوليد المحتوى وتحرير الأخبار وتوجيه القراء، وعلى سبيل المثال، يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل البيانات الكبيرة لفهم اهتمامات الجمهور وتوجيه الأخبار والمحتوى بشكل أفضل، كما يمكن استخدامه في توليد مقالات أو تقارير صحفية بشكل تلقائي، مما يوفر الوقت والجهد للصحفيين، ومن الجوانب الأخرى، يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة وتحقيق مصداقية الأخبار، فيمكن للذكاء الاصطناعي تحليل الأخبار والمعلومات من مصادر مختلفة وتحديد مدى صحتها وموضوعها هذا يساعد على توفير معلومات دقيقة وموثوقة للقراء، ومع ذلك، هناك بعض التحديات والمخاوف المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، فمن بين هذه المخاوف، قد يؤدي الاعتماد الكبير على الذكاء الاصطناعي إلى تقليل دور الصحفيين وتقليل الوظائف في هذا القطاع، بالإضافة إلى ذلك، قد يؤدي الاعتماد الكبير على الذكاء الاصطناعي إلى فقدان الثقة بالأخبار والتأثير في حرية الصحافة لذلك، يجب على الإعلاميين والصحفيين أن يتبنوا مبادئ أخلاقية قوية، وأن يكونوا حذرين في استخدام التقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن يُستخدَم الذكاء الاصطناعي كأداة لدعم قرارات الصحفيين وتحسين جودة الأخبار وتوجيه القراء بشكل أفضل⁽²⁾.

مشكلة الدراسة:

تتناول هذه الدراسة اتجاهات الصحفيين السعوديين إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي، حيث تسعى إلى استكشاف مدى تقبل الصحفيين لاستخدام الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الصحفي، وتقييم تأثير هذه التقنيات على جودة المحتوى، ودورها في تحسين كفاءة العمل الصحفي؛ كما تسلط الدراسة الضوء على المخاوف المهنية والأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي، ومدى تأثيره في فرص

العمل الصحفي التقليدي، بالإضافة إلى استعراض نماذج تطبيقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية السعودية؛ وتتعلق الدراسة من فرضية أن الذكاء الاصطناعي أصبح عاملاً محورياً في إعادة تشكيل المشهد الإعلامي، حيث يستخدم في عمليات التحرير الآلي، وتحليل البيانات الضخمة، وتحسين استراتيجيات التوزيع الرقمي؛ ولقد تسهم هذه الدراسة في سد الفجوة المعرفية حول العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والصحافة في السياق السعودي، وتقديم توصيات للمؤسسات الإعلامية حول كيفية تعزيز الاستفادة من هذه التقنيات دون الإخلال بجودة وأخلاقيات العمل الصحفي، ومن ثم فقد تمثلت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي ما اتجاهات الصحفيين السعوديين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي لتطوير المضامين الصحفي؟.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة كونها مطلوبة في وقتنا الحاضر الذي نحن فيه، فنحن بأمس الحاجة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين السعوديين إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي، وذلك من أجل الدخول إلى عصر المعلومات ومواكبة تطورات تكنولوجيا الاتصال الحديثة المعاصرة، وتظهر أهمية هذه الدراسة من خلال:

أ. الأهمية العملية (التطبيقية) للدراسة:

- يساهم البحث في إيضاح استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وتحديد اهتمامات الجمهور في تطوير محتوى أكثر جودة وتفاعلية.
- يساعد البحث في توضيح أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في توجيه الاستراتيجيات الإعلامية على نحو دقيق، مما يساهم في تحقيق أهداف التسويق والتواصل بفاعلية أكبر، وذلك من خلال تخصيص المحتوى وفقاً لاهتمامات الجمهور، يمكن تحفيز تفاعل الجمهور وزيادة مشاركتهم ومشاهدتهم للمحتوى.
- يعزز البحث استخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الرقمي التطورات الأكاديمية والبحثية في مجالات الإعلام وتكنولوجيا المعلومات، فيمكن للمحتوى الرقمي المحسن بتقنيات الذكاء الاصطناعي أن يساهم في تعزيز التفاعل الثقافي والاجتماعي من خلال تقديم محتوى متنوع وملهم.

ب. الأهمية العلمية (النظرية) للدراسة:

- يأمل الباحث بأن تكون هذه الدراسة إضافة جديدة للقيادات الإدارية من خلال الإلمام بوسائل وعناصر وتقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يؤدي ذلك إلى تعديل سياستهم بما يحثهم بالقيام بسلوكيات تتفق مع أهداف الصحافة.
- كما يأمل الباحث أن تكون هذه الدراسة امتداداً للدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع اتجاهات الصحفيين السعوديين إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي.

أهداف الدراسة:

- ⇒ يتبلور الهدف الرئيسي والأساسي للدراسة في الكشف عن "اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع السعودية". ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية والتي تتمثل في:
- التعرف على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
 - التعرف على تأثير توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي.
 - التعرف على مدى مساهمة تطوير صناعة المحتوى الرقمي في تحسين جودة الصحافة الرقمي.

الدراسات السابقة:

كشفت عملية مسح التراث العلمي للأدبيات البحثية المرتبطة بموضوع الدراسة عن اتساع مفهوم "الذكاء الاصطناعي" وتغلغله في عدد من المجالات والمنظمات، مثل المواقع الإلكترونية الصحفية والمواقع الإلكترونية التجارية وكذلك الصناعية:

1- هدفت دراسة أميرة البسيوني (2025م) في دراسة تأثير استخدام تقنيات الواقع الافتراضي على تفاعل مستخدمي تطبيقات الصحافة الرقمية، من خلال دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي التطبيقات الإخبارية العربية؛ ولقد تتفرع الأهداف إلى تقييم تجربة المستخدمين في استخدام تقنيات الواقع الافتراضي من حيث السهولة، المتعة، والقيمة المضافة؛ مقارنة مستويات التفاعل مع الأخبار باستخدام تقنيات الواقع الافتراضي مقابل الطرق التقليدية؛ دراسة تأثير هذه التقنيات على فهم واستيعاب المحتوى الإخباري؛ تحديد التحديات التي يواجهها المستخدمون؛ وتقديم اقتراحات لتحسين استخدام هذه التقنيات؛ ولقد اعتمد البحث على منهج المسح الإعلامي باستخدام استمارة الاستبيان لجمع البيانات من (295) من أصل (400) مفردة من مستخدمي تطبيقات الصحف الرقمية؛ عينة البحث (الجزيرة- العربية)؛ ولقد أظهرت النتائج أن تقنيات الواقع الافتراضي تسهم في تحسين فهم الأخبار المعقدة وتعزيز التفاعل مع الأخبار بطرق مبتكرة، ولكنها تواجه تحديات مثل صعوبة إدارة التصميم السردية والتكلفة العالية للعتاد اللازم؛ كما توصي بتقديم برامج تدريبية وتحفيز المبتكرين لتقديم طرق جديدة لسرد القصص الإخبارية⁽³⁾.

2- هدفت دراسة سالي شحاتة (2025م) التعرف على أنماط اتجاهات المشاعر لمستخدمي صحافة الفيديو العالمية (البريطانية، والأميركية) تجاه المرأة السعودية وأسبابها والتحليل الكيفي لعينة من التعليقات. واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، المقارن؛ بالاعتماد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي بدايةً من جمع البيانات بلغة Python، مكتبة (youtube_dl)، لمرحلة التصوير البياني للنتائج. وقد بلغ إجمالي عينة الدراسة (25,526) تعليقاً؛ وتوصلت الدراسة إلى أنه ما زال هناك غموض، وعدم وصول

- صورة حقيقية للمرأة السعودية في صحافة الفيديو العالمية، وجاءت الاتجاهات المحايدة بأعلى نسبة، ثم الإيجابية، فالسلبية⁽⁴⁾.
- 3- استهدفت دراسة طلائع الشريف (2024م) بشكل رئيس إلى التوصل لدور تسويق المحتوى الإعلامي في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صحيفة عكاظ؛ كما هدفت أيضاً إلى التعرف على واقع الأساليب المستخدمة في تسويق المحتوى الإعلامي لدى صحيفة عكاظ، واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة ومنهج تحليل المحتوى، باستخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات، وقد تكونت عينة الدراسة من ٢٩ مفردة من الموظفين في صحيفة عكاظ، وُغُولِجَت بيانات الدراسة إحصائياً عن طريق برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" SPSS؛ وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: أن مجتمع صحيفة عكاظ يستخدمون العديد من الأساليب في تسويق المحتوى الإعلامي، وجاءت استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تسويق المحتوى الإعلامي بالمرتبة الأولى، كما توصلت الدراسة إلى أن أفراد الدراسة يتفقون على أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي لها دور كبير في تسويق المحتوى الإعلامي لدى صحيفة عكاظ، إذ جاءت خاصية تحليل البيانات تسهم في سهولة اتخاذ القرارات للحملات الإعلامية بالمرتبة الأولى⁽⁵⁾.
- 4- هدفت دراسة عصمت حداد (2023م) إلى التعرف على مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين، ومدى جاهزية المؤسسات الصحفية الأردنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والمهارات والمتطلبات اللازمة لها، ومجالات توظيف هذه التقنيات في المؤسسات الصحفية الأردنية، والتحديات التي تواجه مستقبل الصحافة، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، وُجُمِعَت بياناتها باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، بتطبيقها على (300) مفردة من الصحفيين أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين، بأسلوب العينة المتاحة في الفترة من 2022/7/31م وحتى 2022/9/1م، وتوصلت الدراسة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الصحفيين يرون أن المؤسسات الصحفية الأردنية جاهزة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ونسبة 64%، وجاءت أهم مجالات توظيف هذه التقنيات من وجهة نظر الباحثين في "جمع المادة الصحفية وتحريرها" بنسبة 62%، وأظهرت الدراسة أن "ضعف الإلمام بمفاتيح الخوارزميات" كان من أهم الصعوبات التي تواجه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي⁽⁶⁾.

- 5- وسعت دراسة وداد ارباب (2022م) إلى التعرف على واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعة وإنتاج المحتوى بالمؤسسات الصحفية السودانية، وتسليط الضوء على التحديات التي تواجه الصحفيين بهذه المؤسسات، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج المسحي من خلال تطبيق الاستبانة الإلكترونية على عينة قوامها (54) صحفي وإداري من العاملين بالمؤسسات الصحفية السودانية، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن تقنيات التصوير الرقمي، أدوات التحرير والإخراج الرقمي، الطباعة الإلكترونية من أبرز أدوات وتقنيات التحول الرقمي التي وظفتها المؤسسات المدروسة، فضلاً عن إيجابيات التكنولوجيا بالنسبة للمؤسسات الصحفية المدروسة من التقنيات الرقمية تمثلت في السرعة في إنتاج ونشر المحتوى الصحفي، توفير الوقت والجهد، الحفاظ على الموارد المالية للمؤسسة⁽⁷⁾.
- 6- وسعت دراسة مريم عبد الملاك (2022م) إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في استشراف مستقبل صناعة المجالات الصحفية في مصر في ضوء التطور التقني من خلال تكوين نسق معرفي كامل عن الظاهرة المدروسة والعناصر والأطر التي تتبادل معها التأثير في المجتمع المحيط ككل وتفاعلات عناصر الظاهرة نفسها الهادفة نحو التغيير مع الأخذ في الاعتبار تجارب الماضي، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: اختلف الخبراء في تقييم أوضاع صناعة المجالات المصرية ما بين سلبية وإيجابية وذلك التفاوت لاختلاف توقعاتهم حول بقاء صناعة المجالات المطبوعة، حيث يرى عدد من الخبراء عينة الدراسة إن المجالات المطبوعة تعاني مستقبلاً من إشكالية كبرى⁽⁸⁾.
- 7- سعت دراسة Jose Miguel Tunez (2020) إلى التعرف على تقنيات الذكاء الاصطناعي على الوسائل الصحفية والإعلامية في وسائل الإعلام الإسبانية، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة والإعلام الإسبانية يتضمن عناصر ثلاثة (المحتويات الصحفية- الأشكال الخاصة بالقولب الصحفية- الشخصية المهنية)، كما بين الدراسة أن الصحافة في عصر تقنيات الذكاء الاصطناعي تتمثل أهم مجالات التي لا بد أن يطرأ عليها تغيرات وتطورات جذرية نحو الأفضل لذا يجب على المؤسسات الصحفية ومواقعها الإلكترونية التابعة لها تحقيق أقصى استفادة ممكن من تقنيات الذكاء الاصطناعي الذكاء الاصطناعي الذكاء الاصطناعي، لتحسين الأداء والتكيف معها بما يحقق أفضل تغير، فتطبيق استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي يهيئ البيئة اللازمة لخلق فرص عمل جديدة في الحقل الصحفي⁽⁹⁾.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اتسمت الدراسات السابقة بالتعدد والتنوع في إجراءاتها المنهجية، وإن اتفقت معظمها على استخدام منهج المسح والاعتماد على أدوات الاستبانة والمقابلات والملاحظة المباشرة لجمع البيانات، ورصد مدى استفادة المؤسسات الصحفية من تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقها في مجال الصحافة ونتائج هذا الاستخدام في كل مراحل العمل الصحفي وهو ما ساعد الباحث في بلورة المشكلة البحثية وتحديد نوع الدراسة، واختبار المنهج والأدوات المناسبة لجمع البيانات.
- تعددت أهداف الدراسات السابقة ما بين استهداف التعرف على مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، وما إذا كان استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة هو مجرد مرحلة تطويرية أخرى في مجال الصحافة، أم أنها ستؤدي إلى تغيير شامل، سواء فيما يتعلق بالإنتاج والاستهلاك.
- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اختيار منهج الدراسة والإطار النظري المستخدم، بالإضافة إلى الهدف الرئيسي من الدراسة وهو التعرف على تأثيرات تطبيقات الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام المختلفة، والاستفادة من التقنيات التكنولوجية الحديثة.
- اتفقت الدراسة الحالية التعرف على مدى تبني القائم بالاتصال الصحفي تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عمله الصحفي بالصحف الإلكترونية، مع دراسة أيمن بريك في هدف الدراسة وهو التعرف على مدى تبني القائم بالاتصال الصحفي تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عمله الصحفي بالصحف الإلكترونية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- الاقتراب من ومعرفة التأثيرات المختلفة التي يمكن أن يحدثها تبني المؤسسات الصحفية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، والتغييرات الإيجابية والسلبية التي قد تتركها هذه التطبيقات في مستقبل صناعة الصحافة بشكل عام، ومستقبل الصحفيين والقائمين بالاتصال على نحو خاص.
- تحديد جملة من المهارات المطلوبة لسوق العمل الصحفي والإعلامي في المستقبل نتيجة اعتماد الصحافة على تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- الكشف عن استراتيجيات الصحف للذكاء الاصطناعي وكيف يمكن توظيف تقنياته داخل الصحيفة.
- صياغة التساؤلات والفروض الخاصة بالدراسة بالاعتماد كذلك على إحدى النظريات العلمية، واستخدام المنهج البحثي الملائم لإجراء هذه الدراسة، وتحديد بعض الجوانب التي أغفلتها الدراسات السابقة والبحث فيها.

مصطلحات الدراسة:

1. الذكاء الاصطناعي

- يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي اصطلاحاً بأنه "علم يهتم بصناعة آلات تقوم بتصرفات يعترىها الإنسان تصرفات ذكية"، أو ببساطة أكثر يعرفه رسل بيل - أحد العاملين في هذا المجال- على أنه محاولة "جعل الآلات العادية تتصرف كالآلات التي نراها في أفلام الخيال العلمي"، فالذكاء الاصطناعي إذاً هو علم هدفه الأول جعل الحاسوب وغيره من الآلات تكتسب صفة الذكاء، ويكون لها القدرة على القيام بأشياء ما زالت إلى عهد قريب حصرًا على الإنسان كالتفكير والتعلم والإبداع والتخاطب⁽¹⁰⁾.
- يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي اصطلاحاً بأنه تقنيات الذكاء الاصطناعي تشمل مجموعة واسعة من التقنيات والأساليب التي تهدف إلى تمكين الأنظمة الحاسوبية من القيام بمهام تتطلب تفكيراً وتعلماً ذكياً، مثل التعرف على الصور، وترجمة اللغات، واتخاذ القرارات. تشمل هذه التقنيات الشبكات العصبية الاصطناعية، والتعلم الآلي، والمعالجة اللغوية الطبيعية، والروبوتات، والتعرف على الأنماط، والتخطيط والمؤشرات، وغيرها الكثير⁽¹¹⁾.
- ويعرف الباحث الذكاء الاصطناعي إجرائياً بأنه: "تقنيات الذكاء الاصطناعي تشمل مجموعة من الأدوات والتقنيات التي تهدف إلى تحليل البيانات واستخلاص المعرفة، مثل تعلم الآلة والشبكات العصبية الاصطناعية؛ ولقد يستخدم الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي من خلال تحليل البيانات الضخمة، وتخصيص المحتوى وفقاً لاهتمامات الجمهور، وتحسين تجربة المستخدم، بهدف تعزيز جودة المحتوى وزيادة فاعلية الرسالة الإعلامية.

2. المحتوى الرقمي:

- يمكن تعريف المحتوى الرقمي اصطلاحاً بأنه يشير إلى أي نوع من المعلومات المتاحة عبر الإنترنت أو عبر أجهزة الحاسوب الرقمية، مثل النصوص والصور والفيديوهات والصوتيات وغيرها، ويمكن الوصول إليها ومشاركتها بسهولة⁽¹²⁾.
- ويعرفه الباحث المحتوى الرقمي إجرائياً بأنه يشير المعلومات المتاحة عبر الإنترنت أو عبر أجهزة الحاسوب الرقمية، مثل النصوص والصور والفيديوهات والصوتيات

وغيرها، ويمكن الوصول إليها ومشاركتها بسهولة، موظفاً بها تقنيات الذكاء الاصطناعي لتطويرها صحافياً.

تساؤلات الدراسة:

⇒ يبرز التساؤل الرئيسي؛ وهو "ما اتجاهات الصحفيين السعوديين إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي؟"

ويتفرع من هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي تتمثل في: -

1. كيف يتم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟
2. ما تأثير توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي؟
3. ما مدى مساهمة تطوير صناعة المحتوى الرقمي في تحسين جودة الصحافة الرقمي؟

فروض الدراسة:

قام البحث باختبار الفروض التالية:

■ الفرض الأول:

يوجد فرق ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين اتجاهات الصحفيين السعوديين وتطوير صناعة المحتوى الرقمي.

■ الفرض الثاني:

يوجد فرق ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين الذكاء الاصطناعي وتطوير صناعة المحتوى الرقمي.

■ الفرض الثالث:

يوجد فرق ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) لدور الذكاء الاصطناعي لتطوير صناعة المحتوى الرقمي لدى الصحفيين السعوديين.

■ الفرض الرابع:

يوجد فرق ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) لارتباط اتجاهات الصحفيين السعوديين على تطوير صناعة المحتوى الرقمي.

الإطار النظري (النظرية المفسرة للدراسة):

نظرية المنطق المتعدد الإلكتروني تقتضي مناقشة عملية بناء المنطق المتعدد من أجل استخدامه كأساس لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وعلوم الحاسوب تناول الأسس النظرية لمفهوم عملية البناء، وتدرج مراحلها بالإضافة إلى الدور الأساسي الذي تقوم به العلوم وفروع المعرفة المعنية بعملية البناء وتطوير تكنولوجيا وأدوات الذكاء الاصطناعي من أجل

تقدمه نحو تحقيق أهدافه الرئيسية في تطبيق أومحاكاة المفاهيم والقدرات العقلية المعرفية الإنسانية، فعلى الرغم من أن عملية بناء، وتطبيق المنطق المتعدد في الذكاء الاصطناعي مرهونة بمدى تقدم النواحي الهندسية في تصميم صناعة وسائط التكنولوجيا ممثلة في الأجزاء الإلكترونية المكونة للحاسبات الآلية، إلا أن عملية البناء في المرحلة الأولية تعد من اختصاص الفلسفة بصفة عامة، وفلسفة المنطق وفلسفة اللغة وفلسفة الذكاء الاصطناعي بصورة خاصة، وذلك لأن عملية تطبيق المنطق المتعدد على مستوى مكونات الحواسيب الإلكترونية والبرمجية في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لا بد أن تسبقها عملية اكتمال الصياغة النظرية لبناء المنطق المتعدد، وذلك على غرار تطور المنطق الكلاسيكي المطبق في التكنولوجيا الحالية (المنطق الرياضي الحديث) والذي بدأ بعملية الصياغة النظرية من أرسطو وحتى تبلور بصورته الراهنة على يد رسل Russell وآخرين⁽¹³⁾.

تمهيد:

شهد العصر الحالي تقدماً كبيراً في عديد من المجالات خاصة في مجالات التكنولوجيا وكان أبرزها استخدام الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات المختلفة وخاصة الإعلام، فقد عمدت المملكة العربية السعودية لمواكبة تلك التطورات التكنولوجية واستخدامها في العديد من المجالات المختلفة كان أبرزها الإعلام، فقد شهد الإعلام السعودي تقدماً هائلاً خاصة بعد استخدام الذكاء الاصطناعي، ولكن في المقابل واجه أيضاً العديد من التحديات المختلفة، فبعد انطلاق المنتدى الإعلامي السعودي والذي جمع بين قادة وصناع القرار ومبتكرين من جميع أنحاء العالم تضمن خلاله انطلاق بعض المشاريع الإعلامية من قبل وزير الإعلام السعودي سلمان الدوسري، ومركز التميز بالذكاء الاصطناعي، فقد كانت تلك المشاريع ترميان لمتابعة انعكاسات تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، والعمل على مساندة الكوادر الإعلامية من أجل توظيفها لتطوير القطاع الإعلامي من خلال برامج المعرفة التقنية، كما أن الإعلام في المملكة العربية السعودية حريص على صحة المعلومات لذلك يكون أكثر تريباً في نشر أية معلومات خلاله وبالنظر إلى مخاطر الذكاء الاصطناعي تتولى المملكة تشكيل فريق لتقديم صوت موحد للمعلومات والأخبار التي تُنشر، كما يتوجب على المختصين في مجال الإعلام مواكبة تلك التقنيات الحديثة من أجل تطوير كافة الأعمال الإعلامية المقدمة، والتي ستشكل أبعاداً جديدة للإعلام حتى يتميز بحرفية، كما يجب إنشاء أقسام تعمل على تطوير الإعلام في المملكة ويكون لديها القدرة على إثبات علوه وتغطيته لكافة الأحداث العالمية والإقليمية والمحلية.

تطبيقات الإعلام الرقمي في ظل الذكاء الاصطناعي:

تطبيقات GPT: إن تقنية (Generative Pre-trained Transformer) GPT هي تقنية توليد النصوص التي طُورت بواسطة Open AI؛ ولقد يتمثل الهدف الرئيسي لتقنية GPT في إنشاء

نصوص ذكية ومقنعة بشكل طبيعي، وذلك من خلال تدريب نماذج الذكاء الاصطناعي على مجموعات ضخمة من البيانات النصية، وبالنسبة للاستخدامات في الصحافة، يمكن استخدام تقنية GPT في عدة تطبيقات من بينها:

أ- توليد المقالات الصحفية:

يمكن للتقنية GPT إنتاج مقالات صحفية بشكل تلقائي حول مجموعة متنوعة من المواضيع، وذلك بناءً على البيانات التي دُرِبَ النموذج عليها؛ فتقنية GPT قادرة على إنتاج مقالات صحفية متكاملة في مختلف المجالات، مثل الأخبار السياسية، والاقتصاد، والتكنولوجيا، وحتى الرياضة. تستند هذه المقالات إلى البيانات التي دُرِبَ النموذج عليها، مما يسمح بإنتاج نصوص دقيقة وسلسة وكأنها مكتوبة من قبل صحفي محترف؛ فعلى سبيل المثال، يمكن للصحف الإلكترونية استخدام GPT لإنشاء تقارير إخبارية فورية عن الأحداث العالمية أو تقديم مراجعات للمنتجات الجديدة بناءً على المعلومات المتاحة. ومع ذلك، يبقى الإشراف البشري ضروريًا لضمان صحة المعلومات ودقتها⁽¹⁴⁾.

ب- تلخيص الأخبار:

يمكن استخدام تقنية GPT لإنشاء ملخصات موجزة ومفيدة للأخبار والمقالات الطويلة، مما يساعد على توفير معلومات مهمة على نحو سريع ومباشر؛ فأحيانًا لا يمتلك القارئ الوقت الكافي لقراءة المقالات الطويلة أو التقارير المعقدة، لذا يساعد GPT في توليد ملخصات سريعة ومفهومة تلخص النقاط الرئيسية؛ ويمكن لهذه التقنية أن توفر موجزًا سريعًا لأهم الأخبار اليومية أو تلخيص تقارير البحث العلمي، مما يسهل على الجمهور الوصول إلى المعلومات المهمة دون الحاجة إلى قراءة نصوص طويلة؛ ولقد تستخدم العديد من التطبيقات والمنصات الإعلامية هذه الميزة لتقديم نشرات إخبارية مختصرة أو إرسال تنبيهات بالأخبار العاجلة بشكل فوري.

ج- توليد العناوين والعناوين الرئيسية:

يمكن لتقنية GPT إنشاء عناوين مثيرة للاهتمام وجذابة للقراء، مما يساعد على جذب انتباه القراء وتحفيزهم على قراءة المقالات الكاملة؛ العنوان هو العنصر الأول الذي يجذب انتباه القارئ، وتقنية GPT يمكنها اقتراح عناوين جذابة ومثيرة للاهتمام، مما يساعد على تحسين معدلات النقر وزيادة التفاعل مع المحتوى؛ فعلى سبيل المثال، يمكن للتقنية اقتراح عناوين بأسلوب تسويقي مثل "كيف يؤثر الذكاء الاصطناعي على مستقبل الصحافة؟ الإجابة ستفاجئك!" أو "خمسة أشياء لا تعرفها عن GPT - الثالثة ستغير نظرتك تمامًا!"، مما يجعل المحتوى أكثر إغراءً للقراء⁽¹⁵⁾.

د- التحليل الصحفي:

يمكن استخدام تقنية GPT في تحليل الأحداث والظواهر الحالية وتقديم تحليلات ذكية ومفصلة حولها، مما يساعد على توضيح الأمور وفهمها بشكل أفضل؛ فلا يقتصر دور GPT على إنشاء النصوص فقط، بل يمكن استخدامه في تحليل الأخبار والبيانات الضخمة للكشف عن الأنماط والتوجهات؛ فعلى سبيل المثال، يمكنه تحليل تأثير القرارات السياسية على الأسواق المالية أو تقديم وجهات نظر مختلفة حول الأحداث الجارية بناءً على مصادر متعددة؛ ويمكن للصحفيين الاستفادة من هذه الميزة للحصول على رؤى أعمق حول القضايا المعقدة، مما يساعدهم على كتابة تحليلات معمقة وذات قيمة عالية للجمهور.

هـ- التفاعل مع القراء:

يمكن استخدام تقنية GPT في توليد الردود الآلية على تعليقات القراء أو الاستفسارات التي ترد إلى المنصات الصحفية عبر الإنترنت، وبشكل عام تتيح تقنية GPT العديد من الفرص للصحافة لتحسين كفاءتها وتوسيع نطاق تغطيتها، كما تساعد على توفير محتوى ذكي وجذاب يلبي احتياجات القراء بشكل أفضل؛ ومع ذلك، يجب مراعاة استخدام هذه التقنية بحذر ومع مراعاة الأخلاقيات الصحفية وجودة المحتوى يمكن استخدام GPT في تحسين تجربة المستخدم على المواقع الإخبارية من خلال الردود التلقائية على استفسارات القراء وتعليقاتهم؛ فعلى سبيل المثال، عند طرح سؤال حول خبر معين، يمكن للنظام تقديم إجابات فورية بناءً على المحتوى المنشور؛ كما يمكن دمجها في روبوتات الدردشة لمساعدة القراء في العثور على الأخبار التي تهمهم بسرعة وسهولة؛ وهذه التقنية تعزز تجربة المستخدم، وتجعل التفاعل مع المحتوى أكثر سلاسة وذكاءً. (16)

التأثيرات الإيجابية والسلبية لصحافة الذكاء الاصطناعي:

أ. التأثيرات الإيجابية لصحافة الذكاء الاصطناعي:

يمكن لوسائل الإعلام خلال العشرة أعوام المقبلة الاعتماد على المعلومات كافة والبيانات وتحليلها من مصادر مثل جوجل مايكروسوفت، فسيوك، تويتر، وكافة وسائل التواصل، أومواقع التسويق والخدمات، ومواقع الرحلات، وحجز الفنادق في التعرف على أهم اتجاهات جمهورها المحلي، وكذلك أكثر الأماكن التي يطمحون في الوصول إليها، وأكثر المشكلات التي يبحثون عن حلول لها، وأكثر الأسواق ثقة لدى الجمهور، ومستواهم الثقافي والتعليمي، والمهني.

ب. التأثيرات السلبية لصحافة الذكاء الاصطناعي:

إن انتهاك الخصوصية للعديد من أفراد المجتمع عند الوصول إلى معلومات أكثر شخصية قد تتعلق بصحته النفسية، أو العقلية أو علاقته الزوجية، والعائلية، أو مشكلاته الخاصة مع المجتمع المحيط به، وقد ينتج أيضا عن استخدام البيانات الضخمة في

صحافة الذكاء الاصطناعي نتائج غير دقيقة، نتيجة لتلاعب الأفراد ببعض نتائج استطلاعات الرأي والمقاييس المختلفة، فحين يعلم بعض الأفراد أنه يتم استخدام مجموعة بيانات لاتخاذ قرارات مهمة من شأنها التأثير فيهم، فإن لديهم حافزا لتوجيه المقاييس لصالحهم، وهناك خطر آخر في إيمان الشخص وثقته بنتائج تحليل تلك البيانات الضخمة، وكذلك المؤسسات والحكومات هو ما قد يضر محتوى الرسائل الإعلامية الموجه للجمهور على أساس افتراض أنها صحيحة 100% ولا مجال فيها للشك.

⇒ ويرى الباحث: إن صحافة الذكاء الاصطناعي صنعت تحولا كبيرا وتأثيرات ضخمة في الكثير من المجالات التي لها علاقة مباشرة في الإعلام كالبيانات الضخمة التي يمكن أن تستفيد منها وسائل الإعلام في التنمية المستدامة وخدمة الإنسانية، كما أثرت في العالم من خلال المساهمة في إحداث تغييرات كبيرة في هيكلية الإعلام، وكذلك طال التأثير صناعة المعلومات، إذ أصبحت أكثر ديمقراطية، وحرية، بالإضافة إلى أن صحافة الذكاء الاصطناعي عملت على دفع وتسريع الرقمنة العالمية في وسائل الإعلام⁽¹⁷⁾.

اتجاهات الصحفيين السعوديين حول توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

أولاً: اتجاهات الصحفيين السعوديين حول توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

في ظل التطورات السريعة في مجال التكنولوجيا، تواجه الصحافة السعودية تحديات جديدة وفرصاً متنوعة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث يتطلب هذا السياق استجابة سريعة وفعالة من قبل الصحفيين لتطورات التكنولوجيا وتكييف ممارساتهم الصحفية مع هذه التحولات، ففي هذا السياق، يعتبر الاستعداد التقني للصحفيين أمراً حاسماً لضمان تمكينهم من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال ومبتكر، ولقد يشمل ذلك فهم المفاهيم الأساسية للذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها في مجال الصحافة، وكذلك اكتساب المهارات الفنية اللازمة لاستخدام الأدوات والبرمجيات ذات الصلة، بالإضافة إلى ذلك، يتطلب الأمر القدرة على التعلم المستمر والتكيف مع التغيرات التكنولوجية السريعة، بما في ذلك استخدام التقنيات الجديدة في إنتاج المحتوى الصحفي بشكل فعال وجذاب، من خلال التبني السريع للتقنيات الجديدة وتطبيقها بشكل عملي⁽¹⁸⁾.

ويعد الوعي التقني محورياً أساسياً في استجابة الصحافة السعودية لتحولات التكنولوجيا واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال، حيث يتطلب هذا المحور فهماً عميقاً ووعياً تقنياً من الصحفيين بشأن التقنيات الحديثة وتطبيقاتها في مجال الصحافة، والذي يتضمن الفهم الجيد للمفاهيم التقنية والأدوات المتاحة تمكين الصحفيين من الاستفادة الكاملة من الفرص التي تقدمها التكنولوجيا الحديثة، كما يعتبر الوعي التقني منصة

أساسية لبناء المعرفة والمهارات اللازمة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل مبتكر وفعال، حيث يمكن للصحفيين الذين يمتلكون الوعي التقني أن يكونوا على دراية بأحدث التطورات التقنية وأفضل الممارسات في مجال الصحافة الرقمية، وبالتالي يمكنهم تحديد الفرص الجديدة والابتكارات التقنية التي يمكن أن تعزز جودة المحتوى الصحفي، وتزيد تفاعل الجمهور، والجدير بالذكر أن الوعي التقني أيضاً يساعد على تقديم الدعم الفني والمشورة المتخصصة داخل الصحف وتحفيز ثقافة التعلم المستمر والتحديث التقني بين الصحفيين، بالإضافة إلى ذلك، يعتبر الوعي التقني أحد العوامل الأساسية في بناء الثقة بين الصحافة والجمهور، حيث يعكس استخدام التقنيات الحديثة بشكل فعال إلى حد كبير جهود الصحف في تقديم محتوى موثوق وجذاب للقراء، ومن جانبه تعتبر "المهارات الفنية" محوراً جوهرياً في قدرة الصحفيين السعوديين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بفعالية في ممارسة الصحافة، حيث يشمل هذا المحور تطوير واكتساب المهارات اللازمة لاستخدام الأدوات والبرمجيات والتقنيات الحديثة المتاحة في مجال الصحافة الرقمية، من بين هذه المهارات:

- **التحليل البياني:** يتضمن قدرة الصحفيين على تحليل البيانات بشكل فعال باستخدام أدوات التحليل البياني المتاحة، مثل برامج تحليل البيانات وتقديم التقارير؛ فتلك المهارة تسمح لهم بفهم الاتجاهات والأنماط في البيانات والاستفادة منها في صنع القرارات الصحفية⁽¹⁹⁾.
- **البرمجة والتطوير:** يشمل تطوير المهارات اللازمة لفهم أساسيات البرمجة واستخدام الأدوات واللغات البرمجية في تطوير حلول تقنية مبتكرة لتحسين ممارسات الصحافة، مثل تطوير التطبيقات والأدوات الصحفية الذكية.
- **التحرير الرقمي:** يشمل تطوير مهارات التحرير الرقمي لإنتاج محتوى متميز وجذاب يتناسب مع متطلبات القراء في العصر الرقمي، بما في ذلك استخدام أدوات التحرير الرقمي وتصميم الوسائط المتعددة⁽²⁰⁾.

ومن خلال البحث والاطلاع نرى أن الصحافة السعودية تتولى في سعيها المستمر نحو التحديث والتطوير، اهتماماً متزايداً بتبني التقنيات الحديثة، وخاصة تقنيات الذكاء الاصطناعي، لتحسين جودة المحتوى الصحفي وتعزيز تفاعل الجمهور، حيث يعتبر الوعي التقني وتطوير المهارات الفنية من أهم الجوانب التي يجب توفيرها للصحفيين، حيث يساهمان في تمكينهم من الاستفادة الكاملة من التقنيات الجديدة وتطبيقها بشكل فعال في عملهم اليومي، فمن خلال توفير الفرص التدريبية والتطويرية المناسبة، يمكن للصحفيين تعزيز مهاراتهم التقنية وتحسين فهمهم لتطبيقات التقنيات الذكية في مجال الصحافة، ويتيح ذلك لهم تطبيق أحدث الأساليب والأدوات في تحليل البيانات وتحرير المحتوى الرقمي

وإدارة البيانات بشكل فعال، بالإضافة إلى ذلك، يعتبر التدريب والتطوير منصة أساسية لتعزيز الثقافة التقنية داخل الصحافة السعودية، وتشجيع الصحفيين على التعلم المستمر وتحديث مهاراتهم بما يتلاءم مع متطلبات العصر الرقمي المتطور، بالتالي، يمكن القول إن تطوير الصحافة السعودية وتعزيز دورها في المجتمع يتطلب توفير بيئة ملائمة للتعلم والتطوير المستمر، وتوجيه الاهتمام نحو تحسين الوعي التقني وتطوير المهارات الفنية للصحفيين⁽²¹⁾.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، بوصفه أنسب المناهج العلمية المستخدمة لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة، وهو عبارة عن وصف دقيق ومنظم وأسلوب تحليلي للظاهرة أو المشكلة المراد بحثها، ويشمل جمع المعلومات والبيانات وتبويبها وتحليلها وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى وصف دقيق للمشكلة أو الظاهرة ونتائجها، من خلال منهجية علمية للحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية وحيادية بما يحقق أهداف البحث.

عينة الدراسة:

- يمثل مجتمع الدراسة جميع الصحفيين والصحفيات السعوديين المتفرغين للعمل الصحفي في المطبوعات السعودية (الصحف والمجلات) بمختلف مناطق المملكة وتمثل المعلومات، ولقد وزع الباحث (400) استبانة على جميع الصحفيين (ذكورا وإناثا) العاملين في المواقع الإلكترونية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي، مستخدما أسلوب العينة الطبقية بحيث يتاح للمحررين بكل قسم من أقسام كل مطبوعة تعبئة بيانات الاستبانة.

أدوات جمع البيانات:

1. استمارة الاستبيان الميداني: أجرى الباحث دراسة ميدانية باستخدام استمارة استقصاء ميداني على عينة متاحة قوامها (400) مفردة يمثل مجتمع الدراسة جميع الصحفيين والصحفيات السعوديين المتفرغين للعمل الصحفي في المطبوعات السعودية (الصحف والمجلات) بمختلف مناطق المملكة وتمثل المعلومات، وذلك لاتفاقها مع الهدف العام للدراسة، وهو التعرف على دراسة اتجاهات الصحفيين السعوديين إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي، كما أن الباحث اختار هذا النوع من العينات لتوافر سمات وخصائص محددة في المفردات بما يخدم ذلك هدف البحث.

اختبار الصدق والثبات:

• أولاً: الصدق الظاهري "صدق المحكمين":

يقوم هذا القياس بالتحقق من الصلاحية الظاهرية للاستبيان من حيث ارتباط ما يحتويه الإتيان عن أهداف الدراسة، والتأكد من أن القياس قد تضمن عدداً كافية من الأسئلة التي تعبر عن المفهوم، وكذا التحقق من مدى خلوه من أخطاء القياس الشائعة، وتحقيقاً لذلك

عرض الباحث الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من الأكاديميين والمهنيين والمتخصصين في مجال الإعلام والإدارة، للتأكد من صدق الاستبيان وإبداء آرائهم حول دقة صياغة عباراته، ومدى وضوحها وارتباطها بأهداف البحث، وبعد إبداء المحكمين، ملاحظاتهم استجاب الباحث لأراء المحكمين من حيث الحذف والتعديل والإضافة في ضوء المقترحات المقدمة، وأعد الاستبيان في صورته شبه النهائية ثم تم إجراء دراسة استطلاعية الهدف منها التأكد من وضوح الأسئلة من عدمها، وذلك بتوزيع نسخة من الاستبيان على عينة تجريبية مكونة مثلاً من (12) مفردة من مجتمع الدراسة الأصلي، وبناءً على ذلك تم إجراء تعديل الاستبيان وفقاً للملاحظات حتى خرجت الاستبانة في صورتها النهائية.

• ثانياً: الثبات:

أُجري اختبار الثبات الاستمارة البيانات باستخدام معامل "الفا كرونباخ" Alpha Cronbach، وهو يأخذ فيما تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات، فإن قيمة المعامل تساوي الواحد الصحيح، وحتى يتمتع المقياس بالثبات يجب ألا يقل الحد الأدنى القيمة المعامل عند (0.70).

بينما معامل الصدق يتراوح بين قيمتي (0.83 – 0.99) بالنسبة إلى قيمة معامل الصدق لجميع محاور الاستبيان (0.98)، مما يدل على ثبات وصدق الأداة جيد ويمكن الاعتماد عليها في تحقيق نتائج الدراسة، وبالتالي التقرير بصلاحية الأداة للتطبيق الميداني.

مناقشة وتفسير النتائج:

اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول:

يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاتجاهات الصحفيين السعوديين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

جدول (1)

نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر اتجاهات الصحفيين السعوديين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

ملخص النموذج Model Summary					
معامل الارتباط R		معامل التحديد R2		معامل R-2 Adjusted	
0.743		0.552		0.551	
تحليل التباين ANOVA					
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F
الانحدار Regression	6117.032	1	6117.032	491.325	0.000
الباقى Residual	4955.128	398	12.450		
المجموع Total	11072.160	399			
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T
تقنيات الذكاء الاصطناعي	الثابت Constant	20.165	1.441		13.996
	الاتجاهات	.640	.029	.743	22.166
	Sig T				.000

- يتبين من الجدول وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الصحفيين السعوديين واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.743 ويتبين وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى اتجاهات الصحفيين السعوديين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. حيث كانت قيمة $(Sig F) = 0.000$ وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية وهو ما يبين صحة فرض الدراسة الأول، والذي ينص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاتجاهات الصحفيين السعوديين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي واتضح أن المتغير المستقل (اتجاهات الصحفيين السعوديين) يفسر 55.2 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (تقنيات الذكاء الاصطناعي) وأن باقي التغيرات ترجع إلى متغيرات أخرى لم تدخل في النموذج، وتبين أن كلما ازداد مستوى اتجاهات الصحفيين السعوديين بمقدار 1 % ازداد مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة السعودية بمقدار 0.640 % .
- يتبين من نتائج الدراسة وجود علاقة قوية بين اتجاهات الصحفيين السعوديين تجاه تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخدامهم الفعلي لهذه التقنيات في صناعة المحتوى الرقمي؛ وتمثل هذه العلاقة الطردية التي أظهرتها النتائج دليلاً على أن الصحفيين الذين يعبرون عن اتجاهات إيجابية نحو الذكاء الاصطناعي يكونون أكثر استعداداً لتوظيف هذه التقنيات في عملهم الصحفي؛ وهذا يشير إلى أن توجهاتهم ووعيهم بالذكاء الاصطناعي يؤديان دوراً حاسماً في تحديد مدى استخدامهم لهذه التقنيات.
- في هذا السياق، يمكن القول بأن الصحفيين السعوديين، بشكل عام، لا ينظرون إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي كأداة معقدة أو غير قابلة للتطبيق، بل على العكس، يعتبرونها أداة قيمة يمكن أن تساهم بشكل كبير في تحسين فعالية العمل الصحفي وتطويره؛ ويبدو أن وجود هذه الاتجاهات الإيجابية يعكس مدى الاهتمام الكبير الذي يولونه لهذه التقنيات في سياق الصحافة الرقمية، ما يعني أن هناك استعداداً متزايداً للاستفادة من مزايا الذكاء الاصطناعي في توفير محتوى مبتكر ومواكب للتطورات الحديثة في الإعلام.
- ويعتبر هذا التأثير أيضاً انعكاساً لمدى فهم الصحفيين السعوديين لدور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الصحفي، سواء من خلال تسريع عملية الإنتاج أو تحسين دقة المعلومات أو حتى التفاعل مع الجمهور بشكل أفضل؛ وهذا يدل على أن هناك زيادة تدريجية في مستوى الاستفادة من الذكاء الاصطناعي عندما تكون الاتجاهات الإيجابية متوفرة لدى الصحفيين.
- بصورة إحصائية يمكن استنتاج أن استخدام هذه التقنيات يتأثر بشكل كبير بالعوامل النفسية والذهنية التي يحملها الصحفيون تجاه الذكاء الاصطناعي؛ فكلما كانت اتجاهاتهم أكثر إيجابية، زادت احتمالية تبنيهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل متوسع؛ وبالتالي،

يعكس هذا التأثير علاقة تفاعلية بين فهم الصحفيين وإدراكهم لهذه التقنيات وبين تطبيقهم الفعلي لها في تحسين الإنتاج الصحفي.

- بالإضافة إلى ذلك، تشير النتائج إلى أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي قد تكون بالفعل في طريقها لتصبح جزءاً أساسياً في العمل الصحفي السعودي، مما يعزز فكرة أن المستقبل الصحفي سيعتمد بشكل متزايد على الذكاء الاصطناعي كأداة استراتيجية للتطوير والتحسين المستمر.

الفرض الثاني:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاتجاهات الصحفيين السعوديين على تطوير صناعة المحتوى الرقمي.

جدول (2)

نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر اتجاهات الصحفيين السعوديين على تطوير صناعة المحتوى الرقمي

ملخص النموذج Model Summary					
معامل الارتباط R		معامل التحديد R2		معامل R-2 Adjusted	
0.891		0.794		0.793	
تحليل التباين ANOVA					
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F
الانحدار Regression	8562.426	1	8562.426	1533.978	0.000
الباقى Residual	2221.574	398	5.582		
المجموع Total	10784.000	399			
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T
تطوير صناعة المحتوى الرقمي	الثابت Constant	13.101	.965		13.580
	الاتجاهات	.757	.019	.891	39.166

- يتبين من الجدول (2) وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الصحفيين السعوديين وتطوير صناعة المحتوى الرقمي عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.891 ويتبين وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى اتجاهات الصحفيين السعوديين على تطوير صناعة المحتوى الرقمي؛ حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية وهو ما يبين صحة فرض الدراسة الثاني، والذي ينص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاتجاهات الصحفيين السعوديين على تطوير صناعة المحتوى الرقمي، واتضح إن المتغير المستقل (اتجاهات الصحفيين السعوديين) يفسر 79.4 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (تطوير صناعة المحتوى الرقمي) وأن باقي التغيرات ترجع إلى متغيرات أخرى لم تدخل في النموذج، وتبين أن كلما ازداد مستوى اتجاهات الصحفيين السعوديين بمقدار 1 % ازداد مستوى تطوير صناعة المحتوى الرقمي في الصحافة السعودية بمقدار 0.757 %.

- أوضح التحليل الكيفي وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الصحفيين السعوديين وتطوير صناعة المحتوى الرقمي في الصحافة السعودية، مما يشير إلى أن هناك تأثيراً واضحاً لاتجاهات الصحفيين على تحسين وتطوير هذا المجال؛ فالعلاقة الطردية تعكس أن الصحفيين الذين يظهرون توجهات إيجابية تجاه التقنيات الحديثة وأدوات الإعلام الرقمي يساهمون بشكل أكبر في تعزيز وتطوير صناعة المحتوى الرقمي في المملكة.
- عند تحليل النتائج على نحو دقيق، نجد أن قيمة معامل الارتباط بلغت 0.891، مما يدل على وجود ارتباط قوي للغاية بين المتغيرين؛ وهذه النتيجة تدعم فرض الدراسة الثاني الذي يشير إلى أن اتجاهات الصحفيين السعوديين تؤثر إلى حد بعيد في تطوير صناعة المحتوى الرقمي؛ وتعتبر هذه العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05، حيث أظهرت قيمة $(Sig F) = 0.000$ ، مما يعزز صحة الفرض، ويؤكد أن هناك تأثيراً قوياً ومؤثراً لاتجاهات الصحفيين على عملية التطوير.
- ومن الناحية الإحصائية، نجد أن المتغير المستقل، وهو اتجاهات الصحفيين السعوديين، يفسر 79.4% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع، وهو تطوير صناعة المحتوى الرقمي؛ وهذه النسبة العالية تشير إلى أن الصحفيين السعوديين الذين يمتلكون اتجاهات إيجابية تجاه التقنيات الرقمية والإعلام الجديد هم الأكثر تأثيراً في عملية تطوير هذه الصناعة؛ ويعني ذلك أن الصحفيين الذين يتبنون التوجهات الإيجابية تجاه الأدوات الرقمية يقودون التغيير في بيئة الصحافة الرقمية، مما يعزز تطور المحتوى الرقمي بشكل فعال.

الفرض الثالث:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على تطوير صناعة المحتوى الرقمي

جدول (3)

نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على تطوير صناعة المحتوى الرقمي

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R2		معامل R-2 Adjusted		
0.897		0.805		0.804		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج	مجموع المربعات	الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	8676.840	1	8676.840	1638.880	0.000	
الباقى Residual	2107.160	398	5.294			
المجموع Total	10784.000	399				
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
تطوير	الثابت Constant	4.691	1.140		4.116	.000
صناعة المحتوى الرقمي	استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	.885	.022	.897	40.483	.000

- يتبين من الجدول (3) وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير صناعة المحتوى الرقمي عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.897 ويتبين وجود أثر طردي ذي دلالة إحصائية لمستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على تطوير صناعة المحتوى الرقمي، حيث كانت قيمة $(Sig F) = 0.000$ وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية وهو ما يبين صحة فرض الدراسة الثالث، والذي ينص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على تطوير صناعة المحتوى الرقمي واتضح أن المتغير المستقل (استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي) يفسر 80.5% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (تطوير صناعة المحتوى الرقمي) وأن باقي التغيرات ترجع إلى متغيرات أخرى لم تدخل في النموذج، وتبين أن كلما ازداد مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بمقدار 1 % ازداد مستوى تطوير صناعة المحتوى الرقمي في الصحافة السعودية بمقدار 0.885%.

- يتبين من الجدول (3) وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير صناعة المحتوى الرقمي في الصحافة السعودية؛ حيث تشير النتائج إلى أن استخدام هذه التقنيات يعد عاملاً رئيسياً في تحسين وتطوير المحتوى الرقمي، مما يعكس تأثيرها المباشر على الصحافة الرقمية في المملكة، فالعلاقة الطردية القوية التي كشفت عنها تدل على أن زيادة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يعزز بشكل ملحوظ من تطور صناعة المحتوى الرقمي.

- تمثل قيمة معامل الارتباط التي بلغت 0.897 دلالة على وجود ارتباط قوي جداً بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير صناعة المحتوى الرقمي، مما يعزز فرض الدراسة الثالث الذي يفترض تأثيراً ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين؛ وهذا التأثير يظهر بوضوح من خلال قيمة $(Sig F)$ التي بلغت 0.000، وهي قيمة أقل من 0.05، مما يشير إلى أن النتيجة دالة إحصائياً. من خلال هذه النتيجة، يمكننا استنتاج أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي له تأثير قوي على تطوير صناعة المحتوى الرقمي في الصحافة السعودية.

- وعند النظر في النسبة المئوية، نجد أن المتغير المستقل (استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي) يفسر 80.5% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (تطوير صناعة المحتوى الرقمي)؛ وهذه النسبة العالية تشير إلى الدور الحاسم الذي تلعبه تقنيات الذكاء الاصطناعي في دفع عجلة التطوير في الصحافة الرقمية، ما يعكس كيف أن هذه التقنيات تساهم بشكل كبير في تحسين جودة وكفاءة المحتوى الرقمي في وسائل الإعلام السعودية.

📌 نتائج الدراسة:

- تعكس نتائج هذه الدراسة التحولات الجوهرية التي يشهدها المجال الصحفي في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة، وعلى رأسها تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي أصبح لها تأثير عميق على طبيعة العمل الصحفي وأدوار الصحفيين.

- وقد أظهرت البيانات التي تم تحليلها أن نسبة الذكور في العينة بلغت (78.7%) مقابل (31.3%) للإناث، وهو ما يعكس التوزيع النوعي في المؤسسات الصحفية المستهدفة بالدراسة.
- كما أشارت النتائج إلى أن غالبية الصحفيين المشاركين يحملون مؤهلات جامعية متقدمة، حيث بلغت نسبة الحاصلين على درجة البكالوريوس (57.5%)، في حين حصل (26.3%) على درجة الماجستير، مما يدل على المستوى الأكاديمي المرتفع للعينة المدروسة.
- ومن حيث سنوات الخبرة، كانت الفئة الأكثر تمثيلاً هي من يمتلكون خبرة مهنية تتراوح بين 10 إلى أقل من 15 سنة بنسبة (28%)، وهو ما يعكس وجود خبرات متراكمة لدى عدد كبير من الصحفيين، مما يؤهلهم لاستيعاب التحولات الرقمية التي يشهدها القطاع الإعلامي.
- أما فيما يتعلق بمستوى المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، فقد أظهرت الدراسة أن (96.5%) من الصحفيين لديهم معرفة بهذه التقنيات، مما يعكس انتشار الوعي بأهميتها ودورها في تطوير العمل الصحفي.
- كما أظهرت النتائج أن (53.2%) من العينة يرون أن هذه التقنيات ضرورية لتطوير المحتوى الرقمي وتحسين الإنتاج الصحفي، في حين كان (23.7%) محايدين تجاه تأثيرها، بينما عارض (23%) هذه الفكرة بدرجات متفاوتة، مما يدل على تباين وجهات النظر حيال مدى فاعلية الذكاء الاصطناعي في الصحافة؛ كما أكدت النتائج أن (96.5%) من المشاركين أشاروا إلى أن مؤسساتهم الصحفية تعتمد بالفعل على الذكاء الاصطناعي في بعض جوانب العمل الصحفي، مما يعكس التحول الرقمي العميق الذي يشهده قطاع الإعلام لتعزيز كفاءة العمل الصحفي وسرعة إنتاج المحتوى.
- وفيما يخص مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية، فقد أظهرت النتائج أن أكثر التطبيقات شيوعاً شملت تحليل البيانات الصحفية والدرشة الآلية، حيث تم استخدام الدردشة الآلية بنسبة (18%)، تلتها تقنيات جمع وتحليل البيانات بنسبة (16.1%)، ثم الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في تحديد الأخبار العاجلة بنسبة (16%).
- كما أوضحت الدراسة أن (14.7%) من الصحفيين يعتمدون على الذكاء الاصطناعي في تحرير النصوص الصحفية الأولية، بينما يستخدمه (12.5%) في التدقيق اللغوي وتحسين جودة الكتابة، في حين لجأ (10.7%) لاستخدامه في تصميم المحتوى الرقمي والمرئي، مما يعكس اتساع نطاق تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المشهد الصحفي الحديث.
- ورغم هذه الفوائد الكبيرة التي أتاحتها تقنيات الذكاء الاصطناعي للصحافة، إلا أن هناك تحديات رئيسية تواجه الصحفيين والمؤسسات الإعلامية عند تبني هذه التقنيات؛

فقد أشار (26.3%) من المشاركين إلى أن جودة النتائج التي يقدمها الذكاء الاصطناعي لا تزال بحاجة إلى تحسين، حيث تتطلب المخرجات مراجعة دقيقة وتحريراً مستمراً من قبل الصحفيين لضمان دقتها وسلامتها.

كما رأى (26.1%) أن ارتفاع تكاليف تبني الذكاء الاصطناعي يعد عائقاً رئيسياً أمام تطبيقه على نطاق واسع، خاصة في المؤسسات الإعلامية التي تعاني من قيود مالية؛ بالإضافة إلى ذلك، أبدى (21.4%) من العينة تخوفهم من أن يؤدي الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي إلى تهديد فرص العمل الصحفي التقليدي، حيث قد يتم تقليص الحاجة إلى بعض الوظائف الصحفية نتيجة الأتمتة المتزايدة للعمليات التحريرية والإخبارية.

وبالنظر إلى هذه النتائج، يمكن الاستنتاج بأن الذكاء الاصطناعي أصبح عنصراً جوهرياً في المشهد الصحفي المعاصر، حيث يساهم في تحسين سرعة إنتاج الأخبار، وتعزيز كفاءة تحليل البيانات، وتوفير أدوات تساهم في تحسين جودة المحتوى الصحفي؛ ومع ذلك، فإن تحقيق الاستفادة القصوى من هذه التقنيات يتطلب التغلب على مجموعة من التحديات، من بينها الحاجة إلى تطوير مهارات الصحفيين وتمكينهم من التعامل مع هذه التقنيات بفعالية، إضافة إلى ضرورة وضع سياسات تحريرية واضحة تحكم استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، بما يضمن الحفاظ على القيم المهنية والأخلاقية للصحافة؛ كما تبرز الحاجة إلى إيجاد توازن بين الاستفادة من إمكانيات الذكاء الاصطناعي وبين الحفاظ على الدور الأساسي للصحفيين في عمليات التحرير والتحليل، لضمان عدم تحول العمل الصحفي إلى عملية تقنية بحتة تفنقر إلى الحس الإنساني والإبداعي الضروريين لنقل الأخبار وتقديمها للجمهور بموضوعية ومصداقية.

وفي ضوء ما سبق، يمكن القول إن مستقبل الصحافة في ظل الذكاء الاصطناعي مرهون بمدى قدرة المؤسسات الإعلامية على تبني استراتيجيات متوازنة تدمج بين التطورات التكنولوجية والحفاظ على القيم الصحفية التقليدية، بحيث يتم توظيف الذكاء الاصطناعي كأداة مساعدة تعزز من جودة الصحافة، دون أن تحل محل العنصر البشري الذي يظل جوهر المهنة؛ وبالتالي، فإن نجاح المؤسسات الصحفية في المرحلة القادمة يعتمد على مدى قدرتها على إعادة تعريف أدوار الصحفيين، وإعادة صياغة سياسات التحرير بما يتماشى مع التحديات الرقمية، لضمان استمرار الصحافة كوسيلة لنقل الحقيقة وتحليل الأحداث بموضوعية في العصر الرقمي المتسارع.

توصيات الدراسة:

ضرورة تنظيم دورات تدريبية وبرامج تعليمية متخصصة للصحفيين لتعزيز قدراتهم في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، بما يشمل تحليل البيانات الصحفية، تحرير المحتوى بمساعدة الذكاء الاصطناعي، واستخدام أدوات التحقق من الأخبار الرقمية لضمان دقة المحتوى الصحفي.

- يجب أن تعتمد المؤسسات الصحفية استراتيجيات تضمن تكامل الذكاء الاصطناعي مع العمل الصحفي دون أن يحل محل العنصر البشري، من خلال استخدامه كأداة مساعدة تعزز الإنتاجية وتدعم التحليل الصحفي، مع الحفاظ على الحس الإنساني والإبداعي في صياغة المحتوى الإعلامي.
- الاستثمار في تطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المؤسسات الصحفية لضمان دقة المخرجات وجودتها، بحيث تكون قادرة على إنتاج محتوى يتماشى مع معايير الدقة والموضوعية الصحفية، مع تقليل الحاجة إلى مراجعات تحريرية مكثفة.
- من الضروري أن تضع المؤسسات الإعلامية سياسات تحريرية تحدد مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي، وتوضح حدود تدخله في عمليات التحرير والنشر، مع الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية التي تحكم العمل الصحفي، لضمان الحفاظ على مصداقية الصحافة وجودة المحتوى.
- ينبغي على الجهات الإعلامية والحكومية توفير دعم مالي ولوجستي للمؤسسات الصحفية الصغيرة والمتوسطة لتمكينها من تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي دون أن تواجه أعباء مالية كبيرة، مما يساهم في تعزيز التنافسية والاستدامة الرقمية للقطاع الصحفي.
- ضرورة إجراء دراسات معمقة حول تأثير الأتمتة والذكاء الاصطناعي على مستقبل الوظائف الصحفية، مع العمل على وضع خطط لتطوير أدوار جديدة للصحفيين بحيث يتم الاستفادة من مهاراتهم في مجالات تحليل البيانات، التحقق من الأخبار، وإنتاج المحتوى الإبداعي.
- تنظيم حملات توعوية تستهدف الجمهور لفهم كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة، وكيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يعزز دقة الأخبار وسرعة نشرها، مع توضيح التحديات المحتملة المرتبطة به، مثل انتشار الأخبار الزائفة والاعتماد المفرط على الآلات في التحرير.
- تطوير سياسات توظيف جديدة تراعي التحولات الرقمية وتضمن إعادة تأهيل الصحفيين ليتكيفوا مع التقنيات الحديثة، مع خلق فرص عمل جديدة تعتمد على التحليل العميق للبيانات الصحفية والتدقيق في المحتوى المنتج آلياً، بدلاً من اقتصار العمل على التحرير التقليدي.
- يجب أن تعمل الجامعات وكلليات الإعلام على تحديث مناهجها الأكاديمية لتشمل مواد متخصصة حول الذكاء الاصطناعي في الصحافة، بالتعاون مع المؤسسات الإعلامية، لضمان تخرج كوادر إعلامية قادرة على التكيف مع التحولات الرقمية في المشهد الصحفي.
- تشجيع المؤسسات الإعلامية العربية على الاستفادة من التجارب العالمية في مجال الصحافة المدعومة بالذكاء الاصطناعي، من خلال عقد شراكات مع منصات إعلامية عالمية، والمشاركة في المؤتمرات الدولية لمتابعة أحدث المستجدات في هذا المجال، مما يساهم في تطوير البيئة الإعلامية العربية بشكل مستدام.

مراجع الدراسة:

- (1) أيمن بريك إبراهيم (2020): اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "UTAUT"، القاهرة، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، المجلد (2)، العدد (53)، ص 112
- (2) أحمد الزهراني، مروة عطية (2020م): الصحافة والإعلام الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي، جدة، دار خوارزم العلمية للطباعة والتوزيع، الطبعة الأولى، ص 109-108
- (3) أميرة عبدالعال رجب السيوني (2025م): "تأثير استخدام تقنيات الواقع الافتراضي علي تفاعل مستخدمي تطبيقات الصحافة الرقمي- دراسة ميدانية علي عينة من مستخدمي التطبيقات الاخبارية العربية (الجزيرة- العربية) "؛ القاهرة، المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، المجلد (2)، العدد (3) لعدد يناير 2025م
- (4) سالي أسامة شحاتة (2025): توظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر مستخدمي صحافة الفيديو العالمية تجاه المرأة السعودية؛ القاهرة، مجلة البحوث الإعلامية، ع73، ج3، 1671 - 1710.
- (5) طلائع ناصر الشريف (2024): تسويق المحتوى الإعلامي في تطبيقات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة "صحيفة عكاظ"؛ مجلة المركز العربي للبحوث والدراسات في علوم المكتبات والمعلومات، المجلد (11)، العدد (22)، ص 24-63
- (6) عصمت حداد (2023م): "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين"، القاهرة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، المجلد (5)، العدد (23)، ص 25-148
- (7) وداد أرباب هارون (2022م): واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعة المحتوى بالمؤسسات الصحفية السودانية: دراسة ميدانية "التحديات وآفاق المستقبل"، القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، المجلد (21)، العدد (2)، ص 269-328.
- (8) مريم عبد الملاك عدلي (2022م): محددات مستقبل صناعة المجلات المصرية خلال العقد القادم من (2016: 2026)، وعلاقتها بالتطورات التكنولوجية الراهنة، القاهرة، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص7-76.
- (9) Jose Miguel Tunez, (2020), Impact of Artificial Intelligence on Journalism transformations in the company, products, contents and professional profile, Communication & Society, Vol. 34, ISSN 0214-0039, E ISSN 2386-7876, pp. 177-193.
- (10) Ford, K. And Hayes, P. (2014), On Computational Wing: Re thinking the Goals of Artificial Intelligence, Scientific American Presents 9 (4)P78.
- (11) علي عيسى عبد الباقي (2020م): اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية، مرجع سابق، ص 15.
- (12) أحمد الزهراني، مروة عطية (2020م): الصحافة والإعلام الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي، مرجع سابق، ص 26.

- (13) السيد بخيت (2011م): الجديد في بحوث الصحافة، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، الطبعة الأولى، ص 25-29
- (14) ياسمين احمد ماهر (2022) "الذكاء الاصطناعي: الأسس ومجالات التطبيق في المكتبات وعلوم المعلومات"، القاهرة، المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات، المؤسسة العربية لإدارة المعرفة، المجلد (2)، العدد (2)، ص 158-159
- (15) ياسمين احمد ماهر (2022) "الذكاء الاصطناعي: الأسس ومجالات التطبيق في المكتبات وعلوم المعلومات"، مرجع سابق، ص 160
- (16) ياسمين احمد ماهر (2022) "الذكاء الاصطناعي: الأسس ومجالات التطبيق في المكتبات وعلوم المعلومات"، مرجع سابق، ص 163.
- (17) عثمانية، مرجع سابق.
- (18) شرين عبد الحفيظ البحيري (2022م): اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي "Robot Journalism" في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية، القاهرة، رسالة ماجستير، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، المجلد (9)، العدد (24)، ص 129-131.
- (19) شرين عبد الحفيظ البحيري (2022م): اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي "Robot Journalism" في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية، مرجع سابق، ص 148-151.
- (20) شرين عبد الحفيظ البحيري (2022م): اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي "Robot Journalism" في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية، مرجع سابق، ص 148-151.
- (21) عبد العظيم نور الدين الحسن (2018م): الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على التحرير الصحفي: إصدارات مؤسسة عكاظ نموذجاً الفترة من فبراير 2015م إلى فبراير 2018، السودان، جامعة أم درمان الإسلامية، رسالة ماجستير، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، المجلد (9)، العدد (11)، ص 135-136.