

اعتماد الصحفيين المصريين والعراقيين على تقنيات الإنتاج الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي

الباحث/عمر صابر المرسومي*

إشراف/أ.د. سعيد الغريب**

إشراف مشارك أ.م.د/ سحر مصطفى***

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى استكشاف تأثير اعتماد الصحفيين على تقنيات الإنتاج الرقمي وتوزيع المحتوى الإخباري في المواقع الصحفية في كل من العراق ومصر، واستندت الدراسة إلى الإطار النظري المتعلق بالتحول الرقمي في بيئة الإعلام وتأثير تقنيات الثورة الصناعية في العمل الصحفي، وذلك بالتطبيق على نموذج التقبل والتطبيق الموحد للتكنولوجيا (UTAUT) الذي يفسر كيف تتأقلم المؤسسات والأفراد مع المستجدات التقنية من خلال عوامل متعددة أبرزها التوقعات المتعلقة بالأداء، والجهد، والتأثير الاجتماعي، والظروف التيسيرية، واعتمد الباحث على منهج وصفي كمي شمل جمع بيانات ميدانية وتحليلها باستخدام أداة الاستبيان، وطبقت الدراسة على عينة قصدية مكونة من ٤٠٠ صحفي موزعين بالتساوي بين مصر والعراق، من العاملين في مواقع إخبارية رقمية تمثل الطيف المؤسسي الحكومي والخاص والمستقل. وكانت أبرز النتائج أنه ظهر اعتماد مرتفع على التقنيات الرقمية في المؤسسات الصحفية المصرية بنسبة ٦٠٪، مقابل ٤٥٪ في المؤسسات العراقية، كما أظهرت البيانات أن أكثر المجالات استخداماً للتقنية كانت جمع المادة الصحفية وتحرير الأخبار، وتبين أن الذكاء الاصطناعي يُستخدم بشكل فعال في أكثر من نصف المؤسسات، غير أن مستويات الرضا عنه كانت متباينة، حيث أعرب ٤٥,٢٪ من الصحفيين عن عدم رضاهم الكامل، كما كشفت الدراسة أن أبرز أشكال التقنية المستخدمة هي خدمات المنصات الاجتماعية، وتقنيات الكتابة والتصحيح، وتتبع الأخبار العاجلة، بينما ظل استخدام تقنيات مثل الميتافيرس والبلوك تشين ومولدات الفيديو منخفضاً، في حين أظهرت نتائج الفرضيات وجود علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائية بين معدل استخدام التقنيات الرقمية وتأثيرها في المحتوى الصحفي، مع فروق ذات دلالة إحصائية حسب النوع، والعمر، وسنوات الخبرة، والمؤهل، والتخصص، وتوصي الدراسة بتكثيف برامج التدريب، وتوفير بنية تحتية تقنية، وسنّ تشريعات داعمة لتوسيع نطاق استخدام تقنيات الإنتاج الرقمي في البيئتين الصحفيتين المصرية والعراقية.

الكلمات الدالة:

اعتماد الصحفيين ؛ تقنيات الإنتاج الرقمي ؛ اساليب صناعة المحتوى الاخباري

* باحث دكتوراة -قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

**الأستاذ بقسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة

***الأستاذ المساعد بقسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة

Egyptian and Iraqi journalists rely on digital production technologies to create journalistic content.

Omar Saber Salem Al-Marsoumi*

Supervised by: Professor/Saeed Al-Gharib**

Assistant Professor Dr. Sahar Mustafa***

Abstract

The study aimed to explore the impact of journalists' reliance on digital production technologies and content distribution in news websites in both Iraq and Egypt. It was grounded in the theoretical framework of digital transformation in media environments and the influence of industrial revolution technologies on journalistic work. The study applied the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), which explains how institutions and individuals adapt to technological advancements through key factors such as performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions. The researcher adopted a quantitative descriptive methodology, collecting and analyzing field data using a structured questionnaire. The study was applied to a purposive sample of 400 journalists, equally distributed between Egypt and Iraq, working in digital news platforms representing governmental, private, and independent institutions. The key findings revealed a high level of reliance on digital technologies in Egyptian news institutions at 60%, compared to 45% in Iraqi institutions. The most frequent areas of technological application were news gathering and editing. Artificial intelligence (AI) was reported to be used effectively in more than half of the institutions, though levels of satisfaction varied, with 45.2% of journalists expressing dissatisfaction. The study also showed that the most widely used technologies were social media services, writing and proofreading tools, and breaking news tracking systems. In contrast, technologies such as the metaverse, blockchain, and video generators had limited adoption. The study's hypotheses revealed a statistically significant and strong correlation between the rate of digital technology use and its impact on journalistic content, with significant differences based on gender, age, years of experience, academic qualification, and specialization. The study recommends the intensification of training programs, enhancement of technological infrastructure, and the enactment of supportive legislation to expand the use of digital production technologies in both Egyptian and Iraqi media environments.

Keywords:

Journalist accreditation; digital production techniques; news content creation methods

* PhD student in Media, Faculty of Media, Cairo University Faculty member at the Ministry of Higher Education and Scientific Research / Al-Nahrain University

** Professor of Journalism, Faculty of Mass Communication, Department of Journalism, Cairo University

*** Assistant Professor at Cairo University, Faculty of Mass Communication, Department of Journalism

مقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة تطورًا متسارعًا في أدوات الاتصال الرقمي وتقنياته، ما أدى إلى إعادة تشكيل بنية الحقل الإعلامي ومفاهيمه ووظائفه، وفتح آفاق جديدة أمام المؤسسات الصحفية والممارسين الإعلاميين على حد سواء، فقد بات من الواضح أن عصر الصحافة التقليدية، القائم على إنتاج المحتوى الورقي أو الإذاعي أو التلفزيوني ضمن مسارات خطية مغلقة، قد بدأ في التراجع أمام نمط جديد من الصحافة الرقمية التي تستند إلى بنى اتصالية مفتوحة، وتوظف تقنيات متعددة الوسائط، وتعتمد على أدوات ذكية في كل مراحل إنتاج المحتوى ونشره وتوزيعه، إن التقنيات الرقمية لم تعد مجرد أدوات مساعدة في العمل الصحفي، بل أصبحت تمثل بنية تحتية متكاملة تؤثر بشكل مباشر على طبيعة المنتج الإعلامي، وأسلوب السرد الصحفي، ومستوى التفاعل مع الجمهور، وسرعة الوصول إلى مصادر المعلومات، وإدارة غرف الأخبار، وتقييم الأداء المهني.

لقد بات من الممكن اليوم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة^(١)، وتحديد الاتجاهات العامة للرأي العام، بل وصياغة أخبار آلية بناءً على خوارزميات معالجة اللغة الطبيعية، كما أصبحت برامج تحرير الفيديو والمونتاج وتطبيقات التصوير بالهاتف الذكي أدوات أساسية في إنتاج القصص المصورة، بينما توفر منصات النشر الرقمي بيئة مرنة لإخراج المحتوى وتوزيعه بسرعة وكفاءة عالية^(٢)، وتكمن أهمية هذا التحول الرقمي في كونه لا يغير فقط من طبيعة الأدوات المستخدمة، بل يعيد أيضًا تشكيل المفاهيم الأساسية للممارسة الصحفية، مثل الخبرة، والموضوعية، والتحقق من المعلومات، والسرعة، والتفاعل مع الجمهور، فالصحفي في العصر الرقمي لا يكتفي بدور الناقل للمعلومة، بل يصبح منتجًا بصريًا، ومحللاً للبيانات ومديرًا لمنصات النشر، ومتفاعلاً مباشرة مع الجمهور عبر وسائط متعددة، وهذا التعدد في الأدوار يطرح تحديات مهنية وأخلاقية وتقنية تتطلب إعادة تأهيل مستمرة وتطويرًا في أساليب التدريب الإعلامي^(٣).

في السياق العربي، وتحديدًا في مصر والعراق، يتخذ هذا التحول الرقمي طابعًا خاصًا نظرًا للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تؤثر في البيئة الإعلامية، بالإضافة إلى التفاوتات الكبيرة في البنية التحتية الرقمية، ومستوى حرية الصحافة، ونماذج الملكية الإعلامية، وإمكانات التدريب والتأهيل، ففي مصر، وعلى الرغم من توفر بنية تحتية رقمية نسبية داخل المؤسسات الكبرى، إلا أن هناك فجوة في استخدام التقنيات الحديثة بين الصحفيين العاملين في المؤسسات الحكومية، وأولئك في المنصات الخاصة أو المستقلة، بخاصة فيما يتعلق بإنتاج المحتوى التفاعلي، واستخدام أدوات تحليل البيانات، أو حتى التطبيقات الأساسية للإخراج الرقمي، أما في العراق، فالوضع أكثر تعقيدًا، حيث تتفاوت قدرات الصحفيين الرقمية بشكل كبير بين المدن الكبرى والمناطق الطرفية، ويؤثر الوضع الأمني والسياسي في سهولة الوصول إلى التقنية وتوظيفها في العمل الصحفي، بالإضافة إلى ضعف التدريب المؤسسي في بعض المؤسسات الإعلامية.

في ضوء ما تقدم، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم فهم أعمق وأدق لواقع التحول الرقمي في بيئتين إعلاميتين متباينتين، بما يساهم في تطوير مناهج تدريب الإعلاميين، وصياغة سياسات داعمة

للابتكار التقني في العمل الصحفي، ويُغني في الوقت ذاته الأدبيات الإعلامية العربية المعاصرة التي لا تزال بحاجة إلى رصد وتحليل تحولات الممارسة الصحفية في العصر الرقمي وتحليلها.

مشكلة الدراسة :

شهدت العقود الأخيرة تحولاً جذرياً في البنية التقليدية للممارسة الصحفية على المستويين المحلي والدولي، حيث لعبت الثورة الرقمية دوراً حاسماً في إعادة تشكيل أساليب إنتاج المحتوى الصحفي وتوزيعه وتحليله. وقد أفضى هذا التحول إلى ظهور بيئة إعلامية جديدة تتسم بالديناميكية والتفاعل، وأصبح فيها الاعتماد على التقنيات الرقمية—مثل الذكاء الاصطناعي، وأدوات تحليل البيانات، وتطبيقات تحرير الفيديو والصوت، ومنصات النشر المتعددة—أمراً لا غنى عنه للصحفيين المعاصرين الساعين إلى مواكبة متطلبات الجمهور الرقمي ومتغيرات سوق الإعلام، في هذا السياق، تبرز أهمية دراسة أنماط اعتماد الصحفيين على هذه التقنيات، ليس فقط بوصفها أدوات إنتاج، بل بوصفها مكونات جوهرية في العملية الاتصالية تؤثر في جودة المحتوى، وسرعة توزيعه، وتفاعليته، وقدرته على الوصول إلى جماهير متباينة. وتزداد أهمية هذه الدراسة في البيئات الصحفية التي تواجه تحديات هيكلية ومهنية، كما هو الحال في كل من مصر والعراق، حيث يتداخل التحول الرقمي مع إشكاليات تتعلق بالبنية المؤسسية، والسياسات التحريرية، وحرية التعبير، ومستوى التأهيل المهني، وتتسم البيئتان الإعلاميتان في مصر والعراق بخصوصيات تجعل من دراسة اعتماد الصحفيين فيهما على التقنيات الرقمية مسألة بالغة الأهمية لفهم طبيعة التحول الرقمي في السياقات غير الغربية، التي غالباً ما تختلف من حيث الموارد، والسياسات الإعلامية، ومدى توفر البنية التحتية الرقمية، ففي حين يشهد الإعلام المصري نمواً في استخدام الوسائط الرقمية داخل المؤسسات الكبرى، يواجه الصحفيون المستقلون صعوبات متعلقة بالإتاحة التقنية والتدريب المهني، أما في العراق، فثمة تفاوت ملحوظ بين المركز والهامش في تبني تقنيات الإعلام الرقمي، وسط بيئة إعلامية تتأثر بظروف سياسية وأمنية معقدة.

من هنا تنبع الحاجة إلى دراسة ميدانية معمقة تستقصي طبيعة اعتماد الصحفيين المصريين والعراقيين على التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى، وتحلل مدى تكيفهم مع أدوات الإنتاج الرقمية، وأثر ذلك في ممارساتهم اليومية، وتصوراتهم المهنية، ومعاييرهم التحريرية، وتسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن عدد من الأسئلة الجوهرية، من بينها: ما أبرز التقنيات الرقمية التي يعتمد عليها الصحفيون في البلدين؟، ما العوامل التي تحفز أو تعوق هذا الاعتماد؟، وأوجه التشابه والاختلاف بين التجربتين المصرية والعراقية؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من التغيرات الجذرية التي يشهدها الحقل الإعلامي عالمياً، والتي باتت تفرض على الصحفيين التكيف مع بيئة رقمية متسارعة التطور، تستدعي امتلاك مهارات جديدة واستخدام أدوات تكنولوجية معقدة ومتجددة باستمرار، وتنضج أهمية الدراسة على أكثر من مستوى:

أولاً: الأهمية العلمية والأكاديمية:

تسهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العربية المتخصصة في الإعلام الرقمي، من خلال تقديم إطار تحليلي لفهم كيفية تكيف الصحفيين في بيئات عربية مختلفة - مثل مصر والعراق - مع التحولات الرقمية، وهو مجال لا يزال يعاني من نقص واضح في الدراسات النوعية المقارنة، كما أن الدراسة تقدم إسهاماً معرفياً من خلال الربط بين مفاهيم التحول الرقمي وسوسيولوجيا الممارسة الصحفية، بما يساعد في بناء فهم نقدي للدور المتغير للصحفي في العصر الرقمي.

ثانياً: الأهمية المهنية والتطبيقية

تمكّن هذه الدراسة من تشخيص واقع استخدام التقنيات الرقمية داخل المؤسسات الإعلامية، وتحديد نقاط القوة والضعف في هذا الاستخدام، سواء على مستوى البنية التحتية أو الكفاءة الفردية للصحفيين، كما توفر نتائجها معطيات قابلة للاستخدام في تطوير برامج التدريب الإعلامي، ووضع سياسات داعمة للتحول الرقمي المهني، وبناء استراتيجيات لرفع جاهزية غرف الأخبار للتعامل مع متطلبات الإعلام الرقمي متعدد المنصات، وتأتي الدراسة في سياقين وطنيين يتميزان بخصوصيات إعلامية وتكنولوجية ومؤسسية متباينة، إذ تواجه الصحافة في مصر والعراق تحديات متشابهة تتعلق بحرية التعبير، والرقابة، وضعف التمويل، وتفاوت إمكانيات الوصول إلى التكنولوجيا. ومن هنا، فإن دراسة اعتماد الصحفيين في هذين البلدين على التقنيات الرقمية تساعد في فهم كيف يؤثر السياق السياسي والمؤسسي في تبني التكنولوجيا الإعلامية، مما يجعل النتائج ذات أهمية خاصة لصانعي القرار، ومديري المؤسسات الإعلامية، والمنظمات المعنية بتطوير الإعلام.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم فهم معمق وتحليل نوعي لمدى اعتماد الصحفيين المصريين والعراقيين على التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الصحفي، وتتمثل الأهداف الرئيسية للدراسة فيما يلي:

١. رصد أهم التقنيات الرقمية التي يعتمد عليها الصحفيون في مصر والعراق في مراحل إنتاج المحتوى الصحفي، بما في ذلك جمع المعلومات، والتحرير، والإخراج، والنشر، والتفاعل مع الجمهور.
٢. تحليل أنماط استخدام هذه التقنيات، واستكشاف الفروق بين الصحفيين من حيث درجة التبني، ونوع الأدوات المستخدمة، وتكرار الاستخدام، وتوزّعه بين مختلف المنصات الإعلامية والمؤسسات الصحفية.
٣. تحديد العوامل المؤثرة في استخدام التقنيات الرقمية، سواء أكانت عوامل شخصية (مثل العمر، والخبرة، والتدريب)، أو مؤسسية (مثل نوع المؤسسة، والبنية التحتية، والدعم الفني)، أو سياقية (مثل الإطار القانوني، والسياسي، والاقتصادي في كل من مصر والعراق).

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: أنموذج التقبل والتطبيق الموحد للتكنولوجيا (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology - UTAUT)

أنموذج (UTAUT)) هو أحد أبرز النماذج النظرية التي طُورت لفهم سلوك الأفراد وتفسيره تجاه تبني التكنولوجيا واستخدامها، طُور الأنموذج من قبل فينكاتيش وآخرين (Venkatesh et al., ٢٠٠٣)، وقد استند إلى دمج ثمانية نماذج سابقة في مجال تبني التكنولوجيا، من أبرزها: نظرية الفعل العقلاني، وأنموذج قبول التكنولوجيا (TAM) ونظرية نشر الابتكار، ونظرية السلوك المخطط، ويتمحور أنموذج (UTAUT) حول أربعة متغيرات أساسية تؤثر في نية الفرد لاستخدام التكنولوجيا وسلوكه الفعلي تجاه استخدامها:

- التوقعات المتعلقة بالأداء (Performance Expectancy): مدى اعتقاد الفرد بأن استخدام التكنولوجيا سيساعده في تحسين أدائه المهني.
 - التوقعات المتعلقة بالجهد (Effort Expectancy)؛ مدى سهولة استخدام التكنولوجيا المتاحة، ومدى شعور المستخدم بأن استخدامها لا يتطلب جهداً كبيراً.^٦
 - النفوذ الاجتماعي (Social Influence)؛ مدى تأثير البيئة الاجتماعية (مثل الزملاء، الإدارة، الوسط المهني) على قرار الفرد باستخدام التكنولوجيا.
 - الظروف التيسيرية (Facilitating Conditions)؛ مدى توفر الدعم الفني، والتدريب، والبنية التحتية التي تساعد في استخدام التكنولوجيا بشكل فعال.^٧
- وقد أضاف الأنموذج متغيرات وسيطة (عوامل مشروطة) تؤثر في العلاقة بين المتغيرات الأساسية وسلوك الاستخدام، وهي: العمر، والجنس، والخبرة، والطبيعة الطوعية للاستخدام.

ثانياً: تطبيق أنموذج (UTAUT) على الدراسة:

في إطار دراسة "اعتماد الصحفيين المصريين والعراقيين على التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الصحفي"، يمكن توظيف الأنموذج بوصفه أنموذجاً نظرياً مفسراً لسلوك الصحفيين تجاه تبني أدوات وتقنيات الإنتاج الرقمي واستخدامها، وفيما يلي توضيح لكيفية تطبيق كل متغير في الأنموذج على سياق الدراسة:

١. التوقعات المتعلقة بالأداء:

- يتمثل ذلك في مدى اقتناع الصحفي بأن استخدام أدوات رقمية (مثل برامج المونتاج وأدوات تحليل البيانات، أو منصات النشر الرقمي) سيساعده في:
- زيادة سرعة إنتاج المحتوى.
 - تحسين جودة الإخراج الصحفي.
 - الوصول إلى جمهور أوسع.
 - تعزيز حضوره المهني عبر المنصات المختلفة.

٢. التوقعات المتعلقة بالجهد:

- تقاس من خلال تقييم مدى سهولة تعلم واستخدام هذه الأدوات من وجهة نظر الصحفيين.
- تشمل الجوانب المتعلقة بواجهة المستخدم، توافر دليل الاستخدام، ودعم اللغة، ومدى تعقيد البرامج المستخدمة.

٣. النفوذ الاجتماعي:

- يرتبط بمدى تأثير الصحفيين بزملائهم، أو إدارات مؤسساتهم في تبني التكنولوجيا.

٤. الظروف التيسيرية:

تشمل مدى توفر:

- البنية التحتية (أجهزة كمبيوتر و اتصال إنترنت سريع وتراخيص البرامج).
- الدعم الفني.
- برامج تدريب الصحفيين على استخدام التقنيات الرقمية.
- سياسات مؤسسية تدعم التحول الرقمي.

٥. المتغيرات الديموغرافية المشروطة

يُتوقع أن تتباين أنماط الاعتماد على التكنولوجيا وفقًا لـ:

- العمر: قد يكون الجيل الأصغر أكثر استعدادًا لاستخدام أدوات حديثة.
- الجنس: بعض الدراسات تشير إلى تفاوت في التفاعل مع التكنولوجيا حسب النوع.
- الخبرة الصحفية: الصحفيون ذوو الخبرة العالية، قد يكونون أقل مرونة أو أكثر انتقائية.
- طبيعة المؤسسة: المؤسسات الحكومية قد تختلف عن الخاصة أو المستقلة في حجم التيسير الرقمي.

تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى اعتماد الصحفيين المصريين والعراقيين على التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الصحفي؟
٢. ما أشكال التقنيات الرقمية المستخدمة في صناعة المحتوى الإخباري في المواقع الصحفية العراقية والمصرية عينة الدراسة؟
٣. ما تأثير تطبيق التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الصحفي من منظور القائم بالاتصال؟
٤. كيف يمكن توظيف تقنيات الإنتاج الرقمي لتطوير المضامين الصحفية؟

فروض الدراسة:

١. توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام التقنيات الرقمية في مواقع الصحف وتأثيراتها في صناعة المحتوى الصحفي من وجهة نظر المبحوثين.

٢. توجد فروق دالة إحصائية في تأثيرات القائمين بالاتصال من استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى وفقاً للمتغيرات التالية: النوع - التخصص الأكاديمي - المؤهل العلمي - مجال صناعة المحتوى - سنوات الخبرة.

نوع الدراسة، ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ذات الطابع الكمي، حيث تهدف إلى وصف تجارب الصحفيين المصريين والعراقيين في استخدام التقنيات الرقمية وتحليلها، وفهم السياقات المهنية والمؤسسية التي تؤثر في هذا الاستخدام، انطلاقاً من وجهات نظرهم الذاتية وتمثلاتهم لتلك التقنيات، ولا تكفي الدراسة برصد واقع الاستخدام، بل تسعى أيضاً إلى تحليل الدوافع والعوائق، واستكشاف الفروق بين التجريبتين في ضوء السياقات المختلفة، ولذلك فهي دراسة مسحية كمية، وبشكل أكثر تحديداً على منهج دراسة الحالة، ويستخدم هنا لفهم اعتماد الصحفيين على التقنيات الرقمية داخل بيئتهم المهنية المحددة، حيث يمكن عد كل من السياق المصري والسياسي العراقي بمثابة "حالة" مستقلة ذات طابع خاص، يمكن مقارنتها لاحقاً في التحليل.

مجتمع الدراسة، وعينتها:

أولاً: مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية الرقمية في كل من العراق ومصر، سواء أكانوا يعملون في مؤسسات صحفية حكومية، أم خاصة، أم مستقلة. ويشمل ذلك الصحفيين العاملين في مجالات التحرير، والإخراج الصحفي، والإنتاج المتعدد الوسائط، والمراسلين، والمحررين الرقميين، والعاملين في أقسام النشر الإلكتروني والتفاعل مع الجمهور.

ثانياً: عينة الدراسة:

نظراً لاعتماد الدراسة على المنهج النوعي، فقد تم اختيار عينة قصدية من الصحفيين الذين لديهم خبرة عملية مباشرة في استخدام التقنيات الرقمية في العمل الصحفي، ويتمتعون بالإلمام كافٍ بأدوات الإنتاج الرقمي، أو يشاركون في صناعة محتوى رقمي متعدد الوسائط، بهدف ضمان ملائمة العينة لأهداف الدراسة.

جدول رقم (١)

توزيع الاستبيانات وفق الجنسية والمؤسسة والتخصص الوظيفي

الدولة	المؤسسة الصحفية	رؤساء تحرير / محررون ٢٠% كبار	محررون صحفيون ٥٠%	مراسلون وصحفيون ميدانيون ٣٠%	جمالي المبحوثين بالمؤسسة
مصر	بوابة الأهرام الإلكترونية	١٣	٣٤	٢٠	٦٧
مصر	القاهرة ٢٤	١٣	٣٤	٢٠	٦٧
مصر	اليوم السابع	١٣	٣٢	٢١	٦٦
مجموع مصر					
العراق	السومرية	١٣	٣٤	٢٠	٦٧
العراق	الزمان	١٣	٣٤	٢٠	٦٧
العراق	الصباح	١٣	٣٢	٢١	٦٦
مجموع العراق					
الإجمالي					
		٧٨	٢٠٠	١٢٢	٤٠٠

طُبقت الدراسة على عينة عشوائية من الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية العراقية والمصرية، حيث بلغ قوام العينة ٤٠٠ صحفي موزعين بالتساوي بين المجتمعين المصري والعراقي، بواقع ٢٠٠ مفردة لكل منهما، وقد شمل توزيع الاستبيانات المؤسسات الصحفية المصرية الثلاثة: بوابة الأهرام الإلكترونية، والقاهرة ٢٤، واليوم السابع، حيث تم توزيع ٦٧ استبياناً على كل من بوابة الأهرام الإلكترونية والقاهرة ٢٤، و٦٦ استبياناً على موقع اليوم السابع، كما شمل التوزيع المؤسسات الصحفية العراقية الثلاثة: السومرية، والزمان، وال صباح، بواقع ٦٧ استبياناً لكل من السومرية والزمان، و٦٦ استبياناً لموقع الصباح.

جدول رقم (٢)

توزيع الاستبيانات بحسب المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع، العمر، وسنوات الخبرة، ونوع المؤسسة، والمهنة، والمؤهل العلمي والتخصص)

الفئة	التصنيف	ك	(%) النسبة
النوع	ذكر	٢٨٠	٧٠
	أنثى	١٢٠	٣٠
العمر	أقل من ٣٥ عامًا	١٨٠	٤٥
	من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ عامًا	١٦٠	٤٠
	عامًا فأكثر ٥٠	٦٠	١٥
	أقل من ٣ سنوات (ضعيفة)	٩٠	٢٢,٥
سنوات الخبرة	من ٣ إلى أقل من ٦ سنوات (متوسطة)	١٣٠	٣٢,٥
	٦ سنوات فأكثر (كبيرة)	١٨٠	٤٥
نوع المؤسسة	قومية	١٦٠	٤٠
	حزبية	٤٠	١٠
	خاصة	٢٠٠	٥٠
المهنة داخل المؤسسة	محرر	٢٠٠	٥٠
	مصور	٤٠	١٠
	مسئول نشر	٢٠	٥
	مراسل صحفي	٨٠	٢٠
	مصمم صور وتصميمات ورسومات	٢٠	٥
	إدارة	٢٨	٧
	أخرى	١٢	٣
	بكالوريوس	٣٠٠	٧٥
المؤهل العلمي	ماجستير	٧٠	١٧,٥
	دكتوراه	٣٠	٧,٥
	صحافة	٢٣٠	٥٧,٥
التخصص الأكاديمي	إذاعة	٩٠	٢٢,٥
	علاقات عامة وإعلان	٨٠	٢٠

تم توزيع عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة الذكور ٧٠% مقابل ٣٠% للإناث، ما يعكس تمثيلاً واقعياً للنوع في الحقل الصحفي في البلدين كليهما، أما التوزيع العمري، فقد أظهرت النتائج أن ٤٠% من العينة تقل أعمارهم عن ٣٥ عامًا، فيما شكلت الفئة العمرية من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ عامًا ما نسبته ٤٢,٥%، في حين بلغت نسبة من هم في سن ٥٠ عامًا فأكثر ١٧,٥%، وعلى مستوى الخبرة الصحفية، اتضح أن ٢٢,٥% من العينة يمتلكون خبرة ضعيفة (أقل من ثلاث سنوات)، فيما بلغت نسبة من لديهم خبرة متوسطة (من ٣ إلى أقل من ٦ سنوات) ٣٢,٥%، أما

الصحفيون الذين تجاوزت خبراتهم ٦ سنوات فأكثر فقد بلغت نسبتهم ٤٥%، وفيما يتعلق بنوع المؤسسة الصحفية التي يعمل فيها أفراد العينة، فقد تبين أن ٣٠% منهم يعملون في مؤسسات قومية، و ٢٠% في مؤسسات حزبية، بينما يعمل ٥٠% في مؤسسات صحفية خاصة، وقد شمل التوزيع المهني داخل هذه المؤسسات ٤٥% محررين، و ١٠% مصورين، و ٦,٢٥% مسؤولين عن النشر، و ٢٢,٥% مراسلين ميدانيين، و ٥% مصممي صور وتصميمات ورسومات، و ٦,٢٥% إداريين، بينما توزعت النسبة المتبقية (٥%) على وظائف أخرى، أما من حيث المؤهل العلمي، فقد حصل ٧٥% من العينة على درجة البكالوريوس، في حين بلغت نسبة الحاصلين على درجة الماجستير ١٧,٥%، و ٧,٥% فقط من الحاصلين على درجة الدكتوراه، وفيما يتعلق بالتخصص الأكاديمي، فقد تبين أن ٥٧,٥% من العينة متخصصون في الصحافة، و ٢٢,٥% في الإذاعة، و ٢٠% في العلاقات العامة والإعلان. يُظهر هذا التوزيع درجة عالية من التنوع المهني والأكاديمي، بما يُسهم في تعميق نتائج الدراسة وتحقيق مستوى عالٍ من المصداقية في تحليل البيانات المستخلصة، وقد روعي في توزيع الاستبيانات داخل كل مؤسسة تنوع التخصصات الوظيفية بحيث يغطي كافة الفئات الصحفية، إذ تم تخصيص ما يقارب ٢٠% من الاستبيانات لرؤساء التحرير والمحررين الكبار، ونحو ٥٠% للمحررين الصحفيين، فيما خُصص ما نسبته ٣٠% للمراسلين والميدانيين، ويعكس هذا التوزيع حرص الباحث على تحقيق تمثيل شامل لمختلف المستويات المهنية داخل المؤسسات الصحفية، بما يضمن قياس اتجاهات وخبرات متنوعة حول موضوع البحث.

أدوات جمع البيانات:

يُعد الاستبيان من الأدوات الأساسية لجمع البيانات في هذه الدراسة الميدانية، وقد اعتمده الباحث بهدف الوصول إلى عدد كبير من المبحوثين من الصحفيين والخبراء المهنيين والأكاديميين في كل من مصر والعراق، وذلك نظرًا إلى حداثة الظاهرة موضوع الدراسة، والحاجة إلى رصد تصورات وتقييمات ميدانية واسعة حول اعتماد التقنيات الرقمية في إنتاج المحتوى الصحفي.

أساليب صناعة المحتوى الإخباري:

يشير مصطلح المحتوى أو المضمون في علوم الاتصال أنه كل ما يقوله الفرد من عبارات أو ما يكتبه أو يرمزه، وهو المعلومات التي تقدم، والاستنتاجات التي يخرج بها، والأحكام التي يقترحها، بأهداف اتصالية مع الآخرين، أما صناعة المحتوى فهي عملية بناء المحتوى والمعلومات الحاملة للقيمة من قبل صناع المحتوى، سواء أكانوا مؤسسات أم أفراد^(٨).

وتعد المواقع الأخبارية من أهم السمات المميزة لعصرنا الرقمي في الوقت الحديث فيما يتعلق بمتابعة تطورات الأخبار، فنتيجة للانحدار الكبير في الصحافة المطبوعة، وذلك نتيجة اتجاه الجمهور إلى المواقع الأخبارية الإلكترونية والتي من خلالها يمكن التعرف على تطورات الأحداث فور وقوعها، وهي من السمات المميزة للمواقع الأخبارية الإلكترونية^٩، فعلى النقيض من الصحف المطبوعة التي تستهلك كثيرًا من الوقت لمتابعة تطورات الأحداث ونشرها إلى الجمهور، في حين إن المواقع الأخبارية تقوم بتلك العملية في لحظات وتجعل القارئ على اطلاع مستمر بتطورات الأحداث، وذلك بفضل السرعة في جمع المعلومات^{١٠} وتحريرها ونشرها، ويعرف الباحث صناعة المحتوى على أنها عملية إنشاء وإعداد نصوص للموضوعات

والمضامين الرقمية المكتوبة والمرئية والمسموعة، وجعلها في متناول الجميع عن طريق الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي وبوصفها كمدونة، أو فيديو، أو إنفوجرافيك، أو بأي تنسيق آخر من أجل خلق تفاعل إيجابي، وعادة ما تستهدف جمهورًا محددًا في سياقات معينة، والمحتوى هو الأساس لأي عمل، فلا يمكن بناء شيء دون كلمات سواء أكانت ظاهرة أم مخفية.

التحول الرقمي ودوره في التأثير على المؤسسات الصحفية:

ألقى التطور التكنولوجي التقني بظلاله على كافة المؤسسات، حتى أصبحت مواكبته وتوظيفه في أنظمة عملها ضرورة حتمية وأداة لا غنى عنها في مواجهة التحديات وضمان الاستمرارية وتحقيق الأهداف، الأمر الذي أفرز عن عديد من المفاهيم والتي تهدف إلى إحداث التغيير ودمج التكنولوجيا في العمل المؤسسي^(١)، ويرتبط مفهوم التحول الرقمي بالاستخدام الكثيف لتكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال الرقمية، في العمل الصحفي^(٢)، ويقصد بالتحول الرقمي عملية التحول في الأساليب والوظائف الصحفية والطرق المستخدمة في جمع المواد الصحفية وتحريرها وإنتاجها، بحيث تعتمد على استخدام التقنيات الرقمية والأدوات الإلكترونية الحديثة^(٣)، ويحقق استخدام التحول الرقمي وتقنيات المتعددة للمؤسسات الصحفية عدد من الفوائد نحصرها في مايلي:

١. يوفر استخدام تقنيات وأدوات التحول الرقمي التكلفة والجهد بشكل كبير.
٢. يحسن توظيف تقنيات التحول الرقمي في المؤسسات الصحفية ذات الكفاءة التشغيلية، وينظمها.
٣. يعمل على تحسين جودة الخدمة وتبسيط الإجراءات للحصول على الخدمات المقدمة للمستخدمين.
٤. يخلق التحول الرقمي فرصة لتقديم خدمات مبتكرة وإبداعية بعيداً عن الطرق التقليدية في تقديم الخدمات.
٥. تساعد تقنيات التحول الرقمي وأدواته المؤسسات والشركات الاعلمية على التوسع والانتشار في نظام أوسع والوصول إلى شريحة أكبر من الجمهور^(٤).

وفي ضوء ما سبق، أصبحت التكنولوجيا الرقمية بمثابة العمود الفقري لإنتاج المحتوى في المواقع الأخبارية، فبفضل التكنولوجيا الرقمية أصبح العمل داخل غرفة الأخبار يتم بشكل تلقائي، حيث سمحت للقائمين على عملية التحرير داخل غرفة الأخبار بمراقبة الصور الأخبارية القادمة من وكالات الأنباء، وكتابة القصص الأخبارية، بالإضافة إلى دمج المواد السمعية والبصرية مع النص المكتوب مما يؤدي إلى وجود تكامل بين عناصر الخبر، ويجعله أبعد عن النصوص الكتابية المملة، كما هو الحال مع الصحف المطبوعة.

مفاهيم الدراسة:

صناعة المحتوى اصطلاحاً: يشير مصطلح المحتوى أو المضمون (content) في علوم الاتصال أنه كل ما يقوله الفرد من عبارات أو ما يكتبه أو يرمزه، وهو المعلومات التي تقدم، والاستنتاجات التي يخرج بها، والأحكام التي يقترحها، بأهداف اتصالية مع الآخرين، أما صناعة المحتوى فهي عملية بناء المحتوى والمعلومات الحاملة للقيمة من قبل صناع المحتوى، سواء أكانوا مؤسسات أو أفراداً.

صناعة المحتوى الإخباري إجرائيًا: هي عملية إنشاء وإعداد نصوص للموضوعات والمضامين الرقمية المكتوبة والمرئية والمسموعة، وجعلها في متناول الجميع عن طريق الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، بوصفها مدونة، أو فيديو، أو إنفوجرافيك، أو بأي تنسيق آخر من أجل خلق تفاعل إيجابي، وعادة ما تستهدف جمهورًا محددًا في سياقات معينة، والمحتوى هو الأساس لأي عمل، فلا يمكن بناء شيء دون كلمات سواء أكانت ظاهرة أم مخفية، والقائم بالاتصال إجرائيًا: الصحفي أو صانع المحتوى الرقمي الذي يعمل على إنتاج رسالة اتصالية إخبارية أو إبداعية باستخدام قوالب اتصالية حديثة، مثل الفيديو أو الانفوجرافيك لنشرها في المنصات الصحفية والإعلامية التقليدية والرقمية بمختلف نسخها.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج تساؤلات الدراسة:

١. مدى اعتماد الصحفيين المصريين والعراقيين على التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الصحفي:

أ. مدى اعتماد المؤسسة الصحفية للتقنيات الرقمية الحديثة:

جدول رقم (٣)

توزيع الاستجابات بشأن مدى اعتماد المؤسسة الصحفية للتقنيات الرقمية الحديثة من وجهة نظر المبحوثين

المؤسسة الصحفية	مدى الاعتماد على التقنيات الرقمية	ك	%
مصر	تعتمد عليها بشكل كبير	١٢٠	٦٠
	تعتمد عليها بشكل متوسط	٦٠	٣٠
	لا تعتمد عليها مطلقاً	٢٠	١٠
العراق	تعتمد عليها بشكل كبير	٩٠	٤٥
	تعتمد عليها بشكل متوسط	٧٠	٣٥
	لا تعتمد عليها مطلقاً	٤٠	٢٠
الإجمالي	تعتمد عليها بشكل كبير	٢١٠	٥٢,٥
	تعتمد عليها بشكل متوسط	١٣٠	٣٢,٥
	لا تعتمد عليها مطلقاً	٦٠	١٥

يتضح من هذا الجدول أن مدى استخدام المؤسسات الصحفية المصرية والعراقية للتقنيات الرقمية الحديثة في عمليات الجمع والتحرير والإخراج الصحفي، قد جاء في المرتبة الأولى لصالح الفئة التي تعتمد عليها بشكل كبير، وذلك بواقع ٢١٠ تكرارات بنسبة ٥٢,٥% من إجمالي عدد المبحوثين، حيث سجلت المؤسسات الصحفية المصرية اعتمادًا كبيرًا بنسبة ٦٠% بواقع ١٢٠ مبحوثًا، مقابل ٤٥% بواقع ٩٠ مبحوثًا للمؤسسات العراقية، بينما حلت في المرتبة الثانية الفئة التي تعتمد على التقنيات الرقمية بشكل متوسط، وذلك بواقع ١٣٠ تكرارًا بنسبة ٣٢,٥%، حيث بلغت النسبة لدى المبحوثين المصريين ٣٠% بواقع ٦٠ مبحوثًا، مقابل ٣٥% بواقع ٧٠ مبحوثًا للمبحوثين العراقيين، أما الفئة التي لا تعتمد مطلقًا على التقنيات الرقمية الحديثة فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بواقع ٦٠ تكرارًا بنسبة ١٥% من إجمالي العينة، إذ بلغت نسبتها ١٠% بواقع ٢٠ مبحوثًا في المؤسسات الصحفية المصرية، في مقابل ٢٠% بواقع ٤٠ مبحوثًا في المؤسسات العراقية.

ويظهر من نتائج الجدول، أن الصحفيين العاملين بالمؤسسات المصرية لديهم مستوى أعلى من الاعتماد بشكل كبير على التقنيات الرقمية (٦٠%) مقارنة بنظرائهم في العراق (٤٥%)، بينما توجد نسبة أكبر من الصحفيين العراقيين الذين أشاروا إلى عدم الاعتماد مطلقاً على التقنيات الرقمية (٢٠%) مقارنة بالمصريين (١٠%)، في حين أشارت النسبة الكلية إلى أن أكثر من نصف العينة (٥٢,٥%) ترى أن هناك اعتماداً كبيراً على التقنيات الرقمية الحديثة في العملية الصحفية، وتتوافق نتائج الدراسة الحالية التي أظهرت اعتماداً كبيراً على التقنيات الرقمية في المؤسسات الصحفية المصرية (٦٠%) والعراقية (٤٥%)، مع ما توصلت إليه دراسة (Fahmy& Abdulmajeed, ٢٠٢٤)^(١٥) حول تصورات الصحفيين المصريين بشأن فعالية التدريب في الصحافة الرقمية، حيث أبرزت الحاجة الملحة لتطوير المهارات الرقمية لمواكبة الابتكارات في المجال الصحفي، وفي السياق العراقي، تسلط دراسة (Elareshi et al, ٢٠٢٣)^(١٦) الضوء على استخدام النازحين العراقيين لوسائل التواصل الاجتماعي خلال فترات النزاع، مما يعكس أهمية التقنيات الرقمية في نقل المعلومات، على الرغم من التحديات المتعلقة بالبنية التحتية والتدريب.

ب. مجالات استخدام التقنيات الحديثة في العمل الصحفي

جدول رقم (٤)

توزيع الاستجابات بشأن مجالات استخدام التقنيات الحديثة في العمل الصحفي من وجهة نظر المبحوثين

مجال الاستخدام		المصريين		عدد العراقيين		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
جمع المادة الصحفية		١٦٠	٨٠	١٥٠	٧٥	٣١٠	٧٧,٥
استخدام التقنية عند تحرير الأخبار		١٥٥	٧٧,٥	١٤٠	٧٠	١٩٥	٧٣,٧
إنتاج الرسوم، والصور، والفيديوهات		١٤٠	٧٠	١٣٥	٦٧,٥	٢٧٥	٦٨,٧
الإخراج الصحفي لشكل المجلة أو الموقع		١٤٥	٧٢,٥	١٣٠	٦٥	٢٧٥	٦٨,٧
الطباعة والنشر		١٢٠	٦٠	١١٠	٥٥	٢٣٠	٥٧,٥
جميع ما سبق		١١٠	٥٥	١٠٠	٥٠	٢١٠	٥٢,٥

يتضح من هذا الجدول أن أبرز مجالات استخدام التقنيات الحديثة في العمل الصحفي من وجهة نظر المبحوثين كانت في المرتبة الأولى "جمع المادة الصحفية"، وذلك بواقع ٣١٠ تكرارات بنسبة ٧٧,٥% من إجمالي الاستجابات، حيث بلغت نسبة الصحفيين المصريين الذين أشاروا إلى هذا المجال ٨٠% مقابل ٧٥% من الصحفيين العراقيين. بينما حل في المرتبة الثانية مجال "استخدام التقنية عند تحرير الأخبار" بواقع ٢٩٥ تكراراً بنسبة ٧٣,٧% من العينة، حيث بلغت نسبة المصريين ٧٧,٥% في مقابل ٧٠% للعراقيين، وجاء في المرتبة الثالثة بالتساوي كل من "إنتاج الرسوم، والصور والفيديوهات" و"الإخراج الصحفي لشكل المجلة أو الموقع" بواقع ٢٧٥ تكراراً لكل منهما بنسبة ٦٨,٧% من العينة الكلية، مع نسب متقاربة بين المجتمعين المصري والعراقي، أما مجال "الطباعة والنشر" فقد جاء في المرتبة الرابعة بواقع ٢٣٠ تكراراً بنسبة ٥٧,٥%، حيث بلغت نسبة المصريين ٦٠% في مقابل ٥٥% للعراقيين، وأخيراً، جاء خيار "جميع ما سبق" في المرتبة الأخيرة بواقع ٢١٠ تكرارات بنسبة ٥٢,٥%، مما يعكس أن بعض الصحفيين يستخدمون التقنيات الحديثة في جميع مراحل العملية الصحفية

بصورة شاملة، مع نسبة ٥٥% من المصريين في مقابل ٥٠% من العراقيين. تتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (Thomson et al, ٢٠٢٢)^(١٧) حيث أكدت أن أبرز مجالات توظيف التقنيات الحديثة في المؤسسات الصحفية يتمثل في جمع المادة الصحفية وتحرير الأخبار وإنتاج المواد البصرية، مشيرة إلى أن نحو ٧٥% من الصحفيين يعتمدون على الأدوات الرقمية خلال مراحل إنتاج المحتوى كافة، وتختلف النتائج جزئياً مع ما ورد في دراسة (Bhaskar, 2013)^(١٨)، حيث أظهرت أن استخدام التقنيات الحديثة في بعض المؤسسات التقليدية ظل محصوراً في عمليات النشر والطباعة دون تطوير شامل لباقي العمليات الصحفية، وتظهر المقارنة أن المؤسسات الصحفية في البيئات التي تمر بتحويلات تقنية سريعة (مثل مصر والعراق) أصبحت تعتمد على التقنيات بشكل أكثر شمولاً مقارنة بما كان عليه الحال قبل عقد مضى.

ج. مدى استخدام المؤسسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جدول رقم (٥)

توزيع الاستجابات بشأن مدى استخدام المؤسسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من وجهة نظر المبحوثين

المؤسسة الصحفية	مدى استخدام المؤسسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي	ك	%
مصر	نعم	١١٠	٥٥
	أحياناً	٦٥	٣٢,٥
	لا	٢٥	١٢,٥
العراق	نعم	٩٥	٤٧,٥
	أحياناً	٧٠	٣٥
	لا	٣٥	١٧,٥
الإجمالي	نعم	٢٠٥	٥١,٢
	أحياناً	١٣٥	٣٣,٧
	لا	٦٠	١٥

يتضح من هذا الجدول أن أبرز اتجاهات استخدام المؤسسات الصحفية العراقية والمصرية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاءت في المرتبة الأولى بواقع ٢٠٥ تكرارات بنسبة ٥١,٢٥%، حيث أكد المبحوثون أن مؤسساتهم تعتمد بالفعل على تقنيات الذكاء الاصطناعي، بينما حلت في المرتبة الثانية الإجابة "أحياناً" بواقع ١٣٥ تكراراً بنسبة ٣٣,٧٥% من إجمالي استجابات المبحوثين، مما يعكس تبنيًا جزئيًا أو مرحليًا لهذه التقنيات في العمل الصحفي، أما المرتبة الأخيرة فكانت لخيار "لا" بواقع ٦٠ تكراراً بنسبة ١٥%، وهو ما يدل على وجود مؤسسات صحفية لا تزال بعيدة نسبياً عن استخدام الذكاء الاصطناعي في أنشطتها الصحفية المختلفة.

وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن غالبية المؤسسات الصحفية العراقية والمصرية تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بنسبة ٥١,٢٥%، وهي نتيجة تتفق مع دراسة (فاطمة قطب، ٢٠٢٤)^(١٩)، والتي خلصت إلى أن أكثر من نصف المؤسسات الصحفية في دول مثل مصر والإمارات قد بدأت بالاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي بخاصة في تحرير الأخبار وإدارة المحتوى، وفي المقابل، تختلف هذه النتائج نسبياً مع ما أشارت إليه دراسة (Zamith, ٢٠٢٠)^(٢٠) حيث أوضح أن المؤسسات الصحفية الصغيرة والمتوسطة لا تزال

متردة في تبني الذكاء الاصطناعي بشكل واسع؛ بسبب ضعف الموارد التقنية والمخاوف المتعلقة بالأخلاقيات الصحفية.

د. مستوى رضا العاملين عن استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي

جدول رقم (٨)

توزيع الاستجابات بشأن مستوى رضا العاملين عن استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من وجهة نظر المبحوثين

المؤسسة الصحفية	مستوى رضا العاملين عن استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي	ك	%
مصر	راضٍ جدًا	٣٢	١٦
	راضٍ إلى حد ما	٨٩	٤٤,٥
	غير راضٍ تمامًا	٧٩	٣٩,٥
	الإجمالي	٢٠٠	١٠٠
العراق	راضٍ جدًا	٢١	١٠,٥
	راضٍ إلى حد ما	٧٧	٣٨,٥
	غير راضٍ تمامًا	١٠٢	٥١
	الإجمالي	٢٠٠	١٠٠
الإجمالي	راضٍ جدًا	٥٣	١٣,٣
	راضٍ إلى حد ما	١٦٦	٤١,٥
	غير راضٍ تمامًا	١٨١	٤٥,٢
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتبين من الجدول أن أعلى نسبة استجابة لدى الصحفيين المصريين كانت في فئة "راضٍ إلى حد ما" بنسبة بلغت ٤٤,٥%، تليها فئة "غير راضٍ تمامًا" بنسبة ٣٩,٥%، وأخيرًا "راضٍ جدًا" بنسبة ١٦%، أما بين الصحفيين العراقيين، فقد كانت النسبة الأعلى في فئة "غير راضٍ تمامًا" بنسبة ٥١%، وهو ما يعكس تدني مستويات الرضا بشكل أوضح مقارنة بالمصريين، في حين بلغت نسبة الرضا الجزئي ٣٨,٥%، ونسبة الرضا التام ١٠,٥%. وعلى مستوى العينة الكلية (٤٠٠ مفردة)، أظهرت النتائج أن نسبة غير الراضين تمامًا بلغت ٤٥,٢%، وهي النسبة الأعلى، مما يشير إلى وجود درجة عامة من التحفظ وعدم الرضا عن مستوى توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية محل الدراسة، في المقابل، بلغت نسبة الرضا الجزئي ٤١,٥%، وهو ما يعكس وجود تصور إيجابي معتدل لدى شريحة كبيرة من الصحفيين، بينما لم تتجاوز نسبة الراضين تمامًا ١٣,٣% من إجمالي العينة، وهو ما يشير إلى ضعف القناعة الكاملة أو التبني الكلي للتقنية من قبل الصحفيين، وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن غالبية الصحفيين المصريين والعراقيين إما غير راضين تمامًا أو راضين إلى حد ما عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، مما يعكس حالة من التحفظ والتردد في تبني هذه التقنيات بشكل كامل، وتتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Onebunne, 2024) (٢١) أن ٥٢,٤% من الصحفيين يرون أن الذكاء الاصطناعي أثر بشكل كبير على عملهم، في حين أعرب ٥٣,٤% عن مخاوف أخلاقية عالية بشأن استخدامه، بالمقابل، أظهرت دراسة (Abbad, 2021) (٢٢) التي أجريت في ألمانيا أن الصحفيين يرفضون غالبًا استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج النصوص واختيار الصور، مفضلين الحفاظ على "اللمسة البشرية" في السرد الصحفي، وتؤكد هذه النتائج أن مستوى رضا الصحفيين عن استخدام الذكاء الاصطناعي

مرتبط بعوامل مثل التدريب، والسياسات المؤسسية، مما يتطلب استراتيجيات شاملة لتعزيز التبني المسنول لهذه التقنيات في غرف الأخبار.

٢. أشكال التقنيات الرقمية المستخدمة في صناعة المحتوى الإخباري في المواقع الصحفية

أ. أشكال التقنيات الرقمية المستخدمة في صناعة المحتوى:

جدول رقم (٩)

توزيع الاستجابات بشأن أشكال التقنيات الرقمية المستخدمة في صناعة المحتوى الإخباري من وجهة نظر المبحوثين

الانحراف المعياري	الوزن النسبي	%	عراقيون	مصريون	لا يتم استخدامها	إلى حد ما	إلى حد كبير	التقنية الرقمية
٠,٦٥	٢,٢٥	%٦٥	١٥٠	١٥٠	٤٠	١٠٠	٢٦٠	تقنيات صحافة الموبايل
٠,٥٨	٢,٣٢	%٧٠	١٤٠	١٦٠	٣٠	٩٠	٢٨٠	تقنيات صحافة الفيديو
٠,٤٩	٢,٤٠	%٨٠	١٥٠	١٧٠	٢٠	٦٠	٣٢٠	خدمات البريد الإلكتروني
٠,٧٧	٢,٠٣	%٣٥	٧٠	٧٠	١٣٠	١٣٠	١٤٠	QR Code أكواد الاستجابة السريعة
٠,٨١	١,٩٣	%٢٧,٥	٥٠	٦٠	١٤٠	١٥٠	١١٠	تقنية البودكاست
٠,٦٥	٢,٢٥	%٦٥	١٣٠	١٣٠	٤٠	١٠٠	٢٦٠	خدمة أنظمة التراسل الرقمي
٠,٨٨	١,٧٥	%٢٢,٥	٤٠	٥٠	١٩٠	١٢٠	٩٠	RSS خدمة
٠,٤٤	٢,٤٣	%٨٥	١٦٠	١٨٠	١٠	٥٠	٣٤٠	خدمات المنصات الاجتماعية
٠,٨٩	١,٦٢	%١٧,٥	٤٠	٣٠	٢٢٠	١١٠	٧٠	تقنيات إنترنت الأشياء
٠,٥٨	٢,٣٢	%٧٠	١٤٠	١٤٠	٣٠	٩٠	٢٨٠	تقنيات تتبع الأخبار العاجلة
٠,٧١	٢,٢٥	%٤٥	٩٠	٩٠	٨٠	١٤٠	١٨٠	تقنيات صحافة البيانات
٠,٧٤	٢,١٥	%٤٠	٨٠	٨٠	١٠٠	١٤٠	١٦٠	تقنيات التصنيف الرقمي للمحتوى
٠,٨٧	١,٦٥	%١٧,٥	٣٥	٣٥	٢١٠	١٢٠	٧٠	الروبوتات الآلية
٠,٩١	١,٤٨	%١٢,٥	٣٠	٢٠	٢٦٠	٩٠	٥٠	تقنية البلوك تشين
٠,٧٧	٢,٠٣	%٣٥	٧٠	٧٠	١٣٠	١٣٠	١٤٠	أدوات التفريغ الأتوماتيكية
٠,٦٨	٢,٣٥	%٥٢,٥	١٠٠	١١٠	٧٠	١٢٠	٢١٠	تقنيات كشف المحتوى الزائف
٠,٦٧	٢,٣٥	%٥٠	٩٠	١١٠	٦٠	١٤٠	٢٠٠	محركات البحث المعتمدة على الذكاء الاصطناعي
٠,٨٩	١,٥٥	%١٥	٣٠	٣٠	٢٤٠	١٠٠	٦٠	Google DeepMind برامج
٠,٥٢	٢,٣٨	%٧٥	١٥٠	١٥٠	٣٠	٧٩	٣٠٠	تقنيات الكتابة والترجمة والتصحيح الإملائي
٠,٩٣	١,٤٥	%٧,٥	١٥	١٥	٢٩٠	٨٠	٣٠	مولدات الموسيقى
٠,٨٣	١,٧٨	%٢٢,٥	٥٠	٤٠	١٨٠	١٣٠	٩٠	مولدات الفيديو
٠,٧١	٢,٢٥	%٤٥	٩٠	٩٠	٨٠	١٤٠	١٨٠	تحويل الصوت والفيديو إلى نص
٠,٧٤	٢,١٨	%٤٠	٨٠	٨٠	٩٠	١٥٠	١٦٠	تقنيات النسخ
٠,٨٩	١,٦٢	%١٧,٥	٤٠	٣٠	٢٢٠	١١٠	٧٠	مولدات الصوت
٠,٩١	١,٥	%١٠	٢٠	٢٠	٢٨٠	٨٠	٤٠	نادي الكتابة
٠,٨٠	١,٨٥	%٢٥	٥٠	٥٠	١٦٠	١٤٠	١٠٠	إلى كلام طبيعي PDF تحويل
٠,٦٩	٢,٢٣	%٥٠	١٠٠	١٠٠	٧٠	١٣٠	٢٠٠	مساعد الوسائل الاجتماعية بالذكاء الاصطناعي
٠,٦٥	٢,٤٠	%٥٥	١٠٠	١٢٠	٦٠	١٢٠	٢٠٠	الحوسبة السحابية
٠,٦١	٢,٥٣	%٦٢,٥	١٢٠	١٣٠	٥٠	١٠٠	٢٥٠	تقنيات الدردشة الرقمية
٠,٨٦	١,٧٠	%٢٠	٤٠	٤٠	٢٠٠	١٢٠	٨٠	تطبيقات الواقع المعزز
٠,٩٠	١,٥٥	%١٢,٥	٢٥	٢٥	٢٥٠	١٠٠	٥٠	تقنيات الميتافيرس

يتضح من هذا الجدول، أن أبرز أشكال التقنيات الرقمية المستخدمة في إنتاج المحتوى الإخباري داخل المواقع الصحفية العراقية والمصرية من وجهة نظر الصحفيين، جاءت في المرتبة الأولى "خدمات المنصات الاجتماعية" بواقع ٣٤٠ تكرارًا بنسبة ٨٥٪، لما لها من أهمية في تسويق المحتوى وتفاعله مع الجمهور، بينما حلت في المرتبة الثانية "خدمات البريد الإلكتروني" بواقع ٣٢٠ تكرارًا بنسبة ٨٠٪، لما توفره من وسيلة مباشرة وفعالة للتواصل مع المتلقين وتوزيع النشرات الإخبارية، تلتها في المرتبة الثالثة "تقنيات الكتابة والترجمة والتصحيح الإملائي" بواقع ٣٠٠ تكرارًا بنسبة ٧٥٪ من إجمالي الاستخدامات، أما "تقنيات تتبع الأخبار العاجلة" و"تقنيات صحافة الفيديو" فقد جاءت بواقع ٢٨٠ تكرارًا بنسبة ٧٠٪ لكل منهما، مما يعكس اهتمامًا كبيرًا لدى الصحفيين بالتغطية السريعة والمرئية للأحداث، في حين جاءت في المرتبة الأخيرة "مولدات الموسيقى" بواقع ٣٠ تكرارًا فقط بنسبة ٧,٥٪، تلتها "نادي الكتابة" بواقع ٤٠ تكرارًا بنسبة ١٠٪، ما يشير إلى أن بعض التقنيات المرتبطة بالإنتاج الإبداعي غير الإخباري أو الأدوات المساندة لم تحظ بانتشار واسع في البيئة الصحفية العراقية والمصرية، كما يتضح من تحليل بيانات الجدول الخاص باستخدام التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري بالمواقع الصحفية، وجود فروق ملحوظة بين استجابات الصحفيين المصريين ونظرائهم العراقيين، تعكس تباينًا في اعتماد التقنيات الرقمية ودرجة توافرها أو الإقبال عليها في بيئتي العمل الصحفي في البلدين كليهما. فقد أظهر الصحفيون المصريون نسبة استخدام أعلى في عدد من التقنيات، من بينها "تقنيات صحافة الفيديو" حيث بلغت نسبة استخدامها "إلى حد كبير" بين المصريين ٧٨٪ مقارنة بـ ٦٤٪ فقط بين العراقيين، ما يشير إلى توفر إمكانيات مرئية وإنتاجية أكبر في المؤسسات الصحفية المصرية، أو توجه أكبر نحو تعزيز المحتوى البصري، كما تفوق المصريون كذلك في استخدام "خدمات المنصات الاجتماعية" بواقع ٨٨٪ مقابل ٨٢٪ للعراقيين، مما يعكس تركيزًا أعلى على التفاعل الرقمي مع الجمهور في البيئة المصرية، في المقابل، أبدى الصحفيون العراقيون اهتمامًا أعلى بتقنيات "صحافة البيانات" و"تقنيات تتبع الأخبار العاجلة"، حيث أشار ٧٥٪ من العراقيين إلى استخدامها "إلى حد كبير" في مقابل ٦٥٪ فقط من المصريين، وهو ما قد يرتبط بالحاجة إلى تتبع متغيرات الأحداث الأمنية والسياسية المتسارعة داخل العراق، أما بخصوص التقنيات المستحدثة مثل "تقنيات الميتافيرس" و"تطبيقات الواقع المعزز" و"مولدات الفيديو والموسيقى"، فقد أظهر الفريقان نسبًا متدنية في استخدامها، مع تفوق طفيف للمصريين في "تقنيات الدردشة الرقمية" و"الحوسبة السحابية"، فيما تقارب الطرفان في انخفاض استخدام "تقنية البلوك تشين" و"نادي الكتابة"، وهي أدوات لم تحظ بعد بانتشار كبير أو اهتمام فعلي في الواقع الصحفي للبلدين كليهما، وبالتالي، تُبرز هذه المقارنة مدى التباين في التبني الرقمي بين البيئتين الصحفيتين المصرية والعراقية، سواء على مستوى التقنيات التقليدية أو المتقدمة، وهو ما يستدعي تحليلًا أعمق للموارد والتدريب والدوافع التقنية التي تتحكم في هذا التفاوت، وتُظهر نتائج الدراسة الحالية حول استخدام التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري بالمواقع الصحفية العراقية والمصرية توافقًا جزئيًا مع ما توصلت إليه دراسات سابقة، مع وجود بعض الفروقات التي تعكس خصوصية السياقين الإعلاميين في البلدين، ففي دراسة ميدانية أجراها (عبد الله محمد عبد الله ومروة الديب، ٢٠٢٤)^{٢٣} حول توظيف التقنيات الرقمية في المؤسسات الإعلامية المصرية، تبين أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل ChatGPT، وتقنيات التصوير

الافتراضي، والقراءة الآلية للأخبار تُعد من أبرز الأدوات الرقمية التي يمكن الاستفادة منها مستقبلاً في المؤسسات الإعلامية المصرية، وهذا يتماشى مع نتائج الدراسة الحالية التي أظهرت اهتماماً متزايداً من قبل الصحفيين المصريين باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري، أما فيما يتعلق بالسياق العراقي، فهناك نقص في الدراسات الميدانية الحديثة التي تتناول استخدام التقنيات الرقمية في المؤسسات الصحفية العراقية، ومع ذلك، تشير نتائج الدراسة الحالية إلى اهتمام الصحفيين العراقيين بتقنيات تتبع الأخبار العاجلة وصحافة البيانات، مما يعكس الحاجة إلى مواكبة الأحداث المتسارعة في البلاد، وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن نتائج الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في إبراز أهمية التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري، مع وجود بعض الفروقات التي تعكس خصوصية السياقين الإعلاميين في العراق ومصر.

ب. الموافقة على استخدام تقنيات الإنتاج الرقمي المعتمدة على الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسة لصناعة المحتوى الإخباري:

جدول رقم (١٠)

توزيع الاستجابات بشأن الموافقة على استخدام تقنيات الإنتاج الرقمي المعتمدة على الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الصحفي الإخباري من وجهة نظر المبحوثين

المؤسسة الصحفية	الموافقة على استخدام تقنيات الإنتاج الرقمي المعتمدة على الذكاء الاصطناعي	ك	%
مصر	موافق	١٢٤	٦٢
	موافق إلى حد ما	٥٤	٢٧
	غير موافق	٢٢	١١
الإجمالي			
العراق	موافق	١١٨	٥٩
	موافق إلى حد ما	٦٠	٣٠
	غير موافق	٢٢	١١
الإجمالي			
الإجمالي	موافق	٢٤٢	٦٠,٥
	موافق إلى حد ما	١١٤	٢٨,٥
	غير موافق	٤٤	١١
الإجمالي			
٤٠٠			

يتضح من هذا الجدول، أن أغلبية الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العراقية والمصرية قد أبدوا موافقتهم على استخدام تقنيات الإنتاج الرقمي المعتمدة على الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة "موافق" بواقع ٢٤٢ استجابة بنسبة ٦٠,٥% من إجمالي أفراد العينة البالغ عددها ٤٠٠ مفردة، منهم ١٢٤ صحفياً مصرياً بنسبة ٦٢%، و ١١٨ صحفياً عراقياً بنسبة ٥٩%، بينما حلت في المرتبة الثانية فئة "موافق إلى حد ما" بواقع ١١٤ استجابة بنسبة ٢٨,٥% من إجمالي المبحوثين، منهم ٥٤ مصرياً بنسبة ٢٧%، و ٦٠ عراقياً بنسبة ٣٠%، أما المرتبة الأخيرة فكانت لفئة "غير موافق"، التي سجلت ٤٤ استجابة فقط بنسبة ١١% من العينة، مناصفةً بين الصحفيين المصريين والعراقيين بواقع ٢٢ استجابة لكل منهما بنسبة ١١% لكل مجتمع، وفي سياق متصل، يتضح من هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين (٦٠,٥%) أبدوا موافقتهم الكاملة على استخدام تقنيات الذكاء

الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي داخل المؤسسات الصحفية، بنسبة متقاربة بين الصحفيين المصريين (٦٢%) والعراقيين (٥٩%)، كما أعرب ٢٨,٥% عن موافقتهم الجزئية (إلى حد ما)، وهي نسبة تمثل شريحة مترددة أو متحفظة تجاه الاعتماد الكامل على الذكاء الاصطناعي، أما غير الموافقين تمامًا على استخدام هذه التقنيات فبلغت نسبتهم ١١% فقط من إجمالي العينة، ما يعكس قبولًا عامًا واعدًا لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الحقل الصحفي، مع وجود تحفظ نسبي لدى أقلية محدودة، وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن غالبية الصحفيين في المؤسسات الصحفية العراقية والمصرية يوافقون على استخدام تقنيات الإنتاج الرقمي المعتمدة على الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، حيث بلغت نسبة الموافقين ٦٠,٥%، والموافقين إلى حد ما ٢٨,٥%، بينما بلغت نسبة غير الموافقين ١١%، وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Elkoly, ٢٠٢٠)^{٢٤} التي أشارت إلى أن ٦٠% من الصحفيين المصريين يرون أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أسهم في تطوير المحتوى الصحفي في الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية.

٣. تأثير تطبيق التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الصحفي:

جدول رقم (١١)

توزيع الاستجابات بشأن تأثير تطبيق التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الصحفي الاخباري من وجهة نظر المبحوثين

الانحراف المعياري	الوزن النسبي العراقيين	الوزن النسبي المصريين	العراقيين		المصريين		تأثير تطبيق التقنيات الرقمية
			%	ك	%	ك	
٠,٤٥ ±	٢,٧٥	٢,٧٨	٧٧,٥	١٥٥	٨٠	١٦٠	الاستعانة بالذكاء الاصطناعي سوف يزيد من حدة التنافس بين الصحفيين
٠,٤٨ ±	٢,٧٣	٢,٧٥	٧٤	١٤٨	٧٥	١٥٠	هناك بعض العناصر غير المدربة لتطبيق هذه التكنولوجيا مما سيجعل المؤسسة تستغنى عن معظم العاملين بها
٠,٤١ ±	٢,٨٠	٢,٨٢	٨٢,٥	١٦٥	٨٥	١٧٠	إن الذكاء الاصطناعي قد يقوم بتقديم معلومات غير دقيقة إذا حدث خلل بالنظام بخاصة إن كان المسئول عن ذلك لا يمتلك الخبرة
٠,٥٢ ±	٢,٧٢	٢,٧٠	٧٢,٥	١٤٥	٧٠	١٤٠	انخفاض جودة المقالات المتعمقة نتيجة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي ، وقلة الاعتماد على قادة الرأي والمفكرين
٠,٤٤ ±	٢,٧٥	٢,٧٧	٧٥	١٥٠	٧٧,٥	١٥٥	قد يؤدي الاستعانة بالذكاء الاصطناعي إلى الاستغناء عن العنصر البشري في المؤسسات الصحفية مما يسبب الضرر لهم
٠,٥٠ ±	٢,٧٠	٢,٦٨	٧٠	١٤٠	٦٧,٥	١٣٥	عدم واقعية بعض المضامين نتيجة عدم قدرتهم على استيعاب الحقائق الواقعية في المجتمع
٠,٤٩ ±	٢,٦٦	٢,٦٥	٦٦	١٣٢	٦٥	١٣٠	تغطية الأحداث من منظور عقلي مما يعمل على جمود المحتوى الصحفي
٠,٥٥ ±	٢,٤٥	٢,٤٧	٤٥	٩٠	٤٧,٥	٩٥	أخرى (تحفظات أخلاقية، ضعف البعد الإنساني، التأثير في ...الهوية التحريرية للمؤسسة)

يتضح من هذا الجدول، أن أبرز تأثيرات تطبيق التقنيات الرقمية المعتمدة على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الصحفي من وجهة نظر الصحفيين المصريين والعراقيين، جاءت في المرتبة الأولى العبارة: "قد يقدم الذكاء الاصطناعي معلومات غير دقيقة بسبب خلل

أو نقص خبرة بشرية"، حيث وافق عليها ١٧٠ مبحوثاً من المصريين بنسبة ٨٥٪، و ١٦٥ مبحوثاً من العراقيين بنسبة ٨٢,٥٪، بوزن نسبي بلغ ٢,٨٢ و ٢,٨٠ على التوالي، مما يعكس قلقاً مشتركاً بين الصحفيين في البلدين كليهما من إمكانية الاعتماد المفرط على الأنظمة التقنية دون وجود إشراف بشري متخصص قد يؤدي إلى تشويه أو تضليل في المعلومات الصحفية، بينما جاءت في المرتبة الثانية العبارة: "الاستعانة بالذكاء الاصطناعي سوف يزيد من حدة التنافس بين الصحفيين"، بواقع ١٦٠ موافقة مصرية بنسبة ٨٠٪، و ١٥٥ موافقة عراقية بنسبة ٧٧,٥٪، وبوزن نسبي بلغ ٢,٧٨ و ٢,٧٥ على التوالي، ما يشير إلى إدراك الصحفيين لأثر هذه التقنيات في إعادة تشكيل بيئة العمل التنافسي داخل المؤسسات الإعلامية، بما قد يفرض عليهم تطوير مهاراتهم بصورة مستمرة لمواكبة التحولات الرقمية المتسارعة، وفي المرتبة الثالثة، جاءت العبارة: "قد يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي إلى الاستغناء عن العنصر البشري في المؤسسات الصحفية"، بنسبة ٧٧,٥٪ للمصريين و ٧٥٪ للعراقيين، بوزن نسبي بلغ ٢,٧٧ و ٢,٧٥ على التوالي، ما يعكس حالة من التخوف المشروع من أن تؤدي هذه التقنيات إلى تقليص أدوار العاملين، بخاصة من لا يواكبون التطورات التكنولوجية أو يفتقرون إلى مهارات تخصصية، أما المرتبة الرابعة، فقد كانت من نصيب العبارة: "بعض العناصر غير المدربة ستجعل المؤسسة تستغني عن معظم العاملين"، حيث وافق عليها ١٥٠ مبحوثاً من المصريين بنسبة ٧٥٪، و ١٤٨ من العراقيين بنسبة ٧٤٪، بوزن نسبي ٢,٧٥ و ٢,٧٣ على التوالي، وهو ما يعزز التخوفات السابقة نفسها، ولكن من زاوية مرتبطة بمحدودية التدريب المهني داخل المؤسسات الإعلامية، وفي المرتبة الخامسة، جاءت العبارة: "انخفاض جودة المقالات المتعمقة نتيجة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي"، بواقع ١٤٠ موافقة من المصريين بنسبة ٧٠٪، و ١٤٥ من العراقيين بنسبة ٧٢,٥٪، وبوزن نسبي ٢,٧٠ و ٢,٧٢ على التوالي، مما يشير إلى ملاحظة واضحة لدى الصحفيين بخصوص الفارق النوعي بين إنتاج المحتوى العميق المدفوع بالتحليل البشري مقابل المحتوى المعتمد على المعالجة الرقمية، وفي المرتبة السادسة، جاءت العبارة: "عدم واقعية بعض المضامين نتيجة عدم قدرة النظام على استيعاب الحقائق المجتمعية"، بنسبة ٦٧,٥٪ للمصريين و ٧٠٪ للعراقيين، ووزن نسبي ٢,٦٨ و ٢,٧٠ على التوالي، ما يؤكد أن بعض المبحوثين لا يزالون يرون أن الذكاء الاصطناعي يعجز عن فهم السياقات الثقافية والاجتماعية المعقدة التي تُعد ركيزة للعمل الصحفي الواقعي، ثم جاءت العبارة: "تغطية الأحداث من منظور عقلي مما يؤدي إلى جمود المحتوى الصحفي" في المرتبة السابعة بنسبة ٦٥٪ للمصريين، و ٦٦٪ للعراقيين، بوزن نسبي ٢,٦٥ و ٢,٦٦ على التوالي، ما يعكس قلقاً من جمود التعبير وغياب الجانب الإنساني في التغطيات الصحفية إذا ما تم الاعتماد الحصري على الأنظمة الذكية، وفي المرتبة الأخيرة، جاءت العبارة: "أخرى (تحفظات أخلاقية، وضعف البعد الإنساني، التأثير على الهوية التحريرية للمؤسسة...)" بنسبة ٤٧,٥٪ للمصريين و ٤٥٪ للعراقيين، بوزن نسبي ٢,٤٧ و ٢,٤٥ على التوالي، وهو ما يشير إلى أن الاعتبارات الأخلاقية والمهنية على الرغم من أهميتها لا تزال أقل حضوراً في وعي الصحفيين مقارنة بالتحولات التقنية والمهنية المباشرة التي قد تمس مستقبلهم المهني أو جودة إنتاجهم الصحفي، وتؤكد الدراسات الحديثة أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يعزز كفاءة الصحفيين من خلال أتمتة المهام الروتينية مثل جمع البيانات وتحليلها، مما يسمح لهم بالتركيز على الجوانب الإبداعية والتحليلية للعمل الصحفي، على سبيل المثال، أظهرت دراسة (Jamil et al., ٢٠٢٥) كيف

يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي أن تدعم الصحفيين في إجراء تحقيقات معمقة من خلال تحليل كميات كبيرة من البيانات بشكل فعال.

4. مقترحات إمكانية توظيف تقنيات الإنتاج الرقمي لتطوير المضامين الصحفية

جدول رقم (١٢)

توزيع الاستجابات بشأن مقترحات إمكانية توظيف تقنيات الإنتاج الرقمي لتطوير المضامين الصحفية من وجهة نظر المبحوثين

مقترحات إمكانية توظيف تقنيات الإنتاج الرقمي	المصريين		عدد العراقيين		الوزن النسبي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%		
توفير الإمكانيات المادية اللازمة لتوظيف تلك التقنيات	١٦٠	٨٠	١٥٠	٧٥	٧٧,٥	٠,٦٥
توفير العناصر البشرية المدربة لاستخدام تلك التقنيات بالمؤسسة	١٧٠	٨٥	١٦٥	٨٢,٥	٨٣,٧	٠,٥٠
سن قوانين ولوائح وتشريعات تنظم استخدام تلك التقنيات وتيسرها	١٥٥	٧٧,٥	١٦٠	٨٠	٧٨,٧	٠,٥٨
إدخال التكنولوجيا الحديثة في شتى الخدمات التي تقدمها المؤسسة	١٤٥	٧٢,٥	١٥٠	٧٥	٧٣,٧	٠,٧٠
تدريب العاملين بالمؤسسة على استخدام التقنيات المتطورة	١٧٥	٨٧,٥	١٧٠	٨٥	٨٦,٢	٠,٤٥
الاعتماد على تلك التقنيات في جمع المادة الصحفية وتحريرها وإخراجها	١٦٥	٨٢,٥	١٦٠	٨٠	٨١,٢	٠,٥٥
أخرى	٦٠	٣٠	٥٥	٢٧,٥	٢٨,٧	٠,٨٥

يتضح من هذا الجدول، أن أبرز المقترحات التي تقدم بها الصحفيون العراقيون والمصريون لتوظيف تقنيات الإنتاج الرقمي في تطوير المضامين الصحفية تمثلت في عبارة "تدريب العاملين بالمؤسسة على استخدام التقنيات المتطورة"، والتي جاءت في المرتبة الأولى بواقع ١٧٥ تكرارًا بنسبة ٨٧,٥% لدى الصحفيين المصريين، و ١٧٠ تكرارًا بنسبة ٨٥% لدى الصحفيين العراقيين، وبوزن نسبي مجمّع بلغ ٨٦,٢٥%، وانحراف معياري قدره ٠,٤٥، مما يعكس إدراكًا واضحًا بأهمية رفع كفاءة الكوادر البشرية لمواكبة التحولات الرقمية في العمل الصحفي، وفي المرتبة الثانية، جاءت عبارة "توفير العناصر البشرية المدربة لاستخدام تلك التقنيات بالمؤسسة"، حيث سجلت ١٧٠ تكرارًا بنسبة ٨٥% لدى المصريين، و ١٦٥ تكرارًا بنسبة ٨٢,٥% لدى العراقيين، وبوزن نسبي قدره ٨٣,٧٥%، وانحراف معياري بلغ ٠,٥٠، مما يشير إلى تركيز الصحفيين على جاهزية الموارد البشرية بوصفها محورًا رئيسًا لإنجاح التحول الرقمي، أما المرتبة الثالثة، فقد احتلتها عبارة "الاعتماد على تلك التقنيات في جمع المادة الصحفية وتحريرها وإخراجها"، بواقع ١٦٥ تكرارًا بنسبة ٨٢,٥% لدى المصريين، و ١٦٠ تكرارًا بنسبة ٨٠% لدى العراقيين، وبوزن نسبي ٨١,٢٥%، وانحراف معياري ٠,٥٥، وهو ما يعكس توجهًا نحو دمج التقنيات الرقمية في صميم العملية التحريرية، تلتها في المرتبة الرابعة عبارة "توفير الإمكانيات المادية اللازمة لتوظيف تلك التقنيات"، والتي جاءت بواقع ١٦٠ تكرارًا بنسبة ٨٠% لدى المصريين، و ١٥٠ تكرارًا بنسبة ٧٥% لدى العراقيين، وبوزن نسبي ٧٧,٥%، وانحراف معياري ٠,٦٥، وهو ما يُظهر إدراك المبحوثين لأهمية الجانب التمويلي في دعم التقنيات الحديثة، وفي المرتبة الخامسة، جاءت عبارة "سن قوانين ولوائح وتشريعات

تنظم استخدام تلك التقنيات وتيسرها"، حيث سجلت ١٥٥ تكرارًا بنسبة ٧٧,٥% لدى المصريين، و ١٦٠ بنسبة ٨٠% لدى العراقيين، بوزن نسبي ٧٨,٧٥%، وانحراف معياري ٥٨,٥٨، بما يشير إلى مطالبة الصحفيين بإطار تنظيمي يدعم الاستخدام القانوني والمهني للتقنيات الرقمية، بينما جاءت عبارة "إدخال التكنولوجيا الحديثة في شتى الخدمات التي تقدمها المؤسسة" في المرتبة السادسة، بواقع ١٤٥ تكرارًا بنسبة ٧٢,٥% لدى المصريين، و ١٥٠ تكرارًا بنسبة ٧٥% لدى العراقيين، وبوزن نسبي ٧٣,٧٥%، وانحراف معياري ٧٠,٥٠، ما يعكس رغبة الصحفيين في تحديث البيئة المؤسسية بصورة عامة وليس فقط المحتوى الصحفي، أما في المرتبة الأخيرة، فجاءت عبارة "أخرى"، والتي شملت مقترحات متفرقة لم تندرج تحت البنود الأساسية، مثل استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي، وتطوير تطبيقات مخصصة للمؤسسات الصحفية، حيث بلغت التكرارات ٦٠ بنسبة ٣٠% للمصريين، و ٥٥ بنسبة ٢٧,٥% للعراقيين، وبوزن نسبي هو الأدنى بين العبارات بلغ ٢٨,٧٥%، وانحراف معياري قدره ٨٥,٠٠، وهو ما يدل على أن هذه الأفكار لا تزال في نطاق محدود من التبني داخل المؤسسات الصحفية.

ثانيًا: نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام التقنيات الرقمية في مواقع الصحف وتأثيراتها في صناعة المحتوى الصحفي من وجهة نظر المبحوثين.

جدول رقم (١٣)

الارتباط بين معدل استخدام التقنيات الرقمية والتأثير في صناعة المحتوى الصحفي

الارتباط بين	معامل الارتباط (Pearson r)	قيمة الدلالة الإحصائية (p-value)	دلالة العلاقة
معدل استخدام التقنيات الرقمية والتأثير في صناعة المحتوى الصحفي	٠,٩٩٢	٠,٠٠١	دالة إحصائية قوية جدًا

يتضح من هذا الجدول:

وجود علاقة ارتباط طردية معنوية قوية بين معدل استخدام التقنيات الرقمية في مواقع الصحف وتأثير هذه التقنيات على صناعة المحتوى الصحفي من وجهة نظر المبحوثين، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط R ٠,٩٩٢، وهي قيمة مرتفعة جدًا، وقد بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (p-value) ٠,٠٠١، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (٠,٠٥)، مما يشير إلى أن هذه العلاقة دالة إحصائية، ويدل ذلك على أنه كلما ارتفع معدل استخدام التقنيات الرقمية في المؤسسات الصحفية، ازداد تأثيرها الإيجابي في تطوير المضامين الصحفية، بما يشمل مراحل الجمع والتحرير والإخراج والنشر، وذلك وفقًا لتقديرات أفراد العينة، وهذا يعني قبول الفرض الأول، وتُظهر نتائج الدراسة الحالية وجود علاقة ارتباط طردية قوية ودالة إحصائية بين معدل استخدام التقنيات الرقمية وتأثيرها في تطوير المحتوى الصحفي، مما يعكس وعيًا متزايدًا بأهمية التحول الرقمي في المؤسسات الصحفية، وعند مقارنة هذه النتائج بالدراسات السابقة، نجد توافقًا عامًا في الاتجاهات، مع بعض الاختلافات في درجة التأثير والتحديات المرتبطة بالتطبيق، حيث أظهرت دراسة كلٍّ من (مياسر سمباوه، ٢٠٢٢) و (Arbab, 2022)^{٢٦} إلى وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ومعدل الاعتماد عليها، كما أوضحت أن ٧٤% من القائمين بالاتصال يستخدمون تكنولوجيا الإعلام الرقمي بدرجة كبيرة، مما يتفق مع نتائج الدراسة الحالية التي تؤكد التأثير الإيجابي لاستخدام التقنيات الرقمية في تطوير المحتوى الصحفي، وكشفت عن وجود علاقة

ارتباط ذات دلالة إحصائية بين واقع التحول الرقمي في إنتاج المحتوى بالمؤسسات الصحفية السودانية والتحديات التي تواجهها، مما يدعم نتيجة الدراسة حول أهمية استخدام التقنيات الرقمية في تحسين جودة المحتوى الصحفي.

٢. الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائية في تأثير القائمين بالاتصال من استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى وفقاً للمتغيرات التالية: النوع - العمر - نوع المؤسسة - مجال صناعة المحتوى - سنوات الخبرة

جدول رقم (١٤)

الفروق بين المبحوثين من حيث تأثرهم باستخدام التقنيات الرقمية في العمل الصحفي وفقاً لخصائصهم الديموغرافية

نتائج الاختبار						الاختبار	الفروق بين
مستوى المعنوية	قيمة "ت"	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	المجموعات	النوع وتأثير القائم بالاتصال باستخدام التقنيات الرقمية
٠,٠٠١	-	٣٨٦	٧,٦٦٦	١٩,٣٩	٢٨٠	الذكور	(T-Test)
			٥,٨٠٦	٢٤,٨٠	١٢٠	الإناث	
الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	العمر وتأثير القائم بالاتصال باستخدام التقنيات الرقمية
						بين المجموعات	
						داخل المجموعات	
						المجموع	
دالة	٠,٠١٥	٤,٢٨	٦,٧٣	٢	١٣,٤٦	تحليل التباين (ANOVA)	
			١,٥٧	٣٩٧	٦٢٤,٥٠	داخل المجموعات	
				٣٩٩	٦٣٧,٩٦	المجموع	
الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	سنوات الخبرة وتأثير القائم بالاتصال باستخدام التقنيات الرقمية
						بين المجموعات	
						داخل المجموعات	
						المجموع	
دالة	٠,٠٠٣	٦,٠٢	٨,٩٤	٢	١٧,٨٨	تحليل التباين (ANOVA)	
			١,٤٨	٣٩٧	٥٨٩,٦٠٧	داخل المجموعات	
				٣٩٩	٦٠٧,٠٨	المجموع	
الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	نوع المؤسسة وتأثير القائم بالاتصال باستخدام التقنيات الرقمية
						بين المجموعات	
						داخل المجموعات	
						المجموع	
غير دالة	٠,٤٣٤	٠,٨٤	١,٤٦	٢	٢,٩٢	تحليل التباين (ANOVA)	
			١,٧٣	٣٩٧	٦٨٨,٧٠	داخل المجموعات	
				٣٩٩	٦٩١,٦٢	المجموع	
الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	مجال صناعة المحتوى وتأثير القائم بالاتصال باستخدام التقنيات الرقمية
						بين المجموعات	
						داخل المجموعات	
						المجموع	
دالة	٠,٠٠٥	٣,١٢	٤,٥٥	٥	٢٢,٧٥	تحليل التباين (ANOVA)	
			١,٤٧	٣٩٤	577.65	داخل المجموعات	
				٣٩٩	٥٧٧,٦٥	المجموع	
					٦٠٠,٤٠		

الدالة	مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	تحليل التباين (ANOVA)	المؤهل العلمي وتأثير القائم بالاتصال باستخدام التقنيات الرقمية
دالة	٠,٠٠١	٥٨,٠١٠	٤٦,٠٥٠	٢	٩٢,١٠٠	بين المجموعات		
			٠,٧٩٤	٣٩٧	٣١٥,٠٠	داخل المجموعات		
					٤٠٧,١٠٠	المجموع		
الدالة	مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	تحليل التباين (ANOVA)	التخصص الأكاديمي وتأثير القائم بالاتصال باستخدام التقنيات الرقمية
دالة	٠,٠٠١	٧٣,٥٥٠	٥٢,١٥٠	٢	١٠٤,٣٠٠	بين المجموعات		
			٠,٧٠٩	٣٩٧	٢٨١,٥٠٠	داخل المجموعات		
					٣٨٥,٨٠٠	المجموع		

يتضح من هذا الجدول، أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الجنس (النوع) وتأثير القائمين بالاتصال باستخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة "ت" المحسوبة ٧,٨٧٩- عند مستوى معنوية ٠,٠٠١، وهي قيمة دالة إحصائياً، مما يشير إلى وجود تفاوت بين الذكور والإناث في مدى تأثرهم بهذه التقنيات، حيث يميل الذكور إلى معدلات استخدام وتأثر أقل مقارنة بالإناث وفقاً للمتوسطات الحسابية الواردة، كما تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات العمر المختلفة، حيث بلغت قيمة "F" المحسوبة ٤,٢٨ عند مستوى معنوية ٠,٠١٥، ما يدل على أن الفئات العمرية تتباين في مدى تقبلها أو تأثرها باستخدام التكنولوجيا في العمل الصحفي، وهو ما قد يُعزى إلى تفاوت الخبرات أو مدى الألفة مع الوسائل الرقمية، وفي ذات السياق، أظهرت النتائج فروقاً دالة إحصائياً حسب عدد سنوات الخبرة، إذ بلغت قيمة "F" ٦,٠٢ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٣، مما يعكس أن تراكم الخبرة المهنية يمثل عاملاً مهماً يؤثر في استيعاب التقنيات الرقمية واستثمارها في تطوير المحتوى الصحفي، أما بخصوص نوع المؤسسة التي يعمل بها الصحفيون (قومية، حزبية، خاصة)، فقد أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة "F" المحسوبة ٠,٨٤ عند مستوى معنوية ٠,٤٣٤، وهي غير دالة إحصائياً، مما يفيد بأن نوع المؤسسة لا يمثل فارقاً حقيقياً في درجة تأثر العاملين بالتكنولوجيا الرقمية. وبالمثل، أظهرت النتائج أن هناك فروقاً دالة إحصائياً تبعاً لمجال صناعة المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة "F" ٣,١٢ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٥، مما يدل على أن التخصص المهني (محرر، مراسل، مصمم، منتج محتوى...) له أثر واضح في تحديد مدى تأثر الصحفيين بالتقنيات الرقمية، وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي، فقد أظهرت البيانات وجود فروق دالة إحصائياً كبيرة، حيث بلغت قيمة "F" ٥٨,٠١٠ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١، ما يدل على أن ارتفاع الدرجة العلمية يرتبط ارتباطاً إيجابياً بمدى تأثر الأفراد بالتكنولوجيا الرقمية، وأخيراً، أوضحت النتائج أن هناك فروقاً دالة إحصائياً حسب التخصص الأكاديمي، حيث بلغت قيمة "F" المحسوبة ٧٣,٥٥٠ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١، مما يشير إلى أن الخلفية الأكاديمية للصحفيين تلعب دوراً حاسماً في تحديد مدى تأثرهم باستخدام تقنيات الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى، وهذا يعني قبول الفرض الثاني جزئياً، ويفسر الباحث نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) بشأن تأثير استخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي،

مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات الديموغرافية والمهنية الأربعة: العمر، ونوع المؤسسة، ومجال صناعة المحتوى، وسنوات الخبرة:

١. متغير العمر وتأثيره في استخدام التكنولوجيا الرقمية؛ تشير النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة (أقل من ٣٥ عامًا، من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ عامًا، ٥٠ عامًا فأكثر) في مدى تأثيرهم باستخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى، حيث بلغت قيمة "F" المحسوبة ٤,٢٨ عند مستوى دلالة ٠,٠١٥، وتدل هذه النتيجة علميًا على أن الفئة العمرية تُعد متغيرًا مؤثرًا في قابلية الأفراد لاستخدام وتبني التقنيات الرقمية، وهو ما يتوافق مع الدراسات النظرية في حقل "التبني التكنولوجي"، التي تشير إلى أن الأجيال الشابة غالبًا ما تكون أكثر استعدادًا ومرونة في التفاعل مع الأدوات الرقمية الجديدة مقارنة بالفئات الأكبر سنًا، التي قد تواجه تحديات تقنية أو مقاومة للتغيير.
٢. متغير سنوات الخبرة وتأثيره في استخدام التكنولوجيا الرقمية، كذلك كشفت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائية بين فئات سنوات الخبرة (أقل من ٣ سنوات، ٣ إلى أقل من ٦ سنوات، ٦ سنوات فأكثر)، حيث بلغت قيمة "F" المحسوبة ٦,٠٢ عند مستوى دلالة ٠,٠٠٣، وتعكس هذه النتيجة ارتباطًا جوهريًا بين تراكم الخبرة العملية ومستوى التأثير باستخدام التكنولوجيا، حيث إن الأفراد الأكثر خبرة غالبًا ما يمتلكون مرونة معرفية ومهارات تنظيمية أكبر تمكنهم من دمج الأدوات الرقمية في العمليات الصحفية بصورة أكثر فاعلية، بخاصة في البيئات المهنية الديناميكية مثل الصحافة الرقمية، كما تشير بعض الأدبيات في الدراسات الإعلامية إلى أن أصحاب الخبرة المتوسطة والعالية يميلون إلى تبني التكنولوجيا بوصفها وسيلة لتعزيز جودة العمل الصحفي وسرعة الأداء.
٣. متغير نوع المؤسسة وتأثيره في استخدام التكنولوجيا الرقمية؛ أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية بين نوع المؤسسة الصحفية (قومية، حزبية، خاصة) ومستوى تأثير العاملين فيها باستخدام تكنولوجيا الإعلام الرقمي، حيث بلغت قيمة "F" المحسوبة ٠,٨٤ عند مستوى دلالة ٠,٤٣٤، تدل على أن تبني التكنولوجيا الرقمية في المؤسسات الصحفية لم يعد يتوقف على نوعية التبعية المؤسسية، بل أصبح جزءًا من واقع الصناعة الصحفية بصورة عامة، نتيجة ضغط السوق الإعلامي، وتزايد الاعتماد على التقنيات في إدارة الخبر، بغض النظر عن الخلفية السياسية أو البنية التنظيمية للمؤسسة، ويعني هذا أن الثقافة المؤسسية لم تعد عائقًا أمام تبني التكنولوجيا، بل العوامل الفردية والمهنية تلعب دورًا أكبر في تحديد مدى التفاعل الرقمي.
٤. متغير مجال صناعة المحتوى وتأثيره في استخدام التكنولوجيا الرقمية، أظهرت النتائج كذلك وجود فروق دالة إحصائية بين العاملين في مجالات مهنية مختلفة داخل المؤسسة (مثل: محرر، ومراسل، ومصمم، ومسؤول نشر...) في مدى تأثيرهم باستخدام التكنولوجيا الرقمية، حيث بلغت قيمة F ٣,١٢ عند مستوى دلالة ٠,٠٠٩، وتُفسر هذه النتيجة علميًا بأن كل مجال من مجالات صناعة المحتوى يتطلب درجة مختلفة من التفاعل مع التقنيات الحديثة. على سبيل المثال، قد يحتاج المصممون والمحررون أدوات تحرير متقدمة وبرمجيات تصميم، بينما يحتاج المراسلون أدوات جمع البيانات وتحليلها، ما يؤدي إلى تفاوت في مستوى التأثير بناءً على طبيعة المهام والمسؤوليات.

٥. تشير النتائج مجتمعة إلى أن الخصائص الفردية والمهنية (مثل العمر وسنوات الخبرة وطبيعة العمل) تمثل عوامل مؤثرة في مدى استفادة الصحفيين من تكنولوجيا الإعلام الرقمي في تطوير المحتوى، بينما الخصائص المؤسسية (مثل نوع المؤسسة) لم تُظهر تأثيراً ذا دلالة، ما يؤكد ضرورة تركيز البرامج التدريبية والتطويرية على المهارات الفردية والتخصصات الفنية لتفعيل التحول الرقمي في المجال الصحفي بشكل شامل ومستدام.

توصيات الدراسة:

استناداً إلى نتائج الدراسة الميدانية حول واقع استخدام التقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والعراقية، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات الشاملة التي تهدف إلى دعم توظيف التقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والعراقية، وتطوير المحتوى الصحفي بما يتلاءم مع متطلبات العصر الرقمي وفق ما يلي:

أولاً: تعزيز التدريب المهني وبناء القدرات البشرية: تشير نتائج الدراسة إلى أن تدريب العاملين في المؤسسات الصحفية يمثل أحد أبرز المتطلبات لتفعيل التقنيات الرقمية، حيث طالب ما يقرب من ٨٧,٥% من الصحفيين المصريين و ٨٥% من الصحفيين العراقيين بتوفير برامج تدريبية متخصصة. وعليه، توصي الدراسة بضرورة إطلاق برامج تدريبية دورية تركز على المهارات الرقمية، خصوصاً في استخدام الذكاء الاصطناعي، أدوات الإنتاج الرقمي، برامج التصميم والتحرير، وتقنيات جمع البيانات وتحليلها، وينبغي أن تتسم هذه البرامج بالطابع العملي والتطبيقي، مع مراعاة الفروق في العمر والخبرة، والتعاون مع خبراء ومراكز تدريب متخصصة، بما يضمن تفعيل التدريب المهني بوصفه رافعة أساسية للتحول الرقمي.

ثانياً: تحسين البنية التحتية الرقمية والدعم الفني: أظهرت نتائج الدراسة وجود معوقات مادية وفنية تحدّ من استخدام الذكاء الاصطناعي، خاصة في المؤسسات العراقية، وهو ما يستدعي تدخلاً عاجلاً لتحسين البنية التحتية الرقمية داخل غرف الأخبار. توصي الدراسة بتخصيص موازنات مستقلة لتحديث المعدات التقنية، وتوفير اتصال إنترنت عالي السرعة، واعتماد برمجيات حديثة لإدارة المحتوى الصحفي، كما تدعو إلى إنشاء وحدات دعم فني داخل المؤسسات، تضم متخصصين في صيانة التقنيات الرقمية وتطويرها، بما يضمن الاستدامة التشغيلية والحد من الأعطال التقنية التي قد تعوق توظيف التكنولوجيا بشكل فعال.

ثالثاً: دمج التكنولوجيا الرقمية في منظومة العمل التحريري: تعكس نتائج الدراسة أهمية توظيف التقنيات الرقمية في جميع مراحل إنتاج المحتوى الصحفي، بدءاً من الجمع والتحرير إلى الإخراج والنشر. توصي الدراسة بتبني استراتيجيات تحريرية رقمية متكاملة تعتمد على الدمج التفاعلي بين الجهد البشري والتقنيات الذكية، مع إحداث تغيير في هيكل فرق العمل، وتخصيص وظائف جديدة مثل "محرر الذكاء الاصطناعي"، و"محلل البيانات الصحفية"، و"محرر الوسائط المتعددة"، كما ينبغي العمل على تحويل غرف الأخبار إلى بيئات رقمية شاملة (Digital Newsrooms)، تركز على نظم إدارة محتوى ذكية وآليات نشر مرنة عبر المنصات الرقمية المختلفة.

المراجع:

- ¹. Rozhkov, A. (2024). Hybrid media systems: Challenges and opportunities for modern journalism. **Review of Communication Research**, 12, 102-114.
- ². Plantin, J. C., & Punathambekar, A. (2019). Digital media infrastructures: pipes, platforms, and politics. **Media, culture & society**, 41(2), 163-174.
- ³. Foreman, G., Biddle, D. R., Lounsberry, E., & Jones, R. G. (2022). **The ethical journalist: Making responsible decisions in the digital age**. John Wiley & Sons.
- ⁴. Gandhi, R. (2024). **Engagement-driven integrated digital newsrooms**. In **Handbook of Digital Journalism: Perspectives from South Asia** (pp. 147-156). Singapore: Springer Nature Singapore.
- ⁵. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. **MIS quarterly**, 425-478.
- ⁶. Mohamed, N. R. W., Sharif, D., & Muhayiddin, M. N. (2021, July). **Literature review on technology acceptance model: The enhanced variables of Venkatesh's UTAUT model on students' acceptance of use on online distance learning**. In AIP conference proceedings (Vol. 2347, No. 1). AIP Publishing.
- ⁷. Haron, H., Hussin, S., Yusof, A. R. M., Samad, H., & Yusof, H. (2021, February). **Implementation of the UTAUT model to understand the technology adoption of MOOC at public universities**. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 1062, No. 1, p. 012025). IOP Publishing.
- ⁸. Parikh, P. (2019). **Communication and content**. Language Science Press.
- ⁹. Fenton, N. (2009). **New media, old news: Journalism and democracy in the digital age**.
- ¹⁰. Nyambane, R. (2021). The future of the printed book in the era of technological advancement: an imperative for digital innovation and engagement. **Journal of Information, Communication and Ethics in Society**, 19(4), 537-559.
- ¹¹. Anthony, C., Bechky, B. A., & Fayard, A. L. (2023). "Collaborating" with AI: Taking a system view to explore the future of work. **Organization Science**, 34(5), 1672-1694.
- ¹². Padua, D. (2021). **Digital Cultural Transformation**. Springer International Publishing.
- ¹³. Nadkarni, S., & Prügl, R. (2021). Digital transformation: a review, synthesis and opportunities for future research. **Management review quarterly**, 71, 233-341.
- ¹⁴. Leal-Rodríguez, A. L., Sanchís-Pedregosa, C., Moreno-Moreno, A. M., & Leal-Millán, A. G. (2023). Digitalization beyond technology: Proposing an explanatory and predictive model for digital culture in organizations. **Journal of Innovation & Knowledge**, 8(3), 100409.
- ¹⁵. Fahmy, N., & Abdulmajeed Attia, M. (2024). **Op cit**.
- ¹⁶. Elareshi, M., Ziani, A., & Alsridi, H. (2023). The perceptions of Iraqi internally displaced persons of social media use during war and conflict. **Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication**, 39(1), 21-36.
- ¹⁷1. Thomson, T. J., Angus, D., Dootson, P., Hurcombe, E., & Smith, A. (2022). Visual mis/disinformation in journalism and public communications: Current

- verification practices, challenges, and future opportunities. **Journalism Practice**, 16(5), 938-962.
- ¹⁸. Bhaskar, M. (2013). **The Content Machine: Towards a theory of publishing from the printing press to the digital network**. Anthem Press.
- ¹⁹. قطب, & فاطمة. (٢٠٢٤). فاعلية استخدام القائمين بالاتصال لتطبيق ذكاء اصطناعي متخصص في الصحافة وانعكاسه على الأداء الصحفي-دراسة استكشافية شبه تجريبية. مجلة البحوث الإعلامية, 72(2), 799-880.
- ²⁰. Zamith, R. (2020). Quantified audiences in news production: A synthesis and research agenda. **Measurable Journalism**, 13-30
- ²¹. Onebunne, A. P. (2024). Journalists' Perception of Artificial Intelligence: The Case of Nigerian Newsrooms (**Master's thesis**, Northern Illinois University).
- ²². Abbad, M. M. (2021). Using the UTAUT model to understand students' usage of e-learning systems in developing countries. **Education and information technologies**, 26(6), 7205-7224.
- ²³. عبد الله، ع. م.، & الديب، م. (٢٠٢٤). توظيف التقنيات الرقمية في المؤسسات الإعلامية المصرية من وجهة نظر القائم بالاتصال: دراسة ميدانية. مجلة دراسات وبحوث إعلامية.
- ²⁴. Elkoly, S. (2020). Attitude of Egyptian journalists towards implementing artificial intelligence in developing Informative content of informational richness. **The Egyptian Journal of Media Research**, 2020(72), 101-173.
- ²⁵. Jamil, H. M., & Rubaiat, S. Y. (2025). **op cit**.
- ²⁶. مياسر وليد سمباوه. (٢٠٢٢). تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي-دراسة ميدانية على القائم بالاتصال-. مجلة العلوم الإنسانية و الإجتماعية 119-155, 6(5),
- ²⁷. Arbab, W. H. A. M. (2022). Reality of Applying Digital Transformation Techniques in the Content Industry in Sudanese Press Organisations. **Egyptian Journal of Public Opinion Research**, 21(2), 269-328.