

## توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين

د. عصمت ثلجي حداد\*

### ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة 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، وتم جمع بياناتها باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، بتطبيقها على (٣٠٠) مفردة من الصحفيين أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين، بأسلوب العينة المتاحة في الفترة من ٢٠٢٢/٧/٣١م وحتى ٢٠٢٢/٩/١م.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن معظم الصحفيين يرون أن المؤسسات الصحفية الأردنية جاهزة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وبنسبة ٦٤%، وجاءت أهم مجالات توظيف هذه التقنيات من وجهة نظر المحوئين في "جمع المادة الصحفية وتحريرها" بنسبة ٦٢%، وأظهرت الدراسة أن "ضعف الإلمام بمفاتيح الخوارزميات" كان من أهم الصعوبات التي تواجه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن أبرز الآثار الإيجابية المترتبة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي أنها تعمل على "زيادة السرعة في إنتاج المحتوى الصحفي"، ورأى الصحفيون أن طبيعة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وعمل الصحفيين الأردنيين تكاملية تقوم على توظيف الصحفيين للتقنيات بما يخدم مهنة الصحافة.

وأوصت الدراسة باهتمام المؤسسات الصحفية الأردنية بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوفير الإرادة العليا والبيئة والإمكانات اللازمة لعملها، وتدريب الصحفيين وإكسابهم مهارات التعامل معها، واستحداث مساقات جديدة في الجامعات الأردنية لتدريس هذه التقنيات.

### الكلمات المفتاحية:

الصحفيون الأردنيون، تقنيات الذكاء الاصطناعي، المؤسسات الصحفية، الصحافة.

\* الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام- جامعة اليرموك

## Employing artificial intelligence techniques in Jordanian press institutions and its impact on the professional practice of journalists

### Abstract:

The study sought to identify the extent of employing artificial intelligence techniques in Jordanian press institutions and its reflection on the professional practice of journalists, the extent of readiness of Jordanian press institutions to employ artificial intelligence techniques, the skills and requirements necessary for them, the fields of employing these technologies in Jordanian press institutions, and the challenges facing the future of journalism. This study is considered one of the studies Descriptive, and it used the methodology of survey studies and interrelationships, and its data was collected using the survey newspaper tool, by applying it to (300) individual journalists who are members of Jordanian Press Association (JPA), using the sample method available in the period from 31/7/2022 – 1/9/2022.

The study reached several results, the most important of which are: Most journalists believe that Jordanian press institutions are somewhat ready to employ artificial intelligence techniques at a rate of 64%. That "weak knowledge of the keys of algorithms" was one of the most important difficulties facing the employment of artificial intelligence techniques, and that the most prominent positive effects of the employment of artificial intelligence techniques are that they work to "increase the speed in the production of journalistic content." Journalists saw that the nature of the relationship between artificial intelligence and the work of journalists Jordanians are complementary based on employing journalists for technologies to serve the profession of journalism.

The study recommended the interest of Jordanian press institutions in employing artificial intelligence techniques, providing the supreme will, the environment and the necessary capabilities for their work, training journalists and providing them with skills to deal with it, and creating new courses in Jordanian universities to teach these technologies.

**key words:** Jordanian journalists, artificial intelligence technologies, press institutions, journalism.

## مقدمة:

تشهد المؤسسات الصحفية اليوم سباقاً نحو التحول الرقمي، وأصبحت مجبرة على مواكبة تطورات الثورة الصناعية الرابعة، والخامسة، وتوظيفها بعملية الإنتاج الإخباري لبلورة مفاهيم، وقيم وآليات، وأدوات إعلامية جديدة، والتي ستؤدي بدورها إلى تحولات كبرى في بنية المؤسسات الصحفية، وبناءً على ما أوصت به بعض الدراسات بضرورة تبني هذه المؤسسات لمجموعة من الإستراتيجيات التي تمكنها من التوظيف الأمثل لتقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف أخبارها، والاستفادة من التقنيات الحديثة التي أفرزتها الثورة الصناعية الخامسة.

ومع اتجاه مستقبل العمل في مختلف أنحاء العالم نحو الرقمية، ونتيجة للتطورات المتسارعة في التكنولوجيا العالمية، وتقنيات الثورة الصناعية الرابعة، تشهد صناعة الإعلام ظهور حقبة جديدة حيث أوشك العالم أن يودع صحافة المواطن، بعد أن بدأ بالفعل انطلاق صحافة الذكاء الاصطناعي، فالثورة الصناعية الرابعة سوف تتيح تقنيات جديدة لوسائل الإعلام مثل والواقع المعزز، والذكاء الاصطناعي، إلى جانب الطباعة ثلاثية الأبعاد والروبوت، والتي سوف يكون لها تأثيراً كبيراً على صناعة الإعلام خلال العقد القادمين.

لم تعد الصحافة بمعزل عن التطور والتقنية الحديثة، فالعالم الآن يتجه إلى صحافة جديدة وهي صحافة الذكاء الاصطناعي وهو مصطلح لم يتطرق له الكثيرون، ويتواكب مع تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، حيث تسعى وسائل الإعلام ومنها الصحافة إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والثورة الصناعية الرابعة على أكمل وجه.

اليوم أضحت "الذكاء الاصطناعي" مسألة في غاية الأهمية؛ لأنه بات عنصراً مؤثراً للتطور النوعي الذي سيحدث في عقودنا المقبلة وستبلغ تأثيراته مختلف المجالات الحيوية الاقتصادية والصحية والتقنية وغيرها، كما أن الصحافة تُعد جزءاً لا يتجزأ من هذا التطور المرتقب، وإن كان الحديث عن تبعاته في مؤسساتنا الصحفية العربية والمحلية ما يزال محدوداً جداً، إلا أن تطوراتها ستصل إلينا عاجلاً أو آجلاً؛ وسنستفيد من خدماته بشكل جذري من جانب أسلوب معالجتنا للأحداث بطريقة لم يكن أحد ليتخيلها من قبل.

إن صحافة الذكاء الاصطناعي هي مستقبل الإعلام ويجب أن تعي دول العالم الدور الذي يمكن أن تقوم به الثورة الصناعية الرابعة في تمكين الذكاء الاصطناعي من تلك الصناعة. ولهذا جاءت هذه الدراسة للتعرف إلى توظيف تقنيات الذكاء الصناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين.

## مشكلة الدراسة:

تشير نتائج الدراسات السابقة أن صحافة الذكاء الاصطناعي سوف تخلق ثورة جديدة في صناعة الإعلام، حيث لا حدود جغرافية، ولا قانونية، ولا قيود تضعها الحكومات على حرية نقل الخبر، أو الوصول إلى المعلومات، المنافسة قوية للغاية، والرابح في السباق من يقتنص تلك الفرص ويستحوذ على أحدث التقنيات الحديثة ويقوم بدمجها في صناعة الإعلام.

تقنيات الذكاء الاصطناعي المتطورة لها أهمية كبير في تطوير العمل الصحفي، ولا يمكن أن يأتي هذا التطور إلا من خلال إيمان الجسم الصحفي والقائمين في المؤسسات الصحفية بها، وبناءً عليه هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على توظيف هذه التقنيات في المؤسسات الصحفية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين، وذلك من خلال تحديد درجة معرفة

الصحفيين الأردنيين في المؤسسات الصحفية بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومعرفة مجالات استخدامها، ودورها في تيسير العمل الصحفي، والآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدامها، والصعوبات التي تواجهها، ومقترحات الصحفيين نحو مستقبل الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية.

ولتحقيق هذا الهدف، فإن مشكلة الدراسة تتبلور في السؤال الرئيس التالي: ما مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين؟

#### أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة إلى الأهمية النظرية والتطبيقية:

##### ١- الأهمية النظرية للدراسة:

تتبع أهمية الدراسة الحالية من جذتها وأصالتها، وتناولها لتقنية حديثة هامة بدأت تشق طريقها في مجال الصحافة والإعلام، وتسهم بشكل كبير في العمل الصحفي، ويتضح ذلك فيما يأتي:

• قلة الدراسات الإعلامية العربية، والأردنية على وجه الخصوص، في مجال تقنيات الذكاء الاصطناعي.

• لوحظ في الفترة الأخيرة اهتمام مؤسسات إعلامية أجنبية كبرى بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وهذا يقتضي من القائمين على المؤسسات الصحفية الأردنية الاستفادة من هذه التقنية في تطوير العمل الصحفي فيها.

• تحديد درجة معرفة الصحفيين الأردنيين في المؤسسات الصحفية بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

• تحديد المجالات الأكثر استخداما التي يمكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها بالمؤسسات الصحفية الأردنية.

• معرفة عناصر النجاح التي يمكن تحقيقها من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية

• بيان الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدام الصحافة الأردنية لهذه التقنيات، والتحديات التي تواجهها.

• معرفة صعوبات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية.

##### ٢- الأهمية النظرية للدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين، وما تتوصل إليه الدراسة من نتائج حول هذا الموضوع قد يفيد الصحفيين، والقائمين على إدارة المؤسسات الصحفية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل الأمثل والأفضل لتحقيق الفائدة المرجوة منه.

#### أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة لتحقيق هدف رئيس يتمثل في معرفة إمكانية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين من وجهة نظر عينة الدراسة، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية وهي:

١. تحديد درجة معرفة المبحوثين في المؤسسات الصحفية الأردنية بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
٢. الكشف عن مدى جاهزية المؤسسات الصحفية الأردنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر عينة الدراسة.
٣. معرفة مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين.
٤. الكشف عن عناصر النجاح التي يمكن تحقيقها من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية.
٥. التعرف على الصعوبات التي يواجهها المبحوثين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية.
٦. رصد التأثيرات الإيجابية المترتبة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية.
٧. رصد التأثيرات السلبية المترتبة على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية.
٨. التعرف على أهم مقترحات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية.

#### تساؤلات الدراسة:

- سعت هذه الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس: ما مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين؟ ويتفرع منه عددًا من الأسئلة الفرعية الآتية:
- ما درجة معرفة الصحفيين في المؤسسات الصحفية الأردنية بتقنيات الذكاء الاصطناعي؟  
ما مدى جاهزية المؤسسات الصحفية الأردنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟  
ما مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية؟  
ما عناصر النجاح التي يمكن تحقيقها من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية؟  
ما الصعوبات التي يواجهها المبحوثين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية؟  
ما التأثيرات الإيجابية والسلبية المترتبة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية؟  
ما مقترحات المبحوثين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية؟

#### المدخل النظري الذي اعتمدت عليه الدراسة الحالية:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري، وفي بناء تساؤلاتها على نظرية انتشار وتبني المبتكرات (Diffusion of Innovation Theory) نظرية انتشار الأفكار المستحدثة (انتشار المبتكرات)

يذكر (Rogers) أن الانتشار عبارة عن انتقال الأفكار والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الناس والنجاح الذي يصادف بعض هذه المبتكرات أو الفشل الذي يصاحب الآخر وظروف النجاح وأسباب الفشل، وتقاس مدى حداثة الفكرة بالبعد الزمني الذي

استخدمت فيه لأول مرة، كما أن حداثة هذه الفكرة هي التي تحدد ردة فعل الشخص تجاهها (باديس، ٢٠١٥، ١٨).

ويحلل المهتمون بالانتشار عملية الانتشار إلى أربعة عناصر رئيسية أولها التجديد والابتكار، وثانيهما هو مجرى الاتصال، وثالثهما هو التنسيق الاجتماعي، حيث أن عملية الانتشار تدور وتجري داخل نسق اجتماعي معين، أما العنصر الرابع فهو الزمن، والتنسيق الاجتماعي مفهوم شائع الاستخدام في السيسولوجيا الحديثة، ويشير إلى مجموعة من الأفراد يتباينون وهم معنيون بتحقيق هدف جمعي، ويمثل الأفراد أعضاء هذا النسق كما يمثلون فيه كذلك جماعات غير رسمية ومؤسسات ومنظمات (بولويدات، ٢٠٠٨، ٢٩).

فرضيات النظرية:

تقوم هذه النظرية على افتراض أن قنوات وسائل الإعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، حيث تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول المبتكرات الجديدة، ويقترّب مدخل انتشار المبتكرات من افتراض أن الرسائل الإعلامية تصل إلى الجمهور عن طريق أفراد يتميزون عن سواهم بأنهم أكثر اتصالاً ونشاطاً في تعاملهم مع وسائل الاتصال الجماهيري ويطلق عليهم قادة الرأي (خليصة، ٢٠١٥، ٢٧).

ويمكن القول بأن هناك خمس مراحل أساسية لتطبيق نظرية انتشار المبتكرات والتي تمر بها عملية تبني الأفكار والأساليب المستحدثة، ويمكن استعراض تلك المراحل كما أوردها (VanDykGibson, 2016, 22-32) على النحو التالي:

١. مرحلة المعرفة (الفكرة): في هذه المرحلة يسمع الفرد بالفكرة الجديدة أو المبتكرة لأول مرة، ولا يستطيع أحد الجزم بما إذا كان هذا الوعي يأتي عفويًا أو مقصودًا، وهذه المرحلة تعتبر مفتاح الطريق للمراحل التي تليها.
  ٢. مرحلة الإقناع (الاهتمام): أما هذه المرحلة ففيها يتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الفكرة، والسعي إلى المزيد من المعلومات بشأنها، ويصبح الفرد أكثر ارتباطًا من الناحية النفسية بالفكرة أو الابتكار.
  ٣. مرحلة القرار: وفي هذه المرحلة يزن الفرد ما تجمع لديه من معرفة ومعلومات عن الفكرة المستحدثة أو الابتكار، في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر، وما يتوقعه مستقبلاً، وينتهي به الأمر إلى أن يقرر إما رفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العملي.
  ٤. مرحلة التجريب: يستخدم الفرد الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق على سبيل التجربة، لكي يحدد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة، فإذا ما اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبقها على نطاق واسع، أما إذا لم يقتنع بها فإنه يرفضها.
  ٥. مرحلة التبني: وتتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، فالفرد قد انتهى إلى قرار بتبني الفكرة المستحدثة بعد أن اقتنع بجودها وفوائدها.
- وانطلاقاً من هذا المدخل النظري، فإن هذه الدراسة تستفيد من نظرية انتشار وتبني المبتكرات في دراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي كأحد المبتكرات الجديدة في الصحافة العالمية، ومدى وعي المؤسسات الصحفية الأردنية بهذه التقنيات كأحدى الأفكار المستحدثة، واهتمامها بها، وقابليتها لتوظيف هذه التقنيات، وعناصر نجاح هذه التقنيات، والآثار

الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدامها، وانعكاس ذلك على الصحفيين نحو الاستفادة المثلى من استخدامها في المؤسسات الصحفية الأردنية.

#### مفاهيم الدراسة:

- تقنيات الذكاء الاصطناعي: نظام ناتج عن تطوير علوم الحاسوب والبرمجيات، يهدف إلى إنتاج تقنيات وآلات قادرة على أداء مهام بشرية، بعد تزويدها بالبيانات، استفادت منه الصحافة في عدة مجالات، أهمها استخراج البيانات، وتحسين طرق البحث، واختيار الموضوعات، وإنتاج الأخبار، وتصحيح الأخطاء، وتحسين جودة المحتوى، وفهم ردود الفعل البشرية، وتعليقات الجمهور، ومكافحة الأخبار المزيفة، وكتابة النصوص الإخبارية بشكل كامل.
- المؤسسات الصحفية الأردنية: وهي جميع المؤسسات الصحفية والصحف اليومية والمجلات الأردنية الرسمية والخاصة والحزبية، التي تصدر في الأردن بصورة دورية.

#### الدراسات السابقة

قام الباحث بالاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع توظيف واستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، والمؤسسات الصحفية، وكان من بين أهم هذه الدراسات ما يلي:  
**دراسة الزعنون (٢٠٢١):** هدفت الدراسة إلى التعرف إلى درجة اهتمام القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، ومدى تفهمهم معها، وانعكاسها على المصداقية والمهنية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، مستخدمة أداة الاستبانة التي وزعت على عينة من العاملين في مؤسسة MBC وشبكة الجزيرة الإخبارية، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي هي البحث والتصوير الآلي وكشف المحتوى المزيف، وأهم مجالاتها الأخبار العاجلة والترجمة الآلية، فيما أكد المبحوثون أن توظيف التقنيات ينعكس على المصداقية والمهنية.

**دراسة بدوي (٢٠٢١):** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع تطبيق صحافة الروبوت وآليات إنتاجها في موقع القاهرة ٢٤ الإخباري، والعوامل المؤثرة في استخدامها، والتحديات الراهنة والمستقبلية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، مستخدمة أداة الاستبانة التي وزعت على جميع العاملين بالموقع، وتوصلت إلى قدرة صحافة الروبوت على إنتاج محتوى صحفي متميز، ويساعد في تحقيق ذلك وجود غرفة أخبار رقمية حديثة، وأنها تركز في تغطيتها على الموضوعات الاقتصادية والرياضية، كما رأى المبحوثون أن تأثيراتها المهنية والأخلاقية إيجابية، واستبعدوا أن تؤثر صحافة الروبوت على الصحفي البشري.

**دراسة الخولي (٢٠٢٠):** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، مستعينة بأداة الاستبانة، التي تم توزيعها على عينة قوامها ٢٥٠ مفردة من الصحفيين العاملين في ١٦ صحيفة مصرية، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم أسباب الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في السرعة الفائقة في تحرير ونشر الأخبار، وتقليل الجهد في جمع

البيانات وتحسين جودة المحتوى وتصحيح الأخطاء، كما أن الصحفيين الذين يمتلكون خبرة متطورة هم الأجدر على توظيف هذه التقنيات.

دراسة بريك (٢٠٢٠): هدفت هذه الدراسة إلى رصد اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية، والعوامل المؤثرة في تقبلهم لاستخدامها، واتجاهاتهم نحو مستقبلها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، مستخدمة أداة الاستبانة التي وزعت على عينة قوامها ١٤٣ مفردة من القائمين بالاتصال خلال عام ٢٠١٩، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام هذه التقنيات تركز على تصحيح الأخطاء، كما كانت الموضوعات التكنولوجية والرياضية الأكثر استخداماً، ومن أسباب عدم اعتماد المؤسسات عليها عدم توافر العناصر المدرية والتقنيات اللازمة، وأبرز التأثيرات السلبية هي الاستغناء عن الكفاءات.

دراسة موسى وعبد الفتاح (٢٠١٩): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، ورصد التأثيرات الإيجابية والسلبية الناتجة عنها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، واستخدمت أداة المقابلة المعمقة مع ١٨ من النخب الصحفية والأكاديمية، والاستبانة التي وزعت على عينة قوامها ١٥٠ صحفياً يعملون في غرف الأخبار المصرية خلال عام ٢٠١٩م، وتوصلت الدراسة إلى أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وأنها توفر بيئة أكثر راحة للصحفيين، وأن لدى المبحوثين معرفة كافية بهذه التقنيات، إلا أنهم يؤكدون عدم جاهزية غرف الأخبار المصرية لتوظيفها.

دراسة (2022) qian pon le المسحية والتي أجريت على (٤٥) مفردة من قيادات المؤسسات الصحفية الأمريكية، واستهدفت التعرف على تقنية الميتافيرس بشكل كامل، وآليات إنتاجها، والممارسات الجديدة التي تفرزها، وتوصلت الدراسة إلى أن صحافة الميتافيرس تعد أهم أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي والتي سيكون لها تأثير قوي ومباشر على البيئة العالمية، وذلك على عدة مستويات أهمها: تحسين أداء العمل الصحفي، والتعامل مع الكم الهائل من البيانات والمعلومات، والكشف عن المعلومات المضللة، وتوفير مزيد من الوقت والجهد للصحفيين.

دراسة (2022) Androw Lain: التي طبقت على العاملين في معظم المؤسسات والصحف الإعلامية الأمريكية وذلك باستخدام أداة الملاحظة بالمشاركة، والمنهج المسحي التحليلي، والتي أكدت على أن الميتافيرس، وكل تقنيات الذكاء الاصطناعي، والواقع المعزز، لن تحل محل البشر، بل سيظل البشر هم المتحكمون والمشرفون على هذه التقنيات في أعمالهم بسرعة وكفاءة أكبر.

دراسة (2020) Biswal & Gouda هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في وكالة أنباء (Xinhua الصينية) على العمل الصحفي وما التحديات التي تعيق توظيف تلك التكنولوجيا في الوكالة، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية واتبعت المنهج المسحي، واعتمدت الدراسة على المقابلة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، من خلال عينة عشوائية قوامها (٢٥) صحفياً، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من



أبرزها: أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في الصحف خاصة فيما يتعلق بجمع وتحريير المعلومات والبيانات الذي يحدث إلكترونياً ودون التدخل المباشر من قبل المحررين، مما يوفر الكثير من الوقت والجهد اللازم في العمل الصحفي للوكالة، وأكدت على أهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الإشاعات والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة (Broussard 2019) هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى الدور الذي يقوم به الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في الولايات المتحدة الأمريكية، والتعرف إلى الوظائف التي يمكن أن يقوم بها من وجهة نظر الصحفيين، وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية واتبعت المنهج المسحي، واعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أبرزها: أنه على الرغم من قيام التكنولوجيا وبرامج الذكاء الاصطناعي في معالجة البيانات وإظهارها في شكل تقارير وأخبار صحفية إلا أن الأمر قد يتطلب في بعض الأحيان التدخل البشري في تعديل الصياغات حتى يتسنى نشرها على الجمهور، كما أن الذكاء الاصطناعي يمكنه معالجة المعلومات والبيانات الصحفية في صورة ملائمة لأخلاقيات ومعايير ميثاق الشرف الصحفي.

دراسة (Chan-Olmsted 2019) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام، ودورها في مراحل العمل الصحفي، والتحديات التي تواجه مستقبل الصحافة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، واستخدمت استمارة تحليل المضمون على عينة قوامها ١٤٩ مقالة وتقرير إخباري، تم نشرها في مواقع ومنصات أمريكية استخدمت هذه التقنيات، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام هذه التقنيات تركز في التوصيات، وإدارة وإنشاء المحتوى، وكانت أهم المجالات تقليل المهام غير الفعالة والمتكررة من البشر والتسويق والترويج واستخدام روبوتات المحادثة والمساعدين الصوتيين.

دراسة (Cho & Tsai Chuan 2019) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كبريات الصحف في الولايات المتحدة، ومدى اهتمامها بها، وفوائدها ومخاطرها المحتملة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، واستخدمت استمارة تحليل المضمون، على خمس صحف يومية، حيث تم تحليل عينة قوامها ٣٩٩ مقالة منشورة بين عامي ٢٠٠٩ و٢٠١٨، وتوصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي تم استخدامه عبر موضوعات متعددة، أبرزها التكنولوجيا والاقتصاد والعلوم، مع وجود مخاوف أخلاقية كالخصوصية وإساءة الاستخدام، ومهنية كفقْدان الوظائف والتحيز.

#### موقع الدراسة من الدراسات السابقة

هدفت معظم الدراسات السابقة إلى التعرف على أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات، وتطوير المضامين الصحفية، والعمل الصحفي، واتجاهات الصحفيين نحو توظيفها في غرف الأخبار، في حين تناولت هذه الدراسة اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية، علماً أن جميعها تنتمي للبحوث الوصفية واعتمدت على منهج المسح، وفي إطاره استخدمت معظمها أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وتوافقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث الهدف

ونوع البحث ومنهجه وأسلوبه (مسح أساليب الممارسة الإعلامية)، وتختلف معها في استخدامها لمنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره أسلوب الدراسات الارتباطي، إضافة إلى اختلاف مجتمعها وعينتها المتمثلة في الصحفيين الأردنيين.

#### مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الصحفيين الأعضاء في نقابة الصحفيين الأردنيين والبالغ عددهم (١٢٤٣) صحفي وصحفية، وقد تم اختيار عينة متاحة قوامها (٣٠٠) مفردة تم توزيعها بطريقة الاستبانة الإلكترونية من خلال نماذج غوغل (Google Forms)، ويوضح الجدول رقم (١) خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	٢٠٥	٦٨,٣%
	أنثى	٩٥	٣١,٧%
العمر	٢٠ - ٣٠ عاماً	٢٣	٧,٧%
	٣١ - ٤٠ عاماً	١٤٣	٤٧,٧%
	٤١ - ٥٠ عاماً	١٠٣	٣٤,٣%
	٥١ عاماً فأكثر	٣١	١٠,٣%
المؤهل العلمي	دبلوم متوسط	٢٦	٨,٧%
	بكالوريوس	١٨٠	٦٠%
	ماجستير	٧٨	٢٦%
	دكتوراه	١٦	٥,٣%
طبيعة العمل	مندوب صحفي	٢٢٥	٧٥%
	سكرتير تحرير	٣٣	١١%
	مدير تحرير	٢٤	٨%
	رئيس قسم	١٨	٦%
المؤسسة الصحفية التي تعمل بها	صحيفة ورقية	٧٢	٢٤%
	صحيفة إلكترونية	١٢٣	٤١%
	وكالة الأنباء الأردنية	١٠٥	٣٥%
سنوات الخبرة	أقل من سنتين	٢٠	٦,٧%
	سنتان - أقل من ٤ سنوات	٥٩	١٩,٧%
	٤ سنوات - أقل من ٨ سنوات	١٠٤	٣٤,٧%
	٨ سنوات فأكثر	١١٧	٣٩%
المجموع (ن) = ٣٠٠			

مجتمع الدراسة وعينتها: يتمثل مجتمع بالصحفيين الأردنيين، وقد تم اختيار عينة عشوائية متاحة قوامها (٣٠٠) مفردة تم توزيعها بطريقة الاستبانة الإلكترونية من خلال نماذج غوغل (Google Forms).

أداة الدراسة: اعتمد الباحث على الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات والمعلومات، وذلك من خلال خدمات "Google Drive"، وتكونت الأداة من عدد من المحاور كما هو مبين بجدول رقم (٢).

### إجراءات الصدق والثبات

تعتبر العلاقة بين ثبات الاختبار وصدقه وجهان لعملة واحدة، وهو مدى صلاحية أداة الدراسة لتطبيقها على أفراد العينة، متى كانت صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله هذه الأداة (عبد الحميد، ٢٠٠٤، ص ٤٢٩)، وبناء على ذلك تم التأكد من صدق المحتوى والثبات لأداة الدراسة على النحو التالي:

**أولاً: صدق المحتوى:** للتحقق من صدق أداة الاستبانة تم عرضها بصورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص، لإبداء آرائهم حول بنية الأداة من حيث مجالاتها وفقراتها، وفيما إذا كانت الأداة تحقق أهداف الدراسة والإجابة على المشكلة البحثية، وفي ضوء ذلك عدلت الأداة من قبل الباحث وفق الملاحظات والتعديلات المرفقة من قبل المحكمين.

**ثانياً: اختبار الثبات:** قام الباحث باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS/V25) من خلال الاعتماد على معامل الثبات كرونباخ ألفا أو ما يسمى بالاتساق الداخلي لقياس مدى انسجام فقرات أداة الدراسة (الاستبانة) مع المحور أو المجال الذي يحاول الباحث قياسه، وقد أظهر معامل كرونباخ ألفا أن ثبات المحاور قد تراوح بين (٤,٨٥%) و(٩٥%)، وتعد هذه القيم مقبولة في البحث العلمي وتشير إلى ثبات أداة الدراسة، ويوضح الجدول رقم (٢) قيمة معامل الثبات لكل محور من هذه المحاور.

### جدول (٢) معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الاستبانة

معامل الثبات	المحور
٩٠,٣%	معرفة الصحفيين الأردنيين في المؤسسات الصحفية بتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
٩٣,٦%	جاهزية المؤسسات الصحفية الأردنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.
٨٥,٤%	مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية
٩٢,١%	عناصر النجاح التي يمكن تحقيقها من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية
٩٠,٤%	الصعوبات التي يواجهها المبحوثين في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية
٩٥%	التأثيرات الإيجابية والسلبية المترتبة على توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية
٩٠,١%	مقترحات المبحوثين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية
٩٦,١%	الثبات الكلي للأداة.

### مفهوم الذكاء الاصطناعي

يشير مفهوم الذكاء الاصطناعي إلى الطريقة التي يتم من خلالها محاكاة قدرات الذكاء البشري، وهو جزء من علم الحاسوب الذي يتعامل مع عملية تصميم الأنظمة الذكية، التي تظهر مجموعة من الخصائص التي يتم ربطها بالذكاء المتعلق بالعديد من السلوكيات البشرية، ويعرف (غريوال) الذكاء الاصطناعي على أنه: نظام المحاكاة الميكانيكية الذي

يقوم على جمع المعرفة والمعلومات التي تتعلق بمختلف القطاعات في العالم والعمل على معالجتها ونشرها للاستفادة منها على شكل ذكاء عملي (العزام، ٢٠٢٠، ٤٧٧).

ويعد الذكاء الاصطناعي أحد فروع علم الحاسوب، وإحدى الركائز الأساسية التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي، وتأسس على افتراض أن ملكة الذكاء يمكن وصفها بدقة بدرجة تمكن الآلة من محاكاتها، وهو مصطلح يتكون من كلمتين، هما: الذكاء، والاصطناعي، ويقصد بالذكاء القدرة على فهم الظروف أو الحالات الجديدة والمتغيرة؛ أي القدرة على إدراك وفهم وتعلم الحالات أو الظروف الجديدة، فمفاتيح الذكاء هي الإدراك الفهم، والتعلم، أما كلمة الاصطناعي فترتبط بالفعل "يصنع" أو "يصطنع"، وتطلق الكلمة على كل الأشياء التي تنشأ نتيجة النشاط أو الفعل الذي يتم من خلال اصطناع وتشكيل الأشياء تمييزاً عن الأشياء الموجودة بالفعل والمولدة بصورة طبيعية من دون تدخل الإنسان، وعلى هذا الأساس يعني الذكاء الاصطناعي بصفة عامة الذكاء الذي يصنعه أو يصطنعه الإنسان في الآلة أو الحاسوب، وبالتالي فإن الذكاء الاصطناعي هو علم الآلات الحديثة (المقيطي، ٢٠٢١، ١٠).

### تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام

من أبرز هذه التطبيقات (جعويك، ٢٠٢١، ص ٥):

١. إمكانية التعلم الآلي: يمكن للآلات التي تحتوي على تقنية الذكاء الاصطناعي أن تتعلم بشكل تلقائي، ما يسمح لها بأن تقوم بتنفيذ المهام المختلفة بشكل أسرع وأسهل مرة بعد مرة.
٢. الوصول إلى أماكن يصعب الوصول إليها: بفضل ميزات هذه التقنية الرائعة، يمكن للإعلاميين أن يقوموا بزيارة أماكن لا يمكنهم أن يقوموا بزيارتها بأنفسهم، على سبيل المثال، يمكن للأجهزة الذكية أن تمكنك من زيارة الأماكن الخطيرة وميادين الحروب لتغطية الأخبار هناك بسهولة.
٣. إمكانية توليد ومعالجة اللغة الطبيعية: بفضل التطورات الكبيرة التي شهدتها حقل الذكاء الاصطناعي في الآليات، يمكن لهذه الآليات أن تقوم بتوليد نصوص مشابهة بشكل كبير للنصوص التي نقوم نحن البشر بكتابتها، فضلاً عن ذلك، يمكن لهذه الآليات أيضاً أن تقوم بقراءة وفهم المحتوى المكتوب من قبل البشر بسهولة.
٤. القدرة على التلخيص التلقائي: باستخدام هذه الميزة، يمكن للآليات التي تحتوي على قدرات الذكاء الاصطناعي أن تقوم بتلخيص الأفكار المفتاحية المهمة من بين مجموعة كبيرة من المعلومات والبيانات بسهولة.
٥. تنقيب البيانات واستخراجها وتدقيقها: بفضل التقنيات الحديثة، يمكن للأجهزة المدعومة بميزة الذكاء الاصطناعي أن تقوم بالتنقيب عن المعلومات والبيانات واستخراجها بسرعة كبيرة، بالإضافة إلى ذلك، يمكن لهذه الآلات أن تقوم بتدقيق مراجع هذه المعلومات وتدقيقها لغوياً ونحوياً أيضاً.

### الذكاء الاصطناعي والكتابة الصحفية

يتفق الخبراء على أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكتابة الصحفية يمكن تقسيمه إلى ثلاث خطوات، هي:

١. اكتشاف القصة: ويتم من خلال مسح المستندات والبيانات بحثاً عن أنماط جديدة، وإنشاء روبوتات لتنبئ المراسل أو المحرر تلقائياً، (Broussard, 2015, 814) إلا أن الجزء

- الصعب حول استخدام الخوارزميات لاكتشاف القصص هو التمييز بين ما يجعل شيئا ما جديرا بالنشر من عدمه (Diakopoulos, 2021)، ومن ثم يحتاج المحررون إلى فحص كل ما ينشر.
٢. إنتاج القصة: يتم من خلال إنشاء المحتوى الآلي، وقد تم تنفيذه أولا في المجالات التي تتوفر فيها بيانات روتينية وإحصائية، مثل الرياضة والجريمة والطقس (2018,6 Miroshnichenko)، وقد بدأت وكالة أسوشيتدبرس في أتمتة تقارير الأرباح المالية عام ٢٠١٤ م حيث كانت تنشر ٣٠٠ تقرير كل ربع سنة، بينما وصل عدد التقارير التي يتم نشرها في نفس المدة بعد استخدام تلك التقنيات نحو ٣٧٠٠ تقرير، ويرى كثيرون أن العدد مرشح للزيادة (Peiser, 2019).
٣. توزيع القصص: تقوم المؤسسات الصحفية بإنشاء روبوتات وأدوات لتتبع محفوظات القراءة والتوصية بالقصص للمستخدمين، مثل استخدام مؤسسة بلومبيرج للذكاء الاصطناعي في عملية توزيع القصص بتطبيقها على الهاتف، والذي ينتج ملخصات لأهم القصص، ويتم تحديثها يدويا أو في كل مرة يتم فيها فتح التطبيق (Bloomberg 2021)، حيث يتم تحديد استراتيجية لتوزيع القصص على المنصات وفقا لتفاعل المستخدمين مع المحتوى (Southern, 2021).
- وتوجد خطوات تزيد الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية، وصولا للتحول الذكي المنشود، وأبرزها (موسى وعبد الفتاح، ٢٠٢٠، ٥٧):
١. تعرف قيادة المؤسسات الصحفية والعاملين بها على مصطلحات الذكاء الاصطناعي والتحول الذكي بالعمل الصحفي، وما يتضمنه من إجراءات، وما يواجهه من تحديات، حتى تتم العملية بوعي وإمام الجميع بها.
  ٢. دراسة واقع المؤسسات بتشخيص نقاط قوتها وضعفها وفرص تطويرها وتحسينها، والحلول التقنية المقترحة المناسبة لها، ووضع الاستراتيجيات المثلى لهذا التحول وآلياته.
  ٣. توزيع المسؤوليات على القائمين باستخدام التقنيات، واعتمادهم كمرجعيات إدارية لها.
  ٤. رسم أهداف تفصيلية ومراحل واضحة للتطبيق العملي تدريجيا، وفق أهميتها للمؤسسة.
  ٥. بدء التطبيق حسب خطة زمنية، وعن طريق إشراك الجميع للاستفادة من هذه التقنيات.
  ٦. المتابعة المستمرة وقياس فعالية التقنيات الذكية عبر قراءة وتحليل البيانات الناتجة عنها ومدى ملاءمتها لمتطلبات العمل الصحفي، للوصول إلى التحول الذكي.
- ويرى الباحث أن الذكاء الاصطناعي: نظام ناتج عن تطوير علوم الحاسوب والبرمجيات، يهدف إلى إنتاج تقنيات وآلات قادرة على أداء مهام بشرية، بعد تزويدها بالبيانات، وأن سائل الإعلام لجأت إلى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجالات ووسائل مختلفة، واستفادت منها الصحافة في عدة مجالات، أهمها استخراج البيانات، وتحسين طرق البحث، واختيار الموضوعات، وإنتاج الأخبار، وتصحيح الأخطاء، وتحسين جودة المحتوى، والتنبؤ، وفهم ردود الفعل البشرية، وتعليقات الجمهور، ومكافحة الأخبار المزيفة، وحتى كتابة النصوص الإخبارية بشكل كامل.

### نتائج الدراسة ومناقشتها

#### أولاً: درجة معرفة المبحوثين بتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

- ما درجة معرفة الصحفيين الأردنيين في المؤسسات الصحفية بتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات المبحوثين كما هي موضحة في الجدول التالي:

#### جدول رقم (٣) درجة معرفة عينة الدراسة بتقنيات الذكاء الاصطناعي

متوسط المعرفة ٤-١	النسبة	التكرار	البدائل	
2.48	11.3	34	1	معرفة كافية
	23.3	70	2	إلى حد ما
	41.6	125	3	محدودة
	23.6	71	4	لا أعرف
محدودة	100%	300	المجموع	

تحدد بيانات الجدول رقم (٣) إلى درجة معرفة الصحفيين في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث جاء متوسط درجة المعرفة الكلي للمبحوثين بتطبيقات الذكاء الاصطناعي (٢,٤٨) بدرجة (محدودة)، حيث تظهر النتائج أن ما نسبته (٤١,٦%) لديهم معرفة محدودة بهذه التطبيقات، وتظهر النتائج أن نسبة من كان لديهم معرفة (إلى حد ما) كانت (٢٣,٣%)، فيما جاء من كان لديهم (معرفة كافية) بنسبة (١١,٣%)، فيما جاءت فئة (لا أعرف) بنسبة (٢٣,٦%).

وقد تعزى درجة المعرفة المحدودة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى أفراد العينة إلى كونها تكنولوجيا مستحدثة لا تزال قيد التجربة والتطوير بالمؤسسات الصحفية التي تحاول بناء معرفة كافية حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي واستخداماتها في الصحافة، خاصة بأن هذه التطبيقات في تطور مستمر وسريع.

وقد قام الباحث باستثناء من ليس لديهم معرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي والبالغ عددهم (٧١) والذين شكلوا ما نسبته (٢٣,٦%) من عينة الدراسة، ليصبح عدد المبحوثين الذين قاموا بالإجابة عن أسئلة الدراسة (٢٢٩) صحفياً.

ثانياً: جاهزية المؤسسات الصحفية الأردنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي  
ما مدى جاهزية المؤسسات الصحفية الأردنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟  
جدول رقم (٤) توزيع المبحوثين حسب جاهزية المؤسسات الصحفية الأردنية لتوظيف  
تقنيات الذكاء الاصطناعي

النسبة	ك	مدى الجاهزية
11	33	إلى حد كبير
64	192	إلى حد ما
25	75	لا
100	300	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (٤) إلى أن معظم المبحوثين يعتقدون أن هناك جاهزية نسبية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية، حيث يرى حوالي ١١% أن المؤسسات الصحفية الأردنية جاهزة إلى حد كبير، في حين يرى حوالي ٦٤% أنها جاهزة إلى حد ما، بينما يرى حوالي ٢٥% عدم جاهزية هذه المؤسسات، وهذه النسبة تعكس وجود جاهزية بيئية صحفية في المؤسسات الصحفية الأردنية مواكبة للتطور والتحديث.

ثالثاً: ما درجة جاهزية المؤسسات الصحفية الأردنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟  
وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين كما هي موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (٥) درجة جاهزية المؤسسات الصحفية الأردنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		البدائل	
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن		
1	696.	4.12	0.4	1	1.3	3	12.2	28	57.6	132	28.4	65	1	توجد في المؤسسات الصحفية بيئة صحفية حديثة ومتطورة فنياً وتقنياً.
1	662.	4.12	0	0	0.9	2	14.0	32	57.6	132	27.5	63	5	لدى المؤسسات الصحفية الأردنية معرفة بطريقة استخدام التقنيات.
3	662.	4.10	0	0	0.9	2	14.8	34	58.1	133	26.2	60	6	تقدم المؤسسات الصحفية الأردنية التدريب والتأهيل البشري.
4	736.	4.05	0.4	1	2.2	5	15.3	35	55.9	128	26.2	60	4	لدى المؤسسات الصحفية الأردنية استراتيجية واضحة المعالم الإعلامية.
5	697.	4.02	0	0	1.7	4	17.9	41	56.8	130	23.6	54	3	تمتلك المؤسسات الصحفية الأردنية إرادة علياً لتبني التقنيات.
6	701.	4.01	0	0	1.7	4	18.8	43	56.3	129	23.1	53	2	تتوفر لدى المؤسسات الصحفية الأردنية إمكانيات مادية مناسبة.

تشير بيانات الجدول رقم (٥) إلى درجة جاهزية المؤسسات الصحفية الأردنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر عينة الدراسة حيث جاءت كلا العبارتين (توجد في المؤسسات الصحفية الأردنية بيئة صحفية حديثة ومتطورة فنياً وتقنياً، لدى المؤسسات الصحفية الأردنية معرفة بطريقة استخدام التقنيات) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٢) لكل منهما، وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة (تقدم المؤسسات الصحفية الأردنية التدريب والتأهيل البشري) بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٠)، وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة (لدى المؤسسات الصحفية الأردنية استراتيجيه إعلامية واضحة المعالم) بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٥)، وجاءت في المرتبة الخامسة عبارة (تمتلك المؤسسات الصحفية الأردنية إرادة عليا لتبني التقنيات) بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٢)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة (تتوفر لدى المؤسسات الصحفية الأردنية إمكانيات مادية مناسبة) بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠١).

ويرى الباحث أن المتوسطات المرتفعة للعبارات الواردة في الجدول السابق والتي توازي (الدرجة المرتفعة) على مقياس ليكرت الخماسي، تشير إلى أن الصحفيين في المؤسسات الصحفية الأردنية لديهم وعي بأهمية هذه الأنواع من التطبيقات ودورها في تحسين وتطوير الإنتاج على المدى البعيد، حيث أنها توفر الوقت والجهد الإنساني وتخلق تجارب مميزة وتفاعلية أكثر.

رابعاً: مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية - ما مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟

جدول رقم (٦) مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية

الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		البدائل	
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن		
1	622.	4.18	0	0	1.3	3	7.9	18	62.0	142	28.8	66	جمع المادة الصحفية وتحريرها	1
2	724.	4.10	0	0	1.7	4	16.2	37	52.0	119	30.1	69	إعداد تقارير صحفية شاملة بالتقنيات الحديثة.	2
2	715.	4.10	0.4	1	1.3	3	14.4	33	55.5	127	28.4	65	كتابة الأخبار والتتقيب عن البيانات.	4
2	712.	4.10	0	0	2.2	5	14.0	32	55.0	126	28.8	66	صناعة وعرض المحتوى الصحفي.	6
5	692.	4.06	0	0	1.7	4	15.7	36	57.2	131	25.3	58	كتابة البيانات الصحفية بجودة عالية.	5
6	704.	4.01	0	0	3.5	8	13.5	31	61.1	140	21.8	50	اختيار المواضيع الأكثر قرباً للمتلقى.	3
7	698.	4.06	0	0	2.2	5	14.8	34	57.6	132	25.3	58	الأخبار الترفيحية	7
8	740.	3.97	0.4	1	3.5	8	15.7	36	59.4	136	21.0	48	الرد التلقائي على الرسائل الإلكترونية.	9
9	718.	3.96	0	0	3.1	7	18.8	43	57.6	132	20.5	47	إخراج وتحرير المحتوى الصحفي.	8

\*اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الخماسي.



تظهر بيانات الجدول رقم (٦) مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية حيث جاءت عبارة (جمع المادة الصحفية وتحريرها) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٨).

#### خامساً: عناصر النجاح التي يمكن تحقيقها من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

ما عناصر النجاح التي يمكن تحقيقها من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية؟

#### جدول رقم (٧) عناصر النجاح التي يمكن تحقيقها من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية.

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		البدائل	
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن		
1	670.	4.17	0.4	1	0.4	1	11.4	26	57.2	131	30.6	70	1	تعدد طرق ووسائل نشر المحتوى الصحفي.
2	691.	4.16	0	0	1.3	3	13.1	30	53.7	123	31.9	73	6	وصف المحتوى الصحفي وتحويله إلى لغة الإشارة على نحو أسرع وأدق.
3	710.	4.14	0	0	2.2	5	12.7	29	54.6	125	30.6	70	3	سهولة نشر المواد الصحفية المنتجة آلياً عبر المنصات المتعددة.
4	688.	4.12	0.4	1	0.4	1	14.4	33	56.3	129	28.4	65	4	المعالجة الصحفية والاستفادة القصوى من الكم الهائل من البيانات والمعلومات.
5	690.	4.10	0	0	1.7	4	14.0	32	56.8	130	27.5	63	9	تتبع آخر الأخبار ورصدها.
5	694.	4.10	0	0	1.3	3	15.7	36	55.0	126	27.9	64	10	الشفافية في التعاطي مع البيانات والمعلومات.
7	735.	4.09	0.4	1	2.2	5	13.5	31	55.5	127	28.4	65	5	القضاء على الأخبار الكاذبة.
8	719.	4.07	0.4	1	1.3	3	15.7	36	55.5	127	27.1	62	2	سرعة النشر وتحديث كم هائل من المحتوى.
8	659.	4.07	0	0	1.3	3	14.4	33	60.3	138	24.0	55	7	التوظيف الجيد للمستحدثات التكنولوجية.
10	758.	4.02	1.7	4	1.3	3	13.1	30	60.7	139	23.1	53	8	توجيه المحتوى الصحفي تلقائياً إلى متلقيين محددين.

تشير بيانات الجدول رقم (7) أن عينة الدراسة (الصحفيين الأردنيين في المؤسسات الصحفية) ترى أن أكثر عناصر النجاح التي يمكن تحقيقها من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي المؤسسات الصحفية (تعدد طرق ووسائل نشر المحتوى الصحفي) حيث جاء بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٧).

وجاء (وصف المحتوى الصحفي وتحويله إلى لغة الإشارة على نحو أسرع وأدق) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٦)، وفي المرتبة الثالثة (سهولة نشر المواد الصحفية المنتجة آلياً عبر المنصات المتعددة) بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٤)، وجاءت عبارة (المعالجة الصحفية والاستفادة القصوى من الكم الهائل من البيانات والمعلومات) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٢)، وجاء كل من (تتبع آخر الأخبار ورصدها، الشفافية في التعاطي مع البيانات والمعلومات) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٤,١٠) لكل

منهما. في حين جاءت العبارات (القضاء على الأخبار الكاذبة، سرعة النشر وتحرير كم هائل من المحتوى، التوظيف الجيد للمستحدثات التكنولوجية، توجيه المحتوى الصحفي تلقائياً إلى متلقيين محددين أو أفراد بعينهم) في المرتبة السابعة وحتى العاشرة وبمتوسطات حسابية تراوحت بين (٤,٠٩ - ٤,٠٢).

ولأن مصدر الذكاء الاصطناعي هو الذكاء البشري؛ يرى الباحث أن الحاجة إلى تعاونهما معاً تبقى قائمة، مثلما بقي التكامل بين الإنسان والآلة قائماً في كافة المجالات، بحيث يبقى التأثير السلبي على المهام العضلية والروتينية والمرتبطة بدقة التنفيذ، وهكذا يظل التعاون بين الصحفيين والذكاء الاصطناعي يسير جنباً إلى جنب من أجل محتوى صحفي أكثر تطوراً؛ الأمر الذي يقتضي أن يتطور الصحفي في مجال تحسين مهاراته المتعلقة بالاستعانة بالذكاء الاصطناعي وتوظيفه توظيفاً فعالاً، فضلاً عن مهارات نقل المعلومات والبيانات.

سادساً: صعوبات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية.

- ما الصعوبات التي يواجهها عينة الدراسة في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية؟

جدول رقم (٨) صعوبات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		البيانات	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن		
1	780.	4.08	0.4	1	2.6	6	16.2	37	50.2	115	30.6	70	ضعف الإلمام بمفاتيح الخوارزميات.	1
2	808.	4.01	1.3	3	3.1	7	14.8	34	54.6	125	26.2	60	صعوبة في معالجة الجوانب المتعلقة بالهندسة اللغوية.	3
3	719.	3.97	0.4	1	1.3	3	21.0	48	55.9	128	21.4	49	صعوبة الإلمام بعناصر البرمجة والإحصائيات المتقدمة.	2
4	828.	3.95	0.9	2	4.4	10	18.3	42	51.5	118	24.9	57	ضعف في فحص جودة البيانات.	5
5	810.	3.82	1.7	4	3.9	9	21.0	48	57.2	131	16.2	37	عدم القدرة على تطوير أشكال جديدة من التعاون بين الثقافات المهنية.	4
مرتفعة	658.	3.96	المتوسط الكلي للصعوبات											

\*اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الخماسي.

تشير بيانات الجدول رقم (٨) إلى الصعوبات التي يواجهها العاملين في المؤسسات الصحفية الأردنية، حيث جاءت عبارة (ضعف الإلمام بمفاتيح الخوارزميات) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٨)، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة موسى وعبد الفتاح (٢٠٢٠) حيث بينت الدراسة أن الصحفيين أشاروا إلى عدم جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الأدوات نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها.

وجاءت عبارة (صعوبة في معالجة الجوانب المتعلقة بالهندسة اللغوية) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠١)، ثم في المرتبة الثالثة عبارة (صعوبة الإلمام بعناصر البرمجة والإحصائيات المتقدمة) وبمتوسط حسابي بلغ (٣,٩٧)، وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة (ضعف في فحص جودة البيانات) بمتوسط حسابي بلغ (٣,٩٥)، في حين كانت عبارة (عدم القدرة على تطوير أشكال جديدة من التعاون بين الثقافات المهنية) بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٢).

وعليه يتبين وجود العديد من الصعوبات التي تواجه فنيي الإنتاج في إدخال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في عملهم المؤسسي، ويرى الباحث أن الصعوبات الأساسية تتمثل في عدم وجود البنية والبيئة المناسبة للتعامل مع الذكاء الاصطناعي، فالتعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها يحتاج إلى أجهزة كمبيوتر ومعالجات خاصة ومتقدمة، كما أن عدد المبرمجين المهرة والمختصين القادرين على كتابة الخوارزميات وتحليلها وتطويرها يعتبرون قلة، مما يجعل الاستعانة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي باهظ الكلفة للمؤسسات الصحفية التي تعاني مالياً.

#### سابعاً: التأثيرات الإيجابية المترتبة على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

ما التأثيرات الإيجابية المترتبة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين كما هي موضحة في الجدول التالي:

#### جدول رقم (٩) التأثيرات الإيجابية المترتبة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية؟

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		البدائل	
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن		
1	669.	4.23	0	0	0.4	4	12.2	28	51.5	118	35.8	82	تعمل على زيادة السرعة في إنتاج المحتوى الصحفي.	1
2	716.	4.19	0.9	2	0.4	1	11.4	26	53.7	123	33.6	77	تساعد في تيسير إدارة العمل الصحفي.	7
3	706.	4.15	0	0	1.7	4	13.1	30	53.3	122	31.9	73	تساعد في تحليل البيانات الضخمة بسهولة.	8
4	680.	4.13	0	0	0.4	1	16.2	37	53.7	123	29.7	68	توفر للصحفيين بيئة عمل أكثر راحة.	3
5	646.	4.11	0	0	0.4	1	14.4	33	58.5	134	26.6	61	تخفف من الأعمال الروتينية للصحفيين، وتفرغهم للمهام الإبداعية.	6
6	690.	4.10	0	0	2.2	5	12.7	29	58.1	133	27.1	62	تحقق تنوع في السرد الإخباري بما يتناسب مع المنصات الرقمية.	4
7	693.	4.08	0	0	0.9	2	17.5	40	54.1	124	27.5	63	تساعد في تصحيح أخطاء المحتوى الصحفي.	2

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين

5	تساهم في تحسين جودة المحتوى الصحفي.	65	28.4	132	53.7	36	15.7	4	1.7	1	0.4	4.08	739.	7
9	تساعد الصحفيين على التنبؤ بالأخبار المتوقعة.	61	26.6	118	51.5	39	17.0	7	3.1	4	1.7	3.98	848.	9
المتوسط الكلي للإيجابيات		4.11												
مرتفعة		550.												

\*اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الخماسي.

تظهر بيانات الجدول رقم (٩) التأثيرات الايجابية الناتجة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية من وجهة نظر عينة الدراسة حيث جاءت عبارة (تعمل على زيادة السرعة في إنتاج المحتوى الصحفي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٤,٢٣).

وجاءت في المرتبة الثانية عبارة (تساعد في تيسير إدارة العمل الصحفي) بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٩)، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة (تساعد في تحليل البيانات الضخمة بسهولة) بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٥)، وجاءت في المرتبة الرابعة عبارة (توفر للصحفيين بيئة عمل أكثر راحة) بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٣)، ثم المرتبة الخامسة (تخفف من الأعمال الروتينية للصحفيين، وتفرغهم للمهام الإبداعية) بمتوسط حسابي بلغ (٤,١١).

وأما العبارات التالية: (تحقق تنوع في السرد الإخباري بما يتناسب مع المنصات الرقمية، تساعد في تصحيح أخطاء المحتوى الصحفي، تساهم في تحسين جودة المحتوى الصحفي، تساعد الصحفيين على التنبؤ بالأخبار المتوقعة) جاءت في المراتب السادسة وحتى التاسعة على التوالي بمتوسطات حسابية تراوحت بين (٤,١٠ - ٣,٩٨).

ووفقاً لنتائج الجدول السابق يتبين أن لتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية تأثير إيجابي بدرجة مرتفعة من وجهة نظر العينة، ويرى الباحث أن هذا مؤشراً على أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية ودورها الكبير في تغيير المهام وتطوير مهارات الصحفيين وإنتاج محتوى متميز وفريد يتماشى مع متطلبات الجمهور المطلع، حيث أن هذه التقنيات ستمكن المؤسسات الصحفية من منافسة غيرها من المؤسسات الإعلامية، وفي حال تخلف هذه المؤسسات عن الاستعانة به فإنها لن تتمكن من الصمود والمنافسة على المدى المنظور في ظل هذا التقدم التكنولوجي الهائل.

**ثامناً: التأثيرات السلبية المترتبة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي**

ما التأثيرات السلبية المترتبة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية؟

**جدول رقم (١٠) التأثيرات السلبية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية**

الرتبة	الاحراف المعيارية	المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		البيانات	
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن		
1	935.	3.87	2.2	5	6.6	15	17.9	41	48.5	111	24.9	57	تثير تحديات أخلاقية وقانونية حول حقوق النشر والمحتوى غير الدقيق.	6
2	981.	3.86	3.5	8	7.0	16	14.0	32	51.1	117	24.4	56	يتسم المحتوى الألي بالجمود وإهمال الجوانب الإنسانية.	1

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين

2	تؤدي إلى الاستغناء عن الكفاءات الصحفية.	49	21.4	117	51.1	44	19.2	13	5.7	6	2.6	3.83	919.	3	
3	لا تدعم تقنيات الذكاء الاصطناعي المحتوى المكتوب باللغة العربية.	42	18.3	123	53.7	50	21.8	8	3.5	6	2.6	3.82	864.	4	
8	تنخفض جودة التقارير المتعمقة التي تقدم شرحاً أو تفسيراً للأحداث.	48	21.0	114	49.8	44	19.2	19	8.3	4	1.7	3.80	924.	5	
9	تفتقد بعض القواعد والمعايير التحريرية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية.	46	20.1	120	52.4	39	17.0	18	7.9	6	2.6	3.79	940.	6	
4	يفتقر المحتوى الآلي إلى القبول عند شريحة من الجمهور.	50	21.8	110	48.0	46	20.1	15	6.6	8	3.5	3.78	976.	7	
5	عدم قبول الجمهور للمحتوى المنتج آلياً بما يؤثر على صورة الموقع لديهم بالسلب.	48	21.0	108	47.2	52	22.7	14	6.1	7	3.1	3.77	952.	8	
7	تؤدي تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى كثرة الأخطاء في المحتوى الآلي.	51	22.3	102	44.5	51	22.3	19	8.3	6	2.6	3.76	979.	9	
المتوسط الكلي للسليبيات													784.	3.80	مرتفعة

\*اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الخماسي.

تظهر بيانات الجدول رقم (١٠) التأثيرات السلبية الناتجة عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية من وجهة نظر عينة الدراسة حيث جاءت عبارة (تثير تحديات أخلاقية وقانونية حول حقوق النشر والمحتوى غير الدقيق) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٧)، ثم جاءت عبارة (يتسم المحتوى الآلي بالجمود وإهمال الجوانب الإنسانية) في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٦)، وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة (تؤدي إلى الاستغناء عن الكفاءات الصحفية) بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٣)، وكانت المرتبة الرابعة عبارة (لا تدعم تقنيات الذكاء الاصطناعي المحتوى المكتوب باللغة العربية) بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٢)، وفي المرتبة الخامسة جاءت عبارة (تنخفض جودة التقارير المتعمقة التي تقدم شرحاً أو تفسيراً للأحداث) بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٠). وحلت العبارات (تفتقد بعض القواعد والمعايير التحريرية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية، يفقر المحتوى الآلي إلى القبول عند شريحة من الجمهور، عدم قبول الجمهور للمحتوى المنتج آلياً بما يؤثر على صورة الموقع لديهم بالسلب) من الرواتب السادسة وحتى التاسعة بمتوسطات حسابية تراوحت بين (٣,٧٩ - ٣,٧٦). ويرى الباحث بأن الذكاء الاصطناعي لا يمكن أن يكون في صلب العمل الصحفي والإعلامي وإنما كأدوات مساعدة تسهل وتساعد في تقديم وتطوير الأنواع والأساليب الإعلامية المختلفة، فالإبداع والتميز يرجع إلى العنصر البشري بشكل مباشر، حتى وإن قدمت خوارزميات الذكاء الاصطناعي عملاً مذهباً، فالفضل بذلك يرجع إلى العنصر البشري الذي قام بإنشائها وتطويرها.

تاسعاً: مقترحات عينة الدراسة نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية - ما مقترحات عينة الدراسة نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية؟  
جدول رقم (١١) مقترحات عينة الدراسة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية ؟

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		البدائل
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	
1	626.	4.24	0	0	0	0	10.5	24	55.4	127	34.1	78	1 توفير الإمكانيات المادية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الصحفي
2	689.	4.11	0	0	0.9	2	16.2	37	54.1	124	28.8	66	3 تدريب عناصر بشرية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
3	685.	4.09	0	0	1.7	4	14.0	32	57.6	132	26.6	61	8 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في معرفة اهتمامات القراء بفاعلية كبيرة.
4	726.	4.07	0	0	2.6	6	15.3	35	55.0	126	27.1	62	5 الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى صحفي غير تقليدي
4	754.	4.07	0.4	1	2.2	5	15.7	36	52.8	121	28.8	66	7 سن قوانين وتشريعات تنظم صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية.
6	779.	4.06	0.4	1	2.6	6	17.0	39	50.7	116	29.3	67	2 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث بشكل أسرع.
7	694.	4.02	0	0	1.3	3	19.2	44	55.9	128	23.6	54	6 تطوير التعاون بين المؤسسات الصحفية وشركات البرمجيات
8	722.	4.00	0.4	1	1.7	4	18.3	42	56.8	130	22.7	52	4 دراسة التجارب الدولية في هذا المجال والاستفادة محلياً.
مرتفعة	555.	4.08	المتوسط الكلي للدوافع										

\*اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الخماسي.

تشير بيانات الجدول رقم (١١) إلى أن مقترح (توفير الإمكانيات المادية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الصحفي) جاء على رأس مقترحات الصحفيين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي وبمتوسط حسابي بلغ (٤,٢٤).

#### أهم النتائج العامة للدراسة

فيما يلي أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة، حيث أوضحت النتائج ما يلي:

- يرى 64% من الصحفيين الأردنيين أن المؤسسات الصحفية جاهزة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، بينما يرى 25% من المبحوثين أنها غير جاهزة، في حين يرى 11% أنها جاهزة.
- جاءت فقرة "توجد في المؤسسات الصحفية الأردنية بيئة صحفية حديثة ومتطورة فنيا وتقنياً، وفقرة لدى المؤسسات الصحفية الأردنية معرفة بطريقة استخدام التقنيات" في المرتبة الأولى ضمن درجة جاهزية المؤسسات الأردنية.
- جاءت الفقرة "جمع المادة الصحفية وتحريرها" في المرتبة الأولى في مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وبمتوسط حسابي بلغ 4.18.
- "تعدد طرق ووسائل نشر المحتوى الصحفي" من أهم عناصر النجاح التي يمكن للذكاء الاصطناعي أن يحققها في المؤسسات لصحفية حيث جاءت في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي 4.17.
- ضعف الإلمام بمفاتيح الخوارزميات من أهم الصعوبات التي تواجه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث جاءت في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي 4.08.
- أظهرت النتائج أن أبرز الآثار الإيجابية المترتبة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي أنها تعمل على زيادة السرعة في إنتاج المحتوى وبمتوسط حسابي بلغ 4.23.
- كشفت نتائج الدراسة أن الآثار السلبية المتوقعة جراء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي: "تثير تحديات أخلاقية وقانونية حول حقوق النشر والمحتوى غير الدقيق".
- "توفير الإمكانيات المادية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الصحفي" من أهم مقترحات المبحوثين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية.

#### التوصيات

- زيادة اهتمام المؤسسات الصحفية الأردنية بتوظيف هذه التقنيات في تسيير العمل الصحفي.
- البحث والتطوير في مجال تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية.
- عمل ورشات تثقيفية، تعرف الصحفيين في المؤسسات الصحفية بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وكيفية توظيفها في العمل الإعلامي والاستفادة منها في تقليل الجهد البشري.
- سن قوانين وتشريعات تضبط التجاوزات جراء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- تدريس مساقات حول موضوع الصحافة والذكاء الاصطناعي في الجامعات الأردنية.

## المراجع:

- باديس، خديجة (٢٠١٥). تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون أنموذجاً، (رسالة غير منشورة). جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر.
- بدوي، محمد جمال. (2021). آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*, 2021, 181374. doi : 10.21608 / ejsc , 2021, 47-120
- الحوالي، سحر. (٢٠٢٠). اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي "دراسة ميدانية". *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. 173-101، (72).
- بريك، أيمن. (٢٠٢٠م). اتجاهات القارئ بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. *مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد ٥٣، الجزء الثاني، الربيع ٢٠٢٠، ص ٤٤٧-٥٢٦*.
- الزغون، إسماعيل. (٢٠٢١ م). اتجاهات القارئ بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. غزة: الجامعة الإسلامية. ٣١-١٥
- عبد الحميد، عمرو. (٢٠٢٠). تقبل طلاب الإعلام في مصر والإمارات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي "دراسة في إطار نموذج قبول التكنولوجيا". *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. 409-341، (2) 19.
- عبد الحميد، محمد، (٢٠٠٤). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط٢، القاهرة: عالم الكتب*.
- عبد الظاهر، محمد. (٢٠٢١ م). *صحافة الذكاء الاصطناعي*. ورشة مركز الشارقة للتدريب الإعلامي، ومؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والاستشراف بتاريخ ٢٨-٢٠٢١ / ٤ / ٢٩.
- العزام، نورة. (٢٠٢٠). دور الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية في جامعة تبوك. *المجلة التربوية لكلية التربية بسوهاج* (84) 84، 467-499.
- موسى، عيسى وعبد الفتاح، أحمد. (٢٠٢٠). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية (دراسة مقارنة). *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. 66-1، (1) 19.
- عبد الظاهر، محمد. (٢٠٢١ م). *صحافة الذكاء الاصطناعي*. ورشة مركز الشارقة للتدريب الإعلامي، ومؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والاستشراف بتاريخ ٢٨-٢٠٢١ / ٤ / ٢٩.
- مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- المزاهرة، مثال. (٢٠١٠)، *بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط١، عمان: دار كنوز للنشر والتوزيع*.
- المشاقبة، بسام. (٢٠١١م). *نظريات الإعلام، ط١، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع*
- موسى، عيسى، وعبد الفتاح، أحمد. (٢٠٢٠ م)، *اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية* *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ٦٧-١، (١) ١٩
- Biswal, S. K., & Gouda, N. K. (2020). Artificial intelligence in journalism: A boon or bane?. In *Optimization in machine learning and applications* (pp. 155-167). Springer, Singapore.
- Bloomberg, Bloomberg Media's Innovation Lab launches "The Bulletin"—An AI-Powered News Feed for Bloomberg Mobile App Users. Retrieved on 12/4/2021, from: <https://bit.ly/3DZnGw3>
- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C. H. (2019). Artificial intelligence and journalism. *Journalism & mass communication quarterly*, 96(3), 673-695.
- Chan-Olmsted, Sylvia M. (2019). A Review of Artificial Intelligence Adoptions in the Media Industry. *International Journal on Media Management*, 21(3-4), 193-215.
- Chuan, Ching-Hua, Wan-Hsiu Sunny Tsai, & Su Yeon Cho. (2019, January). Framing artificial intelligence in American newspapers. In *Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society* (pp. 339-344).
- Diakopoulos, Nicholas. An algorithmic nose for news. *Columbia Journalism Review*. Retrieved on 14/3/2021, from: <https://bit.ly/3DLk3JK>
- Southern, L. How The Times of London increased digital subscribers 19% in a year? Digiday. Retrieved on 14/4/2021, from: <https://bit.ly/3ve2mjb>
- VanDykGibson, J. L. (2016). *K-12 Educational Technology Implementations: A Delphi Study* (Unpublished Doctor Dissertation), Walden University, USA.