



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



*Corresponding author

**Dr. Samir Abdul Ameer
Mousa**

College of Media, University
of Baghdad – Department of
Journalism

Email:
samiralsaad@yahoo.com

**Prof. Dr. Saad Hassan
Kazem**

College of Media, University
of Baghdad – Department of
Journalism

ARTICLE INFO

Article history:

Received 27 Feb 2025

Accepted 25 Dec 2025

Available online 1 Jan 2025



Arab Media Institutions in the Age of Algorithms: An Analysis of Journalists' Attitudes, Challenges, and the Transformative Changes Accompanying the Adoption of Artificial Intelligence Technologies

ABSTRACT

This research, titled "Arab Media Institutions in the Age of Algorithms," analyzes the attitudes of Arab journalists toward the use of artificial intelligence (AI) technologies, focusing on the readiness of media institutions and the challenges they face. A survey methodology was employed, involving 294 journalists. The results revealed that 63.3% of media institutions have an average level of readiness to adopt these technologies, while 33.7% have a high level of readiness. The study also found that 50.3% of journalists use AI technologies moderately, indicating a relatively high readiness to adopt these tools. The findings highlighted the importance of providing training centers for journalists and increasing budgets to develop these technologies, as well as addressing the ethical and professional challenges associated with using AI, such as maintaining professional standards and integrity. The study demonstrated a positive correlation between the level of AI usage and journalists' satisfaction with the performance of their institutions, suggesting that the use of these technologies can contribute to improving journalistic efficiency. The research emphasizes the importance of AI as a supportive tool that fosters innovation in the media field, while also underlining the need to address the challenges associated with it to ensure the desired benefits are achieved.

© 2025 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.4247>

المؤسسات الصحفية: "العربية في عصر الخوارزميات: تحليل اتجاهات الصحفيين، التحديات وأشكال التحول المصاحبة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي"

د. سمير عبد الأمير موسى – كلية الاعلام جامعة بغداد – قسم الصحافة.

أ.د. سعد حسن كاظم – كلية الاعلام جامعة بغداد – قسم الصحافة

المستخلص

يتناول البحث "المؤسسات الصحفية العربية في عصر الخوارزميات" تحليل اتجاهات الصحفيين العرب تجاه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، مع التركيز على جاهزية المؤسسات الصحفية والتحديات التي تواجهها، تم استخدام منهجية استقصائية شملت 294 صحفياً، إذ أظهرت النتائج أن 63.3% من المؤسسات الصحفية تتمتع بمستوى جاهزية متوسط لتوظيف هذه التقنيات، بينما 33.7% جاهزية عالية. أذ أظهرت الدراسة أن 50.3% من الصحفيين يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل معتدل، مما يعكس استعداداً نسبياً لتبني هذه الأدوات، تضمنت النتائج أهمية توفير مراكز تدريب للصحفيين وتعزيز الميزات اللازمة لتطوير التقنيات، فضلاً عن تحديد التحديات الأخلاقية والمهنية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي AI، مثل الحفاظ على المعايير المهنية والنزاهة، وقد أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ورضا الصحفيين عن أداء مؤسساتهم، الأمر الذي يشير إلى أن استخدام هذه التقنيات يمكن أن يسهم في تحسين كفاءة العمل الصحفي، ويعكس البحث أهمية الذكاء الاصطناعي AI بوصفه أداة داعمة تعزز من الابتكار في المجال الصحفي، مع ضرورة معالجة التحديات المرتبطة به لضمان تحقيق الفوائد المرجوة

الكلمات المفتاحية: صحافة الذكاء الاصطناعي، الخوارزميات، التحول الرقمي، غرف الاخبار

مقدمة

:شهد العالم في العقود الأخيرة قفزات هائلة في مجال التقنيات الذكية، فقد أحدث الذكاء الاصطناعي AI تغييراً جوهرياً في مناحي الحياة المختلفة، محوّلًا طبيعة نماذج العمل والإنتاج ومُعيداً تشكيل البنى التقليدية للعديد من القطاعات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ولم يكن التأثير مقتصرًا على الشركات الكبرى والجهات المتخصصة في التكنولوجيا، كما كان في بدايات هذا المجال، بل انتقلت تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى متناول الأفراد والمؤسسات بمختلف أحجامها وأشكالها، لتصبح أدوات أساسية قادرة على تعزيز الإنتاجية، وتحسين الكفاءة، وتقديم حلول مبتكرة

غير مسبوقه، لقد أصبحت تطبيقات الذكاء الاصطناعي ركيزة للابتكار في حقول حيوية واسعة النطاق، ظهرت النماذج التوليدية بوصفها واحدة من أهم التطبيقات المتقدمة للذكاء الاصطناعي؛ إذ أحدثت ثورة في إمكانيات إنتاج المحتوى النصي، والمرئي، والصوتي بجودة تضاهي الإنتاج البشري، وقد مكّنت هذه النماذج المؤسسات من تجاوز القيود التقليدية للإنتاج الإبداعي، لتُصبح قادرة على توليد محتوى متكامل يُستخدم في مجالات متعددة من مثل الإعلام، الترفيه، التسويق، والتعليم، لم تقتصر هذه التقنية على تعزيز قدرات المؤسسات فقط، بل باتت متاحة للأفراد، مما أسهم في تشكيل بيئات إنتاجية أكثر تنوعاً وإبداعاً، ومتغلغلة في حياة البشر اليومية، هذه الإمكانيات النوعية العظيمة التي وفرتها أدوات الذكاء الاصطناعي، وخاصة في مجال الصحافة، بدأت تؤدي دوراً حاسماً في حل المشكلات المعقدة المرتبطة بالإنتاجية، وفي تقديم خيارات ذات كفاءة وسرعة ودقة عالية، تمهد الطريق لما يمكن أن نسميه "الإبداع التكنولوجي الموجه".

من هذا المنطلق، تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على اتجاهات الصحفيين العرب إزاء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية، محاولة كشف التحديات والفرص التي يتيحها هذا التحول التكنولوجي لممارسة العمل الصحفي، إذ يختبر البحث كيفية فهم الصحفيين وتفاعلهم مع هذه التقنيات، ومدى إدراكهم لأهميتها في تعزيز اقتصاديات المؤسسات الصحفية وتطوير أساليب الإنتاج الصحفي، كما تسلط الضوء على التغيرات التي طرأت على دور الصحفي نتيجة هذا التبني المتزايد، وكيف يؤثر ذلك في مستقبل الصحافة ككل في العالم العربي، ومن ثَمَّ، فإن دراسة هذا الموضوع تشكل إضافة حيوية إلى المعرفة الأكاديمية، وتساعد في فهم التحديات الواقعية التي تواجهها الصحافة، وتفتح آفاقاً جديدة للحوار فيما يخص مستقبل الصحافة العربية وسط عاصفة التكنولوجيا الحديثة.

الدراسات السابقة: هنالك العديد من الدراسات التي تناولت تحليل اتجاهات الصحفيين والقيادات الصحفية. إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية، وتتناول بعض أهم الدراسات:

جاءت دراسة (Dörr & Hollnbuchner, 2017)، بعنوان **التحديات الأخلاقية للصحافة الخوارزمية** وفي محاولة للتعرف على التحديات الأخلاقية التي تواجه صحافة الخوارزميات بوصفها أحد أشكال الذكاء الاصطناعي في ضوء المجال الاجتماعي والمهني والتنظيمي، وسعت هذه الدراسة لتتناول استخدام الخوارزميات **Algorithms** في إنتاج المحتوى، وركزت على مفهوم صحافة الخوارزميات والتي تقوم على استخدام البرمجيات في إنتاج المضمون الصحفي من دون الاستعانة بالصحفي، كذلك معرفة طبيعة القضايا الأخلاقية المترتبة على استخدام تلك البرمجيات،

وقامت الدراسة بتحليل النظريات الأخلاقية ، التي من شأنها أن تفسر تلك الظاهرة والاستعانة بتلك النظريات بوصفها أطر نظرية للدراسة، ويشير التحليل إلى وجود تحول ذي دلالة في المسؤولية في إنتاج الأخبار، فمع ظهور هذا النوع من الصحافة أصبح الصحفي البشر ليس العامل الأخلاقي الوحيد في عملية إنتاج الأخبار، بل أصبح هناك مشتركون في عملية الإنتاج مثل الوكالة التي تعمل باللغة المبرمجة والمؤسسات الإعلامية، والمبرمج، وجامعي البيانات.

ومن جهة أخرى جاءت دراسة (Pashevich, 2018)، بعنوان أتمتة إنتاج الأخبار في النرويج: تعزيز غرفة الأخبار بالذكاء الاصطناعي، لرصد مدي تبني "غرف الاخبار" النرويجية تقنيات الذكاء الاصطناعي" وتحدياتها الأخلاقية وتأثيراتها على الممارسات المهنية، مسطرة الضوء على تطبيقها المبكر وإمكاناتها في الإعلام منذ عام (2014)، فقد تم تطوير تقنيات الأتمتة لكتابة المقالات، خاصة في مجالات مثل الرياضة والمالية، عبر إجراء مقابلات متعمقة مع عينة من الصحفيين ومطوري الأنظمة والباحثين بهذا المجال وتبين أن هذه التقنيات تسهم في أتمته المهام الروتينية بسرعة ودقة، وتفرغ الصحفيين للمهام الإبداعية، وتبرز هذه الدراسة تحديات أخلاقية تتعلق باختيار البيانات وبرمجة الخوارزميات، وبالرغم من أن الصحافة الآلية لديها القدرة على تغيير استهلاك الأخبار، إلا أنها تناسب أنواعا محددة من الاخبار أما دراسة (Monti, 2019)، بعنوان الصحافة الآلية وتحليل المشكلات الأخلاقية والقانونية التي تواجه تلك النوعية من الصحافة المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي، فهي سعت الى إلقاء الضوء على حرية لمعلومات والمسؤولية ومدى تأثير تلك القضايا بالتكنولوجيا الجديدة واستخدام الذكاء الاصطناعي، وانتهى الباحث إلى أن القضية ليست في الكيفية التي يستخدم بها الصحفيون البرمجيات لتحقيق الصالح العام وإنما القضية تتمثل في "كيف ومتى وأين ولماذا ومن" يتم استخدام تلك التكنولوجيا، ولتحقيق المسؤولية والثقة في تلك النوعية من الصحافة يلزم على المحررين أن يطوروا أدواتهم في استكشاف الأخبار ومراجعة البيانات من المصادر لتجنب التزييف والتضليل، وجاءت دراسة (de-Lima-Santos & Ceron, 2021)، بعنوان " الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام: التصورات الحالية والآفاق المستقبلية" في السعي إلى التعرف على تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في وكالة أنباء Xinhua الصينية على العمل الصحفي، وما هي التحديات التي تعيق توظيف تلك التكنولوجيا في الوكالة، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، إذ قام باختيار عينة عشوائية قوامها (25) صحفياً من وكالة أنباء Xinhua الصينية، ومن طريق استخدام المقابلات المتعمقة أشارت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء

الاصطناعيّ أسهم في نحو كبير في العمل الصحفي، خاصة فيما يتعلق بجمع وتحليل المعلومات والبيانات الذي يحدث إلكترونيًا ومن دون التدخل المباشر من قبل المحررين .

وتعد دراسة (Simon, 2024) ، بعنوان " الذكاء الاصطناعيّ في الأخبار: كيف يعيد تشكيل وإعادة تنظيم الصحافة " تضمنت هذه الدراسة (170) مقابلة شبة منظمة منها (135) مع العاملين في مجال الأخبار من (35) مؤسسة إخبارية عالمية ، كما تضمنت مقابلة (36) خبيرًا دوليًا من مجالات الاعلام والتكنولوجيا والسياسة، واستعرضت هذه الدراسة استخدام الذكاء الاصطناعيّ في المجالات التحريرية والتجارية والتكنولوجية، مع التركيز على التأثيرات الهيكلية للذكاء الاصطناعيّ على المؤسسات الإخبارية، كما ناقشت الكيفية التي يتم فيها إعادة تنظيم الأخبار ، وما يترتب على ذلك من آثار، وتوصلت الدراسة الى نتائج مهمة ، منها أهمية بعض التقنيات في تقليل الوقت اللازم للقيام بالمهام الصحفية، تقليل عبء العمل، وأن الاعتماد المتزايد على شركات التكنولوجيا الكبرى يثير مخاوف بشأن فقدان السيطرة على العمليات الصحفية.

التعليق على الدراسات السابقة

- "اتفقت معظم الدراسات على أهمية توظيف الذكاء الاصطناعيّ في المواقع الإخبارية، حيث يقدم هذا التوظيف فرصًا عديدة لتحسين جودة المحتوى وزيادة كفاءة العمل، ومع ذلك، أشارت الدراسات أيضًا إلى وجود تحديات تواجه الصحفيين في ظل توظيف هذه التقنيات، مثل القلق من استبدال الوظائف وضرورة التكيف مع التقنيات الجديدة، فضلًا عن ذلك، تواجه المؤسسات الصحفية تحديات تتعلق بتطبيق الذكاء الاصطناعيّ على نحو فاعل، مثل الحاجة إلى استثمارات كبيرة في التكنولوجيا وأهمية تدريب الموظفين على استخدامها بشكل صحيح.

- "تُظهر الدراسات السابقة التي تناولت الذكاء الاصطناعيّ أنها لم تقدم صورة واضحة بخصوص مستقبل هذه التقنيات، إذ تختلف وجهات نظر الباحثين في هذا الصدد، فقد أشار بعضهم إلى صعوبة التنبؤ بهذا المستقبل، بينما حذر آخرون من قوة تأثير الذكاء الاصطناعيّ وصعوبة السيطرة عليه، ولعل السبب وراء هذه الآراء المتباينة يعود إلى التطور المستمر والمتسارع في هذا المجال، وظهرت العديد من الدراسات ان غياب البعد الإنساني ، هو من ابرز التحديات التي تواجه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعيّ ، وإن التحدي الأكبر يتمثل في التأثير السلبي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعيّ على وظائف الصحفيين وإمكانية استبدالهم بالروبوتات.

-ذهبت معظم الدراسات إلى أن التطبيق الفعلي للذكاء الاصطناعيّ في مجال الصحافة لم يصل بعد إلى المستوى المطلوب أو المتوقع، بالرغم من التقدم الملحوظ في التكنولوجيا، ولا تزال عملية

توظيف الذكاء الاصطناعي غير مُعممة عبر جميع جوانب العمل الصحفي في المواقع الإخبارية، والاستثناءات الوحيدة تشمل المؤسسات الصحفية الكبرى في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وبعض الدول التي تقدمت كثيرا في هذا المجال، والتي تمكنت على نحو أكثر فاعلية من دمج هذه التقنيات في عملياتها التحريرية والإنتاجية، وبهذا، يتضح وجود فجوة كبيرة بين الإمكانيات التي يمكن أن يحققها الذكاء الاصطناعي والفوائد الفعلية التي تم تحقيقها في العديد من المؤسسات الأصغر أو في الدول الأخرى.

- علاوة على ذلك، أكدت العديد من الدراسات على أهمية تدريب الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية، إذ يُعد هذا العنصر مطلبًا أساسيًا يُمكنهم من التعامل على نحو فاعل مع التقنيات الحديثة، كما أنه يجب ألا يقتصر دور الصحفيين على أداء المهام الروتينية فحسب، بل ينبغي أن يتضمن أيضًا إلمامهم بجوانب التشغيل التكنولوجية التي تتيح لهم العمل بكفاءة ويسر.

التعريفات الإجرائية:

صحافة الذكاء الاصطناعي: هي فرع من الصحافة يعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار والمحتوى الصحفي، حيث يتم استخدام البرمجيات والأدوات المتقدمة لتحليل البيانات، صياغة النصوص، وتجميع المعلومات، تشمل تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي التحقق من الحقائق، تحليل آراء الجمهور، إنشاء تقارير تلقائية، وتخصيص المحتوى استنادًا إلى تفضيلات القراء.

التحول الرقمي: التغيرات والتغيرات النوعية التي تطرأ على طبيعة العمل الصحفي والإعلامي داخل المؤسسات العربية نتيجة اعتمادها على تقنيات الذكاء الاصطناعي، بما يشمل تطوير طرق العمل، وإنتاج المحتوى وتفاعله مع الجمهور عبر المنصات الرقمية.

الخوارزميات: هي مجموعة من الخطوات أو القواعد المحددة التي يتبعها الجهاز أو النظام لتطبيق المعالجة، مثل تحليل البيانات، أو اتخاذ القرارات، أو أداء عمليات محددة، وغالبًا ما تُستخدم لتوجيه العمليات في التطبيقات البرمجية، بما في ذلك تحليل المحتوى وتخصيص المحتوى في الوسائط الرقمية.

4. **غرف الأخبار:** هي البيئة التنظيمية المتخصصة لتواجد الصحفيين، ومحرري الأخبار، والمحررين الفنيين، وتتم فيها عمليات إنتاج الأخبار وأتمتها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتشمل هذه العمليات جمع المعلومات، وتحرير المحتوى، وإعداد التقارير، فضلًا عن نشر الأخبار وتوزيعها عبر المواقع الإخبارية التابعة للمؤسسات الصحفية، وتُعد غرف الأخبار قلب العملية الصحفية التي

تتم فيها تبادل المعلومات على نحو سريع وفعال، مما يسهم في تحقيق تغطية دقيقة ومستمرة للأحداث الجارية.

مشكلة البحث: تتمثل مشكلة البحث في التعرف على اتجاهات الصحفيين العرب إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية، والوقوف على جاهزية المؤسسات الصحفية في توظيف هذه التقنيات ومتطلباتها والمهارات الضرورية اللازمة لها ومجالات استخداماتها، ودورها في تسيير العمل الصحفي، والتحديات التي تواجه عمل الصحفيين، ومقترحاتهم نحو مستقبلها والمخاوف التي تعتري العاملين في المؤسسات الصحفية مع توظيف هذه التقنيات، كما يرمي هذا البحث إلى معرفة أشكال التحول في العمل الصحفي في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ويمكن التعبير عن مشكلة البحث في تساؤل رئيس هو: **ما اتجاهات الصحفيين العرب إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية وينبثق عنه التساؤلات الفرعية الآتية:**

1. ما مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تسيير العمل الصحفي بالمواقع الإخبارية بحسب آراء الصحفيين العرب؟
2. ما مدى جاهزية المؤسسات الصحفية في توظيف هذه التقنيات بحسب آراء الصحفيين العرب؟
3. ما متطلبات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية بحسب آراء الصحفيين العرب؟
4. ما التأثيرات الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدام هذه التقنيات بحسب آراء الصحفيين العرب؟
5. ما أهم التحديات التي تواجه الصحفيين في استخدام هذه التقنيات بحسب آراء الصحفيين العرب؟
6. ما أشكال التحول في عمل المؤسسات الصحفية في ظل توظيف "تقنيات الذكاء الاصطناعي" في العمل الصحفي

فروض البحث:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام "تقنيات الذكاء الاصطناعي" في تسيير العمل الصحفي بالمواقع الإخبارية ورضا الصحفيين العرب عن أداء مؤسساتهم.

الفرض الثاني: هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التحديات التي تواجه الصحفيين في استخدام "تقنيات الذكاء الاصطناعي" ومستوى الدعم المؤسسي المتاح لهم بحسب آراء الصحفيين العرب.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة جاهزية المؤسسات الصحفية والتأثيرات الإيجابية لاستخدام "تقنيات الذكاء الاصطناعي" بحسب آراء الصحفيين العرب.

أهمية البحث: يكتسب البحث في مجال صحافة الذكاء الاصطناعي، أهمية علمية ونظرية كبيرة، إذ يقدم إطاراً نظرياً متكاملاً بخصوص هذا المفهوم الحديث الذي نشأ استجابة للتطورات التقنية المتسارعة، ويسهم البحث في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالعمل الصحفي الذكاء الاصطناعي، سيما أن هذا المجال لا يزال حديثاً نسبياً، مما يبرز الحاجة إلى دراسات معمقة تسلط الضوء على التجارب الفعلية للصحفيين في المؤسسات الصحفية العربية، يسعى البحث في نقل المفاهيم والأسس النظرية إلى بيئة عربية مختلفة، مما يثري المعرفة العلمية بخصوص هذه الظاهرة في هذا السياق، أما من الناحية التطبيقية، يكشف البحث عن اتجاهات الصحفيين في المؤسسات الصحفية العربية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، مع تحليل العلاقة بين هذه الاتجاهات، وطبيعة المؤسسات ومستوى الخبرة المهنية للصحفيين، ويسلط الضوء على تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير بيئة العمل الصحفي، سواء من حيث تحسين الكفاءة أو التحديات المرتبطة بإحلال هذه التقنيات محل العنصر البشري، مما يضمن تفهمهم مع بيئة العمل المستقبلية، ويعالج البحث المخاوف القائمة لدى الصحفيين بشأن تأثير الذكاء الاصطناعي على أدوارهم المهنية، ويقدم حلولاً عملية للتعامل مع هذه المخاوف، مما يعزز من قدرة المؤسسات الصحفية على التكيف مع التغيرات السريعة في عالم الإعلام.

أهداف البحث:

1. التعرف على مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تسيير العمل الصحفي بالمواقع الإخبارية بحسب آراء الصحفيين العرب؟
2. معرفة مستوى جاهزية المؤسسات الصحفية في توظيف هذه التقنيات بحسب آراء الصحفيين العرب؟
3. التعرف على متطلبات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية بحسب آراء الصحفيين العرب؟
4. كشف التأثيرات الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدام هذه التقنيات بحسب آراء الصحفيين العرب؟
5. الوقوف على أهم التحديات التي تواجه الصحفيين في استخدام هذه التقنيات بحسب آراء الصحفيين العرب؟
6. معرفة أشكال التحول في عمل المؤسسات الصحفية في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

مجتمع البحث: يشمل مجتمع البحث الصحفيين العرب العاملين في المؤسسات الصحفية العربية والأجنبية التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتوزيع ونشر المحتوى الإخباري،

بمختلف تخصصاتهم المهنية الصحفية، كما يتضمن مجتمع البحث المبرمجين الذين يقومون ببرمجة وتطبيق هذه التقنيات، فضلا عن العاملين في المؤسسات الصحفية في مختلف الوظائف الإدارية ذات الصلة بطبيعة العمل الصحفي، والتي تسهم في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لدعم وتطوير العمل الصحفي.

عينة البحث: شملت عينة البحث (294) فردًا من الصحفيين العرب من مختلف الدول العربية والعاملين في المؤسسات الصحفية العربية والعالمية، وتم اختيار العينة باستخدام طريقة (عينة الإتاحة)، إذ تم مراعاة الوصول إلى أكبر عدد من الأفراد واستجابتهم المحتملة للمشاركة في البحث، وتم اعتماد هذا الأسلوب نظرًا للصعوبات العملية المتعلقة بالوصول إلى كافة أفراد مجتمع البحث، مثل تباين توافر الأفراد وانشغالهم بمهامهم اليومية وامتناع بعضهم عن المشاركة في الإجابة على استمارة الاستبيان، وفضلا عن ذلك، تم استخدام تقنية "عينة كرة الثلج" بوصفه وسيلة مكتملة للوصول بوصفه وسيلة إلى أفراد إضافيين من العينة، مما أسهم ذلك في زيادة تمثيلية العينة وضمان شمولية أكبر للبحث رغم التحديات المذكورة، يسوغ هذا الاختيار من طريق الحاجة إلى الحصول على بيانات ذات جودة عالية ضمن الإطار الزمني المحدد، فضلا عن القيود العملية التي تواجه الباحث في الوصول إلى جميع أفراد مجتمع البحث، تضمن طريقة اختيار العينة أن تكون النتائج قابلة للتعميم على مجتمع البحث على نحو معقول.

منهج البحث: اعتمد البحث على المنهج الوصفي بوصفه المنهج الأكثر ملاءمة لتحقيق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته، إذ تم استخدام أداة الاستبانة بوصفها وسيلة رئيسية لجمع البيانات، إذ أعدت الاستبانة بعناية بعد تحكيمها من قبل خبراء متخصصين لضمان دقة المضمون وملاءمته للأهداف البحثية، واختيار الاستبانة جاء نظرًا لقدرتها على جمع بيانات كمية ونوعية مفصلة تخص اتجاهات الصحفيين ومواقفهم تجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما أتاح جمع البيانات من عدة دول عربية، في تقديم منظور شامل يخص الاستعداد المؤسسي لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتحديات التي تواجه المؤسسات الصحفية، فضلا عن استشراف مستقبل الصحافة في ظل التحولات التقنية، وبهذا فإن منهج البحث وأدواته صُممت بعناية لتوفير بيانات شاملة ومتكاملة تخدم أهداف البحث، وتسهم في الإجابة عن تساؤلاته الرئيسية والفرعية بفاعلية ودقة.

الصدق والثبات

-**الصدق:** أعتمد الباحث طريقة الصدق الظاهري لاستبانة البحث، إذ تم عرضها على المحكمين¹، للحكم على صلاحيتها، وقد تحقق صدق الاستبانة ظاهرياً عبر عرض فقرات الاستبانة والمقاييس، وحصلت الاستبانة على اتفاق الخبراء بعد إجراء التعديلات عليها ، وكان اتفاق الخبراء الكلي على فقرات الاستبانة (89.67%) وهي نسبة مقبولة وفقاً لمعادلة استخراج الصدق الظاهري.

- **الثبات:** تم استخراج الثبات للمقياس بطريقة (التجزئة النصفية)، وقد كانت معامل ارتباط بيرسون بين درجات النصفين، جميعها مقبولة، وجميعها معاملات ارتباط عالية بين 0.762 و0.867 لمقاييس الدراسة.

النظرية الموجهة للبحث :

النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) : هي نموذج نظري يرمي لفهم استخدام التكنولوجيا الجديدة ودرجات قبولها من قبل الأفراد، وقد تم تطوير هذه النظرية من قبل Venkatesh وزملائه (Venkatesh et al., 2003) ، ويتكون نموذج UTAUT من أربعة عناصر (الخولي، 2020، صفحة 121):

1. **الأداء المتوقع Performance Expectancy:** هو "الدرجة التي يعتقد الفرد أن استخدام التقنية سيساعده على تحقيق مكاسب في الأداء الوظيفي، هو مستوى الاداء الذي التي يعتقد الأفراد أن استخدامهم للتقنية سوف يحقق مرونة وفائدة في تنفيذ الاعمال .
2. **الجهد المتوقع:** ويقصد به سهولة استخدام التقنية ، فعلى سبيل المثال قد يقارن الصحفيون الجهد والوقت اللذين يبذلان لاستخدام التطبيقات الرقمية لتحقيق غرض معين، مقارنة بوسائل أخرى كوسائل الإعلام التقليدية، ويرتبط بذلك العنصر بضرورة تضايف مجموعة من العوامل والتي تشمل المتعة المتوقعة من التكنولوجيا، والثقة في استخدام تلك التكنولوجيا .

¹ أسماء المحكمين

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. أ.د. أزهار صبيح عنتاب | جامعة بغداد / كلية الاعلام - العراق |
| 2. أ.د. سميرة بنت رجب | جامعة منوبة -معهد الصحافة وعلوم الاخبار -تونس |
| 3. أ.د. شريف درويش اللبان | جامعة الإسكندرية / كلية الآداب -جمهورية مصر العربية |
| 4. أ.د. شكرية كوكز السراج | جامعة بغداد / كلية الاعلام- العراق |
| 5. أ.د. طه عبد العاطي مصطفى | جامعة الإسكندرية / كلية الاعلام- جمهورية مصر العربية |

3. **العوامل الاجتماعية:** ويقصد بها ما إذا كان الصحفيون يتوقعون أن يقدر الآخرون كالرؤساء والزملاء والجمهور وغيرهم استخدامهم للتطبيقات الرقمية، وفي هذا السياق فإن العوامل الاجتماعية المدركة لها دور كبير في ثقة العاملين في التكنولوجيا التي يتم استخدامها داخل بيئة العمل الصحفي .

4. **التسهيلات المتاحة:** ويقصد بها مدى اعتقاد الفرد بأن البنية التحتية والتقنية اللازمة لدعم التقنية موجودة لدى الفرد أو المنظمة، ويتعلق هذا المتغير بتوفر الإمكانيات اللازمة لاستخدام التطبيقات الرقمية من مثل توفر المعرفة وحواشيب أو هواتف ذكية، وخدمات إنترنت أو سماح المؤسسة باستخدام الإعلام الاجتماعي أثناء العمل.

الإطار النظري للبحث

صحافة الذكاء الاصطناعي: أسهمت التطورات الكبيرة التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في ظل الثورة الصناعية الرابعة تحولات سريعة وغير مسبوقة ، كان لها دور بارز في ظهور أشكال وأنماط جديدة من الصحافة، كان أحدثها ظهور ما يسمى بـ **صحافة الذكاء الاصطناعي**، والتي تعتمد على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية ، والتي وضعت وسائل الإعلام التقليدية أمام تحديات كبيرة نتيجة للتحولات الجذرية التي تشهدها عملية إنتاج وصناعة المحتوى الصحفي (Alli & Hassoun, 2019, p. 40).

السياق التاريخي لتطور صحافة الذكاء الاصطناعي: يمثل السياق التاريخي للذكاء الاصطناعي في الصحافة رحلة مليئة بالابتكار والتحديات والقدرات المتطورة، إذ يتميز بمعالم رئيسية وتقدم تكنولوجي ملحوظ، يمكن تقسيم هذا التطور إلى مراحل متميزة، حيث تسهم كل مرحلة من مراحل هذا السياق في تجسيد نمو تطوره الذي اخذ في الاتساع مع تقدم الحقبة في ترتيبها الزمني، وكانت البداية في الثمانينيات والتسعينيات من القرن الماضي، حيث استخدم الذكاء الاصطناعي في الصحافة في مراحله الأولى، الذي اقتصر في بداياته في تلك المرحلة على التقارير المدعومة بالكمبيوتر، ومع مرور الوقت، بدأ الصحفيون باستخدام قواعد البيانات الأساسية والأدوات الرقمية لجمع البيانات وتنظيمها بشكل أكثر كفاءة، وبالرغم من أن هذه المرحلة لم تشهد تطبيقات متطورة للذكاء الاصطناعي، إلا أنها كانت حاسمة في وضع الأساس التكنولوجي، وقد أسهم ظهور الإنترنت والتقدم في تخزين البيانات ومعالجتها في هذه العقود في تمهيد الطريق لتطبيقات الذكاء الاصطناعي الأكثر تعقيداً في الصحافة (Amponsah & Miracle , 2024, p. 4).

وشهد أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين ميلاد تقنيات كتابة المحتوى الآلي في الصحافة، إذ تم تطوير الخوارزميات لإنتاج تقارير بسيطة، لتحويل البيانات إلى قصص قابلة للقراءة، وهو شكل

بدائي من الصحافة الآلية ، وكانت هذه المرحلة بمثابة بداية دور الذكاء الاصطناعي في تقليل عبء عمل الصحفيين في إنتاج التقارير الإخبارية الروتينية (Anane, Zacca, & Bahroun, 2023, p. 9)، ومنذ منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين وحتى العقد الأول منه، أصبحت خوارزميات التعلم الآلي جزءاً لا يتجزأ من الصحافة، ويمكن لهذه الخوارزميات التدقيق في مجموعات كبيرة من البيانات، وتحديد الأنماط، والتنبؤ بالاتجاهات، مما يثبت فائدتها بشكل خاص للصحافة الاستقصائية، إذ بدأ الصحفيون في الاعتماد على هذه الأدوات للحصول على رؤى ثاقبة حول المشاعر العامة، مما يساهم بالكشف عن القصص الناشئة وفهم ردود أفعال الجمهور (Peng, Zhang, & et al, 2023, p. 1259)، وفي أواخر عام 2010، أصبح التخصيص محوراً رئيسياً في الصحافة المدعومة بالذكاء الاصطناعي ، بدأت منصات الأخبار في استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي، لتخصيص توزيع المحتوى للمستخدمين الفرديين، مما أدى إلى تغيير جذري في كيفية تفاعل الجمهور مع منصات الأخبار (Jerbi, 2023, p. 3).

واستخدمت تقنيات الذكاء الاصطناعي، بالمعنى المعاصر للمصطلح، لأول مرة في غرفة الأخبار في صحيفة نيويورك تايمز في مشروع يدعى «محرر»، والذي تضمن تطبيق العلامات على الموضوعات الإخبارية المكتوبة تقليدياً، كما أن صحيفة الواشنطن بوست قد اعتمدت في وقت مبكر أيضاً على نموذج أكثر تطوراً من تقنيات الذكاء الاصطناعي ، وذلك باستخدام برنامج Heliograf لتغطية الألعاب الأولمبية في ريو جانيرو في البرازيل عام ٢٠١٦، واستمرت بعد ذلك بإعتماد برامجيّات مختصة تعمل ضمن نظام الذكاء الاصطناعي في صناعة التقارير الاخبار البسيطة ، كونها تقلل التكاليف ، وضمان جودة ما يتم نشره ويزيد من جمهورها ومن حصتها في سوق العمل (Keohane, 2017) ، ولا تقتصر عملية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية عن كونها تقوم بإدارة المحتوى ونشره، فإن استخدامها عبر مجموعة متنوعة من الإعدادات التي تجري فيها جوانب العمل الصحفي، مثل أنظمة إدارة المحتوى الخاصة بمنافذ الأخبار، والأجهزة المحمولة الخاصة بالمراسلين مثل الهواتف ، أو الكاميرات، والبرمجيات التي تستخدم لإنشاء وتوزيع الأخبار (Simon, 2023, p. 161)، ويمثل دمج الذكاء الاصطناعي في الصحافة تطوراً كبيراً في نقل الأخبار والمشهد الإعلامي، وتزايد اهتمام المؤسسات الصحفية في توظيف الذكاء الاصطناعي، كونه تجربة جديدة يمكنها ان تكون عنصراً محورياً في الصحافة الحديثة (Nurelmadina et al., 2021.p.11)، بدأ هذا التحول باستخدام خوارزميات بسيطة مصممة لأتمتة القصص الإخبارية الروتينية، مثل الملخصات المالية أو النتائج الرياضية، وتوسع دور الذكاء الاصطناعي بشكل كبير، ليشمل الآن تحليل البيانات، وتخصيص المحتوى، والمساعدة في

الصحافة الاستقصائية، وحتى تشكيل القرارات التحريرية (Bahroun et al., 2023)، يعكس ظهور الذكاء الاصطناعي في الصحافة اتجاهاً أوسع للتحويل الرقمي، مما يعيد كيفية جمع الأخبار ونقلها واستهلاكها (Amponsah&Atianashie,2024,p.14)، وتعد أهميتها المتزايدة بمثابة شهادة على التقدم التكنولوجي، ومؤشر على الاحتياجات المتغيرة، وديناميكيات استهلاك الأخبار والتقارير الصحفية التي تتطلب مواكبة للتحديثات في عصر التكنولوجيا (Wang, 2021, p. 9)، ومع ذلك، واتساع دائرة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، ازدادت النقاشات بخصوص التأثيرات الأخلاقية والمهنية فيما يخص توظيفها في الصحافة، والمخاوف بشأن الشفافية والتحيز المحتمل للصحفيين البشريين موضوعات مركزية في النقاش عن الذكاء الاصطناعي في الصحافة (Obaid,2023,p.17)، ويثير أسئلة وإمكانيات جديدة لمستقبل هذا المجال، يؤكد هذا السياق التاريخي على الطبيعة الديناميكية للذكاء الاصطناعي في الصحافة، مما يوضح كيف تحول الذكاء الاصطناعي من أداة داعمة إلى عنصر مركزي في الصحافة الحديثة، ويسلط الضوء على الحوار المستمر بين الابتكار التكنولوجي وأخلاقيات الصحافة (Lutz, 2019,P.144).

مراحل توظيف الخوارزميات في إنتاج الأخبار والتقارير الصحفية: بناءً على تجارب المؤسسات الصحفية العالمية في مجال توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار وتتبع الأخبار العاجلة وتتبع الصحفيين بالمعلومات الجديدة، وفي إطار ذلك تتعدد مراحل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام لتشمل ثلاثة مراحل أساسية يتم إدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي بها، وكل مرحلة لها تقنياتها، واستخداماتها الخاصة، ويمكن تحديد هذه المراحل على النحو الآتي (Clerwall, 2014,P.521):

أولاً: مرحلة اكتشاف المحتوى الإخباري: تعتبر مرحلة اكتشاف المحتوى الإخباري إحدى التطبيقات البارزة لتقنيات الذكاء الاصطناعي، مع الزيادة الهائلة في كمية البيانات والمحتويات المتاحة على الإنترنت، أصبحت الحاجة ملحة لتطوير أدوات وطرق فعالة لاكتشاف الأحداث والمعلومات الهامة بشكل آلي (Simon, 2023, p. 163)، تعتمد "غرف الأخبار" على أدوات الذكاء الاصطناعي، لرصد الأخبار العاجلة والاتجاهات (Trends) على منصات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث، كما أن أدوات مثل Google Trends و Crowd Tangle تُستخدم لتحليل البيانات الضخمة وتحديد المواضيع الأكثر تداولاً، كما يساعد الذكاء الاصطناعي في تصنيف الأخبار بحسب أهميتها وسرعة انتشارها، مما يتيح للصحفيين التركيز على المواضيع ذات الأولوية، ويتم اعتماد خوارزميات محددة لتنفيذ عملية اكتشاف المحتوى الإخباري (Guangce & Lei, 2020, p. 16).

ثانيًا: مرحلة إنتاج المحتوى الإخباري: تُعد مرحلة إنتاج المحتوى الإخباري باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي الشكل الأكثر شيوعًا لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، ومن بين المؤسسات التي استخدمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري لأول وكالة "أسوشيتد برس" الإخبارية، التي قامت بأتمتة تقارير الأرباح المالية اعتبارًا من عام 2014 باستخدام أداة Wordsmith، التي تعد من أوائل أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، مما أسهم في تغيير طريقة إنتاج الأخبار وتقديمها للجمهور (Miller, 2015).

ثالثًا: مرحلة توزيع المحتوى الإخباري: تعد مرحلة توزيع المحتوى الإخباري من المراحل الحيوية في عملية إنتاج الأخبار، إذ تسهم في ضمان وصول المحتوى إلى الجمهور المستهدف على نحو فاعل، حيث تقوم المؤسسات الصحفية بإنشاء أدوات وتطبيقات تسهم في تسويق ونشر المحتويات التي تم إنتاجها لتحصل على قراءات جيدة، كما تعتمد هذه المؤسسات روبوتات وأدوات لتتبع سجلات القراءة والتوصية بأحداث وقصص للمستخدمين (Cádima, 2018, p.178).

أشكال التحول الصحفي في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في "غرف الأخبار".

تستعد "غرف الأخبار" في البلدان المتقدمة للموجة القادمة من الصحافة القائمة على البيانات، والتي تعتمد بشكل كبير على الذكاء الاصطناعي (Goni & Tabassum, 2020, p.21)، لقد أصبح من المعروف أن المؤسسات الصحفية تقوم بشكل متزايد بدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في "غرف الأخبار" الخاصة بها، إذ يقوم الذكاء الاصطناعي بأتمتة المهام التي يمكن أن تؤديها الآلات والروبوتات، مما يقلل الحاجة إلى المشاركة البشرية (Huang & Rust, 2021, p.36)، ويمكن تحديد أشكال التحول في عملية صناعة الصحافة في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالآتي:

1. **الاستبدال الجزئي للقرارات البشرية بالبرمجيات:** أن انتشار قدرات الحوسبة والتقنيات الآلية قد أدى إلى زيادة عملية صنع القرار البشري، بل استبدالها جزئيًا، بالبرمجيات (Broussard, 2018, p.679)، يتسارع هذا الاتجاه أيضًا، بدءًا من المراحل الأولية لإنتاج الأخبار وحتى المراحل الأخيرة من استهلاك الأخبار (Zamith, 2019, p.10)، وعندما دخل أول "صحفي" آلي إلى غرفة الأخبار في وكالة أسوشيتد برس في عام 2014، أثار هذا القرار العديد من المخاوف الأخلاقية الهامة، كانت هناك تساؤلات بخصوص إذا كان يجب على القراء معرفة أن كاتب المقال هو آلة أم ينبغي إخفاء هذه الحقيقة، وكما هو معلوم من منظور قانوني، فمن المسؤول عن محتوى المقالة؟ من يتحمل المسؤولية عن دقة الحقائق التي يتم نشرها والتأكد من عدم وجود أخطاء في البيانات؟ وكيف يمكن تعليم الروبوتات الانصياع للأخلاقيات الصحفية؟ (Diakopoulos & Koliska, 2017, P.817).

2. **توظيف البرمجيات في إدارة البيانات الضخمة:** الاستخدامات الأكثر وضوحًا للخوارزميات في الصحافة هي معالجة مجموعات البيانات الكبيرة والبحث عن المعلومات الضرورية، ومع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في “غرف الاخبار” الحديثة، حيث أصبحت جميع أنواع البيانات متاحة وقابلة للمعالجة والتحليل وإعادة الاسترجاع (Kim H., 2019).

3. **تغير شكل إنتاج وجمع الاخبار والتحقق منها :** يعد جمع الأخبار والتحقق منها مجاًلاً آخر يحدث فيه الذكاء الاصطناعي ضجة كبيرة، ويمكن للصحفيين العثور على الأنماط والاتجاهات في كميات هائلة من البيانات، فضلاً عن التحقق من صحة المصادر والمعلومات (Kareem, & Hasan, 2024,p.51). بمساعدة الأدوات التي تعمل الذكاء الاصطناعي ويمكن أيضاً استخدام الذكاء الاصطناعي لتتبع الموضوعات الشائعة والأخبار العاجلة على منصات التواصل الاجتماعي، مما يمنح الصحفيين القدرة على الإبلاغ عن القصص (Diakopoulos & Koliska,2017,P.818)، حيث تتم أتمتة إنتاج الأخبار، وهي إحدى أكبر الطرق التي يؤثر بها الذكاء الاصطناعي على الصحافة، في الوقت الراهن، يمكن إنتاج المقالات الإخبارية والملخصات وحتى محتوى الفيديو بواسطة خوارزميات مدعومة الذكاء الاصطناعي مع القليل من المساعدة من البشر على سبيل المثال، قامت هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) بتجربة ملخصات الفيديو للأحداث الإخبارية التي تم إنشاؤها باستخدام الذكاء الاصطناعي وكانت وكالة أسوشيتد برس تستخدم الذكاء الاصطناعي لإنشاء قصص إخبارية مالية تلقائياً (Frackiewicz, 2023).

4. **استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الوسائط:** يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في عدد من عمليات إنتاج الوسائط وتقديمها، بما في ذلك الإعلان وتوزيع المحتوى وإنشاء المحتوى (Underwood, 2019)، حيث تحظى برامج تحرير الفيديو الآلية أيضاً بشعبية كبيرة بين المستخدمين، وقد تم إنتاج عدد من مقاطع الفيديو القصيرة ونشرها على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، وبالتالي، تم تسهيل المحتوى الذي ينشئه المستخدمون بواسطة أدوات الذكاء الاصطناعي (Jabbar&Dabakh,2023,p.124).

5. **سيطرة الشركات الكبرى ومنصات الاتصال على الأدوات والتطبيقات التكنولوجية:** غالباً ما تراقب المؤسسات الإخبارية منافسيها بفارغ الصبر، ويزداد قلقها مع استمرار الابتكارات التكنولوجية في التطور وظهور تقنيات جديدة في مجال الصحافة، ومن الممكن أن الأدوات الجديدة لا يمكن استخدامها على المدى القريب لأسباب مختلفة، مالية كانت أو تقنية أو مهنية منها، حيث أن شركات المنصات مثل Microsoft و Google و Amazon و Meta، هم من يسيطرون على غالبية أبحاث الذكاء

الاصطناعيّ وتطويره وتطبيقه (Linden, 2017)، وعلى الرغم من استخدام خوارزميات التعلم الآلي إلى حد ما في بعض هذه المشاريع، إلا أن العديد من المشاريع لا تزال تعتمد على الأتمتة البسيطة التي قصص القوالب ولا تنتج قصصاً مبنية على بيانات سابقة (Biswal & Gouda, 2020, p. 158).

6. تغيير مفهوم حرس البوابة في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعيّ في المؤسسات الصحفية: مع دخول تقنيات الذكاء الاصطناعيّ إلى عمق صناعة المحتوى الإعلامي، فقد تغير مفهوم حارس البوابة في الصحافة الحديثة بشكل جذري، بعد أن كان مفهوم حارس البوابة تقليدياً يتمثل في المحررين والمشرّفين الذين يتحكمون في اختيار الأخبار وتحريرها وتصفياتها وفقاً لمعايير مهنية وأيديولوجية محددة، إلا أن هذا الدور الذي كان ينبع من سلطة التحرير البشرية ضمن إطار زمني كان يمنحهم قوة التأثير والتوجيه فيما يصل إلى الجمهور قد شهد تحولات جوهرية مع ترسخ أدوات الذكاء الاصطناعيّ في معادلة الإنتاج الإعلامي (Potnis et al., 2025, p. 266)، وأصبحت اللوغاريتمات وبرمجيات التعلم العميق هي اللاعب الجديد الذي يحمل على عاتقه دور التصفية، والتحليل، والترشيح، ما يعني أن السلطة الانتقائية باتت مقسمة بمهارة بين البشر والآلة، ومع ذلك فإن تلك الآلة تنطلق من تعليمات مبرمجة ومعايير تتسم في غالب الأحيان باللاعقلانية الأخلاقية؛ لأنها قد تُبنى على توقع الجمهور ورد فعل الأسواق (Bolton et al., 2021, p. 19)، وليس على مبادئ الصحافة النبيلة القائمة على تقصي الحقيقة واقتفاء معاني الموضوعية، وفي ضوء ذلك، نجد أن الدور التقليدي لحارس البوابة البشري قد دخل في نفق الإلغاء التدريجي أو التحول الوظيفي، إذ لم يعد المحرر هو وحده من يقف أمام المدخل، بل باتت معه اللوغاريتمات التي قد تفتح الأبواب على مصاريحها أو تغلقها في وجه محتويات معينة، ما يثير جدلاً أخلاقياً وفلسفياً في من يمتلك الحق في إعادة تشكيل الوعي العام، وسواء كان ذلك الدور الجديد إيجابياً من زاوية السرعة والحياد الخوارزمي، أو سلبياً من خلال التوجه نحو السطحية والإثارة على حساب العمق والتحقيق المدروس، إن الطابع الإشكالي لهذا النظام الجديد ينبع من غياب الشفافية، حيث لا يعرف المتلقي غالباً كيف يتم ترتيب المحتوى أو تغيير جزء منه، وأصبح تراجع دور حارس البوابة التقليدي عنواً لعصر جديد تتحكم فيه قنوات البث الرقمية، وأصبح الآن وكلاء الذكاء الاصطناعيّ الافتراضيون، وهي برامج مستقلة قادرة على تفسير البيانات، والتعلم من المعلومات الجديدة وحتى اتخاذ القرارات بأنفسهم، وهكذا، فإن الصحافة، بوصفها انعكاساً إنسانياً للواقع، دخلت مرحلة إعادة صياغة لدورها الوظيفي بما قد يحفظ أو يفقد هويتها المؤسسية، مما يجعلنا أمام سؤال مستقبلي قلق: هل ستبقى الصحافة خادمة للحقيقة أم ستغدو رهينة خوارزميات تسيطر على البوابات؟

عرض وتفسير نتائج الاستبانة

1- مستوى جاهزية مؤسسة الصحفي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تيسير العمل الصحفي:

يتبين من الجدول (1) أن معظم المؤسسات الصحفية (63.3%) تتمتع بمستوى متوسط من الجاهزية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يشير إلى وجود بنية تحتية جزئية تحتاج إلى تحسين وتطوير، في المقابل، أظهرت (33.7%) من المؤسسات جاهزية عالية، مما يدل على استثمارها الفعّال في التكنولوجيا. أما المؤسسات التي تعاني من جاهزية منخفضة (3.1%)، فقد تحتاج إلى دعم إضافي لبنى هذه التقنيات، تشير النتائج إلى أن فئة الجاهزية المتوسطة حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (186) وبنسبة (63.3%)، بينما جاءت فئة الجاهزية الكبيرة في المرتبة الثانية بتكرار (99) وبنسبة (33.7%)، وحصلت فئة الجاهزية المنخفضة على المرتبة الثالثة بتكرار (9) وبنسبة (3.1%).

جدول (1)

بيانات المبحوثين حول مستوى جاهزية مؤسساتهم الصحفية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

المرتبة	ك	ك%	الفئة
الأولى	186	63.3	جاهزية متوسطة
الثانية	99	33.7	جاهزية كبيرة
الثالثة	9	3.1	جاهزية منخفضة
–	294	100%	المجموع

2- مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تيسير العمل الصحفي مؤسساتهم الصحفية.

جدول (2) مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تسيير العمل الصحفي في "المؤسسات الصحفية".

المرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسيط	لا أتفق بشدة	لا أتفق	محايد	اتفق	اتفق بشدة	الفقرة
الأولى	87.8	0.584	4.39	0	0	15	150	129	تُمكن تقنيات الذكاء الاصطناعي من الوصول إلى مصادر جديدة ومتنوعة
الثانية	87.6	0.526	4.38	0	0	6	171	117	تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المضامين الصحفية.
الثالثة	85.2	0.56	4.26	0	0	18	183	93	تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين دقة التحرير الصحفي
الرابعة	84.6	0.604	4.23	0	0	27	171	96	تُعزز تقنيات الذكاء الاصطناعي من التحقق من صحة المعلومات
الخامسة	84.2	0.458	4.21	0	0	6	219	69	تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي على التفاعل مع الجمهور عن طريق تحليل ردود الفعل
السادسة	84.2	0.594	4.21	0	0	27	177	90	تسهل تقنيات الذكاء الاصطناعي عملية البحث عن الأخبار العاجلة وتحديد أولويات النشر

في المرتبة الأولى جاءت فقرة " تُمكن تقنيات الذكاء الاصطناعي من الوصول إلى مصادر معلومات جديدة ومتنوعة"، إذ كان الوسيط الحسابي للفقرة (4.39)، والانحراف المعياري (0.584)، والوزن النسبي (87.8)، يمكن تفسير حصول هذه الفقرة على المرتبة الأولى بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي توفر أدوات متقدمة تساعد الصحفيين في الوصول إلى مصادر معلومات جديدة ومتنوعة بسرعة ودقة، مما يعزز من كفاءة العمل الصحفي ويتيح لهم تغطية أوسع للأحداث. هذه الميزة تُعد أساسية في بيئة العمل الصحفي التي تتسم بالتغير السريع والحاجة إلى المعلومات الدقيقة، وفي المرتبة الثانية جاءت فقرة " تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المضامين الصحفية"، حيث كان الوسيط الحسابي للفقرة (4.38)، والانحراف المعياري (0.526)، والوزن النسبي (87.6)، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن تحسين جودة الصور والفيديوهات يُعد من أهم متطلبات العمل الصحفي الحديث، حيث تعتمد التقارير الإخبارية بشكل كبير على الوسائط البصرية لجذب الجمهور.

3- ما متطلبات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية بحسب آراء الصحفيين العرب؟ يوضح الجدول (3) مراتب فقرات مقياس متطلبات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في

المواقع الإخبارية بحسب آراء الصحفيين العرب، ودرجات الوسيط والانحراف المعياري والوزن النسبي، وجاءت النتائج كما يلي:

جدول (3) يبين مراتب فقرات مقياس متطلبات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية

المرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسيط	لا تتفق بشدة	لا أتفق	محايد	اتفق	اتفق بشدة	الفقرة
الأولى	92.2	0.488	4.61	0	0	0	114	180	توفير مراكز لتدريب الصحفيين على استخدام التقنيات
الثانية	90.8	0.519	4.54	0	0	3	129	162	موازنة مالية إضافية لتطوير وتنفيذ التقنيات وتفعيل التطبيقات
الثالثة	89.2	0.499	4.46	0	0	0	159	135	توفير بنى تحتية وإقسام مجهزة بالمعدات اللازمة.
الرابعة	87.8	0.488	4.39	0	0	0	180	114	تشريعات قانونية تنظم العمل في ظل استخدام هذه الذكاء الاصطناعي.

في المرتبة الأولى جاءت فقرة "توفير مراكز لتدريب الصحفيين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي"، حيث كان الوسيط الحسابي للفقرة (4.61)، والانحراف المعياري (0.488)، والقيمة التائية (56.64)، والوزن النسبي (92.2). وقد كانت عدد تكرارات خيار "اتفق بشدة" (180)، وتكرار خيار "اتفق" (114)، يمكن تفسير وجود هذه الفقرة في الترتيب الأول بأهمية عنصر تدريب الصحفيين في تحديث مهاراتهم وتطوير كفاءاتهم لمواكبة التحول الرقمي، يرى المشاركون أن إعداد مراكز تدريب متخصصة يُعد عاملاً حيوياً لرفع كفاءة العمل الصحفي وتكييفه مع متطلبات التكنولوجيا الحديثة، مما يعزز القابلية والجاهزية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال، وفي المرتبة الثانية جاءت فقرة "موازنة مالية إضافية لتطوير وتنفيذ التقنيات الحديثة وتفعيل التطبيقات المستخدمة في العمل الصحفي"، إذ كان الوسيط الحسابي للفقرة (4.54)، والانحراف المعياري (0.519)، والوزن النسبي (90.8)، وقد كانت عدد تكرارات خيار "اتفق بشدة" (162)، وتكرار خيار اتفق (129)، يمكن تفسير أهمية هذه الفقرة بأن الاستثمار المالي يُعد إحدى الدعائم الأساسية لتطبيق وتبني التقنيات المتقدمة بنجاح. ويشير هذا الترتيب إلى إدراك المشاركين لأهمية تخصيص ميزانيات إضافية لدعم المشاريع الرقمية وتحقيق التحول التكنولوجي المطلوب في المؤسسات الصحفية.

4- ما تأثير الذكاء الاصطناعي على التحول المهني في المؤسسة الصحفية. بحسب آراء الصحفيين العرب؟ يوضح الجدول (4) مراتب فقرات مقياس تأثير الذكاء الاصطناعي على التحول المهني في المؤسسة الصحفية، بحسب آراء الصحفيين العرب، ويتضمن الجدول درجات الوسيط والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل فقرة، فضلاً عن ترتيبها بناءً على أهميتها، تعكس الفقرات الأولى التأثيرات الأكثر أهمية للذكاء الاصطناعي على التحول المهني، بينما تشير الفقرات الأخيرة إلى التأثيرات الأقل أولوية.

جدول (4) يوضح مراتب فقرات مقياس تأثير الذكاء الاصطناعي على التحول المهني في المؤسسة الصحفية.

المرتبة	الوزن النسبي	“الانحراف المعياري”	الوسيط	لا أتفق	لا أتفق	محايد	اتفق	اتفق بشدة	الفقرة
الأولى	90.41	0.558	4.52	0	0	9	123	162	زيادة الكفاءة التحريرية وتوليد المحتوى آلياً
الثانية	90.2	0.59	4.51	0	0	15	114	165	ابتكار طرق جديدة في العمل الصحفي
الثالثة	82.86	0.405	4.14	0	0	6	240	48	إدارة منصات التواصل وفترة التعليقات المسبقة
الرابعة	79.39	0.65	3.97	0	0	66	171	57	استخدام الدردشة الآلية للتفاعل مع القراء وتقديم الدعم
الخامسة	78.78	0.653	3.94	0	3	63	177	51	تغيير أدوار الصحفيين وتغيير هيكل العمل

في المرتبة الأولى جاءت فقرة "زيادة الكفاءة التحريرية وتوليد المحتوى آلياً"، حيث كان الوسيط الحسابي للفقرة (4.52)، والانحراف المعياري لها (0.558)، وبلغ الوزن النسبي (90.41)، وتصدرت هذه الفقرة الترتيب كونها تعكس الفائدة المباشرة التي تقدمها تقنيات الذكاء الاصطناعي للعاملين في المؤسسات الصحفية، من حيث رفع الكفاءة الإنتاجية وتقليل الجهد التحريري المطلوب، يُعد هذا التحول في عمل المؤسسات الصحفية أساسياً، إذ يساهم في تسريع عملية إنتاج الأخبار والتقارير الصحفية، وتقليل الضغط المهني على الصحفيين، وتحقيق إنتاجية أعلى. كما أن تأييد عدد كبير من الباحثين لهذا الاتجاه يعكس التجربة العملية أو التوقعات المستقبلية العالية فيما يخص هذه التقنية، التي تقدم تحسينات كبيرة في الإنتاجية التحريرية، مما يتيح للصحفيين إنتاج محتوى سريع ودقيق. يشير الوزن النسبي المرتفع والقيمة التائية إلى الدعم القوي لهذه الفكرة وتأثيرها الإيجابي، في المرتبة الثانية جاءت

فقرة "ابتكار طرق جديدة في العمل الصحفي"، إذ كان الوسيط الحسابي للفقرة (4.51)، والانحراف المعياري (0.59)، والوزن النسبي (90.20)، احتلت هذه الفقرة المرتبة الثانية؛ لأنها تسلط الضوء على دور الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل أساليب العمل الصحفي وابتكار أشكال جديدة للمعالجة الصحفية، مثل استخدام الصحافة المدعومة بالواقع الافتراضي أو تقنيات توليد الصور والأفلام لدعم التقارير الإخبارية. يعكس تأييد عدد كبير من المبحوثين لهذه الفقرة الاعتقاد بأن الذكاء الاصطناعي يغير طبيعة العمل التقليدي من مجرد تحرير الأخبار إلى مساحة للإبداع وتقديم محتوى صحفي غني بالوسائط المتعددة، يتميز بالتنوع والشمول. ويمثل هذا التحول في عمل المؤسسات الصحفية خطوة جديدة نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتعزيز الابتكار في المجال الصحفي

5. ما الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية؟ يوضح الجدول (5) مراتب مقياس فقرات الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية، ودرجات الوسيط والانحراف المعياري والوزن النسبي التي يتضمنها المقياس، وجاءت النتائج كما يلي:

مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية

جدول (5) مقياس الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية

الفرقة	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة	الوسيط	“الانحراف. المعياري”	الوزن النسبي	الرتبة
إنتاج النصوص الصحفية. بطريقة آلية	237	57	0	0	0	4.81	0.4	96.12	الاولى
إنتاج محتوى مرئي وجذاب يُثري تجربة القراءة	177	117	0	0	0	4.6	0.49	92.04	الثانية
تحسين جودة تقارير الفيديو والصوت	168	126	0	0	0	4.57	0.496	91.43	الثالثة
تطوير صحافة البيانات	156	123	15	0	0	4.48	0.59	89.59	الرابعة
يقدم الذكاء الاصطناعي خدمة الترجمة الفورية في المواقع الإخبارية	132	150	12	0	0	4.41	0.57	88.16	الخامسة
يساعد في تحسين نظام التعليقات وتفاعل المستخدمين	111	171	12	0	0	4.34	0.553	86.73	السادسة

في المرتبة الأولى جاءت فقرة "إنتاج محتوى مرئي وجذاب يُثري تجربة القراءة"، حيث كان الوسيط الحسابي للفقرة (4.81)، والانحراف المعياري (0.40)، والقيمة التائية (78.20)، والوزن النسبي (96.12)، يمكن تبرير ظهور هذه الفقرة في الترتيب الأول بأن تقديم محتوى مرئي جذاب مدعوم بالوسائط المتعددة يُثري تجربة القارئ، ويُعد عاملاً رئيسياً في جذب المستخدمين لمتابعة المحتوى الرقمي ومواصلة القراءة والمشاهدة، يعكس ذلك الأهمية المتزايدة للمحتوى المرئي في جعل الأخبار أكثر تفاعلية وسهلة الفهم، حيث أشار المبحوثون إلى أهمية هذه الفقرة مع ارتفاع نسبة المتابعين لمواقع مؤسساتهم الإخبارية والتفاعل مع المحتوى متعدد الوسائط، وفي المرتبة الثانية جاءت فقرة "إنتاج النصوص الصحفية. بطريقة آلية"، حيث كان الوسيط الحسابي للفقرة (4.60)، والانحراف المعياري (0.490)، والوزن النسبي (92.04)، يمكن تفسير حصول هذه الفقرة على المرتبة الثانية بأن التحول إلى الأتمتة في صناعة الأخبار يوفر سرعة ودقة في إنتاج النصوص الصحفية، مما يقلل الوقت والجهد ويزيد من الإنتاجية. كما أن الأتمتة تُعد وسيلة مهمة للمؤسسات الإخبارية لتقليل التكاليف مع الحفاظ على جودة المحتوى، خاصة في ظل الضغوط الاقتصادية التي تواجهها المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي.

5. ما التحديات التي تواجه الصحفيين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية؟
يوضح الجدول (6) ترتيب فقرات مقياس التحديات التي تواجه الصحفيين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية، ودرجات الوسيط والانحراف المعياري والوزن النسبي، جاءت النتائج كما يلي:

جدول (6) يبين مراتب فقرات مقياس التحديات التي تواجه الصحفيين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

المرتبة	الوزن النسبي	“الانحراف المعياري”	الوسيط	لا أتفق بشدة	لا أتفق	محايد	اتفق	اتفق بشدة	الفقرة
الأولى	80.6	0.36	4.03	0	0	15	255	24	صعوبة الحفاظ على المعايير المهنية في ظل الاعتماد المتزايد على الصحافة الآلية
الثانية	80.6	0.51	4.03	0	6	15	237	36	يمثل الاعتماد الكبير على الذكاء الاصطناعي تحدياً في الحفاظ على الجانب الإنساني والإبداعي
الثالثة	79.4	0.44	3.97	0	0	33	237	24	المخاطر المحتملة التي تواجه أمن البيانات الشخصية
الرابعة	79.4	0.54	3.97	0	9	21	234	30	عدم إدراك المؤسسات الصحفية أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي
الخامسة	78	0.63	3.9	0	18	21	228	27	صعوبة التعلم والتكيف والتعامل مع التقنيات الذكية لاسيما مع ظهور تحديات مستمرة فيها

في المرتبة الأولى جاءت فقرة "صعوبة الحفاظ على المعايير المهنية في ظل الاعتماد المتزايد على الصحافة الآلية"، حيث كان الوسيط الحسابي للفقرة (4.03)، والانحراف المعياري (0.36)، والوزن النسبي (80.61%)، يمكن تفسير تصدر هذه الفقرة بأن الصحافة الآلية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي تثير مخاوف كبيرة لدى الصحفيين بشأن تآكل النزاهة والمعايير التحريرية. الاعتماد المتزايد على الأتمتة قد يؤدي إلى تراجع جودة العمل الصحفي وضعف التدقيق والتحقيق الضروريين لتقديم أخبار دقيقة وموثوقة. هذا القلق يعكس شعور الصحفيين بأن الأتمتة قد تأتي على حساب الصدقية والمهنية، مما يجعل الحفاظ على هذه المعايير تحدياً ضاعطاً، وفي المرتبة الثانية جاءت فقرة "يمثل الاعتماد الكبير على الذكاء الاصطناعي تحدياً في الحفاظ على الجانب الإنساني والإبداعي في العمل الصحفي"، حيث كان الوسيط الحسابي (4.03)، والانحراف المعياري (0.51)، والوزن النسبي (80.61%)، يُبرز هذا الترتيب تخوف الصحفيين من فقدان الطابع الإنساني

الذي يُعدّ العنصر الجوهري للعمل الصحفي. يعتمد العمل الصحفي على الإبداع، التحليل، والمساهمات الفردية، إلا أن زيادة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي قد يُضعف التميز الإبداعي ويُغيّب الحس البشري في صياغة الأخبار وتحليلها،

التحقق من فروض البحث:

-الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تسيير العمل الصحفي بالمواقع الإخبارية ورضا الصحفيين العرب عن أداء مؤسساتهم.

للتحقق من صدق الفرض أعلاه، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون بين مقياس مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تسيير العمل الصحفي ومقياس رضا الصحفيين العرب عن أداء مؤسساتهم، ويبين الجدول التالي شكل العلاقة بين المتغيرين.

جدول (7) – يبين العلاقة بين مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ورضا الصحفيين العرب عن أداء مؤسساتهم

المتغيرات		مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تسيير العمل الصحفي
رضا الصحفيين العرب عن أداء مؤسساتهم	معامل ارتباط بيرسون	
	0.589	
	0.01	
مستوى الدلالة	تحقق الفرض	
الدلالة / اتجاه العلاقة	دال / طردي (موجب)	

يتبين من الجدول أعلاه يكشف أن نتيجة معامل ارتباط بيرسون (0.589) تشير إلى وجود علاقة إيجابية فوق المتوسط بين مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تسيير العمل الصحفي ورضا الصحفيين العرب عن أداء مؤسساتهم. إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين (0.589) عند مستوى دلالة (0.00)، مما يدل على أن هناك ارتباطاً قوياً بين المتغيرين، أي أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تحسين كفاءة العمل الصحفي من خلال أتمتة بعض العمليات الروتينية، مثل جمع البيانات وتحليلها، مما يتيح للصحفيين التركيز على الجوانب الإبداعية والتحليلية في عملهم، هذا التحسين في الكفاءة يمكن أن يؤدي إلى زيادة رضا الصحفيين عن أداء مؤسساتهم، كذلك فإن تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد في توفير المعلومات بشكل أسرع وأكثر دقة، مما يعزز قدرة الصحفيين على اتخاذ قرارات صحيحة تساعد في أعمالهم الصحفية. ، وعندما يشعر الصحفيون بأنهم يمتلكون الأدوات اللازمة للحصول على المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب، فإن ذلك يزيد من رضاهم عن أداء مؤسساتهم.

- الفرض الثاني: هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التحديات التي تواجه الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى الدعم المؤسسي المتاح لهم بحسب آراء الصحفيين العرب.

للتحقق من صدق الفرض أعلاه، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون بين التحديات التي تواجه الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى الدعم المؤسسي المتاح لهم بحسب آراء الصحفيين العرب، ويبين الجدول التالي شكل العلاقة بين المتغيرين.

جدول (8) يبين العلاقة التحديات التي تواجه الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى الدعم المؤسسي

المتغيرات	التحديات التي تواجه الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	تشير
مستوى الدعم المؤسسي	معامل ارتباط بيرسون	نتيجة
مستوى الدلالة	0.633	معامل
الدلالة / اتجاه العلاقة	0.00	ارتباط
	دال / طردي (موجب)	

بيرسون (0.633) عند مستوى دلالة (0.00)، إلى وجود علاقة إيجابية بين التحديات التي تواجه الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى الدعم المؤسسي المتاح لهم، حيث أنه عند توفر الدعم القوي من المؤسسة الصحفية. للصحفيين وتوفير التدريب والموارد اللازمة، فإن الصحفيين يكونون أكثر قدرة على التغلب على التحديات المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن هذا الدعم المؤسسي يمكن أن يساعد في تقليل العقبات التي قد تواجه الصحفيين، مما يعزز من قدرتهم على استخدام هذه التقنيات بفعالية، كما أن المؤسسات التي تدعم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يسهم ذلك في تشجيع العاملين فيها على الابتكار والابداع، فإن ذلك يقلل من التحديات التي قد يواجهونها في استخدام هذه التقنيات.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة جاهزية المؤسسات الصحفية والتأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية فيها بحسب آراء الصحفيين العرب.

للتحقق من صدق الفرض أعلاه، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون بين مقياس درجة جاهزية المؤسسات الصحفية ومقياس التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. ويبين الجدول التالي شكل العلاقة بين المتغيرين.

جدول – (9) يبين العلاقة بين درجة جاهزية المؤسسات الصحفية والتأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

والتأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي		المتغيرات
تحقق الفرض	معامل ارتباط بيرسون	درجة جاهزية المؤسسات الصحفية
	0.769	مستوى الدلالة
	0.00	الدلالة / اتجاه العلاقة
دال / طردي (موجب)		

يتبين من الجدول أعلاه أن نتيجة معامل ارتباط بيرسون (0.769) تشير إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين درجة جاهزية المؤسسات الصحفية والتأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين (0.769) عند مستوى دلالة (0.00)، مما يدل على أن هناك ارتباطاً قوياً بين المتغيرين، وهذا يشير إلى أن المؤسسات الصحفية التي تتمتع بجاهزية عالية غالباً ما تكون لديها بنية تحتية متطورة، مما يسهل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، هذه البنية التحتية تشمل الأجهزة والبرمجيات اللازمة، مما يؤدي إلى تحقيق تأثيرات إيجابية أكبر عند استخدام هذه التقنيات، كذلك فإن درجة جاهزية المؤسسات الصحفية تتضمن أيضاً توفير التدريب المناسب للصحفيين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. عندما يتلقى الصحفيون التدريب الكافي، فإنهم يصبحون أكثر قدرة على الاستفادة من هذه التقنيات، مما يعزز من التأثيرات الإيجابية لاستخدامها، حيث المؤسسات الصحفية التي تتمتع بجاهزية عالية تكون أكثر كفاءة في عملها الصحفي، مما يسمح لها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أكثر فعالية، هذه الكفاءة التشغيلية تؤدي إلى تحسين الأداء العام، مما يعزز من التأثيرات الإيجابية لاستخدام هذه التقنيات.

النتائج:

1. أظهرت النتائج أن 50.3% من الصحفيين العرب يعتمدون على تقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة متوسطة. وهذا يشير إلى وجود استخدام متزايد لهذه التقنيات في العمل الصحفي، مما يعكس استعداداً نسبياً لتبني هذه الأدوات.
2. أظهرت الدراسة أن 63.3% من المؤسسات الصحفية تمتلك جاهزية متوسطة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، بينما 33.7% منها جاهزة بدرجة كبيرة. وهذا يدل على أن هناك بنية تحتية جزئية تحتاج إلى تطوير لتعزيز استخدام هذه التقنيات.

3. يرى المشاركون أن إعداد مراكز تدريب متخصصة يُعد عاملاً حيويًا لرفع كفاءة العمل الصحفي وتكييفه مع متطلبات التكنولوجيا الحديثة، مما يعزز القابلية والجاهزية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال.

4. أظهرت النتائج الفائدة المباشرة التي تقدمها تقنيات الذكاء الاصطناعي للعاملين في المؤسسات الصحفية، من حيث رفع الكفاءة الإنتاجية وتقليل الجهد التحريري المطلوب، يُعد هذا التحول في عمل المؤسسات الصحفية أساسيًا، حيث يساهم في تسريع عملية إنتاج الأخبار والتقارير الصحفية، وتقليل الضغط المهني على الصحفيين، وتحقيق إنتاجية أعلى.

5. أظهرت النتائج على دور الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل أساليب العمل الصحفي وابتكار أشكال جديدة للمعالجة الصحفية، يمثل هذا التحول في عمل المؤسسات الصحفية خطوة جديدة نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتعزيز الابتكار في المجال الصحفي.

6.. أظهرت النتائج تحقق الفرض بوجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى استخدام التقنيات ورضا الصحفيين عن أداء مؤسساتهم الصحفية..

7. لأن الدعم المؤسسي يمكن أن يساعد في تقليل العقبات التي قد تواجه الصحفيين، مما يعزز من قدرتهم على استخدام هذه التقنيات على نحو فعال، كما أن المؤسسات التي تدعم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يساهم ذلك في تشجيع العاملين فيها على الابتكار والابداع، فإن ذلك يقلل من التحديات التي قد يواجهونها في استخدام هذه التقنيات.

8. أظهرت النتائج تحقق الفرض الموجه بوجود علاقة ارتباطية موجبة بين درجة جاهزية المؤسسات الصحفية والتأثيرات الإيجابية لمصاحبة لاستخدامها.

الاستنتاجات

1. يرى الباحثون بأن الصحافة الآلية تعتمد على الذكاء الاصطناعي تثير مخاوف كبيرة لدى الصحفيين بشأن تآكل النزاهة والمعايير التحريرية. الاعتماد المتزايد على الأتمتة قد يؤدي إلى تراجع جودة العمل الصحفي وضعف التدقيق والتحقيق الضروريين لتقديم أخبار دقيقة وموثوقة، هذا القلق يعكس شعور الصحفيين بأن الأتمتة قد تأتي على حساب الصدقية والمهنية.

2. تتضمن أيضًا توفير التدريب المناسب للصحفيين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. عندما يتلقى الصحفيون التدريب الكافي، فإنهم يصبحون أكثر قدرة على الاستفادة من هذه التقنيات، مما يعزز من التأثيرات الإيجابية لاستخدامها

3. ان اهم اشكال التحول في عمل المؤسسات لصحفية هو التحول إلى الأتمتة في صناعة الأخبار، مما يقلل الوقت والجهد ويزيد من الإنتاجية. كما أن الأتمتة تُعد وسيلة مهمة للمؤسسات الإخبارية لتقليل التكاليف مع الحفاظ على جودة المحتوى، خاصة في ظل الضغوط الاقتصادية التي تواجهها المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي.

4. تشكل تقنيات الذكاء الاصطناعي رافداً أساسياً للتحول الرقمي في الصحافة العربية، لكنها تتطلب سياسات مؤسسية متكاملة.

5. هناك حاجة ملحة لتطوير أطر تشريعية وأخلاقية لتنظيم استخدام الخوارزميات في الصناعة الإخبارية.

6. يُوصى بتبني برامج تدريبية متخصصة لتعزيز المهارات التقنية للصحفيين مع الحفاظ على الهوية المهنية.

المصادر:

1. Amponsah, Peter N., and Atianashie Miracle Atianashie. 2024. "Navigating the New Frontier: A Comprehensive Review of AI in Journalism." *Advances in Journalism and Communication* 12(01):1–17. Doi: 10.4236/ajc.2024.121001.
2. Alli, W., & Hassoun, M. (2019). Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJMC)* Doi: 10.20431/2454-9479.0501004.
3. Bahroun, Zied, Chiraz Anane, Vian Ahmed, and Andrew Zacca. 2023. "Transforming Education: A Comprehensive Review of Generative Artificial Intelligence in Educational Settings through Bibliometric and Content Analysis." *Sustainability* 15(17):12983. Doi: 10.3390/su151712983.
4. Biswal, S. K., & Gouda, N. k. (2020). Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane? Singapore: Springer Singapore. Retrieved from In: Kulkarni, A., Satapathy, S. (eds) Optimization in Machine Learning and Applications. Algorithms for Intelligent Systems. Springer, Singapore, DOI: 10.1007/978-981-15-0994-0_10.
5. Bolton, Tom, Tooska Dargahi, Sana Belguith, Mabrook S. Al-Rakhmi, and Ali Hassan Sodhro. 2021. "On the Security and Privacy Challenges of Virtual Assistants." *Sensors* 21(7):2312. Doi: 10.3390/s21072312.

6. Broussard, Meredith, Nicholas Diakopoulos, Andrea L. Guzman, Rediet Abebe, Michel Dupagne, and Ching-Hua Chuan. 2019. "Artificial Intelligence and Journalism." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 96(3):673–95. Doi: 10.1177/1077699019859901.
7. Cádima, Francisco Rui. 2018. "O Jornalismo Na Encruzilhada Do 'Algorithmic Turn.'" *Media & Jornalismo* 18(32):171–85. Doi: 10.14195/2183-5462_32_12.
8. Clerwall, Christer. 2014. "Enter the Robot Journalist: Users' Perceptions of Automated Content." *Journalism Practice* 8(5):519–31. Doi: 10.1080/17512786.2014.883116.
9. Diakopoulos, Nicholas, and Michael Koliska. 2017. "Algorithmic Transparency in the News Media." *Digital Journalism* 5(7):809–28. Doi: 10.1080/21670811.2016.1208053.
10. Dörr, Konstantin Nicholas, and Katharina Hollnbuchner. 2017. "Ethical Challenges of Algorithmic Journalism." *Digital Journalism* 5(4):404–19. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.11676122>.
11. Frąckiewicz, M. (2023). The Role of AI in Shaping the Future of Journalism and Media Studies.
12. Goni, Md. Ashraful, and Maliha Tabassum. 2020. "Artificial Intelligence (AI) in Journalism: Is Bangladesh Ready for It? A Study on Journalism Students in Bangladesh." *ATHENS JOURNAL OF MASS MEDIA AND COMMUNICATIONS* 6(4):209–28. Doi: 10.30958/ajmmc.6-4-1.
13. Guangce, Ruan, and Xia Lei. 2021. "Knowledge Discovery of News Text Based on Artificial Intelligence." *ACM Transactions on Asian and Low-Resource Language Information Processing* 20(1):1–18. Doi: 10.1145/3418062.
14. Huang, Ming-Hui, and Roland T. Rust. 2021. "Engaged to a Robot? The Role of AI in Service." *Journal of Service Research* 24(1):30–41. Doi: 10.1177/1094670520902266.
15. Jabbar, N. W., & Dabakh, W. G. (2023). Digital Interactive Elements in The Twitter Platform: An Analytical Study. *ALBAHITH ALALAMI*, 15(62), 118-132. <https://doi.org/10.33282/abaa.v15i62.1034>.
16. Jerbi, Douha. 2023. "Exploring the Latest Frontiers of Artificial Intelligence: A Review of Trends and Developments." DOI: 10.36227/techrxiv.22717327.v1.
17. Keohane, J. (2017). "What News-Writing Bots Mean for the Future of Journalism". Retrieved from <https://www.wired.com/2017/02/robots-wrote-this-story/> at 4 Dec 2024.

18. Kim, Haley. 2019. "AI in Journalism: Creating an Ethical Framework." Doi: https://surface.syr.edu/honors_capstone/1083.
19. Kareem, A. A., & Hasan, S. K. (2024). Employment of Iraqi News Agencies on Social Media Platforms in News Production: An Analytical Study. ALBAHITH ALALAMI, 16(64), 40-61. <https://doi.org/10.33282/abaa.v16i64.1056>.
20. Linden, Carl-Gustav. 2017. "Decades of Automation in the Newsroom: Why Are There Still so Many Jobs in Journalism?" Digital Journalism 5(2):123–40. Doi: 10.1080/21670811.2016.1160791.
21. Lutz, Christoph. 2019. "Digital Inequalities in the Age of Artificial Intelligence and Big Data." Human Behavior and Emerging Technologies 1(2):141–48. Doi: 10.1002/hbe2.140.
22. Monti, M. (2019). Automated journalism and freedom of information: ethical and juridical problems related to AI in the press field, Pdf in <https://www.researchgate.net/publication/330666843>.
23. Nurelmadina, Nahla, Mohammad Kamrul Hasan, Imran Memon, Rashid A. Saeed, Khairul Akram Zainol Ariffin, El Mustafa Sayed Ali, Rania A. Mokhtar, Shayla Islam, Eklas Hossain, and Md. Arif Hassan. 2021. "A Systematic Review on Cognitive Radio in Low Power Wide Area Network for Industrial IoT Applications." Sustainability 13(1):338. Doi: 10.3390/su13010338.
24. Obaid, M. H. (2023). The Future of Television Work in the Light of Artificial Intelligence Challenges an Exploratory Study. ALBAHITH ALALAMI, 15(60), 7-26. <https://doi.org/10.33282/abaa.v15i60.958>.
25. Pashevich, E. (2018). Automation of news production in Norway. Augmenting newsroom with artificial intelligence, unpublished Master's . Faculty of Humanities, university of Oslo. https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/63213/Master-thesis_Ekaterina-Pashevich.pdf?sequence=10&isAllowed=y.
26. Peng, L. Z., Zhang, Z., & et al. (2023). Overlay CR-NOMA Assisted Intelligent, Transportation System Networks with Imperfect SIC and CEEs. Chinese Journal of Transportation System (32), pp. 1258-1270.
27. Potnis, Devendra, Iman Tahamtan, and Luke McDonald. 2025. "Negative Consequences of Information Gatekeeping through Algorithmic Technologies: An Annual Review of

- Information Science and Technology (ARIST) Paper.” Journal of the Association for Information Science and Technology 76(1):262–88. Doi: 10.1002/asi.24955.
28. Ross, M. 2015. The company behind the AP's 'robot journalists' is opening up its technology for everyone. Retrieved from <https://www.theverge.com/2015/1/29/7939067/ap-journalism-automation-robots-financial-reporting> at 18 Nov 2024.
29. Simon, F. M. (2023). Escape me if you can: How AI reshapes news organizations' dependency on platform. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2287464>.
30. Underwood, C. (2019, Nov 7). Automated Journalism – AI Applications at New York Times, Reuters, and Other Media Giants. Retrieved 4 Dec 2024 from <https://emerj.com/ai-sector-overviews/automated-journalism-applications/>.
31. Wang, Cheng Lu. 2021. “New Frontiers and Future Directions in Interactive Marketing: Inaugural Editorial.” Journal of Research in Interactive Marketing 15(1):1–9. Doi: 10.1108/JRIM-03-2021-270.
32. Zamith, Rodrigo. 2019. “Algorithms and Journalism.” in Oxford Research Encyclopedia of Communication. Oxford University Press. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.779.