جـــامـعـــة الـــشـرق الأوسـط
MIDDLE EAST UNIVERSITY
Amman - Jordan

توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية

Using Artificial Intelligence Applications and Programs in Newsrooms on Jordanian Satellite Channels

إعداد

أحمد هنداوي أبو ربيع

إشراف

د. محمود أحمد الرجبي

قدمت هذه الرسالة استكمالًا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني، 2024

تفويض

أنا **أحمد هنداوي أبو ربيع**، أفوض جامعة الشـرق الأوسـط بتزويد نسـخ من رسـالتي ورقيًا وإلكترونيًا للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: أحمد هنداوي أبو ربيع.

التاريخ: 20 / 01 / 2024.

التوقيع:

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: (توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية.)

للباحث: أحمد هنداوي أبو ربيع.

وأجيزت بتاريخ: 20 / 1 / 2024

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
د. محمود الرجبي	مشرفاً	جامعة الشرق الأوسط	.....
د. أحمد علي عريقات	عضواً داخلياً ورئيساً	جامعة الشرق الأوسط	.....
د. رامز أبو حصيرة	عضواً داخلياً	جامعة الشرق الأوسط	.....
د. سلافة الزعبي	عضواً خارجياً	جامعة العربية المفتوحة	.....

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين.

أما بعد:

الحمد لله أولًا، أشكرك ربي على نعمك وفضلك الذي مننت به علي بأن وفقتني لإنجاز هذه الرسالة.

وبكل الوفاء وصادق العرفان وعظيم الامتنان أتقدم بالشكر والتقدير إلى كل من ساعدني في مرحلة دراسة الماجستير، والشكر موصول إلى الذوات الأساتذة في كلية الإعلام.

والشكر والامتنان لأسرتي، والدي ووالدتي وشقيقتي وشقيقي، الذي ساندوني على امتداد فترة دراستي.

والشكر الكبير للعم الكبير عاطف، صاحب القلب الكبير والفضل الوفير ...

كذلك أتقدم بالشكر والامتنان إلى كل من كان له جهد في سبيل إتمام هذا العمل فله مني الشكر والتقدير، ولكل شخص أسهم في إخراج هذه الرسالة إلى حيز الوجود.

لهم مني جميعا تحية إكبار وتقدير.... والحمد لله أخيرًا.

الباحث

أحمد هنداوي أبو ربيع

الإهداء

لا يمكن أن أهدي هذا العمل المتواضع إلا لمن أدين لهم بالفضل بعد الله سبحانه وتعالى بأني أقف هنا اليوم، **أبي وأمي...**، فلكم أهدي هذا العمل بيد مرتجفة من الخجل لكل ما قدمتم وتقدموا لي، حفظكم الله ورعاكم.

وإلى **روح الغالية جدتي** رحمها الله أهدي هذا الجهد...

ولا يليق الإهداء إن لم يكن إلى من احبه قلبي وافتخر بسمعته وذكره، وأعتز إنه **عمي... العم الكبير قدراً وعمراً**... فلمثلك يليق الإهداء وإن لم يكن لك فلا يليق لغيرك ...

وأن كانت الرجولة تعرف بالمواقف فقد تعلمت منك أن الرجولة تعرف بأفعالك ومواقفك **العم عاطف**... أرجو أن تقبل أن أهدي لك جهدي المتواضع فلمثلك يليق ويطيب الإهداء...

أحمد هنداوي أبو ربيع

فهرس المحتويات

الموضوع **الصفحة**

العنوان.....أ
تفويض .....ب
قرار لجنة المناقشة .....ج
شكر وتقدير ..... د
الإهداء ..... هـ
فهرس المحتويات.....و
قائمة الجداول .....ح
الملخص باللغة الأردنية.....ط
الملخص باللغة الإنجليزية .....ي

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة 1
ثانياً: مشكلة الدراسة.....3
ثالثاً: أهداف الدراسة.....4
رابعاً: أسئلة الدراسة 4
خامساً: أهمية الدراسة.....5
سادساً: فرضيات الدراسة 5
سابعاً: حدود الدراسة.....5
ثامناً: متغيرات الدراسة.....6
تاسعاً: مصطلحات الدراسة 6

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري 8
ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة.....17
ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة.....28

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: منهجية الدراسة 30
ثانياً: مجتمع الدراسة 30
ثالثاً: عينة الدراسة 30
رابعاً: أداة جمع البيانات 31
خامساً: ثبات وصدق الأداة 32
سادساً: تحليل البيانات 33

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

أولاً: نتائج البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة 34
ثانياً: أسئلة الدراسة 36
ثالثاً: اختبار فروض الدراسة 43

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً: مناقشة النتائج 46
ثانياً: أهم النتائج 49
ثالثاً: التوصيات 52

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية 53
ثانياً: المراجع الأجنبية 56
ثانياً: المراجع الإلكترونية 58
الملحقات 59

قائمة الجداول

رقم الفصل – رقم الجدول	محتوى الجدول	الصَّفْحَة
3 – 1	قيم كرونباخ ألفا لمحاور الدراسة	33
4 – 1	نتائج البيانات الأولية لعينة الدراسة	34
4 – 2	المتوسطات الحسابية للمحور الأول	36
4 – 3	المتوسطات الحسابية للمحور الثاني لسهولة الاستخدام	38
4 – 4	المتوسطات الحسابية لمحور نوع التوظيف	41
4 – 5	ارتباط معامل بيرسون للفرضية الثانية	43
4 – 6	تحليل معامل بيرسون للفرضية الثالثة	44

توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية

إعداد

أحمد هنداوي أبو ربيع

إشراف

الدكتور محمود أحمد الرجبي

الملخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن درجة توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لجمع البيانات الكمية بالتطبيق على عينة تتكون من 80 موظفًا من موظفي القنوات الفضائية الأردنية، وأظهرت نتائج الدراسة أن القنوات الفضائية عينة الدراسة استخدمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي منذ أكثر من عام بوسط حسابي (2.88)، وتم استخدامه يوميًا إلى جانب تفعيل العاملين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التطبيقات بوسط حسابي (2.553)، وأكدت النتائج على هناك علاقة بين درجة الاستخدام وكل من سهولة الاستخدام ونوع الاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الأردنية، وأظهرت نتائج الدراسة وجود مشاكل كبيرة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي بوسط حسابي (2.644) بالرغم من سهولة استخدامها، وأكدت نتائج الدراسة أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تستخدم في غرف الأخبار بوسط حسابي (2.775) وتم استخدامها لتحسين المحتوى المقدم على الهواء أو عبر الوسائط الرقمية بوسط حسابي (2.667). وخلصت النتائج إلى وجود علاقة دالة إحصائيًا بين درجة استخدام القنوات الفضائية الأردنية للتطبيقات الرقمية في غرف الأخبار وسهولة توظيف التطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي، كما أظهرت النتائج وجود علاقة دالة إحصائيًا بين درجة توظيف القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ونوع التطبيق وبرامج الذكاء الاصطناعي. أوصت الدراسة بضرورة وجود محررين لديهم شهادات وخبرات في مجال الذكاء الاصطناعي داخل الغرف الإخبارية، لأن معظم التخصصات للعاملين في غرف الأخبار تكون من تخصص الإعلام، وضرورة عمل دورات تدريبية للعاملين في القنوات الفضائية الأردنية داخل غرف الأخبار، حيث تكون هذه الدورات التدريبية تختص فقط بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وكيفية التعامل معها.

الكلمات المفتاحية: تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي، غرف الأخبار، القنوات الفضائية الأردنية.

Using Artificial Intelligence Applications and Programs in Newsrooms on Jordanian Satellite Channels

Prepared by

Ahmad Hindawi Aburabi'e

Supervised by

Dr. Mahmoud Ahmed Al-Rajbi

Abstract

The study aimed to reveal the degree of employment of artificial intelligence applications and programs in the newsrooms of Jordanian satellite channels. The study relied on the descriptive analytical approach to collect quantitative data by applying it to a sample of 80 Jordanian satellite channel employees.

The results of the study showed that the satellite channels in the study sample have used artificial intelligence applications for more than a year, with a mean of (2.88). It was used daily. Additionally, workers activated the use of artificial intelligence applications on the applications, with a mean of (2.553). The results confirmed that there is a relationship between the degree of use and both ease of use and the type of use of artificial intelligence applications in Jordanian satellite channels. The results of the study showed that there are major problems in using artificial intelligence applications in media work, with a mean (2.644) despite the ease of use. The results of the study confirmed that artificial intelligence applications are used in newsrooms with a mean (2.775) and have been used to improve the content provided on air or via media. The numerical mean is (2.667). The results concluded that there is a statistically significant relationship between the degree of Jordanian satellite channels' use of digital applications in newsrooms and the ease of employing applications and artificial intelligence programs. The results also showed the existence of a statistically significant relationship between the degree of Jordanian satellite channels' use of artificial intelligence applications and programs in newsrooms and the type of application and programs of artificial intelligence. The study recommended the necessity of having editors with certificates and experience in the field of artificial intelligence within newsrooms and the necessity of conducting training courses for employees of Jordanian satellite channels within newsrooms, as these training courses are only concerned with artificial intelligence applications and how to deal with them.

Keywords: Artificial Intelligence Applications And Programs, Newsrooms, Jordanian Satellite Channels.

الفصل الأول
خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

تتطور التكنولوجيا الحديثة بشكل سريع يوميا، وتغير معها قطاعات صناعية واجتماعية وسياسية مختلفة بشكل كلي أو جزئي، مما يعني تغير في حياة البشر المرتبطين في هذه القطاعات. خلال السنوات الماضية اصبحت التكنولوجيا الحديثة من متطلبات الحياة البشرية، نعتمد عليها بشكل كبير، ويزيد هذا الاعتماد والارتباط يوميا.

تم استكشاف مسألة ما إذا كانت الروبوتات قادرة على إصدار الأحكام لأول مرة علميًا في منتصف الأربعينيات من القرن الماضي. وكانت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجالات الصحة والتعليم والأمن والنقل والاتصالات موضوعًا للعديد من الأبحاث الحديثة (ابو زيد ،2022). وتعتبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي مجموعة من السلالات والتقنيات المعاصرة لإنشاء برامج الكمبيوتر باستخدام أنظمة تعشق السلوكيات في العمليات المتنوعة والتكنولوجيا المبتكرة أطلق عليها اسم الذكاء الاصطناعي (رقيق، سفاري، 2015).

أصبح الذكاء الاصطناعي مع مرور الزمن، والتطور التقني يستبدل بالأنظمة التقليدية الموجودة في غرف الاخبار، في هذه الأيام، يعد الذكاء الاصطناعي تقنية حيوية وعملية لا يمكن تجنبها. مهما كانت التسمية التي تطلق عليها – معلومات أو بيانات أو معرفة –(النعانعة، طه، ٢٠٢٣)، فقد تحولت أنظمة إدارة المحتوى إلى التطبيقات والأنظمة الذكية ولم تنتظر لأننا نعلم أن الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا كبيرًا في اكتشاف الأشياء بفضل تطور التعلم الآلي والطبيعي، معالجة اللغة وعوامل أخرى، تنظيم البيانات واستخدامها وحفظها والتخلص منها، بغض النظر عن مصدرها أو

مصدرها أو موقعها (السريحي،2023)، ويعرف الباحث بأنه الأنظمة أو الأجهزة التي تحاكي الذكاء البشري لأداء المهام الاخبارية والتي يمكنها تحسين نفسها بناءً على المعلومات التي تجمعها. يقدم الذكاء الاصطناعي صورًا لروبوتات عالية الأداء شبيهة بالبشر تسيطر على العالم بحيث أصبحت هذه الروبوتات تقدم النشرات الاخبارية، وليس المقصود منها أن تحل محل البشر، لكن تهدف إلى تعزيز القدرات والمساهمات البشرية بشكل كبير في تقديم النشرات الإخبارية بكفاءة وفعالية (نعيم عباس، محمود، 2023).

وتقوم تقنيات الذكاء الاصطناعي بمهمات كانت تعتبر في السابق حكراً على البشر، مثل إمكانية الكشف عن بعض الأمراض، والمركبات ذاتية القيادة، وممارسة الألعاب مثل الشطرنج، وحتى تأليف الموسيقى والرسم، ... إلخ، خصيصاً في الغرف الإخبارية بحيث أصبحت الروبوتات تقدم النشرات الإخبارية بكل دقة وموضوعية بحيث يصعب على المشاهدين التفريق بين المذيعين الحقيقين والروبوتات، وقد أدت إلى ازدياد انتشار تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وصارت تتواجد في غرف الأخبار التلفزيونية (سعيد البربري، متولي، 2023).

يتم استخدام الذكاء الاصطناعي لكتابة المحتوى النصي، حيث يتتبع النقاط الساخنة ويكتب المقالات، ويستغرق الأمر (2) ثانية فقط من الحصول على المواد إلى استكمال النشر. على سبيل المثال، يمكن للروبوت توليد نصوص مخطوطات تلقائيًا لأخبار سوق الأسهم وأخبار الرياضة في فئة الأخبار المالية. بالإضافة إلى كتابة نشرات الأخبار وكتابة المعلومات بناءً على قوالب البيانات، يمكنه أيضًا جمع المعلومات عبر الشبكة بأكملها وتلخيصها. يمكنه أيضًا التعامل مع الحساب وتسجيل الدخول السري، والتحقق من الهوية، ومتابعة العمليات والمعجبين، وعمليات المحتوى، وتوجيه التعليقات، وما إلى ذلك، ويدعم المهام الزمنية ويحقق التفاعل المجدول للمستخدم، وهذا

يعني تحسين هذه الوظائف بشكل كبير ويحقق السرعة والكفاءة للناشرين والصحفيين (Wang, et al. 2021).

أصبح الذكاء الاصطناعي واقعا موجودًا في عدد من المؤسسات الإعلامية العالمية، ودخل إلى العديد من المؤسسات الأردنية، ورغم أن البعض لم يدرك للآن أهميته، ولكنه يقدم لهذه المؤسسات فرصًا لم تكن متاحه في السابق، كما أنه يفرض مجموعة من التحديات في توظيف القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي يشمل ما يجب أن يكون في هذه الغرف الإخبارية من تطبيق لأدوات الذكاء الاصطناعي، وكيفية الوصول إلى طريقة نستطيع من خلالها تعظيم الاستفادة منها، وتقليل التحديات التي نواجهها من خلالها، لذلك جاءت هذه الدراسة التي تتمثل في معرفة كيفية توظيف القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، والتعرف على كيفية توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية.

ثانياً: مشكلة الدراسة

تؤدي وسائل الإعلام دورا مهما في تغطية الأخبار على المستوى المحلي، والإقليمي والعالمي، والعالم يعيش الآن ثورة تقنية على جميع الأصعدة لا سيما في الإعلام والتطبيقات الذكية، ومواقع التواصل الاجتماعية، حيث باتت هذه الوسائل أهم ما يمكن أن يستخدمه الانسان للحصول على المعلومات والتعرف على آخر الأخبار، ونظراً للدور المهم الذي تقوم به القنوات الفضائية التي تعد من أهم الوسائل الإعلامية ونظرا لمكانتها المهمة لدى الجمهور في الحصول على المعلومات والأخبار، فإن هذه القنوات من المصادر الرئيسة، والموثوقة لدى الجمهور الأردني للحصول على المعلومات، والأخبار، وتستحوذ على اهتماماتهم.

وفي ضوء ما سبق تتمثل مشكلة الدراسة في الكشف عن درجة توظيف القنوات الفضائيات الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى:

1. درجة توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية.
2. التعرف إلى درجة سهولة توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية.
3. التعرف إلى أنواع توظيف هذه القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

رابعاً: أسئلة الدراسة

وتسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن:

1. ما درجة توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية؟
2. ما سهولة توظيف القنوات الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟
3. ما نوع التوظيف المستخدم لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

خامساً: أهمية الدراسة

لهذه الدراسة أهمية عملية وعلمية تكمن في أنها:

1- توظيف القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

2- الاهتمام بدراسة وبيان الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية بتوظيف التطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار.

3- تعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي تتناول الحديث عن توظيف القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

سادساً: فرضيات الدراسة

الفرضية الاولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام القنوات الفضائية الأردنية للتقنيات الرقمية في غرف الأخبار وسهولة التوظيف للتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة توظيف القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ونوع التوظيف للتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي.

سابعاً: حدود الدراسة

الحدود الجغرافية: المملكة الأردنية الهاشمية، (القنوات التلفزيونية الأردنية).

الحدود الزمنية: وقت إجراء الدراسة 9/25/ 2023 وحتى تاريخ 6/ 12 /2023، لمدة أربعة أشهر.

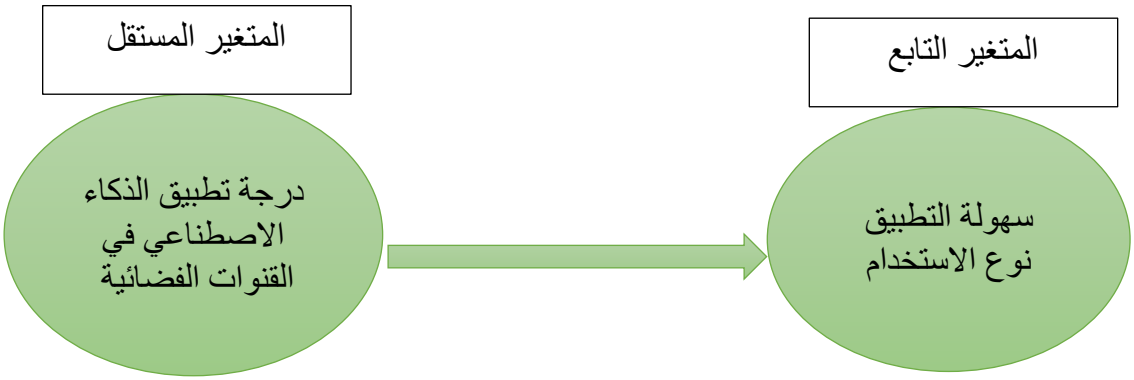
الحدود الموضوعية: الدراسة محددة بدراسة توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الأردني.

ثامناً: متغيرات الدراسة

المتغير المستقل: درجة تطبيق الذكاء الاصطناعي

المتغير التابع: غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية

الشكل 1: متغيرات الدراسة



تاسعاً: مصطلحات الدراسة

- القنوات الفضائية الأردنية: هي منصات إعلامية، أو مؤسسة متخصصة في مجال الإعلام خاصة أو حكومية، تهدف إلى تقديم محتوى معين، أو مجموعة من المجالات الإعلامية، والتلفزيونية المتنوعة، وسميت بالفضائية؛ لأن بثها مرتبط باتصالها بالفضاء الخارجي، أقمار فضائية، حتى تصل إلى جميع أنحاء العالم، أو إلى المناطق التي يغطيها البث الخاص بها، ويتم منح ترخيص العمل والبث من قبل حكومة المملكة الأردنية الهاشمية. (المناصير،2018).
- القنوات الفضائية الأردنية إجرائيًا: هي القنوات الأردنية التي تبث وفضائيًا، والتي تم اختيارها عينة لهذه الدراسة وهي: عمان تي في، رؤيا، المملكة.
- الذكاء الاصطناعي: "اتجاهات تركز على درجة قدرة الآلات الذكية على محاكاة السلوك الإنساني أو العقل البشري" (Rich and Knight, 1991), "مجال من مجالات علوم الحاسوب والذي يحاول فيه المبرمجون إنشاء آلات ذكية يمكنها التصرف والتفكير واتخاذ

القرارات مثل البشر إذ يشير هذا المصطلح إلى فكرة أن الآلات ستكون قادرة في يوم من الأيام على تكرار الخصائص البشرية والقيام بالأعمال التي يقوم بها البشر" Ehlers, (2021,p.12).

- الذكاء الاصطناعي إجرائيًا: هو قدرة الآلات الذكية على إنجاز المهمات الصحفية المطلوبة في غرف الأخبار داخل القنوات الفضائية الأردنية عينة الدراسة. 1342
- غرف الأخبار: غرفة الأخبار وهي "مركز لجمع الأخبار ودمجها وتحريرها وكتابتها للمنشورات الرقمية أو الصحف أو البرامج الإذاعية، من خلالها يسهل التفاعل بين المحررين والمنتجين والمراسلين الاستقصائيين ومذيعي الأخبار، وتعرض غرف الأخبار عبر الإنترنت الإصدارات الإعلامية وأخبار الشركات في مكان واحد، مما يتيح سهولة التفاعل والتعاون" (Robinson,2011).

غرف الاخبار إجرائياً: وهي القسم المعني بتجميع الاخبار وتصنيفها وترتيبها وإعدادها للنشر عبر البث الْمُباشر فِي القنوات الفضائية الأردنية عينة الدِّراسَة

الفصل الثاني
الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري

تعتمد هذه الدراسة على النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (UTAUT) والتي ترى أن النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا يعد مؤشرا لسلوك الاستخدام الفعلي للقنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار وتقترح النظرية أن الأداء المتوقع والجهد المتوقع والتأثير الاخباري يؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما أن التسهيلات المتاحة تؤثر بشكل مباشر في توظيف القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار (Patabandige,2019).

تستخدم طريقة UTAUT – لفهم سبب قبول المتخصصين للتقنيات الجديدة. وفقًا لهذه النظرية، يمكن التنبؤ بدقة بالنوايا الخاصة بأداء السلوكيات من خلال المواقف تجاه السلوك، والمعايير الذاتية، والتحكم السلوكي المتصور؛ ومثل هذه النوايا تمثل تباينًا كبيرًا في السلوك الفعلي. وباختصار، تكشف هذه النظرية عن وجود صلة بين المعتقدات والسلوك. وهذا يعني، على سبيل المثال، أنه إذا اعتقد أحد المتخصصين أن استخدام تقنية جديدة لن يكون له أي تأثير، على الرغم من إمكانية الترويج لهذا السلوك على أنه إيجابي من قبل الشركة، فقد لا يحدث مثل هذا السلوك. إن تطبيق نظرية السلوك المخطط في هذه المواقف يساعد في تفسير هذه التناقضات (Nahmías & van der Kaa، 2014).

إن نظرية (النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا ترتبط بدراسة نوايا الناس وسلوكياتهم عندما يحاولون تحسين استخداماتهم الحديثة، فمن الضروري تعريفها على النحو التالي: "النظرية الموحدة

من خلال دراسة الأربعة: الأداء المتقدم، الكافي الجهد والتأثير الاجتماعي والمرافق المتاحة" (الفراني والجيلي، 2020).

وتعرف إجرائيا بانها: نظرية يراد بها معرفة مدى قبول العاملون في غرف الأخبار لاستخدام تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي، والعوامل المؤثرة في قبوله داخل غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية.

وتركز النظرية على أربعة عوامل رئيسة تؤثر على قبول التكنولوجيا، الأداء عند الاستخدام يعبر عن اعتقاد الفرد بقدرة التكنولوجيا على مساعدته في أداء مهمة بشكل فعال. جدوى الأداء ترتبط بالجهد المتوقع لاستخدام التكنولوجيا، وكلما كان الجهد أقل، زادت احتمالية القبول. العوامل الاجتماعي، حيث يمكن أن يكون للتأثير الاجتماعي دور كبير في القبول. شروط الجدوى تعني الدعم الهيكلي والتقني المتاح، وتلعب دورًا في تسهيل استخدام التكنولوجيا.

الذكاء الاصطناعي

يعد الذكاء الاصطناعي مجالاً واسعاً رقمياً بحيث يستبدل الانسان الطبيعي بالروبوتات بجميع مجالات الحياة العملية والعلمية، تتوسع مدارك الذكاء الاصطناعي مع مرور الزمن الرقمي بشكل متسارع وانتشاره على درجة واسع عالمي، أشارت التقنيات إلى بداية عصر جديد يتضمن الآن مساعدين شخصيين أذكياء يفهمون اللغات الطبيعية ويجيبون عليها، وروبوتات قادرة على رؤية وتنفيذ مجموعة من الوظائف الذكية، ومجموعة من القدرات الأخرى التي كانت حتى ذلك الحين قدرة بشرية حصرية (Makridakis, 2017).

يعتبر الذكاء الاصطناعي تقنية رقمية موجودة منذ فترة قصيرة ووجوده في كثير من الجذور في مجالات متعددة سواء عملية أو علمية مثل: الرياضيات، العلوم، علوم الحاسوب، الفلسفة، علم النفس، اللغويات، الطب، وفي الآونة الأخيرة ظهوره في غرف الأخبار لكن بشكل غير ظاهر لحد الآن (أبو زيد، 2022).

ويذهب مجال الذكاء الاصطناعي (AI) إلى أبعد من ذلك فهو لا يحاول الفهم فحسب، بل يحاول أيضًا بناء كيانات ذكية، ويعد أحد أحدث المجالات في العلوم والهندسة، بحيث بدأ العمل بشكل جدي في هذا المجال بعد فترة وجيزة من الحرب العالمية الثانية، وتمت صياغة الاسم نفسه في عام 1956 (Russell & Norvig, 2010).

يشمل الذكاء الاصطناعي العديد من المجالات الفرعية التي يمكنها تحسين رواية القصص البشرية في غرف الأخبار الحديثة (Marconi, 2020)، "صحافة الروبوت Robot" "Journalismالتي تعتمد على الروبوت في تأدية بعض المهام الإعلامية كالتصوير واكتشاف بعض الأخبار الزائفة. (السيد، 2022).

رأى مركز القرار للدراسات الإعلامية في عام 2020 أن الذكاء الاصطناعي يؤدي إلى العديد من الوظائف المهمة في المجال الإعلامي، أهمها استخراج البيانات وتحسين طرق البحث، اختيار الموضوعات المناسبة، وشخصنة تجربة المستخدم، وفهم ردود الفعل البشرية وتعليقات الجمهور، وكتابة النصوص الإخبارية، وفي المستقبل من المرجح وجود روبوتات لتقديم نشرات إخبارية وكل هذه المجالات والوظائف الواسعة يتمكن هذا الذكاء إلى تحسين القدرات الإعلامية بشكل فعال وكفؤ (المصري والاغا، 2021).

خصائص الذكاء الاصطناعي

يستخدم الذكاء الاصطناعي في حل المشاكل الجديدة في ظل غياب معلومات كاملة عن الموضوع، وقدرته على اكتساب معارف والقدرة الأكبر على التفكير والادراك، باستخدام تطبيقاته في مجالات كثيرة ومنها في غرف الأخبار، بالتالي القدرة على استخدام التجربة والخطأ لاكتشاف الأمور المختلفة عن المفهوم العام في غرف الأخبار، الاستجابة للظروف بشكل أسرع وأسهل، واخيرا التعامل مع المواقف الصعبة والمعقد بتقديم المعلومات لإسناد القرارات الإدارية. (غيتاوي، 2023).

كيف يمكن لتقنية الذكاء الاصطناعي مساعدة المؤسسات الاعلامية

إن المبدأ الرئيسي للذكاء الاصطناعي هو أن يحاكي ويتخطى الطريقة التي يستوعب ويتفاعل بها البشر مع العالم من حولنا. الأمر الذي أصبح سريعًا الركيزة الأساسية لتحقيق الابتكار، بعد أن أصبح الذكاء الاصطناعي مزودًا بأشكال عدة من التعلم الآلي التي تتعرف على أنماط البيانات بما يمكن من عمل التنبؤات، يمكن للذكاء الاصطناعي إضافة قيمة إلى أعمالك من خلال توفير فهم أكثر شمولية لفيض البيانات المتوفرة، الاعتماد على التنبؤات من أجل أتمتة المهام ذات التعقيد الشديد فضلًا عن المهام المعتادة (البرعي، 2022).

تقنيات الذكاء الاصطناعي أحدثت تحولات كبيرة في قدرة وسائل الإعلام على التأثير ومخاطبة الرأي العام، ووفرت أدوات أكثر ذكاء وتقدم بسرعة في نقل الخبر إلى المتلقي وتفاعل الجمهور بسهولة ويسر، وهذا التطور يشمل وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، بحيث أصبح ركن أساسي داخل غرف الأخبار (عبد الحميد، 2020).

مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي

إن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار المتطورة، تتم في المجالات الآتية:

1. جمع المادة الخبرية :News Gathering يتمايز الصحفيون في غرف الأخبار بما يملكونه من شبكة مصادر واسعة ومؤثرة وفعالة تتيح لهم الحصول على المعلومات الصحيحة والدقيقة في الوقت المناسب، مما يساعدهم على تحقيق السبق والموثوقية لصالح مؤسساتهم التي يعملون بها. والى جانب المصادر التقليدية للأخبار اعتمدت غرف الأخبار، المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي، مواقع الانترنت والشبكات الاجتماعية في جزء كبير من مصادر تغطيتها على تصريحات المسؤولين من خلال حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك التعرض لقضية أو موضوع معين يتفاعل معه الجمهور بشكل كبير. (خطاب، 2021)
2. مرحلة التحقق والتثبيت :Verification نتيجة تعاظم حجم المعلومات والبيانات والاحداث الإخبارية أصبح الصحفي يواجه صعوبة في التحقق من المعلومات في اشكالها المتعددة من نصوص وصور وفيديو لاسيما في ظل الاعتماد المتزايد على منصات التواصل الاجتماعي في جمع الاخبار ونقلها ورصدها، فبات لزاماً على الغرف الإخبارية انشاء طرق وآليات للتحقق والتثبت من الاخبار والصور والفيديوهات القادمة من المواطن الصحفي أو من مصادر مجهولة. فيتم التحقق التقني من المعلومات الصحفية باستخدام أدوات تقنية وبرمجيات ذكية تستطيع تزويد الصحفي بمعلومات أساسية عند درجة صحة وصدق ودقة هذه المواد، وتساعده في التحقق الموضوعي منها. (أبو زيد، 2021)
3. مرحلة المعالجة البصرية والتحريرية للقصص الإخبارية: بعد ان يتم اختيار القصة الإخبارية المناسبة لمعايير غرفة الاخبار تبدأ مرحلة المعالجة البصرية والتحريرية النهائية للقصة قبل

بثها أو نشرها. والمقصود بها استكمال بناء القصة وعناصرها التحريرية، وترتيب الموضوعات والزوايا الأنسب لتناولها وعرضها. ويمكن تلخيص الاشكال البصرية للقصص الإخبارية التي أصبح بإمكان غرف الأخبار، المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، انتاجها وعرضها على المنصات الرقمية من خلال قصص إخبارية مدعمة بتقنية الواقع الافتراضي، وقصص إخبارية مدعمة بتقنية الواقع المعزز (معالي، 2014).

4. مرحلة النشر :Publishing فغرف الأخبار بحاجة إلى نشر انتاجها عبر الوسائل الاتصالية الحديثة، لما لها من مميزات كالوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعاً. ولم تسهل منصات التواصل الاجتماعي اليات النشر والتوزيع فحسب، بل شكلت انماطاً جديدة في طرق استهلاك المحتوى والتفاعل معه (الرزاق، 2023).
5. مرحلة متابعة التغذية الراجعة :Feedback شكلت التقنيات التكنولوجية المدعومة بالذكاء الاصطناعي نقلة نوعية في التعامل مع المتلقي ومتابعة رد الفعل بالنسبة لغرف الأخبار المتطورة، الامر الذي ساهم ايجاباً في تطوير المحتوى الاخباري من حيث الشكل والمضمون، والسياسات التحريرية، واستدراك أخطاء المحتوى واللغة في القصص المنشورة، لاسيما في ظل تحول المتلقي إلى ما يمكن ان نسميه "المتفاعل الذكي". (Pashevich,2018)

تتمثل أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في تتبع رد الفعل Feed Back بالأدوات الآتية: متقفي الأثر Impactor, Impact Tracker التي تستطيع قياس ومقارنة عدد المشاهدات للقصص الإخبارية وتقفي أثرها وتقديم ذلك في احصائيات وأداة Pay Wall التي تقيس نشاط القارئ وتفضيلاته مما يساعد على قياس نوع القصص التي يفضل المستخدمين الوصول اليها. وتوجد أدوات ذكية لتحليل بيانات القراء على الموقع الالكتروني ونوع وأسلوب تفاعلهم مع القصص المنشورة

مثل أدوات Google Analytics, char beat التي تحلل بالأرقام اعداد المشاهدات للقصص الاخبارية والتفاعل مدة القراءة والارتداد إلى الموقع (Finnset, 2020) .

فضلاً عن الأنظمة الذكية المصممة لقياس تأثير ما تنتجه غرف الأخبار بناء على معاييرها وتعريفها لمفهوم التأثير، فتقدم هذه الأنظمة تقييماً بناء على ما يتناسب مع معايير كل غرفة اخبار، مثل نظام News Lynx الذي يعتمد على تحليل تفاعل وتعليقات الجمهور على مواقع الانترنت والمواقع الاجتماعية لقصص إخبارية معينة، ومقارنتها مع معايير غرفة الاخبار، ومن أبرز القراءات التي توفرها (عدد الاعجابات، المشاهدات، المشاركات، التعليقات، نسبة الارتداد، مدة القراءة، عدد الملتحقين بقنوات معينة، عدد الزيارات الأولى، تقسيمات الجمهور جغرافياً وديموغرافياً، واهتماماته) وغيرها من الاحصائيات التي ترسم صورة واضحة لغرفة الاخبار عن توجهات الجمهور، ويمكن قراءة ذلك من خلال ما توفره منصات التواصل أو من خلال أدوات ذكية مثل Social beaker , Crowd Tangle, News Whip وبشكل عام، يمكن تقسيم وظائف الذكاء الاصطناعي في الإعلام إلى خمسة وظائف أساسية، هي استخراج البيانات وتحسين البحث، واختيار الموضوعات وشخصنة تجربة المستخدم، وفهم ردود الفعل البشرية وتعليقات الجمهور، وكتابة النصوص الإخبارية، ومكافحة الاخبار المزيفة (اللبان، 2019).

صحافة الروبوت والذكاء الاصطناعي والمجال الاعلامي

وتعد صحافة الروبوت إحدى أهم أدوات الذكاء الاصطناعي واستخداماتها في مجال الإعلام، وهي تعني جمع المعلومات حول الاحداث والقضايا وتصنيفها، وكتابتها في شكل اخبار وتقارير، ونشرها بطريقة آلية كاملة دون تدخل من العنصر البشري، وتتمثل أهم استخدامات صحافة الروبوت في مجال الإعلام حاليا بالبحث عن البيانات ومعالجتها: حيث يعد البحث عن البيانات الضخمة

ومعالجتها التطبيق الأكثر وضوحاً للخوارزميات في الصحافة، تحديد الموضوعات الجديرة بالنشر والأولى بالمتابعة: حيث تتمكن الخوارزميات من خلال قدرتها على تحليل البيانات الضخمة وربطها ببعضها من اتخاذ قرارات سريعة ودقيقة حول الاخبار الجديرة والحق بالنشر في الوقت الحالي من غيرها، وكتابة الاخبار من خلال قيام الخوارزميات بجمع البيانات ومقارنتها وتمكنها من كتابة نصوص صحفية جاهزة دون تدخل بشري، ويتم باستخدام قوالب محدودة تم تحديدها له من جانب العنصر البشري. (بدوي، 2021).

وقد توسعت الكثير من وسائل الإعلام الغربية في اعتماد صحافة الروبوت في انتاج الاخبار وتحريرها ونشرها آلياً والاستغناء عن عنصر الصحفي البشري في انجاز هذه المهام. فقد بدأ واضحاً في السنوات الأخيرة ان الاتمتة اخترقت بقوة المؤسسات الإخبارية العالمية ونجحت في انتاج آلاف القصص الإخبارية دون تدخل بشري بدءاً من جمع المعلومات وتصنيفها ومن ثم تحريرها ونشرها (Biswal & Gouda, 2020).

حتى الآن، يبدو ان استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، حسب التجارب العالمية القائمة يشمل خمس مهمات أساسية: انتاج الاخبار القصيرة بشكل آلي في الموضوعات المعتمدة على بيانات الإحصائية، تتبع الاخبار العاجلة وتنبيه الصحفيين بالمعلومات الجديدة ذات الصلة بموضوع ما، اجراء بحث بشكل أسرع وأدق، وربط المعلومات بسرعة وكفاءة وتحويلها إلى اشكال بيانية، التصحيح الاملائي والنحوي والاسلوبي للغة بشكل تلقائي، فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق، واكتشاف الاخبار الزائفة (اللبان، 2019).

غرف الأخبار

هو المكان المركزي الذي يعمل فيه الصحفيون، المراسلون، المحررون، والمخرجون مع غيرهم من فريق العمل لجمع الاخبار لنشرها في صحيفة أو عن طريق قنوات التلفزيون، بحيث يتم من

خلالها عرض جميع الاخبار المتعلقة بالقضايا المحلية أو الدولية، أو عرض برامج ثقافية أو اجتماعية...الخ، أصبحت غرف الأخبار مكانًا للصحفيين منذ منتصف القرن التاسع عشر. مع التصنيع والاحتراف في الصحافة، جاء الوقت الذي تقرر فيه أن كتابة الصحف وتحريرها وتخطيطها يجب أن تتم في مساحة مخصصة لها حصريًا (Reyna, 2022.)

لقد أدرك الصحفيون الحاجة إلى استخدام أدوات مبتكرة لإنتاج محتوى مختلف. جميع الأشخاص الذين تمت مقابلتهم والذين يعملون في صحافة البيانات يستخدمون برامج مثل CartoDB، وTableau، وDatawrapper لإنشاء خرائط ورسومات، وبعضها مزود برموز معدلة لتكييفها مع احتياجات غرف الأخبار (García-Avilé et al.,2019).

لقد تغير المشهد الإعلامي بشكل كبير خلال العشرين عامًا الماضية بسبب التفاعل بين العمليات التكميلية والمتناقضة لمختلف المنصات الإعلامية. وقد أدى ذلك إلى إعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية وخلق نماذج تحريرية وإدارية واقتصادية جديدة. لقد عكس الإنتاج تحرك غرفة الأخبار الحديثة لتوفير المحتوى للعديد من منافذ النشر دون الحاجة إلى وسيط مخصص (أبو زيد، 2022).

ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

في إطار هذه الدراسة الحالية عن توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية، اطلع الباحث على كافة الأبحاث والدراسات المتاحة والتي اقتربت من الموضوع من جانب أو أكثر، وسوف تقتصر ولضيق المساحة على الأبحاث والدراسات التي لامست موضوع دراسته بطريقة أو بأخرى وقد جاءت هذه الدراسات على النحو التالي:

خطاب، 2021 بعنوان: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية.

هدفت الدراسة إلى البحث والسعي في استشراف مستقبل غرف الأخبار في إطار توظيف التقنيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي في مراحل العمل، بحيث كانت تتركز الدراسة على اراء الصحفيين والقائمين على العمل في غرف الأخبار المصرية وتصريحات الخبراء المصريين في مجال الإعلام وفي مجال الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة، تم استخدام استمارة الاستبيان (50 استبانة) والمقابلات المعمقة (50 مقابلة)، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: اصبح استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار حتمية استراتيجية لتطوير دورة العمل والحصول على كفاءة أكبر للأداء واشكال جديدة للنشر وتعزيز ولاء الجمهور، وكانت من توصيات الدراسة هي ان يفترض تحول كلي في غرف الاخبار إلى الرقمنة بحيث تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أساسي وفعال.

الشرقاوي والسيد، 2022 بعنوان: توظيف المؤسسات الصحفية لتقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في أوقات الأزمات " كورونا نموذجا"

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الاختلافات التي حدثت في غرف التحرير خلال أزمة كورونا، كما هدفت إلى رصد درجة اعتماد المؤسسات الصحفية المصرية على أدوات الذكاء الاصطناعي. كما يرصد أبرز المعوقات التي قد تحول دون استفادتهم من هذه الأدوات ويقدم رؤية مستقبلية لدرجة استفادة المؤسسات الصحفية من أدوات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر عينة من

الصحفيين المنتمين إلى مؤسسات صحفية مختلفة، قامت الباحثة بجمع البيانات عن طريق المقابلات المتعمقة مع مجموعة من الصحفيين المنتمين إلى عدد من المؤسسات الإخبارية، توصلت بعد التحليل إلى عدة نتائج منها ان استخدم عدد قليل من الصحفيين الذين تلقوا تدريبات على الذكاء الاصطناعي هذه الأدوات خلال جائحة كورونا في المؤسسات الصحفية، رغم أن استخدامها كان مقيدًا للغاية. إن الميزات الإدارية المستخدمة لترتيب المهام اليومية هي المجالات الوحيدة التي تختلف فيها غرف التحرير، سواء كانت في مؤسسات عامة أو خاصة.

أبو زيد الشوري 2022 بعنوان " الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة".

تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة إلى جانب توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، وذلك بالنسبة للدراسات من عام 2010م وحتى عام 2022م. كانت عينة الدراسة تتمثل 118 دراسة بحيث كانوا موزعين إلى ٩٧ دراسة باللغة الإنجليزية و21 دراسة باللغة الأردنية. توصلت في النهاية الدراسة إلى عدة نتائج هناك العديد من التحديات التي تواجه الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي تنقسم إلى:

تحديات داخلية: أوضحت الدراسات أن أهم التحديات التي تواجه الصحافة الرقمية تتمثل في: نقص الخبرة والمهارات اللازمة لإنتاج محتوى رقمي، وعدم اتاحة تعاون بين الإدارات والأقسام المختلفة داخل المؤسسات الصحفية أو مع المحترفين مثل المبرمجين، وبالتالي تعتمد بعض المؤسسات على الأدوات والتقنيات العامة والتي تعد محدودة في إمكاناتها، واخيرا عدم الاهتمام من قبل المؤسسات الصحفية بالاستثمار في الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

والتحديات الخارجية فتتمثل في: إعادة توجيه المعايير والقيم المهنية الحالية للصحفيين، كما يمثل عدم توافق البنية التحتية الرقمية الحالية مع أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي عقبة أخرى في غرف الأخبار، وأكدت الدراسات ضرورة تحديد دور وممارسات الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في إطار السياق العام للدولة؛ لفهم العوائق والمشكلات التي تواجهه.

(الزهراني، 2022) اعتاد الصحفيون على استخدام تطبيقات الهواتف الذكية ذات الذكاء الاصطناعي، مما يشير إلى أن الذكاء الاصطناعي جزء من عملهم اليومي. ومع ذلك، كشفت النتائج أيضًا أن 24.6% فقط من عينة الدراسة يعرفون شيئًا عن مفهوم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، والذي يشير إلى استخدام برامج تحرير المحتوى التي تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي. في حين رأى 43.7% من عينة الدراسة أن مفهوم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي يشمل مفاهيم متعددة، مثل استخدام الروبوتات والطائرات بدون طيار، وعملية كتابة المحتوى دون الحاجة إلى تدخل بشري.

(حرب، 2022) بعنوان " رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية".

هدفت الدراسة إلى تقديم رؤية مستقبلية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية في العقد القادم (2031-2021)، بناءً على اتجاهات الممارسين فيما يتعلق بواقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومستوى اهتمامهم بها. والعوامل المؤثرة على توظيفهم في الذكاء الاصطناعي خلال ذلك العقد. وكانت عينة الدراسة تتمثل في 81 من الأشخاص القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية، بينت النتائج ان معظم المبحوثين أكدوا على أن اهم العوامل المؤثرة على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية خلال العقد القادم تتمثل في العوامل الاقتصادية باعتبار ان التحول التكنولوجي لتقنيات الذكاء الاصطناعي

يحتاج إلى إمكانيات مادية ضخمة، بالإضافة إلى العوامل المهنية المرتبطة بالتدريب والتأهيل للقائم بالاتصال في تلك المؤسسات.

أبو زيد، 2022 بعنوان "اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار (دراسة مسحية)".

هدفت الدراسة التعرف إلى اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، تمثلت العينة ب 64عاملا في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني، استخدم الباحث الاستبيان والمقابلات لجمع البيانات وتوصل إلى عدة نتائج وهي: معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، كانت معرفة عالية بنسبة 84.8 %، سلوك العاملين في غرف الأخبار سيكون إيجابيا إزء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وسيكون الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار أداء مرتفعا، من توصيات الدراسة أهمية توفير تسهيلات وتدريب ومعالجة العقبات من قبل المسؤولين في الإدارات العليا لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الصوالحة، 2022 بعنوان "الاتجاهات القائم في وكالة الانباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي (دراسة مسحية)".

هدفت الدراسة إلى معرفة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، تمثلت عينة الدراسة 102 من العاملين في التحرير الصحفي في وكالة الانباء (بترا) بحيث تم استخدام الاستبانة وتوزيعها على العاملين وتم مقابلة ثلاثة مديرين عاملين في بترا، بعد تحليل البيانات المجمعة توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ان تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في وكالة الانباء (بترا) كانت تطبق بدرجة عالية في

الاتصال، وتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي زاد معدل الارتقاء وتطوير المنتج الاخباري لوكالة الأنباء الأردنية بدرجة عالية ،من توصيات الدراسة وضع خطة متكاملة من وكالة الأنباء الأردنية بترا حول ادخال تطبيقات برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي، لا سيما ان نتائج الدراسة تشير إلى ان اتجاهات القائم بالاتصال في الوكالة كانت إيجابية وعالية لتقبل التكنولوجيا الجديدة

الفرحان، 2023 بعنوان: دور غرف الأخبار الذكية في تعزيز دوافع التواصل التفاعلي في قناتي الجزيرة والأردنية أنموذجا"

هدفت الدراسة إلى إيضاح دور الغرف الإخبارية الذكية في زيادة فعالية عمل القائم بالاتصال لإنتاج النشرات الإخبارية والبرامج التلفزيونية الذكية، كانت عينة الدراسة تتمثل في 49 شخصاً من القائمين بالاتصال في الغرف الإخبارية الذكية، ومن العاملين الآخرين المكملين لعملية إنتاج النشرات الإخبارية الذكية اليومية، وبعد تحليل البيانات توصلت الدراسة إلى عدة من النتائج وهي أن استخدام التقنية الرقمية الذكية الاصطناعية، زاد من ارتفاع نسبة المتفاعلين من مشاهداتها لفقرات نشرات الأخبار والبرامج التلفزيونية لقناتي الجزيرة والأردنية. كما أظهرت النتائج سيطرة جنس الذكور على الإناث من المبحوثين في العمل داخل غرفة الأخبار الذكية في قناتي الأردنية والجزيرة ممن يحمل اغلبهم عنوان محرر وشهادة الدبلوم في التخصص الإعلامي والذين لا تزيد خبرتهم عن خمس سنوات. وان العاملين في غرفة الأخبار الذكية، في قناة الأردنية أكثر نسبة من العاملين في قناة الجزيرة، ومن توصيات الدراسة استغلال أحدث الأجهزة الرقمية الذكية، أمثال تقنية الخوارزميات، الروبوت، الموبايل، صحافة المواطن.

الدراسات السابقة الأجنبية:

El Gody, (2021)" Using Artificial Intelligence in the Al Jazeera Newsroom to Combat Fake News"

هدفت الدراسة إلى تقييم جهود شبكة الجزيرة في السيطرة على الأخبار الزائفة في أخبارها. تعتمد الدراسة على مقابلات نوعية مهيكلة وشبه مهيكلة مع فرق أخبار الجزيرة ومطوري تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. أظهرت النتائج مجموعة من الجهود التي تجريها مختلف فرق الجزيرة للتحكم في المحتوى الزائف ومنع استغلال محتوى الجزيرة بطرق غير لائقة. كما أظهرت أهمية دور الذكاء الاصطناعي، خاصةً تكنولوجيات التوقع، في اكتشاف المصادر الزائفة وإدارة عمليات الأخبار.

اختتمت الدراسة بأن مكافحة المعلومات الزائفة هي قضية جماعية في شبكة معقدة. الصحفي اليوم هو محترف يعمل كعقد في بيئة معقدة بين التكنولوجيا والمجتمع، وبين الأخبار والتحليل، وبين الحقائق والخيال، وبين الحقيقة وما بعد الحقيقة، وبين التعليق والاختيار، وبين التوجيه والتحقيق. لا يمكن للصحفيين العمل بشكل معزول عن البيئة المحيطة بهم، خاصةً مع وفرة المعلومات والحقائق البديلة المتاحة. يكمن نجاح غرفة الأخبار في استخدام تقنيات – بما في ذلك الذكاء الاصطناعي – في قدرتها على دمج الصحفيين والفنيين، وكتاب السيناريو ومشغلي الكاميرات، والمبرمجين وجميع معالجي الأخبار، والتنسيق بين صحافة الطباعة والراديو والتلفزيون والجمهور.

Stray, (2021) "Making artificial intelligence work for investigative journalism"

هدفت الدراسة إلى مراجعة المعلومات والأبحاث عن دمج الذكاء الاصطناعي في الإعلام، حيث وجدت الدراسة ان هناك العديد من الرؤى التي تتخيل استخدام أساليب الذكاء الاصطناعي لاكتشاف الأنماط الخفية للفائدة العامة في كميات كبيرة من البيانات، مما يقلل بشكل كبير من تكلفة الصحافة التحقيقية. ومع ذلك، حتى الآن، استخدمت قليل من القصص التحقيقية أساليب الذكاء الاصطناعي

بطرق ضيقة نسبيًا. يقوم هذا الورق بمسح ما تم تحقيقه في التقارير التحقيقية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ولماذا كان من الصعب تطبيق أساليب أكثر تقدمًا، وأي نوع من مشاكل الصحافة التحقيقية يمكن حله بواسطة الذكاء الاصطناعي في المدى القريب. مشاكل الصحافة غالبًا ما تكون فريدة لكل قصة، مما يعني أن بيانات التدريب غير متاحة بسهولة وتكلفة النماذج المعقدة لا يمكن توزيعها على مشاريع متعددة. وغالبًا ما تكون البيانات ذات الصلة بالقصة غير قابلة للوصول العام ولكنها في يد الحكومات والكيانات الخاصة، مما يتطلب في كثير من الأحيان عمليات جمع أو مفاوضة أو شراء. يتطلب الاستدلال الصحفي دقة عالية جدًا أو فحصًا يدويًا واسعًا لتجنب خطر التشهير. أما المجال الأكبر في المدى القريب للذكاء الاصطناعي في الصحافة التحقيقية يكمن في مهام تحضير البيانات، مثل استخراج البيانات من وثائق متنوعة وربط السجلات بين قواعد البيانات بطريقة احتمالية.

Jamil (2021), "Artificial intelligence and journalistic practice: The crossroads of obstacles and opportunities for the Pakistani journalists"

هذه الدراسة تحدد القيود وتستكشف الفرص المتاحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في وسائط الأخبار الرئيسية في باكستان. ولتحقيق هذه الأهداف، تستخدم الدراسة الأسلوب الكيفي من خلال المقابلات العميقة، وتقدم النتائج باستخدام التحليل الفهرسي. ينصح بشدة بأن يدرك الصحفيون الباكستانيون الدور الإيجابي للتكنولوجيا، وأن يركزوا على كيفية تغيير التكنولوجيا لأدوارهم الحالية والمهارات المطلوبة. بدلاً من الشعور بالتهديد من تطورات الذكاء الاصطناعي، يجب عليهم أن يتدربوا أكثر للقيام بالمهام التي لا يستطيع الخوارزميات أداؤها، مثل التحليلات العميقة والمقابلات مع الشخصيات البارزة والتحقيق الصحفي. في حين أن التقنية الحديثة ستحل على الأرجح بدلاً من

الصحفيين الذين يغطون مواضيع روتينية، إلا أن هذه التكنولوجيا تولد أيضًا وظائف جديدة في عملية تطوير خوارزميات إنتاج الأخبار.

Ismail, F. I. (2022)" The use of AI in Egyptian newsrooms: a case study"

تسعى الدراسة إلى استكشاف آراء الصحفيين بخصوص تكامل الذكاء الاصطناعي في تحسين المحتوى الصحفي في الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية. وتتنوع الأهداف الفرعية للدراسة في فهم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي الحالي، وتقييم تأثيرها، وتحديد المهارات اللازمة، واقتراح تحسينات محتملة. تشير النتائج إلى أن 60٪ من عينة الدراسة يرون تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي مفيدة لتطوير المحتوى، بينما يعتبر 22٪ منهم أن لديها تأثيرًا سلبيًا يرتبط بانخفاض عدد الصحفيين العاملين. التحديات المعترف بها تشمل قضايا تكنولوجيا المعلومات والأمان مثل اختراق المعلومات. الآثار المتوقعة تتضمن ظهور صحفيين متعددي المهارات. علاوة على ذلك، يعتقد 89٪ من عينة الدراسة أن أنماط الملكية تؤثر بشكل كبير في دور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تشكيل المحتوى للصحف والمواقع الإلكترونية المصرية.

Jia, (2022) , "Analysis Methods for the Planning and Dissemination Mode of Radio and Television Assisted by Artificial Intelligence Technology"

تقدم هذه الدراسة توضيحًا لحالة البحث وأهمية وضع وسائل التخطيط والنشر في الإذاعة والتلفزيون. وقد قدمت الدراسة لمحة شاملة حول الخلفية التطويرية والحالة الحالية والتحديات المستقبلية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. وقدمت الطرق والمبادئ الرئيسية لرؤية الحاسوب، ومعالجة اللغة الطبيعية، والتحليل الدلالي، وإنتاج الفيديو. وناقشت الدراسة إنتاج محتوى الإذاعة والتلفزيون، بما في ذلك المقابلات والتحرير، وكذلك المراجعة، وأرشفة، وحلول النظام للإذاعة والتلفزيون.

كما قدمت الدراسة استراتيجيات التخطيط للإذاعة والتلفزيون بمساعدة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. وقد قامت بتحليل الآليات الذكية للتوزيع، والاستقبال، وردود الفعل في نشر الإذاعة والتلفزيون. علاوة على ذلك، استكشف البحث التطبيقات التفاعلية والواقع الافتراضي في سياق نشر الإذاعة والتلفزيون. تم تحليل وضع نمط نشر الإذاعة والتلفزيون بمساعدة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، تلاها تطبيق عملي وتحليل للحالة.

تظهر نتائج الدراسة أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي يمكن استخدامها لصياغة الكلمات الذكية، والكتابة الذكية، والبث الذكي، والترجمة الذكية، والتوصية الذكية، والتقسيم الذكي، والاسترجاع الذكي، وما إلى ذلك. يعزز التخطيط بمساعدة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي قدرة الجماهير على اختيار الأخبار وتوفير محتوى أخبار مستهدف أكثر عن طريق التقاط البيانات وتكامل الموارد، وذلك بما يلبي احتياجات الجمهور المتنوعة والمتعمقة للمعلومات من خلال طريقة السؤال والإجابة، مبتكرةً بذلك منطق النشر وأساليب التعبير، وتعزز فهم الجمهور وقيادته للحصول على المعلومات.

علاوة على ذلك، يتميز نمط نشر الإذاعة والتلفزيون بمساعدة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بفوائد تعزيز فعالية تواصل المعلومات، وتعزيز أمان الموارد الإخبارية، وتعزيز لزوم الجمهور. في المجمل، تؤكد الدراسة على التأثير التحولي لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على تخطيط ونشر الإذاعة والتلفزيون، مما يفتح الباب أمام توصيل المحتوى بشكل أكثر فعالية وجاذبية.

Naoaín, (2022), "Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: The perception of experts"

في العقد الأخير، زاد انتشار الذكاء الاصطناعي (AI) تدريجيًا في وسائل الإعلام الجماعية وأخبار وكالات الأنباء. أثار هذا التوجه المتزايد جدلاً كبيرًا حول التأثير السلبي على الصحافة، خاصة فيما يتعلق بمعايير الجودة والمبادئ الأخلاقية. بهدف استكشاف الأمور بشكل أعمق، تهدف

هذه الدراسة إلى تحليل تطبيق الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، مركزة على التأثير على عمليات إعداد الأخبار، وروتين الإعلام، والملامح المهنية، مع التركيز على المزايا والنقائص، وفي النهاية، تحليل ظهور المشكلات الأخلاقية. لتحقيق هذا الهدف، تم إجراء 15 مقابلة عميقة في جولتين، الأولى في عام 2019 والثانية في عام 2021، مع عينة من الصحفيين والمحترفين في مجال الإعلام، والأكاديميين، وخبراء صناعة الإعلام، ومقدمي التكنولوجيا الرائدين في مجال الذكاء الاصطناعي. شملت العينة الدولية مشاركين من الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وألمانيا وإسبانيا. وكان التوافق بين عينة الدراسة في الرأي هو أن الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على تعزيز قدرات الصحفيين من خلال توفير الوقت وتحسين كفاءة عمليات إعداد الأخبار، وبالتالي زيادة إنتاجية صناعة الإعلام. ومع ذلك، تم الاعتراف بأنه من الضروري تغيير توجه بيئة الإعلام، وأن تكون التدريبات على استخدام هذه الأدوات ذات أولوية حيث تشير الملاحظات إلى نقص في المعرفة. أكدت الدراسة أيضًا ظهور مخاوف أخلاقية، مما يبرز ضرورة متابعة ورقابة العمليات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

Zhang, (2023), "The Integration of Traditional Broadcasters with Artificial Intelligence in Television News Program"

تتناول الدراسة تحليل فوائد الذكاء الاصطناعي في الإعلام، وتسلط الضوء على التدابير التي يمكن أن يتخذها مقدمو الأخبار في مواجهة التحديات في عصر الذكاء الاصطناعي، بهدف توعية الممارسين في مجال الإعلام بتأثير تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام وأهمية تطوير قدراتهم استجابةً لهذه التغيرات.

ووفقًا للنتائج، يتوقع أن تكون تطورات الذكاء الاصطناعي لها تأثير كبير ومميز على البث التقليدي، بتركيز خاص على البرامج الإخبارية. وبدلاً من أن يكون الارتباط فقط بالإزالة المحتملة

لبعض الأدوار، يعترف بأن التقدم التكنولوجي لا يعني فقط القضاء على الوظائف، بل يوفر أيضًا فرصًا ويخلق قيمة داخل المشهد الإعلامي. وتشير الدراسة إلى أنه في عصر الإعلام الشامل، الذي يتميز بتوصيل كل شيء عبر تكنولوجيا الجيل الخامس، سيعطل هذا بشكل أكبر التقاليد، مما يرتقي بالتفاعل بين الناس والعالم إلى مستوى فسيولوجي ونفسي، ويخلق شكلًا جديدًا من وسائل الإعلام الإخبارية.

إحدى النقاط الرئيسية التي يتعين أن يستفيد المشاهدون من البحث هي الاعتراف بأن مقدمي الأخبار يحتاجون إلى التكيف مع هذه التحولات التكنولوجية. ويحثون على عدم مجرد متابعة آخر المستجدات ولكن أيضًا على اتقان التقنيات المتقدمة. وتشدد الدراسة على أهمية تقوية مهاراتهم احترافيًا وفكريًا، بما في ذلك التركيز على تحسين الثقافة العامة، والتواصل مع التطورات المستمرة في مجال الإعلام.

في الختام، تدعو الدراسة مقدمي الأخبار إلى تبني المناظر المتغيرة للوسائط الإعلامية من خلال دمج الاحتراف مع الذكاء. وبذلك، يمكنهم تحقيق تطوير أفضل لأنفسهم والمساهمة بفعالية في ديناميات صناعة الإعلام المتطورة في عصر الذكاء الاصطناعي.

Dhiman D. B. (2023). Does Artificial Intelligence help Journalists: A Boon or Bane.

هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية قدرة الذكاء الاصطناعي على مساعدة الصحفيين. أظهرت الدراسة أن العديد من المؤسسات الإعلامية المحترمة قد اعتمدت الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة لأداء مهام مختلفة داخل غرفة الأخبار. في عصرنا الرقمي الحالي، يقوم العديد من التكنولوجيات بتمكين ممارسة الصحافة، وتبرز واحدة من هذه التكنولوجيات وهي الذكاء الاصطناعي التي تحول ميدان الصحافة.

تسلط الدراسة الضوء على أهمية الدقة كقيمة أساسية في الصحافة، وذلك مع الاعتراف بالعنصر الإحصائي ذي الحدة المتغيرة المتعلق بأنظمة الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة. مع تقدم التكنولوجيا، يظهر نظام الذكاء الاصطناعي وأنظمة تعلم الآلة عنصرًا إحصائيًا يفيد بعدم إمكانية ضمان دقة 100 في المائة. لقد كانت أدوات الذكاء الاصطناعي مثل ChatGPT من OpenAI و Bing chatbotمن Microsoft و Bard من Google موضوع نقاش مستمر. تمتلك هذه الأدوات الذكية القدرة على مساعدة الصحفيين في مهام متنوعة مثل استخراج المعلومات من ملفات PDF وكتابة الشيفرة البرمجية وترجمة اللغات.

علاوةً على ذلك، تسلط الدراسة الضوء على فعالية الذكاء الاصطناعي كأداة مفيدة لطلاب الصحافة والباحثين في مجال الإعلام. ومع ذلك، يثير قلقًا رئيسيًا بين الصحفيين حيث يفاد أن الذكاء الاصطناعي أحيانًا يتسبب في تخيل البيانات.

ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة

أسفر المسح الذي قام به الباحث للتراث العلمي والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع دراسته وأهدافها إلى الاطلاع على مجموعة من الدراسات والابحاث، ومن خلال العرض السابق للدراسات السابقة التي اقتربت بشكل أو بآخر من موضوع الدراسة الراهنة، وأمكن استخلاص عدد من الملاحظات التي يمكن رصدها.

وجد الباحث ان بعض الدراسات السابقة مثل: (Stray,2021)، (الفرحان، 2023)، (الزهراني، 2022)، (الشرقاوي، 2022) ركزت على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ووجدت تفاوت واختلافات في هذا الاستخدام، وتفاوت في التأثير الممكن لهذه التطبيقات على القنوات الإخبارية وعلى الإعلام بشكل عام. تشابهت المنهجية في هذه الأبحاث حيث شملت منهجية كمية، أو مراجعة

نظرية للموضوع، ومن ناحية أخرى فإن دراسات مثل: (خطاب، 2021)، و(حرب، 2022) نظرت إلى الموضوع من ناحية مستقبلية حيث نظرت إلى التأثير المستقبلي بشكل عام على الإعلام، حيث تفاوتت النتائج من مهتم وداعم، إلى بعض الدراسات التي رأت بعض النقاط السلبية على الدرجة المتوسط والبعيد لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على المجال الإعلامي بشكل عام.

تميزت هذه الدراسة في تركيزها على متغيرات سهولة الاستخدام، ونوع الاستخدام ودرجة الاستخدام، وهي المتغيرات الرئيسية في قياس استخدام وقبول التكنولوجيا، حيث ان معظم الدراسات السابقة لم تقم باستخدام وقياس هذه المتغيرات في القنوات الإخبارية، وهو ما يجعل هذه الدراسة اول دراسة تستخدم المتغيرات الثلاثة في القنوات الأردنية.

الفصل الثالث
منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: منهجية الدراسة

اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة وللإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار فرضيات الدراسة لجمع البيانات وتحليلها للكشف عن توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار التي تعتبر جهدًا علميا منظما يساعد في الحصول على المعلومات والخصائص التي تتعلق بالظاهرة موضع الدراسة.

ثانياً: مجتمع الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة جميع العاملين في القنوات الفضائية الأردنية حيث يوجد في الأردن نحو عشرين قناة فضائية حسب موقع هيئة الإعلام الجهة المعنية بترخيص القنوات الفضائية، والمسموعة، والصحف في الأردن، وقد تم اختيار عينة قصدية تكونت من قنوات: رؤيا، وعمان تي في، حيث أنهما من القنوات الأكثر انتشارًا في الأردن، وتستخدمان الذكاء الاصطناعي في الوقت نفسه.

ثالثاً: عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على جمع البيانات الكمية بواسطة استبانة تم توزيعها على العاملين في غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية بعد اطلاعهم بالبحث وأهدافه والحاجة إليهم للإجابة عن أسئلة الاستبانة الكترونيا. تم ارسال أداة البحث على شكل رابط الكتروني على Google form وهو إحدى الأدوات التي تزود الباحث بطريقة لإنشاء الاستبانة ونشرها الكترونيا عن طريق البريد الإلكتروني أو أي وسيلة اتصال الكتروني أخرى مثل وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية. تم

إعادة ارسال كل الاستبانات على البريد الإلكتروني لكل أفراد عينة البحث بعد استلام الباحث الأسماء والبريد الإلكتروني للعاملين من قبل إدارات القنوات الفضائية.

ونظرًا لصعوبة حصر جميع العاملين في القنوات الفضائية يالاردنية اقتصرت الدراسة على عينة متاحة مكونة من 80 عاملاً في قناتي رؤيا وعمان تي في حيث تم ارسال 100 استبانة ل 100 موظف هناك، وفي النهاية تم جمع الاستبانات. تم استكمال 80 استبانة بشكل كامل، في حين كان هناك 20 استبانة غير مكتملة، وتم استثنائها من التحليل.

رابعاً: أداة جمع البيانات

تم اعتماد الاستبانة كأداة دراسة لجمع البيانات من المبحوثين، وتعد الاستبانة من أشهر وسائل جمع البيانات في البحوث وهي نموذج مكتوب يجاب عليه من قبل عينة الدراسة، حيث يقوم أفراد العينة بقراءتها والإجابة عن الأسئلة التي تتضمنها (الحيزان، 2004، ص97).

ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير الاستبانة بناءً على أدبيات التراث العلمي والدراسات السابقة ذات العلاقة المباشرة بموضوع الدراسة، وتمت تعبئتها من قبل المستجيب لجمع الإجابات عن الأسئلة المصاغة فيها، حيث تم صياغة وتطوير استبانة الدراسة على شكل جزأين، يمثل الجزء الأول المعلومات الشخصية للعينة البحث مثل الجنس والفئة العمرية.

أما الجزء الثاني فقد تكون من ثلاثة محاور، كل محور يتمثل بعدد من الفقرات المتعلقة بأسئلة الدراسة، من خلال المحاور التالية:

1. محور استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية

2. محور سهولة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية
3. محور نوع التوظيف والاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية

كانت خياريات الإجابة عن مواضيع الاستبانة كما يلي (مقياس ليكرت الثلاثي) :

1. غير موافق
2. محايد
3. موافق

حيث ان القيم تقدر كما يلي:

1- 1.75 (منخفض)

2- 1.76 - 2.25 (متوسط)

3- 2.26 - 3 (مرتفع)

خامساً: ثبات وصدق الأداة

تم التأكد من ثبات الأداة (الاستبانة) لكل محور من محاور الاستبانة، وللاستبانة بشكل عام حيث كانت قيم الصدق والثبات كما يلي:

الجدول (3-1)

قيم كرونباخ ألفا لمحاور الدراسة

المحور	قيمة كرونباخ ألفا
محور سهولة الاستخدام والتوظيف	0.777
محور نوع التوظيف	0.756
محور توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي	0.784
جميع المحاور	0.772

صدق الأداة

تم اختبار صدق أداة الدراسة عن طريق عرضها على أهل الاختصاص والخبرة من أساتذة الجامعات المتخصصين في الصحافة والاعلام والإذاعة والاذاعة والتلفزيون والاعلام الرقمي (ملحق المحكمين)

سادساً: تحليل البيانات

تمت معالجة البيانات إحصائيا وتحليلها باستخدام برنامج SPSS وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجة الإحصائية التالية:

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية
2. الوسط الحسابي
3. الانحراف المعياري
4. معامل الارتباط بيرسون
5. اختبار معامل الثبات كرونباخ الفا

الفصل الرابع
نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة التي هدفت إلى التعرف على توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية، من خلال أسئلة الدراسة، وبالاعتماد على محاور الدراسة.

ويستعرض هذا الفصل التحليل الإحصائي لنتائج استجابة أفراد عينة الدراسة من خلال عرض المؤشرات الإحصائية الأولية لإجاباتهم من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لكل فقرة.

أولاً: نتائج البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة

الجدول (4-1)

نتائج البيانات الأولية لعينة الدراسة

نتائج بيانات الديموغرافية			
المتغير		**التكرار**	**النسبة المئوية**
الجنس	ذكر	51	63.7
	أنثى	29	36.3
المجموع		80	%100
العمر	30-20	50	62.5
	40-31	24	30.0
	50-41	6	7.5
المجموع		80	%100
التعليم	جامعي	61	76.2
	دبلوم	19	23.8
المجموع		80	%100

نتائج بيانات الديموغرافية			
المتغير		**التكرار**	**النسبة المئوية**
التخصص	إعلام	70	90
	تكنولوجيا المعلومات	6	7.5
	التصميم الجرافيكي	4	2.5
المجموع		80	%100
عدد موظفي القناة	رؤيا	45	56.2
	عمان تي في	35	43.8
المجموع		80	%100

في إطار المتغيرات الديموغرافية لعينة البحث، يتبين أن توزيع الأفراد يعكس تنوعًا في عدة جوانب. بالنظر إلى الجنس، يظهر أن 63.7٪ من العينة تمثل الذكور، في حين تشكل الإناث 36.3٪. هذا يشير إلى عدم وجود توازن نسبي بين الجنسين في الفئة المدروسة.

فيما يتعلق بالفئات العمرية، يتجلى أن الفئة الأكبر هي للأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و30 سنة، حيث يمثلون 62.5٪ من إجمالي العينة. في المقابل، تقل النسبة مع تقدم العمر، حيث يمثل الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 31 و40 سنة 30٪، بينما يشكلون الفئة العمرية 41–50 سنة 7.5٪ فقط.

فيما يخص التعليم، يظهر أن الأفراد ذوي التعليم الجامعي يشكلون نسبة 76.2٪ من العينة، بينما يمثل حملة الدبلوم 23.8٪ منها. يشير ذلك إلى أن الفئة المدروسة لديها تركيبة تعليمية متقدمة بشكل عام.

فيما يتعلق بالتخصصات، يظهر أن اختصاص الإعلام يحتل النسبة الأكبر بنسبة بلغت 90٪، بينما يشير وجود تخصصات أخرى مثل تكنولوجيا المعلومات والتصميم الجرافيكي إلى تنوع في ميدان الاختصاصات.

وبخصوص القنوات، فقد بلغ عدد العاملين في قناة رؤيا(45) عاملاً، وفي عمان تي في (35) عاملاً، وبمجموعة (80) عاملاً.

ثانيا: أسئلة الدراسة

لِلإجَابَةِ عَلى سؤال الدراسة الفرع الأوَّل: درجة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية: تَمَّ استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والجدول رَقَم 4 –2 يوضح ذَلِكَ.

الجدول (4–2)

المتوسطات الحسابية للمحور الأول

درجة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي			
السؤال	**المتوسط الحسابي**	**الانحراف معياري**	**التقدير**
تم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحطة منذ أكثر من سنه.	2.880	0.61095	مرتفعة
يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يوميا.	2.820	0.69252	مرتفعة
يفضل الموظفون استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التطبيقات التقليدية	2.553	0.63195	مرتفعة
تقوم الإدارة بتدريب الموظفين على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحطة.	2.121	0.74109	متوسطة

درجة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي			
السؤال	**المتوسط الحسابي**	**الانحراف معياري**	**التقدير**
تنتشر تطبيقات الذكاء الاصطناعي بين الموظفين في قطاع الإعلام المرئي بشكل عام.	1.790	0.77582	متوسطة
تقوم الإدارة بدعم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بين موظفيها.	1.442	0.77694	منخفضة
يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل متكرر لمهام عديدة.	1.344	0.58879	منخفضة
يزيد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل الموظفين مع الوقت.	1.341	0.79516	منخفضة
المتوسط الحسابي للمحور	2.036	متوسطة	

تظهر بيانات الجدول (4-2) أن درجة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الأردنية قد تمثلت في أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحطة منذ أكثر من سنة بوسط حسابي بلغ (2.880)، وبدرجة مرتفعة، ثم "استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يوميًا (2.820) وبدرجة مرتفعة، ثم " يفضل الموظفون استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التطبيقات التقليدية" بوسط حسابي (2.553) وبدرجة مرتفعة، وبعدها " تقوم الإدارة بتدريب الموظفين على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحطة" وبدرجة متوسطة، وبوسط حسابي (2.121)، وبدرجة متوسطة، وجاءت وبعدها " تنتشر تطبيقات الذكاء الاصطناعي بين الموظفين في قطاع الإعلام المرئي بشكل عام" بوسط حسابي (1.790)، وبدرجة متوسطة، ثم " تقوم الإدارة بدعم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بين موظفيها."بوسط حسابي (1.442)، وبدرجة منخفضة، وقبل الأخيرة جاءت فقرة " يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل متكرر

لمهام عديدة." وبوسط حسابي (1.344)، وبدرجة منخفضة، وأخيرًا، جاءت فقرة " يزيد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل الموظفين مع الوقت" بوسط حسابي "1.341" وبدرجة منخفضة.

المحور الثاني: لِلإِجَابَةِ عَلى سؤال الدراسة الفرع الثَّانِي سهولة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية: تَمَّ استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والجدول رَقَم 4-3 يوضح ذَلِكَ.

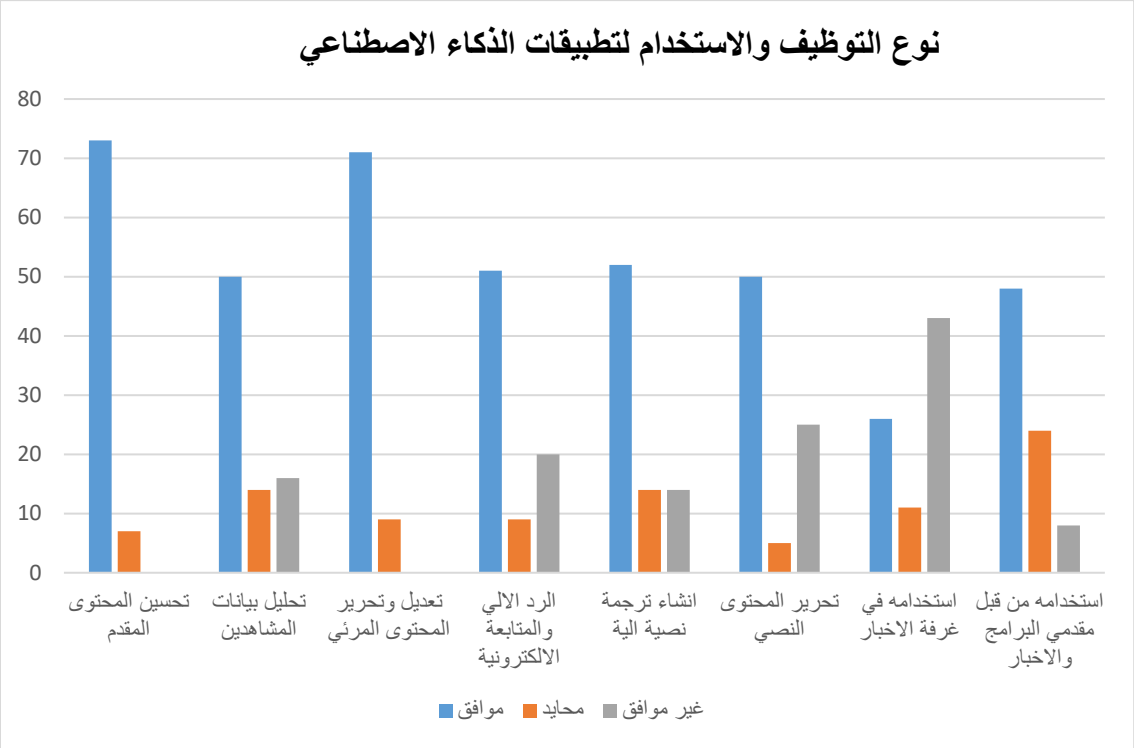
الجدول (4-3)

المتوسطات الحسابية للمحور الثاني لسهولة الاستخدام

سهولة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي			
السؤال	**المتوسط الحسابي**	**الانحراف معياري**	**التقدير**
يوجد مشاكل كبيرة في استخدام وتطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل	2.644	0.31797	مُرْتَفِعَة
أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي سهلة الاستخدام	2.553	0.28435	مُرْتَفِعَة
احتاج إلى وقت وجهد كبيرين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	2.144	0.86410	مُتَوَسِّطَة
استفدت من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تسهيل وتسريع عملك	2.122	0.80779	مُتَوَسِّطَة
أستطيع تدريب الأخرين على هذه التطبيقات في حال تم الطلب مني ذلِكَ	2.110	0.67505	مُتَوَسِّطَة
لدي فهم كامل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي استخدمها في عملي.	1.982	0.77908	مُتَوَسِّطَة
أستطيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل متنوع في عَمَلي	2.114	0.92221	مُتَوَسِّطَة
آرى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي سهلة التَّعَلُم	1.355	0.90977	منخفضة
المتوسط الحسابي للمحور	2.058	مُتَوَسِّطَة	

تظهر بيانات الجدول رقم (4–3) أن سهولة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الأردنية قد تمثلت "بوجود مشاكل كبيرة في استخدام وتطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل بوسط حسابي (2.644) وبدرجة مرتفعة، ثم " أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي سهلة الاستخدام" بوسط حسابي (2.553) وبدرجة مرتفعة، وبعدها جاءت فقرة " احتاج إلى وقت وجهد كبيرين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي" بوسط حسابي (2.144) وبدرجة متوسطة، ثم " استفدت من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تسهيل وتسريع عملك" بوسط حسابي (2.122) وبدرجة متوسطة، أما فقرة " أستطيع تدريب الأخرين على هذه التطبيقات في حال تم الطلب مني ذلك" فقد جاءت بوسط حسابي (2.110) وبدرجة مرتفعة، وبعدها تأتي فقرة " أستطيع تدريب الأخرين على هذه التطبيقات في حال تم الطلب مني ذلك" بوسط حسابي (2.110) وبدرجة متوسطة، ثم " لدي فهم كامل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي استخدمها في عملي" بوسط حسابي (1.982) وبدرجة متوسطة، وبعدها تأتي فقرة " أستطيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل متنوع في عملي" بوسط حسابي (2.114) وبدرجة متوسطة، وأخيرًا " آرى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي سهلة التعلم" بوسط حسابي (1.355) وبدرجة منخفضة.

المحور الثالث: لِلإِجَابَةِ عَلى سؤال الدراسة الفرع الثَّالِث نوع التوظيف والاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي. تَمَّ استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وِفْقًا لما يأتي



رسم توضيحي 1: التكرارات لمحور نوع التوظيف والاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

تظهر نتائج محور "نوع التوظيف والاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي" إلى أن أكثر الاستخدام كان لتحسين المحتوى المقدم بشكل عام حيث كان هناك 73 شخصا موافقا و7 محايدون فقط، في حين كان ثاني أكثر استخداما هو للتعديل والتحرير للمحتوى المرئي المعروض حيث وافق 71 شخص، و9 كانوا محايدون أو لا يعرفون. ثالث أكبر استخداما كان انشاء ترجمة نصية الية، حيث وافق 52 شخصا، وعارض 14, واكتفى بالحياد 14 شخصا من أصل 80 شخصا في عينة البحث.

كان أقل استخداما لتطبيقات الذكاء الاصطناعي هو الاستخدام في غرفة الأخبار حيث وافق 26 شخصا فقط وعارض 43 شخصا وجدوا انه لا يتم استخدام هذه التطبيقات في غرفة الأخبار، ويليه في قلة الاستخدام كان الاستخدام من قبل مقدمي البرامج والاخبار حيث وافق 48 شخصا فقط.

المحور الثالث: نوع التوظيف والاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية

الجدول (4-4)

المتوسطات الحسابية لمحور نوع التوظيف والاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية

نوع التوظيف والاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي			
السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف معياري	التقدير
يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار	2.775	0.54526	مرتفعة
يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحسين المحتوى المقدم على الهواء أو عبر وسائط رقمية	2.667	0.28435	مرتفعة
يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات المشاهدين وتوجيه المحتوى بشكل أفضل.	2.644	0.57313	مرتفعة
يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل مقدمي البرامج والأخبار	2.211	0.81121	متوسطة
يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحرير المحتوى النصي	2.112	0.65495	متوسطة
يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للرد الآلي والمتابعة الالكترونية على الردود وتفاعل المشاهدين	2.033	0.72216	متوسطة
يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لأنشاء ترجمة نصية الية	2.012	0.88016	متوسطة
يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتعديل وتحرير المحتوى المرئي	1.983	0.66072	متوسطة
المتوسط الحسابي للمحور	2.040	متوسط	

تظهر نتائج التحليل حول "نوع التوظيف والاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية" أن " يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار" جاء بوسط حسابي

(2.775) وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت فقرة " يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحسين المحتوى المقدم على الهواء أو عبر وسائط رقمية" بوسط حسابي (2.667) وبدرجة مرتفعة، وبعدها " يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات المشاهدين وتوجيه المحتوى بشكل أفضل" بوسط حسابي (2.644) وبدرجة مرتفعة، بينما جاءت فقرة " يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل مقدمي البرامج والأخبار" بوسط حسابي (2.211) وبدرجة متوسطة، ثم " يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحرير المحتوى النصي" بوسط حسابي (2.112) وبدرجة متوسطة، وبعدها جاءت فقرة " يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للرد الآلي والمتابعة الالكترونية على الردود وتفاعل المشاهدين" بوسط حسابي (2.033) وبدرجة متوسطة، وفي المرتبة قبل الأخيرة، جاءت فقرة " يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لأنشاء ترجمة نصية آلية" بوسط حسابي (2.012) وبدرجة متوسطة، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة فقرة " يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتعديل وتحرير المحتوى المرئي" بوسط حسابي (بوسط حسابي () وبدرجة) وبدرجة متوسطة.

ثالثاً: اختبار فروض الدراسة

الفرضية الاولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام القنوات الفضائية الأردنية للتقنيات الرقمية في غرف الأخبار وسهولة التوظيف لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي.

الجدول (4-5)

ارتباط معامل بيرسون للعلاقة بين درجة استخدام القنوات الفضائية الأردنية للتقنيات الرقمية في غرف الأخبار وسهولة التوظيف لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي

العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وسهولة الاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية			
	معامل ارتباط بيرسون	$0.05 \geq \alpha$	عدد العينة
سهولة توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي	0.631	0.045*	80

توضح النتائج الإحصائية للفرضية الاولى التي تقول: "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام القنوات الفضائية الأردنية للتقنيات الرقمية في غرف الأخبار وسهولة التوظيف لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي". استخدم معامل ارتباط بيرسون لتحليل العلاقة بين المتغيرين، وقد بلغت قيمة هذا المعامل 0.631 ومستوى دلالة (0.045).

تشير هذه القيمة الإيجابية إلى وجود علاقة إيجابية بين درجة استخدام التقنيات الرقمية في القنوات الفضائية وسهولة التوظيف لتطبيقات الذكاء الاصطناعي. بمعنى آخر، كلما زاد استخدام التقنيات الرقمية في غرف الأخبار، زادت سهولة التوظيف لتطبيقات الذكاء الاصطناعي. ومن الجدير بالذكر أن القيمة المتوسطة لمعامل بيرسون تشير إلى وجود علاقة متوسطة بين المتغيرين.

مع مراعاة قيمة الفا (0.045)، يمكننا القول إن النتائج تعكس درجة من الثقة في العلاقة بين المتغيرين، حيث يعتبر هذا القيمة مقبولة إذا كانت أقل من 0.05.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة توظيف القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ونوع التوظيف للتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي.

الجدول (4-6)

تحليل معامل بيرسون للعلاقة بين درجة توظيف القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، ونوع التوظيف للتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي.

بين درجة توظيف القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ونوع التوظيف للتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي.			
	معامل ارتباط بيرسون	$0.05 \geq \alpha$	عدد العينة
نوع التوظيف لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي	0.219	0.045*	80

تظهر النتائج الإحصائية للفرضية الثانية، التي تقول "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة توظيف القنوات الفضائية الأردنية لتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ونوع التوظيف للتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي"، إذ بلغ معامل ارتباط بيرسون 0.219، ومستوى دلالة 0.045.

القيمة الإيجابية لهذا المعامل تشير إلى وجود علاقة إيجابية بين درجة توظيف القنوات الفضائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ونوع التوظيف لتلك التطبيقات. وبالتحديد، تظهر النتائج أن كلما زاد استخدام القنوات الفضائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، زاد أيضًا نوع التوظيف لتلك التطبيقات.

مع قيمة الفا (0.045)، يظهر أن هناك درجة من الثقة في العلاقة بين متغيري الدراسة. يعتبر هذا القيمة مقبولة إذا كانت أقل من 0.05، مما يعزز فرضية وجود علاقة إحصائية ذات دلالة بين درجة توظيف القنوات الفضائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ونوع التوظيف.

بناءً على هذه النتائج، يمكن أن نستنتج أن هناك دلالة إحصائية في العلاقة بين درجة التوظيف لقنوات الفضائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ونوع التوظيف لتلك التطبيقات. وهذا يشير إلى أن طريقة توظيف القنوات الفضائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي قد تؤثر على نوع التوظيف لتلك التطبيقات، وقد يكون هذا المعلومة قيمًا في تحسين استراتيجيات التوظيف والاستفادة القصوى من فوائد التقنيات الذكية في مجال الأخبار.

الفصل الخامس
مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً: مناقشة النتائج

هدفت الدراسة إلى معرفة درجة توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية وفي غرف الأخبار. أيضاً هدفت الدراسة إلى ربط سهولة الاستخدام ونوع الاستخدام مع مقدار الاستخدام في هذه القنوات بحسب الموظفين العاملين فيها.

مناقشة نتائج المحور الأول: درجة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية

توصلت الدراسة إلى أن درجة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية كان مرتفعا بشكل عام، وتدرج الاستخدام من الاستخدام بشكل كبير لتحرير وتعديل المحتوى المرئي وتحسينه، إلى إنشاء الردود الآلية والترجمة النصية للمحتوى وغيرها من الاستخدامات التي توفر الوقت والجهد، وهذا يتوافق مع دراسة (خطاب، 2021)، ودراسة (الزهراني، 2022) التي تؤكد أن استخدام الذكاء الاصطناعي عند الصحفيين عينة الدراسة أصبحت جزءًا من عملهم اليومي، ودراسة (الصوالحة، 2022)، ودراسة (Ismail, 2022)، ولا يتفق مع دراسة (الشرقاوي والسيد، 2022).

وترى هذه الدراسة أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي تساهم في تسريع العمل غرف الأخبار، وتساعد العاملين فيها على إنجاز مهماتهم في وقت أقل، مما يجعلهم أكثر حماسًا في عملهم من خلال هذه التطبيقات، وهذا يتوافق أيضًا مع فرضيات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا

(UTAUT) التي تركز على أن اعتقاد الفرد بقدرة التكنولوجيا على مساعدته في أداء مهمة بشكل فعال يساهم في جعله أكثر تقبلًا لهذه التكنولوجيا، بل واستخدامها.

المحور الثاني: سهولة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية

وجدت الدراسة أن العاملين في القنوات الفضائية يجدون سهولة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع وجود صعوبات معينه تخص التعلم والتدرب على استخدام هذه التطبيقات،

وعند فحص فرضيات الدراسة، كانت النتائج تظهر أن هناك دلالة إحصائية في العلاقة بين درجة التوظيف لقنوات الفضائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ونوع التوظيف لتلك التطبيقات، ووجود علاقة إيجابية بين درجة توظيف القنوات الفضائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ونوع التوظيف لتلك التطبيقات.

هذه النتيجة تعني درجة التطبيق قد يؤثر على نوع وسهولة الاستخدام، وذلك لان نوع التطبيق قد يحدد تطبيقه من قبل القنوات والأشخاص العاملين فيها، كما ان الاستخدام العالي يعني انها مفهومة وسهلة الاستخدام وقابلة للاستخدام بشكل يومي في غرف الاخبار والقنوات الفضائية. الفئة العمرية الأكبر كانت في هذه الدراسة هي الفئة العمرية 20–30 وبعدها الفئة العمرية 40–50, وهو ما يفسر الاستخدام العالي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث ان الفئة العمرية 20–30 تعد الفئة العمرية التي كبرت في خضم التطور الكبير للأنترنت وانتشار الهواتف المتنقلة والتطبيقات المختلفة عليها. أيضا كانت العينة في اغلبها ليها شهادة جامعية وذلك ما يمثل المجتمع الأردني بشكل عام حيث أن الدراسة العليا منتشرة بشكل كبير بين أبناء المجتمع الأردني. من الممكن ان سبب انتشار

استخدام تطبيقات الذكاء في هذه الدراسة ان العينة كانت ذو طابع شاب ومتعلم، وهو ما يعزز استخدام التطور المستمر في تطبيقات الذكاء في العمل اليومي داخل القنوات الفضائية.

من الملاحظ أيضا ان الدراسة أظهرت ان العاملين في القنوات الفضائية من عينة البحث قالوا ان الاستخدام سهل لهذه التطبيقات، لكن في نفس الوقت تعلم هذه التطبيقات كان ليس سهلا. في حين ان العينة قالت ان الاستخدام لا يحتاج إلى وقت كبير أو مجهود كبير، وبربطها بنوع الاستخدام، كان الاستخدام الأكثر والذي اشارت اليه العينة كان لتحسين المحتوى المقدم بشكل عام في حين كان ثاني أكثر استخداما هو للتعديل والتحرير للمحتوى المرئي المعروض ويليه انشاء ترجمة نصية الية. لذلك كان النصيب الأكبر لوقت الاستخدام، وهذا يتوافق مع دراسة **(الشرقاوي والسيد، 2022)**، ودراسة **(أبو زيد، 2022)**، ولا يتفق مع دراستي **(الزهراني 2022)**، **(الصوالحة، 2022)**، ويتوافق أيضًا مع فرضيات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (UTAUT) التي تركز على أربعة عوامل رئيسة تؤثر على قبول التكنولوجيا منها أن جدوى الأداء ترتبط بالجهد المتوقع لاستخدام التكنولوجيا، وكلما كان الجهد أقل، زادت احتمالية القبول، وهذا يرتبط ارتباطًا وثيقًا بسهولة الاستخدام، وهذا ما توصلت إليه هذه الدراسة حيث جاءت فقرة "أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي سهلة الاستخدام" بتقدير مرتفع.

المحور الثالث: نوع التوظيف والاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

كان استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي الأعلى في غرف الأخبار ويليه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحسين المحتوى المقدم على الهواء أو عبر وسائط رقمية، ثم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات المشاهدين وتوجيه المحتوى بشكل أفضل.

أظهرت الدراسة أيضًا أن الاستخدام لهذه البرامج يزيد مع الوقت وانه منتشر في القنوات الفضائية، ويتم استخدامه بشكل يومي، وهو ما يشكل نقله نوعية في حال انتشاره بشكل كبير واستخدامه في كل مجالات الإنتاج والتقديم في هذه القنوات.

وهذا يتوافق مع دراسة **(خطاب، 2021)** التي تؤكد على أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار حتمية استراتيجية لتطوير دورة العمل والحصول على كفاءة أكبر للأداء واشكال جديدة للنشر وتعزيز ولاء الجمهور، ويتوافق مع دراسة **(أبو زيد، 2022)**، ودراسة **(الصوالحة، 2022)**.

أهم النتائج

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج كان من أبرزها:

1. أظهرت الدراسة أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحطتين كان مرتفعًا.
2. تدرج الاستخدام من الاستخدام بشكل كبير لتحرير وتعديل المحتوى المرئي وتحسينه، إلى انشاء الردود الالية والترجمة النصية للمحتوى وغيرها من الاستخدامات التي توفر الوقت والجهد.
3. وجدت الدراسة أن العاملين في القنوات الفضائية يجدون سهولة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع وجود صعوبات معينه تخص التعلم.
4. وجود علاقة واضحة بين كل من درجة التطبيق وسهولة التطبيق، وبين درجة التطبيق لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ونوع التطبيق للذكاء الاصطناعي.
5. الاستخدام لبرامج وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الأردنية يزيد مع الوقت ومنتشر في القنوات الفضائية، ويتم استخدامه بشكل يومي.

الخلاصة

ان تطور الذكاء الاصطناعي الكبير ودخوله في مجالات مختلفة في حياة الجميع ابتداء من الجانب الأكاديمي إلى انترنت الأشياء إلى الإعلام، يعكس ضرورة وجود الاهتمام باستخدامه لمواكبة التطور في القطاعات المختلفة. الإعلام المرئي من القطاعات التي ستتأثر بشكل كبير بالذكاء الاصطناعي من ناحية صناعة المحتوى وتحرير المحتوى النصي والمرئي.

على الرغم من سهولة الاستخدام المعرفة من قبل عينة الدراسة في الدراسة الحالية، كان التعلم الفعال لتطبيقات الذكاء الاصطناعي يشكل تحديًا، حيث يشير ذلك إلى أهمية توفير التدريب الملائم للموظفين للتعامل بشكل فعال مع تقنيات الذكاء الاصطناعي. نتائج الدراسة تشير أيضًا إلى أن استخدام التطبيقات يتنوع حسب المجالات، حيث كان الاستخدام أكبر في المحتوى المرئي مثل تحرير الفيديوهات وتحسينها. ويرجى ملاحظة أن الاستخدام كان أقل في غرف الأخبار ومن قبل مقدمي البرامج والأخبار.

تؤكد الدراسة على أهمية استمرار تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتكاملها في صناعة الإعلام، مع التركيز على توفير الموارد البشرية والتدريب الملائم. من المتوقع أن يستمر تطبيق الذكاء الاصطناعي في تغيير وتحسين صناعة الأخبار والمحتوى المرئي، مما يعزز كفاءة الإنتاج ويسهم في تحسين تجربة المشاهدين.

يتعين على القنوات الفضائية وشركات الإعلام الاستعداد لتحديات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ، بما في ذلك تخصيص الموارد البشرية والتحديث التكنولوجي والتركيز على تحقيق الفوائد المتنوعة التي يمكن أن يقدمها الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى وتقديمه بشكل أكثر فاعلية وجذبًا للجمهور.

استخدام الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية وشبكات الأخبار أصبح ضرورة ملحة نتيجة لتطور التكنولوجيا والتحولات الرقمية التي تشهدها صناعة الإعلام. يتيح الذكاء الاصطناعي إمكانيات متقدمة لتحسين العمليات اليومية وتعزيز الكفاءة بشكل عام.

من بين الفوائد الرئيسة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في هذا السياق هو تحسين عمليات تحرير وتعديل المحتوى المرئي. يمكن للتقنيات الذكية تحليل اللقطات وتحريرها بشكل أسرع وأكثر دقة من الإنسان، مما يسهم في تقديم محتوى مرئي ذو جودة عالية.

بالإضافة إلى ذلك، يسهم الذكاء الاصطناعي في تحسين توليد المحتوى التلقائي، حيث يمكن توليد نصوص إخبارية ومقاطع فيديو تلقائيًا بناءً على تحليل البيانات. هذا يعزز سرعة نشر الأخبار وتوفير محتوى متنوع بشكل فعال. من جهة أخرى، يمكن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي دعم عمليات الترجمة النصية والتعليق الصوتي بشكل أكثر دقة، مما يعزز تجربة المشاهدين الذين يتحدثون لغات متعددة. يسهم هذا الجانب في توسيع جمهور المشاهدين وزيادة التفاعل مع المحتوى.

تتيح تقنيات الذكاء الاصطناعي أيضًا فهم سلوك المشاهدين واهتماماتهم من خلال تحليل بياناتهم، مما يسهم في تقديم محتوى مستهدف وشخصي لكل مشاهد. في الختام، يظهر استخدام الذكاء الاصطناعي كأداة حيوية في تحسين إنتاج وتقديم المحتوى في القنوات الفضائية وشبكات الأخبار، ويسهم في تلبية تطلعات واحتياجات الجمهور بشكل أفضل.

أظهرت هذه الدراسة مقدار انتشار الذكاء الاصطناعي الكبير في القنوات الفضائية الأردنية وبخاصة في الأردن, ومقدار معرفة واستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل العاملين في القنوات الفضائية وغرف الأخبار.

هذا الاستخدام جاء سريعا ومفاجئا وليس على سنوات طويلة حيث ان الذكاء الاصطناعي اصبح متوفرا للعامة والقطاعات المختلفة منذ سنوات قليلة جدا (منذ عام 2021) . ان الدراسات في هذا المجال مهمه لتتبع التطور والاختلاف في الإنتاج والتطوير وتقديم الخدمات في كل القطاعات ومنه القطاع الإعلامي الذي سيعج نت أكثر القطاعات التي سوف تتأثر بوجود ذكاء اصطناعي عالي القدرات.

ثالثاً: التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يلي:

1. ضرورة زيادة نسبة مشاركة المرأة في غرف الأخبار الأردنية، وتمكينها من ذلك.
2. ضرورة توظيف القنوات الفضائية لتخصيص وجود اشخاص لديهم شهادات وخبرات في مجال الذكاء الاصطناعي داخل الغرف الإخبارية، لان معظم التخصصات للعاملين في غرف الاخبار تكون من تخصص الإعلام.
3. ضرورة تنظيم دورات تدريبية للعاملين في القنوات الفضائية الأردنية داخل غرف الاخبار، حيث تكون هذه الدورات التدريبية تختص فقط بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وكيفية التعامل معها.
4. تخصيص موارد مالية لدعم برامج الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته داخل غرف الاخبار.
5. ضرورة استجابة القنوات الفضائية الأردنية للتطورات الرقمية المنتشرة في العالم، عن طريق اتاحة برامج تطبيقات الذكاء الاظطناعي داخل غرف الاخبار في الأردن بشكل أكبر.
6. الاستفادة من الخبرات الخارجية في دول أخرى المتعلقة بتطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي داخ غرف الاخبار لتطبيقها في قنوات الفضائية الأردنية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

أبو زيد، أحمد الشورى (2022). الذكاء الاصطناعي وجودة الحكم، *مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 23*(4)، 145-176.

أبو زيد، قاسم (2022). *اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار*، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

أحمد، علي وبدر الدين، إبراهيم (2017). *القنوات الفضائية الأردنية الإخبارية ودورها في ترتيب الأجندة السياسية*، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

البدري، فرح (2019). *اعتماد النخب الأردنية على قناة المملكة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالشأن المحلي*، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

بدوي، محمد (2021). آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2021*(75)، 47-120.

البربري ومتولي وشعبان، دعاء وسعيد وقاسم، (2023). برنامج مقترح لتنمية مهارات استخدام تطبيقات الجغرافيا الرقمية والطموح المهني لمعلمي الجغرافيا بالمرحلة الثانوية في ضوء متطلبات الثورة الصناعية الرابعة، *المجلة العلمية لكلية التربية- جامعة أسيوط، 39*(2)، 169-225.

البرعي، أحمد (2022). تطبيقات الذكاء الاصطناعي والروبوت من منظور الفقه الإسلامي، *مجلة دار الإفتاء المصرية، 14*(48)، 12-159.

حرب، غسان (2022). رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية. *المجلة الجزائرية للاتصال، 24*(1)، 8-29.

الحيزان، محمد (2004). *البحوث الإعلامية أسسها- أساليبها- مجالاتها*. ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية.

خطاب، أمل(2021). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار: دراسة لاتجاهات التطوير واشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (22)، الجزء (1)، 93-154.

رقيق، أصالة وسفاري، أسماء (2015). *استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة أنشطة المؤسسة -دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية*، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التيسير، جامعة أم البواقي، الجزائر.

الزهراني، أحمد علي (2022). تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 5*(1)، 15-39.

السريحي، حسن (2023). الذكاء الاصطناعي وإدارة المعلومات، *مجلة دراسات وتكنولوجيا المعلومات، 2023*(2)، https://doi.org/10.5339/jist.2023.8

معالي، سعد وآخرون. (معالي، 2014) اتجاهات القائم بالاتصال في الصحافة المصرية نحو قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، *مجلة بحوث التربية النوعية، 2014*(33)، 287-325.

السيد، شحاته (2022). *دليل لوسائل الإعلام للاستفادة من الذكاء الاصطناعي بتطوير المحتوى والتواصل مع الجمهور*، مقال منشور على موقع شبكة الصحفيين الدوليين: https://ijnet.org/ar تاريخ الدخول: 25-12-2022

الشرقاوي، إيمان عبدالرحيم (2022). توظيف المؤسسات الصحفية لتقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في أوقات الأزمات، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 2022*(24)، 49-94.

الصوالحة، سيف الدين (2022). *الاتجاهات القائم في وكالة الانباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي - دراسة مسحية*، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

عباس، محمود وسليمان، شريف وزهري، محمد (2023). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الفنادق المصرية: الواقع والمأمول، *المجلة المصرية للسياحة والضيافة، 30*(1)، 1-53.

عبد الرزاق، غزة (2023). الأسس المفاهيمية والتقنية للذكاء الاصطناعي وتطوره: من نماذج الحوسبة إلى التعلم الآلي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات،

ISBN: 9786144455821

عبدالحميد، عمرو (2020). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع(55)، (5)، 2798-2860.

عبدالعزيز، نسرين محمد. (2021). دور الدراما الأجنبية والعربية في تشكيل إدراك الجمهور المصري لواقع تطبيقات الذكاء الاصطناعي، *المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين: الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة*، مج3 ، القاهرة: جامعة القاهرة – كلية الإعلام، 1473 – 1524. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1274165

علام، أسماء أحمد أبو زيد (2022). الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، *مجلة الإعلام والدراسات البينية، جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب – كلية الإعلام*، (1)، 155-203.

غيتاوي، بن نعلي ونفيسة، كرفيس ومؤمنة، زكية / مؤطر (2023). *استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير وكتابة الأخبار في الصحافة الالكترونية* (رسالة دكتوراه)، جامعة أحمد دراية–أدرار.

الفراني، لينا؛ والحجيلي، سمر (2020). العوامل المؤثرة على قبول المعلم لاستخدام الذكاء الاصطناعي في التعليم في ضوء النظرية، الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)، *المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، 4*(14)، 215-252.

الفرحان، طالب (2023). دور غرف الأخبار الذكية في تعزيز دوافع التواصل التفاعلي في قناتي الجزيرة والأردنية أنموذجاً، *مجلة آداب الفراهيدي، 15*(52)، 239-260.

اللبان، شريف (2019). مداخل مبتكرة لتطوير المحتوى الصحفي. http://w.w.w.albawabnews.com. تاريخ الدخول: 25-12-2022م

المصري، نضال حمدان والأغا، محمد أحمد (2021). أثر الذكاء الاصطناعي في مجال تكنولوجيا الاتصال على المناعة التنظيمية في ضوء خصائص الإعلام الرقمي كمتغير وسيط بالجامعات الفلسطينية، *مجلة دراسات الاقتصاد والأعمال، 1*(8)، 406-435.

المناصير، محمد (2018). https://www.ammonnews.net/article/370013

النعانعة، بيان فراس وطه، نشروان ناصر (2023). اتجاهات مديري المكتبات نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي–الجامعات الأردنية، *مجلة دراسات وتكنولوجيا المعلومات، 2023*(2)، 1-18.

وسام عامر، عبد الله أطبيقة، أحمد السني (2023). مستقبل توظيف آليات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عمل المؤسسات الإعلامية الأردنية– دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال والنخب الاكاديمية في ليبيا وفلسطين. *مجلة العلوم الإنسانية، 27*(3)، 200–225.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Al-Robaiaat, M. G. (2006). *The multi media international television channels and the Internet: their use by students in Jordanian state universities and their effects* (Doctoral dissertation), University of Huddersfield.

Biswal, S. K., & Gouda, N. K. (2020). Artificial intelligence in journalism: A boon or bane? *Optimization in machine learning and applications*, 155-167.

Dhiman, D. B. (2023). Does Artificial Intelligence help Journalists: A Boon or Bane? Available at: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4401194.

Ehlers, R. R. (2021). *The Effects of Artificial Intelligence on Crisis Communication Rebuild Strategies* (Doctoral dissertation), University of South Dakota.

El Gody, A. (2021). Using Artificial Intelligence in the Al Jazeera Newsroom to Combat Fake News. Retrieved from: https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:oru:diva-95419

Elaine Rich and Kevin Knight, "Artificial Intelligence," (New York: McGraw-Hill, 1991)

Finnset, K. A. (2020). *Artificial intelligence in Norwegian newsrooms A qualitative study on the uses and assessments of AI technologies in a news context* (Master's thesis).

García-Avilés, J. A., Carvajal-Prieto, M., Arias, F., & De Lara-González, A. (2019). How journalists innovate in the newsroom. Proposing a model of the diffusion of innovations in media outlets. *The journal of media innovations, 5*(1), 1-16.

Ismail, F. I. (2022). Journalists' attitudes towards the use of artificial intelligence In the development of journalistic content in Egyptian newspapers and websites. *Egyptian Journal of Public Opinion Research, 21*(4), 31-86.

Jamil, S. (2021). Artificial intelligence and journalistic practice: The crossroads of obstacles and opportunities for the Pakistani journalists. *Journalism Practice, 15*(10), 1400-1422.

Jia, Z. (2022). Analysis Methods for the Planning and Dissemination Mode of Radio and Television Assisted by Artificial Intelligence Technology. *Mathematical Problems in Engineering, 2022.*

Makridakis, S. (2017). The forthcoming Artificial Intelligence (AI) revolution: Its impact on society and firms. *Futures,* 90, 46-60.

Marconi, F. (2020). *Newsmakers: Artificial intelligence and the future of journalism*. Columbia University Press.

Nahmías, F. L. B., & van der Kaa, H. H. (2014). *Journalists and Adaptation to Technology: The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Perspective on the NodeXL Social Network Analysis Tool* (Doctoral dissertation, Master's Thesis). Tilburg University. Communication and Information studies. Available Online: http://arno. uvt. nl/show. cgi).

Naoaín, A. S. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: The perception of experts, journalists and academics.

Pashevich, E. (2018). *Automation of news production in Norway: Augmenting newsroom with artificial intelligence* (Master's thesis).

Patabandige, G. M. J. (2019). Conceptual paper on drone usage in journalism: a study in Sri Lanka.

Reyna, V. H. (2022). Newsrooms as non-places. *Brazilian journalism research*, 17, 402-423.

Ridwan, D., & Heikal, J. (2023). Application Of Artificial Intelligence (Ai) In Television Industry Management Strategy Using Grounded Theory Analysis: A Case Study On Tvone. *Jurnal Scientia, 12*(03), 4184-4190.

Robinson, S. (2011). Convergence crises: News work and news space in the digitally transforming newsroom. *Journal of Communication, 61*(6), 1122-1141.

Russell, S. J., & Norvig, P. (2010). Artificial intelligence a modern approach. London.

Stray, J. (2021). Making artificial intelligence work for investigative journalism. Algorithms, Automation, and News, 97-118.

Tweissi, B. (2021). 4. Jordan: Media's Sustainability during Hard Times. *Arab Media Systems*, 3.

Wang, X., Liu, C., & Qi, Y. (2021). Research on new media content production based on artificial intelligence technology. *In Journal of Physics: Conference Series* 1757 (1), p. 012062). IOP Publishing.

Zhang, Y. (2023). The Integration of Traditional Broadcasters with Artificial Intelligence in Television News Programmes. *In SHS Web of Conferences* (Vol. 158, p. 02009). EDP Sciences.

ثانياً: المراجع الإلكترونية

- هيئة الإعلام. http://www.mc.gov.jo/Pages/viewpage?pageID=50. تاريخ الدخول: 23-12-2022م

الملحقات

الملحق 1 : الاستبانة

البيانات الديموغرافية وتكونت من:

1. النوع الاجتماعي (الجنس) – (ذكر) ، (أنثى).
2. الفئة العمرية: (20–30)، (31–40)، (41–50).
3. المستوى التعليمي: (جامعي)، (دبلوم).
4. التخصص: (إعلام)، (تكنولوجيا المعلومات)، (التصميم الجرافيكي).

محور درجة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية:

1. تم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحطة منذ أكثر من سنة. (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
2. يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يوميا. (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
3. يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل متكرر لمهام عديدة. (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
4. تقوم الإدارة بدعم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بين موظفيها. (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
5. تقوم الإدارة بتدريب الموظفين على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحطة. (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
6. يفضل الموظفون استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التطبيقات التقليدية. (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
7. يزيد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل الموظفين مع الوقت. (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
8. تنتشر تطبيقات الذكاء الاصطناعي بين الموظفين في قطاع الإعلام المرئي بشكل عام. (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).

محور سهولة استخدام وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية:

- هل تعتقد أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي سهلة الاستخدام؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل استفدت من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تسهيل وتسريع عملك؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل هناك مشاكل كبيرة في استخدام وتطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملك؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل تحتاج إلى وقت وجهد كبيرين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل لديك فهم كامل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها في عملك؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل تستطيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل متنوع في عملك؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل ترى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي سهلة التعلم؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).

- هل تستطيع تدريب الأخرين على هذه التطبيقات في حال تم الطلب منك ذلك؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).

محور نوع التوظيف والاستخدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية

- هل يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحسين المحتوى المقدم على الهواء أو عبر وسائط رقمية؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات المشاهدين وتوجيه المحتوى بشكل أفضل؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتعديل وتحرير المحتوى المرئي؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للرد الآلي والمتابعة الالكترونية على الردود وتفاعل المشاهدين؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لأنشاء ترجمة نصية الية؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحرير المحتوى النصي؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- هل يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل مقدمي البرامج والأخبار؟ (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).

الملحق 2: المحكمين

قائمة محكمي الاستبانة

	الاسم	الرتبة	الجامعة
1	د. إبراهيم الخصاونة	أستاذ مشارك	جامعة البتراء
2	د. منال مزاهرة	أستاذ مشارك	جامعة البتراء
3	د. محمد بني دومي	أستاذ مساعد	جامعة البتراء