

اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو
تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي
(دراسة مسحية)

**Attitudes of the Communicator in the Jordan News Agency
(Petra) towards the Application of Artificial Intelligence
Software in Journalistic Editing: A Survey Study**

إعداد

سيف الدين ماجد الصوالحه

إشراف

الدكتور محمود أحمد الرجبي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الأول، 2022

تفويض

أنا سيف الدين ماجد صوالحه، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: سيف الدين ماجد صوالحه.

التاريخ: 2022 / 12 / 24.

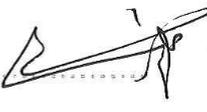
التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة ب: اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي (دراسة مسحية).

للباحث: سيف الدين ماجد صوالحه.
وأجيزت بتاريخ: 2022 / 12 / 24.

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع	جهة العمل	الصفة	الاسم
	جامعة الشرق الأوسط	مشرفاً	د. محمود أحمد الرجبي
	جامعة الشرق الأوسط	عضواً من داخل الجامعة ورئيساً	د. محمد حسين المومني
	جامعة الشرق الأوسط	عضواً من داخل الجامعة	د. منى عيد أبو جامع
	جامعة اليرموك	عضواً من خارج الجامعة	د. غالب علي شطناوي

شكر وتقدير

بسم الله، والحمد لله، الموفق والمنعم والهادي، وأفضل الصلاة على نبينا الكريم، أبا القاسم سيد الرجال وأشرفهم.

بعد إنجاز هذا الجهد البحثي المتواضع، أفق حامداً، متواضعاً، ممتناً، شاكراً:

- والدي رحمه الله، والدتي، زوجتي، أبنائي: نورالله ورايان ومحمد، إخواني، أخواتي، معلمي، أساتذتي، أصدقائي، ووطني الأردن.

وأخص بالشكر كلاً من:

- مشرفي الدكتور محمود أحمد الرجبي.
- مرشدي وصاحب الفضل الدكتور عبدالكريم علي الدبيسي.
- زميلاتي وزملائي في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) كلّ باسمه.
- الأصدقاء الداعمون.

الإهداء

إلى كلّ إنسان يؤمن بالأردن

...

إلى كلّ إنسان يؤمن بحقنا في فلسطين

...

إلى كلّ إنسان يؤمن بحقنا في مقاومة المشروع الصهيوني

...

إلى كلّ إنسان يؤمن بأننا منتصرون

...

"وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ"

(آل عمران - 139)

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان.....	أ.....
تفويض.....	ب.....
قرار لجنة المناقشة.....	ج.....
شكر وتقدير.....	د.....
الإهداء.....	ه.....
الملخص باللغة العربية.....	ك.....
الملخص باللغة الإنجليزية.....	ل.....
فهرس المحتويات.....	و.....
قائمة الجداول.....	ح.....
قائمة الملحقات.....	ي.....

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة.....	1.....
ثانياً: مشكلة الدراسة.....	4.....
ثالثاً: أهداف الدراسة.....	5.....
رابعاً: أهمية الدراسة.....	6.....
خامساً: أسئلة الدراسة.....	7.....
سادساً: حدود الدراسة.....	8.....
سابعاً: محددات الدراسة.....	8.....
ثامناً: مصطلحات الدراسة.....	8.....

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري.....	13.....
ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة.....	29.....
ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة.....	37.....

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: منهج الدراسة.....	39.....
ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة.....	39.....

40	ثالثاً: صدق الأداة وثباتها
40	رابعاً: المعالجة الإحصائية
40	خامساً: إجراءات الدراسة

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

43	أولاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة
46	ثانياً: الإجابة على أسئلة الدراسة ومناقشة نتائجها
62	ثالثاً: نتائج المقابلات المعمقة

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

71	أولاً: مناقشة النتائج
74	ثانياً: التوصيات

قائمة المصادر والمراجع

75	أولاً: المراجع العربية
79	ثانياً: المراجع الأجنبية

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
4 - 1	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي.	43
4 - 2	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية.	44
4 - 3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.	44
4 - 4	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوصف الوظيفي.	45
4 - 5	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة.	45
4 - 6	معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.	46
4 - 7	مدى امتلاك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) معلومات عن توظيف وكالات الأنباء العالمية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.	47
4 - 8	اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.	48
4 - 9	اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث المهمة والساخنة، ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها؟	50
4 - 10	مدى إسهام تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا).	51
4 - 11	اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو التحديات المهنية والأخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.	53
4 - 12	المتوسط والانحراف المعياري للمجالات.	55
4 - 13	درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لمتغير النوع الاجتماعي.	57
4 - 14	درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لمتغير الفئة العمرية.	58

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
59	درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لمتغير المؤهل العلمي.	4 - 15
60	درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لمتغير الوصف الوظيفي.	4 - 16
61	درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لمتغير سنوات الخبرة.	4 - 17

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
82	قائمة بأسماء السادة محكمي أداة الدراسة	1
83	نموذج تحكيم أداة الدراسة	2
88	أداة الدراسة بصورتها النهائية	3
93	أسئلة المقابلات المعمّقة	4

اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي (دراسة مسحية)

إعداد: سيف الدين ماجد الصوالحه
إشراف: الدكتور محمود أحمد الرجبي
الملخص

هدفت هذه الدراسة المسحية إلى معرفة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، وقد استخدم الباحث الاستبانة أداة لجمع المعلومات، بالإضافة إلى إجراء المقابلات المعمقة لتحقيق أهداف الدراسة. وقد تكونت عينة الاستبانة من (102) مفردة من العاملين في التحرير الصحفي في وكالة (بترا)، بالإضافة إلى مقابلة ثلاثة مدرين عاملين في (بترا).

وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها: إن اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي جاءت بدرجة عالية، وكذلك اتجاهات القائم بالاتصال نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث المهمة والساخنة ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها. كما أشارت النتائج إلى إمكانية إسهام تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإخباري لوكالة الأنباء الأردنية (بترا) بدرجة عالية، بينما جاءت اتجاهات القائم بالاتصال في الوكالة نحو التحديات المهنية والأخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بدرجة متوسطة. وبيّنت النتائج أن مستوى معلومات القائم بالاتصال في الوكالة عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاءت بدرجة متوسطة، وهي نسبة تبيّن أن عدداً من العاملين متابعين للتطورات في الإعلام الرقمي، ولأن (بترا) تنظم دورات وورش عمل مستمرة تتضمن التطورات التكنولوجية في الإعلام لرفع كفاءة العاملين فيها.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، القائم بالاتصال، الذكاء الاصطناعي، وكالة الأنباء الأردنية (بترا).

**Attitudes of the Communicator in the Jordan News Agency (Petra)
towards the Application of Artificial Intelligence Software in
Journalistic Editing: A Survey Study**

Prepared by: Saif EL Dien Majed El Swalha

Supervised by: Dr. Mahmoud Ahmad Alrajabi

Abstract

The study aimed to figure out the attitudes of communicators at the Jordanian News Agency (Petra) towards the application of artificial intelligence software in journalistic editing. The researcher used the survey method by applying a questionnaire as a tool for collecting information in addition to conducting in-depth interviews to achieve the objectives of the study. The sample of the study consisted of 102 individuals working at the Jordanian News Agency (Petra) as well as interviews with three influencers at the agency. The study concluded with several results, most notably: the attitudes of the communicator at the Jordanian News Agency (Petra) towards the application of artificial intelligence software in journalistic editing came to a high degree, as did the communicator's attitudes towards the application of artificial intelligence software in covering important events and being aware of the attitudes of public opinion and paying attention to them. Furthermore, the results indicated the possibility of the contribution of the applications of artificial intelligence software to the advancement and development of the news product of the Jordanian News Agency (Petra) at a high degree, while the communicator's attitudes at the agency towards the professional and ethical challenges of applying artificial intelligence software in journalistic work came at a medium degree. The results showed also that the level of knowledge of the communicator in the agency about the application of artificial intelligence software in journalistic work came to a medium degree, which indicates that there are a number of workers who are updated and aware of the use of digital media due to the agency's programs of conducting continuous courses and workshops that include technological developments in media in order to increase the efficiency of its employees.

Keywords: Attitudes, Communicator, Artificial Intelligence Jordan News Agency (Petra).

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

تشير الدراسات إلى أن العالم سيشهد تحولاتٍ رقميةً كبيرةً خلال السنوات القليلة المقبلة، تشكل منعطفاً كبيراً في حياة البشرية، ففي عام 2030 ستشهد البشرية "تسونامي رقمي" سيطل مفاصل الحياة كافة. (Pewresach center, 2018)، ومن بينها الإعلام الرقمي؛ يُعرف باسم الذكاء الاصطناعي الذي لا يقتصر على تفاعل الإنسان مع الآلة أو جهاز الحاسوب، بل يتخطاها إلى ما لا يمكن تحديده إذا كان يتفاعل مع آلة أو مع إنسان؛ لأن تلك الآلة أصبحت تمتلك ذكاءً اصطناعياً، لقد تطوّر الذكاء الاصطناعي ليشمل الروبوتات، والتعلم الآلي، ومعالجة اللغة، وتحليل البيانات الضخمة، كل هذه الأبعاد ذات صلة بالعمل الصحفي مكّنت المؤسسات الإعلامية الكبرى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في كتابة وإعداد الأخبار والتقارير الإخبارية. (Pavlik, 2016)

وعملت المؤسسات الإعلامية الكبرى في العالم على تطوير حلول برمجية لتوليد الأخبار الآلية، وبدأت المؤسسات الإعلامية الرائدة مثل؛ وكالة أسوشيتدبرس Associated Press ووكالة رويترز، ومجلة Forbes وصحيفة The New York Times وصحيفة Los Angeles Times في أتمته المحتوى الإخباري، تلك الحلول البرمجية التي أدخلت صحافة الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار، لتسهم في إنشاء قصص إخبارية للموضوعات المتكررة التي تتوفر عنها بيانات دقيقة ومنظمة. (Graefe, 2016)

وقامت بعض المؤسسات الإخبارية بأنشطة ريادية لتطوير صناعة الصحافة، وأدواتها الخاصة، مثل؛ وكالة أنباء رويترز التي أنشأت أداة داخلية تسمى Tracer، (الكشاف) التي تمكن الصحفيين من اكتشاف الأخبار الحقيقية على Twitter، والتحقق من صحتها في الوقت الفعلي. وقامت صحيفة واشنطن بوست بإنشاء مجموعة من أدوات النشر، مثل؛ Clavis، وهو محرك التخصيص المدعوم بمعالجة اللغة الطبيعية، وباعته إلى ناشرين آخرين. (Thurman, 2019)

وبدأت وكالة أسوشيتدبرس Associated Press باستخدام الصحفي الآلي في جمع وأيضاً تحرير، ونشر تقاريرها الإخبارية عن أرباح الشركات المكتوبة بالكامل من خلال البرامج الحاسوبية، أو ما يعرف بالكتابة الآلية، أو صحافة الذكاء الاصطناعي، وساعد ذلك في زيادة أرباح الوكالة لعشرة أضعاف، وتشبه التقارير الصحفية عن الأرباح التي يعدها الصحفي الآلي إلى حد كبير ملخصات القصص الإخبارية المكتوبة بواسطة المحرر الإنسان في وكالة أسوشيتدبرس، وغيرها من القصص الإخبارية التي تنشرها الوكالة بشكل شبه فوري. (الدبيسي، 2022، ص112)

وقد أثار استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الصحفي، عدة تساؤلات عن كيفية استجابة الصحفيين لعمليات توظيف الأتمته التي تقودها الخوارزميات، وصحافة الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، بالإضافة إلى تساؤلات عن مستوى تطبيق المعايير المهنية فيها. ويرى بعض الباحثين أن التطبيقات الجديدة قوبلت أحياناً بسيناريوهات متفائلة، أو متشائمة، وأثارت بشكل علني جدلاً حول التطور الجديد، وهل سيغير محتوى وسائل الإعلام نحو الأفضل، أو للأسوأ، كما كشفت أن توظيف الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي يتطلب فهماً أفضل لكيفية تفاعل الصحفيين مع التكنولوجيا في سياق العمل الإخباري المعاصر.

(Schapals & Porlezza, 2020)

إن إدخال برمجيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار المعاصرة يفرض إعادة التفكير في كيفية تصور الصحفيين لأدوارهم، وإدراكهم لها في ضوء تحويل البيانات القائمة على الخوارزميات، حيث تمثل غرف الأخبار ميداناً يضم العديد من العلاقات بين الصحفيين، والجمهور، والتكنولوجيا بحد ذاتها التي تؤثر على العمل الإخباري، وبفضل الابتكارات التكنولوجية مثل؛ صحافة الذكاء الاصطناعي، تجد هذه العلاقات نفسها في حالة تغير مستمر، مما يؤدي إلى ساحات هجينة تتشابك فيها التقنيات الجديدة مع قيم، وتقاليد غرف الأخبار الراسخة.

وتفوق الدول الغربية والصين ابتكار الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة بشكل عام الذي يشمل التعلم الآلي، وإنشاء المحتوى الآلي وبرامج تحويل الكلام إلى نص. وقد ركز اعتماد الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) في التحرير الصحفي (News Editing) والبحث عن تأثيره بشكل أساسي على الدول الغربية. على الرغم من أن بعض الدول النامية بدأت في دمج الذكاء الاصطناعي في قطاعات مثل؛ الوكالات الوطنية والصحة والتعليم والتمويل، إلا أن المعلومات المتوفرة حول كيفية استخدام التحرير الصحفي في بعض الدول النامية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي قليلة.

وستشهد المؤسسات الإعلامية العربية خلال السنوات القليلة المقبلة، ومن ضمنها المؤسسات الإعلامية الأردنية دخول الذكاء الاصطناعي لقطاع الإعلام، وسيصبح تحولاً ضرورياً وليس نمطاً كمالياً، فالتطور الكبير في شبكات التواصل الاجتماعي ومتغيراتها فيما يخص الرأي العام وتشكيله يحتم على المؤسسات الإعلامية الأردنية أن تعطي قدراً واهتماماً كبيرين لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مجالات عملها كونه سيساعدها على معرفة اتجاهات الرأي العام في وقت مبكر.

وتسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، وذلك باستخدام الاستبانة أداة منهجية لقياس اتجاهات العاملين في الوكالة، إضافة إلى إجراء المقابلات المعمقة مع بعض مدراء (بترا)، بغية معرفة مستوى قبول تبني تلك البرمجيات في (بترا) لمواكبة التطور المتسارع على مستوى وكالات الأنباء في العالم.

ثانياً: مشكلة الدراسة

ازدادت أخيراً توجهات وكالات الأنباء العالمية نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لأهميته في اكتشاف الأخبار، وتوجيه انتباه هيئة التحرير إلى الأحداث، أو المعلومات التي يحتمل أن تكون ذات أهمية إخبارية قبل النشر، وأضحت تلك التطبيقات معياراً لتقدم عمل المؤسسات الإعلامية في دول العالم، ومنها تحديداً وكالات الأنباء، وباتت توظيف الذكاء الاصطناعي يُعد مؤشراً عن حاجة أساسية لمواكبة التحولات الرقمية المتسارعة في مختلف مناحي الحياة، وتتطلب هذه الدراسة لسد فجوة بحثية فيما يتعلق بقياس اتجاهات القائم في الاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، التي لم يكشف عنها بعد، إذ لا توجد دراسات إعلامية سابقة تناولت الموضوع، وبناءً على معطيات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها، إذ يُعد قبول التكنولوجيا، ونوايا استخدامها من أكبر التحديات التي تواجهها المؤسسات العربية التي ترى أنه مجالٌ جديدٌ لا تمتلك خبرات واسعة عنه.

وتتمحور مشكلة الدراسة في الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) حول قبول وتبني، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وذلك باستخدام

الاستبانة أداة منهجية لقياس اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، فضلاً عن إجراء المقابلات المعمّقة مع مدراء في الوكالة للكشف عن اتجاهاتهم نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي. ومن هنا جاءت إشكالية هذه الدراسة من أجل الإجابة عن التساؤل التالي: ما اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟

ثالثاً: أهداف الدراسة

1. معرفة مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) حول تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في وكالات الأنباء العالمية والعمل الصحفي.
2. التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.
3. التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث المهمة والساخنة ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها؟
4. التعرف على أهمية تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي لتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا).
5. الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو التحديات المهنية والاخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

6. الكشف عن مدى إدراك القائمين بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) لتوفير التسهيلات والتدريب ومعالجة العقبات من قبل المسؤولين في الإدارات العليا لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

رابعاً: أهمية الدراسة

تتلخص الأهمية العلمية والعملية (التطبيقية) للدراسة بما يأتي:

الأهمية العلمية:

1. دفع الباحثين للتركيز على موضوع الإعلام الرقمي بشكل عام والذكاء الاصطناعي وتقنياته في التحرير الصحفي بشكل خاص بسبب أهميته التي عملت على تحويل التحرير الصحفي في العالم إلى تقنيات وبرمجيات ذكاء اصطناعي مما يُسهّل عمل القائمين عليه.
2. الأهمية الكبيرة التي يتميز بها الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، حيث يعمل على جمع البيانات الضخمة ومعالجتها ويعمل على مساعدة الصحفيين بشكل كبير، مما دفع العاملين بالإعلام العالمي إلى تبني الذكاء الاصطناعي في عملهم الصحفي.

الأهمية العملية:

1. التركيز على أهمية توظيف برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي في المؤسسات الإعلامية الأردنية.
2. التركيز على مواكبة الإعلام المحلي للإعلام العالمي في توظيف برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وللحاق بثورة الإعلام الرقمي التي يشهدها العالم.

خامساً: أسئلة الدراسة

1. ما مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟
2. ما مدى امتلاك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) معلومات عن توظيف وكالات الأنباء العالمية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟
3. ما اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟
4. ما اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث المهمة والساخنة، ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها؟
5. ما مدى إسهام تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا)؟
6. ما اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو التحديات المهنية والأخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟
7. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي والمستوى التعليمي والوصف الوظيفي وسنوات الخبرة)؟

سادساً: حدود الدراسة

الحدود المكانية: وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عمان المملكة الأردنية الهاشمية.

الحدود الزمانية: الفترة الزمانية الواقعة من 2022/8/20 لتاريخ 2022/11/20 ولمدة ثلاثة أشهر.

الحدود الموضوعية: يقتصر موضوع الدراسة على معرفة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

سابعاً: محددات الدراسة

تقتصر هذه الدراسة على القائمين في الاتصال العاملين في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، ويمكن تعميم نتائجها على المؤسسات الإعلامية الأردنية التي يقتصر عملها على الإنتاج الإخباري.

ثامناً: مصطلحات الدراسة

الذكاء الاصطناعي: عرف الذكاء الاصطناعي بأنه "العلم الذي يمكن الآلة من القيام بتنفيذ أعمال اعتاد البشر على القيام بها لكن بمزايا تتسم بكونها أسرع، وحجم العمل المنجز أكثر، ويمكن النظر لعلم الذكاء الاصطناعي بأنه محاكاة للسلوك الإنساني وفهمه وتطويره لبرمجيات حاسوبية، تستطيع اتخاذ قرارات محددة والبحث عن حلول لمشكلات معينة وتوصيفها أو التنبؤ بها"، إذ تساعد العمليات الحاسوبية والبيانات الكبيرة على إيجاد الطريقة المناسبة لتحديد هذه القرارات أو الحلول المناسبة. (الديبسي، 2022، ص99)

ويعرف كل من بار وفيجنياوم (Feigenbaum & Barr) الذكاء الاصطناعي؛ بأنه جزء من علم الحاسوب يهتم بتصميم نظم حاسوبية ذكية تتصف بالمهارات التي يتصف بها البشر، ومن بينها فهم اللغة، والتعلم، وحل المشكلات. (مسودي، 2020)

والذكاء الاصطناعي هو قدرة الحاسوب الرقمي أو الروبوت الذي يتم التحكم فيه عن طريق الكمبيوتر على أداء المهام المرتبطة بشكل شائع بالكائنات الذكية، ويتم تطبيق المصطلح بشكل متكرر على مشروع تطوير الأنظمة التي تتمتع بالعمليات الفكرية المميزة للإنسان، مثل القدرة على التفكير أو اكتشاف المعنى أو التعميم أو التعلم من التجارب السابقة، وقد حققت بعض البرامج مستويات أداء الخبراء والمهنيين البشريين في أداء مهام معينة محددة، بحيث يوجد الذكاء الاصطناعي بهذا المعنى المحدد في تطبيقات متنوعة مثل التشخيص الطبي ومحركات البحث على الكمبيوتر والتعرف على الصوت أو خط اليد والصحافة. (Copeland, 2022)

ويعرف **الذكاء الاصطناعي إجرائياً**: بأنه مجموعة من التقنيات والتطبيقات الحاسوبية التي يتم استخدامها للقيام بوظائف التحرير الصحفي في غرف الأخبار.

أبرز محطات تطور الذكاء الاصطناعي (كاظم، 2012، ص7)

المرحلة الأولى: نشأت هذه المرحلة فور انتهاء الحرب العالمية الثانية وقد بدأها العالم "شانون" عام 1950، ببحثه لعبة الشطرنج، وانتهت بالعالم "فيجن باوم" و "فيلد عام 1963"، وتميزت هذه المرحلة بإيجاد حلول للألعاب وفك للألغاز باستخدام الحاسوب.

المرحلة الثانية: يطلق عليها المرحلة الشاعرية "romantic" والتي بدأت في منتصف الستينيات إلى منتصف السبعينات، حيث قام العالم "منسكي" بعمل الإطارات لتمثيل المعلومات ووضع العالم "ونجراد" نظام لفهم الجمل الإنجليزية مثل القصص والمحادثات، وقام العالمان

"ونستون" و"براون" بتلخيص كل ما تم تطويره في معهد "الماسيشوشنتش" للتكنولوجيا والتي تحتوي على بعض الأبحاث عن معالجة اللغات الطبيعية والرؤية بالحاسب والإنسان الآلي والمعالجة.

المرحلة الثالثة: يطلق على هذه المرحلة الحديثة والتي بدأت منذ منتصف السبعينات وتميزت بظهور التقنيات المختلفة التي تعالج كثير من التطبيقات التي أدت فعلاً إلى انتقال جزء كبير من الذكاء الإنساني إلى برامج الحاسبات، وتعتبر هذه الفترة هي العصر الذهبي لازدهار هذا العلم والتي أدت إلى ظهور كثير من نظم الذكاء الاصطناعي الحديثة، وقد تبلورت نواة تقنيات الذكاء الاصطناعي لتشمل: النمذجة الرمزية وآليات معالجة القوائم وغيرها.

القائم بالاتصال: تتفاوت المفاهيم المتعلقة بالقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير في المتلقي، فعرف بأنه "يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكلٍ أو بآخر في الأفكار والآراء. في حين اتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه من منظور الدور في عملية الاتصال، فعرفته بأنه "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها". أو أن القائم بالاتصال هو "أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية". كذلك حددته دراسات أخرى بأنهم "الذين يؤدون دوراً فعالاً ومباشراً في إنتاج الرسائل الإعلامية". (فوال، 1992)

ويعرف القائم بالاتصال إجرائياً في هذه الدراسة: هم الصحفيون والمحررون العاملون في غرف الأخبار في وكالة الأنباء الأردنية (بترا).

التحرير الصحفي: فنّ يتصل بكل ما في الحياة، ويعرض لكل ما لدى الإنسان من نشاط وغاية، وما يمكن تحديده بالتعريف بأن نقول أنه " فن تحويل الأحداث والأفكار والخبرات والقضايا الإنسانية ومظاهر الكون والحياة إلى مادة صحفية مقبولة سواء عند صاحب الثقافة العالية والذكاء الخارق، وصاحب الثقافة المتوسطة والذكاء العادي، وعند رجل الشارع الذي يقرأ ليفهم ويعرف. (الشعراوي، 2020، ص78)

والتحرير الصحفي يعرف أيضاً بأنه هو العملية التي تبدأ فور عملية الكتابة الصحفية، وتتم بشكل يدوي باستخدام الورقة والقلم أو الكترونياً على جهاز الحاسوب، حيث يجلس المحرر ليقوم بكتابة وتصويب وصياغة المادة الصحفية والمخزنة على الملفات داخل جهاز الحاسوب.

ويعرف التحرير الصحفي إجرائياً: بأنه القدرات الكتابية التي يملكها القائم بالاتصال وتمكنه من تحويل الوقائع والأحداث إلى لغة كتابية مفهومة يتم سردها بطريقة تجذب القارئ إليها.

الاتجاه: هو حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي الذي تنتظم من خلاله خبرة الشخص، وتكون ذات أثر توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تثير هذا الاتجاه التي قد تكون إيجابية أو سلبية أو محايدة نوعية أو عامة، ويتضمن الاتجاه ثلاثة عناصر هي: الجانب المعرفي، الجانب الوجداني أو العاطفي، ثم الجانب السلوكي. (سميسم، 2005، ص58)

ويعرف الاتجاه إجرائياً بأنه الميل والرغبات للقائمين بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) في وعي وتقبل برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

وكالة الأنباء الأردنية (بترا): هي وكالة الأنباء الأردنية الرسمية حيث صدرت الإرادة الملكية السامية بتأسيسها في السادس عشر من شهر تموز عام (1965) كدائرة مستقلة من دوائر وزارة الإعلام بعد أن كانت قبل ذلك ومنذ عام (1956) قسماً في دائرة المطبوعات والنشر وهدفها الرئيسي هو استثمار أفضل لرأس المال البشري ورفع كفاءة المنتج الإعلامي. (وكالة الأنباء الأردنية، 2018)

وتعرف (بترا) إجرائياً: بأنها وكالة الأنباء الأردنية الرسمية التي يتم من خلالها نشر الأخبار الموثوقة الصادرة عن مؤسسات الدولة الأردنية كافة.

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري

تعتمد هذه الدراسة على فروض النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا التي تفسر نية وسلوك الاستخدام، وهو ما يرتبط بقياس اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، وتستخدم النظرية النية السلوكية كمؤشر لسلوك استخدام التقنية، والأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والمنفعة المتوقعة، والتأثيرات الاجتماعية التي تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما أن التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام جنباً إلى جنب مع نية الاستخدام، لأن النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا تؤثر بشكل إيجابي على الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا.

النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا:

:The unified of acceptance and technology (UTAUT)

تعود النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا إلى عام 2003 حيث طوّر (Venkate Morris) النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وتم بناء النظرية على عدة نظريات تتعلق بقبول التكنولوجيا أبرزها: نظرية التصرفات المسببة، ونموذج قبول التكنولوجيا، ونظرية السلوك المخطط، ونظرية تبني انتشار المبتكرات وغيرها. (بريك، 2020)

ولقد أعدت النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا لدراسة نظم وتقنية المعلومات في قطاع الإعلام مثل المؤسسات الصحفية، وتهدف النظرية إلى تفسير نية وسلوك الاستخدام، وتستخدم النظرية النية السلوكية كمؤشر لسلوك استخدام التقنية، وتقترح النظرية أن الأداء المتوقع،

والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما ان التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام جنباً إلى جنب مع نية الاستخدام. (الخولي، 2020)

ويعتبر نموذج قبول التكنولوجيا (Technology Acceptance Model ...TAM) من النماذج الموثوقة لتفسير قبول واستخدام نظم المعلومات، حيث تم اختياره بشكل واسع على العديد من العينات ذات الأحجام والأوضاع المختلفة، كما أن (86%) من الدراسات التي درست تقبل وسائل كل من التعليم التقليدي والتعليم الذاتي استخدمت هذا النموذج. (Venkatsh, Davis, 2000)

ويفترض (TAM) أن تقبل أيّ تكنولوجيا والعمل عليها ناتج عن عاملين رئيسيين هما: المنفعة المتوقعة، وسهولة الاستخدام المتوقعة، واللذان يؤثران على عاملٍ تابعٍ آخر هو الاتجاه السلوكي للاستخدام. (المزاهرة، 2018)

وأثبت (Davis) أن فهم وأجابه لماذا يختار الناس قبول أو رفض أي تكنولوجيا يعد من أكبر تحديات الباحثين في مجال أنظمة المعلومات والتكنولوجيا.

ويشير نموذج قبول التكنولوجيا إلى أن عدم قبول المستخدمين للعمل على نظم تكنولوجيا المعلومات يعدّ عائقاً أمام نجاح هذه النظم (Davis, 1993). وخلال السنوات الماضية احتل نموذج قبول التكنولوجيا المرتبة الأولى بين النماذج التي تحاول تفسير نجاح وفشل تقبل نظم المعلومات والتكنولوجيا، وتم اختبار ذلك النموذج تجريبياً بشكل واسع ومكثف، مما أدى إلى الاعتقاد بقوة ومصداقيته واعتماده من قبل المجتمع الأكاديمي، وبالرغم من نجاح ذلك النموذج فإنه لم يتم الاتفاق فيه على المتغيرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر على المتغيرين الرئيسيين المقترحين من جانب (Davis)، وهما: المنفعة المتوقعة، وسهولة الاستخدام. (الخولي، 2020)

وتمتاز النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTATU)، بأنها قامت بتجميع بعض المتغيرات التي وجدت متفرقة في النظريات السابقة والتي تؤثر على سلوك الاستخدام ونية المستخدم، ومن هنا ظهر سبب تسميتها بالنظرية الموحدة، كما قام باحثون بإنشاء هذه النظرية التي تتضمن توحيد ثماني نظريات، وأوضحوا فيها أن النموذج يتكون من أربعة عوامل أساسية وهي:

1. الأداء المتوقع: مدى اعتقاد الفرد أن استخدامه للتقنية سيزيد من إنتاجيته للعمل.
2. الجهد المتوقع: درجة السهولة المتعلقة باستخدام الفرد للتقنية.
3. التأثير الاجتماعي: مدى تأثير المجتمع على الفرد لاستخدامه التقنية.
4. تسهيل الظروف: مدى اعتقاد الفرد بتوفر التسهيلات والبنى التحتية للتقنية.

كما أن النموذج ذاته يخضع للتعديل أو التغيير من خلال أربعة عوامل إضافية وهي: العمر Age، والجنس Gender، والخبرة Experience، وطواعية الاستخدام Voluntariness.

(الشمراي، 2019)

وهناك ثلاث خصائص أساسية للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا وهي: ردود أفعال الأفراد تجاه استخدام التكنولوجيا التي تتضمن عوامل تنبئ الأفراد للتكنولوجيا (المتغيرات المستقلة، والنية السلوكية، والاستخدام الفعلي للتكنولوجيا (المتغيرات التابعة)، والخصائص الفردية لمستخدمي التكنولوجيا (المتغيرات الوسيطة).

فروض النظرية: (ماهيتاب، 2018، ص61-65)

1. يؤثر توقع الأداء على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (النوع، الخبرة، الجنس).

2. يؤثر توقع الجهد على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (النوع، السن، الخبرة).
3. تؤثر التأثيرات الاجتماعية على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (العمر، النوع، طوعية الاستخدام).
4. لا يوجد تأثير للكفاءة الذاتية للحاسوب (التكنولوجيا) على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا.
5. تؤثر الظروف المساعدة على الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (العمر، الخبرة) ويكون التأثير على الأشخاص الأكبر سناً وبخاصة مع زيادة الخبرة.
6. لا يوجد تأثير للقلق من استخدام التكنولوجيا على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا.
7. لا يوجد تأثير للاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا على النية السلوكية للاستخدام.
8. تؤثر النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا بشكل ايجابي على الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا.

الاتجاه

تعددت تعريفات الاتجاه لدى الباحثين وعلماء الإعلام والاجتماع، وصنفت التعريفات إلى قسمين؛ التعريف الأول يعتبر الاتجاه مفهوماً بسيطاً ذو بعدٍ واحدٍ أي أنه يشير إلى الجانب الوجداني أو التقويمي فقط (مع أو ضد يحب أو يكره) والذي يتبناه الإنسان تجاه الأشخاص والموضوعات حوله. (محاميد، 2003، ص183)

وهناك من يعتبره مفهوماً أو تكويناً فرضياً يُشير إلى توجه ثابت أو تنظيم مستقر إلى حد ما لمشاعر الفرد ومعارفه، واستعداده للقيام بأعمال معينة نحو أي موضوع من موضوعات التفكير

عينية كانت أو مجردة، ويتمثل في درجات من القبول والرفض لهذا الموضوع، يمكن التعبير عنها لفظياً أو أدائياً. (موسى، 2009، ص16)

والاتجاه: هو أسلوبٌ منظم منسق في التفكير، والشعور ورد الفعل تجاه الناس، والجماعات والقضايا الاجتماعية، أو أي حدث في البيئة، وهو حالة من الاستعداد، أو التأهب النفسي، والعصبي تولد تأثيراً ديناميكاً على استجابة الفرد تساعده على اتخاذ القرارات المناسبة سواء أكان بالرفض أم بالإيجاب فيما يتعرض له من موقف ومشكلات، ويتأثر بالخبرات، والبيئة الاجتماعية، والثقافية، ولوسائل الإعلام دور في التأثير، وفي تشكيل الاتجاهات. (الدبيسي، 2017، ص203)

ويعرف الاتجاه بأنه حالة استعداد عقلي كونته التجارب أو الظروف التي مرّت بالفرد في الماضي، ويؤثر هذا الاستعداد تأثيراً توجيهياً على استيعاب الفرد لجميع المواقف والأشياء، ويرتبط الاتجاه بتأهب الفرد واستعداده لأن يتأثر بمثير ما في موقف من المواقف فيتصرف تصرفاً معيناً. (الفار، 2014، ص6)

والاتجاه قد يكون هو الحالة النفسية القائمة وراء رأي الشخص أو اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين من خلال رفضه لهذا الموضوع أو قبوله، ودرجة هذا الرفض أو القبول، ويحمل كلّ شخصٍ نوعين من الاتجاهات هما: اتجاهات خاصة أو شخصية، واتجاهات عامة أو اجتماعية.

اتجاهات

يمكن تحديد الاتجاهات على أنها عبارة عن استجابات تقويمية متعلمة إزاء الموضوعات أو الأحداث أو غير ذلك من الميزات.

وعدد علماء اتصال واجتماع الكثير من الخصائص التي تميز الاتجاهات ومنها، إن الاتجاه مكتسب ويتم تعلمه من البيئة التي يعيش فيها الفرد، والاتجاه ثابت نسبياً لا يتغير بسرعة وإنما يستقر ويستمر، ولا يلاحظ مباشرة، ويستدل عليه من خلال تصرفات الفرد وسلوكه قولاً أو فعلاً.

ومن الخصائص التي تميز الاتجاهات، أن الاتجاه يتكون من ثلاثة عناصر هي: المعرفية والانفعالية والسلوكية، كما يتمتع بخاصية تقويمية، مثلاً أن يكون الفرد مُبداً أو معارضاً أو محايداً أو موافقاً أو رافضاً ... إلخ؛ وهذا التقييم يختلف حسب قوة الاتجاه وطبيعته، كما يتكون الاتجاه بالنسبة للقضايا والموضوعات المثيرة للجدل والتي يدور حولها اختلاف في الرأي. (موسى، وبلال 2019، ص99)

القائم بالاتصال

تفاوتت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض المدارس إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير بشكلٍ أو بآخر في الأفكار والآراء: بأنه الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها على ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء، ويحدد مصير العملية الاتصالية برمتها. (المزاهرة، 2012، ص239)

ويعرف عادل ضيف القائم بالاتصال من يشارك في العملية الاتصالية لتوصيل الرسالة الإعلامية من خلال وسيلة إعلامية إلى الجمهور، وهو حارس البوابة على طول المسافة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور. (ضيف، 1997، ص10)

وتطرح المدرسة الفرنسية في الإعلام مفهوم آخر للقائم بالاتصال حيث تطلق عليه لقب (الوسيط) على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى الجمهور، وهو بذلك يلعب دوراً تفاوضياً بين صانع المعلومة (المصدر)

والجمهور (المتلقي). لذلك يمكن تعريف القائم بالاتصال بأنه أي شخص داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات، ويضطلع بمسؤولية ما، في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية بدءاً من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير.

ويعتبر القائم بالاتصال من الناحية القانونية والأخلاقية مسؤولاً مسؤولية مباشرة عن الرسالة الإعلامية التي يشرف على صياغتها وصناعتها للجمهور، وهذا يتطابق مع اللغة الانجليزية في التسمية مثل: (communicator, Journalist)

التحرير الصحفي

المقصود بالتحرير إعداد الرسالة الإعلامية المكتوبة التي تنقل إلى الجماهير عبر الصحيفة أو المجلة بهدف تزويد الجماهير بالأخبار الصحفية والمعلومات السليمة من خلال عملية عرض فنية تساعد الناس على تكوين "رأي صائب" في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل بحيث يُعبّر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم وهذا يعني أن الغاية الوحيدة من فنّ التحرير الصحفي هو تيسير عملية الإقناع عن طريق عرض المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات وما شابه ذلك.

ويعرف التحرير الصحفي على أنه عملية تحول الأخبار والقضايا والأحداث المحيطة بنا إلى مادة مكتوبة ومطبوعة وسهلة عند جميع المستويات الثقافية المرتفعة الذكاء والمتوسطة الذكاء، ويعتبر أحد الأركان المهمة التي اعتمدت عليها الصحافة، وهي الإشكاليات والقوالب الفنية المستعملة في صياغة الأخبار والممارسات الصحفية ككل. (بوراس، 2021)

أهداف التحرير الصحفي

يمثل قسم التحرير الصحفي في الصحف ووسائل الإعلام العمود الفقري لها، حيث لا توجد صحيفة دون أن يقوم على إعدادها مجموعة من المحررين الصحفيين الذين يتولون جمع المادة الصحفية من مصادرها المختلف، ومن أهم أهداف التحرير الصحفي (مهدي، 2020):

1. تقديم النصوص الصحفية بلغة سهلة وواضحة.
2. التأكد من المعلومات والآراء المتوافرة.
3. مراعاة الموضوعية في طرح المضامين.
4. تقدير المسافات التي من الممكن النشر فيها.
5. عدم تعارض النصوص الصحفية مع سياسة الوسيلة الإعلامية
6. وضع النصوص بالشكل الذي يروق للقارئ المُتلقّي.
7. إتمام عملية الإخراج الصحفي بشكل سلس وسهل.

صحافة الذكاء الاصطناعي

صحافة الذكاء الاصطناعي: مصطلح أكاديمي جديد يصف فيه ثورة الإعلام الجديد متوافقة مع تقنيات الثورة الصناعية الرابعة وتقنيات الذكاء الاصطناعي. وهي ثورة الإعلام القادمة متوافقة مع الثورة التكنولوجية، فالفترة القادمة من صحافة الذكاء الاصطناعي لا مجال فيها للقمع أو التغطية على الأحداث، حيث أن الإعلام سيعتمد على أدوات أسرع، وأكثر دقةً وتفصيلاً في نقل الأحداث عن الإعلام التقليدي، وسوف تظهر آلاف القنوات الإعلامية التي يمتلكها أشخاص ويديرونها من بيوتهم، وليست مؤسسات ضخمة كما هو الآن، وستشهد فترة صحافة الذكاء الاصطناعي الاعتماد على أحدث الأقمار الاصطناعية التي تخترق سرعة الإنترنت فيها إلى

سرعات لم يشهدها العالم من قبل، بالإضافة إلى آلاف الروبوتات التي تغطي الأحداث في الأماكن الأكثر خطورة، التي يصعب على الإنسان الوصول إليها مثل مناطق الحروب، الحرائق، قاع البحار، في الفضاء، فوق ناطحات السحاب. (القبس، 2019)

والصحافة الآلية أو صحافة الذكاء الاصطناعي أو الصحافة الحاسوبية أو الصحافة الخوارزمية هي؛ التطبيق المتقدم للحوسبة والخوارزميات، والأتمتة الذي يستخدم في جمع الأخبار، وتقييمها، وتكوينها، وعرضها وتوزيعها، فالصحافة الآلية؛ تطبيق يستخدم في جمع الأخبار آلياً، وتقييمها بواسطة الأدوات التي تساعد على الوصول إلى المعلومات الجديدة بالاهتمام وتصفيته من منصات شبكات التواصل الاجتماعي وذاكرة التخزين المؤقت للوثائق التي توفر إرشادات حول مصداقية المحتوى والمساهمين. وتشمل هذه الأدوات تطبيق داتامينر الذي يقدم التنبيهات والنصائح المبكرة للأخبار العاجلة بالوقت الحقيقي لغرف الأخبار. (الدبيسي، 2022، ص103)

تأثير صحافة الذكاء الاصطناعي على العالم (عبد الظاهر، 2021)

- تقدّم في صناعة الروبوت وتقنيات الثورة الصناعية الرابعة، حيث سيدخل الروبوت في كل مراحل صناعة صحافة الذكاء الاصطناعي، فمن المتوقع أن تصل أعداد تلك الآلات في هيكله الإعلام إلى أكثر من (50) مليون روبوت حتى (2030). بالإضافة إلى وجود ضعف العديد من روبوت الثابت الذي يحل محل أجهزة الحاسب الحالية، ويتحكم في شبكات الأنترنت الخارجية والداخلية للعديد من المؤسسات الإعلامية، والأقمار الصناعية، الاتصالات الحكومية، قواعد البيانات الضخمة، والمفتوحة.

- بناء تعاون دولي حول أهمية وخطورة الإعلام في إحداث تغييرات ضخمة في العالم، حيث سيخرج الإعلام من كونه أداة في يد مؤسسات أو حكومات معينة إلى وجود أشخاص أو

كيانات فردية تستطيع الوصول للمعلومات وتساعد في زعزعة استقرار بعض الدول أو المؤسسات، مما يفسر خطورة الإعلام في فترة صحافة الذكاء الاصطناعي، ويدفع لمزيد من التنسيق والتعاون الدولي لكبح جماح تلك الأدوات ومن يمتلكها.

السياسة الأردنية للذكاء الاصطناعي (وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، 2020)

أقر مجلس الوزراء الأردني يوم 12 كانون الأول لعام 2020، السياسة الأردنية للذكاء الاصطناعي، بهدف تنشيط استخدام الذكاء الاصطناعي بالخدمات الحكومية الرقمية والصحة والتعليم والطاقة والمياه والمدن الذكية والقطاعات المالية، إلى جانب توفير الظروف والبيئة المناسبة للذكاء الاصطناعي ليشمل البيئة التشريعية والتنظيمية والتكنولوجية.

وتهدف السياسة الأردنية للذكاء الاصطناعي أيضاً، إلى تحديث البنية التحتية من أجل أن تتناسب مع احتياجات الذكاء الاصطناعي وتوظيف المعرفة من أجل تطوير مختلف القطاعات داخل الدولة والعمل على تطوير دور القطاع العام في تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقنياته وإنشاء المؤسسات اللازمة بالشراكة مع القطاع الخاص من أجل تعزيز الإنتاج وتحقيق التنمية المستدامة، بالإضافة لتعزيز بيئة الاعمال الخاصة بالذكاء الاصطناعي وتشجيع الاستثمار ودعم المبادرات التي تتعلق بها.

وكالة الأنباء الاردنية (بترا)

صدرت الإرادة الملكية السامية بإنشاء وكالة الأنباء الأردنية (بترا) كدائرة مستقلة من دوائر وزارة الإعلام بتاريخ 16-7-1969، وبدأت الوكالة عند التأسيس بكادرٍ وظيفي متواضع بلغ آنذاك (32) موظفاً منهم (18) صحفياً يقدمون الخدمات الإخبارية عن طريق نشرة أخبار تُطبع باللغتين العربية والإنجليزية مساءً كل يوم، وتوزع على وسائل الإعلام والصحافة والسفارات العربية والأجنبية

وبعض الوزارات والمؤسسات الحكومية. وزادت وكالة الأنباء الأردنية (بترا) فترات عملها إلى (18) ساعة يومياً بما في ذلك أيام الجُمع والعطل الرسمية، فيما تعمل على مدار الساعة في الاوقات التي تستدعي ذلك وتستخدم في عملها اللغات العربية والانجليزية، وبلغ عدد المواد الصحفية المبتوثة عبر موقعها الالكتروني عام 2021 ما يقارب (44) ألف مادة صحفية باللغتين العربية والانجليزية، وبمعدل (120) مادة صحفية يومياً، إلى جانب 11 ألف و 297 صورة.

وعلى مدى العقود الماضية تطور الكادر الوظيفي حتى وصل إلى (226) موظفاً حالياً، منهم (143) صحفياً أعضاء في نقابة الصحفيين الأردنيين التي كانت الوكالة من مؤسسيها، وهي عضو فاعل في اتحاد وكالات الأنباء العربية (فانا) والعديد من التجمعات والمنظمات الدولية، وتعتمد (بترا) على شبكة مراسلين لها في العديد من العواصم العربية والأجنبية. (بترا، 2022)

برمجيات وتقنيات الذكاء الاصطناعي

يعتمد استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية على برمجيات وتقنيات تتمثل بالروبوت، وتقنيات الواقع المعزز، وأتمته الأخبار، وتحليل البيانات الضخمة، وتقنيات التعرف على وجوه الشخصيات، وتقنيات الدردشة الآلية للرد على التعليقات، وتقنية البلوكشين، وتلخيص محتوى الفيديوهات إلى نصوص مختصرة واستخدام تقنيات للتحقق من الأخبار المظلمة، والتصحيح التلقائي للأخطاء اللغوية، واستخدام طائرات الدرون لتغطية أحداث الصراعات ما يُقلل من المخاطر والخسائر البشرية. (عبدالعزيز، 2021)

واعتمدت العديد من وكالات الأنباء والمؤسسات الصحفية والتلفزيونية العالمية على استخدام نماذج الذكاء الاصطناعي في أداء أعمالها اليومية من خلال الاستعانة بالخوارزميات في إنتاج

الأخبار التلقائية من دون تدخل البشر أو الاعتماد على الردود الآلية على الجمهور من خلال الدردشة عبر الروبوتات والتحقق من الأخبار المزيفة. (عبدالحميد، 2020)

وتوفر الخوارزميات أيضاً إمكانية تسهيل مستوى التفاعل بين الجمهور والمراسلين، والمحرفين، حيث تساعد الخوارزميات وسائل الإعلام الإخبارية في معالجة الحجم الكبير من مضامين الخطاب الذي ينشره الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي حول الأخبار، والقضايا ذات الأهمية العامة، وإنشاء ملخصات للصحفيين والمحرفين، وتوجيه مثل هذه الملخصات إلى الصحفيين، والمراسلين الذين يعملون على المجالات ذات الصلة لتساعدهم على تحديد أفكار القصة الجديدة لتقارير المؤسسة الصحفية. (الدبيسي، 2022، ص142)

ووفقاً لجون ماكورميك عالم الكمبيوتر من جامعة اكسفورد، فإن الخوارزمية ليست أكثر من "وصفه تحدد التسلسل الدقيق للخطوات المطلوبة لحل مشكلة ما، وهو ما معناه أن الخوارزمية هي مجموعة من الإجراءات التي يتم ترتيبها وتنفيذها للحصول على هدفٍ أو نتيجةٍ مُحددةٍ مسبقاً. (صورية، بوعمامة، 2022)

وتعمل الخوارزميات أيضاً على إنشاء مجموعة متزايدة من القصص الإخبارية، من الرياضة إلى التحليل إلى التمويل إلى العلوم والجريمة، وفي بعض الأحيان تربط التقارير بشكلٍ مباشرٍ بسرد القصص في سياق تلقائي، ويستخدم برنامج "علم السرد" وهو نظام خوارزميات رائد للكتابة الآلية يعتمد على البيانات، وقد تم بالفعل في عام 2015، إنتاج قصص صحفية شاملة مع العديد من العملاء الذين يدفعون مثل مجلة فوريس التي تُعنى بإحصاء الثروات ومراقبة نمو المؤسسات والشركات المالية حول العالم، ولعلّ أشهرها على الإطلاق قائمة الـ (100) شخص الأغنى في العالم.

وهناك العديد من أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في إنتاج المحتوى الإخباري أبرزها: أتمته المحتوى آلياً، وأدوات اقتراح الأفكار والعناوين، والتصوير الآلي، والردشة الآلية، وأدوات المراقبة الشاملة، وأدوات التزييف العميق، وتقنيات توزيع وتخصيص المحتوى للأفراد بشكلٍ آلي، ومنصات البيانات المفتوحة (السجل المفتوح)، وتقنيات الواقع الافتراضي، وتقنيات الواقع المعزز، وتطبيقات لإنشاء الفيديوهات ومشاركتها، وتقنية البلوك تشين، وأجهزة الهاتف المحمول عالية الدقة، ومنصات إنترنت الأشياء، والطباعة ثلاثية الأبعاد، وتقنيات الكشف عن الأخبار المزيفة، وتحويل النص إلى صوت أو فيديو والعكس، وأجهزة الاستشعار الذكية.

إن التقدم التكنولوجي السائد بالعالم أسهم بظهور برمجيات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام المختلفة، وأدى لأحداث تحولات كبيرة في عملها، ما يتطلب إعادة بناء غرف الأخبار، وتأهيل القائمين بالاتصال بما يتوافق مع متطلبات الذكاء الاصطناعي، حيث تعد برمجياته وتقنياته ثورة تكنولوجية بالإعلام الرقمي، يمكن من خلالها تنظيم غرف الأخبار وبرمجتها بالاعتماد على برمجيات وخوارزميات وتقنيات الذكاء الاصطناعي التي تمهد إلى تغيير في بنية الإعلام وأدواته المختلفة.

وبالرغم من المزايا التي توفرها برمجيات وتقنيات الذكاء الاصطناعي من سرعة وسهولة ودقة في عملية التحرير الصحفي وصناعة آلاف الأخبار والمواد والموضوعات آلياً، وتوفير الجهد والوقت، لا زال هناك الكثير من المخاوف والتساؤلات لدى البعض حول تأثيرها على مستقبل العنصر البشري العامل بالمؤسسات الإعلامية، وما إذا كانت ستهدد الصحفيين العاملين بفقدان وظائفهم وزعزعة أوضاعهم المهنية وخفض أعدادهم، أم أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي ستساعدهم على تطوير ادواتهم ومهاراتهم ورفع كفاءتهم وتعطي قيمة لعملهم الصحفي؟

ورغم المزايا التي توفرها برمجيات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، هناك العديد من التحديات والقضايا الأخلاقية المتعلقة باستخدام برمجيات وتطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في مجال التحرير الصحفي وصناعة الإعلام، أبرزها: ما يتعلق في قلة الموارد المالية وضعف البيانات وصعوبة الوصول إليها، والافتقار للمعرفة وتحديات تتعلق بالملكية الفكرية والخصوصية وعدم الكشف عن هوية البيانات بشكل صحيح ونقص مهارات الكوادر البشرية وعدم معرفتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وغياب الشفافية والمساءلة واختراق وأمن خصوصية البيانات، وجودة البيانات، ومصداقية المحتوى المصنوع آلياً.

توظيف وكالة أسوشيتدبرس لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

هناك عددٌ من المؤسسات الإعلامية الدولية اتجهت نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج قصص إخبارية وتقارير صحفية منها وكالة رويترز، ووكالة الصحافة الفرنسية، ومجلة فوريس، وصحيفة ولوس انجلوس تايمز، وبلومبرج، وشبكة تلفزيون Big ten، ووكالة شينخوا الصينية، ومؤسسة بي بي سي، وصحيفة التلغراف، وصحيفة نيويورك تايمز، وصحيفة لوموند الفرنسية، وصحيفة واشنطن بوست، وصحيفة الغارديان، وصحيفة الباييس الإسبانية وكان في مقدمة هذه المؤسسات وكالة أسوشيتدبرس.

عملت هذه المؤسسات الإعلامية الدولية على تطوير غرف أخبارها باستخدام البرمجيات والكتابة الآلية وتقديم القصص المدفوعة بالبيانات، لتستشرف واقعا تختفي معه الكثير من الأساليب التي اعتاد الصحفيون والقيادات على العمل بها، وصولاً لمرحلة ستتداخل فيها الآلة مع العنصر البشري.

وكانت وكالة أسوشيتدبرس واحدة من أولى المؤسسات الإخبارية التي استفادت من الذكاء الاصطناعي والأتمتة لتعزيز تقاريرها الإخبارية، وذلك منذ عام 2014، ويمكن لوكالة الأنباء الأردنية (بترا)، اقتفاء هذه التجربة والاستفادة منها.

ولقد استخدمت وكالة أسوشيتدبرس أداة News Whip، لإنشاء محتوى إخباري لرسم البيانات وإنتاج تقارير الرياضة والأرباح، وتتبع الأخبار ومشاركات الجمهور وتقديمها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتزويد المراسلين بالإشعارات وملخصات يومية للأحداث.

كما اعتمدت الوكالة على برمجية Word Smith، لتحويل بيانات الأرباح الخام إلى مقالات، تلاها إنشاء منصة Truth Teller، كجزء من تطوير الصحافة الحاسوبية، وذلك لفحص الحقائق بالخطب السياسية وجمع المعلومات والتحقق منها والاستجابة لاحتياجات الصحفيين.

واعتمدت الوكالة على برنامج (Wordsmith)، لغايات كتابة وتحرير التقارير المالية، حيث ارتفع عدد التقارير الإخبارية التي أنجزتها الوكالة من (300 إلى 3000) تقرير في الربع الأخير من عام 2015، من دون تعيين أي طاقم بشري جديد.

واستخدمت الوكالة صحافة الذكاء الاصطناعي في جمع وتحرير ونشر تقاريرها الإخبارية عن أرباح الشركات المكتوبة بالكامل بواسطة الخوارزميات، أو ما يعرف أيضاً بالكتابة الآلية، أو الصحافة الآلية، وساعد ذلك على زيادة أرباح الوكالة لعشرة أضعاف.

وتشبه التقارير الصحفية عن الأرباح التي يعدها الصحفي الآلي إلى حد كبير ملخصات القصص المكتوبة بواسطة المحرر الإنسان في وكالة أسوشيتدبرس وغيرها من القصص الإخبارية التي تنشرها الوكالة بشكل شبه فوري. (الدبيسي، 2022، ص112-113)

ويمكن لوسائل الإعلام المختلفة استخدام كتاب وكالة أسوشيتدبرس اليومي (AP Daybook) ذا القيمة العالية في العصر الرقمي وذلك لمساعدتها للتخطيط لمهام القصة في اليوم التالي، كما أن استخدامه سيوفر لوسائل الإعلام الاطلاع على الأحداث الرئيسية وأهم الأخبار الصادرة عن كل ولاية بسرعة ودقة.

ولقد وظفت وكالة أسوشيتدبرس الروبوتات لتوليد روايات، حيث استخدمت روبوت (Fox)، لتوليد الأخبار الرياضية تلقائياً، وروبوت (Yahoo)، لإنشاء قصص إخبارية رياضية معدلة وذلك لقدرة الروبوتات على تحويل البيانات إلى قصص مكتوبة من دون كتابة سطرٍ واحد منه بالجهد البشري. (العاصي، 2021، ص80)

وقامت وكالة أسوشيتدبرس عام (2017)، في توظيف برمجيات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى من خلال تطبيق آلاف الصور الإخبارية التي تتعامل معها كل يوم، فبإمكان تقنيات الذكاء الاصطناعي وضع علامة على الصور ببعض المعلومات حول من في الصورة وتفصيلها وأسلوبها الفوتوغرافي.

وتقدر وكالة أسوشيتدبرس أن الذكاء الاصطناعي سوف يساعد على توفير (20%) من وقت المراسلين الصحفيين الذي يقضونه في تغطية أرباح الشركات، وسيستطيع الارتقاء بمستوى الدقة، مما سيمنح الصحفيين مزيداً من الوقت للتركيز على المحتوى وسرد القصة فيما وراء الخبر بدلاً من قضاء الوقت في التدقيق والبحث.

ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

تم استعراض مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية وفقاً لتسلسلها الزمني من الأقدم إلى الأحدث.

هدفت دراسة (Ekaterina, 2018). "أتمته إنتاج الأخبار في النرويج: تعزيز غرفة التحرير

بالذكاء الاصطناعي"

Automation of news production in Norway: Augmenting newsroom with artificial intelligence.

إلى معرفة مشكلة تنفيذ الأتمته في غرف الأخبار النرويجية. ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي عبر إجراء (11) مقابلة معمقة مع الصحفيين. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الأتمته مناسبة فقط لأنواع معينة من المهام في الصحافة، وهي مفيدة فقط لأنواع معينة من غرف الأخبار، ولا تزال أخلاقيات الخوارزميات مسألة مهمة يجب استكشافها؛ حيث يختلف تفكير الكمبيوتر عن التفكير البشري ومن الصعب التنبؤ بنتائجه. وقد أظهرت النتائج أيضاً أن الصحافة على الرغم من تحولها بواسطة الأدوات الحسابية، لا تزال قوية كمهنة على الأقل في الوقت الحالي وتستفيد في الغالب من إدخال برامج إنشاء النصوص الآلية.

وسعت دراسة (Kim, 2018) والتي حملت عنوان "موقف صحفيي الصحف تجاه صحافة الروبوت"، إلى التعرف على مواقف الصحفيين تجاه صحافة الروبوت، فقسمت الدراسة الصحفيين إلى ثلاثة أنواع، وأجرت مقابلات صحفية مع (47) من حوالي (17) صحيفة كورية، النوع الأول منهم يرى الصحافة أقوى وسوف تتجاوز قدرات الروبوت، والنوع الثاني يرى أنه يوجد قلق بشأن إدخال الروبوتات إلى عالم الصحافة وهو السيناريو الكئيب، والنوع الثالث السيناريو المتفائل يرى أن

الصحافة لها دور ولا يوجد قلق، ولكن توجد بعض التهديدات، وعلى الصحفيين أن يطوروا من مهاراتهم العملية حتى يتجاوزوا الروبوتات.

وهدفت دراسة (Ali and Hussam, 2019). "الذكاء الاصطناعي والصحافة الآلية: تحديات معاصرة وفرص جديدة." "Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities" وصف الوضع الحالي للتكنولوجيا ودورها في تجديد الصحافة مع التركيز على دور الذكاء الاصطناعي في تغيير الممارسات الصحفية ومعرفة الآثار المحتملة على مستقبل الصحفيين بسبب توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي الوصفي باستخدام الإستبيان، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً كبيراً في بيئة العمل الصحفي، حيث تقوم بالتغلب على المشاكل التي تواجه الصحافة الحديثة وتكافح الأخبار المزيفة وتقوم بتحرير الأخبار. وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن استخدام برمجيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يثير قضايا مهنية وأخلاقية خصوصاً تقويض الإبداع وغياب الرقابة والشفافية واستخدام البيانات وجودتها. وأظهرت النتائج أيضاً أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على تحسين عمل الصحفيين بدلاً من استبدالهم وهذا يعني أن برمجيات وتقنيات الذكاء الاصطناعي لا تشكل أي تهديد للقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية.

وسعت دراسة (عبد المنعم، 2020). "اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي"، إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي في الفترة من 2020/6/1 حتى 2020/7/31. واعتمدت الدراسة على

المنهج الوصفي التحليلي. وتم الاعتماد في هذه الدراسة على عينة مكونة من عدد من الصحفيين الذين يعملون في الصحف المصرية. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحف المصرية اعتمدت على التقنيات الحديثة والتكنولوجية في العمل الصحفي في عمليات الجمع والتحرير والإخراج والنشر بدرجة كبيرة وتوصلت النتائج أيضاً إلى أن الصحف المصرية استخدمت الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بشكل عام.

وسعت دراسة (Leavy, 2020). "Uncovering Gender Bias in Media with Machine Learning Coverage of Politicians"، إلى التعرف على أسباب التحيز في الأخبار المتعلقة بالمرشحين السياسيين الإناث في إيرلندا، ومعرفة تأثير وعي الجمهور فيما يتعلق بالمرشحين الإناث. وقد استندت الدراسة على المنهج المسحي، حيث تم إجراء دراسة تحليلية طويلة الأمد، عمل من خلالها على تحليل عينة حجمها (469) شخصاً. وقت أظهرت نتائج الدراسة إلى أن برامج الذكاء الاصطناعي التي تم الاستعانة بها في العمل الصحفي تعتمد على لغة لوغاريتمية. وقد أشارت النتائج أيضاً إلى أن هناك تحيزاً سلبياً نحو المرشحين الإناث مقابل المرشحين الذكور، ومنها التغطية السلبية للمرشحات الإناث حيث انه تم التركيز على العائلات في برامج الذكاء الاصطناعي وتم برمجتها على أن ترشح الإناث تؤثر على العلاقات الأسرية.

وهدف دراسة (Tousignant, 2020). "A Hybrid Analysis of the State of Automated Journalism in Canada: Current Impact and Future Implications for Journalists and Newsrooms"، إلى تحليل حالة صحافة الروبرت في كندا، والتحقق في الآثار الحالية والمستقبلية لصحافة الروبوت على الأخبار من خلال إجراء مقابلات نوعية مع تسعة صحفيين وإعلاميين اخباريين، مع التركيز بشكل خاص على الطرق التي يتم بها نقل

المهارات والقيم الصحفية؛ لإفساح المجال لهذه التكنولوجيات المستخدمة بشكل متزايد، والتعرف على كيفية دمج تقنيات وأدوات صحافة الروبرت، وتأثيراتها على الصحفيين وممارساتهم وأساليبهم وما يطلب منهم، وتوصلت النتائج إلى أن سوق الصحافة اليوم تنافسي للغاية، ويتطلب مهارات متخصصة تتجاوز العناصر الأساسية التي يتم تدريسها في دورات الصحافة التقليدية، وأن كندا لا تستخدم صحافة الروبرت، لذلك هناك توافق كبير في الآراء على أن المبادئ التوجيهية لصناعة وسائل الإعلام الإخبارية الكندية تحتاج إلى مراجعة؛ من أجل وضع إطار أفضل لاستخدام التكنولوجيات الآلية.

وسعت دراسة (Moravec et al., 2020). "Communication Today"، إلى دراسة تطبيق الخوارزميات في وكالة الأنباء التشيكية وتحويل ملفات البيانات إلى نصوص إخبارية عبر الاعتماد على إنتاج تقارير حول نتائج التداول في بورصة براغ بالذكاء الاصطناعي من دون أي تدخل من البشر لصالح وكالة الأنباء التشيكية خلال العام 2019. بالإضافة إلى أنها هدفت للمقارنة بين معدلات إنتاج هذه الخوارزميات وجودة المحتوى الصحفي الذي ينتجه الإنسان في مقابل الخوارزميات، حيث تم إجراء دراسة ميدانية على الصحفيين والمحرفين الاقتصاديين في الوكالة. وقد أظهرت نتائج الدراسة إلى حتمية الاعتماد على الذكاء الاصطناعي بدلاً من البشر بالصحافة التشيكية لمواصلة المهام، ورغم ذلك أظهرت نتائج الاستطلاع أن الصحفيين يتوقعون أن دورهم في العمل الصحفي سيظل مهماً، وأنهم سوف يقومون بالعمل بالتزامن مع تقنيات الذكاء الاصطناعي من أجل إنتاج التقارير بأفضل طريقة ممكنة.

وذهبت دراسة (موسى وعبدالفتاح، 2020). "اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية"، إلى معرفة الكم

والتفسير الكيفي لآراء الصحفيين العاملين في غرف الأخبار والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف أخبارها، وتفسير درجة جاهزيتها لتبني التقنيات والمهارات اللازمة من أجل التأقلم مع بيئة الذكاء الاصطناعي الجديدة وأبرز تحدياتها وملامح مستقبلها. وقد اعتمدت الدراسة على نظرية نشر الأفكار المستحدثة ونموذج قبول التكنولوجيا، وقد تم توظيف منهج المسح بشقية الكمي والكيفي وأسلوب المقارنة المنهجية. وقد كانت أداة الدراسة هي الاستبانة والمقابلات المعمقة. وتم الاعتماد على عينة قوامها (150) شخصاً من الصحفيين المصريين الذين يعملون في غرف الأخبار والقيادات الصحفية بالمؤسسات القومية والخاصة. وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة (88%) من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون على أن هناك أهمية كبرى لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار التي يعملون بها، إلا أنهم أشاروا إلى عدم جاهزية غرف الأخبار التي يعملون بها لتوظيف الذكاء الاصطناعي نتيجة عدم تحديث الهيكل التنظيمي، بالإضافة إلى عدم توفر خوارزميات تحرير النصوص باللغة العربية.

وسعت دراسة (بريك، 2020). "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية"، إلى استقصاء اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية في مصر والسعودية، عبر الوقوف على العوامل المؤثرة في تقبل واستخدام القائمين بالاتصال لهذه التقنيات ومعدلات استخداماتها، وذلك في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. وقد اعتمدت الدراسة على منهجية البحث المسح ودراسة العلاقات المتبادلة وعينة كرة الثلج، وقد تم إجراء الدراسة على عينة حجمها (143) خلال الفترة من شهر تموز وحتى أيلول 2019. وظهرت نتائج الدراسة ان

مستوى استخدام هذه التقنيات جاء منخفضاً بنسبة (34.2%)، ثم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة (33.6%)، ثم بشكل متوسط بنسبة (26.6%)، وأخيراً بشكل مرتفع بنسبة (5.6%). وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية.

وتناولت دراسة (Kumar, 2020). "الذكاء الاصطناعي في الصحافة: نعمة أم نقمة" تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في أحد وكالات Xinhua الصينية وعلى التحديات التي تواجهه. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وتم أخذ عينة عشوائية مكونة من (25) صحفياً يعملون في الوكالة، وتم عمل مقابلات معمقة لعينة الدراسة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في العمل الصحفي خصوصاً فيما يتعلق بجمع وتحليل البيانات الذي يحدث إلكترونياً دون تدخل الصحفيين المباشر، وهذا يوفر الكثير من الوقت والجهد في العمل الصحفي للوكالة. وأكدت نتائج الدراسة على أهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الإشاعات والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي. وأشارت النتائج أيضاً أن الذكاء الاصطناعي مكّن الوكالة من تطوير شكل جديد من عرض القصص الإخبارية والاعتماد على الواقع الافتراضي في العمل الصحفي.

وسعت دراسة (عبدالعاطي، 2021)، لاستشراف دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث، ومدى إمكانية الحفاظ على حياة الصحفيين أثناء قيامهم بأدوارهم الإعلامية واستقاء المعلومات من مصادرها ونقلها للجمهور من خلال الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي وابتكار أساليب تقنية وتكنولوجية مستحدثة لتغطية تلك الأحداث دون الحاجة إلى

تواجد الصحفي في موقع الكارثة أو الأزمة، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (7) متخصصين بمجال الذكاء الاصطناعي من مبرمجين ومطورين. وتوصلت الدراسة إلى إمكانية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من قبل الصحفيين أثناء الكوارث والأزمات من خلال علم الآلة، وأن أهم إيجابيات الاعتماد على هذه التقنيات تمثلت في تأمين حياة الصحفيين وتوفير الوقت والجهد والإنذار المبكر قبل حدوث الخطر.

وهدفنا دراسة (العاصي، 2021). تقييم خبراء الإعلام للأبعاد الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي، التعرف إلى " تقييم خبراء الإعلام للأبعاد الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي" وذلك من خلال رصد أبرز التحولات والتغيرات التي تفرضها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في بيئة الإعلام الرقمي والتي أثرت على طبيعة مسؤوليات القائم بالاتصال ودوره في العملية الاتصالية. وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدمنا منهج الدراسات المسحية؛ في إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة، وأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واعتمدنا على صحيفة الاستقصاء (الاستبانة) والمقابلة المعمقة كأدوات لجمع البيانات معتمدنا على عينة عمدية من خبراء الإعلام الذين يعملون في المؤسسات الإعلامية والأكاديمية والتدريبية بالمنطقة العربية، واستخدمنا الدراسة نظرية البيئة الإعلامية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية كمدخل نظري للدراسة. وتوصلنا للدراسة للعديد من النتائج أهمها: أن أبرز التحولات التي تطرحها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في بيئة الإعلام الرقمي: (تغيير من مهام ومسؤوليات الصحفيين) بنسبة بلغت (78.7%) يليها (دمج خبراء البرمجة داخل غرف الأخبار) بنسبة (76.7%) ثم (استبدال بعض الوظائف بتقنيات الذكاء الاصطناعي) بنسبة بلغت (73.3%).

وهدفت دراسة (Munoriyarwa, 2021) بعنوان "ممارسات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار اليومية: حالة غرف الأخبار الرئيسية في جنوب إفريقيا"، الى التعريف بالذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الرئيسية المختارة في جنوب إفريقيا. وسعت الدراسة إلى تحديد مدى اعتماد الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار وكيف يدرك الصحفيون والمحزرون تخصيصه في ممارسات صناعة الأخبار. ومن أجل تحقيق أهدافها اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي مستعملة الأسئلة المعمقة كأداة للدراسة. وقد أظهرت نتائج الدراسة الى أن هناك استخدامات للذكاء الاصطناعي في غرف التحرير هذه. الأول هو ما نسميه التخصيص الشامل للذكاء الاصطناعي. الثاني هو التخصيص التكنولوجي الحصري للذكاء الاصطناعي، والأخير هو التخصيص الخاص بالذكاء الاصطناعي، ويحدث هذا الاستيعاب المتنوع للذكاء الاصطناعي في مواجهة شكوك عميقة مع هذه التكنولوجيا. وقد أظهرت النتائج أيضاً أن صحفيي جنوب إفريقيا يتساءلون عما إذا كان الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون مفيداً لدعم مجتمع ديمقراطي ما بعد الفصل العنصري.

وهدفت دراسة (الدلو، وابو حشيش، وإسماعيل، 2022) "اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية"، للتعرف على اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية، ومدى جاهزية المؤسسات لتوظيفها، ومتطلباتها، والمهارات اللازمة لها، ومجالاتها وتحدياتها، وهي من البحوث الوصفية. واستخدمت الدراسة منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، وتم جمع بياناتها باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء بتطبيقها على (102) مفردة من خبراء الإعلام الفلسطيني بأسلوب العينة المتاحة في الفترة من (2021/8/30 وحتى 2021/10/1م)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: أن معظم الخبراء يرون أن المؤسسات الفلسطينية جاهزة إلى حدٍ ما لتوظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي، وجاءت أهم مجالات استخدامها، متابعة الأخبار العاجلة والتغطية السريعة بنسبة (80%)، يليها التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها بنسبة (73.5%).

ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة أنّ هناك ندرة في الدراسات الإعلامية العربية التي تبحث في توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، وذلك لأن صحافة الذكاء الاصطناعي تعد نمطاً تقنياً جديداً لم يدخل بعد صالات التحرير حسب علم الباحث، وهناك هواجس ومخاوف من تحديات كل نمطٍ تقني لم يدخل حيز الممارسة ومن هنا تبرز الحاجة الماسة للمزيد من الدراسات التي تهتم بنشر ثقافة الذكاء الاصطناعي بمجال الإعلام وتأثيرها على الصحافة، إلى جانب قياس اتجاهات القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية ومنها وكالات الأنباء المحلية بخصوص استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار والتحرير الصحفي.

وجاءت غالبية الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية من أجل استقصاء اتجاهات القائم بالاتصال نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي، حيث تم تناول الموضوع من زوايا مختلفة، وبعض الدراسات ركزت على أهمية الذكاء الاصطناعي، وأنه سيكون منهج المستقبل بالصحافة، بينما جاءت نظرة بعض الدراسات الأخرى متشائمة نوعاً ما، حيث قللت من أهمية صحافة الذكاء الاصطناعي وأنّ دور الإنسان لا يمكن الاستغناء عنه ولا سيما في عمليات التحرير الصحفي وغرف الأخبار.

ولقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة لصياغة إشكالية واهداف واسئلة هذه الدراسة، وتعتبر هذه الدراسة فريدة من نوعها حيث اقتصت بدراسة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

وساعدت الدراسات السابقة الباحث على تحديد المشكلة البحثية وصياغتها ووضع تساؤلات الدراسة بشكل أفضل وتحديد العينة والمنهج المستخدم. واستفادت الدراسة الحالية من الإطار النظري للدراسات السابقة المتعلقة بمفهوم الذكاء الاصطناعي، والاطلاع على المراجع التي تتناسب مع الدراسة الحالية.

وتختلف الدراسة عما سبقها من دراسات سابقة، أنها تبحث في إشكالية اتجاهات القائم في الاتصال حيال استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، واعتمدت إلى جانب الاستبانة على المقابلات المعمقة لجمع البيانات، وجاء مجتمع الدراسة محصورا في وكالة الأنباء الأردنية (بترا).

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: منهج الدراسة

اعتمد الباحث المنهج المسحي من أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة والمقابلات المعمقة، حيث أن هذا النوع من المناهج يهتم بجمع البيانات والمعلومات التي يمكن تحليلها وتفسيرها؛ من أجل استخلاص استنتاجات وتوصيات، بالإضافة إلى إجراء المقابلات المعمقة في جمع البيانات التي تعطي الباحث شمولية وأفكار معمقة عن المؤسسة المراد دراستها، وسيتم استخدام الاستبانة والمقابلات أداتين لهذه الدراسة.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في التحرير الصحفي في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، وتم اختيار عينة قصدية من العاملين في المديريات الصحفية في (بترا)، (مديرية التحرير وأقسامها، ومديرية الأخبار وأقسامها، ومديرية الصحافة المتخصصة)، وبلغ مجتمع الدراسة (102) عينة لأغراض الاستبانة وكذلك اختيار 3 من المدراء في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) لأغراض المقابلة المعمقة للوصول إلى مرحلة الإشباع النظري إلى جانب معرفة اتجاهاتهم نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لأن موقعهم الوظيفي القيادي يساعد في معرفة اتجاهات المؤسسة لقبول واستخدام التكنولوجيا في فترة محددة هي من 2022/8/20م ولغاية 2022/11/20م؛ واستخلاص النتائج لتحقيق أهداف الدراسة ويجب عن التساؤلات المطروحة.

أدوات الدراسة

تم استخدام أداتي الاستبانة والمقابلة المعمقة، حيث تم تصميم استبانة تضمنت عدداً من المحاور للمتغير التابع والمتغيرات المستقلة، كل محور تضمن عدداً من الأسئلة، بالإضافة إلى أنه تم إعداد أسئلة محددة لأغراض المقابلات المعمقة.

ثالثاً: صدق الأداة وثباتها

تم عرض استبانة الدراسة وأسئلة المقابلات المعمقة على عدد من المحكمين من ذوي خبرة في تخصص الإعلام لغرض قياس دقة ما صممت له وبما يتوافق مع أهداف الدراسة وأسئلتها، وقد تم تعديل بعض الأسئلة (ملحق رقم 1) قائمة بأسماء المحكمين).

كما تم قياس ثبات الدراسة باستخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا وقد بلغت نسبته (0.888).

رابعاً: المعالجة الإحصائية

تم جمع البيانات والمعلومات المختلفة، وتنظيم هذه البيانات والمعلومات عن طريق الأرقام والحسابات والعمليات المرتبطة بها؛ بغرض توضيح العلاقات الارتباطية المتداخلة مع بعضها، بشكل يقدم فيه الباحث عدداً من الإستنتاجات التي توصل اليها الباحث إلى الأهداف المنشودة في البحث عبر استخدام برنامج SPSS.

خامساً: إجراءات الدراسة

الخطوات والإجراءات التي اتبعتها الباحثة لتحقيق أهداف الدراسة، وهي:

1) قراءة الأدب النظري المتعلقة بموضوع الدراسة، خصوصاً اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة

الأبناء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي مسحية"

(2) تم تحديد مشكلة البحث، وأهداف، وأسئلة الدراسة.

(3) الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة.

(4) الاطلاع على المناهج والأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة والاستفادة من خبراتها في معالجة موضوعات مشابهة. تم تحديد مجتمع وعينة البحث المستهدفة في هذه الدراسة، والمنهج المستخدم.

(5) تم استخلاص النتائج، ووضع التوصيات التي يمكن ان تحمل فائدة فيما يخص موضوع الدراسة، سواء في الجانب البحثي أو العملي.

سادساً: التحليل الإحصائي

لتحليل البيانات ذات الصلة بأسئلة الدراسة فقد تم إجراء التحليلات التالية:

1. إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الاستبانة وعددها 30 فقرة.

2. إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل مجال من مجالات الدراسة وعددها خمسة مجالات.

سابعاً: تصحيح أداة الدراسة

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لدرجات الموافقة لأغراض التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة وأعطيت الدرجات الآتية لفقرات درجة واحدة للإجابة غير موافق بشدة، ودرجتين للإجابة غير موافق، وثلاث درجات للإجابة موافق إلى حد ما، وأربع درجات للإجابة موافق، وخمس درجات للإجابة موافق بشدة.

ولقياس مستوى الالتزام والأداء وتحديد درجة الفاعلية والحكم على المتوسطات الحسابية تم

استخدام قاعدة ستورج:

$$a = \frac{(L\acute{i}mite Superior - L\acute{i}mite inferior)}{k}$$

الحد الأعلى للبيدئ - الحد الأدنى للبيدئ
 طول الفئة =
 عدد المستويات

$$1.33 = \frac{4}{3} = \frac{1 - 5}{3}$$

وبذلك تكون الدرجة المنخفضة من 1 - أقل من 2.33.

وتكون الدرجة المتوسطة من 2.34 - 3.66.

وتكون الدرجة العالية من 3.67 فأكثر.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتضمّن هذا الفصل مقدمة لتحليل البيانات من خلال الإجابة على أسئلة البحث ومراجعة أبرز نتائج الاستبانة من خلال تحليل جميع الفقرات الثلاثين وتحديد متغيرات الدراسة بما في ذلك (النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، الوصف الوظيفي، سنوات الخبرة)، لذلك قام الباحث بإجراء معالجة إحصائية على البيانات التي تم جمعها من استبيانات البحث، حيث تم استخدام البرنامج الإحصائي للبحوث الاجتماعية (SPSS) للحصول على نتائج البحث المقدمة وتحليلها في هذا الفصل.

أولاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة

1- التوزيع حسب النوع الاجتماعي (ذكر وانثى)

الجدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي (ذكر وانثى)

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	75	73.5%
	أنثى	27	26.5%
	المجموع	102	100%

كما يتضح من الجدول أعلاه، فإن الذكور يمثلون نسبة (73.5%) من حجم العينة، وأن

الإناث يمثلن نسبة (26.5%).

2- التوزيع حسب النوع الاجتماعي (ذكر وأنثى)

الجدول (2)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
الفئة العمرية	أقل من 25 سنة	3	2.9%
	من 25 - 35 سنة	19	18.6%
	36- 46 سنة	36	35.3%
	47 سنة فأكثر	44	43.1%
	المجموع	102	100%

كما يتضح من الجدول أعلاه، أن الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) تبلغ نسبة (2.9%) وهم الفئة الأقل في مجتمع الدراسة، وأن الفئة العمرية (من 25 - 35 سنة) تبلغ نسبة (18.6%)، وأن الفئة العمرية (من سنة 36-46) تبلغ نسبة (35.3%)، وأما الفئة العمرية (47 سنة فأكثر) فكانت (43.1%).

3- التوزيع حسب المؤهل العلمي

الجدول (3)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	دبلوم متوسط أو أقل	5	4.9%
	بكالوريوس	51	50.0%
	ماجستير	32	31.4%
	دكتوراه	14	13.7%
	المجموع	102	100%

كما يتضح من الجدول أعلاه ان (4.9%) هم من فئة (حملة شهادة دبلوم متوسط أو أقل)، وأن (50%) هم من فئة (حملة شهادة بكالوريوس)، وأن (31.4%) هم من (حملة شهادة الماجستير)، وأن (13.7%) هم من (حملة شهادة الدكتوراه).

الجدول (4)
توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوصف الوظيفي

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
الوصف الوظيفي	مندوب	53	52.0%
	محرر	22	21.6%
	سكرتير تحرير	15	14.7%
	رئيس قسم	7	6.9%
	مدير	5	4.9%
	المجموع	102	100%

كما يتضح من الجدول أعلاه أن (52%) يشغل وظيفة مندوب وأن (21.6%) يشغل وظيفة محرر وأن (14.7%) يشغل وظيفة سكرتير تحرير، وأن (6.9%) يشغل وظيفة رئيس قسم وأن (4.9%) يشغل وظيفة مدير.

الجدول (5)
توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
سنوات الخبرة	من 1-5 سنوات	14	13.7%
	من 6-10 سنوات	18	17.6%
	من 11 سنة فأكثر	70	68.6%
	المجموع	102	100%

يتضح من الجدول السابق أن (13.7%) يعمل بخبرة (من 1 - إلى 5 سنوات)، وأن (17.6%) يعمل (بخبرة من 6- إلى 10 سنوات)، وأن (68.6%) يعمل بخبرة (من 11 سنة فأكثر).

ثانياً: نتائج الدراسة

1-النتائج المتعلقة في السؤال الأول ما مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟

الجدول (6)

معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	السؤال	الرقم
1	0.875	3.65	لدي فكرة عامة عن تطبيقات برمجيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي.	1

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير يبين جدول (6) أن تقديرات مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي كانت بدرجة متوسطة وجاءت بمتوسط حسابي (3.65) وانحراف معياري (0.875) وهذا يدل على مستوى متوسط من مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

2- النتائج المتعلقة في السؤال الثاني ما مدى امتلاك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) معلومات عن توظيف وكالات الأنباء العالمية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟

الجدول (7)

مدى امتلاك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) معلومات عن توظيف وكالات الأنباء العالمية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	السؤال	الرقم
2	0.771	3.38	امتلك معلومات عن توظيف برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.	2
1	0.716	3.89	توظف بعض وكالات الأنباء العالمية برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.	3
	0.744	3.64	المتوسط العام	

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير يبين جدول (7) أن تقديرات مستوى امتلاك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) معلومات عن توظيف وكالات الأنباء العالمية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي كانت بدرجة متوسطة وجاءت بمتوسط حسابي (3.64)، حيث حصلت الفقرة توظف بعض وكالات الأنباء العالمية برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على الترتيب الأول بمتوسط حسابي (3.98) وانحراف معياري (0.744)، وحصلت الفقرة امتلك معلومات عن توظيف برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (3.38) وانحراف معياري (0.711).

3-النتائج المتعلقة في السؤال الثالث ما اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟

الجدول (8)

اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	السؤال	الرقم
1	0.604	4.58	أرغب في التعلم والتدريب على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.	4
2	0.671	4.50	أشجع الإدارة على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالة بترا	5
10	0.865	4.06	اتعاون مع زملائي لإنجاح استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالة بترا.	6
9	0.805	4.19	أجد فائدة عملية في استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي	7
6	0.792	4.25	استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالات الأنباء أصبح امرا ضروريا.	8
3	0.646	4.38	استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي له فوائد إيجابية بمواكبة التطورات في تكنولوجيا الإعلام الرقمي.	9
7	0.791	4.22	تزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من كفاءة العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة	10
8	0.754	4.19	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج تقارير إخبارية متميزة.	11
4	0.612	4.37	يوفر استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الجهد والوقت والمال.	12
5	0.750	4.28	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الصحفيين على ضبط الأخطاء اللغوية والتحريرية.	13
	0.729	4.30	المتوسط العام	

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير يبين جدول (8) أن التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي كانت بدرجة عالية وجاءت بمتوسط حسابي (4.30) وانحراف معياري (0.729)، حيث حصلت الفقرة أرغب في التعلم والتدريب على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي. على الترتيب الأول بمتوسط حسابي (4.58) وانحراف معياري (0.604)، وحصلت الفقرة أشجع الإدارة على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالة بترا على الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (4.50) وانحراف معياري (0.671)، وحصلت الفقرة استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي له فوائد إيجابية بمواكبة التطورات في تكنولوجيا الإعلام الرقمي على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (4.38) وانحراف معياري (0.646)، وحصلت الفقرة يوفر استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الجهد والوقت والمال على الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (4.37) وانحراف معياري (0.612)، وحصلت الفقرة يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الصحفيين على ضبط الأخطاء اللغوية والتحريرية على الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (4.28) وانحراف معياري (0.750)، وحصلت الفقرة استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالات الأنباء أصبح أمراً ضرورياً على الترتيب السادس بمتوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري (0.792)، وحصلت الفقرة تزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من كفاءة العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة على الترتيب السابع بمتوسط حسابي (4.22) وانحراف معياري (0.791)، وحصلت الفقرة يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج تقارير إخبارية متميزة على الترتيب الثامن بمتوسط حسابي (4.19) وانحراف معياري (0.754)، وحصلت الفقرة

أجد فائدة عملية في استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على الترتيب التاسع بمتوسط حسابي (4.19) وانحراف معياري (0.805)، وحصلت الفقرة اتعاون مع زملائي لإنجاح استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالة بترا على الترتيب الأخير وبمتوسط حسابي (4.06) وانحراف معياري (0.865).

4- النتائج المتعلقة في السؤال الرابع ما اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث المهمة والساخنة، ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها؟

الجدول (9)

اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث المهمة والساخنة، ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها

الرقم	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
14	استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي يساعد على التنبؤ بالأحداث المهمة.	3.82	0.849	4
15	يحقق استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي السبق والسرعة في نشر الأخبار عن الأحداث المهمة.	4.25	0.640	1
16	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على معرفة أبرز قضايا التي يهتم بها الرأي العام.	4.15	0.709	2
17	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الصحفيين على تحديد أولويات متابعة الأحداث التي تهم الرأي العام.	4.08	0.699	3
	المتوسط العام	4.08	0.724	

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

ودرجة تقدير يبين جدول (9) حصول الفقرة يحقق استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي السبق والسرعة في نشر الأخبار عن الأحداث المهمة على الترتيب الأول

بمتوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري (0.640) وحصلت الفقرة يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على معرفة أبرز قضايا التي يهتم بها الرأي العام على الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (4.15) وانحراف معياري (0.709)، وحصلت الفقرة يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الصحفيين على تحديد أولويات متابعة الأحداث التي تهم الرأي العام على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.699) وحصلت الفقرة استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي يساعد على التنبؤ بالأحداث المهمة على الترتيب الرابع والأخير بمتوسط حسابي (3.82) وانحراف معياري (0.849).

5- النتائج المتعلقة في السؤال الخامس ما مدى إسهام تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا)؟

الجدول (10)

مدى إسهام تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	السؤال	الرقم
1	0.647	4.27	يسهم إدخال برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل وكالة (بترا) بتجويد منتجها الإخباري	18
3	0.704	4.14	يسهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل (بترا) بإنتاج تقارير صحفية نوعية ومتخصصة.	19
5	0.682	4.01	يزيد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من إنتاج الأخبار والتقارير.	20
2	0.669	4.29	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنشاء قصص إخبارية تعتمد على تحليل البيانات الضخمة.	21

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	السؤال	الرقم
4	0.721	4.07	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج الأخبار والتقارير الإخبارية المتخصصة تبعاً لتفضيلات القارئ.	22
6	0.711	3.99	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي على سرد القصص الإخبارية بلغات متعددة.	23
	0.689	4.13	المتوسط العام	

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير يبين جدول (10) أن تقديرات مدى إسهام تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا) كانت بدرجة عالية وجاءت بمتوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري (0.689) حيث حصلت الفقرة يسهم إدخال برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل وكالة (بترا) بتجويد منتجها الإخباري على الترتيب الأول بمتوسط حسابي 4.27 وانحراف معياري (0.647) وحصلت الفقرة يسهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل (بترا) بإنتاج تقارير صحفية نوعية ومتخصصة على الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (4.29) وانحراف معياري (0.669) وحصلت الفقرة يسهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل (بترا) بإنتاج تقارير صحفية نوعية ومتخصصة على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (4.14) وانحراف معياري (0.704) وحصلت الفقرة يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج الأخبار والتقارير الإخبارية المتخصصة تبعاً لتفضيلات القارئ على الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (4.07) وانحراف معياري (0.721) وحصلت الفقرة يزيد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي إنتاج الأخبار والتقارير على الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (4.01) وانحراف معياري (0.682) وحصلت الفقرة يساعد استخدام برمجيات

الذكاء الاصطناعي على سرد القصص الإخبارية بلغات متعددة على الترتيب السادس والأخير بمتوسط حسابي (3.99) وانحراف معياري (0.711).

6- النتائج المتعلقة في السؤال السادس ما اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو التحديات المهنية والأخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟

الجدول (11)

اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو التحديات المهنية والأخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	السؤال	الرقم
4	0.937	3.59	يؤثر استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مستوى تطبيق المعايير المهنية للوكالة	24
6	0.920	3.48	صعوبة استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار والتقارير ذات البعد السياسي	25
3	0.791	3.70	يقلل استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي عدد العاملين في غرف الأخبار.	26
2	0.855	3.89	صعوبة استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الموضوعات التي لا تتوفر عنها بيانات واسعة وموثوقة.	27
5	0.850	3.54	ضعف إمكانيات برمجيات الذكاء الاصطناعي في إجراء التحليل المتعمق، والمقابلات، والتقارير الاستقصائية بكفاءة عالية.	28
7	0.830	3.25	تعتمد برمجيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، والتقارير على بيانات غير محايدة وافتراضية، وكلاهما عرضة للتحيز والأخطاء.	29
1	0.880	3.91	محدودية تجربة الصحفيين في صياغة قوالب التحرير التي تدخل في برمجيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، والتقارير	30
	0.866	3.62	المتوسط العام	

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير يبين جدول (11) أن اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو التحديات المهنية والأخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي كانت بدرجة متوسطة وجاءت بمتوسط حسابي (3.62) وانحراف معياري (0.866)، حيث حصلت الفقرة محدودة تجربة الصحفيين في صياغة قوالب التحرير التي تدخل في برمجيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، والتقارير على الترتيب الأول بمتوسط حسابي (3.91) وانحراف معياري (0.880)، وحصلت الفقرة صعوبة استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الموضوعات التي لا تتوفر عنها بيانات واسعة وموثوقة على الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (3.89) وانحراف معياري (0.855)، وحصلت الفقرة يقلل استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي عدد العاملين في غرف الأخبار على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (3.70) وانحراف معياري (0.791)، وحصلت الفقرة يؤثر استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مستوى تطبيق المعايير المهنية للوكالة على الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (3.59) وانحراف معياري (0.937)، وحصلت الفقرة على الترتيب الخامس ضعف إمكانيات برمجيات الذكاء الاصطناعي في إجراء التحليل المتعمق، والمقابلات، والتقارير الاستقصائية بكفاءة عالية بمتوسط حسابي (3.54) وانحراف معياري (0.850)، وحصلت الفقرة صعوبة استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار والتقارير ذات البعد السياسي على الترتيب السادس والأخير بمتوسط حسابي (3.48) وانحراف المعيارى (0.920).

الجدول (12)

المتوسط والانحراف المعياري للمجالات

الترتيب	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط	المجال	الرقم
4	متوسط	0.787	3.64	مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.	1
1	عالية	0.729	4.30	اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.	2
3	عالية	0.723	4.08	اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الجارية ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها.	3
2	عالية	0.689	4.13	يسهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء بالمنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا) وتطويره.	4
5	متوسط	0.866	3.62	اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو التحديات المهنية والأخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.	5
	عالية	0.759	3.95	المتوسط العام	

يشير الجدول (12) إلى إجابات عينة الدراسة في مجالات الدراسة الخمسة حيث جاء في المرتبة الأولى مجال القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بمتوسط حسابي (4.30) وانحراف معياري (0.729)، وفي المرتبة الثانية جاءت يسهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء بالمنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا) وتطويره؟ بمتوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري (0.689)، وفي المرتبة الثالثة جاءت اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق

برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الجارية ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها؟ بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.723)، وجاء في المرتبة الرابعة مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟ بمتوسط حسابي (3.64) وانحراف معياري (0.787)، وجاء في المرتبة الخامسة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو التحديات المهنية والأخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟ بمتوسط حسابي (3.62) وانحراف معياري (0.866)، وجاء المتوسط العام اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي (3.95) بدرجة عالية وانحراف معياري (0.759)

7- النتائج المتعلقة في السؤال السابع هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟

تمت الإجابة على هذا سؤال من خلال ما يظهر في الجداول التالية والتي تبين إذا كان هناك يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟

أولاً: النوع الاجتماعي

للإجابة على السؤال تم استخدام اختبار ت "Independent Samples T test" لمعرفة

الفروقات في الدراسة.

الجدول (13)

درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لمتغير النوع الاجتماعي (ذكر وانثى)

مستوى دلالة	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع الاجتماعي	
0.869	1.055	11.86	121.08	75	ذكر	اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي
		10.37	118.44	27	أنثى	

من خلال الجدول السابق يتضح:

أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي لمتغير النوع الاجتماعي.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى توافق وجهات نظر الذكور والاناث نحو أهمية تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وذلك بسبب تشابه ظروف العمل والأنظمة والقوانين والإجراءات التي تحكم عملهم.

ثانياً: الفئة العمرية

للإجابة على السؤال تم استخدام اختبار ف "One Way ANOVA" لمعرفة الفروقات بين

المتغيرات.

الجدول (14)

درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لمتغير الفئة العمرية

مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئة العمرية	
0.632	0.576	114.33	3.06	3	أقل من 25 سنة	اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي
		122.79	12.26	19	من 25 - 35 سنة	
		119.86	12.76	36	36- 46 سنة	
		120.18	10.44	44	47 سنة فأكثر	

من خلال الجدول السابق يتضح:

أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي لمتغير الفئة العمرية.

تعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحث حيث أن نظرة جميع فئات العاملين في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) تأخذ هذا الأمر بعين الاعتبار ألا وهو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

ثالثاً: المؤهل العلمي

للإجابة على السؤال تم استخدام اختبار ف "One Way ANOVA" لمعرفة الفروقات بين

المتغيرات.

الجدول (15)

درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لمتغير المؤهل العلمي

مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المؤهل العلمي	
0.873	0.233	124.00	12.29	5	دبلوم متوسط أو أقل	اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي
		119.71	11.43	51	بكالوريوس	
		120.72	12.37	32	ماجستير	
		120.79	10.29	14	دكتوراه	

من خلال الجدول السابق يتضح:

أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي لمتغير المؤهل العلمي.

تعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحث حيث أن نظرة جميع العاملين بجميع المؤهلات العملية في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) تأخذ بعين الاعتبار أهمية تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

رابعاً: الوصف الوظيفي

للإجابة على السؤال تم استخدام اختبار ف "One Way ANOVA" لمعرفة الفروقات بين المتغيرات.

الجدول (16)

درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لمتغير الوصف الوظيفي

مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الوصف الوظيفي	
0.833	0.365	121.08	12.06	53	مندوب	اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي
		117.91	9.37	22	محرر	
		120.47	13.24	15	سكرتير تحرير	
		122.71	13.20	7	رئيس قسم	
		120.40	7.89	5	مدير	

من خلال الجدول السابق يتضح:

أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي لمتغير الوصف الوظيفي.

تعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحث حيث أن نظرة جميع فئات الدراسة ووكالة الأنباء الأردنية (بترا) تأخذ بعين الاعتبار أهمية تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

رابعاً: سنوات الخبرة

للإجابة على السؤال تم استخدام اختبار ف "One Way ANOVA" لمعرفة الفروقات بين المتغيرات.

الجدول (17)

درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لمتغير سنوات الخبرة

مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	سنوات الخبرة	
0.639	0.449	122.9	9.7	14	من 1-5 سنوات	اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي
		120.9	14.1	18	من 6- إلى 10 سنوات	
		119.7	11.2	70	من 11 سنوات فأكثر	

من خلال الجدول السابق يتضح:

أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم

بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير

الصحفي لمتغير سنوات الخبرة.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى تقارب وجهات نظر القائمين في الاتصال رغم تباين سنوات الخبرة

بينهم، مما يؤكد اهتمامهم بتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

ثالثاً: نتائج المقابلات المعمقة

النتائج المتعلقة في السؤال الأول ما رأيك بتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي من قبل وكالات أنباء عالمية مثل أسوشيتدبرس ورويترز؟

تمت مناقشة سؤال تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي من قبل وكالات أنباء عالمية مثل أسوشيتدبرس ورويترز؟ حيث أشار المدراء الذين تمت مقابلتهم في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) إلى إيجابية في تطبيق برمجيات الذكاء الصناعي بالتحليل الصحفي.

وقد تبين من خلال إجابات المدراء أن تطبيق برمجيات الذكاء الصناعي بالتحليل الصحفي بات أمراً ضرورياً حيث أنه امر سهل على جميع القطاعات ورفع مستوى الخدمات المقدمة في التحليل الصحفي وسيسهم بتوفير الجهد والوقت والمال، إضافة إلى تقليل نسبة الأخطاء الإملائية والنحوية.

ومن الآراء في تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي في المقابلة أشار احد المدراء إلى: -" إن الاستفادة من التقدم التكنولوجي، وما وفرته الإنترنت من سرعة انتشار، ومنصات تواصل اجتماعية وتطبيقات إلكترونية، سهلت على جميع القطاعات ورفعت مستوى الخدمات، ومن بينها المؤسسات الإعلامية التي كانت الأسرع في الاستجابة للتقنيات الحديثة وقدرت أهميتها في تسهيل العمل وتبسيطه، وتوفير الجهد والوقت والمال، فأصبح الصحفي شاملاً يستطيع أن يكتب المادة ويلتقط الصورة والفيديو ويحملها على شبكة الإنترنت بسرعة، متحلاً من قيود المكان والزمان.

هذه المؤسسات الإعلامية استثمرت تطبيقات الذكاء الاصطناعي للمساعدة في تدقيق النصوص واستحضار الخلفيات المطلوبة والربط الذكي بين الموضوعات، وكذلك تحليل اتجاهات

الجمهور ومحاكاة اتجاهاته بالمواد الإعلامية، وأيضاً دراسة اهتمامات الجمهور المستقبلية بالاعتماد على تحليل ما يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعية.

وأصبحت هذه المؤسسات مثل: أسوشيتدبرس ورويترز، والعديد من المؤسسات الإعلامية، أنموذجاً يتم الاقتداء به من قبل العديد من المؤسسات الإعلامية ومراكز الدراسات والبحث، حيث يُنظر إلى هذه المعلومات على أنها "منجماً" يمكن، مع تحليل البيانات الواردة فيها، بطريقة علمية أن نصل إلى نتائج تستفيد منها المؤسسات الإعلامية والحكومات وصناع القرار والسياسيين ورجال الأعمال."

ومن الآراء في تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي في المقابلة قال مدير آخر في (بترا) أن:- "اعتقد أنه تطورٌ ضروريٌّ جداً لمواكبة متطلبات العصر التكنولوجية المتسارعة."

ومن الآراء في تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي، لفت المدير الثالث في (بترا) إلى أن تطبيق الذكاء الاصطناعي ساهم بسرعة تعامل الوكالات مع الخبر والحصول على الأفضلية في النشر، وزيادة جودة الخبر، إضافة إلى تقليل نسبة الأخطاء الإملائية والنحوية. "

النتائج المتعلقة في السؤال الثاني هل ترى أن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لها تأثيرات إيجابية على العمل الإعلامي؟

تمت مناقشة السؤال تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وهل لها تأثيرات إيجابية على العمل الإعلامي؟؟ حيث أكد المجيبون أن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لها تأثيرات إيجابية على العمل الإعلامي.

ومن الآراء في تطبيق ان تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لها تأثيرات إيجابية على العمل الإعلامي قال احد مدراء (بترا) :-" حتما، فهي تمكن من تحسين مستوى الكتابة، وتسهل عمل الصحفي؛ فيستطيع أن يحول الملف الصوتي إلى نص مكتوب، ويتم تدقيق النص إملانيا وقواعديا، وبالتالي يوفر على الصحافي الوقت والجهد ويسرع من إنجاز المهمة."، واتفقت الاجابة مع مدير آخر الذي قال : " بالتأكيد لها جوانب إيجابية تساعد الصحفي على أداء عمله بسهولة."، فيما أقتصر المدير الثالث أجابته المتعلقة بتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لها تأثيرات إيجابية على العمل الإعلامي بالقول : "نعم".

النتائج المتعلقة في السؤال الثالث: هل ترى ان تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي له تأثيرات سلبية على عمل المؤسسة الإعلامية؟

تمت مناقشة السؤال تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير هل له تأثيرات سلبية على عمل المؤسسة الإعلامية؟ حيث أشار المدراء إلى أن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي له تأثيرات سلبية على عمل المؤسسة الإعلامية؟ وكانت الآراء ما بين المؤيد والمعارض

ومن الآراء في تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي له تأثيرات سلبية على عمل المؤسسة الإعلامية؟ حيث أشار المدير الأول إلى أن: -" لكل تقنيات جديدة أو تطبيقات تأثيرات ايجابية وسلبية. وتكمن السلبية في أن الصحافي سيركن أن هناك مدققا لغويا، أو إملانيا، فيستكين لهذه التقنية ولا يكلف نفسه عناء البحث عن الدقة في التعبير أو البحث في الارشيف لاستحضار الخلفيات المتصلة بالموضوع، فنخلق جيلاً كسولاً من الصحفيين وهذا ينعكس سلبا على قدرات العاملين في هذه المهنة، التي تعتمد كثيراً على المهارات وهذه المهارات هي التي تصنع التميز."

ومن الآراء في تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي له تأثيرات سلبية على عمل المؤسسة الإعلامية؟ اشار المدير الثاني إلى: - "ربما، لأن التطبيقات مهما بلغت من الدقة لا يمكنها أن تحل محل العقل البشري."

ومن الآراء في تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي له تأثيرات سلبية على عمل المؤسسة الإعلامية؟ حيث أشار المدير الثالث إلى: - "نعم".

النتائج المتعلقة في السؤال الرابع هل تتوقع أن تطبيق (بترا) برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي سيزيد من تأثيرها الإعلامي على مستوى تغطية الأحداث الوطنية؟ تمت مناقشة السؤال تتوقع أن تطبيق (بترا) برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي سيزيد من تأثيرها الإعلامي على مستوى تغطية الأحداث الوطنية؟ وكانت الآراء ما بين المؤيد والمعارض.

ومن الآراء في تتوقع أن تطبيق وكالة الأنباء الأردنية (بترا) برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وهل سيزيد هذا من تأثيرها الإعلامي على مستوى تغطية الأحداث الوطنية؟ حيث أشار المدير الأول إلى: - "وكالة الأنباء الأردنية (بترا) من أوائل الوكالات على المستوى العربي التي واكبت عملية التحول الإلكتروني والمبادرة إلى تطوير التطبيقات سواء التي تتصل في إدارة عملية إنشاء الخبر وتحريره ومعالجة الصور، أم التي تتصل في عرض الأخبار للجمهور. من خلال المتابعة وملاحظة التطورات التي تتعلق بعدد المتابعين، نجد أن نسبة نمو المتابعين لنشرة وكالة الأنباء الأردنية (بترا) سواء على الموقع الإلكتروني أم على منصات التواصل الاجتماعي وتطبيق الأخبار في ارتفاع مستدام، حيث وصل عدد المتابعين نحو 3.5 مليون متابع، وعدد زيارات يصل إلى 1.5 مليون زيارة شهرياً.

هذه التطبيقات هي التي مكنت وكالة الأنباء الأردنية (بترا) من الوصول بنشرتها إلى هذا العدد من المتابعين. والدليل على حضور اخبار بترا لدى الجمهور، هو اهتمام جميع وسائل الإعلام، ليس فقط بالنقل عن نشرة الوكالة، بل أيضاً متابعة ما يتم نشره من تقارير وتحقيقات، بمعالجات صحفية ومتابعة لها عبر برامجها وصفحاتها. "ومن الآراء في تتوقع أن تطبيق وكالة الأنباء الأردنية (بترا) برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وهل سيزيد هذا من تأثيرها الإعلامي على مستوى تغطية الأحداث الوطنية؟ حيث أشار المدير الثاني إلى: -" المستقبل كفيل بالإجابة على هذا السؤال."

ومن الآراء في تتوقع أن تطبيق وكالة الأنباء الأردنية (بترا) برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وهل سيزيد هذا من تأثيرها الإعلامي على مستوى تغطية الأحداث الوطنية؟ حيث أشار المدير الثالث إلى: -" نعم ".

النتائج المتعلقة في السؤال الخامس هل ترى ان العاملين بالتحرير الصحفي في (بترا) لديهم القدرة على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟

تمت مناقشة السؤال في أن العاملين بالتحرير الصحفي في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) لديهم القدرة على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ وكانت الآراء ما بين المؤيد والمعارض لهذا السؤال.

ومن الآراء في هل ترى ان العاملين بالتحرير الصحفي في (بترا) لديهم القدرة على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ وهنا اشار المدير الأول إلى: -" نعم، لديهم قدرات لكنها متفاوتة. في بداية تنفيذ اي تطور في عمل الوكالة من الناحية الإلكترونية، يتم تجريب النظام مسبقاً وتطويره بناء على الملاحظات التي ترد من الزملاء، ويتم اعتماده بعد

استكمال جميع المراحل ومعالجة جميع الملاحظات، ويتم تدريب العاملين عليه من قبل الفريق الفني في الوكالة. يتم معالجة التفاوت في البداية بعقد مزيد من الدورات التدريبية إلى ان تصل درجة الكفاءة إلى مستوى مرض للزميل أولاً وللمشرف عليه ثانياً. وعموماً فإن أي تطبيق جديد أو اضافة على التطبيقات الحالية، يتم اختبارها أكثر من مرة حتى تصل إلى الدرجة المرجوة من إدخال هذه التعديلات أو التطبيق الجديد."

ومن الآراء في هل ترى أن العاملين بالتحليل الصحفي في (بترا) لديهم القدرة على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي؟ أكد المدير الثاني بحتمية ذلك حيث قال: " بالطبع لديهم القدرة والمهارة على التعامل مع هذه البرمجيات مع القليل من التدريب."

ومن الآراء في هل ترى ان العاملين بالتحليل الصحفي في (بترا) لديهم القدرة على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي؟ جاءت اجابة المدير الثالث مخالفة، حيث اختصر أجابته بكلمة "لا".

النتائج المتعلقة في السؤال السادس هل ترى أن العاملين في (بترا) بحاجة إلى دورات تدريبية حول استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي؟

تمت مناقشة السؤال هل ترى أن العاملين في (بترا) بحاجة إلى دورات تدريبية حول استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي؟

وكانت الآراء حتمية في ان العاملين بحاجة إلى دورات تدريبية.

ومن الآراء في هل ترى أن العاملين في (بترا) بحاجة إلى دورات تدريبية حول استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي؟ حيث أشار المدير الأول بالقول: - " طبعاً هناك حاجة، وتظهر هذه الحاجة كما ذكرت آنفاً، كلما تم تطوير التطبيق أو استخدام تقنيات جديدة في العمل. مع التأكيد أنه في حال الوصول إلى مرحلة إطلاق الخدمة يكون التطبيق ذاته،

قد مر بمراحل اختبار دقيقة، وهذا الاختبار لا يتحقق إلا بعد استخدامه من قبل الزملاء سواء المحررين الصحفيين أم من قبل المندوبين الصحفيين." ومن الآراء في هل ترى أن العاملين في (بترا) بحاجة إلى دورات تدريبية حول استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ فيما أشار المدير الثاني إلى: - " لا أحد في غنى عن التدريب، لأن التغيرات التكنولوجية متسارعة وبحاجة إلى تدريبات توكبها." ومن الآراء في هل ترى أن العاملين في (بترا) بحاجة إلى دورات تدريبية حول استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ أشار المدير الثالث بالقول: - "نعم".

النتائج المتعلقة في السؤال السابع هل ترون أن أصحاب القرار في (بترا) لديهم رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات واقتناء برمجيات حديثة مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟

تمت مناقشة السؤال هل ترون أن أصحاب القرار في (بترا) لديهم رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات واقتناء برمجيات حديثة مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ وكانت الآراء ما بين مؤيد ومعارض على رؤية أصحاب القرار في (بترا) مستقبلية قادرة على مواكبة التطورات واقتناء برمجيات حديثة مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟

ومن الآراء في هل ترون أن أصحاب القرار في (بترا) لديهم رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات واقتناء برمجيات حديثة مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ حيث أشار المدير الأول بالقول " بالتأكيد، وهذا نهج (بترا) منذ أن بدأت عملها، بتطوير أدواتها فقد استخدمت جميع أنواع بث الأخبار. حيث بدأت في عام 1976 استخدام الإرسال عبر الموجات القصيرة لجميع المشتركين بنشرة الوكالة، وفي عام 1992 تم إدخال ادخال الحاسوب في عمل الوكالة من طباعة الأخبار واستقبال الأخبار والارسال عبر النشرة الإلكترونية. وفي عام 1994

تم تطوير نظام ارشيف الكتروني للأخبار والصور، وفي عام 1995 بدأ بث الأخبار بواسطة الأقمار الصناعية لجميع المشتركين، بما فيها السفارات الأردنية في الخارج، وفي عام 1998 تم إطلاق أول موقع إخباري إلكتروني يصل للمشاركين ولجمهور المتابعين جنباً إلى جنب وسيلة نقل الأخبار المباشرة عبر شبكة الانترنت للمشاركين من صحف وإذاعات ومحطات تلفزيونية.

وكانت وكالة الأنباء الأردنية (بترا) أول وكالة أنباء عربية طبقت نظام إدارة المحتوى الإخباري (File works)، والذي طورته شركة أردنية، ثم بعد ذلك، انتشر النظام في معظم وكالات الأنباء العربية والصحف المحلية.

وعملية التطوير مستمرة كلما ظهرت تقنيات جديدة، فوكالة الأنباء الأردنية تتابع كل التقنيات والتطورات التي تتصل في إنتاج الأخبار ويمن الاستفادة منها في نقل المواد الإعلامية لأكبر عدد من المتابعين حول العالم.

ومن الآراء في هل ترون أن أصحاب القرار في (بترا) لديهم رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات واقتناء برمجيات حديثة مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ وهنا أشار المدير الثاني إلى: - "نعم، ولكن دائما كل ذلك منوط بالإمكانات المالية والدعم اللوجستي".

ومن الآراء في هل ترون أن أصحاب القرار في (بترا) لديهم رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات واقتناء برمجيات حديثة مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ حيث أشار المدير الثالث بالقول "لا".

النتائج المتعلقة في السؤال الثامن هل تتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟

تمت مناقشة السؤال هل تتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ وكانت أغلب الآراء توقعون عدم اتخاذ أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟

ومن الآراء في هل تتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ وهنا أشار المدير الأول إلى: -"هناك إدراك من قبل الحكومة واجهزة الدولة لأهمية استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة وإطلاق خدمات الجيل الخامس من الاتصالات الخلوية لتكون المملكة جاهزة للثورة الصناعية الرابعة التي بدأت دول عديدة تقطف ثمارها"

ومن الآراء في هل تتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ حيث جاءت إجابة المدير الثاني على النحو التالي: " لا أعتقد ان هناك حاجة لذلك، إذا توفرت الإمكانيات المالية والأدوات المساعدة."

ومن الآراء في هل تتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟ في المقابلة رقم (3) حيث أشار المدير الثالث إلى: - "لا".

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً: مناقشة النتائج

1. بيّنت نتائج التحليل أن مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاءت بدرجة متوسطة، ويفسّر الباحث ذلك إلى إن نسبة متوسطة من العاملين في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) لديهم فكرة عن توظيف برمجيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، وهي نسبة تبيّن أن عدداً من العاملين متابعين للتطورات في الإعلام الرقمي، لأن وكالة الأنباء الأردنية (بترا) تنظم دورات وورش عمل مستمرة تتضمن التطورات التكنولوجية في الإعلام لرفع كفاءة العاملين فيها. ولا تلتقي هذه النتيجة مع دراسة (بريك، 2020) التي أظهرت أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي جاء بدرجة منخفضة.

2. بيّنت نتائج التحليل أن درجة امتلاك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) معلومات عن توظيف وكالات الأنباء العالمية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاءت بدرجة متوسطة ويعزى ذلك إلى توظيف وكالات الأنباء العالمية لتلك التطبيقات والبرمجيات ما تزال حديثة ولم يمض عليها (7) سنوات. وتلتقي هذه نتيجة مع دراسة (عبد المنعم، 2020) حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحف المصرية اعتمدت على التقنيات الحديثة والتكنولوجية في العمل الصحفي.

3. بيّنت نتائج التحليل أن اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي جاءت بدرجة عالية وهو ما يتفق مع

فروض النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا التي تركز على تقبل عقول الناس للاتجاهات والمكونات الخارجية المتمثلة في البيئة المحيطة والإمكانيات المتاحة حول طوعية استخدام تطبيقات التكنولوجيا في السياق التنظيمي والمهني. وتلتقي هذه النتيجة مع دراسة (Kumar, 2020) التي أظهرت نتائج الدراسة أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في العمل الصحفي خصوصاً فيما يتعلق بجمع وتحرير البيانات الذي يحدث إلكترونياً دون تدخل الصحفيين المباشر.

4. بينت نتائج التحليل أن اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث المهمة والساخنة، ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها جاءت بدرجة عالية. وتلتقي هذه النتيجة مع دراسة (عبد العاطي، 2021) حيث توصلت الدراسة إلى إمكانية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من قبل الصحفيين أثناء الكوارث والأزمات من خلال علم الآلة، وأن أهم إيجابيات الاعتماد على هذه التقنيات تمثلت في تأمين حياة الصحفيين وتوفير الوقت والجهد والإنذار المبكر قبل حدوث الخطر.

5. بينت نتائج التحليل أن مدى إسهام تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا) جاءت بدرجة عالية، وتعزى هذه النتيجة إلى إدراك العاملين في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) أهمية تحديث مستلزمات العمل ومواكبة التقدم التكنولوجي، لما لذلك من إيجابيات على تطوير كمّ ونوع المنتج الإعلامي للوكالة. وتلتقي هذه نتيجة مع دراسة (Ali and Hussam, 2019) التي أشارت إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على تحسين عمل الصحفيين بدلاً من استبدالهم؛ وهذا يعني أن تقنيات الذكاء الاصطناعي لا تشكل أي تهديد للقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية.

6. بينت نتائج التحليل ان اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو التحديات المهنية والأخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاءت بدرجة متوسطة، وتدل هذه النتيجة أن لدى القائم بالاتصال حرص وهواجس مشروعة تتعلق بأهمية مراعاة هذه التكنولوجيا للمعايير المهنية والأخلاقية. وتلتقي هذه نتيجة مع دراسة (Ali and Hussam, 2019) التي أشارت إلى أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يثير قضايا مهنية وأخلاقية خصوصاً تقويض الإبداع وغياب الرقابة والشفافية واستخدام البيانات وجودتها.

7. أظهرت الدراسة عدم وجود اختلاف ذو دالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحديد الصحفي تعزى للمتغيرات الديموغرافية عند مستوى دلالة (0.05). ويُعزى ذلك إلى المستويات المتقاربة في الثقافة والتأهيل لأفراد العينة، فضلاً عن مواكبة نسبة جيدة من العاملين للمتغيرات في البيئة التكنولوجية للعمل الصحفي.

ثانياً: التوصيات

وفقاً للنتائج التي تم التوصل إليها من الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة، وكذلك النتائج التي تم الحصول عليها من واقع التحليل الإحصائي للبيانات، تم الخروج بالتوصيات التالية:

- 1- تفتتح الدراسة هذه المجال لإجراء المزيد من الدراسات عن تجارب بعض وكالات الأنباء الأجنبية، التي تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لقياس تأثيرات تلك البرمجيات على المعايير المهنية والأخلاقية في العمل الصحفي.
- 2- وضع خطة متكاملة من وكالة الأنباء الأردنية بترا حول إدخال تطبيقات برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي، لا سيما وأن نتائج الدراسة تشير إلى أن اتجاهات القائم بالاتصال في الوكالة كانت إيجابية وعالية لتقبل التكنولوجيا الجديدة.
- 3- إفاد عدد من العاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترا للتدريب في عدد من المؤسسات الإعلامية الرائدة في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.
- 4- تنظيم وكالة الأنباء الأردنية بترا للمزيد من الدورات، وورش العمل المتخصصة عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وذلك بالتعاون مع الشركات والمؤسسات الإعلامية الرائدة في هذا المجال، مثل وكالة أسوشيتدبرس ووكالة رويترز.
- 5- قيام وكالة الأنباء الأردنية (بترا) بالتنسيق مع الجهات الحكومية للاستفادة من برامج المساعدات والمنح التي يحصل عليها الأردن من بعض الجهات الأجنبية والعربية، وبما يمكنها من إدخال تطبيقات وبرمجيات الذكاء الاصطناعي في عملها الصحفي.
- 6- تنظيم نقابة الصحفيين الأردنيين لدورات وورش عمل متخصصة للصحفيين الأردنيين عن تطبيقات وبرمجيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

بريك، أيمن محمد إبراهيم (2020). اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT). *مجلة البحوث العلمية*، 53 (2)، 447-526.

بوراس، محمد (2021). فن التحرير الصحفي الرياضي في ظل عولمة الإعلام: دراسة تحليلية مقارنة للخبر الصحفي في الجرائد الرياضية (الهدف، الخبر الرياضي، الشباك). *مجلة الابداع الرياضي*، جامعة محمد بوضياف المسيلة، مجلد 13، عدد 1.

الخولي، سحر عبد المنعم محمود (2020). اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي: دراسة ميدانية *الدوريات المصرية*، 1(72)، 101-173.

الدبيسي، عبد الكريم (2022). *الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي*، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن.

الدبيسي، عبدالكريم علي (2017). *دراسات إعلامية في تحليل المضمون*، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

الدلو، جواد راغب وابو حشيش، يوسف يحي وإسماعيل، أحمد عبدالله (2022). اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية، *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية*، جامعة العربي التبسي، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، الجزائر، 7(3)، 53-90.

سميسم، حميدة (2005). *نظريات الرأي العام*، الدار الثقافية للنشر، القاهرة.

الشعراوي، أحمد (2020). *مدخل إلى التحرير الإعلامي*، منشورات الجامعة الافتراضية السورية.

الشمراي، أسماء، علي (2019). قابلية أعضاء هيئة التدريس لاستخدام منصة شمس (shms) بالجامعات السعودية، مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة الملك عبدالعزيز، السعودية، 3(28)، 96-130.

صورية، عقاد، وبوعمامة، العربي (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخداماتها في الإعلام المرئي أثناء الأزمات، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة عبدالحميد بن باديس، الجزائر، 28(1)، 252-262.

ضيف، عادل (1997). السياسة التحريرية للصفحات الخارجية بالصحف المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، مصر.

العاصي، أحمد (2021). تقييم خبراء الإعلام للأبعاد الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي "دراسة ميدانية"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية في غزة.

عبد الظاهر، محمد (2021). العولمة 4.0 وصحافة الجيل السابع في كتاب جديد لمؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي. صحيفة المصدر، [متوفر إلكترونياً]، <https://masaadernews.com/article/49330>.

عبد العاطي، هند يحيى عبد المهدي (2021). دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة اثناء الأزمات والكوارث "دراسة استشرافية"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 56، 1831-1878.

عبد المنعم، سحر (2020). اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي. مجلة البحوث العلمية، جامعة القاهرة، العدد 72.

عبدالحميد، عمرو محمد محمود (2020). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 55، 2798-2860.

عبدالعزیز، إنجی لطفی (2021). مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 2(77)، 603-647.

الفار، محمد جمال (2014). *معجم المصطلحات الإعلامية*، نبلاء ناشرون وموزعون ودار أسامة للنشر والتوزيع.

فوال، نجوى (1992). قراءة في دراسات القائم بالاتصال، *المجلة الإجتماعية القومية*، 32(3)، القاهرة: المركز القومي للبحوث الإجتماعية والجنائية.

القبس (2019). *صحافة الذكاء الاصطناعي هي مستقبل الإعلام*. [متوفر إلكترونياً]، <https://alqabas.com/article/645286>

كاظم، أحمد (2012). *الذكاء الاصطناعي*، جامعة الأمام جعفر الصادق، بغداد.

ماهيتاب، جمال عبد السلام (2018)، *دوافع استخدام الشباب الجامعي لمقاطع اليوتيوب التعليمية في التعليم الجامعي الذاتي والإشباع*، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

محاميد، شاکر (2003). *علم النفس الاجتماعي*، دار المدى للثقافة والنشر.

المزاهرة، منال (2012). *نظريات الاتصال*، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

المزاهرة، منال (2018). *توظيف ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي القطاع التجاري أنموذجاً*، *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية*، المجلد 11، العدد 3، ص 318-411.

مسودي، نور (2020) *اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو الابعاد الوطنية والمهنية لصحافة الروبوت*، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة البترا، الأردن.

مهدي، لبنى (2020). *ما هي أهداف التحرير الصحفي*. *مجلة أي عربي*، [متوفر إلكترونياً]، <https://e3arabi.com/>

موسى، صدقي محمد (2009). اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية للأحداث الداخلية: جامعة بيرزيت أنموذجاً، (رسالة ماجستير غير منشورة)، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

موسى، عيسى عبد الباقي وعبدالفتاح، أحمد عادل (2020). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية. جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، 19(1)، 1-66.

وزارة الإقتصاد الرقمي والريادة (2020). موجز عن إطار عمل وزارة الإقتصاد الرقمي والريادة في مجال الذكاء الاصطناعي، (تم الاسترداد من: <https://www.modee.gov.jo/Default/Ar>).

وكالة الأنباء الأردنية (بترا) (2018). معلومات عامة عن بترا. (متوفر إلكترونياً)، <http://www.petranews.gov.jo/arabic/aboutpetra.shtm>

وكالة الأنباء الأردنية (بترا) (2022). معلومات عامة عن بترا. (متوفر إلكترونياً)، <http://www.petranews.gov.jo/arabic/aboutpetra.shtm>

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Ali, W & H.M (2019). Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 5(1), 40-49.
- Copeland, B. (2022). *Artificial intelligence*. *Britanica*, [Available On-line], <https://www.britannica.com/technology/artificial-intelligence/Methods-and-goals-in-AI>.
- Davis, F.D. (1993). User acceptance of information technology: System characteristics, user perceptions and behavioral impacts, *International Journal of Man- Machine Studies* 38, 475-487.
- Ekaterina Pashevich (2018): *Automation of news production in Norway: Augmenting newsroom with artificial intelligence*, unpublished Master's Thesis, Nordic Media Department of Media & Communication, Faculty of Humanities, University of Oslo.
- Graefe, Andreas (2016). *Guide to Automated Journalism*. Tow Center for Digital Journalism. USA: New York, Columbia Journalism School.
- Kim, D, S. (2028). Newspaper Journalists attitudes towards robot journalism. *Telematics and informatics*, 35(2), 340 – 357.
- Kumar, S. (2020). *Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane?* Springer Nature Singapore.
- Leavy, S. (2020). *Uncovering Gender Bias in Media Coverage of Politicians with Machine Learning*, Conference on Artificial Intelligence, University College Dublin, Ireland.
- Moravec, V., MacKová, V., Sido, J. and Ekštein, K. (2020). *Communication Today; Trnava* 11(1), pp .36-53.

- Munoriyarwa, A., Chiumbu, S., & Motsaathebe, G. (2021). Artificial Intelligence Practices in Everyday News Production: The Case of South Africa's Mainstream Newsrooms. *Journalism Practice*, 1-19.
- Pavlik, J. (2016). Cognitive computing and journalism: implications of algorithms, artificial intelligence and data for the news media and society. *Brazilian Journal of Technology, Communication, and Cognitive Science*, 4(2), 1-14.
- Pew Research Center (2018). Journalism & Media, Audio and Prodcating Fact Sheet, <http://www.journalism.org/fact-sheet/audio-and-prodcating>
- Schapals, A. K., & Porlezza, C. (2020). Assistance or resistance? Evaluating the intersection of automated journalism and journalistic role conceptions. *Media and Communication*, 8(3), 16-26.
- Thurman, N., Moeller, J., Helberger, N., & Trilling, D. (2019). My friends, editors, algorithms, and I: Examining audience attitudes to news selection. *Digital journalism*, 7(4), 447-469.
- Tousignant, B. (2020), *A Hybrid Analysis of the State of Automated Journalism in Canada: Current Impact and Future Implications for Journalists and Newsrooms*, Unpublished Master's Thesis, (Montreal, Quebec, Canada, Concordia University, Department of Journalism).
- Venkatesh, V. and Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425-478
- Viswanath V. and Fred D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies, *Management Science Journal*. Vol.46. No.2, (USA: Institute for Operation Research and the Management, February, P. 186. Available at: <https://www.researchgate.net/profile/Fred-Davis>.

الملحقات

الملحق (1)

قائمة بأسماء السادة محكمي أداة الدراسة " اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية
(بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي "

الرقم	اسم الدكتور	الرتبة الأكاديمية	الكلية/ صفة العمل	جهة العمل
1	الدكتور عطا الله الرمحين	أستاذ دكتور	رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان والدراسات العليا	جامعة دمشق
2	الدكتور أحمد العنانية	أستاذ مشارك	كلية الصحافة والإعلام	جامعة الزرقاء
3	الدكتور أشرف الزعبي	أستاذ مشارك	كلية الإعلام	جامعة الزرقاء
4	الدكتور تحسين شراذقة	أستاذ مشارك	نائب عميد كلية الصحافة والإعلام	جامعة الزرقاء
5	الدكتور عبد الكريم الدبيسي	أستاذ مشارك	كلية الصحافة والإعلام	جامعة الشرق الأوسط
6	الدكتور عثمان الطاهات	أستاذ مشارك	رئيس قسم الصحافة والإعلام الرقمي	جامعة الزرقاء
7	الدكتورة منال المزاهرة	أستاذ مشارك	كلية الصحافة والإعلام	جامعة البترا
8	الدكتور خزيم الخالدي	أستاذ مساعد	كلية الإعلام	جامعة اليرموك
9	الدكتور مازن الفداوي	أستاذ مساعد	كلية الصحافة والإعلام	جامعة الشرق الأوسط
10	الدكتور محمد حابس	أستاذ مساعد	كلية الإعلام	جامعة اليرموك

* تم ترتيب القائمة أعلاه استناداً للرتبة الأكاديمية أولاً ثم الترتيب الأبجدي.

الملحق (2)

نموذج تحكيم أداة الدراسة

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان " اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي"، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام من جامعة الشرق الأوسط. حيث سيتم الاعتماد على مقياس ليكرت خماسي النقاط (5-Point Likert Scale) كما هو موضح في الجدول الآتي:

موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
5 درجات	4 درجات	3 درجات	2 درجة	1 درجة

ونظراً لما تتمتعون به من خبرة وكفاءة، فالباحث يضع بين أيديكم هذه الاستبانة آملاً من حضرتكم

إبداء آرائكم فيما ترونه مناسباً مما يأتي:

- ❖ مدى مناسبة الفقرة.
- ❖ مدى انتماء الفقرة للبعد الذي تندرج تحته.
- ❖ دقة الصياغة اللغوية والإملائية.
- ❖ إبداء أي اقتراحات ترونها مناسبة.

وشاكركم لكم حُسن تعاونكم

الباحث: سيف الدين صوالحه

إشراف الدكتور: محمود أحمد الرجبي

الجزء الأول: البيانات الشخصية:

يرجى وضع إشارة (X) أمام كل عبارة وبما ينطبق عليك.

1. النوع الإجتماعي:

ذكر

أنثى

2. الفئة العمرية:

أقل من 25 سنة

من 25 - 35 سنة

36- 46 سنة

47 سنة فأكثر

3. المستوى التعليمي:

دبلوم متوسط أو أقل

بكالوريوس

ماجستير

دكتوراه

4. الوصف الوظيفي

مندوب

محرر

سكرتير تحرير

رئيس قسم

مدير

5. سنوات الخبرة

من 1- 5 سنوات

من 6- إلى 10 سنوات

من 11 سنوات فأكثر

الجزء الثاني: قياس اتجاهات القائم بالاتصال

الرقم	الفقرة	مناسبة	غير مناسبة	التعديل المقترح
أولاً: مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟				
1	لدي فكرة عامة عن تطبيقات برمجيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي.			
2	امتلك معلومات عن توظيف برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.			
3	توظف بعض وكالات الأنباء العالمية برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.			
ثانياً: اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.				
4	أرغب في التعلم والتدريب على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.			
5	أشجع الإدارة على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالة بترا.			
6	اتعاون مع زملائي لإنجاح استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي في وكالة الأنباء الأردنية (بترا).			
7	أجد فائدة عملية في استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.			
8	استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالات الأنباء أصبح امراً ضرورياً.			
9	استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي له فوائد إيجابية بمواكبة التطورات في تكنولوجيا الإعلام الرقمي.			
10	تزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من كفاءة العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة.			
11	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج تقارير إخبارية متميزة.			
12	يوفر استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الجهد والوقت والمال.			

الرقم	الفقرة	مناسبة	غير مناسبة	التعديل المقترح
13	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الصحفيين على ضبط الأخطاء اللغوية والتحريرية.			
ثالثاً: اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الجارية ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها؟				
14	استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي يساعد على التنبؤ بالأحداث المهمة.			
15	يحقق استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي السبق والسرعة في نشر الاخبار عن الأحداث المهمة.			
16	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على معرفة أبرز قضايا التي يهتم بها الرأي العام.			
17	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الصحفيين على تحديد أولويات متابعة الاحداث التي تهم الرأي العام.			
رابعاً: يسهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء بالمنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا) وتطويره؟				
18	يسهم إدخال برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل وكالة الانباء الأردنية (بترا) بتجويد منتجها الإخباري			
19	يسهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل وكالة الأنباء الأردنية (بترا) بإنتاج تقارير صحفية نوعية ومتخصصة.			
20	يزيد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي إنتاج الأخبار والتقارير.			
21	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنشاء قصص إخبارية تعتمد على تحليل البيانات الضخمة.			
22	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج الأخبار والتقارير الإخبارية المتخصصة تبعاً لتفضيلات القارئ.			
23	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي على			

الرقم	الفقرة	مناسبة	غير مناسبة	التعديل المقترح
	سرد القصص الإخبارية بلغات متعددة.			
خامسا: اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو التحديات المهنية والأخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟				
24	يؤثر استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مستوى تطبيق المعايير المهنية لوكالة الأنباء الأردنية(بترا)			
25	صعوبة استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار والتقارير ذات البعد السياسي.			
26	يقلل استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي عدد العاملين في غرف الأخبار.			
27	صعوبة استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الموضوعات التي لا تتوفر عنها بيانات واسعة وموثوقة.			
28	ضعف إمكانيات برمجيات الذكاء الاصطناعي في إجراء التحليل المتعمق، والمقابلات، والتقارير الاستقصائية بكفاءة عالية.			
29	تعتمد برمجيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، والتقارير على بيانات غير محايدة وافترضية، وكلاهما عرضة للتحييز والأخطاء.			
30	محدودية تجربة الصحفيين في صياغة قوالب التحرير التي تدخل في برمجيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، والتقارير.			

الملحق (3) أداة الدراسة بصورتها النهائية

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تحية طيبة وبعد:

يقوم الباحث بإجراء دراسة تهدف إلى معرفة "اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحديد الصحفي" وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام من جامعة الشرق الأوسط. وتحقيقاً لأهداف الدراسة تم تطوير استبانة مكونة من (30) فقرة وموزعة على خمسة مجالات، ونظراً لما تتمتعون به من اختصاص وخبرة في هذا المجال أرجو التكرم بالإجابة عن هذه الاستبانة علماً بأنه سيتم التعامل مع البيانات بسرية تامة ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكر لكم حسن تعاونكم.

واقبلوا فائق الاحترام

الباحث: سيف الدين صوالحه

الجزء الأول:
البيانات الشخصية:

يرجى وضع إشارة (X) أمام كل عبارة وبما ينطبق عليك.

1. النوع الإجتماعي:

ذكر

أنثى

2. الفئة العمرية:

أقل من 25 سنة

من 25 - 35 سنة

36- 46 سنة

47 سنة فأكثر

3. المستوى التعليمي:

دبلوم متوسط أو أقل

بكالوريوس

ماجستير

دكتوراه

4. الوصف الوظيفي

مندوب

محرر

سكرتير تحرير

مدير

5. سنوات الخبرة

من 1- 5 سنوات

من 6- إلى 10 سنوات

من 11 سنوات فأكثر

الجزء الثاني: قياس اتجاهات القائم بالاتصال

يرجى وضع إشارة (X) أمام كل عبارة وبما ينطبق عليك.

أولاً: مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟						
الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
1	لدي فكرة عامة عن تطبيقات برمجيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي.					
2	امتلك معلومات عن توظيف برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.					
3	توظف بعض وكالات الأنباء العالمية برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.					

ثانياً: اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.						
الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
4	أرغب في التعلم والتدريب على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.					
5	أشجع الإدارة على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالة الأنباء الأردنية (بترا)					
6	اتعاون مع زملائي لإنجاح استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالة الأنباء الأردنية (بترا)					
7	أجد فائدة عملية في استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.					
8	استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالات الأنباء أصبح امراً ضرورياً.					
9	استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي له فوائد إيجابية بماوكة التطورات في تكنولوجيا الإعلام الرقمي.					
10	تزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من كفاءة العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة					

					يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج تقارير إخبارية متميزة.	11
					يوفر استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الجهد والوقت والمال.	12
					يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الصحفيين على ضبط الأخطاء اللغوية والتحريرية.	13

ثالثا: اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الجارية ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها؟

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
14	استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي يساعد على التنبؤ بالأحداث المهمة.					
15	يحقق استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي السبق والسرعة في نشر الاخبار عن الأحداث المهمة.					
16	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على معرفة أبرز قضايا التي يهتم بها الرأي العام.					
17	يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الصحفيين على تحديد أولويات متابعة الاحداث التي تهم الرأي العام.					

رابعا: يسهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء بالمنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا) وتطويره؟

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
18	يسهم إدخال برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل وكالة الأنباء الأردنية (بترا) بتجويد منتجها الإخباري					
19	يسهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل وكالة الانباء الأردنية (بترا) بإنتاج تقارير صحفية نوعية ومتخصصة.					
20	يزيد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير					

					الصحفي إنتاج الأخبار والتقارير.
					يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنشاء قصص إخبارية تعتمد على تحليل البيانات الضخمة.
					يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج الأخبار والتقارير الإخبارية المتخصصة تبعاً لتفضيلات القارئ.
					يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي على سرد القصص الإخبارية بلغات متعددة.

خامساً: اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو التحديات المهنية والأخلاقية لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
24	يؤثر استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مستوى تطبيق المعايير المهنية لوكالة الأنباء الأردنية (بترا)					
25	صعوبة استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار والتقارير ذات البعد السياسي.					
26	يقلل استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي عدد العاملين في غرف الأخبار.					
27	صعوبة استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الموضوعات التي لا تتوفر عنها بيانات واسعة وموثوقة.					
28	ضعف إمكانيات برمجيات الذكاء الاصطناعي على إجراء التحليل المتعمق، والمقابلات، والتقارير الاستقصائية بكفاءة عالية.					
29	تعتمد برمجيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، والتقارير على بيانات غير محايدة وافترضية، وكلاهما عرضة للتحيز والأخطاء.					
30	محدودية تجربة الصحفيين في صياغة قوالب التحرير التي تدخل في برمجيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، والتقارير.					

الملحق (4)

أسئلة المقابلات المعمّقة

الزملاء الأعزاء تحية واحترامًا وبعد،،، يُقوّم الباحث بإعداد رسالة ماجستير من كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط بعنوان " اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي"، وستعتمد الدراسة على المقابلات المعمّقة مع مجموعة من القياديين من خلال طرح أسئلة يتم الإجابة عليها كتابيًا، ليُصار لاحقًا إلى تحليل المقابلات والوصول إلى النتائج النهائية وعليه؛ يُرجى التكرم بالموافقة على إجراء المُقابَلَة علمًا أن هَدَفَ المقابلة هو لغايات البَحْث العلمي فقط.

مَعَ شُكْرِي الجزِيل لدعمكم لِلْبَحْثِ العلمي مَعَ تقديري

الباحث سيف الدين ماجد الصوالحه

1. ما رأيك بتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي من قبل وكالات أنباء عالمية مثل أسوشيتدبرس ورويترز؟
2. هل ترى أن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي لها تأثيرات إيجابية على العمل الإعلامي؟
3. هل ترى أن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي له تأثيرات سلبية على عمل المؤسسة الإعلامية؟
4. هل تتوقع أن تطبيق (بترا) لبرمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي سيزيد من تأثيرها الإعلامي على مستوى تغطية الأحداث الوطنية؟
5. هل ترى أن العاملين بالتحليل الصحفي في (بترا) لديهم القدرة على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي؟
6. هل ترى أن العاملين في (بترا) بحاجة إلى دورات تدريبية حول استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي؟
7. هل ترون أن أصحاب القرار في (بترا) لديهم رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات واقتناء برمجيات حديثة مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي؟
8. هل تتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي؟