

اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف
تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار
(دراسة مسحية)

**The Trends of the Communicator in Jordan TV towards
Employing Artificial Intelligence Applications
in Newsrooms (Survey Study)**

إعداد

قاسم زيد أحمد أبو زيد

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 قاسم زيد أحمد أبو زيد، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخٍ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: قاسم زيد أحمد أبو زيد.

التاريخ: 2022 / 12 / 24.

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة بـ: اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو
توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار (دراسة مسحية).

للباحث: قاسم زيد أحمد أبو زيد.

وأجيزت بتاريخ: 2022 / 12 / 24.

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
د. محمود أحمد الرجبي	مشرقا	جامعة الشرق الأوسط	
د. ليلى أحمد جرار	عضوا من داخل الجامعة ورئيسا	جامعة الشرق الأوسط	
د. مازن "محمد كزید" الفداوي	عضوا من داخل الجامعة	جامعة الشرق الأوسط	
د. زهير ياسين طاهات	عضوا من خارج الجامعة	جامعة اليرموك	

شكر وتقدير

الشكر لله أولاً من قبل ومن بعد.

والحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه

والشكر الموصول لمشرفي الذي وجهني بكتابه هذه الرسالة الدكتور محمود أحمد الرجبي

والشكر الموصول للدكتور عبد الكريم دبيسي الذي كان له الفضل بتدريسي مادة الإعلام الرقمي وبتدريسي مادة الإعلام الرقمي لإيصالي إلى عنوان رسالتي والتي تهتم بالإعلام الرقمي وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

وأتوجه بالشكر أيضاً لجميع الأساتذة في كلية الإعلام الذين تتلمذت على أيديهم وتعلمت منهم الكثير، وقدموا لي من وقتهم وجهدهم.

وجزيل الامتنان والشكر لكل من أراد لي الخير دائماً.

وصلّى الله وبارك على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

الإهداء

قال الله تعالى في كتابة الكريم: {وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ} [سورة لقمان الآية 12]

إلى والدي ووالدتي اللذان تعبوا وسهروا الليالي على تربيّتي وتعليمي منذ الصغر وإلى إخواني وأخواتي الذين دعموني بإكمال دراستي.

وبعد، فإنني أحمد الله عز وجل حمداً كثير طيباً يملأ السماوات والأرض، وأشكره قبل أي شيء على ما أكرمني به من إتمام هذه الدراسة، وأرجو من الله أن تنفعني في ديني ودنياي وأنال بها رضا الله.

فهرس المحتويات

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

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهدافها

أولاً: المقدمة.....	1.....
ثانياً: أهمية الدراسة.....	4.....
ثالثاً: مشكلة الدراسة.....	5.....
رابعاً: أهداف الدراسة.....	6.....
خامساً: أسئلة الدراسة.....	7.....
سادساً: حدود الدراسة.....	8.....
سابعاً: محددات الدراسة.....	8.....
ثامناً: مصطلحات الدراسة.....	9.....

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري.....	12.....
ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة.....	25.....
ثالثاً: التعقيب على الدراسات السابقة.....	34.....

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: نوع ومنهج الدراسة	36
ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة	37
ثالثاً: أدوات جمع البيانات	37
رابعاً: صدق الأداة وثباتها	38
خامساً: المعالجة الإحصائية	38
سادساً: إجراءات الدراسة	39
سابعاً: التحليل الإحصائي	39
ثامناً: تصحيح أداة الدراسة	40

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

أولاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة	42
ثانياً: الإجابة على أسئلة الدراسة ومناقشة نتائجها	45
ثالثاً: نتائج المقابلات الشخصية	61

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً: مناقشة النتائج	77
ثانياً: التوصيات	81

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية	82
ثانياً: المراجع الأجنبية	85
ثالثاً: المراجع الإلكترونية	87
الملحقات	88

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1 - 4	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي.	42
2 - 4	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية.	43
3 - 4	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.	43
4 - 4	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوصف الوظيفي.	44
5 - 4	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة.	44
6 - 4	معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	45
7 - 4	التعرف على السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	46
8 - 4	الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	47
9 - 4	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	49
10 - 4	المنفعة المتوقعة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني.	50
11 - 4	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	51
12 - 4	المتوسط والانحراف المعياري للمجالات.	54
13 - 4	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لمتغير النوع الاجتماعي.	56
14 - 4	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير الفئة العمرية.	57
15 - 4	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير المؤهل العلمي.	58
16 - 4	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير الوصف الوظيفي.	59
17 - 4	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير سنوات الخبرة.	60

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
89	قائمة بأسماء السادة محكمي أداة الدراسة	1
90	نموذج تحكيم أداة الدراسة الأولية	2
95	أداة الدراسة بصورتها النهائية	3
100	أسئلة المقابلات المعمّقة	4

اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار (دراسة مسحية)

إعداد: قاسم زيد أبو زيد

إشراف: الدكتور محمود أحمد الرجبي

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي بالدراسة وأداتها الاستبانة، بالإضافة إلى الأسئلة المعمقة من أجل تحقيق أهداف الدراسة. حيث تم تطبيق الاستبانة على عينة عمدية مكونة من (64) مستجيباً من العاملين في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني، بالإضافة إلى طرح ثمانية أسئلة متعلقة ومعمقة بالموضوع على ستة مديرين. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، كانت معرفة عالية بنسبة 83.8%، ويستدل من ذلك على متابعة القائمين بالاتصال للتطورات في بيئة العمل الإعلامي والتقدم الحاصل في تكنولوجيا الإعلام الرقمي، وحيث كان السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن قبول توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مرتفعاً بنسبة 86%، إذ تؤكد تلك النتيجة أن سلوك العاملين في غرف الأخبار سيكون إيجابياً إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وسيكون الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار أداءً مرتفعاً بنسبة 83.6%، وتشير هذه النتيجة إلى قناعة القائم بالاتصال أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ستكون لها إيجابيات على كم ونوع الأخبار والتقارير، إذ أن اتجاهات القائمين بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار كانت إيجابية بنسبة 81.8% والمنفعة المتوقعة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني منفعة مرتفعة بنسبة 82.4%، حيث كانت اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مرتفعة بنسبة 82.4%، وإدراك القائمين بالاتصال في التلفزيون الأردني أهمية توفر التسهيلات المتاحة والتدريب ومعالجة العقبات من قبل المسؤولين في الإدارات العليا لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي كان مرتفعاً. الكلمات المفتاحية: اتجاهات القائم بالاتصال، التلفزيون الأردني، الذكاء الاصطناعي، غرف الأخبار.

The Trends of the Communicator in Jordan TV towards Employing Artificial Intelligence Applications in Newsrooms

Prepared by: Qasem Zaid Abu Zaid

Supervised by: Dr. Mahmoud Ahmad Alrajabi

Abstract

The study aimed to identify the attitudes of the communicators on Jordanian TV towards employing artificial intelligence applications in newsrooms. The questionnaire was distributed to a deliberate sample of 64 respondents who worked in the newsrooms of Jordanian TV, and six managers working at Jordanian TV were asked eight in-depth questions related to the topic. The study yielded a number of findings, the most important of which were the following: The level of knowledge of Jordanian TV communicators regarding the use of artificial intelligence applications in newsrooms was high, with a rate of 83.8%. The employment of artificial intelligence applications in newsrooms was high (86%) and this result confirms that the behavior of workers in newsrooms will be positive regarding the employment of artificial intelligence applications. The communicator on Jordanian TV was expected to perform well in using artificial intelligence applications in newsrooms, with a rate of 83.6%. As for the use of artificial intelligence applications in newsrooms, the rate was positive by 81.8%. The expected benefit of employing artificial intelligence applications in Jordan TV newsrooms ranked high with a rate of 82.4%, while the attitudes of the communicators at Jordan TV towards the professional and ethical challenges of employing artificial intelligence applications in newsrooms also ranked high with a rate of 82.4%. The level of awareness of the communicators on the Jordanian TV about the availability of facilities, training, and addressing the obstacles by the officials in the higher departments to employing the techniques of artificial intelligence was also high.

Keywords: The Trends of the Communicators, Jordanian TV, Artificial Intelligence, Newsrooms.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهدافها

أولاً: المقدمة

شهد العالم ثورة كبيرة في المجالات جميعها خلال العقد الأخير ولم يكن الإعلام بمعزلٍ عنها، حيث شهدت صناعة الإعلام وبخاصة العمل الصحفي تطورات كبيرة مستفيدة من التقدم التكنولوجي في مجال الاتصالات والمعلومات، وقد اتجهت مجموعة من المؤسسات الصحفية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) وغرف الأخبار المدمجة وظهور ما يُسمّى بصحافة الذكاء الاصطناعي (AI Journalism).

ساعدت الثورة الرقمية وإنجازها الأعظم شبكة الإنترنت في رسم استراتيجيات دول العالم نحو توظيف البيئة الرقمية ومستحدثاتها في المجالات السياسية الاقتصادية، والتجارية، والإعلامية وتشكل تطبيقات الذكاء الاصطناعي محور هذه الاستراتيجيات؛ لأنها تساعد بإنجاز أعمالٍ يقوم بها الإنسان لكن بسرعة أكبر وجهد أقل، وبدقة لا متناهية. حيث تقوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بجمع المعلومات والتقييم، والتحليل، والوصول إلى نتائج دقيقة في أقل وقتٍ ممكن.

ويتوقع المحللون أن يصبح الناس في عام 2030 أكثر اعتماداً على الذكاء الاصطناعي المتصل بالشبكة في الأنظمة الرقمية المعقدة (Pewresach center, 2018).

ومن المتوقع خلال السنوات القليلة القادمة، أن تشهد البشرية تسونامي رقمي وخصوصاً فيما يتعلق بالإعلام، وسوف يزداد توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؛ لذلك ظهر مفهوم ما يُسمّى بصحافة الذكاء الاصطناعي ومن المتوقع دخولها في كل ميادين الإعلام (Pavlik, 2016).

ولن يبقى استعماله وسيلة ترفيه فقط بل سيصبح وسيلة ضرورية، بسبب التطور الكبير الحاصل بشبكات التواصل الاجتماعي الذي أخذ يعمل على تشكيل الرأي العام، مما يجعل من الذكاء الاصطناعي حاجة ملحة يجب استخدامها.

وتعتمد صحافة الذكاء الاصطناعي على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل: البرمجيات، والخوارزميات؛ من أجل إنشاء قصص إخبارية تلقائياً دون أي تدخل من الإنسان، باستثناء المبرمجين الذين عملوا على تطوير هذه الخوارزميات؛ من أجل الاستفادة منها في مجال الصحافة. إضافة إلى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجوانب المهنية، والإدارية التي تتعلق بالعمل الصحفي (بريك، 2020).

يعمل توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية على توفير مميزات عديدة أهمها: دعم المهتمات الصحفية الروتينية، بالإضافة إلى تقديم إشعارات حول الأحداث والجدولة الآلية وتوليد القصص والمقالات الإخبارية، إضافة إلى تحليل بيانات معقدة وهائلة بوقت قياسي يحتاج الإنسان إلى وقت كبير لتحليلها، ويوسع التغطية الإعلامية إلى مناطق لا يستطيع الصحفيين الوصول إليها مثل مناطق الحروب، الصراعات، الزلازل، والفيضانات. ويعمل على تحسين التغطية الإخبارية في وقتها الفعلي ويزود الجمهور بالمحتوى الإخباري حسب اهتماماته وتفضيلاته بناءً على خوارزميات البحث التي يقوم بها (القاضي، 2021).

وقد تم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمعناها الحديث في غرف الأخبار لأول مرة في صحيفة نيويورك تايمز (The New York Times) في مشروع يسمى (المحرر) الذي تضمن تطبيق العلامات على الموضوعات الإخبارية المكتوبة بشكل تقليدي، إضافة إلى أن صحيفة واشنطن بوست (Washington Post) قامت على الإعتماد في وقت مبكر على نماذج متطورة

من تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك عبر برنامج (Heliograf)؛ من أجل تغطية دورة الألعاب الأولمبية في مدينة ريو دي جانيرو في البرازيل عام 2016، حيث قام البرنامج بجمع بيانات متعلقة بجدول الأحداث ونتائج الدورة والميداليات التي حصل عليها اللاعبون (Washington Post Blog, 2016).

وستقود تقنيات الذكاء الاصطناعي تحولاتٍ كبرى في مفهوم الإعلام وآليات عمله وبنية مؤسساته؛ لذلك قامت المؤسسات الإعلامية الكبرى والرائدة بالمبادرة بتطوير غرف الأخبار باستخدام برمجيات الكتابة الآلية وتقديم القصص المدفوعة بالبيانات مثل: صحف نيويورك تايمز، واشنطن بوست، ووكالة أسوشيتد برس. (الدبيسي، 2022، ص143)

وفي هذا السياق فإن توجه غرف الأخبار نحو تبني الذكاء الاصطناعي يعتبر مصدراً للآمال والمخاوف في وقت نفسه، حيث إن المتفائلين يعتبرون الذكاء الاصطناعي فرصة لتعظيم مهارات الصحفيين عبر أتمتة المهام الروتينية، وتوفير الوقت لعمليات الإبداع وتحليل البيانات من مصادر متعددة وتمكينهم من تحويل الكلمات المنطوقة والفيديوهات إلى نصوص، وتعمل على تسريع عملية التحرير الآلي وفقاً لسياسة التحرير وتخصيص المحتوى بعدة لغات وتعزيز خدمة العملاء، وهكذا تجعلهم يتغلبون على المعلومات الزائدة وضعف المصادقية والصحافة الرديئة عن طريق كشف الأخبار المزيفة، بالإضافة إلى إحداث تغييرات هيكلية بغرف الأخبار وتحويلها من خطوط الإنتاج الخطية إلى المعلومات الشبكية التي تمنح الصحفيين الهياكل اللازمة للسرد الآلي للنصوص (موسى وعبدالفتاح، 2020).

وبناء عليه فإن التحولات السريعة التي شهدتها وسائل الإعلام العالمية في مجال توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ستنتقل إلى باقي دول العالم، ومن المتوقع أن

تشهد وسائل الإعلام العربية ومنها الأردنية تحولات في بيئة العمل الرقمي، ولهذا تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

ثانياً: أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال دراسة اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، حيث ستعمل على إثراء المادة العلمية. وتكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

أ: الأهمية العلمية:

1. إثراء البحوث العلمية التي تركز على موضوع الإعلام الرقمي، والذكاء الاصطناعي في ظل التطور المتسارع في ثورة الإعلام الرقمي التي يشهدها العالم، حيث تتسابق المؤسسات الإعلامية العالمية والوطنية لتبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
2. الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال لتبني توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

ب: الأهمية العملية:

1. الإقبال الكبير على وسائل الإعلام، حيث أصبح تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ضرورة ملحة، حيث أن قدرة الذكاء الاصطناعي على جمع البيانات كبيرة جداً وسريعة مقارنةً مع القدرة البشرية، مما يعطي هذه الدراسة أهميتها.

2. تفتح الدراسة مجالات لمواكبة الإعلام الوطني للإعلام العالمي في توظيف تطبيقات

الذكاء الاصطناعي واللاحق بالمؤسسات الإعلامية العالمية في ثورة الإعلام الرقمي التي

يشهدها العالم.

ثالثاً: مشكلة الدراسة

أخذت خطوات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي تتسارع في المجالات السياسية،

الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية ومجالات الحياة كافة، وبرز في السنوات القليلة الماضية توظيف

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والتي أصبحت نموذجاً متقدماً في عمل المؤسسات

الإعلامية الكبرى في دول العالم، وبات توظيفها مؤشراً لمواكبة التحولات التي أحدثتها الثورة

الرقمية، كما أن الانفتاح على التحولات الرقمية بات أمراً حتمياً في معظم الدول، وأن تجاهل تلك

التحولات سيؤدي إلى تفاوت القدرات بين الإعلام الوطني والإعلام العالمي، وسيجعله غير قادر

على مواكبة التغييرات في الإعلام الرقمي التي أصبحت تمثل عاملاً مؤثراً في تكوين اتجاهات

الرأي العام. ومن هنا تبرز أهمية تبني وسائل الإعلام الأردنية، والإعلام الرسمي المتمثل بالتلفزيون

الأردني لاستراتيجيات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؛ من أجل تحديث

مؤسسات الإعلام الوطني ومواكبتها للتحولات المتسارعة، والمضي قدماً نحو الاستفادة من تطبيقات

الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ومعرفة المهارات اللازمة من أجل التكيف مع التقنية الجديدة

وملاحها المستقبلية.

وتأتي هذه الدراسة لسد فجوة بحثية، إذ لا توجد دراسات إعلامية في حدود علم الباحث سابقة

تناولت الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء

الاصطناعي في غرف الأخبار. ويرتكز المحور الأساسي لمشكلة الدراسة في الكشف عن اتجاهات

القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لتقبل توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، باستخدام المنهج المسحي، وتصميم استبانة لاستطلاع آراء أفراد عينة من العاملين في غرف أخبار التلفزيون الأردني، بالإضافة إلى إجراء مقابلات معمقة مع القائمين بالاتصال في التلفزيون الأردني، وذلك بناءً على فرضيات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها، إذ يُعد قبول التكنولوجيا، ونوايا استخدامها من أكبر التحديات التي تواجهها المجتمعات، والمؤسسات، ولا سيما المؤسسات الإعلامية العربية. ويمكن إيجاز مشكلة الدراسة بالتساؤل التالي: ما اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

رابعاً: أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. معرفة مستوى معلومات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.
2. التعرف على السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.
3. التعرف على الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.
4. التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

5. التعرف على المنفعة المتوقعة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني.

6. الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

7. معرفة مستوى إدراك القائمين بالاتصال في التلفزيون الأردني للتسهيلات المتاحة والتدريب ومعالجة العقبات من قبل المسؤولين في الإدارات العليا لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

8. معرفة الفروق في اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار التي تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟

خامساً: أسئلة الدراسة

ستحاول هذه الدراسة الإجابة على الأسئلة التالية:

1. ما مستوى معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

2. ما السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

3. ما الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

4. ما اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

5. ما المنفعة المتوقعة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني؟
6. ما اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟
7. ما مدى إدراك القائمين بالاتصال في التلفزيون الأردني توفر للتسهيلات المتاحة والتدريب ومعالجة العقبات من قبل المسؤولين في الإدارات العليا لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
8. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي والفئة العمرية ومستوى التعليم والوصف الوظيفي وسنوات الخبرة)؟

سادساً: حدود الدراسة

الحدود البشرية والمكانية: القائم في الاتصال في غرف الأخبار السياسية والإقتصادية والرياضية في التلفزيون الأردني.

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

الحدود الموضوعية: اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

سابعاً: محددات الدراسة

تتحدد نتائج الدراسة بمدى صدق أدوات الدراسة؛ لذلك تم عرض أداة الدراسة على لجنة من المحكمين من ذوي الاختصاص في الإعلام لبيان صدق الأداة، وكذلك تم إجراء المقابلات المعمقة مع ذوي الاختصاص وقياس ثبات الأداة بالطرق الإحصائية المتبعة، بما يؤدي الوصول إلى نتائج

إحصائية معتمدة، في ضوء ذلك، تم التأكد من صلاحية النتائج لتعميمها على غرف الأخبار في القنوات الفضائية الأردنية الأخرى.

ثامناً: مصطلحات الدراسة

الذكاء الاصطناعي: "هو الآلات التي يمكنها التعلم من خلال التجربة، ومحاكاة الذكاء البشري في تأدية المهام، وقدرتها على القيام بتطوير نفسها آلياً استناداً إلى المعلومات التي تقوم بجمعها وفحصها والتتقيب فيها واستخراج الأنماط منها". حيث يمكن للمؤسسات الإعلامية استخدام الذكاء الاصطناعي لإتمام عدد كبير من المهام التي تشكل سلسلة الإنتاج الصحفي، بما في ذلك الكشف عن البيانات واستخراجها والتحقق منها وإنتاج القصص والرسومات والنشر (مع الفرز والاختيار وتحديد الأولويات المرشحات) ووضع علامات على المقالات تلقائياً". (Dierickx, 2021)

- ويعرف إجرائياً، بأنه عبارة عن مجموعة من التطبيقات والبرمجيات التي تساعد الصحفيين والإعلاميين والمحررين في العمل الإخباري، حيث تقوم بجمع وتحليل بيانات ضخمة بوقت قصير وبدقة عالية جداً، بالإضافة إلى دراسة الجمهور المستهدف، ومعرفة الأنماط التي يفضلها؛ مما يسهل عمل الصحفيين والعاملين في مجال الإعلام.

الاتجاه: هو أسلوب 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 تولّد تأثيراً ديناميكاً على استجابة الفرد، تساعد على اتخاذ القرارات المناسبة سواء أكان بالرفض أم بالإيجاب فيما يتعرض له من مواقف ومشكلات، ويتأثر بالخبرات، والبيئة الاجتماعية، والثقافية، ووسائل الإعلام دور في التأثير، وفي تشكيل الاتجاهات. (الدبيسي، 2017)

- ويعرف إجرائياً، بأنه الميول والرغبات للقائمين بالاتصال في التلفزيون الأردني في وعي وتقبل برمجيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

القائم بالاتصال: الشخص الذي يتولى إدارة العملية الإتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الإتصالية برمتها (فوال، 1992).

- ويعرف إجرائياً، بأنهم مجموعة من الصحفيين الذين يعملون في غرف الأخبار التلفزيونية بهدف صناعة الأخبار وكتابة التقارير، والذين يؤدون دوراً فعالاً ومباشراً في إنتاج الرسائل الإعلامية.

غرف الأخبار: عرّفها روبنسون، بأنها صحيفة، مكتب، محطة إذاعية أو تلفزيونية، حيث يتم جمع الأخبار وإعداد التقارير لنشرها أو إذاعتها. وينطوي ذلك على أنها المكان الذي تُجمع فيه الأخبار وتُضم إلى بعضها البعض، وتُحرر أو لصحيفة أو للبت. ومن ثم، فهي مكان محوري يُسهّل للمحررين والمنتجين والمحققين الصحفيين ومقدمي الأخبار وغيرهم من أفراد الفريق التعاون وجمع الأخبار للنشر في الصحف والمجلات أو للبت على التلفزيون أو الإذاعة أو للنشر عبر الشبكات. على الجانب الآخر، غرف أخبار أو صحافة الإنترنت، هي بالأساس صفحة ويب بسيطة دورها هو عرض كل الإصدارات الإعلامية وكذلك أخبار الشركة في مكان واحد. وبناءً على تعريف غرفة أخبار الإنترنت، يعني ذلك أنها المكان الذي يتاح فيه السيطرة الكاملة على القصة، وصنع القرارات حول ما ينبغي بثه أو إعلانه (Robinson, 2011).

- ويعرف إجرائياً، بأنه الأماكن التي يعمل بها المحررون والصحفيون، حيث يقومون بتأدية دور رئيسي في جمع الأخبار ونشرها إلى الجمهور عبر إيصال المعلومات وعرضها بطريقة تلفت انتباه المشاهدين.

التلفزيون الأردني: انطلق التلفزيون الأردني ليكون المحطة الرسمية في الأردن عام 1968، حيث أعطى الملك الحسين بن طلال شارة البدء لانطلاق البث ليكون الأردن من الدول الرائدة في البث التلفزيوني (المناصر، 2018).

- **ويعرف إجرائياً،** بأنه التلفزيون الرسمي للمملكة الأردنية الهاشمية والذي يعنى بنقل الأخبار، البرامج، والمؤتمرات المحلية والدولية، وبث البرامج المتنوعة.

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري

النظرية: " هي مجموعة من المفاهيم المتداخلة والتعريفات التي تفسر وتنتبأ بالظواهر (الحقائق Facts)، ويعرف البعض الآخر النظرية على أنها مجموعة التنظيمات التي تحدد العلاقة السببية بين المتغيرات" (الضامن، 2007).

النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

The Unified Theory of استخدام التكنولوجيا تعتبر النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا Acceptance and Use of Technology إحدى التوجهات النظرية الجديدة التي تقوم بالإهتمام بدراسة ما يحدث في عقول الناس عندما يقومون باستخدام تطبيقات التكنولوجيا في السياق التنظيمي والمهني، حيث تقوم باختبار تأثير مكونات الفرد الداخلية كالمعتقدات والاتجاهات والمكونات الخارجية المتمثلة في البيئة المحيطة والإمكانات المتاحة لديهم، ودراسة المتغيرات الوسيطة والتي تتمثل في النوع والخبرة وطوعية الإستخدام (Schaik, 2009).

ويعتبر فينكانيش Venkatesh وموري Morés وديفيز Davis أول من وضعوا حجر الأساس لهذه النظرية، فقد قاموا بدراسة مدى قبول المستخدمين للتعامل مع أي تكنولوجيا جديدة كعملية للتنبؤ وتبرير مدى قبول الأشخاص للتكنولوجيا، وقد ظهرت فكرة هذه النظرية نتيجة لتعدد النظريات والنماذج التي استخدمت في تفسير سلوك قبول التقنية من قبل مستخدميها (Martins, et al. 2014).

وقد قام فينكاتيش Venkatesh وزملاؤه بشرح وتنقيح ومقارنة عدة نظريات ونماذج مهيمنة ومسيطرة ومستخدمة تقوم بشرح سلوك قبول التقنية من قبل المستخدمين وهي **نظرية الحدث** Theory of Reasoned Action، **ونموذج قبول التكنولوجيا** Technology Acceptance Model، **ونموذج الدافعية** Motivational Model، **ونظرية سلوك المخطط** The Theory of Planned Behavior، **ونموذج الانتفاع من أجهزة الكمبيوتر الشخصية** Model of PC Utilization، **ونظرية انتشار المبتكرات** Innovation Diffusion Theory، **ونظرية المعرفة الاجتماعية** Social Cognitive Theory، يعود ذلك إلى ما واجهه الباحثون من عقبات في مشكلة اختبارات النظريات المتعددة التي تعمل على تفسير استخدام التكنولوجيا، فمنها ما بالغ في الأثر الإيجابي للتكنولوجيا لخبرة الاستخدام في الاتجاهات السلوكية، والطرف الآخر بالغ في تأثير معتقدات المستخدم، أما الطرف الآخر ففقد أغفل تأثير المتغيرات الوسيطة مثل العمر، الخبرة، وطوعية الاستخدام (Venkatesh, et al, 2003).

هناك بعض النماذج التي لم تقم بتفسير قوي يقوم بالتنبؤ بدرجة قبول استخدام الأشخاص للتكنولوجيا مثل: **نموذج قبول التكنولوجيا** Technology Acceptance Model، حيث يعتبر هذا النموذج أحد النماذج التي قام فريد ديفيز باقتراحها الذي استهدف التعرف على درجة قبول استخدام الأشخاص للتطبيقات التكنولوجية ونية الاستخدام الفعلي وافترض النموذج أن سلوك الأشخاص يتأثر بنوعين من المعتقدات، الأول الاعتقاد بفائدة الاستخدام Perceived Usefulness، والثاني **الإعتقاد بسهولة الاستخدام** Perceived Ease of Use وهذان المعتقدان يؤثران في اتجاهات الشخص نحو تبنيه للتطبيقات التكنولوجية (Hwang, et al.2016).

وقد وظفت الدراسة الحالية النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا؛ لأن فروضها الأساسية تتوافق مع أهداف الدراسة الرامية إلى قياس اتجاهات العاملين في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني حول فائدة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستوى الإعتقاد بسهولة استخدام تلك التطبيقات في غرف الأخبار.

التلفزيون الأردني

قام الملك الحسين بن طلال بافتتاح محطة التلفزيون الأردني في منطقة أم الحيران في 27 نيسان عام 1968، حيث كانت ساعات البث في البداية أربع ساعات يومياً، تبدأ من الساعة السابعة وحتى الحادية عشر مساءً، وبعد ذلك زادت ساعات البث إلى خمس ساعات، وفي العام 1970 و 1971 بدأ التلفزيون الأردني بعمليات النقل الخارجي والبث العلمي بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم (التلفزيون الأردني، 2020).

وفي عام 1972 بدء البث من قناة جديدة؛ حيث تم تخصيص القناة الأولى للبرامج المحلية والعربية والقناة الثانية للقناة الأجنبية وبذلك أصبح التلفزيون الأردني أول قناة عربية تقوم ببث برامج باللغة الأجنبية، كما أصبح يقدم برامج باللغات العربية والانجليزية والفرنسية والعبرية وبعدها بعام ارتبط التلفزيون الأردني بالأقمار الصناعية عن طريق المحطة الأرضية في منطقة البقعة، فأصبحت البرامج التلفزيونية تبث مباشرة من مراكزها المختلفة، بالإضافة إلى نقل الأحداث والفعاليات العالمية الكبرى. (المناصير، 2018)

وفي عقدي السبعينيات والثمانينيات استطاع التلفزيون النهوض بالدراما الأردنية، وفرض الإنتاج التلفزيوني الأردني نفسه بقوة على خريطة الإنتاج العربي حيث أصبح منافساً قوياً للإنتاج الدرامي العربي، كما أصبح محل ثقة وتقدير المشاهد الأردني والعربي على حدٍ سواء.

وفي بداية التسعينيات وفي ظل الثورة الرقمية الهائلة التي شهدتها العالم في تلك الفترة، كما تم عام 1993 إنشاء القناة الفضائية الأردنية ليصل البث المباشر منذ ذلك الحين إلى المنازل مباشرة، وليخرج التلفزيون الأردني من إطاره المحلي إلى الإطار العربي والإقليمي والعالمي الواسع بما يقدمه من برامج وأخبار ومنوعات ومسلسلات درامية. (التلفزيون الأردني، 2020)

تم إدارة المحطة الفضائية الأردنية من قبل الإعلامي عدنان الزعبي قبل أن تندمج مع القناة الأرضية ليصبحا قناة واحدة. بحيث أصبحت دائرة الأخبار في التلفزيون الأردني أول دائرة أخبار في الوطن العربي تُدخل نظام الحاسوب في معالجة وتحرير الأخبار.

تطوّر التلفزيون الأردني بصورة كبيرة خلال الفترة الماضية؛ حيث أدخلت خدمات جديدة وغير مسبقة كخدمة البث المباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، وإنستغرام وأصبحت له صفحات رسمية على هذه المواقع يقوم بنشر الأخبار والبرامج من خلالها، إضافة إلى إدخال خدمة HD والتي تعتبر من الخدمات المتطورة في وضوح وجودة العرض التلفزيوني (العمر، 2015).

غرف الأخبار في التلفزيون الأردني

تتكون غرف الأخبار من ثلاثة أقسام رئيسة: وهي الأخبار السياسية، الأخبار الاقتصادية، والأخبار الرياضية. ويقوم صحفي الأخبار بعدة مهام من ضمنها تقديم هذه الأخبار بطريقة تأخذ بالاعتبار تفضيلات الجمهور، ويقوم أيضاً بجمع أكبر قدر من المعلومات عن الأخبار التي يسعى لبثها، بالإضافة إلى متابعة ومواكبة الأخبار والأحداث الحالية المحلية والدولية أولاً بأول، ويعمل على تقديم الأخبار والأحداث إلى الجمهور بطريقة محترفة وعلى مستوى عالٍ، ويعمل على تغطية جميع أنواع القصص والأخبار للجمهور ويعمل على تغطية المؤتمرات والفعاليات والندوات في جميع محافظات المملكة، أما بالنسبة لنوعية الأخبار فتعتبر الأخبار السياسية هي كل ما يتعلق

بالسياسة من حروب ونزاعات وصراعات وعلاقات بين الدول ومؤتمرات دولية وأحداث سياسية محلية أو عربية أو عالمية، أما الأخبار الإقتصادية فهي عبارة عن الأخبار التي تتعلق بمواضيع اقتصادية مثل: أخبار بورصة عمان، بيانات ونشرات البنك المركزي، وزارة المالية، والأخبار التي تتعلق بالعملات وأسعار الأسهم، بالإضافة إلى البورصات والأوضاع الاقتصادية العربية والعالمية والأزمات العالمية التي تضرب الدول والمناطق في العالم ككل. أما بالنسبة للأخبار الرياضية فهي الأخبار التي تتحدث عن الأحداث الرياضية سواء على المستوى المحلي أو الدولي كأخبار دوريات كرة القدم وكرة السلة وغيرها من الرياضات التي يتم تنظيمها بشكل رسمي ودولي. (العمارين، 2022)

وهناك قسم آخر في التلفزيون الأردني، وهو قسم التبادل الإخباري الذي يهدف إلى تبادل الأخبار بين دول العالم من أجل تغطية المؤتمرات الدولية والتي يتم حجز فترات بثها عن طريق الأقمار الاصطناعية الخاصة والخطابات المسؤولين الدوليين، مثل خطابات جلالة الملك عبدالله الثاني في المحافل الدولية، ويتم مشاركة المواد المحلية عبر برنامج ASBUCloud من أجل التنسيق بين المحطات الفضائية فيما بينها.

صحافة الذكاء الاصطناعي

يمكن تعريف صحافة الذكاء الاصطناعي، على أنها الإمكانيات التي قامت التقنية بإتاحتها من التعلم الآلي والشبكات العصبية المعقدة ومعالجة اللغة الطبيعية وتوليد اللغة الطبيعية والتخلص التلقائي والرؤيا الحاسوبية بحيث يمكن للمؤسسات الإخبارية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في أتمتة العديد من المهام التي تشكل سلسلة الذكاء الاصطناعي، ومن ذلك البحث

عن البيانات واستخراجها وتدقيقها وإنتاج القصص الإخبارية والرسومات البيانية ووضع العلامات على البيانات تلقائياً (القاضي، 2021).

ويمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى وتنظيمه بكفاءة، والتي كانت تقليدياً بمثابة مشكلة خطيرة تواجه العاملين في التلفزيون بسبب نقص البيانات الوصفية، كما تساعد الخوارزميات في تحسين كفاءة شبكات التوصيل وهي ميزة كبيرة لمشغلي التلفزيون المدفوع الذين يرغبون في تحسين جودة البث حيث يتنافس منتج المحتوى على تقديم أعمال إبداعية تجذب الجمهور، ولتجنب ازدواجية المحتوى على المنتج أو المذيع فهم تفضيلات الجمهور وسلوكهم من خلال التعلم الآلي والتنبؤ بالفيديوهات التي يحتمل أن يشاهدها الجمهور (عبد الحميد، 2020).

ولقد أسهم المصور الآلي أو ما أطلق عليه "الكاميرا الروبوت" في أن يكون بديلاً فعالاً عن المصور التقليدي داخل الاستوديوهات التلفزيونية، وكذلك استخدام الطائرات الصغيرة المسيّرة بدون طيار لتصوير الأحداث، وهو ما يؤدي مستقبلاً أن يكون هناك قدرة على تطوير روبوتات قادرة على التفاعل مع محيطها للتصوير، وإرسال تقارير تصف واقع ما يحدث داخل بؤر الصراعات والحروب بحيادية ومهنية، ما يُسهم أيضاً في تقليل الخسائر البشرية ويزيد من كفاءة التغطية الإخبارية.

وتساعد الصحافة الآلية المحطات التلفزيونية في جمع الأخبار آلياً بواسطة الأدوات التي تساعد على الوصول إلى المعلومات الجديرة بالاهتمام وتصنيفها منها منصات التواصل الاجتماعي، وذاكرة التخزين المؤقت للوثائق التي توفر إرشادات حول مصداقية المحتوى والمساهمين.

وتشمل هذه الأدوات تطبيق داتاميز الذي يقدم التنبيهات والنصائح المبكرة للأخبار العاجلة في الوقت الحقيقي لغرف الأخبار، ويساعد على تكوين الأخبار الحاسوبية، وعرضها بالاستفادة من توليد اللغة الطبيعية والذكاء الاصطناعي لإنشاء نصوص إخبارية مكتوبة ومسموعة ومرئية. ويعتمد الصحفيون حالياً على تطبيق داتاميز في أكثر من 650 غرفة أخبار حول العالم على مدار الساعة يوميا للحصول على الأحداث العاجلة والمعلومات مما يكسبها ميزة إضافية في الإبلاغ عن القصص الأكثر صلة بالجمهور. (الدبيسي، 2022)

أهم الفضائيات الإخبارية العالمية التي أدخلت تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى بيئتها الداخلية

قناة BBC

هي هيئة إعلامية مستقلة تنقل الأخبار والمعلومات، ومقاطع الفيديو، تأسست عام 1922 على يد مجموعة من الشركات الخاصة، وأطلقت في شهر مارس من عام 2008 قناة إخبارية ناطقة باللغة العربية والمقر الرسمي للقناة المملكة المتحدة / لندن - إنجلترا.

بدأت قناة BBC باعتماد تطبيقات الذكاء الاصطناعي عام 2017، حيث بدأت في إنتاج الفيديوهات الترويجية لمقاطع الفيديو والبرامج المختصرة لعرض موجز للمشاهدين لمقدمات البرامج عبر خاصية Automated Video Digest، وتصوير اللقطات الحية عبر كاميرات الدرون، والمصور الآلي داخل الاستوديوهات، واستخدام البحث التلقائي عن كمية ضخمة من المعلومات، لمعرفة الموضوعات ذات الصلة لعرضها على المنتجين والمشاهدين اللاحقين، وتطوير تقنية تحليل الصور لتحديد الشخصيات داخل البرامج التلفزيونية، كما طبقت القناة على موقعها تقنية الصوت الاصطناعي والمستند على تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث يقوم بتحويل المقالات النصية إلى كلام مسموع، وقراءتها بصوت عالٍ، بدورها تعاونت القناة مع شركة مايكروسفت لإنشاء البرنامج

باستخدام شبكات عصبية عميقة لإنتاج صوت اصطناعي، ونبرة طبيعية وتعبير واضح للكلمات، ومن الجدير بالذكر أنه بمقدور الأداة التعرف على سلوكيات المستخدمين، وتحديد أولوياتهم واهتماماتهم. كما استخدم التلفاز الياباني مذيع الذكاء الاصطناعي عبر جودة الصوت، وخوارزميات التعليم الآلي.

قناة NHK

تأسست القناة عام 1953، على يد مالكة إن إتش كي، والمقر الرسمي للقناة في طوكيو عاصمة اليابان حيث طور التلفزيون نظاماً آلياً لتوليد الصوت لبرامج الطقس بأسلوب مشابه للمذيع المحترف، من خلال تجربة الإنتاج التلقائي في شهر مارس من عام 2019، ويشمل ذلك أخبار وتقارير توقعات الطقس سواء اليومية أو حتى الأسبوعية ودرجة الحرارة وهطول الأمطار، وكذلك استخدام التعليق الصوتي الآلي المباشر في الألعاب الرياضية عبر قاعدة بيانات مسجلة بأسماء اللاعبين والنتائج وأوقات المباريات.

CNN

هي شبكة تلفزيون سلكي، تأسست عام 1980، على يد تد تيرنر، وتعود لمالكها وارنر ميديا، المقر الرسمي للقناة في مدينة نيويورك بالولايات المتحدة، حيث استخدمت شبكة CNN تقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال توسيع التغطية الإعلامية في مناطق لا يستطيع الصحفي الوصول إليها، مثل مناطق الحروب، والنزاعات، الكوارث الطبيعية كالفيضانات والزلازل والبراكين، وتغطية الأخبار الفعلية حول فيروس كورونا، واستخدمت شبكة CNN الإخبارية نظام الدردشة الآلية Chat boot؛ لإرسال تقرير يومي لحساب المستخدمين على منصة Facebook Messenger & حول الأحداث المهمة التي تهم المستخدمين بناءً على اهتماماتهم المسبقة.

استخدامات صحافة الذكاء الاصطناعي

هناك العديد من الاستخدامات التي يمكن توظيف الذكاء الاصطناعي فيها، ومن أهمها

(Graefe, 2016):

دعم المهمات الصحفية الروتينية، من خلال تقديم التنبيهات حول الأحداث، والجدولة الآلية

للمحتوى، وتوليد القصص والمقالات الإخبارية

1- تنفيذ إجراءات معقدة بناءً على كميات هائلة من البيانات، وتوسيع التغطية الإعلامية

في المناطق التي لا يستطيع الصحفي الوصول إليها كمناطق الحروب والنزاعات،

والبيئات المناخية الخطرة مثل مناطق الفيضانات، البراكين، والزلازل، وذلك باستخدام

المراسل الآلي.

2- تزويد الجمهور بالمحتوى الإخباري حسب اهتماماته وتفضيلاته استناداً إلى خوارزمية

البحث والتوصية وغيرها.

مهام صحافة الذكاء الاصطناعي

للذكاء الاصطناعي عدة مهام يقوم بها؛ من أجل تسهيل عمل الصحافة ومن أهمها

(Trends, 2022):

1- التنبيهات: حيث يمكن للذكاء الاصطناعي فحص قواعد البيانات الضخمة وإرسال

تنبيهات للصحفيين بمجرد ظهور اتجاه أو جنوح من البيانات الضخمة. ويمكن أيضاً أن

يوفر لمنتجي المحتوى وأدوات الناشرين لتحديد الأخبار المزيفة وتقليل تأثيرها على

قراءها.

2- نسخ المقابلات الصوتية والمرئية: يمكن للذكاء الاصطناعي، أن يوفر وقتاً ثميناً

للصحفيين عن طريق نسخ المقابلات الصوتية والمرئية، ويقوم بتحويل البيانات الصوتية

إلى نص حتى يتمكن الصحفيون من التركيز على استخلاص الأفكار بدلاً من نسخ

المقابلات الصوتية أو المرئية.

3- دعم العمليات الصحفية: يمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي تحسين العمليات الصحفية

وسير العمل، ويساعد المؤسسات على تبسيط عملياتها الموزعة لجمع المعلومات،

والإتصال بالمصادر والعمليات الخلفية مثل، التعامل مع المعلنين والداعمين (القاضي،

2021).

4- استخدام الروبوت كمراسلين إخباريين: رغم غزوة الصناعة والرعاية الصحية والتسويق

من قبل الروبوتات، إلا أنها موجودة الآن في غرف الأخبار أيضاً، حيث حققت وكالة

أنباء شينخوا التي تديرها الدولة في الصين تقدماً كبيراً، من خلال نشر روبوت باسم

"مرساة الذكاء الاصطناعي الإنجليزية".

5- تحيز الضوابط: يعتبر التحيز مشكلة كبيرة تواجه صناعة الإعلام، حيث يعمل على

الحد من موثوقية وسائل الإعلام، إلا أن الذكاء الاصطناعي يساعد في تقليل التفسير

الذاتي لبيانات الإنسان حيث يتم تدريب خوارزميات التعلم الآلي على مراعاة الدقة.

توجهات الأردن لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الرسمية

أعدت وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة الأردنية خطة تتضمن ملامح سياسة استخدام تطبيقات

الذكاء الاصطناعي التي أقرها مجلس الوزراء الأردني بتاريخ 12 كانون الأول من العام 2020.

(وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، 2020) ونصّت هذه الخطة ما يلي:

1- " تنشيط استخدام الذكاء الاصطناعي في كل القطاعات الاقتصادية مثل الخدمات

الحكومية الرقمية والصحة والتعليم والطاقة والمياه والمدن الذكية والقطاعات المالية".

2- "توفير الظروف والبيئة المناسبة للذكاء الاصطناعي ليشمل البيئة التشريعية والتنظيمية والتكنولوجية.

3- "تحديث البنية التحتية حتى تتناسب مع احتياجات الذكاء الاصطناعي وتوظيف المعرفة من أجل تطوير مختلف القطاعات داخل الدولة".

4- "العمل على تطوير دور القطاع العام في تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقنياته وإنشاء المؤسسات اللازمة بالشراكة مع القطاع الخاص لتعزيز الإنتاج وتحقيق التنمية المستدامة".

5- "تعزيز بيئة الاعمال الخاصة بالذكاء الاصطناعي ورفع الاستثمار عليها ودعمها ودعم المبادرات التي تتعلق بها".

6- "إنشاء منظومة للبحث العلمي من أجل تطوير التطبيقات والتدريب في مجال الذكاء الاصطناعي، ودعم تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي".

7- "زيادة وعي المستوى العام والثقة بالتكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في القطاع العام وكافة فئات المجتمع الأردني".

غرف الأخبار الحديثة

خلال العقدين الأخيرين شهدت صناعة الإعلام تحولات كبيرة تعتمد على التفاعل بين عمليات متناقضة ومتكاملة في نفس الوقت لمنصات إعلامية مختلفة، مما أدى إلى إعادة هيكلة مؤسسات الإعلام وتطوير النماذج الاقتصادية والإدارية والتحريرية التي تتبع لها. وقد باتت غرف الأخبار الحديثة تقدّم محتوى لقنوات نشر عديدة دون وجود وسيط معين، وهو ما انعكس على الإنتاج

الإعلامي بما يعنيه من مزيج بين التقنيات الحديثة ويشمل من أبعادٍ تقنية واقتصادية وثقافية فيه.
(عبد الفتاح، 2016)

قدّمت الدراسات العديد من المحاولات لتوصيف النماذج الإدارية التي اتبعتها المؤسسات الصحفية في إدارة غرف أخبارها التي باتت تتمتع بمنصات متعددة للنشر في ظل الإمكانيات الجديدة التي منحتها تقنيات الاندماج وتبعات عمليات الإنتاج والنشر والاستهلاك الإعلامي، ففي عام 2005 قام ديلي وديمو وسبيلمان بوضع نموذج لفهم منصات الصحافة في غرف الأخبار تحت مسمى الاندماج، والذي وصف اندماج المنصات الإعلامية باعتبارها نطاقاً ديناميكياً يتكون من خمسة مستويات تمتد من أقل إلى أعلى درجات التكامل. (Dailey, et al, 2005)

ومن أجل وصف مستويات الاندماج في غرف الأخبار من الانعزال إلى الاندماج الكامل استخدم ساما ينجو وصفاً مقتبساً من الإصدارات الإلكترونية، الإصدار الأول يعبر عن غرف الأخبار متعددة الوسائل التي يتم فيها إدارة كل من الإصدارين الرقمي والإلكتروني بشكل منفصل عبر فريق تحريري متخصص لكل منهما، أما الثاني فهي غرف الأخبار ذات الوسائل المتقاطعة والتي لا يقدّم فيها المراسلون والكتاب عملهم لمنصة بعينها ولكنهم يعاونون زملائهم بالمنصات المختلفة مما يعني وجود قدرٍ من التنسيق والتعاون بين المنصات، ويعبر الثالث عن غرف الأخبار التكاملية والتي لا يكون فيها أي قدرٍ من المسؤولية التحريرية أو التكلفة بإنتاج صحفي لمنصة واحدة باستثناء فريق إنتاج يتخصص في العمليات الإنتاجية لكل منصة وفيما عدا ذلك يتم إنتاج أنماط متنوعة من المحتوى للقنوات الإعلامية المختلفة من خلال مسارٍ كاملٍ ومحددٍ لتدفق الأخبار وبدء تخطيط الإنتاج. (Samaniego, 2009)

وقد بيّن سامانيجو ضرورة الانتقال التدريجي بين هذه المستويات حيث أن الانتقال المفاجئ يعتبر صادمًا لفريق العمل الذي قد لا يكون جاهزاً لهذا الانتقال على صعيد فريق التحرير أو الفريق التقني والمطورين من أجل استيعاب هذه القفزات، حيث ينبغي أن يتم بناء هذه التحولات بناءً على هدفٍ علمي واقتصادي وليس فقط بدافع التغيير أو المنافسة مع الحصول على الموافقة والدعم الكامل من الإدارة في ذلك. (Samaniego, 2009)

قديمًا كانت عملية الوصول للجمهور محصورة فقط في طرق تقليدية معروفة تسلكها كل وسائل الإعلام المحلية والدولية معاً باستثناء تلك المؤسسات الكبرى التي قرأت المشهد مبكرًا، وبدأت تستعد منذ سنوات لهذا التطور، فغيرت من طريقتها وأسلوبها ومحتواها، حتى لا تصطدم بهذا التحول الهائل. ومع ظهور التكنولوجيا وتطورها ظهرت صحافة الذكاء الاصطناعي، حيث يمكن وصف صحافة الذكاء الاصطناعي بثورة الإعلام الجديد، التي تعدّ متوافقة تمامًا مع تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، تلك التقنيات التي تنتشر استخداماتها في معظم جوانب حياتنا، والصحافة ووسائل الإعلام من ضمنها بالتأكيد. لذا؛ ظهر ما يعرف باسم "صحافة الروبوت Robot Journalism" التي تعتمد على الروبوت في تأدية بعض المهام الإعلامية كالتصوير واكتشاف بعض الأخبار الزائفة. (السيد، 2022)

ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

فيما يلي استعراضٌ لمجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية وفقاً لتسلسلها الزمني من الأقدم إلى الأحدث.

هدفت دراسة (Tatalovic, 2018) بعنوان: "روبوتات الكتابة بالذكاء الاصطناعي على وشك

إحداث ثورة في الصحافة العلمية: يجب علينا معرفة كيف تم القيام بذلك " **AI Writing bots**

are about to revolutionise science journalism: we must shape how

this is done" إلى معرفة مدى الإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة العلمية

الأميركية، من خلال تلخيص الدراسات والأبحاث العلمية ووضعها على شكل تقرير صحفي عبر

استخدام الأتمتة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة تحليل المضمون. وقد أظهرت نتائج

الدراسة أن الصحافة العلمية لم تقم بالاستفادة حتى الآن من تقنيات الذكاء الاصطناعي كما في

الصحف الرياضية والإقتصادية والسياسية، حيث أن الصحفيين الذين يعملون في الصحافة العلمية

لا يزالون غير مدركين لأهمية استعمال الذكاء الاصطناعي في إعداد التقارير الخاصة بالصحافة

العلمية.

تناولت دراسة (Indrati, Mani & Aras, 2018) بعنوان: "التحديات التي تواجه وسائل

الإعلام من خلال التقارب في السياق الإندونيسي" **Challenges to Mass Media**

Posed by Convergence in Indonesian Context" قياس اندماج التقنيات الذكية

وعلاقتها بكفاءة الصحفيين في غرف الأخبار وعقبات تطبيقها في مراحل الإنتاج الإخبارية بدءاً من

جمع الأخبار ووصولاً لنشرها. حيث اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة، وتم استخدام

المقابلات المعمقة والملاحظة المباشرة كأدوات دراسة. وقد كانت عينة الدراسة عبارة عن محرري

الأخبار والمنتجين وفريق الإندماج في تلفزيون مترو. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الإندماج الإعلامي بغرف الأخبار يمثل خياراً استراتيجياً يجب اتخاذه في المؤسسات الإعلامية؛ من أجل توسيع أسواقها في المستقبل.

وهدف دراسة (Strey, 2019) بعنوان: "توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة الاستقصائية" **"Making Artificial Intelligence Work for Investigative Journalism"** إلى التعرف على مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة الاستقصائية عن طريق التعرف على تقارير الصحافة الاستقصائية في الولايات المتحدة، التي تم تحريرها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. استخدمت الدراسة المنهج المسحي الوصفي وأداة تحليل المضمون أداة لجمع البيانات. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى استخدام عددٍ قليلٍ من قصص التحقيق عن طريق تقنيات الذكاء الاصطناعي. وأظهرت النتائج أيضاً أنّ تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تساهم في مهام إعداد البيانات مثل استخراج البيانات من وثائق متنوعة وربط سجلات قواعد بيانات متنوعة؛ مما سيؤدي إلى تطوير الصحافة الاستقصائية مع عدم الاستغناء عن الصحفيين.

وتناولت دراسة (Ali & Hassonh, 2019)، بعنوان: "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. استخدمت 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 تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يؤثر 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 تقنيات الذكاء الاصطناعي لا تشكل أي تهديد للقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية.

وتناولت دراسة (Biswal & Gouda, 2019)، بعنوان: "الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

نعمة أم نقمة " **Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane** " تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في إحدى وكالات Xinhua الصينية وعلى التحديات التي تواجه توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هذه الوكالة. 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 وتحرير 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 إلى أن الذكاء الاصطناعي مكن الوكالة من تطوير شكل جديد من عرض القصص الإخبارية والاعتماد على الواقع الافتراضي في العمل الصحفي.

تناولت دراسة (أبوعرقوب، 2019) بعنوان: "نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها" تقديم نموذج ومرجع للباحثين والصحفيين حول "غرف الأخبار التلفزيونية الذكية" والتحولت التي أحدثتها الوسائل والتقنيات الاتصالية الحديثة وأدوات الذكاء الاصطناعي في كل مراحل عملية الإنتاج الإخباري، وهيكلية غرف الأخبار، من منظور حتمية ماكلوهان التكنولوجية. واعتمدت الدراسة على المنهج النوعي وأداتي الملاحظة الميدانية الشخصية والمقابلات المعمقة لجمع وتحليل البيانات من داخل غرف أخبار قناتي الجزيرة العربية والانجليزية. خلصت الدراسة إلى عدة نتائج ومنها، أن غرف الأخبار الذكية تعتمد على ذكاء الإنسان ومن ثم ذكاء الآلة، وأن الوسائل الاتصالية الحديثة فرضت تغيرات عدة على مراحل عملية الإنتاج الإخباري الخمس الرئيسية (جمع الأخبار، التحقق والتثبت، المعالجة البصرية والتحريرية، النشر، التغذية الراجعة) والأدوات المستخدمة فيها، مما تطلب تغييرات في هيكلية غرف الأخبار لتواكب التطور الاتصالي وتستفيد منه لزيادة كفاءتها، كما أن استخدام الوسائل والأدوات الاتصالية الحديثة أثر بشكل مباشر على شكل ومضمون كل ما تنتجه غرف الأخبار الذكية.

وتناولت دراسة (موسى وعبدالفتاح، 2020) بعنوان: "اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية" الرصد الكمي والتفسير الكيفي لمواقف الصحفيين العاملين في غرف الأخبار والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبارها، وتحديد درجة جاهزيتها لتبني التقنيات والمهارات اللازمة؛ من أجل التأقلم مع بيئة العمل 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 الإعتماد على عينة عشوائية قوامها مئة وخمسون 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، إضافة إلى عدم توفر خوارزميات تحرير النصوص باللغة العربية.

وهدف دراسة (الخولي، 2020) بعنوان: "اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي: دراسة ميدانية" إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي في فترة شهرين. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة من الصحفيين الذين يعملون في مؤسسات مصرية حجمها (250) شخصاً وتم اختيارهم بطريقة عمدية من (16) صحيفة مصرية. وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الصحف المصرية تعتمد على التقنيات الحديثة والتكنولوجيا في العمل الصحفي خصوصاً في عملية الجمع والتحرير والإخراج والنشر بدرجة (67%). وأظهرت النتائج أيضاً أن الصحف المصرية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء المتطورة للذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بنسبة متوسطة كان معظمها في الصحف القومية والخاصة.

وهدف دراسة (بريك، 2021)، بعنوان: "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية دراسة ميدانية في إطار النظرية

الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) إلى رصد 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 استخدامها، 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 يونيو حتى سبتمبر 2019. وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى استخدام هذه التقنيات جاء منخفض بنسبة (34.2%)، ثم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة (33.6%) ثم بشكل متوسط بنسبة (26.6%) وأخيراً بشكل مرتفع بنسبة (5.6%).

وهدف دراسة (موسى، 2021)، بعنوان: "مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي" إلى النظر للمستقبل الصحافة الإلكترونية ضمن هيمنة تطبيقات الذكاء الاصطناعي لمهنة الصحافة التي بدأت تدخل باب العمل الإعلامي العالمية ومواكبة الرقمنة التي أصبحت تشمل جميع مناحي الحياة. كما هدفت أيضاً إلى استعراض أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والعمل الصحفي، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تقاطعاته مع مناهج الدراسات المستقبلية وتحديداً تقنية التنبؤ التكنولوجي. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الآراء اختلفت في مستقبل الذكاء الاصطناعي ما بين متحمسين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة وبين ناكرين لدورها وقدرتها على أن تكون بديلاً للصحافة التقليدية. وأظهرت النتائج أيضاً أنه على الصحفي أن يبذل جهده بالتخلي عن مهامه التي يقوم بها في الحافة التقليدية، وإيجاد مهام جديدة يكون للذكاء الاصطناعي الدور الأكبر فيها بسبب الدور المستقبلي الكبير الذي سوف يلعبه الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة.

وتناولت دراسة (الشمري، 2021) بعنوان: "الإعلام المرئي في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة استطلاعية" التركيز على التغيرات المحتملة في صناعة الرسالة الإعلامية في ضوء معطيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقه مثل تصميم المقاطع الصورية واختيار الجرافيك والمؤثرات الصورية، وركزت الدراسة على التحديات التي تواجه القائمين في المؤسسات الإعلامية، استخدمت الدراسة المنهج المسحي الوصفي على عينة من الصحفيين العاملين في غرف الأخبار. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك ضرورة لوجود قوانين وأنظمة لاستعمال الذكاء الاصطناعي في الإعلام؛ من أجل حماية الإنسان وحقوقه من سلوك الآلات ومن يقف خلفها، إضافةً إلى أن الذكاء الاصطناعي يمنح القدرة على استعمال الصحفي الآلة في مواقع وحالات وأوقات لا يمكن للصحفي الإنسان أن يقوم بها في المكان والزمان المحددين.

تناولت دراسة (العاصي، 2021) بعنوان: "تقييم خبراء الإعلام للأبعاد الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي" دراسة ميدانية" التعرف إلى مدى مصداقية وموضوعية وثقة خبراء الإعلام في المنطقة العربية بالمحتوى الإخباري المنتج بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي، إلى جانب كشف مسؤولية الجهات الإعلامية والتكنولوجية من الأخطاء التي تقع بها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري، وتوضيح إيجابيات صناعة الإعلام بواسطة الذكاء الاصطناعي، وإظهار خطورة تقنيات التزييف العميق، وتحيز البيانات، وغياب الوعي الذاتي لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتقليص الموظفين لصالح التقنيات وغيرها في صناعة الإعلام، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي حيث تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج ومنها، أن أبرز مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام: كان مجال (تتبع الأخبار العاجلة وتنبيه الصحفيين)، بنسبة بلغت (56.7%) في المرتبة

الأولى، وجاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال (تصميم ومونتاج وإخراج المحتوى آلياً) بنسبة بلغت (18.3%) في المرتبة الأخيرة، وأن أبرز التحولات والتغيرات التي تفرضها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في بيئة الإعلام الرقمي: تمثلت في (تغيير من مهام ومسؤوليات الصحفيين) بنسبة بلغت (78.3%)، من خلال (دمج خبراء البرمجة داخل غرف الأخبار) بنسبة بلغت (76.7%)، يليها (استبدال بعض الوظائف العملية بتقنيات الذكاء الاصطناعي وأدواته) بنسبة بلغت (73.3%)، (برمجة غرف الأخبار آلياً) بنسبة (56%)، وأن تقنيات الذكاء الاصطناعي «ما زالت تعتمد على لغة جافة ومفردات محدودة وتفتقر لأنسنة المحتوى الإخباري» وذلك بدرجة كبيرة بوزن نسبي بلغ (78.6%)، كما أظهرت نتائج الدراسة: أن «خوارزميات الذكاء الاصطناعي تُصدر في بعض الأحيان قرارات بالنيابة عن الصحفيين دون الحصول على موافقتهم» وذلك بوزن نسبي بلغ (65.6%) بدرجة متوسطة، وأن التحديات الناتجة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي تمثلت في (تحيز البيانات التي تستند إليها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى بنسبة (66.7%)، يليها (غياب الوعي الذاتي لخوارزميات الذكاء الاصطناعي) بنسبة (66.7%)، يليها (عدم جودة وصحة البيانات) بنسبة (65.0%).

كما أوصت الدراسة الجهات القانونية إلى وضع استراتيجية تساهم في صياغة تشريعات ودلائل أخلاقية ومهنية تضبط عملية إدخال الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام، على أن يشمل هذا الدليل حوكمة تقنيات الذكاء الاصطناعي وجعلها قابلة للمساءلة الأخلاقية والقانونية، وقابلة للشرح تقنياً قدر الإمكان، وأوصت الدراسة إلى تقليل الفجوة بين الصحفيين وخبراء البرمجة في المؤسسات الإعلامية والتكنولوجية، والشروع نحو إعادة هيكلة الإعلام وتحديث مؤسساته، وذلك على عدة مستويات على النحو الصحفي، والمستوى الإداري والمستوى الخاص بالبنية التحتية للمؤسسة الإعلامية.

وهدفت دراسة (فؤاد، 2021)، بعنوان: "اتجاه دارسي الإعلام في صعيد مصر نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي" إلى الكشف عن اتجاه دارسي الإعلام في صعيد مصر نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد طبقت على عينة عمدية متاحة قوامها (223) مفردة من طلاب الإعلام بالفرقتين الثالثة والرابعة المقيدتين بالعام الدراسي 2020-2021 في صعيد مصر، مستخدمة في ذلك الإستبانة كأداة لجمع البيانات. خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: توسطت معرفة دارسي الإعلام بمصطلح الذكاء الاصطناعي، واعتُبرت متابعة الأخبار التقنية مصدرهم الأول للتعرف على المصطلح، وارتفعت معرفة دارسي الإعلام بالمجالات الإعلامية المُستخدم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي، ولكن توسط تقييمهم لكفاءتها، كما تباينت التأثيرات المُدركة لاستخدام الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي لدى المبحوثين ما بين الإيجابية والسلبية، وقد لوحظ أن التأثيرات الإيجابية هي الأعلى حضوراً في أذهان المبحوثين. وكشفت نتائج الدراسة أن دارسي الإعلام لديهم اتجاه محايد نحو استخدام الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي، وقد لوحظ تقدم المُكون السلوكي على بقية مكونات المقياس، يليه مباشرة المُكون المعرفي، وقد توسطت شدة الإتجاه بهما، أما المُكون الوجداني فجاء بالمرتبة الأخيرة وقد لوحظ انخفاض شدة الاتجاه به، وقد ثبَّت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه دارسي الإعلام نحو استخدام الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي وكل من: المستوى المعرفي لديهم، وتقييمهم لكفاءة استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، والتأثيرات الإيجابية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، كما وُجدت علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معرفة دارسي الإعلام بمصطلح الذكاء الاصطناعي ومستوى المعلوماتية لديهم.

هدفت دراسة (الدلو، وأبو حشيش، وإسماعيل، 2022) بعنوان: "اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية" إلى التعرف على اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية، ومدى جاهزية المؤسسات لتوظيفها، ومتطلباتها، والمهارات اللازمة لها، ومجالاتها، وتحدياتها، تعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، وتم جمع بياناتها باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، بتطبيقها على (102) مفردة من خبراء الإعلام الفلسطينيين، بأسلوب العينة المتاحة في الفترة من 2021/8/30م وحتى 2021/10/1م. خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن معظم الخبراء يرون أن المؤسسات الفلسطينية جاهزة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت أهم مجالات استخدامها "متابعة الأخبار العاجلة والتغطية السريعة" بنسبة (80.0%)، يليها "التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها" بنسبة (73.5%)، ورأى الخبراء أن طبيعة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وعمل الصحفيين الفلسطينيين تكاملية تقوم على توظيف الصحفيين للتقنيات بما يخدم مهنة الصحافة بنسبة (61.8%)، وأوصت الدراسة باهتمام المؤسسات الفلسطينية بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوفير الإرادة العليا والبيئة والإمكانات اللازمة لعملها، وتدريب الصحفيين وإكسابهم مهارات التعامل معها، واستحداث مساقات جديدة في الجامعات الفلسطينية لتدريس التقنيات.

ثالثاً: التعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من استعراض الدراسات السابقة، عدم توافر دراسات إعلامية تبحث في توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار المؤسسات الإعلامية الأردنية. وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اعتماد المنهج المسحي باعتباره المنهج المناسب لتحقيق أهداف الدراسة، واستفادت

الدراسة الحالية من الإطار النظري للدراسات السابقة المتعلقة باتجاهات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وساعدت الدراسات السابقة أيضاً، في صياغة مشكلة الدراسة الحالية، وتحديد أهدافها، وصياغة أسئلتها، وقد تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأنها الدراسة الأولى التي اختصت بدراسة اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار. وأن معظم الدراسات التي تم عرضها تتناول موضوع توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام من زوايا مختلفة، حيث تم تحليل واقع توظيف الذكاء الاصطناعي في بعضها، والبعض الآخر قام باستطلاع رأي المختصين من إعلاميين وعاملين في مجال الإعلام في مستقبل الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام. كما تم الاستفادة من الدراسات السابقة في التوسع بمعرفة الإطار النظري لصحافة الذكاء الاصطناعي وتقنياتها وكيفية توظيف تطبيقاتها في وسائل الإعلام، حيث سيتم توظيف بعض المعلومات في الدراسة وأداة الدراسة، وسيتم أيضاً إجراء عمل مقارنات للدراسة الحالية مع نتائج الدراسات السابقة.

اهتمت الدراسة الحالية عن غيرها من الدراسات السابقة بالقائم بالاتصال في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني، حيث تمت دراسة توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، حيث أنه - وبحسب علم الباحث - لا توجد دراسة سابقة تحدثت عن نفس الموضوع في التلفزيون الأردني وفي غرف الأخبار، وهذا يعني أن هذا الدراسة هي أول دراسة من نوعها؛ لذلك تعتبر هذه الدراسة مميزة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

يتناول هذا الفصل الإجراءات التي تم استخدامها في هذه الدراسة، من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم، إضافة إلى مجتمع وعينة الدراسة، وأدوات جمع البيانات، كما يتناول صدق وثبات الأدوات المستخدمة، والأساليب الإحصائية التي استخدمت في التحليل لاستخراج النتائج النهائية للدراسة.

أولاً: نوع ومنهج الدراسة

تُعَدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها، والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة بها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من وراء استخدام هذه البحوث (المزاهرة، 2020).

وفي إطار الدراسات الوصفية استخدم الباحث المنهج المسحي، لكونه المنهج المناسب لهذه الدراسة، للتعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، حيث يعرف المنهج المسحي بأنه "التجميع المنظم للمعلومات من المستقصى منهم بهدف فهم و/أو التنبؤ بسلوك المجتمع محل الدراسة" (المزاهرة، 2010، ص167). إضافة إلى استخدام المقابلات المعمقة كونها تساعد على جمع كم كبير من المعلومات عن موضوع الدراسة، وتحقق عنصر المرونة بالبحث العلمي.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

تكوّن مجتمع هذه الدراسة من جميع العاملين في مجال التحرير والأخبار السياسية والإقتصادية والرياضية في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني، حيث يعرف مجتمع الدراسة بأنه: "كل المفردات التي يستهدفها البحث القائم" (المرعشلي، 2016، ص48).

أما عينة الدراسة التي تم اختيارها بطريقة قصدية - (عمدية) من ضمن العينات غير الإحتمالية (غير العشوائية) التي "يتم اختيارها وفقاً لأسس وتقديرات ومعايير معينة يضعها الباحث". (المزاهرة، 2020) فقد تكوّنت مما يلي:

1- عينة تمثل جميع القائمين بالاتصال في غرف الأخبار السياسية والإقتصادية والرياضية في التلفزيون الأردني والذين بلغ عددهم (70) مفردة، تم الحصول على ردود عدد (64) منهم.

2- عينة ممثلة من الكوادر القيادية المؤثرة في صنع القرار داخل المؤسسة البالغ عددهم (6) لأغراض المقابلة، كعينة عمدية للدراسة في فترة محددة هي من 2022/8/20م ولغاية 2022/11/20م، واستخلاص النتائج بما يحقق أهداف الدراسة ويجيب عن التساؤلات المطروحة.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات

تم استخدام كل من الإستبانة والمقابلة المعمقة أدوات لجمع البيانات للتعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، حيث تُعرّف الاستبانة بأنها: "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب" (المزاهرة، 2018، ص206)، وتعد الاستبانة "أحد الأساليب

الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات ومعلومات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة، أو من جميع مفردات مجتمع البحث، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدماً للتعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم، أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة " (بن مرسل، 2003، ص286).

أما المقابلة المعمقة فهي إحدى الأدوات المستخدمة في الحصول على بيانات كيفية، وهي عبارة عن مقابلة شخصية مباشرة للحصول على معلومات معينة حول موضوع أو قضية، ويهدف هذا النوع من المقابلات، إلى كشف محتوى وكثافة مشاعر وحوافز الأفراد، أو الدوافع الكامنة وراء سلوك معين من الذين تتم مقابلتهم تجاه ما يطرح من قضايا أو موضوعات.

رابعاً: صدق الأداة وثباتها

تم عرض إستبانة 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 في الملحق رقم (1) قائمة بأسماء المحكمين.

كما تم قياس ثبات الدراسة، باستخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا وقد بلغت نسبته (0.986).

خامساً: 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، بشكلٍ ساعد الباحث في صياغة عدد من الإستنتاجات التي توصل إليها تبعاً للأهداف المحددة باستخدام برنامج (SPSS).

سادساً: إجراءات الدراسة

- 1) تم تحديد الفكرة العامة للدراسة، وبناءً عليها تمت بلورة العنوان ليكون، اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار "دراسة مسحية".
- 2) تم تحديد مشكلة البحث، وأهداف، وأسئلة الدراسة.
- 3) تم البحث المعمق في الأدب النظري حول مواضيع مشابهة لموضوع الدراسة.
- 4) تم الرجوع إلى الدراسات السابقة المعنية بهذا الموضوع؛ بهدف تكوين فكرة عامة حول البحث والمنهج الذي تم استخدامه، والإطلاع على النتائج والتوصيات للاطلاع عليها في الدراسة الحالية.
- 5) تم تحديد مجتمع وعينة البحث المستهدفة في هذه الدراسة، والمنهج المستخدم.
- 6) تم استخلاص النتائج، ووضع التوصيات التي يمكن أن تحمل فائدة فيما يخص موضوع الدراسة، سواء في الجانب البحثي، أو حتى في الجانب النظري.

سابعاً: التحليل الإحصائي

- لتحليل البيانات ذات الصلة بأسئلة الدراسة فقد تم إجراء التحليلات التالية:
1. إيجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الاستبانة وعددها (30) فقرة.
 2. إيجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل مجال من مجالات الدراسة وعددها ستة مجالات.

ثامناً: 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 حدٍ) ما وأربع درجات للإجابة (موافق) وخمس درجات للإجابة (موافق بشدة).

ولقياس مستوى الالتزام والأداء وتحديد درجة الفاعلية والحكم على المتوسطات الحسابية تم استخدام التوزيع التكراري وقاعدة ستورجيس:

$$a = \frac{(Límite Superior - Límite inferior)}{k}$$

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى للبديل} - \text{الحد الأدنى للبديل}}{\text{عدد المستويات}}$$

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

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.

تضمنت الدراسة المتغيرات وهي:

- النوع الاجتماعي: وله فئتان: ذكر، أنثى.
- الفئة العمرية: ولها ثلاث فئات: أقل من 30 سنة، من 31 - 40 سنة، 41 سنة فأكثر.

- المستوى التعليمي: وله ثلاث فئات: بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه.
- الوصف الوظيفي: وله أربع فئات: محرر، مندوب صحفي، رئيس تحرير، مدير.
- سنوات الخبرة: ولها ثلاث فئات: من 1 - إلى أقل من 3 سنوات، من 3 - إلى أقل من 6 سنوات، من 6 سنوات فأكثر.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرضاً لتحليل البيانات وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة واستعراض أبرز نتائج الاستبانة، والتي تم التوصل إليها من خلال تحليل جميع فقراتها والمكونة من (30) فقرة، والوقوف على متغيرات الدراسة التي اشتملت على (النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، الوصف الوظيفي، سنوات الخبرة) لذا قام الباحث بإجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من استبانة الدراسة؛ إذ تم استخدام البرنامج الإحصائي للدراسات الاجتماعية (SPSS) للحصول على نتائج الدراسة التي سيتم عرضها وتحليلها في هذا الفصل.

أولاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة

1. التوزيع حسب النوع الاجتماعي

الجدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	47	73.4%
	أنثى	17	26.6%
	المجموع	64	100%

يتضح من الجدول السابق أن تفوق نسبة الذكور (73.4%) على نسبة الإناث (26.6%).

2. التوزيع حسب الفئة العمرية

الجدول (2)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	28	%43.8
	من 31 - 40 سنة	27	%42.2
	41 سنة فأكثر	9	%14.1
	المجموع	64	%100

يتضح من الجدول السابق أن معظم الفئة العمرية (أقل من 30 سنة) تبلغ نسبة (%43.8)، وأن الفئة العمرية من (31 - 40 سنة) تبلغ نسبة (%42.2)، وأن الفئة العمرية (41 سنة فأكثر) تبلغ نسبة (%14.1).

3. التوزيع حسب المؤهل العلمي

الجدول (3)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	بكالوريوس	52	%81.25
	ماجستير	10	%15.63
	دكتوراه	2	%3.13
	المجموع	64	%100

يتضح من الجدول السابق أن (%81.25) هم من فئة حملة شهادة البكالوريوس، وأن (%15.63) هم من حملة شهادة الماجستير، وأن (%3.13) هم من حملة شهادة الدكتوراه.

4. التوزيع حسب الوصف الوظيفي

الجدول (4)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوصف الوظيفي

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
الوصف الوظيفي	محرر	42	65.63%
	مندوب صحفي	10	15.63%
	رئيس تحرير	10	15.63%
	مدير	2	3.13%
	المجموع	64	100%

يتضح من الجدول السابق أن (65.63%) يشغل وظيفة مُحرر، وأن (15.63%) يشغل وظيفة مندوب صحفي ورئيس تحرير، وأن (3.13%) يشغل وظيفة مدير.

5. التوزيع حسب سنوات الخبرة

الجدول (5)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
سنوات الخبرة	من 1 - إلى أقل من 3 سنوات	7	10.9%
	من 3 - إلى أقل من 6 سنوات	13	20.3%
	6 سنوات فأكثر	44	68.8%
	المجموع	64	100%

يتضح من الجدول السابق أن (10.9%) يعمل بخبرة من (1 - إلى أقل من 3 سنوات)، وأن (20.3%) يعمل بخبرة من (3 - إلى أقل من 6 سنوات)، وأن (68.6%) يعمل بخبرة من (6 سنوات فأكثر).

ثانياً: الإجابة على أسئلة الدراسة ومناقشة نتائجها

هنا عرض لنتائج الدراسة وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة واستعراض أبرز نتائج الاستبانة التي تم التوصل إليها من خلال تحليل فقرات الاستبانة الموزعة على ستة مجالات بهدف التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وللإجابة على أسئلة الدراسة قام الباحث بإجراء تحليل لمكونات الاستبانة لمعرفة واقع متغيرات الدراسة عند مجتمع الدراسة من خلال إيجاد المتوسط والانحراف المعياري لفقرات ومجالات الدراسة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول ما مستوى معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

الجدول رقم (6)

معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

الرقم	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
1	لدي فكرة عامة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.	4.16	0.979	2
2	أملك معلومات عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.08	0.948	4
3	إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار أصبح امراً ضرورياً للعمل الصحفي.	4.09	0.955	3
4	أتابع توظيف بعض الفضائيات العربية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.42	0.887	1
	المتوسط العام	4.19	0.942	

يشير الجدول (6) إلى إجابات عينة الدراسة عن السؤال المتعلق بمستوى معرفة القائم

بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة (أتابع توظيف بعض الفضائيات العربية تطبيقات الذكاء

الاصطناعي في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي بلغ (4.42) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.19) وانحراف معياري (0.887)، فيما حصلت الفقرة (لدي فكرة عامة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام) على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.16) وانحراف معياري (0.979) فيما حصلت الفقرة إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار أصبح أمراً ضرورياً للعمل الصحفي على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.09) وانحراف معياري (0.955)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت فقرة امتلاك معلومات عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.948).

وبشكلٍ عام يتبين أن مستوى معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني التعرف على السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

الجدول (7)

التعرف على السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

الرقم	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
5	لدي رغبة في التدريب على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.41	0.938	2
6	اطالب الإدارة بإدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار لمواكبة التطورات الحديثة.	4.17	0.883	4
7	سأعاون مع زملائي لإنجاح استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.20	0.894	3
8	أجد فائدة عملية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.42	0.905	1
المتوسط العام		4.30	0.905	

يشير الجدول (7) إلى إجابات عينة الدراسة عن السؤال المتعلق بسلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة (أجد فائدة عملية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي (4.42) وانحراف معياري (0.905)، فيما حصلت الفقرة (التي رغبة في التدريب على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار) على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.41) وانحراف معياري (0.938)، وحصلت الفقرة سأتعاون مع زملائي لإنجاح استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار على المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.20) وانحراف معياري (0.0894)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت فقرة أطالب الإدارة بإدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار لمواكبة التطورات الحديثة بمتوسط حسابي (4.17) وانحراف معياري (0.883).

وبشكل عام يتبين أن مستوى السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني للاستفادة الايجابية من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث التعرف على الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

الجدول (8)

الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

الرقم	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
9	تقلل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الكثير من مهام العمل الروتينية	4.27	0.859	1
10	تساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في زيادة الانتاجية نوعا وكما.	4.20	0.858	2
11	تركز تطبيقات الذكاء الاصطناعي انتباه العاملين في غرف الأخبار على القضايا المهمة التي تهم الرأي العام	4.13	0.882	4

الرقم	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
12	تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي العاملين على تغطية معظم الاحداث الداخلية.	4.19	0.957	3
13	تزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي من كفاءة العاملين في اعداد التقارير الإخبارية المتميزة	4.20	0.995	2
14	تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الكتابة الابداعية للعاملين في غرف الأخبار.	4.06	0.833	5
	المتوسط العام	4.18	0.897	

يشير الجدول (8) إلى إجابات عينة الدراسة عن السؤال عن التعرف على الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة (تقلل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الكثير من مهام العمل الروتينية) بمتوسط حسابي (4.27) وانحراف معياري (0.859)، وجاءت الفقرتان (تساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في زيادة الانتاجية نوعاً وكماً وتزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي من كفاءة العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة) بمتوسط حسابي (4.20) وانحراف معياري للفقرة الأولى (0.858) والثانية (0.955)، وجاءت فقرة (تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي العاملين على تغطية معظم الأحداث الداخلية) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.19) وانحراف معياري (0.957)، وجاءت فقرة (تركز تطبيقات الذكاء الاصطناعي انتباه العاملين في غرف الأخبار على القضايا المهمة التي تهم الرأي العام) بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري (0.882)، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاءت فقرة (تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الكتابة الابداعية للعاملين في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي (4.06) وانحراف معياري (0.833).

وبشكل عام يتبين أن مستوى التعرف على الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني

لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع ما اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

الجدول (9)

اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

الرقم	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
15	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار له فوائد ايجابية بمواكبة التطورات.	4.08	0.914	3
16	يحقق استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار السبق والسرعة في نشر الأخبار.	4.11	0.911	2
17	يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار على إنتاج تقارير إخبارية متميزة.	4.03	0.942	4
18	يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الصحفيين على تجاوز الأخطاء في التحرير مثل الإملائية	4.13	0.934	1
المتوسط العام		4.09	0.925	

يشير الجدول (9) إلى إجابات عينة الدراسة عن السؤال ما اتجاهات القائم بالاتصال في

التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، فقد جاءت في

المرتبة الأولى فقرة (يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الصحفيين

على تجاوز الأخطاء في التحرير مثل الإملائية) بمتوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري

(0.934) وجاءت الفقرة (يحقق استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار السبق

والسرعة في نشر الأخبار) بمتوسط حسابي (4.11) وانحراف معياري (0.911)، وجاءت فقرة

(استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار له فوائد ايجابية بمواكبة التطورات)

بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.914)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت فقرة

(يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار على إنتاج تقارير إخبارية متميزة)
بمتوسط حسابي (4.11) وانحراف معياري (0.911).

وبشكلٍ عامٍ يتبين أن مستوى اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس ما المنفعة المتوقعة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني؟

الجدول (10)

المنفعة المتوقعة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني

الرقم	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
19	الارتقاء بمستوى العمل الإعلامي وتأثيره في الرأي العام.	4.08	0.914	4
20	تطوير العمل الريادي للتلفزيون الأردني.	4.05	0.898	6
21	يوفر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الجهد والوقت والمال	4.13	0.917	3
22	انشاء قصص اخبارية تعتمد على تحليلات البيانات الضخمة.	4.06	0.941	5
23	إنتاج الأخبار والتقارير الإخبارية المتخصصة تبعاً لتفضيلات القارئ الفردي.	4.23	0.938	1
24	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لسرد القصص الإخبارية بلغات متعددة، ومن زوايا مختلفة	4.14	0.924	2
المتوسط العام		4.12	0.922	

يشير الجدول (10) إلى إجابات عينة الدراسة عن سؤال (ما المنفعة المتوقعة لتوظيف

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني) فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة

(إنتاج الأخبار والتقارير الإخبارية المتخصصة تبعاً لتفضيلات القارئ الفردي) بمتوسط حسابي

(4.23) وانحراف معياري (0.938)، وفي المرتبة الثانية جاءت فقرة (استخدام تطبيقات الذكاء

الاصطناعي لسرد القصص الإخبارية بلغاتٍ متعددة، ومن زوايا مختلفة) بمتوسط حسابي (4.14)

وانحراف معياري (0.924)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فقرة (يوفر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الجهد والوقت والمال) بمتوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري (0.917)، وفي المرتبة الرابعة جاءت فقرة (الارتقاء بمستوى العمل الإعلامي وتأثيره في الرأي العام) بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.914)، وفي المرتبة الخامسة جاءت فقرة (إنشاء قصص إخبارية تعتمد على تحليلات البيانات الضخمة) بمتوسط حسابي (4.06) وانحراف معياري (0.941)، وفي المرتبة الأخيرة والسادسة جاءت (تطوير العمل الريادي للتلفزيون الأردني) بمتوسط حسابي (4.05) وانحراف معياري (0.898).

وبشكلٍ عامٍ يتبين أن المنفعة المتوقعة من القائم بالاتصال لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني جاءت برتبة مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال السادس ما اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

الجدول (11)

اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

الرقم	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
25	يؤثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار على مستوى تطبيق المعايير المهنية للمؤسسة	4.05	0.898	6
26	صعوبة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار والتقارير السياسية	4.17	0.918	2
27	يقل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي عدد العاملين في غرف الأخبار.	4.06	0.871	5
28	لا يمكن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتغطية الموضوعات التي لا تتوفر عنها بيانات غير موثوقة.	4.23	0.938	1

الرقم	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
29	لا تزال إمكانيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي محدودة، وغير قادرة على إجراء التحليل المتعمق، والمقابلات، والتقارير الاستقصائية بكفاءة عالية.	4.13	0.845	3
30	تعتمد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج القصص الإخبارية، والتقارير على البيانات والافتراضات، وكلاهما عرضة للتحيز والأخطاء.	4.09	0.921	4
المتوسط العام		4.12	899.0	

يشير الجدول (11) إلى إجابات عينة الدراسة عن السؤال ما اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار وقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة (لا يمكن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتغطية الموضوعات التي لا تتوفر عنها بيانات غير موثوقة) بمتوسط حسابي (4.23) وانحراف معياري (0.938).

وفي المرتبة الثانية جاءت فقرة (صعوبة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار والتقارير السياسية) بمتوسط حسابي (4.17) وانحراف معياري (0.918) وجاءت في المرتبة الثالثة فقرة (لا تزال إمكانيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي محدودة، وغير قادرة على إجراء التحليل المتعمق، والمقابلات، والتقارير الاستقصائية بكفاءة عالية) بمتوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري (0.845).

وجاءت في المرتبة الرابعة (تعتمد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج القصص الإخبارية، والتقارير على البيانات والافتراضات، وكلاهما عرضة للتحيز والأخطاء) بمتوسط حسابي (4.09) وانحراف معياري (0.921)، وجاءت في المرتبة الخامسة فقرة (يقلل استخدام تطبيقات الذكاء

الاصطناعي عدد العاملين في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي (4.06) وانحراف معياري (0.871)، وفي المرتبة السادسة والأخيرة جاءت فقرة (بؤثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار على مستوى تطبيق المعايير المهنية للمؤسسة) بمتوسط حسابي (4.05) وانحراف معياري (0.898).

وبشكلٍ عام يتبين أن اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار جاءت برتبة مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال السابع ما مدى إدراك القائمين بالاتصال في التلفزيون الأردني توفر التسهيلات المتاحة والتدريب ومعالجة العقبات من قبل المسؤولين في الإدارات العليا لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

تم الإجابة على هذا التساؤل من النتائج المستخلصة عن المقابلات المعمقة وكانت مع 6 مسؤولين في التلفزيون الأردني، وسيفرد عنوان منفصل (نتائج المقابلات المعمقة) لعرض إجابات المدراء الست كاملة. وكانت خلاصة إجاباتهم على النحو الآتي:

1- يحتاج الموظفون إلى التدريب لأن المتغيرات الإعلامية الجديدة تتطلب إعداد صحفيين وإعلاميين بمهارات علمية وعملية جديدة مختلفة عما يتمتع به العاملون حالياً في مجال الإعلام.

2- يحتاج الموظفون إلى التدريب لكي يتمكنوا من فهم طبيعة آلية عمل هذه التطبيقات والتمكن من التعامل مع خصائصها الذكية بما يخدم بيئة العمل الاخباري.

3- يجب تدريب الموظفين على هذه التطبيقات لكي يواكبوا المستجدات والأحداث من خلال إدخال معلومات ضخمة يسهل استدعاءها عن طريق خوارزميات الذكاء الاصطناعي.

4- يجب أن يكون التدريب على أيدي مهرة في هذا المجال.

5- يحتاج الموظفون إلى التدريب لكي يقوموا بإنتاج تقارير الفيديو، صحافة البيانات، وإنتاج محتوى يعتمد على برامج وتطبيقات تقنية متطورة.

الجدول (12)

المتوسط والانحراف المعياري للمجالات

الرقم	المجال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
1	مستوى معلومات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار	4.19	0.942	2
2	السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.30	0.905	1
3	الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.18	0.897	3
4	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار	4.09	0.925	5
5	المنفعة المتوقعة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني.	4.12	0.922	4
6	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء.	4.12	0.899	4
	المتوسط العام	4.17	0.915	

يشير الجدول (12) إلى إجابات عينة الدراسة في مجالات الدراسة وقد جاء في المرتبة الأولى

مجال (السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء

الاصطناعي في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي (4.30) وانحراف معياري (0.905) وفي المرتبة

الثانية جاء مجال (مستوى معلومات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات

الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي (4.19) وانحراف معياري (0.942) وفي

المرتبة الثالثة جاء مجال (الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات

الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي (4.18) وانحراف معياري (0.897) وفي المرتبة الرابعة جاء المجالان (المنفعة المتوقعة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني واتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء) بمتوسط حسابي (4.12) وانحراف معياري للأول (0.922) والثاني (0.988)، وجاء في المرتبة الخامسة والأخيرة مجال (اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي (4.09) وانحراف معياري (0.925).

وتبيّن أن اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار جاء بمتوسط حسابي (4.17) وانحراف معياري (0.915) وبدرجة عالية.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثامن هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟

تمت الإجابة على هذا السؤال من خلال ما يظهر في الجداول التالية والتي تبين ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟

أولاً: النوع الاجتماعي

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

الفروقات في الدراسة.

الجدول (13)

اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لمتغير النوع الاجتماعي

مستوى دلالة	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع الاجتماعي	
0.094	1.269	127.98	16.93	47	ذكر	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟
		115.88	35.08	17	انثى	

من خلال الجدول السابق يتضح:

انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم

بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لمتغير النوع الاجتماعي.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى:

أن نظرة كل من الذكور والإناث في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

متشابهة بسبب تشابه ظروف العمل والانظمة والقوانين والإجراءات التي تحكم عملهم.

ثانياً: الفئة العمرية

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

المتغيرات.

الجدول (14)

اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير الفئة العمرية

مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئة العمرية	
0.234	1.486	124.32	26.27	28	أقل من 30 سنة	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟
		121.26	23.02	27	من 31 - 40 سنة	
		136.67	9.18	9	41 سنة فأكثر	

من خلال الجدول السابق يتضح:

انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير الفئة العمرية.

تعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحث اذ ان نظرة جميع فئات العاملين العمرية في التلفزيون الأردني يأخذون هذا الأمر بعين الاعتبار توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

ثالثاً المؤهل العلمي

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

الجدول (15)

اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير المؤهل العلمي

مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المؤهل العلمي	
0.124	2.157	125.7	21.6	52	بكالوريوس	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟
		126.6	24.3	10	ماجستير	
		91.5	57.3	2	دكتوراه	

من خلال الجدول السابق يتضح:

انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم

بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير المؤهل العلمي.

تعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحث إذ إن نظرة جميع العاملين بجميع المؤهلات

العلمية في التلفزيون الأردني تأخذ بعين الاعتبار توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

رابعاً الوصف الوظيفي

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

المتغيرات.

الجدول (16)

اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير الوصف الوظيفي

مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الوصف الوظيفي	
0.421	0.953	125.77	23.08	42	محرر	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟
		131.40	8.92	10	مندوب صحفي	
		113.75	36.63	10	رئيس تحرير	
		115.43	31.62	2	مدير	

من خلال الجدول السابق يتضح:

انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم

بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

لمتغير الوصف الوظيفي.

تعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحث اذ ان نظرة جميع العاملين بمختلف أوصافهم

الوظيفية في التلفزيون الأردني تأخذ بعين الاعتبار توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف

الأخبار.

خامسا سنوات الخبرة

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

المتغيرات.

الجدول (17)

اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير سنوات الخبرة

مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	سنوات الخبرة	
0.165	1.855	110.1	49.3	7	من 1 - إلى أقل من 3 سنوات	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟
		130.8	15.4	13	من 3 - إلى أقل من 6 سنوات	
		125.3	18.8	44	من 6 سنوات فأكثر	

من خلال الجدول السابق يتضح:

انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم

بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير سنوات الخبرة.

تعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحث إذ إن نظرة جميع العاملين ممن تتعدد سنوات

خبرتهم العملية في التلفزيون الأردني تأخذ بعين الاعتبار توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

ثالثاً: نتائج المقابلات الشخصية

النتائج المتعلقة بآراء عينة البحث (الكوادر القيادية المؤثرة في صنع القرار داخل المؤسسة)

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول حول إبداء رأي بتوظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

تمت مناقشة توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مع القياديين داخل المؤسسة؛ حيث

أشار أغلب القياديين إلى إيجابية توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، بينما أشار

قياديون آخرون إلى التحديات التي تواجه توظيف الذكاء الصناعي.

وقد تبين من خلال إجابات القياديين أن توظيف الذكاء الاصطناعي بات أمراً ضرورياً في

غرف الأخبار؛ حيث أن الذكاء الصناعي قادرٌ على تحرير المادة الصحفية وقادرٌ على تسخير

الآلة لخدمة البشر ومساعدتهم، ويكون عوناً لهم في عملهم مما سوف يخرج بشكل أفضل ويوفر

الوقت والجهد وأيضاً لما له من أثر في مواكبة أحداث العالم.

ومن الآراء في توظيف الذكاء الاصطناعي إجابة القيادي في المقابلة رقم (1) حيث أشار

إلى: "أن توظيف الذكاء الاصطناعي بات أمراً ضرورياً ومتطلباً أساسياً في العمل الصحفي

والإعلامي وقد فرضته التطورات الأخيرة في صناعة الإعلام المحترف" إضافة إلى إجابة القيادي

في المقابلة (2) حيث أشار إلى: " نعم لها تأثير كبير في مواكبة التطورات العالمية في سرعه

ونقل الأخبار وغيرها" إضافة إلى إجابة القيادي في المقابلة (3) حيث أشار إلى: " أن لكل شيء

سلاح ذو حدين، فلو أخذنا الذكاء الاصطناعي من الناحية الإيجابية، له وقعٌ مهمٌ داخل غرف

الأخبار باعتبار أنه قادرٌ على تحرير المادة الصحفية وترجمتها وتهيئتها للنشر في ثوانٍ معدودة

مما يعني توفير الوقت، الجهد، المال، وتوفير بيئة عمل أكثر راحةً للصحفيين تساعدهم على

أداء وظائفهم بشكل أكثر إبداعاً باعتبار تفرغهم للمهام أكثر جدية مما يعني قدراً فائقاً من المصداقية والدقة في المعلومات" وأضاف القيادي في المقابلة رقم (4):

" لا يمكن إنكار وجود جانب ايجابي من دخول الذكاء الاصطناعي في مجالات التوظيف، وخاصة من حيث الاستفادة من تسخير الآلة لخدمة البشر ومساعدتهم على التطور الوظيفي وانجاز العمل في وقت أقل، وبالتالي سيؤدي إلى نقلة ايجابية للعاملين في بعض مجالات التوظيف.

وبالطبع سيكون لها تأثير مهم من حيث امكانية الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في انجاز مهام مختلفة كالصحافة الاستقصائية، وفهم حاجات الجمهور، والتحقق من المعلومات وغيرها من المهام المستهلكة للوقت، ما يساعد في توجيه تركيز الصحفيين نحو الأمور الأكثر أهمية حيث يقوم الذكاء الاصطناعي بتبسيط العمل وتقليل الجهد بالنسبة للصحفيين عما كان في السابق".

فيما اشار القيادي في المقابلة رقم (5) إلى أن: " الذكاء الاصطناعي سيقدم يد العون للصحافيين لأداء عملهم بشكل أفضل، وهذه الثورة الجديدة في التكنولوجيا باتت ضرورة حتمية فخلال سنوات قليلة مقبلة ستكون وسائل الإعلام مجبرة على استخدام هذا التطور ومواكبة ما أفرزه من تقنيات جديدة لاستخدامها في غرف الأخبار التي من شأنها تيسير العمل وتسريع وتيرته."

القيادي رقم (6) قال: " أشجع وبقوة توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار نظراً لإمكانية الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إنجاز مهام متعددة وبوقت قياسي وبأقل مجهود

بشري وآلي، وخاصة أن غرف الأخبار في أحيان كثيرة تعيش كل ما هو خبر طارئ يحتاج لمهنية عالية وسرعة في التغطية الإخبارية.

أما بالنسبة للتحديات التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار فقد أشار القيادي في المقابلة رقم (3) إلى: " ولكن هذا لا ينفي أن التدفق الهائل لكمة المعلومات قد يفقد الصحفي قدرة السيطرة على زمام الأخبار والمعلومات مما يعني احتمالية وجود مشاكل تقنية، إضافة انه على المدى البعيد هناك احتمالية لانتقال الذكاء الاصطناعي من مرحلة خدمة الإنسان إلى مرحلة منافسته داخل غرف الأخبار خاصة أن شبكة الإنترنت والمعلومات الرقمية أصبحت مهيمنة على حياة الناس في كل أنحاء المعمورة مما يعني سطو الذكاء الاصطناعي على مهنة الإنسان."

وأيضاً إضافة القيادي في المقابلة رقم (6) حيث أشار إلى للتحديات: " هناك تحديات تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وخاصة في التلفزيون الأردني الرسمي نظراً لطبيعة معطيات تعيق من حالة التطوير المطلوبة والمعاصرة. أشجع وبقوة توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار نظراً لإمكانية الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إنجاز مهام متعددة وبوقت قياسي وبأقل مجهود بشري وآلي، وخاصة أن غرف الأخبار في أحيان كثيرة تعيش كل ما هو خبر طارئ يحتاج لمهنية عالية وسرعة في التغطية الإخبارية."

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني حول إبداء الرأي حول توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بأنه سوف يكون لها تأثير على غرف الأخبار؟

تمت مناقشة أثر توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مع القيادين داخل المؤسسة؛ حيث أشار القياديون إلى الأثر الإيجابي في توظيف تطبيقات الذكاء الصناعي في غرف الأخبار.

وقد تبين من خلال إجابات القياديين أن أثر توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بات أمراً ضرورياً في غرف الأخبار من حيث الجودة ومخرجات العمل الصحفي وما لها من أثر إيجابي كتوفير الوقت الجهد والمال والأيدي العاملة وأثرها في قياس الرأي العام واهتمامات الجمهور وحجم التفاعلات وردود الأفعال المختلفة وأنها توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين وأنها قادرة على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية.

إجابة القيادي في المقابلة رقم (1) حيث أشار إلى " نعم لها تأثير من حيث الجودة ومخرجات العمل الصحفي وبالتالي هي وسائل يجب الاستفادة منها وتوظيفها" وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (2) بنحو التالي: " لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي اثر ايجابي كتوفير الوقت الجهد والمال والأيدي العاملة" وإضافة القيادي في المقابلة رقم (3) " بالطبع إن لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي آثار عديدة ومنها توفير الوقت، الجهد، المال والبيانات الأكثر دقة وموضوعية، أيضاً تجويد الأخبار والتقارير في كافة وسائل الإعلام المختلفة، إضافة إلى قياس الرأي العام واهتمامات الجمهور وحجم التفاعلات وردود الأفعال المختلفة." وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (4) على النحو التالي: " توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لها تأثير على غرف الأخبار وهي في الأغلب تأثيرات إيجابية حيث أنها توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين، وتعمل على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، كما تساعد على فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق. كما يحافظ الذكاء الاصطناعي على الوقت الثمين للصحفي من خلال تحويل المقابلات المرئية والسمعية إلى نصوص يمكنه من خلالها التركيز على استنتاج الأفكار بطريقة أفضل من مجرد نسخ المقابلات السمعية والمرئية." وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (5) على النحو التالي: " أرى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في غرف الأخبار ستعمل على بيئة عمل

أكثر راحة للصحفيين، وتغير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، ومساعدتهم على فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق، لكن قد تواجههم بعض الصعوبات والتي تتمثل بالتحديات التقنية والتكنولوجية والتنظيمية والمؤسسية والمالية والمهنية والأخلاقية" وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (6) على النحو التالي: " أن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لها تأثير على غرف الأخبار وذلك بشكل إيجابي، فكما ذكرت وجاء ردّي على السؤال الأول ما رأيي الشخصي بتوظيف الذكاء الاصطناعي في الأخبار وكان الرد أشجع نظراً لإيجابيات وانعكاس الذكاء الاصطناعي على مخرجات العمل السليم."

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث حول إبداع رأي بخصوص توظيف الذكاء الاصطناعي انه سوف يؤدي إلى زيادة المشاهدة؟

تمت مناقشة أثر توظيف الذكاء الاصطناعي وهل سوف يؤدي إلى زيادة المشاهدة مع القيادين داخل المؤسسة؛ حيث أشار القياديون إلى أنه بالفعل سوف تزيد نسبة المشاهدة عند توظيف الذكاء الصناعي.

وقد تبين من خلال إجابات القيادين أن أثر توظيف تطبيقات الذكاء الصناعي بات أمراً ضرورياً في رفع نسبة المشاهدة، وذلك من خلال التوظيف العقلاني للذكاء الصناعي المبني على مخاطبة العقل والعين، وأن توظيف الذكاء الصناعي سيعمل على سرعة نقل المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تحظى بنسبة مشاهدة عالية، وأنه يعمل على خوارزميات يتم إدخالها وتحليلها وأيضاً يعمل على معرفة رغبات وعادات الجمهور المستهدف لكل وسيلة إعلامية ويمكنها أيضاً توقع أحداث قادمة لا تكون في حساب المشاهد.

وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (1) كالتالي: " نعم بالتأكيد ولكن التوظيف العقلاني المبني على مخاطبة العقل والعين في ان واحد بحيث الاستخدام الرشيد حتما سينعكس على نسب المشاهدة". وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (2) على النحو التالي: " له دورٌ كبيرٌ في زيادة عدد المشاهدين كونه اليوم أصبح فضاءً واسعاً خاصة ما يدور على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة في سرعة نقل المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تحظى بنسبة مشاهدة عالية"

وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (3) على النحو التالي: " نعم، أرى أن الذكاء الاصطناعي سيؤدي إلى زيادة المشاهدات وذلك؛ لأنه يعمل على خوارزميات يتم إدخالها وتحليلها، مما يساعد على قياس الرأي العام وقياس حجم التفاعلات وعدد الزيارات ومقاطع الأخبار الأكثر انتشاراً، وهذا يعنى معرفة اهتمامات الجمهور". وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (4) على النحو التالي: " توظيف الذكاء الاصطناعي سيؤدي إلى زيادة المشاهدة من خلال معرفة رغبات وعادات الجمهور المستهدف لكل وسيلة إعلامية، كما يساعد الذكاء الاصطناعي في عملية التسويق بالمحتوى وتحسين محركات البحث، فبمجرد إدخال الفكرة التي تود الوسيلة الإعلامية تقديمها في محتواها، ويشمل ذلك تحليلاً تلقائياً للبيانات المتعلقة بهذه الفكرة، وأكثر المجتمعات التي تهتم بها، والفئات العمرية التي تنجذب إليها، وهذا سيحقق نسب مشاهدة عالية لان الجمهور المستهدف قابل للتحليل والدراسة والتصنيف حسب خوارزميات الذكاء الاصطناعي" وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (5) على النحو التالي: " قد يساعد توظيف الذكاء الاصطناعي إلى زيادة واستقطاب مشاهدين جدد كانوا سابقا يبحثون عن السبق الصحفي في محطات تلفزيونية أخرى، ولكن مع هذه التقنيات الحديثة فان الحدث سيتوفر لحظة وقوعه، وقد

تتقدم هذه التقنيات توقعات لأحداث قادمة لا تكون في حسابان المشاهد". وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (6) على النحو التالي: " قبل ان نقول ان الذكاء الاصطناعي يرفع نسبة المشاهدة، لا بد أن نذكر بأن توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار يرفع من حجم الرضا للمتلقي وتغذية الجمهور بالسرعة المطلوبة وفهم حاجات الجمهور، والتحقق من المعلومات بسرعة قياسية وغيرها من الخدمات المميزة، وبالتالي من المؤكد الذكاء الاصطناعي يرفع نسبة المشاهدة".

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع حول إبداء رأي في توظيف الذكاء الاصطناعي في التلفزيون الأردني هل يؤدي إلى تغيير الصورة النمطية لدى المشاهدين الأردنيين؟

تمت مناقشة هل يؤدي توظيف الذكاء الاصطناعي في التلفزيون الأردني إلى تغيير الصورة النمطية لدى المشاهدين الأردنيين مع القياديين داخل المؤسسة؛ حيث أشار بعض القياديون أن توظيف الذكاء الصناعي سوف يغير الصورة النمطية لدى المشاهدين الأردنيين والبعض الآخر كان لديه شكوك حول ذلك.

وقد تبين من خلال إجابات القياديين المؤيدين للفكرة لأن الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على تطوير المحتوى الإخباري والإعلامي ويجعله متوائماً مع ذوق المشاهدين، واستخدام الذكاء الاصطناعي سيعمل على تدفق الأخبار مجالاً مفتوحاً بعيداً عن الاجتهادات الفردية وأصبح المشاهد الأردني متذوقاً لقنوات عديدة سواء محلية أو عربية أو حتى عالمية.

وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (1) كالتالي: " نعم اتفق معك ولكن هذا يحتاج إلى

مزيد من الوقت على ان يترافق ذلك مع سقف الحرية والرأي". وجاءت إجابة القيادي في المقابلة

رقم (2) كالتالي: " نوعاً ما ولكن بنسبه قليلة جداً ويعود ذلك إلى القيود المفروضة على القناة إذا كانت تعود ملكيتها إلى الحكومة وطبيعة السياسة التي تعمل بها المحطة التلفزيونية".

وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (3) كالتالي: " بالتأكيد أن توظيف الذكاء الاصطناعي في القناة الأردنية سيغير الصورة النمطية لدى المشاهدين الأردنيين؛ لأن المشاهد لم يعد مجرد مستهلك للمادة الإعلامية بل أصبح منتجاً أيضاً للمادة الإعلامية التي سوف تناسب الأفكار والطموحات والرغبات لديه". وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (4) كالتالي: " من المتوقع جداً أن يؤدي توظيف الذكاء الاصطناعي في القناة الأردنية إلى تغيير الصورة النمطية لدى المشاهدين الأردنيين وذلك يعود إلى أن برامج الذكاء الاصطناعي قادرة على تطوير المحتوى الاخباري والإعلامي الذي يتم انتاجه من خلال القناة الأردنية وجعل هذا المحتوى متوائماً مع ذوق المشاهدين وبالتالي هذا سيقود إلى تغيير الصورة النمطية الشائعة لدى الشارع الأردني عن طبيعة الأخبار المعروضة عبر القناة الأردنية الرسمية". وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (5) كالتالي: - " قد يؤدي ذلك إلى تغيير الصورة النمطية في حال تم التوجه لهذه التقنية التي ستجعل من تدفق الأخبار مجالا مفتوحا بعيدا عن الاجتهادات الفردية التي تتحكم في الكثير من الاحيان بتدفق المعلومات ولا سيما بالأحداث البارزة والقضايا الطارئة". وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (6) كالتالي: " بالتأكيد سيؤدي إلى تغيير الصورة النمطية، أصبح المشاهد الأردني متذوق لقنوات عديدة سواء محلية أو عربية أو حتى عالمية نظرا لسهولة الوصول إلى اخر بقاع الارض وهو جالس في مكانه من خلال كبسة زر الخيارات متعددة وبالتالي مطلع على حجم التطور في القنوات الأخرى، وعلاوة على ذلك حجم التنافس بين القنوات أصبح متزايداً في كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمواكبة التطور ... من المؤكد أن يصبح هنالك

مقارنة لدى المشاهد الأردني في ظل تلك التطورات، نعم سيؤدي توظيف الذكاء الاصطناعي في تغيير الصورة النمطية لطالما سيدرك المشاهد الأردني التغيير والتطور."

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس حول إبداء الرأي بخصوص قدرة العاملين في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم؟

تمت مناقشة قدرة العاملين في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم مع القيادين داخل المؤسسة؛ حيث أشار القياديون أنه لا يوجد قدرة للعاملين في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم.

وقد تبين من خلال إجابات القيادين أن عدم قدرة الموظفين على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم تعود لأسباب كثيرة ومنها أنها تعود على قدرة الموظف ومدى اهتمامه في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وأنه لا يوجد مصدر مالي واستثماري لتوظيف التقنيات قلة الكفاءات المدربة والمؤهلة.

وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (1) كالتالي: "كل شيء بالتدريب والممارسة يصبح متاحاً، ولكن هذا يتطلب المزيد من التدريب وتفعيل هذا الخيار واعتقد حازماً أن الكل لديه الرغبة بالتطور ومواكبة الحدث". وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (2) كالتالي: "تعود على قدره الموظف ومدى اهتمامه بهذا الجانب والبحث عما هو جديد ومتطور". وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (3) كالتالي: "في الوقت الحالي، لا اعتقد أن العاملين في غرف الأخبار لديهم القدرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف وذلك يعود لأسباب ومنها ضعف التمويل، جمود الفكر الإداري، غياب الفكر الاستثماري، قلة الكفاءات المدربة والمؤهلة، أغلب

التطبيقات باللغة الإنجليزية، إضافة إلى ارتفاع سِن العاملين في هذا المجال" وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (4) كالتالي:- "ان عملية التحول التقني عملية صعبة وليست سهلة وتحتاج كثير من المال والخبراء (البشر) وهي عمليات لا تنجح دومًا. البعض يفكر أن دمج التقنيات الذكاء الاصطناعي يتم بين ليلة وضحاها ويعطي دومًا نتائج طيبة. هذا خاطئ. وأن أهم التحديات التي تقف امام توظيف هذه التقنيات تتمثل في التحديات التقنية والتكنولوجية، ثم التحديات التنظيمية والمؤسسية، فالتحديات الاقتصادية، والمهنية، والأخلاقية. لذلك لا اعتقد ان العاملين في غرف الأخبار قادرين على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار دون تجاوز العقبات التقنية وفهم طبيعة عمل خوارزميات الذكاء الاصطناعي كي يكونوا عنصرًا فاعلاً في تطوير التقنيات المستقبلية للذكاء الاصطناعي التي من شأنها أن تخلق بيئة عمل رقمية حقيقية في غرف الأخبار. فنجد ان هناك عدم جاهزية لنسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الادوات نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها، وعدم تبني أنظمة الجودة، بجانب عدم توفر خوارزميات لتحرير النصوص بالنسخة العربية، وتراجع الاستثمار والتمويل في هذه التقنية." وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (5) كالتالي: " بالوقت الحاضر لا اعتقد ما يتطلب من الإدارات العليا اخذ هذا الموضوع على محمل الجد من خلال عقد ندوات وورش عمل تعريفية إلى جانب توفير دورات تدريبية لرفع كفاءة العاملين في غرف الأخبار ليكونوا جاهزين للتعامل مع هذه التقنية في حال توفرها." وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (6) كالتالي: " هناك تفاوت في القدرات البشرية للعاملين في غرف الأخبار وهذه حقيقة لا يمكن إجهاضها، لكن ذلك لا يعني ان مع التدريب المكثف والتطبيق المهني على أرض الواقع والدورات المستمرة من قبل مختصين

ومواكبة كل ما هو جديد ومتعلق بتقنيات الذكاء الاصطناعي تجعل قدرة العاملين أعلى وأقوى وذات حرفية فذة".

النتائج المتعلقة فيما يتعلق بالسؤال السادس حول إبداء الرأي بخصوص حاجة العاملين في غرف الأخبار إلى دورات تدريبية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

تمت مناقشة حاجة العاملين في غرف الأخبار إلى دورات تدريبية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي حيث أشار القياديون إلى أن هناك حاجة العاملين في غرف الأخبار إلى دورات تدريبية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

وقد تبين من خلال إجابات القياديين ان حاجة العاملين في غرف الأخبار إلى دورات تدريبية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي تعود لأسباب كثيرة ومنها أن المتغيرات الإعلامية الجديدة تتطلب إعداد صحفيين، وإعلاميين بمهارات علمية وعملية جديدة مختلفة عما يتمتع به العاملون حالياً في مجال الإعلام وأيضاً لكي يتمكنوا من فهم طبيعة آلية عمل هذه التطبيقات والتمكن من التعامل مع خصائصها الذكية بما يخدم بيئة العمل الاخباري.

وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (1) كالتالي: " طبعاً نعم بحاجة إلى التدريب على أيدي مهرة في هذا الحقل وأيضاً أعتقد أن وسائل الإعلام الحديثة ووسائل الاتصال الاجتماعي قد عالجت جانباً كبيراً من هذا الجانب " وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (2) كالتالي: "نعم ولكن اذا كانت هناك الرغبة الجادة والحقيقية في الإدارات في البحث عن كل ما هو جديد ومتطور في عالم الأخبار" وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (3) كالتالي: " بالتأكيد ان العاملين في غرف الأخبار بحاجة إلى دورات تدريبية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي وذلك؛ لأن المتغيرات الإعلامية الجديدة تتطلب إعداد صحفيين وإعلاميين بمهارات علمية وعملية جديدة

مختلفة عما يتمتع به العاملون حالياً في مجال الإعلام، كتعلّم أساسيات الصحافة الرقمية، إنتاج تقارير الفيديو، صحافة البيانات، وإنتاج محتوى يعتمد على برامج وتطبيقات تقنية متطورة، واعتقد أن فئة الشباب سيكونون الأفضل للنهوض بهذه المرحلة" وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (4) كالتالي: " طبعاً لا بد من خضوع العاملين في غرف الأخبار إلى دورات تدريبية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لكي يتمكنوا من فهم طبيعة الية عمل هذه التطبيقات والتمكن من التعامل مع خصائصها الذكية بما يخدم بيئة العمل الاخباري والمساهمة في تطوير الية عمل هذه التطبيقات من خلال تعزيز برمجتها بقاعدة معلومات وبيانات يمتلكها الصحفي عن طريق خبرته العملية وبالتالي تضمينها في برمجة هذه التطبيقات لكي تواكب مستجدات الاحداث من خلال ادخال معلومات ضخمة يسهل استدعاءها عن طريق خوارزميات الذكاء الاصطناعي." وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (5) كالتالي: " نعم بحاجة ماسة لذلك." وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (6) كالتالي: " اعتقد السؤال هنا مرتبط فيما تفضلت به في السؤال السابق، فقد ذكرت لا بد من تدريب العاملين في غرف الأخبار على توظيف الذكاء الاصطناعي".

النتائج المتعلقة بالسؤال السابع حول إبداء الرأي بخصوص أصحاب القرار في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون وهل لديهم رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات واقتناء تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي؟

تمت مناقشة حول إبداء رأي بخصوص أصحاب القرار في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون وهل لديهم رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات واقتناء تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي؟ حيث انقسم القياديون ما بين مؤيد وما بين معارض.

وقد تبين ذلك من خلال إجابات القيايين بخصوص أصحاب القرار في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون وهل لديهم رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات واقتناء تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي؟

وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (1) كالتالي: " اعتقد لديهم نعم الرغبة بالتطور التقني ولكن هذا يجب ان يتزامن مع تطور في الأداء وسقف الحرية " وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (2) كالتالي: -" نعم هناك رغبة جادة وحقيقية في البحث عن كل ما هو متطور وجديد في هذا المجال ولكن هناك قيود مثل المخصصات والميزانية التي ترصد لهذه المؤسسة." وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (3) كالتالي: -" نحن مقدمون على مرحلة اعلامية جديدة من حيث الادوات ، الوسائل ، والمميزات يتطلب التفكير الجدي في اعادة هيكلة الإعلام المحلي بالأخص الإعلام الرسمي ؛ لذلك على أصحاب القرار في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون التخلص من الجمود الفكري تجاه مواكبة التطورات واقتناء تقنيات الذكاء الاصطناعي وذلك ؛ لان العالم اليوم يتجه نحو الرقمنة مما يعني بقاء المؤسسة الإعلامية واستمرارها أو حتى فناءها يعتمد على التقدم والتطور سواء على المستوى المحلي أو حتى على المستوى العالمي ، إضافة ان قطاع التلفزيون والإذاعة يواجه منافسة من قبل الإعلام المدفوع عبر شبكات الإنترنت كالبرامج ، والافلام والمسلسلات ، والالعاب الرقمية التي تبثها ، وتقدم مميزات من اهمها قدرة المشاهد على اختيار المحتوى الإعلامي الذي يريده." وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (4) كالتالي: -" تقدم الذكاء الاصطناعي في السنوات الأخيرة بوتيرة متسارعة لذلك انا أجد أن أصحاب القرار في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون من المفروض ان يكون لديهم رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات واقتناء تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي وإلا فإن مؤسسة الإذاعة والتلفزيون ستخرج عن

خارطة المشاهدة الإعلامية للجمهور الأردني أولاً والجمهور العربي ثانياً وهنا لابد من الإشارة إلى أن المرحلة المقبلة تتطلب تخطيط إداري على مستوى عالٍ من الإدارات الإعلامية للبدء في عملية التحول الرقمي والآلي في إنتاج الأخبار والتحقيقات الصحفية في غرف الأخبار وهذا يعني امتلاك بنية تحتية شاملة قادرة على الاستفادة من نظام تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي القادرة على التعامل مع كميات ضخمة من البيانات من مصادر متنوعة وترجمة هذه البيانات لتنفيذ طائفة واسعة من المهام." وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (5) كالتالي: -"يجب أن يكون لديهم رؤية حيال ذلك لتمكين المؤسسة من مواكبة ما يطرا من تحديثات بمجال العمل الإعلامي، وعليهم الاطلاع على تجارب الآخرين بهذا الخصوص حيث هناك الكثير من المحطات التلفزيونية العالمية بدأت تتجه إلى هذه التقنيات في تغطياتها." وجاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (6) كالتالي: -" بكل شفافية وموضوعية، ومن لسان موظفة تعمل في عقر غرف الأخبار، تعيش ما لا يقل عن خدمة 14 عاما في هذا الصرح العريق، عاصرة العديد من الإدارات وأصحاب القرار يؤسفني أن أقول من الاستحالة أن يكون لديهم الإدارة الحالية رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات. سأكتفي هنا بهذه الإجابة رغم أن لدي الكثير ما أقول لكن أجبت على قدر السؤال."

النتائج المتعلقة بالسؤال الثامن حول إبداء الرأي بخصوص هل تتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟ تمت المناقشة حول إبداء رأي بخصوص تتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟ حيث انقسم القياديون ما بين مؤيد وما بين معارض.

وقد تبين ذلك من خلال إجابات القياديين بخصوص هل تتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

حيث جاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (1) كالتالي: - "لست متأكداً من ذلك ولكن أجزم ان هذا القرار ليس بحاجة إلى ارادة حكومية بقدر ما هو بحاجة إلى ارادة ذاتية من صانع القرار في المؤسسات الصحفية والإعلامية" حيث جاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (2) كالتالي: "هناك مخاطبات عديدة لكن دون جدوى ولا فائدة" حيث جاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (3) كالتالي: - "نعم أتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لان الإعلام التقليدي فقد بريقه، وبدأ جمهوره يتقلص مع التغيرات التقنية الجديدة ، إضافة إلى ان التعامل مع الذكاء الاصطناعي هو احد المقومات الرئيسية لاي عملية تحول رقمي تخطط لها المؤسسات لذلك من الضروري أن تفكر الحكومات في إنشاء بوابات خبرية رسمية تعمل على مدار الساعة تبث من خلالها أحدث الأخبار، والمعلومات ."

حيث جاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (4) كالتالي: - "نعم أتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لأنه في ظل ثورة الذكاء الاصطناعي والروبوت، لن يقتصر الأمر في المستقبل علي تحرير الأخبار فقط، بل أصبحنا نشاهد روبوتا يقدم لك نشرات الأخبار علي شاشات التلفزيون، فالروبوت «أريكا» أصبحت قادرة علي قراءة الأخبار التلفزيونية في اليابان، بعد سنوات طويلة من التطوير علي يد المصمم هيروشي ايشيغورو، كما أن ميكروسوفت قد أطلقت في عام 2015، أول روبوت تليفزيوني Xiaoice، والذي قدم وقتها الأخبار الصباحية في الصين وما دام أصحاب القرار من الخبرات الإعلامية المرموقة في قطاع الإعلام الرسمي المطلوب منهم السعي إلى التواصل مع القوات الحكومية وإقناعها بتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي ومطالبة الحكومة الأردنية في تخصيص موازنات مستمرة من أجل تمويل عملية التحديث الرقمي والالي في غرف الأخبار كي

تتماشى مع أنظمة الذكاء الاصطناعي، من حيث نظم المعلومات وقواعد البيانات، ومن حيث
توظيف تكنولوجيات المعلومات والاتصال التقليدية والمستحدثة. وفي النهاية نجد ان التعامل مع
الذكاء الاصطناعي هو أحد المقومات الرئيسية لأي عملية تحول رقمي تخطط لها مؤسساتنا
الصحفية الوطنية ويبدأ التحول الرقمي برؤية استراتيجية، وأهداف، وجوانب تنفيذ، وعنصر بشري
مؤهل، وسياسات للإنتاج والتسويق، ومعايير لقياس مدي النجاح" حيث جاءت إجابة القيادي في
المقابلة رقم (5) كالتالي: -"اتوقع ان يقوم أصحاب القرار بهذا العمل، ولا سيما في ظل توجه
الرسمي لاعتماد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الكثير من الخدمات الحكومية، وإقرار
استراتيجية بخصوص ذلك." حيث جاءت إجابة القيادي في المقابلة رقم (6) كالتالي: -" في ظل
الإدارة الحالية بالتأكيد لا اتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام تطبيقات
الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار".

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً: مناقشة النتائج

أثارت الدراسة العديد من التساؤلات وتوصلت الى عدة نتائج من شأنها المساهمة في حل

مشكلة الدراسة والاجابة عن تساؤلاتها وفرضياتها، وتمثلت هذه النتائج فيما يلي:

1. بينت نتائج الدراسة التحليل أن معرفة القارئ بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، كانت معرفة عالية، ويستدل من ذلك على

متابعة القارئ بالاتصال للتطورات في بيئة العمل الإعلامي والتقدم الحاصل في تكنولوجيا

الإعلام الرقمي، تلتقي هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Stray, 2019) التي أظهرت أن تقنيات

الذكاء الاصطناعي يمكن أن تساهم في مهام إعداد البيانات مثل استخراج البيانات من

وثائق متنوعة وربط سجلات قواعد بيانات متنوعة، مما سيؤدي إلى تطوير الصحافة، ولا

تتوافق نتائج الدراسة هذه مع دراسة (الخولي، 2020) التي أظهرت نتائجها أن الصحف

المصرية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء المتطورة للذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

بنسبة متوسطة كان معظمها في الصحف القومية والخاصة.

2. بينت نتائج الدراسة ان السلوك المتوقع للقارئ بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، كان مرتفعاً، وتؤكد تلك النتيجة أن سلوك

العاملين في غرف الأخبار سيكون إيجابياً إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وتلتقي

هذه النتيجة مع دراسة (Ali & Hassonh, 2019) التي أظهرت نتائجها 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.

3. بينت نتائج الدراسة ان الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار هو أداء مرتفع، وتشير هذه النتيجة إلى قناعة القائم بالاتصال أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ستكون لها إيجابيات على كم ونوع الأخبار والتقارير. وتلتقي هذه النتيجة مع دراسة (موسى، 2021) التي أظهرت نتائجها أن على الصحفي أن يبذل جهده بالتخلي عن مهامه التي يقوم بها في الحافة التقليدية، وإيجاد مهام جديدة يكون للذكاء الاصطناعي الدور الأكبر فيها بسبب الدور المستقبلي الكبير الذي سوف يلعبه الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة وأن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار سيحظى بقبول القائمين بالاتصال.

4. بينت نتائج الدراسة ان اتجاه القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار اتجاه مرتفع، وهو ما يتفق مع فروض النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology التي تهتم بدراسة الاتجاهات والمكونات الخارجية المتمثلة في البيئة المحيطة والإمكانيات المتاحة في عقول الناس الذين يقومون باستخدام تطبيقات التكنولوجيا في السياق التنظيمي والمهني، وطوعية الاستخدام. وهذه نتيجة تلتقي مع دراسة (علي ومحمد، 2020) والتي أظهرت 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.

5. بيّنت نتائج الدراسة ان المنفعة المتوقعة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني منفعة مرتفعة، وهو ما يؤكد رغبة القائم بالاتصال لقبول واستخدام هذه التكنولوجيا لأنها تحقق منافع عديدة تسهم بتطوير وريادة العمل الإعلامي. وتلتقي هذه نتيجة مع دراسة (Biswal & Gouda, 2019) التي أظهرت نتائجها الدراسة ان الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في العمل الصحفي خصوصاً فيما يتعلق بجمع وتحرير البيانات الذي يحدث آلياً دون تدخل الصحفيين المباشر، وهذا يوفر الكثير من الوقت والجهد في العمل الصحفي.

6. بينت نتائج الدراسة ان اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار كانت مرتفعة، وتعكس هذه النتيجة أن هناك هواجس مشروعة وحرص من القائم بالاتصال على أهمية أن يتوافق تطبيق هذه التكنولوجيا الجديدة مع المعايير المهنية والأخلاقية التي يسعى إلى ديمومة تطبيقها. وهذه نتيجة تلتقي مع دراسة (العاصي، 2021) التي أوصت الجهات القانونية بوضع استراتيجية تساهم في صياغة تشريعات ودلائل أخلاقية ومهنية تضبط عملية إدخال الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام، على أن يشمل هذا الدليل حوكمة تقنيات الذكاء الاصطناعي وجعلها قابلة للمساءلة الأخلاقية والقانونية وأيضاً دراسة (Ali & Hassonh, 2019) التي أظهرت نتائجها الدراسة أيضاً أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يؤثر قضايا مهنية وأخلاقية خصوصاً تقويض الإبداع وغياب الرقابة والشفافية واستخدام البيانات وجودتها.

7. بينت نتائج الدراسة أن إدراك القائمين بالاتصال في التلفزيون الأردني توفر التسهيلات المتاحة والتدريب ومعالجة العقبات من قبل المسؤولين في الإدارات العليا لتوظيف تقنيات

الذكاء الاصطناعي كان مرتفعاً، ويعزى ذلك إلى إدراك أهمية مواكبة التقدم في تكنولوجيا صناعة الإعلام، وهذه نتيجة تلتقي مع دراسة (علي ومحمد، 2020) والتي أظهرت نتائج الدراسة ان نسبة (88%) من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون على أن هناك أهمية كبرى لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار التي يعملون بها.

8. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف التطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تُعزى للمتغير الديموغرافي.

أظهرت الدراسة عدم وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تبعاً للمتغيرات الديموغرافية عند مستوى دلالة (0.05)، وتعزى هذه النتيجة إلى تقارب مستويات الثقافة والتحصيل الدراسي والتأهيل، ومواكبة القائمين بالاتصال للمتغيرات في بيئة العمل الإعلامي المتقدم.

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، توصي الدراسة بالآتي:

1. إجراء المزيد من الدراسات المسحية عن اتجاهات القائمين في الاتصال في القنوات

الفضائية الأردنية حول توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

2. تنظيم مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني لورش العمل المتخصصة عن توظيف تطبيقات

الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وذلك بالتعاون مع الشركات والمؤسسات

المتخصصة لغرض تهيئة وإعداد العاملين وإيجاد البيئة المناسبة والمواكبة للتقدم في مجال

استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإذاعي والتلفزيوني وبوقت مبكر خصوصاً

تلك الورش التي توضح للعاملين في غرف الاخبار التحديات المهنية والأخلاقية في

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

3. إيفاد عدد من العاملين في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني للتدريب في المؤسسات

الإعلامية العالمية، والقنوات الفضائية الإخبارية الكبرى في الولايات المتحدة التي تستخدم

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

4. قيام التلفزيون الأردني بتحديث البنى التحتية التي تتناسب مع احتياجات تطبيقات الذكاء

الاصطناعي في غرف الاخبار.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

أبو عرقوب، عمر (2019). نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها. معهد الجزيرة للإعلام، 1-30.

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.

بن مرسل، أحمد (2003). مناهج البحث العلمي في علوم الإتصال، ط4، الجزائر: الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية.

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)، 173 - 101.

الدبيسي، عبدالكريم (2017). دراسات إعلامية في تحليل المضمون، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

الدبيسي، عبدالكريم (2022). الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

الدلو، جواد راغب، وأبو حشيش، يوسف يحيى، وإسماعيل، أحمد عبدالله (2022). اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 7(3)، 53-90.

السيد، شحاتة (2022). دليل لوسائل الإعلام للاستفادة من الذكاء الاصطناعي بتطوير المحتوى والتواصل مع الجمهور. شبكة الصحفيين الدوليين، [متوفر إلكترونياً]، <https://ijnet.org/ar/story>

الشمري، علاء مكي (2021). الإعلام المرئي في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة استطلاعية. قاعدة البيانات العربية الرقمية (معرفة)، 1 (137)، 717-742.

الضامن، منذر (2007). أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

العاصي، أحمد علي يوسف (2021). تقييم خبراء الإعلام للأبعاد الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي "دراسة ميدانية". (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

عبد الفتاح، فاطمة (2016). غرف الأخبار الحديثة تجارب من مصر والعالم. ط1، العربي للنشر والطباعة، مصر.

عبد الله عمر زين الكاف، منال (2014). تطبيق العمليات الإحصائية في البحوث العلمية مع استخدام برنامج SPSS، الرياض: مكتبة القانون والاقتصاد. 121.

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

العمارين، هاني (2022). مقابلة معمقة بتاريخ 15.8.2022. مدير أخبار التلفزيون الأردني، التلفزيون الأردني.

العمرو، أحمد (2015). عن التلفزيون الأردني. الموقع الرسمي للتلفزيون الأردني، [متوفر إلكترونياً]، <https://www.jrtv.gov.jo/about-jordan-tv>

فؤاد، آلاء عزمي محمد (2021). اتجاه دارسي الإعلام في صعيد مصر نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي. مجلة البحوث الإعلامية، 59 (4) 1183-2246.

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

القاضي، بيان (2021). *توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية*. توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية. (منظمة المجتمع العلمي العربي)، (تم الاسترداد من: <https://arsco.org/article-detail-31951-8-0>).

المرعشلي، يوسف (2016). *أصول كتابة البحث العلمي ومناهجه: ومصادر الدراسات الإسلامية*، ط2، بيروت: دار المعرفة للطباعة والنشر.

المزاهرة، منال (2020). *مناهج البحث الإعلامي*، ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

المزاهرة، منال هلال (2010). *بحوث الإعلام*، ط1، عمان: دار كنوز للمعرفة والنشر والتوزيع.

المزاهرة، منال هلال (2018). *نظريات الإتصال*، ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

المناصير، محمد (2018). *في الذكرى الخمسين لانطلاق التلفزيون الأردني*. صحيفة عمون، [متوفر إلكترونياً]، <https://www.ammonnews.net/article/370013>.

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

موسى، محمد الأمين (2021). *مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي*. (مركز الجزيرة للدراسات)، (تم الاسترداد من:

(<https://studies.aljazeera.net/ar/article/5124>)

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Ali, W. & Hassoun, M. (2019). Artificial intelligence and automated journalism: contemporary challenges and new opportunities. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 5(1) , 40-49.
- Biswal, S.K., & Gouda, N.K. (2019). Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane? In: Kulkarni, A., & Satapathy, S. (Eds.) *Optimization in Machine Learning and Applications. Algorithms for Intelligent Systems*. Springer, Singapore.
https://doi.org/10.1007/978-981-15-0994-0_10
- Dailey, L., & Demo, L. & Spillman, M. (2005). The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration between Media Newsrooms. *Atlantic Journal of Communication (AJC)*, 3(13), 150-168.
- Daws, R. (2017). The BBC is using AI to improve its content. AI NEWS. (On-Line), available: <https://www.artificialintelligence-news.com/2017/10/19/bbc-ai-improve-content/>
- Grieco, A. (2016). Guide to automated journalism. New York, NY: *Tow Center for Digital Journalism*. Retrieved from:
https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_automated_journalism.php
- Hwang, Y., Al-Arabi, M., & Shin, D.-H. (2016). Understanding technology acceptance in a mandatory environment: A literature review. *Information Development*, 32(4), 1266–1283. <https://doi.org/10.1177/0266666915593621>
- Indrati F., Mani L. & Aras M. (2018). Challenges to mass media posed by convergence in the Indonesian context, *Global Media Journal*, 16(31), 1550-7521.
- Martins, C. & Oliveria, T. & Popovic, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1-13.

- 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>
- Robinson, Sue. (2011). *Convergence Crises: News Work and News Space in the Digitally Transforming Newsroom*. *Journal of Communication*. 61. 10.1111/j.1460-2466.2011.01603.x.
- Schaik, P.V. (2009). Unified theory of acceptance and use for web sites used by students in higher education. *Journal of Educational Computing Research*, 40(20), 229-257.
- Stray, J. (2019). Making artificial intelligence work for investigative journalism. *Digital Journalism*. 7(8), 1076-1097.
- Tatalovic, M. (2018). AI writing bots are about to revolutionise science journalism: we must shape how this is done, *Journal of Science Communication (JCOM)*, 17(1) (2018).
- 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 (JSTOR)*, 27(3), 425-478.

ثالثاً: المراجع الإلكترونية

- Dickson, A. (2015). How we made Drop the Dead Donkey. *The Guardian*, (On-Line), available: <https://www.theguardian.com/culture/2015/apr/13/how-we-made-drop-the-dead-donkey-andy-hamilton-robert-duncan>
- Dierickx, L. (2021). Artificial intelligence and journalism: a race with machines. EQUAL TIMES. (On-Line), available: <https://www.equaltimes.org/artificial-intelligence-and?lang=en#.YNyleeS8aEc>
- Samaniego, F. (2009). 25 Tips for a Modern Newsroom. *TEKGROUPE* (On-Line), available: <http://www.fernandosamaniego.com/2009/07/25-tips-for-a-modern-newsroom-1.html>.
- The guardian. (2020). A robot wrote this entire article. Are you scared yet, human? *THE GUARDIAN*. (On-Line), available: https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/sep/08/robot-wrote-this-article-gpt-3?CMP=fb_a-technology_b-gdntech.
- The Washington post PR (2016). *The Washington Post Experiments with Automated Storytelling to Help Power 2016 Rio Olympics Coverage*. (On-Line): available: <https://www.washingtonpost.com/pr/wp/2016/08/05/the-washington-postexperiments-with-automated-storytelling-to-help-power-2016-rio-olympicscoverage>
- Trends, M (2022). Artificial intelligence in journalism: where is media headed?, *Analytics Insight*. (On-Line), available: <https://www.analyticsinsight.net/artificial-intelligence-in-journalism-where-is-media-headed>
- التلفزيون الأردني (2020). عن التلفزيون الأردني، متوفر إلكترونياً،
<https://www.jrtv.gov.jo/about-jordan-tv>
- وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة (2020). موجز عن إطار عمل وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة في مجال الذكاء الاصطناعي، (تم الاسترداد من:
<https://www.modee.gov.jo/Default/Ar>).

الملحقات

الملحق (1)

قائمة بأسماء السادة محكمي أداة الدراسة " اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو
توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار "

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 شرادقة	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 استبانة أداة الدراسة الأولية

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان " اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار " 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 خبره وكفاءة، فالباحث يضع بين أيديكم هذه الاستبانة آملاً من

حضرتكم إبداء آرائكم فيما ترونه مناسباً مما يأتي:

❖ مدى مناسبة الفقرة.

❖ مدى انتماء الفقرة للبُعد الذي تتدرج تحته.

❖ دقة الصياغة اللغوية والإملائية.

❖ إبداء أي اقتراحات ترونها مناسبة.

وشاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحث: قاسم زيد احمد ابو زيد

إشراف الدكتور: محمود أحمد الرجبي

الجزء الأول: البيانات الشخصية:

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

1. النوع الاجتماعي:

☐ ذكر

☐ أنثى

2. الفئة العمرية:

☐ أقل من 30 سنة

☐ من 31 - 40 سنة

☐ 41 سنة فأكثر

3. المستوى التعليمي:

☐ بكالوريوس

☐ ماجستير

☐ دكتوراه

4. الوصف الوظيفي

☐ محرر

☐ مندوب صحفي

☐ رئيس تحرير

☐ مدير

5. سنوات الخبرة

☐ من 1 - إلى أقل من 3 سنوات

☐ من 3 - إلى أقل من 6 سنوات

☐ من 6 سنوات فأكثر

الجزء الثاني:

الرقم	الفقرة	مناسبة	غير مناسبة	التعديل المقترح
أولاً: مستوى معلومات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار				
1	لدي فكرة عامة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.			
2	أمتلك معلومات عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار.			
3	إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار أصبح أمراً ضرورياً للعمل الصحفي.			
4	أتابع توظيف بعض الفضائيات العربية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.			
ثانياً: السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني حول توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.				
5	لدي رغبة في التدريب على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.			
6	أطالب الإدارة بإدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار لمواكبة التطورات الحديثة.			
7	أتعاون مع زملائي لإنجاح استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.			
8	أجد هناك فائدة عملية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.			
ثالثاً: الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.				
9	تقلل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الكثير من مهام العمل الروتينية.			
10	تساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في زيادة الإنتاجية نوعاً وكماً.			
11	تركز تطبيقات الذكاء الاصطناعي انتباه العاملين في غرف الأخبار على القضايا المهمة التي تهم الرأي العام.			
12	تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي العاملين على تغطية معظم الأحداث الداخلية.			
13	تزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي من كفاءة العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة			

الرقم	الفقرة	مناسبة	غير مناسبة	التعديل المقترح
14	تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الكتابة الإبداعية للعاملين في غرف الأخبار.			
رابعاً: اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار				
15	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار له فوائد إيجابية بمواكبة التطورات.			
16	يحقق استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار السبق والسرعة في نشر الأخبار.			
17	يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار على إنتاج تقارير إخبارية متميزة.			
18	يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الصحفيين على تجاوز الأخطاء في التحرير مثل الإملائية، وغيرها.			
خامساً: المنفعة المتوقعة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني.				
19	الارتفاع بمستوى العمل الإعلامي وتأثيره في الرأي العام.			
20	تطوير العمل الريادي للتلفزيون الأردني.			
21	يوفر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الجهد والوقت والمال.			
22	إنشاء قصص إخبارية تعتمد على تحليلات البيانات الضخمة.			
23	إنتاج الأخبار والتقارير الإخبارية المتخصصة تبعاً لتفضيلات القارئ الفردي.			
24	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لسرد القصص الإخبارية بلغات متعددة، ومن زوايا مختلفة.			
سادساً: اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.				
25	يؤثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار على مستوى تطبيق المعايير المهنية للمؤسسة.			
26	صعوبة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار والتقارير السياسية.			

الرقم	الفقرة	مناسبة	غير مناسبة	التعديل المقترح
27	يقلل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي عدد العاملين في غرف الأخبار.			
28	لا يمكن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتغطية الموضوعات التي لا تتوفر عنها بيانات هيكلية أو البيانات المتوفرة عنها غير موثوقة.			
29	لا تزال إمكانيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي محدودة، وغير قادرة على إجراء التحليل المتعمق، والمقابلات، والتقارير الاستقصائية بكفاءة عالية.			
30	تعتمد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج القصص الإخبارية، والتقارير على البيانات والافتراضات، وكلاهما عرضة للتحيز والأخطاء.			

الملحق (3)

أداة الدراسة بصورتها النهائية

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تحية طيبة وبعد

يتقوم الباحث بإجراء دراسة تهدف إلى معرفة " اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو
توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار " 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 ستة 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.

شاكراً لكم حسن تعاونكم.

واقبلوا فائق الاحترام

الباحث: قاسم أبوزيد

الجزء الأول: البيانات الشخصية:

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

1. النوع الاجتماعي:

☐ ذكر

☐ أنثى

2. الفئة العمرية:

☐ أقل من 30 سنة

☐ من 31 - 40 سنة

☐ 41 سنة فأكثر

3. المستوى التعليمي:

☐ بكالوريوس

☐ ماجستير

☐ دكتوراه

4. الوصف الوظيفي

☐ محرر

☐ مندوب صحفي

☐ رئيس تحرير

☐ مدير

5. سنوات الخبرة

☐ من 1 - إلى أقل من 3 سنوات

☐ من 3 - إلى أقل من 6 سنوات

☐ من 6 سنوات فأكثر

الجزء الثاني:

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

الأول: مستوى معلومات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار					
الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق بشدة
1	لدي فكرة عامة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.				
2	أمتلك معلومات عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار.				
3	إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار أصبح أمراً ضرورياً للعمل الصحفي.				
4	أتابع توظيف بعض الفضائيات العربية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.				

ثانياً: السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني حول توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.					
الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق بشدة
5	لدي رغبة في التدريب على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.				
6	أطالب الإدارة بإدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار لمواكبة التطورات الحديثة.				
7	سأعاون مع زملائي لإنجاح استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.				
8	أجد فائدة عملية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.				

ثالثاً: الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
9	تقلل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الكثير من مهام العمل الروتينية.					
10	تساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في زيادة الإنتاجية نوعاً وكماً.					
11	تركز تطبيقات الذكاء الاصطناعي انتباه العاملين في غرف الأخبار على القضايا المهمة التي تهم الرأي العام.					
12	تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي العاملين على تغطية معظم الأحداث الداخلية.					
13	تزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي من كفاءة العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة					
14	تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الكتابة الإبداعية للعاملين في غرف الأخبار.					

رابعاً: اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
15	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار له فوائد إيجابية بمواكبة التطورات.					
16	يحقق استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار السبق والسرعة في نشر الأخبار.					
17	يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار على إنتاج تقارير إخبارية متميزة.					
18	يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الصحفيين على تجاوز الأخطاء في التحرير مثل الإملائية.					

خامسا: المنفعة المتوقعة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار التلفزيون الأردني.					
الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق بشدة
19	الإرتقاء بمستوى العمل الإعلامي وتأثيره في الرأي العام.				
20	تطوير العمل الريادي للتلفزيون الأردني.				
21	يوفر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الجهد والوقت والمال.				
22	إنشاء قصص إخبارية تعتمد على تحليلات البيانات الضخمة.				
23	إنتاج الأخبار والتقارير الإخبارية المتخصصة تبعاً لتفضيلات القارئ الفردي.				
24	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لسرد القصص الإخبارية بلغات متعددة، ومن زوايا مختلفة.				

سادسا: اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء التحديات المهنية والأخلاقية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.					
الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق بشدة
25	يؤثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار على مستوى تطبيق المعايير المهنية للمؤسسة.				
26	صعوبة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار والتقارير السياسية.				
27	يقلل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي عدد العاملين في غرف الأخبار.				
28	لا يمكن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتغطية الموضوعات التي لا تتوفر عنها بيانات غير موثوقة.				
29	لا تزال إمكانيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي محدودة، وغير قادرة على إجراء التحليل المتعمق، والمقابلات، والتقارير الاستقصائية بكفاءة عالية.				
30	تعتمد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج القصص الإخبارية، والتقارير على البيانات والافتراضات، وكلاهما عرضة للتحيز والأخطاء.				

الملحق (4)

أسئلة المقابلات المعمقة

الزملاء الاعزاء تحية واحتراماً وبعد،،،، يَقُومُ الباحث بإعداد رسالة ماجستير من كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط بعنوان "اتجاهات القارئ بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار" وستعتمد الدراسة على المقابلات المعمقة من مَجْمُوعَةٍ مِنَ الإعلاميين الممارسين، والقياديين من خلال طرح أسئلة يتم الإجابة عَلَيْهَا كِتَابَةً، لِيُصَارَ لاحقاً إلى تحليل المقابلات والوصول إلى النتائج النهائية وعليه يُرَجَى التكرم بالموافقة على إجراء المُقَابَلَةِ علماً أن هَدَفَ المُقَابَلَةِ هُوَ لغايات البَحْث العلمي فَقَط، مَعَ شُكْرِي الجزيل لدعمكم لِلْبَحْثِ العلمي مَعَ تقديري

الباحث قاسم زيد أحمد أبو زيد

أسئلة اللقاءات المعمقة

1. ما رأيك بتوظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟
2. هل ترى أن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لها تأثير على غرف الأخبار؟
3. هل ترى أن توظيف الذكاء الاصطناعي يؤدي إلى زيادة المشاهدة؟
4. هل يؤدي توظيف الذكاء الاصطناعي في القناة الأردنية إلى تغيير الصورة النمطية لدى المشاهدين الأردنيين؟
5. هل ترى أن العاملين في غرف الأخبار لديهم القدرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟
6. هل ترى أن العاملين بحاجة إلى دورات تدريبية في غرف الأخبار لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
7. هل ترون أن أصحاب القرار في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون لديهم رؤية مستقبلية لمواكبة التطورات واقتناء تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي؟
8. هل تتوقع من أصحاب القرار مخاطبة الحكومة لتشجيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟