

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية

دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال

د. محمد عوض نافع الرشيدى*

ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية من وجهة نظر القائم بالاتصال في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وقد اعتمدت على منهج المسح بشقه الميداني وطبقت الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال ببعض المؤسسات الإعلامية الكويتية قوامها ٣٠٠ مفردة من خلال استبيان طبق عليهم بالبريد الإلكتروني وقد أشارت نتائج الدراسة إلى عينة الدراسة تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة بلغت ٤٥% من العينة وتعتمد عليها أحياناً بنسبة ٤٤.٧% من العينة في الترتيب الثاني ويعنى ذلك أن الوسائل الإعلامية الكويتية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة ٨٩.٧% من العينة سواء بشكل منتظم أو إلى حد ما. بينما بلغت نسبة اعتماد وسائل الإعلام الكويتية على التطبيقات الحديثة والتكنولوجية بدرجة كبيرة أكثر من النصف حيث جاءت نسبة أكثر ٥٥% من العينة تقوم بالاعتماد بدرجة كبيرة على التطبيقات التكنولوجية الحديثة، وفي الترتيب الثاني تعتمد الوسائل على التكنولوجيا بدرجة متوسطة ٤٠% من العينة، بينما تعتمد عليها بدرجة ضعيفة بنسبة ٥% من الوسائل. كما أشارت النتائج إلى أن نسبة ٧٥.٧% من عينة الدراسة توافق على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية، بينما عارضت نسبة ٢٤.٣% منهم استخدام هذه التقنيات بدعوى أنها تسبب الاستعانة بالروبوتات في جمع المادة وتوضيبيها، وبالتالي يمكن أن يؤثر ذلك على العاملين من ذوي المهن الإعلامية الذين يمكن أن يفقدوا أماكنهم ووظائفهم في حالة الاعتماد الكامل على هذه الروبوتات. وقد ثبت صحة الفرض الذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الإعلامية ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (توقع الأداء/ المنفعة المتوقعة/ التسهيلات المتاحة/ الجهد المتوقع).

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي تطوير المضامين الإعلامية النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

* أستاذ الإعلام بالجامعة الدولية بدولة الكويت (IUK)

The role of artificial intelligence in the development of media content, a field study on the communicator

Abstract:

The study aimed to determine the role of artificial intelligence in the development of media content from the point of view of the communicator within the framework of UTAUT theory. The study belongs to Descriptive studies. The study was applied to a sample of 300 media professionals in some Kuwaiti media organizations through a questionnaire that was applied to them via e-mail. The results of the study indicated that the study sample uses artificial intelligence applications at a rate of 45% of the sample and sometimes relies on them at a rate of 44.7% of the sample in the second place, and this means that the Kuwaiti media outlets use artificial intelligence applications at a rate of 89.7 % of the sample, whether regularly or to some extent. While the percentage of Kuwaiti media relying on modern and technological applications is more than half, where more than 55% of the sample relied heavily on modern technological applications, and in the second place the media depended on technology to an average degree of 40% of the sample, while it relied on it with a weak degree of 5% of the means. The results also indicated that 75.7% of the study sample agreed to use artificial intelligence techniques in developing media contents, while 24.3% of them opposed the use of these technologies, claiming that they cause the use of robots to collect and package material, and thus this could affect workers with disabilities. Media professionals who could lose their places and jobs if they rely entirely on these bots. The hypothesis, which states that there is a statistically significant correlation between the attitudes of the communicators towards the application of artificial intelligence technology in the media, and the variables of the unified theory of technology acceptance (perceived performance / perceived benefit / available facilities / perceived effort) has been proven correct.

Keywords: artificial intelligence, development of media content, UTAUT Theory.

مقدمة:

لقد أحدثت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تحولات كبيرة في نمط الحياة الحديثة وخلقت فرصاً هائلة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة عن طريق إعادة تشكيل وسائل النقل، والصحة، والعلوم، وسوق المال حيث تتيح تطبيقات الذكاء الاصطناعي حلولاً مبتكرة، ولم تكن تقنيات الذكاء الاصطناعي بعيدة عن تطوير مجال العمل الإعلامي، حيث أحدثت تحولات كبيرة في قدرة وسائل الإعلام على التأثير ومخاطبة الرأي العام، ووفرت أدوات أكثر ذكاءً وتقدمًا بأقل جهد وسرعة في نقل الخبر إلى المتلقي وتفاعل الجمهور بسهولة ويسر، وهذا التطور يشمل وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، إضافةً إلى شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد بصفة عامة. وتعتمد صحافة الذكاء الاصطناعي على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (مثل البرمجيات أو الخوارزميات لإنشاء قصص إخبارية تلقائيًا دون أي مدخلات من البشر، باستثناء المبرمجين الذين طوروا هذه الخوارزميات للاستفادة منها في مجال الصحافة، إضافة إلى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجوانب المهنية أو الإدارية أو التخطيط المتعلقة بالعمل الصحفي⁽¹⁾. وشكل الذكاء الاصطناعي تغييرات مهمة بمهنة الصحافة والإعلام؛ نتيجة تزايد الاعتماد على روبوتات ذكية تقوم بالتصوير وتحرير المحتوى والتدقيق اللغوي والترجمة والتعامل مع البيانات الضخمة وغير ذلك بدقة وسرعة أكبر من البشر، وبمستوى إنتاج ضخم يفوق مستويات إنتاج المحتوى التقليدي خلال وقت وجيز لا يتعدى ثوان قليلة. والذكاء الاصطناعي عبارة عن تطوير أنظمة حاسوبية قادرة على أداء مهام تتطلب عادةً الاستعانة بالذكاء البشري، ولقد تدخلت هذه التقنيات في كافة المجالات في اليومية ومن أهم هذه الصناعات التي تدخلت فيها الآلات وتقنيات الذكاء الاصطناعي هي الكتابة بمفهومها الواسع وتطوير المضمون والمحتوى، وتحديدًا في قطاع الإعلام والتسويق داخل المؤسسات الإعلامية. ولقد أثرت تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الوسيلة الإعلامية ذاتها حيث عملت على تطوير شكل الوسيلة وعلى قدرتها على القيام بدورها الإعلامي من خلال إمكانية توفير مواد إعلامية سريعة وبالغة الدقة حيث تعتمد على الروبوتات في إنتاجها، وبالتالي فتتميز الوسيلة الإعلامية التي تستعين بتطبيقات الذكاء الاصطناعي عن تلك التي لا تقوم بتطبيقها، لذا تسعى هذه الدراسة للتعرف على دور هذه التطبيقات في تطوير مضمون الوسيلة الإعلامية وقدرتها على منافسة الوسائل الأخرى.

الدراسات السابقة:

لقد أجريت العديد من البحوث والدراسات التي تناولت موضوع الذكاء الاصطناعي ومختلف تطبيقاته حيث اختلف محتوى هذه الدراسات باختلاف نوع التطبيق الذي يتناوله الموضوع. وبعد الاطلاع على التراث العلمي المتاح حول (دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية) في حدود علم الباحث، اتضح وجود العديد من الدراسات التي ترتبط بهذا الموضوع من أكثر من زاوية، حيث جاءت دراسة: (مؤمن فضيل محمد علاونة،

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال (٢٠٢٢) (iii) للتعرف على مدى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومجالات استخدامها في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني الأردني والتحديات التي تواجهها، وتصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واعتمدت علي منهج الحصر الشامل، حيث تمت الدراسة علي عينة قوامها (٢٧٠) مفردة من مجتمع الدراسة المتمثل بفنّي الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني في مؤسسات الإذاعة والتلفزيون وشركات الإنتاج الأردنية، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث علي الاستبانة أداة لجمع البيانات. وتوصلت النتائج إلى أن معرفة فنّي الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني بتطبيقات الذكاء الاصطناعي جاءت بدرجة (محدودة) بمتوسط حسابي بلغ (٢,٤٨). وأن إنشاء السرد المرئي كالصور والرسوم المتحركة أهم مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني. كما أظهرت الدراسة أن أبرز دوافع استخدام فنّي الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي جاء التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها، وبينت الدراسة وجود علاقة قوية (طردية) دالة إحصائياً بين مدي توظيف الفنيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والتحديات التي تواجه هذا التوظيف في قطاع الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني. وجاءت دراسة: (أسامة السيد عبدالعزيز، مروة رضوان إبراهيم، ٢٠٢٢) (iii) للتعرف على التراث العربي والأجنبي المتعلق بالذكاء الاصطناعي وتطبيقاته وتوظيفها في المجال الإعلامي، واعتمدت الدراسة على تحليل المستوي الثاني بأسلوبه الكيفي، وتم تطبيق الدراسة علي البحوث المعنية باستخدام تقنيات الثورة الرابعة وبشكل رئيسي الذكاء الاصطناعي من قبل المؤسسات الإعلامية والرسمية في مصر والدول العربية والأفريقية والأجنبية والتي نشرت في الدوريات المتخصصة أو قدمت في المؤتمرات العلمية المعنية بالأمر في الفترة الزمنية من عام ٢٠١٥ إلى عام ٢٠٢٢م، واعتمدت الدراسة علي أسلوب العينة العمدية في اختيار البحوث الخاضعة للتحليل وفق متغيري موضوع البحث وسنة النشر. وأسفرت نتائج الدراسة عن ارتفاع تأثير الذكاء الاصطناعي على بنية العمل الإعلامي وبخاصة المؤسسات الصحفية، كما أسهم الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات التي تقوم المؤسسة الإعلامية والصحفية بإنتاجها على مدى واسع، حيث أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً كبيراً في بيئة العمل الإعلامي لقدرتها التغلب على المشاكل الأساسية التي تواجه الصحافة المعاصرة وكذلك وسائل الإعلام المختلفة. وجاءت ودراسة (شاكور بن علي الزيابي، ٢٠٢٢) (iv) التي هدفت للتعرف على رؤية النخبة الإعلامية في المملكة العربية السعودية لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته في الحد من الأخبار الكاذبة على منصات الإعلام الاجتماعي، في ضوء الخبرة والممارسة الإعلامية والأكاديمية والتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار للكثيرين منهم في العمل الإعلامي اليومي، طبقت الدراسة على عينة قوامها (٦٥) مفردة من النخبة الإعلامية في السعودية. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض النخبة الإعلامية السعودية للأخبار الكاذبة في

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال
منصات التواصل الاجتماعي وإدراكهم لمساهمة الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار
الأخبار الكاذبة. كما بينت الدراسة العديد من العوامل التي تساهم في انتشار الأخبار الكاذبة
في منصات التواصل الاجتماعي لدى النخبة الإعلامية. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت
إليه دراسة (جواد راغب الدلو ويوسف يحيى أبو حشيش وأحمد عبدالله إسماعيل: ٢٠٢٢) ^v
والتي استهدفت التعرف على اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء
الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية، ومدى جاهزية المؤسسات لتوظيفها ومتطلباتها
والمهارات اللازمة لها، ومجالاتها وتحدياتها. وكذلك رصد الآثار الايجابية والسلبية المترتبة
على استخدام التقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية من وجهة نظر خبراء
الإعلام. اعتمدت الدراسة على أداة صحفية الاستقصاء بالتطبيق على عينة عمدية قوامها
١٠٢ مبحوثاً من خبراء الإعلام الفلسطيني، عبارة عن (أساتذة الإعلام بست جامعات
فلسطينية هي النجاح والجامعة الإسلامية وبيروزيت والأزهر والأقصى والخليل)
(والصحفيين بالمؤسسات الصحفية الحزبية والرسمية والخاصة)، واعتمدت على نظرية
انتشار وتبني المبتكرات لروجزر. وتوصلت الدراسة إلى أن معظم خبراء الإعلام الفلسطيني
يرون أن المؤسسات الفلسطينية جاهزة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي،
وجاءت أهم مجالات استخدامها "متابعة الأخبار العاجلة والتغطية السريعة" بنسبة ٨٠%،
يليهما "التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها" بنسبة ٧٣.٥%، وتتفق معهم أيضاً من حيث
النتائج دراسة (غسان حرب: ٢٠٢٢) ^{vi} والتي أجريت حول توظيف تكنولوجيا الذكاء
الاصطناعي في قنوات الفضائية بدولة فلسطين واستهدفت تقديم رؤية مستقبلية لتبني تقنيات
الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية خلال العقد القادم (٢٠٢١/٢٠٣١)،
بالاعتماد على اتجاهات الممارسين نحو ملامح واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي،
ودرجة اهتمامهم بها، وماهية العوامل المؤثرة على توظيفها لها خلال العقد القادم، وذلك في
سبيل وضع خارطة معرفية جيدة وطرح رؤية مستقبلية من خلال بناء مجموعة من
السيناريوهات المستقبلية. واعتمدت على عينة عمدية قوامها ٨١ مبحوثاً من القائمين
بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية، وتم الاختيار وفقاً لعامل (الإتاحة) بواقع ٣٥
مبحوثاً من القائمين بالاتصال في قناة فلسطين الفضائية و ٢١ مبحوثاً من القائمين بالاتصال
في قناة الأقصى الفضائية و ٢٥ من القائمين بالاتصال في قناة فلسطين اليوم الفضائية وتقديم
سيناريوهات مستقبلية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية خلال
العقد القادم. وتوصلت الدراسة إلى أن معظم المبحوثين أكدوا على أن أهم العوامل المؤثرة
على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية خلال العقد القادم تتمثل
في العوامل الاقتصادية باعتبار أن التحول التكنولوجي لتقنيات الذكاء الاصطناعي يحتاج إلى
إمكانيات مادية ضخمة بالإضافة إلى العوامل المهنية المرتبطة بالتدريب والتأهيل للقائم
بالاتصال في تلك المؤسسات. أما دراسة (هند يحيى: ٢٠٢٢) ^{vii} فاستهدفت للتعرف على

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال
مدي تقبل الصحفيين لاستخدام الطائرات بدون طيار drones في مجال الصحافة وتأثيرها
علي مستقبلهم الوظيفي، واستعانت بمنهج المسح بالتطبيق علي عينة عمدية مكوة من ١٤٩
مفردة من الصحفيين بعدة صحف وشملت (المحررين الصحفيين/ المصورين الصحفيين)
باستخدام أداة الاستبانة. واعتمدت علي نموذج قبول استخدام التكنولوجيا TAM كإطار
نظري لدراستها. وتوصلت إلي نتائج أهمها وعي المبحوثين بأن الطائرة بدون طيار لها أهم
استخدام في مجال الصحافة وهو إجراء حوار مع الجمهور في أماكن يصعب الوصول إليها
أثناء الكوارث والأزمات، كما كانت هناك زيادة في قلق الصحفيين من تزايد الاعتماد علي
طائرات الدرون في مجال الصحافة، وذلك لاعتمادهم أن الصور والفيديوهات المنتجة عبر
طائرات الدرون ليست دقيقة دائما. كما أشار الصحفيون إلي انخفاض تكلفة استعانة
الصحفيين بطائرات الدرون في عملهم الصحفي، وأهمية العمل علي تعظيم فوائدها في مجال
الصحافة والإفادة منها في مضاعفة إنتاج المحتوى. **واتفقت معها دراسة (أمل خطاب:**
٢٠٢١) (viii)، التي استهدفت استشراف مستقبل غرف الأخبار المتطورة في إطار توظيف
التقنيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي، واعتمدت علي إطارين نظريين لدراستها نظرية
انتشار المستحدثات ونظرية الحتمية التكنولوجية. ووظفت كل من المنهج الاستشراقي والمسح
الإعلامي (مسح آراء القائمين بالاتصال بغرف الأخبار حول تطبيق تقنيات الذكاء
الاصطناعي بغرف الأخبار) واعتمدت علي أداتي المقابلات المتعمقة واستمارة استبيان
لاستطلاع رأي وتوقعات الخبراء من العاملين بالإعلام وغرف الاخبار في أربع مؤسسات
صحفية (الأهرام، اليوم السابع، الوفد، موقع القاهرة ٢٤) وأجرت الباحثة ٣٠ مقابلة متعمقة
مع مستويات تحريرية وتقنية من خبراء الإعلام والذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة. وتوصلت
الدراسة إلي تمتع العاملين بموقع القاهرة ٢٤ بدرجة معرفة كافية وقوية جدا نحو تطبيقات
وتقنيات الذكاء الاصطناعي، علي عكس ما جاءت درجة المعرفة بتلك التطبيقات ضعيف
جدا مع باقي المؤسسات الصحفية الأخرى، ويرجع ذلك إلي توسع موقع القاهرة ٢٤ في
استخدام تلك التقنيات الذكية، وأكدت علي انتشار المعرفة الكافية بماهية تطبيقات الذكاء
الاصطناعي لدي القائمين بالاتصال بغرف الأخبار المصرية بكل من موقع اليوم السابع
والوفد والأهرام والقاهرة ٢٤ وأهميه توظيف تلك التقنيات بغرف الأخبار. أما دراسة:
(Wolker., A. & Powell.T., 2021) (ix) فهدفت الدراسة إلي التعرف على تصورات
الجمهور المدركة حول مصداقية الصحافة الآلية، وقد طبقت الدراسة التجريبية علي عينة
قوامها (٣٠٠) مفردة من الأوروبيين مستهلكي الأخبار، وسحبت العينة بطريقة كرة الثلج من
خلال مواقع التواصل الاجتماعي: Facebook و twitter و linked in. وتوصلت نتائج
الدراسة إلى أن المقالات الرياضية المنتجة آليا أكثر مصداقية بكثير من المقالات المنتجة
بواسطة البشر وفقا لاعتقاد المبحوثين. ودراسة (إنجي لطفي عبدالعزيز، ٢٠٢١) (x). هدفت
الدراسة إلي معرفة واقع استخدام المؤسسات الإعلامية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي،

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال والتعرف علي المزاي والسلبيات الناجمة عند إدخالها مستقبلاً، وكذلك التحديات التي يمكن أن تواجه المؤسسات، واستكشاف الرؤية الاستشرافية للقائمين بالاتصال والخبراء المتخصصين والأكاديميين تجاه مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، وتأثيرها علي مستقبل العاملين بها، وتنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية، واعتمدت علي المنهج المسحي بفرعية الكمي والكيفي، كما اعتمدت علي المنهج الاستكشافي، واستخدمت الباحثة استمارة استبيان وطبقت علي عينة عشوائية علي القائمين بالاتصال، كما تم استخدام دليل المقابلة المقننة مع الخبراء المتخصصين والأكاديميين. وأكدت نتائج الدراسة أن إجابات القائمين بالاتصال علي استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدرجة متوسطة، بينما جاء ضعف الاستخدام وفقاً لإجابات الخبراء المتخصصين والأكاديميين، وقد لاحظت الباحثة ضعف الاستخدام بل الشكل البدائي الذي لم يرقى إلي التطور. وانفقت جميع عينة الدراسة علي أن عدم تطوير البنية التحتية من أكثر التحديات التي يمكن أن تواجه المؤسسات الإعلامية مستقبلاً في حال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي. واقترحت جميع عينة الدراسة فيما يتعلق بمستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية، يتم من خلال تدريب جيل جديد من الصحفيين علي تلك التطبيقات، والاستعانة بخبراء ومطورين ومبرمجين، وتكامل العلاقة بين البشر والآلة. بينما هدفت دراسة: (رانيا محمود الكيلاني، ٢٠٢١)^(xi) إلى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي كأحد وسائل حروب الجيل الخامس من خلال المواقع المختلفة، واعتمد البحث علي المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره أنسب المناهج في دراسة الظاهرة، مستخدماً دليل تحليل المضمون الكيفي لعينة من الأفلام الأجنبية علي شبكة نيتفليكس Netflix؛ نظراً لكونه من المواقع الأكثر مشاهدة عند الشباب العربي في الفترة الأخيرة. وتوصلت النتائج إلى أنه يتم استخدام الذكاء الاصطناعي الآن في التأثير علي عقول الشباب من خلال المواقع الإلكترونية والأفلام الأجنبية التي تعد من اليات الحروب الثقافية الحديثة؛ التي تستهدف عقول الشباب واحتلالها. وأن الأفلام الغربية بفضل إنتاجها الضخم والتكنولوجيا الرقمية المتطورة المستخدمة فيها تعد من أهم المؤثرات التي تجذب الشباب العربي إلي مشاهدة الأفلام الأجنبية والتي تجعل الشباب واقعا تحت تأثير إعلام فضائي متعدد الرسائل والاتجاهات والتناقضات. وتطورت تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلي الحد الذي يجعل المبرمجين لها في مراحلها المتطورة عاجزين عن إدراك أبعاد قدرات هذه الآلات التي يخترعونها. وكانت دراسة: (Madani, Y., Erritali, M., & Bouikhalene, B., 2021)^(xii) التي هدفت إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الكاذبة حول كوفيد ١٩ في المغرب، أثناء جائحة كوفيد -١٩، وكشف الأخبار المزيفة التي تنشر علي مواقع التواصل الاجتماعي تويتتر أثناء جائحة كورونا التي تضليل أفراد المجتمع. في هذا السياق، عرضت الدراسة مدخلا جديدا للكشف عن الأخبار المزيفة علي Twitter خلال فترة Covid -19. وتكونت الطريقة من طريقة التصنيف الذي

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال

يستخدم ميزات التغريدات الجديدة ويستند إلى معالجة اللغة الطبيعية Natural Language Processing والتعلم الآلي Machine Learning والتعلم العميق Deep Learning ، وذلك بالتوازي مع استخدام تقنية أباتشي سبارك Apache Spark. وأظهرت النتائج التجريبية أن هذا النهج أعطي نتائج قيمة للغاية بمجرد استخدامه مع خوارزمية الغابة العشوائية Random Forest Algorithm ، بدقة تصل إلى ٧٩%. كما وجدت الدراسة أن الشعور بالتغريدات يلعب دورا مهما في الكشف عن الأخبار المزيفة. وهدفت دراسة: (مجدي داغر، ٢٠٢١) (xiii) . للتعرف على اتجاهات النخبة نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الإلكترونية وانعكاساته علي دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر، وكذلك تقييم النخبة لدور التطبيقات الذكية في إنتاج المحتوى الأمني، مروراً بآليات التوظيف والتأثيرات الإيجابية والسلبية والتحديات والمشكلات ومقترحات التوظيف وذلك في ضوء المعايير المهنية والأخلاقية للإعلام الجديد، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق علي عينة عمدية قوامها (١٠٦) مفردة موزعة علي النخبة "الإعلامية والأمنية والأكاديمية". وتوصلت الدراسة إلي اتفاق النخبة المصرية علي تنوع الوسائط المتعددة التي سوف تعتمد عليها تطبيقات الذكاء الاصطناعي عند إنتاج محتواها الأمني، وتصدرت صحافة البيانات أكثر تطبيقات الإعلام الجديد استفادة منها، يليها صحافة الفيديو، والموبايل، وصحافة الدرون. وكشفت النتائج اتفاق اتجاهات النخبة نحو مجالات توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى، وأن التوظيف سوف ينعكس أكثر علي تطوير أساليب المعالجة وتنوعها، وهو ما يقلل من جهد الإعلاميين في التغطية الحية والتوجه نحو الإبداع وتطوير المحتوى، والتأكيد على إمكانية استخدام تطبيقات الإعلام الأمني في دراسة وتحليل حجم كبير من المعلومات والبيانات والتعرف على أبعاد الجرائم الإلكترونية وتأثيراتها السلبية علي المجتمع. وهدفت دراسة: (آلاء عزمي محمد المصري، ٢٠٢١) (xiv) إلى الكشف عن اتجاه دارسي الإعلام في صعيد مصر نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي، وتنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية، وقد طبقت علي عينة عمدية متاحة قوامها (٢٢٣) مفردة من طلاب الإعلام بالفرقتين الثالثة والرابعة المقيدتين بالعام الدراسي ٢٠٢٠/٢٠٢١ في صعيد مصر، مستخدمة في ذلك الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وتوصلت النتائج إلى أن متوسط معرفة دارسي الإعلام بمصطلح الذكاء الاصطناعي، واعتبرت متابعة الأخبار التقنية مصدرهم الأول للتعرف علي المصطلح. وارتفعت معرفة دارسي الإعلام بالمجالات الإعلامية المستخدم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي، ولكن توسط تقييمهم لكفاءتها. كما تباينت التأثيرات المدركة لاستخدام الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي لدي الباحثين ما بين الإيجابية والسلبية، وقد لوحظ أن التأثيرات الإيجابية هي الأعلى حضوراً في أذهان الباحثين. كما كشفت النتائج أن دارسي الإعلام لديهم اتجاه محايد نحو استخدام الذكاء الاصطناعي بالعمل

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال الإعلامي. وقد هدفت دراسة: (علاء مكي الشمري، ٢٠٢١) ^(xv) إلى التعرف علي مفهوم الذكاء الاصطناعي، والمفاهيم المرتبطة به وتأثيراتها الحالية والمستقبلية، وأهم العناصر التكنولوجية الفاعلة في صناعة محتوى الإعلام وبيئته مستقبلاً، والكشف علي مستقبل وسائل الإعلام، وأهم التأثيرات الإيجابية والسلبية التي سوف تطرأ عليه بعد استعمالات وتفاعلات عناصر الذكاء الاصطناعي، والكشف عن أهم مظاهر وأشكال الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت علي أداة المقابلة. وتوصلت نتائج الدراسة إلي ضرورة وجود قوانين وتشريعات منظمة لمرحلة استعمالات عناصر الذكاء الاصطناعي بشكل عام؛ لحماية الجنس البشري وحقوقه من سلوك الآلات ومن يقف خلفها. وإن الذكاء الاصطناعي يمنح القدرة علي استعمال الصحافة للألة في مواقع وحالات وأوقات لا يمكن للصحفي الإنسان أن يقوم بها في المكان والزمان المحددين. بينما هدفت دراسة: (سلوي علي إبراهيم الجيار، ٢٠٢١) ^(xvi) إلى تقديم رؤية نقدية مقارنة من خلال رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في مجال بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي علي المنتج الإعلامي علي مستوي الدراسات العربية والإجنبية من مختلف المدارس البحثية علي مستوي العالم في الفترة من ٢٠١٥م وحتى ٢٠٢٠م، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت علي أسلوب التحليل الكيفي. وتوصلت النتائج إلى تنوع الاتجاهات البحثية لبحوث تأثير الذكاء الاصطناعي علي المنتج الإعلامي خلال الفترة من عام ٢٠١٥م وحتى ٢٠٢٠م، وتصدر قائمة الاهتمامات دراسات تأثير الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة بنسبة بلغت (٥١,٧%). كما أشارت النتائج في إطار التدفق التكنولوجي المستمر أنه سيكون للثورة الرقمية تأثيرات سلبية، لذلك يوصي العرض التحليلي بضرورة الانتباه لخطورة تأثير الذكاء الاصطناعي علي المنتج الإعلامي بإجراء مزيد من الأبحاث، وخاصة أن التوقعات المستقبلية تؤكد استمرار استخدامها والاعتماد عليها بشكل كبير. وجاءت دراسة: (Parratt – Fernandez & Sanchez, 2021) ^(xvii). لتهدف إلى رسم خريطة وتحليل الإنتاج العلمي العالمي حول هذا الموضوع، وتحديد البلدان الأكثر تركيزاً علي هذه القضية، والمجالات التي تتم دراستها أكثر، واستخدام الأساليب المنهجية، وكيف وأين تتطور؟، والثغرات الموجودة في هذا البحث، ويؤكد استعراض ٣٥٨ نصاً الاهتمام الكبير من جانب الأوساط الأكاديمية خلال العقد الماضي، ولا سيما بين عامي ٢٠١٥ و ٢٠٢٠م، وأن الولايات المتحدة الأمريكية إلى حد بعيد هي الدولة التي لديها معظم المنشورات حول هذا الموضوع، وأن معظم الأعمال المنشورة هي مقالات بحثية قبل كل شيء. واتضح أن المجالات التي جذبت أكبر قدر من الاهتمام حتي الآن هي: صحافة البيانات، وكتابة الروبوت، والتحقق من الأخبار، وكما هو متوقع بعضها في مجال تطوير، والبعض الآخر في مجال الصحافة مثل: استعراض دور الصحفي، وإضفاء الطابع الشخصي علي المحتوى، وأن عملية دمج الذكاء الاصطناعي في تدريس الصحافة ليست مدمجة بشكل

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال كافي، ولكن من المؤكد أنها ستكون في المستقبل القريب. أما دراسة (هند يحي عبد المعطي ، ٢٠٢٠) (xviii) هدفت الدراسة إلي التعرف على مستقبل هذه التقنية في مجال الصحافة وكيفية الاستفادة منها ومحاولة تطويرها، ورصد طرق توعية المؤسسات الصحفية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية والإستشرافية، ويتمثل مجتمع الدراسة الراهنة في المختصين بمجال الذكاء الاصطناعي، واستخدمت الباحثة أداة المقابلة المتعمقة. وقد أثبتت نتائج الدراسة أن صحافة الذكاء الاصطناعي حقبة جديدة من الإعلام تسعى من خلالها وسائل الإعلام إلي توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والثورة الصناعية الرابعة على أكمل وجه في جميع مراحل صناعة الإعلام وصناعة الخبر، والتي ستكون أسرع عشرات المرات من وسائل التواصل الاجتماعي، وأكثر دقة وتفاصيلاً في نقل الأحداث. وأشارت الدراسة إلي أهمية توظيف الروبوت في التحرير والتصوير، وفي تغطية الأحداث بالأماكن الأكثر خطورة ويصعب علي الإنسان الوصول إليها مثل مناطق الحروب والحرائق وقاع البحار والفضاء وفوق ناطحات السحاب. وجاءت دراسة Biswal & (Gouda, 2020) (xix). للتعرف علي تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في وكالة أنباء 150inhua الصينية علي الصحفي، وما هي التحديات التي تعوق توظيف تلك التكنولوجيا في الوكالة، وقد اعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عشوائية قوامها (٢٥) صحفياً من وكالة أنباء 150inhua الصينية، ومن خلال استخدام المقابلات المتعمقة. وأشارت نتائج الدراسة إلي أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في العمل الصحفي، خاصة فيما يتعلق بجمع وتحرير المعلومات والبيانات الذي يحدث إلكترونياً ودون التدخل المباشر من قبل المحررين، مما وفر الكثير من الوقت والجهد اللازم في العمل الصحفي للوكالة. كذلك أكدت على أهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الإشاعات والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها علي مواقع التواصل الاجتماعي. وتوصلت أيضاً إلي أن الذكاء الاصطناعي مكّن وكالة 150inhua الصينية من تطوير أشكال جديدة من عرض القصص الخبرية ومنها الاعتماد علي ما يُعرف بالواقع الافتراضي (VR) Virtual Reality، حيث يتم عرض الأخبار في صورة تُشبه الأفلام ثلاثية الأبعاد تجعل المشاهد يعيش تجربة الخبر كأنها واقع وهو عضو شارك فيه. وهدفت دراسة (محمد جمال بدوي، ٢٠٢٠) (xx). إلى مستقبل الوظيفة الإخبارية للصحافة الإلكترونية في ظل تعدد منصات الإعلام الرقمي، دراسة مستقبلية في الفترة من ٢٠١٨ م وحتى ٢٠٢٨ م، في ضوء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، رصد دوافع الوظيفة الإخبارية في العصر الرقمي، وآليات تقديمها، وممارساتها الجديدة، والتحديات التي تواجهها، والتعرف علي آراء الخبراء من المهنيين العاملين بالمجال الإعلامي والأكاديميين المتخصصين في الإعلام وتصوراتهم حول مستقبل الوظيفة الإخبارية في البيئة الرقمية، في ظل تعدد المنصات الإعلامية، وتنتمي هذه الدراسة إلي نمط الدراسات المستقبلية الاستكشافية أو الاستطلاعية، وقد استعانت الدراسة

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال بمنهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، كما تم إجراء الدراسة التطبيقية علي عينة قوامها (١٠٠) مفردة من الخبراء المهنيين العاملين بالمجال الإعلامي والأكاديميين، اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على مدخل تحليل النظم. وقد توصلت الدراسة في ضوء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أن الصحافة الرقمية المصرية عند مقارنتها بمثيلاتها في أوروبا أو أمريكا أو آسيا، يتبين أنها تتحسس خطأها نحو التطور لكن يُعيبها البطء الشديد، ويجب عليها إذا ما أرادت أن تحجز لها مقعد في المستقبل أن تأخذ بالآتي: التبني الجاد والحقيقي لأدوات الذكاء الاصطناعي في التحرير الرقمي، وتدريب الصحفيين علي العمل وفق ممارسات البيئة الرقمية ، واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي. أما دراسة **Vaclav (Moravec et al, 2020)** ^(xxi). فهذفت الدراسة توصيف تطبيق الخوارزميات بوكالة الأنباء التشيكية CTK وتحويل ملفات البيانات الكبيرة إلي نصوص إخبارية بالاعتماد علي إنتاج تقارير حول نتائج التداول في بورصة براغ بالذكاء الاصطناعي دون تدخل بشري لوكالة الأنباء التشيكية خلال عام ٢٠١٩م، والمقارنة بين معدلات إنتاج الخوارزميات وجودة المحتوى الصحفي الذي يُنتجه البشر في مقابل الخوارزميات بالإضافة إلي إجراء دراسة ميدانية علي الصحفيين والمحررين الاقتصاديين بالوكالة. وأشارت النتائج إلي أن الوضع المالي في غرف الأخبار بالوكالة التشيكية يشير إلي حتمية الاعتماد علي الذكاء الاصطناعي بالصحافة التشيكية لمواصلة مهنتها، ورغم كل ذلك فإن الصحفيين يتوقعون أن أدوارهم ستظل مهمة، وأنهم سيعملون بالتزامن مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج التقارير علي نحو أفضل. وهذفت دراسة: **(Elareshi, et al., 2020)** ^(xxii): إلي فحص تصورات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (مثل تطبيق واتساب)، ولا سيما النظر في كيفية استخدام المرأة البحرينية لهذه التكنولوجيا وكيفية استخدام الاتصالات المتنقلة بواسطة هذه الشريحة من السكان، وأشارت الدراسة إلي أن الأجهزة المحمولة في متناول النساء البحرينيات، وهذا يحتاج إلي مزيد من التحليل لمعرفة طرق استخدام التطبيقات للحصول علي المعلومات إلي جانب أمور أخرى، وقد استند هذا التحليل إلي استطلاع عبر الإنترنت أجريت علي (١١٣٧) امرأة بحرينية باستخدام عينة غير تمثيلية (كرة الثلج)، وتم تحليل هذه البيانات باستخدام نهج التعلم العميق الذي يستخدم بشكل خاص تقنية **Fuzzy proximity Knowledge Mining** لفحص الإجابات المقدمة. وأشارت النتائج إلي أن تطبيق واتساب مكن المرأة البحرينية من التواصل وتبادل المعلومات مع الآخرين. وأن النساء البحرينيات تمضي ساعتين إلي ثلاث ساعات يوميا في إرسال الرسوم الهزلية والمقاطع الترفيهية والقصص الإخبارية، وبشكل عام، كان تطبيق واتساب بمثابة منصة تستخدم للمشاركة في الأنشطة الاجتماعية والتواصلية. أما دراسة: **(Karnouskos, 2020)** ^(xxiii). هذفت الدراسة إلي فحص التزييف العميق من خلال زوايا متعددة تشمل الإعلام والمجتمع، والإنتاج الإعلامي، والتمثيل الإعلامي، وجمهور وسائل الإعلام، والجنس والقانون

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال والتنظيم، وكذلك السياسة، والتزييف العميق Deepfakes هو ظاهرة ابتكار المنتجات الرقمية الواقعية، وهي تقنية تقوم علي صنع فيديوهات مزيفة عبر برامج الحاسوب من خلال الذكاء الاصطناعي، فهي محاولة دمج عدد من الصور ومقاطع الفيديو لشخصية ما من أجل إنتاج مقطع فيديو جديد باستخدام تقنية التعلم الآلي، قد يبدو للوهلة الأولى أنه حقيقي لكنه في واقع الأمر مزيف، واختارت الدراسة منهجية تحليل الوثائق، وتم النظر في التناول الواضح لتقنية التزييف العميق. وأشارت النتائج إلى أننا لسنا مستعدين كمجتمع للتعامل مع ظهور تقنية التزييف العميق علي أي مستوى. وأنه من الواضح أن تداخل وسائل الإعلام الرقمية والتزييف العميق له تأثيرات عديدة علي الأفراد وكذلك علي المجتمع بشكل عام. في حين اتفقت إحدى النتائج التي توصلت إليها دراسة (عمرو عبدالحميد: ٢٠٢٠)^{xxiv} مع النتائج التي توصلت إليها دراسة (بسنت عطية: ٢٠١٩) من حيث ميل عينة الدراسة إلى تصديق الأخبار المنتجة من قبل أدوات الذكاء الاصطناعي، حيث توصل الأول إلى ترتيب عناصر مصداقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي بموقع القاهرة ٢٤، حيث جاءت الدقة في المرتبة الأولى، تليها الموضوعية، ثم فصل الحقيقة عن الرأي، العدالة والإنصاف لمختلف وجهات النظر في المرتبة الرابعة، وجاءت جودة صياغة الخبر في المرتبة الأخيرة. رغم اختلاف عينة الدراسة لكلا الدراستين، فدراسة عمرو عبدالحميد طبقت على جمهور من متابعي الأخبار، ودراسة بسنت عطية أجريت على العاملين بالمؤسسات الإعلامية. بينما استهدفت دراسة (عيسى عبد الباقي موسى وأحمد عادل عبدالفتاح: ٢٠٢٠)^{xxv} التعرف على اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية. واستعانت الدراسة بمنهج المسح بشقيه الكمي والكيفي وأسلوب المقارنة المنهجية عن طريق الاعتماد على أداتي الاستبيان والمقابلة المتعمقة على عينة قوامها ١٥٠ مبحوثاً من الصحفيين المصريين العاملين بغرف الأخبار والقيادات الصحفية بالمؤسسات القومية والخاصة، بجانب إجراء مقابلات إلكترونية لعينة من القيادات الصحفية والأكاديميين وخبراء تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار. واعتمدت على كل نموذج TAM ونظرية نشر الأفكار المستحدثة. إلى أن ٨٨% من إجمالي العينة من الصحفيين المصريين والقيادات يؤكدون على الأهمية الكبيرة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار الخاصة بهم، إلا أنهم أشاروا في نفس الوقت إلى عدم جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الأدوات، نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها. وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (سحر الخولي: ٢٠٢٠)^{xxvi}، رغم اختلاف سياق هذه الدراسة والتي استهدفت التعرف علي اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي. واعتمدت علي المنهج المسحي باستخدام استمارة الاستبيان، وطبقت علي عينة من الصحفيين العاملين بالمؤسسات المصرية قوامها ٢٥٠ مفردة تم اختيارهم بطريقة عمدية من خلال ١٦ مؤسسة

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال
صحفية مصرية تنوعت ما بين (صحف قومية-خاصة-حزبية) خلال الفترة
من(٢٠٢٠/٦/١-٢٠٢٠/٧/٣١). واعتمدت علي النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا إلي
جانبا نظرية الثراء المعرفي. وتوصلت إلي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين
استخدام المؤسسة الصحفية للتقنيات الحديثة في الجمع والتحرير والإخراج الصحفي
واتجاهها نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين، رغم اختلاف سياق
التطبيق بين الدراستين واختلاف عينة الدراستين وأدوات جمع البيانات. وأكدت على ذلك
دراسة (أيمن بريك: ٢٠٢٠) ^{xxvii}، التي استهدفت رصد اتجاهات القائمين بالاتصال نحو
استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية، واعتمدت
الدراسة علي منهج المسح ودراسة العلاقات المتبادلة عن طريق تصميم دراسة ميدانية
باستخدام اسلوب عينة كرة الثلج بالتطبيق علي عينة قوامها ١٤٣ مبحوثا من المؤسسات
الصحفية المصرية والسعودية، وتم تصميم استبيان عبر الإنترنت وإرساله للقائمين بالاتصال
عبر البريد الإلكتروني وعبر تطبيق whatsapp خلال الفترة من يونيو حتي سبتمبر ٢٠١٩.
واستعانت بنموذج قبول التكنولوجيا TAM . وتوصلت إلي عدة نتائج أهمها أن مستوى
استخدام تلك التقنيات منخفض، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه القائمين
بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية التي يعملون بها
تبعاً للدولة التي تنتمي لها المؤسسة، كما أشارت الدراسة لأسباب عدم اعتماد المؤسسات
الصحفية علي تقنية الذكاء الاصطناعي من ضمنها؛ عدم توافر العناصر البشرية المدربة،
تليها عوائق مادية، يليها عدم جدوي من استخدامها، وتأتي في نهاية قائمة الأسباب عدم إيمان
إدارة المؤسسة الصحفية بأهمية استخدامها سواء في مصر أو السعودية. وجاءت دراسة
(بسنت عطية: ٢٠١٩) ^{xxviii} لقياس مدى تقبل الإعلاميين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في
مجال الإعلام بمصر، واعتمدت على نموذج TAM والتي أجرتها في مصر للتعرف على
مدى تقبل القائمين بالاتصال لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الإعلامية. واعتمدت
على المنهج المسحي وطرق البحث الكيفي، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (٢٠٠)
مبحوثاً من القائمين بالاتصال في مختلف المؤسسات الإعلامية من إذاعة وتليفزيون،
صحافة، وإعلان، ومواقع إلكترونية من خلال تصميم أداة جماعات النقاش المركزة مع
القائمين بالاتصال، وممن لديهم معرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وأداة الاستبيان عن
طريق الانترنت والمقابلة المباشرة، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها أن ٧٣% من عينة
الدراسة لم يهتموا بالتعرض لأي مضمون إعلامي منتج من قبل تكنولوجيا الذكاء
الاصطناعي، و ٧٤% من عينة الدراسة يميلون إلى تصديق القصص الخبرية المنتجة من
قبل تطبيقات الذكاء الاصطناعي. في حين هناك أيضا رأي آخر يؤكد على أهمية العنصر
البشري في عصر الذكاء الاصطناعي؛ حيث استهدفت دراسة (عمر عرقوب: ٢٠١٩) ^{xxix}
تقديم نموذج حول غرف الأخبار الذكية والتحويلات التي أحدثتها الوسائل والتقنيات الحديثة

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال وأدوات الذكاء الاصطناعي في كل مراحل عملية الإنتاج الإخباري وهيكله غرف الأخبار. واعتمدت علي المنهج النوعي باستخدام أداتي الملاحظة الميدانية الشخصية والمقابلات المتعمقة لجمع وتحليل البيانات داخل غرف أخبار قناتي الجزيرة العربية والإنجليزية. واعتمدت الدراسة على نظرية الحتمية التكنولوجية لماكلوهان، وتوصلت إلي أن غرف الأخبار الذكية تعتمد في الأساس على ذكاء البشر وبعد ذلك ذكاء الآلة، وأن أدوات الذكاء الاصطناعي فرضت تغييرات عدة علي مراحل الإنتاج الإخباري من حيث(جمع الأخبار، التحقق والتثبت، المعالجة البصرية والتحريرية، النشر، التغذية الراجعة) ومن ضمن تداعيات تلك التطورات تطلب هيكله غرف الأخبار لتواكب التطور في مجال الاتصال ورفع كفاءتها، وأن الذكاء الاصطناعي أثر علي شكل ومضمون وكل وما تنتجه غرف الأخبار الذكية. بينما فحصت دراسة أجراها **sarilar (2019)** ^{xxx} ما إذا كان هناك أي فرق بين الصحفي الآلي والصحفي البشري من حيث التقييمات لمقال من قبل مجموعة من المشاركين. تمت قراءة مقالين عن الزلزال علي المشاركين، أحدهما كتبه صحفي بشري والآخر بواسطة بقلم صحفي آلي، وتمت مقارنة النتائج، واستهدفت الدراسة المقارنة بين مقالين إخباريين لنفس الموضوع أحدهما حرره صحفي آلي، استخدمه جريديا لوس أنجلوس تايمز، وتم تحرير المقال الآخر بواسطة صحفي بشري، لتحديد الاختلافات بين هاتين المقاليتين. اعتمدت الدراسة علي عينة قوامها ١٢ طالباً وطالبة في كلية الإعلام، تراوحت اعمارهم بين ٢١-٢٤ عاماً. وتم استخدام أدوات كيفية مثل جماعات النقاش المركزة. واستغرقت المقابلة المركزة حوالي ساعة واحدة. وتوصلت النتائج إلي أن أغلبية عينة الدراسة من المجموعة الماركة في النقاش ذكرت أن المقالة التي كتبها الروبوت كانت أكثر موضوعية ومفهومة. ووصف المشاركون المقال الذي كتبه الروبوت بأنه أكثر متعة لأنه لم يتعب الشخص أثناء قراءته. ومع ذلك، تم تقييم المقالات التي كتبها الروبوت علي أنها أضعف في نقل المشاعر للقارئ، وذكر المشاركون أن سرد القصص لم يتحقق ولم ينجح في الأوصاف مقارنة بالمقالة الأخرى التي كتبها صحفي بشري. واتفقت معها من حيث التأكيد على استخدام الأتمتة في إنتاج الأخبار تقلل معدل الخطأ وتزيد من ضبط جودة المحتوى دراسة (Graefe, 2017: A.,&Haim., ^{xxxi} التي استهدفت دراسة توقعات وتصورات الجمهور للمحتوى الإخباري المعد بواسطة الأتمتة وصحافة الذكاء الاصطناعي كبرامج المساعدة الذاتية والنيوز بوت News bot أم الأخبار المعدة بواسطة العنصر البشري. واستعان بالمنهج التجريبي على مجموعتين تجريبية تم اختيارهم عشوائياً ممن يتحدثون اللغة الألمانية، وتم تصميم استطلاع رأي إلكتروني طُبّق على عينة قوامها ٦١٨ من الذكور والإناث يضم أسئلة مغلقة ومفتوحة للمبحوثين بعد تعرضهم. وتوصلت إلى أن الأتمتة واستخدامها داخل غرف الأخبار أدت إلي زيادة إنتاج الأخبار والقصص الخبرية عما سبق بسبب محدودية الموارد، ومن أكثر التطبيقات استخداماً لتغطية أخبار الزلازل في غرف الأخبار كان Quake bot

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال الذي استطاع عن طريق أجهزة الاستشعار الزلازل بجنوب كاليفورنيا أن يقوم بتغطية شاملة للحدث، كما أكدت الدراسة أن الأتمتة تقلل من معدل الخطأ سواء في اللغة، الحقائق، الأرقام وضمان تحقق الدقة والمصدقية عالي بها، وأن الأفراد يعتقدون بأن الأخبار المعدة بواسطة الأتمتة أكثر مصداقية من الأخبار المنتجة بواسطة البشر. وهدفت دراسة: (**Timoteus** (**Tuovinen, 2019**)^(xxxiii) إلى تأثير الذكاء الاصطناعي على تطوير صناعة المحتوى المرئي بالتطبيق علي نماذج شركتي نتفليكس وأمازون، ومنها خصائص الترجمة الآلية للأفلام الوثائقية والمحتوى الإخباري عبر الإنترنت، التعليق الآلي للمحتوى السمعي البصري، تصحيح الألوان، إضافة المؤثرات والرسومات الخاصة، المكساج والدوبلاج. وقد جاء استخدام محركات التوصية، أكثر نماذج الذكاء الاصطناعي وضوحا وفعالية، حيث تقوم خوارزميات التخصيص بتخزين وتحليل المحتوى الفردي الذي يراه المستهلكون، اعتمادا على اختيارات البرنامج، يوصي بمحتوى مماثل للمشاهدين، والذي يعتمد عادة على نوع المحتوى. وجاءت دراسة: (**Goni, Md Ashraf, 2019**)^(xxxiii) حول مدى استعداد طلاب الصحافة في بنجلاديش لتقبل الذكاء الاصطناعي في الإعلام. أشارت النتائج إلى أن نسبة ٨٢% ترى أنهم علي وعي بتأثير الذكاء الاصطناعي علي مستقبل الصحافة. كما توقع الباحثون أن يؤثر الذكاء الاصطناعي في تشكيل مستقبل الصحافة في إنتاج الأخبار بنسبة ٣٧%، تلاها جمع الأخبار بنسبة ٣٣%، ثم في الترتيب الأخير توزيع الأخبار بنسبة ٣٠%، وفيما يتصل بما يمكن أن توفّر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة جاء حل المشكلات بنسبة ٧٢.٥%، تلاها أن تحل مكان الوظائف البشرية بنسبة ٥٢.٥%، ثم القدرة علي التعلم بنسبة ٤٩.١٧%، التفكير بمنطقية بنسبة ٥٥.٨%، تفسير الحوار بنسبة ٤٥%، ثم الاحساس بالمشاعر بنسبة ١٥.٨٣%. ودراسة: (**Marsden & Meyer, 2019**)^(xxxiv). هدفت الدراسة علي التعرف علي التوابع الناجمة عن الاستخدام المتزايد لمبادرات ضبط المعلومات المضللة باستخدام الذكاء الاصطناعي، إذ تختبر الدراسة كيفية استخدام تكنولوجيا الآلية للحد من انتشار المعلومات المضللة إلكترونيا، وخلص الباحث إلي تقديم خريطة للمبادرات التكنولوجية التي تمت بالفعل للحد من انتشار المعلومات المضللة ومنها مبادرات الاتحاد الأوروبي التي تدعو للإجراءات التعاونية لاستخدام الذكاء الاصطناعي لحذف أي مضمون غير قانوني. كما قدم الباحث خيارات للسياسات التي يمكن اتخاذها من خلال لفت الانتباه للعلاقات التبادلية بين الحلول التكنولوجية وحرية التعبير وتعددية وسائل الإعلام، وتمثلت تلك الخيارات في التنظيم الذاتي. وقد أسفرت الدراسة عن وضع تشريعات للحد من انتشار المعلومات المضللة، كما اشتملت خيارات السياسة المقترحة للحد من المعلومات المضللة باستخدام الذكاء الاصطناعي في التعامل مع المعلومات المضللة من خلال تعددية وسائل الإعلام ومبادرات التربية الإعلامية والعمل علي تشجيع استخدام الذكاء الاصطناعي لإنتاج المضمون بدون تدخل قوي للإنسان. وجاءت دراسة: (**Henry**)

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال (R, 2019, xxxv) لتعرف الإعلام الجديد على أنه تقنية رقمية تفاعلية للغاية تسمح للناس بالتفاعل في أي مكان وفي أي وقت، وقد تطور هذا كقناة غير ملموسة للتواصل بسبب النمو في تكنولوجيا المعلومات، وأوضحت الدراسة أن الأجهزة المحمولة باليد مثل منصات الهاتف المحمول وأجهزة الكمبيوتر الشخصية للأجهزة الرقمية وأجهزة الحوسبة الافتراضية ساعدت على نمو منتجات وسائل إعلام جديدة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى دور الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي، وأوضحت أن إنشاء المحتوى سيتم عن طريق الآلات وخوارزميات البرامج القادرة على تقليد قدرات الإدراك البشري، وتوقعت أنه سيؤدي هذا إلى طريقة جديدة للتواصل واستخدام البيانات، وأن منصات التواصل الاجتماعي والتواصل الشخصي ستكون أكثر ذكاءً وتطوراً، وأن تطور وسائل الإعلام الجديدة هو أحد جوانب تقدم التكنولوجيا التي لا يمكن إيقافه، وهو ما سيحدث تأثيراً مباشراً على كيفية استخدام البشر للبيانات ومشاركتها ونقلها، وتم التأكيد على أن التقدم الحالي في المنصات الحاسوبية سيكون له تأثير أعمق مقارنة بما حدث للإذاعة والتلفزيون والإنترنت. ودراسة: (Ufarte Ruiz, 2019, xxxvi) هدفت الدراسة إلى التعرف على جودة المعلومات التي تنتجها شركة Narrativa Inteligencia Artificial الإسبانية التي تنتج نصوصاً صحفية باستخدام برامج الذكاء الاصطناعي المعروف باسم Gabriele لتوزيعها على وسائل الإعلام المختلفة. وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها ١٤٥ صحفياً من العاملين في شركة Narrativa Inteligencia Artificial الإسبانية التي تنتج نصوصاً صحفية باستخدام برامج الذكاء الاصطناعي، واعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال. وقد أسفرت الدراسة عن النتائج التالية: أن الشركة الناشئة في الذكاء الاصطناعي تلبى متطلبات القطاعات المختلفة مثل وسائل الاتصال، وتعمل على زيادة إنتاجية محتواها، على الرغم من أنها لا تزال تنتج نصوصاً معقدة، باعتبارها إحدى الصفات البشرية الأساسية التي تفتقر إليها الروبوتات. يعتقد الصحفيون أن ٨٣.١٣% من العينة أن النص الآلي يفتقر إلى السياق والتفسير، ويرى نسبة ٢٩.٥١% أن النص سطحي، ومختصر للغاية ومنضبط بشكل مفرط بنسبة ٩.٧٩%. وتوضح نسبة ٧٩.٦٤% أن النص يفتقر إلى مجموعة متنوعة من التعبير فيما يتعلق بالحقائق، المعلومات رتيبة بنسبة ٢٨.٢٠%، تفتقر إلى الإيقاع بنسبة ٢٥.٣٠%، ضعيفة في المفردات بنسبة ١٥.١٧%.

التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت عدد من الدراسات الإعلامية مدى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي على قدرة الوسائل الإعلامية في إنتاج عدد من المضامين الإعلامية ومدى الاستفادة من تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي، وبعد مراجعة التراث العلمي في موضوع

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال
الدراسة، وبعد رصد وعرض ما توافر من دراسات عربية وأجنبية في هذا المجال خرج
الباحث بعدة ملاحظات نوجزها فيما يلي:

- هناك تباين ملحوظ في نتائج دراسات كل من المدرستين العربية والأجنبية حول تفعيل
الذكاء الاصطناعي في غرف المضامين الإعلامية، وتم تحديد سيناريوهين يحددان ملامح
بيئة الاتصال ومنصات التواصل الاجتماعي وهما: سيناريو يؤكد أنصاره على حتمية التحول
الذكي وتفعيل الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية، والسيناريو الآخر: يؤكد
أنصاره البقاء على الوضع الراهن في مواجهة التغيرات المستقبلية. كما شهدت الدراسات
العربية خلال الفترة الزمنية (٢٠٢٢/٢٠٢٠م) تطوراً جوهرياً وملحوظاً في تنوع دراسة
مجالات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار والإعلام. وأوضحت الدراسات أهمية دور
الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي. وقد تنوعت المدرسة العربية من حيث تصميمات
منهجية ما بين المنهج المسحي والمنهج التجريبي، وطرق البحث المختلطة سواء (جماعات
نقاش مركزة ومقابلات متعمقة واعتمدت دراسة واحدة على تحليل المشاعر. وقد استخدمت
معظم الدراسات العربية التي أجريت في مجال توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام
نموذج قبول التكنولوجيا TAM كإطار نظري ولم تسع لتطوير النموذج، رغم اختبار جميع
فرضيات النموذج في أكثر من دراسة بالتطبيق على القائم بالاتصال.

- غلب المنهج الكمي على أغلبية الدراسات العربية التي اهتمت بمسح اتجاهات الصحفيين
والقائمين بالاتصال حول قبول الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الإعلامي.
مدى استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

- التعرف على المناهج والأدوات والأساليب البحثية المستخدمة وكيفية توظيفها
لخدمة الدراسة.
- صياغة المشكلة البحثية المتمثلة في التعرف على دور الذكاء الاصطناعي في
تطوير الوسائل الإعلامية من وجهة نظر العاملين بها.
- الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات في تحديد أهداف الدراسة
وتساؤلاتها وتحديد أهمية الدراسة وتحديد المدخل النظري الملائم لها.
- استفاد الباحث من مراجعة التراث العلمي للمجال البحثي للدراسة في اختيار نموذج
TAM كإطار نظري تعتمد عليه الدراسة الحالية.
- تحديد بعض التعريفات الإجرائية، وطبيعة العمل البحثي ومنهجه بشكل عام.
- مثلت الدراسات السابقة رصيماً علمياً استمد منه الباحث الرؤية العلمية لهذه
الدراسة.

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال

مشكلة الدراسة:

تعمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي على إنتاج مضامين إعلامية جديدة تتميز بالسرعة والدقة وقلة التكلفة بالإضافة إلى أن الجهود الذى تحتاجه هذه المضامين أقل من الذي تتطلبه عند إنتاج مواد ناتجة عن العنصر البشري، حيث تعتمد هذه المواد على روبوتات اصطناعية تقوم بجمع المادة وإعادة صياغتها واكتشاف الأخطاء في اللغة المستخدمة فضلاً عن تخطي الزمان والمكان، وتبحث هذه الدراسة في التعرف على دور الذكاء الاصطناعي في تطوير مضامين الوسائل الإعلامية سواء المرئية أو المقروءة أو المسموعة، ووجهة نظر القائمين بالاتصال نحو استخدام تلك التطبيقات في الوسيلة الإعلامية التي يعملون بها، وذلك في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT والتي تشير إلى أن قبول الأفراد للتكنولوجيا قد يتوقف على مجموعة من العوامل يأتي في مقدمتها سهولة الاستخدام والمنافع المتوقعة، إضافةً إلى تأثير بعض المتغيرات الخارجية مثل التدريب وخصائص النظام والتأثيرات الاجتماعية خاصةً فيما يتعلق بأهمية استخدام التكنولوجيا بالنسبة للآخرين في المجتمع.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- تتبع أهمية الدراسة الحالية من أنها تلقي الضوء على أحد الموضوعات الهامة والحديثة في مجال الإعلام ككل حيث أثبتت الدراسات الذكاء الاصطناعي قد أسهمت بشكل كبير في العمل الإعلامي.
- قلة الدراسات الإعلامية التي أجريت في هذا المجال على حد علم الباحث خاصة وأن معظم الدراسات أجنبية وتم تطبيقها في دول غريبة.
- تعد هذه الدراسة امتداد لدراسات تطوير الوسائل الإعلامية وفهم العوامل المؤثرة على تدفق المضامين الإعلامية بها، حيث مكنت التطورات التكنولوجية الحديثة "الروبوتات" من إنتاج محتوى إخباري يقارب في مضمونه وطريقة عرضه المحتوى المنتج من خلال البشر، بأقل تكلفة ووقت وأكثر دقة، وهو تطور فارق له انعكاساته مستقبل الوسائل الإعلامية.
- تلاحظ في الفترة الأخيرة قيام المؤسسات الإعلامية الكويتية بتطوير أنظمتها وبنيتها الأساسية مما جعلها في مكانة متميزة بين المؤسسات العربية، ولذا كان يجب إلقاء الضوء على تلك التطورات للتعرف على مدى إفادتها من هذه التطبيقات المميزة في تطوير العمل الإعلامي وخاصة المضامين الإعلامية الخاصة بالثراء المعلوماتي.

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية من وجهة نظر القائمين بالاتصال، وينبثق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية منها:

- التعرف على واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الكويتية.
- رصد أهم المعوقات التي تحيل دون الإفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الكويتية.
- التعرف على تأثير عناصر النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (المنفعة المدركة/ الجهد المبذول/ التسهيلات المتاحة) على اتجاهات الإعلاميين لاستخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسائل الإعلامية.
- التعرف على أهم مقترحات العاملين بالمؤسسات الإعلامية الكويتية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير مضامين الوسائل الإعلامية.
- التعرف على مدى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الوسائل الإعلامية سواء كانت تأثيرات إيجابية أم سلبية.

نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع، ونظرًا لطبيعة الدراسة الحالية فسوف يتم الاعتماد على منهج المسح بشقه الميداني على عينة من القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية الكويتية.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في مجموعة المؤسسات الإعلامية الكويتية وقد قام الباحث بتطبيق الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الكويتية قوامها ٣٠٠ مفردة.

المدخل النظري الذي اعتمدت عليه الدراسة

النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT):^(xxxvii) The Unified

Theory of Acceptance and Use of Technology

تم تطوير هذه النظرية عام ٢٠٠٣ من قبل الباحثين Davis, Morris and Venkatesh الذي قاموا بمراجعة الدراسات السابقة والنظريات والنماذج العلمية السائدة في مجال قبول المستخدم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وناقشوا ثمانية نماذج ونظريات ذات

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال صلة وثيقة بقبول واستخدام التكنولوجيا وهي: نظرية السلوك المبرر، نموذج قبول التكنولوجيا، نظرية السلوك المختلط، والنموذج المركب من (السلوك المختلط وقبول التكنولوجيا)، نموذج الدوافع، نموذج استخدام الحاسب الآلي، ونظرية انتشار المبتكرات، ونظرية التعليم الاجتماعي، وأجروا مقارنة بين أوجه التشابه والاختلاف في النماذج والنظريات السابقة، وبناءً على ذلك قاموا بصياغة نظرية تشمل معظم المتغيرات الواردة في النظريات والنماذج السابقة الثمانية، وتفسر النظرية العوامل المؤثرة على نية وسلوك استخدام التكنولوجيا أطلقوا عليها اسم "النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا، UTAUT". وتدعم النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية بالأخص نموذج تقبل التقنية (Technology Acceptance Model TAM) الذي قدم عام ١٩٨٩، حيث يعتبر نموذج TAM من النماذج القوية في مجال تقنية المعلومات وفي مجال سلوك قبول تقنية الاتصال، كما يؤدي دورًا في فهم العوامل المؤثرة في تبني تقنية المعلومات، ويكمن الهدف الرئيس لنموذج TAM في توفير أساس لاكتشاف تأثير المتغيرات الخارجية على الاعتقاد الداخلي والاتجاهات والنوايا، ويفترض النموذج أن المنفعة المتوقعة وسهولة الاستخدام هما المحددان الأساسيان لتبني تقنية المعلومات في أي مؤسسة^(xxxviii). وهناك نوعان من العوامل في نموذج TAM، هما بمثابة الأساس للعلاقة التي تخص استخدام التقنية وهما: "نية الاستخدام"، و"السلوك الفعلي أو الاستخدام"، وكلاهما مبني على عاملي المنفعة والسهولة المتوقعة، وتشير المنفعة المتوقعة إلى الدرجة التي يعتقد الشخص أن استخدامه للنظام من شأنه أن يحسن الأداء الوظيفي، أما السهولة المتوقعة للاستخدام فتشير إلى الدرجة التي يعتقد الشخص أن استخدامه لنظام معين سيكون خاليًا من أي جهد عقلي^(xxxix). وتعتمد النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا على إجراء المقارنة بين أربعة عوامل رئيسية وهي توقع الأداء performance Expectancy والتأثير الاجتماعي social influence في تقبل تلك التكنولوجيا والجهد المتوقع effort expectancy في التعامل مع التكنولوجيا والظروف المحيطة facilitating conditions والتي تشمل البنية التحتية اللازمة لعمل التكنولوجيا مثل الإنترنت^(xl). كما أشارت النظرية في نموذجه المعدل UTAUT2 إلى أهمية العوامل الشخصية الوسيطة وعلاقتها بشكل كبير في تقبل واستخدام التكنولوجيا مثل الجنس والعمر والخبرة والتطوع في استخدام تلك التكنولوجيا حيث إن تلك العوامل الوسيطة لها تأثير كبير بين العوامل الرئيسية السابقة وبين سلوك الأشخاص في تقبل استخدام التكنولوجيا^(xli).

العناصر التي تتحكم في قبول واستخدام التكنولوجيا:

هناك خصائص أساسية للنظرية الشاملة واستخدام التكنولوجيا وهي: ردود أفعال الأفراد تجاه استخدام التكنولوجيا والتي تتضمن عوامل تبني الأفراد للتكنولوجيا (المتغيرات المستقلة،

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال
والنية السلوكية والاستخدام الفعلي للتكنولوجيا (المتغيرات التابعة)، والخصائص الفردية
لمستخدمي التكنولوجيا (المتغيرات الوسيطة)^(xlii).
وإضافة إلى النية السلوكية وسلوك الاستخدام، يتكون نموذج UTAUT من أربعة
عناصر^(xliii):

١. الأداء المتوقع **Performance Expectancy**: ويقصد به الدرجة التي يعتقد الأفراد
أن استخدامهم للتقنية سوف يؤدي إلى تحقيق مكاسب في الأداء الوظيفي، ويمكن أيضاً أن
يُنظر إلى هذا باعتباره الفائدة المدركة من استخدام التقنية^(xliiv).
٢. الجهد المتوقع **Effort Expectancy**: ويقصد به سهولة استخدام التقنية **Perceived ease of use (PEOU)**؛ فعلى سبيل المثال قد يقارن الصحفيون الجهد والوقت اللذين
يبدلان لاستخدام التطبيقات الرقمية لتحقيق غرض معين، مقارنة بوسائل أخرى كوسائل
الإعلام التقليدية، ويرتبط بذلك العنصر ضرورة تضافر مجموعة من العوامل والتي
تشمل المتعة المتوقعة **Perceived Enjoyment (PE)** من استخدام التكنولوجيا،
والثقة في استخدام تلك التكنولوجيا في العمل الإعلامي **Trust Technology (TT)**،
أيضاً اتجاه **Attitude** وعزم الصحفيين والعاملين في مجال الإعلام نحو تقبل تلك
التكنولوجيا واستخدامها في مهامهم الوظيفية **Intention To Use (ITU)**^(xlv).
٣. العوامل الاجتماعية **Social impact**: ويقصد بها إلى أي مدى يعتقد الأفراد أهمية أن
الآخرين يعتقدون أنه ينبغي عليهم استخدام التقنية؛ ويوضح ذلك ما إذا كان الصحفيون
يتوقعون أن يقدر الآخرون (كالرؤساء والزملاء والجمهور وغيرهم) استخدامهم
للتطبيقات الرقمية، وفي هذا السياق أشار Han أن العوامل الاجتماعية المدركة
Perceived Sociability (PS) لها دور كبير في ثقة العاملين في التكنولوجيا التي
يتم استخدامها داخل بيئة العمل^(xlvi).
٤. التسهيلات المتاحة **Facilitating Conditions**: ويقصد بها مدى اعتقاد الفرد بأن
البنية التحتية والتقنية اللازمة لدعم التقنية موجودة لدى الفرد أو المنظمة، ويتعلق هذا
المتغير بتوفر الإمكانيات اللازمة لاستخدام التطبيقات الرقمية كتوفر المعرفة وحواسب أو
هواتف ذكية، وخدمات إنترنت، أو سماح المؤسسة باستخدام الإعلام الاجتماعي أثناء
العمل. وإلى جانب العوامل الأربعة السابقة والتي تشكل العناصر البنائية الأساسية
للنظرية، هناك عوامل أخرى لها تأثير غير مباشر على النية السلوكية لاستخدام
التكنولوجيا وهي^(xlvii): الاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا، وكفاءة النظام، والقلق.

فروض النظرية

اعتمدت النظرية على مجموعة من الفروض الأساسية والتي تشمل (xlviii):

- ١- الفرض الأول: أن الخطورة المتوقعة Perceived Risk لها تأثير سلبي على تقبل الجمهور لاستخدام التكنولوجيا الحديثة.
- ٢- الفرض الثاني: الثقة المتوقعة Perceived Trust لدى الجمهور عن التكنولوجيا لها تأثير إيجابي على اتجاهات وسلوك الجمهور فيما يتعلق بتقبل واستخدام التكنولوجيا.
- ٣- الفرض الثالث: التكلفة المتوقعة (PC) Perceived cost وتعني أن هناك علاقة طردية إيجابية بين التكلفة المتوقعة وبين تقبل واستخدام التكنولوجيا من قبل الجمهور.
- ٤- الفرض الرابع: الكفاءة الذاتية (SE) Self-efficacy
- ٥- الفرض الخامس: الأداء المتوقع (PE) Performance expectancy
- ٦- الفرض السادس: الجهد المتوقع (EE) Effort expectancy
- ٧- الفرض السابع: التأثيرات الاجتماعية (SI) Social influence
- ٨- الفرض الثامن: إتاحة وسهولة الظروف المحيطة Facilitating conditions

أوجه الإفادة من هذه النظرية في الدراسة:

مكنّت النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الباحث من تفسير اتجاهات القائمين بالاتصال في استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في المؤسسات الإعلامية مع إمكانية التنبؤ بطبيعة ذلك الاستخدام مستقبلاً، وذلك بناءً على عدد من المتغيرات، وهي:

- متغير الأداء المتوقع: وهذا المتغير سيكون محورياً في هذه الدراسة؛ لأنه إذا كان القائمين بالاتصال عينة الدراسة يعتقدون أن استخدامهم لتكنولوجيا الاتصالات الحديثة يساعدهم على تحسين مهاراتهم وقدراتهم للقيام بالأداء الاتصالي الخارجي بما يعود بالنفع عليهم وعلى أداؤهم، فإن ذلك الأمر قد يؤدي إلى إيجاد نية سلوكية لاستخدام هذه التطبيقات، ومن ثم قيامهم بالفعل بتوظيفها في عملهم داخل المؤسسات الدبلوماسية.
- متغير الجهد المتوقع: ويعني أن القائمين بالاتصال في مؤسسات الاتصال عينة الدراسة إذا ما قارن بين التكلفة والوقت والجهد المتوقع في الطرق التقليدية للقيام بالأداء الاتصالي والتكلفة والوقت والجهد المتوقع من خلال استخدام التقنيات الحديثة تبين مدى توفير هذه التطبيقات للتكلفة والوقت والجهد.
- متغير العوامل الاجتماعية: ويمكن توضيح ذلك المتغير بأنه إذا كان القائمين بالاتصال داخل مؤسسات عينة الدراسة يتوقعون أن الآخرين مثل الدولة وزملائهم والإدارة على قدر كبير من الاستعداد لتوظيف مثل هذه التقنيات ربما يكون له تأثير على طبيعة ومعدل استخدامهم لها العمل الصحفي.

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال

- متغير التسهيلات المتاحة: ويتعلق ذلك المتغير بمدى توفير الإمكانيات المختلفة اللازمة لاستخدام القائمين بالاتصال من ممثلي العلاقات العامة بمؤسسات الاتصال مثل توفير الإمكانيات المادية من أنظمة حاسوبية متطورة وإمكانيات توظيف التكنولوجيا ودورات تدريبية مستمرة والعقلية المستنيرة القائمة على إدارة المؤسسات.

تساؤلات الدراسة:

سعت الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- ما واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير مضامين المؤسسات الإعلامية الكويتية؟
- ما المعوقات التي تحيل دون الإفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الكويتية؟
- كيف تؤثر عناصر النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (المنفعة المدركة/ الجهد المبذول/ الظروف الاجتماعي/ الفلق/ التسهيلات المتاحة) على اتجاهات القائمين بالاتصال لاستخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير مضامين الوسائل الإعلامية؟
- ما مقترحات العاملين بالمؤسسات الإعلامية المصرية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسائل الإعلامية؟
- ما مدى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الوسائل الإعلامية سواء كانت تأثيرات إيجابية أم سلبية؟

فروض الدراسة:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (توقع الأداء/ المنفعة المتوقعة/ التأثيرات الاجتماعية/ الجهد المتوقع).

أدوات الدراسة:

تمثلت أدوات جمع البيانات للدراسة الميدانية في استبيان يجيب عنه عينة من الجمهور المستهدف والذي تمثل في مجموعة من العاملين أو القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية الكويتية وتم توزيع الاستمارة عبر الإيميل الخاص بهؤلاء الإعلاميين بعد تحديدهم من خلال تحويلها إلى نموذج إلكتروني باستخدام برنامج جوجل درايف Google Drive وتوزيعها عليهم إلكترونياً.

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال

ا- اختبار الصدق:

بعد الانتهاء من صياغة صحيفة الاستقصاء تم عرضها على عدد من السادة الأساتذة المحكمين في مجال الإعلام وذلك للتأكد من صدق محتواها مع ما هدفت إليه الدراسة الحالية.

ب- اختبار الثبات:

الثبات معناه أن تكرر تطبيق الاستبيان على نفس وحدة التحليل يؤدي إلى التوصل لنفس النتيجة بصرف النظر عن الباحث الذي يقوم بتطبيق تلك الأداة، وقد اعتمد الباحث على أسلوب تطبيق الاستمارة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى Test-Re-Test بعد فترة زمنية مدتها ١٥ يوماً؛ وذلك من خلال توزيع الاستبيان مرة أخرى على عينة تبلغ ٢٠ مفردة من عينة الدراسة بواقع ١٠% من إجمالي العينة وتحليلها، وقد حققت النتيجة نسبة توافق أكثر من ٨٥%.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف باسم **spss** وذلك لإجراء المعاملات والاختبارات الإحصائية اللازمة:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
٣. اختبار كاي^٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية (Normal).
٤. اختبارات (T- test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

الذكاء الاصطناعي:

عرفه أبو بكر خوالد (٢٠١٧) xlix بأنه أحد أبرز العلوم الحديثة التي نتجت بسبب الالتقاء بين الثورة التقنية في مجال علوم النظم والحاسوب والتحكم الآلي من جهة وعلم المنطق والرياضيات واللغات وعلم النفس من جهة أخرى حيث يهدف إلى فهم طبيعة الذكاء الإنساني عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الإنساني المتمم بالذكاء لتزويد الحاسوب بهذه البرامج التي تمكنه من حل مشكلة ما أو اتخاذ قرار في موقف ما بناءً على وصف المشكلة أو المسألة لهذا الموقف.

ويعرفه الباحث بأنه كافة التطبيقات الحديثة التي تعتمد على الروبوتات في عملها والتي تعتمد بشكل أساسي على الحواسيب والتحكم الآلي وتوظيفها في مجال الإعلام من خلال جمع المادة الإعلامية وتحريرها وإعادة كتابتها وتنسيقها وإضافة الرسوم والصور والمواد المصورة إليها.

**جدول رقم (١)
خصائص عينة الدراسة:**

النسبة المئوية	المجموع	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	خصائص العينة	
%100	300	1.7133	28.7	86	أنثى	النوع
			71.3	214	ذكر	
%١٠٠	٣٠٠	1.5333	٥٣.٣	١٦٠	حكومية	نوع المؤسسة الإعلامية
			46.7	١٤٠	خاصة	
%100	300	2.1700	6.7	20	أقل من ثلاث سنوات	عدد سنوات الخبرة
			69.7	209	من ثلاث إلى أقل من خمسة سنوات	
			23.7	71	من خمسة سنوات فأكثر	
%١٠٠	٣٠٠	2.17000	٤٠	١١٩	محرر أو مذيع	المهنة
			23.7	71	مصور	
			٣٠	٩٠	مصمم جرافيك أو مونتاج	
			6.7	20	إدارة	

تشير بيانات الجدول التالي إلى خصائص عينة الدراسة من العاملين بالمحطات والصحف والقنوات والمواقع الاخبارية الكويتية، وقد بلغ نسبة عدد الذكور ٧١.٣% من عينة الدراسة وهي النسبة الأكبر ويرجع لطبيعة الشعب الكويتي حيث يشغل الذكور معظم الوظائف ويشكل الذكور النسبة العظمى من العمالة في دولة الكويت. وتختلف نوعية الوسائل التي يعمل بها القائمين بالاتصال من حيث كونها حكومية أم خاصة، وقد شكلت نسبة الوسائل الحكومية ٥٣.٣% والخاصة ٤٦.٧% ويرجع ذلك للباحث حيث اختار أن تكون العينة مناصفة إلى حد ما بين النوعين للتعرف على مدى التسهيلات التي توفرها كل من هذه الوسائل ومدى قدرتها على استخدام الذكاء الاصطناعي وإن زادت الوسائل الحكومية نتيجة زيادة العاملين بها، واختلفت عدد سنوات الخبرة بالنسبة لكل من أفراد العينة، فقد جاء أصحاب الخبرات المتوسطة بالعمل الإعلامي في الترتيب الأول من أصحاب الخبرة حيث بلغت نسبتهم ٦٩.٧% من أفراد العينة، يليها في الترتيب الثاني أصحاب الخبرات الكبيرة لأكثر من ثلاث سنوات بنسبة ٢٣.٧% وأخيراً أصحاب الخبرات الصغيرة بنسبة ٦.٧% من أفراد العينة، وتشير النتائج إلى أن أفراد العينة يتمتعون بقدر عالٍ من الخبرة مما يكون له علاقة وثيقة بأرائهم نحو تطبيق الذكاء الاصطناعي في الوسائل التي يعملون فيها وذلك وفقاً للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وكذلك اختلفت مهام القائمين بالاتصال في الوسائل الإعلامية وجاء أكثرها فئة المحرر أو المذيع في الوسائل الإعلامية بنسبة بلغت

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال ٤٠% من أفراد العينة، يليها مصممي الجرافيك أو المونتاج بنسبة ٣٠% وهم القائمون بتصميم الرسوم المتحركة بالنسبة للوسائل المرئية ومصممي الرسوم والإنفوجرافيك بالنسبة للوسائل المقروءة، ويليه مباشرة في الترتيب الثالث المصورين بنسبة ٢٣.٧% من أفراد عينة الدراسة وأخيراً مسؤولي الإدارة أو التحرير بنسبة ٦.٧% من أفراد العينة.

جدول رقم (٢)

مدى اعتماد الوسائل الإعلامية على التكنولوجيا الحديثة في الوسائل الإعلامية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		الوسائل الإعلامية ن = ٣٠٠		معدل الاستخدام
		%	ك	حكومية	خاصة	
57323	2.3500	5.0	15	11 73.3%	4 26.7%	ضعيف
		40.0	120	67 55.8%	53 44.2%	متوسط
		55.0	165	82 49.7%	83 50.3%	كبير
		١٠٠%	٣٠٠	160 53.3%	140 46.7%	الإجمالي

Chi-Square ٢كا 3.589a درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية Sig 166. غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى اعتماد وسائل الإعلام الكويتية على التطبيقات الحديثة والتكنولوجية بنسبة كبيرة بلغت أكثر من النصف حيث جاء نسبة ٥٥% من العينة تقوم بالاعتماد بدرجة كبيرة على التطبيقات التكنولوجية الحديثة، وفي هذا يرى الباحث أن الوسائل لابد وأن تعتمد اعتماداً كلياً على الوسائل الحديثة نظراً لما توفره تلك الوسائل الوقت والجهد كما يرى أن الوسيلة التي لا تعتمد على التكنولوجيا سوف تتأخر عن نظائرها من الوسائل، وفي الترتيب الثاني تعتمد الوسائل على التكنولوجيا بدرجة متوسطة ٤٠% من العينة، بينما تعتمد عليها بدرجة ضعيفة بنسبة ٥% من الوسائل، وتشير نسبة كا 3.589^a عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية 166. أن العلاقة غير دالة بين المتغيرات.

جدول رقم (٣)

مدى استخدام الوسائل الإعلامية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية Sig	Chi-Square ٢كا	الإجمالي		الوسائل الإعلامية ن = ٣٠٠		مدى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
		%	ك	حكومية	خاصة	
.232 غير دالة	2.918a	10.3	31	21 67.7%	10 32.3%	نادراً
		44.7	134	70 52.2%	64 47.8%	أحياناً
		45.0	135	69 51.1%	66 48.9%	دائماً
		١٠٠%	٣٠٠	160 53.3%	140 46.7%	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى استخدام الوسائل الإعلامية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القيام بمهامها الإعلامية من جمع الأخبار وتنسيقها وكتابتها وعرضها سواء

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال في شكل مكتوب أو مرئي وضبط المادة الفلمية أو الصور بالنسبة للصحف والمؤثرات الصوتية وغيرها، وقد أشارت عينة الدراسة إلى أنها تقوم باستخدام هذه التطبيقات بنسبة بلغت ٤٥% من العينة وتعتمد عليها أحياناً بنسبة ٤٤.٧% من العينة في الترتيب الثاني ويعنى ذلك أن الوسائل الإعلامية الكويتية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة ٨٩.٧% من العينة سواء بشكل منتظم أو إلى حد ما. وتشير هذه النتائج إلى مدى تقدم الوسائل الإعلامية الكويتية، حيث تقوم باستغلال كافة الإمكانيات للقيام بدورها الإعلامي في المجتمع بحيث يمكنها التنافس العالمي لوسائل الإعلام.

جدول رقم (٤)

مدى موافقة القائمين بالاتصال على تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتطوير الوسائل الإعلامية

درجة الحرية 1= مستوى المعنوية Sig	Chi-Square ٢٤	الإجمالي		الوسائل الإعلامية ن = ٣٠٠		مدى موافقة العينة على تطبيق الذكاء الاصطناعي
		%	ك	حكومي	خاصة	
.801 غير دالة	063a	24.3	73	38 52.1%	35 47.9%	لا
		75.7	227	122 53.7%	105 46.3%	نعم
		100%	300	160 53.3%	140 46.7%	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة ٧٥.٧% من عينة الدراسة توافق على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسيلة الإعلامية، وقد أشارت هذه الفئة إلى الإيجابيات والمنافع التي يمكن تحقيقها للوسيلة في حالة استخدام هذه التقنيات ومنها الجودة العالية وسرعة الحصول على الأخبار والدقة والتكلفة البسيطة وتطوير الأداء، بينما عارضت نسبة ٢٤.٣% منهم استخدام هذه التقنيات بدعوى أنها تسبب الاستعانة بالروبوتات في جمع المادة وتوضيها، وبالتالي يمكن أن يؤثر ذلك على العاملين من ذوي المهن الإعلامية التي يمكن أن يفقدوا أماكنهم ووظائفهم في حالة الاعتماد الكامل على هذه الروبوتات داخل الوسيلة وبالتالي رفضت هذه الفئة تطبيق هذه التطبيقات بالوسائل الإعلامية.

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال

جدول رقم (٥)
الفوائد (المنفعة المدركة) التي تعود للمؤسسة الإعلامية عند الاستعانة بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر القائمين بالاتصال

الاتجاه	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن=٣٠٠						الفوائد (المنفعة) التي تعود للمؤسسة الإعلامية
					أعراضاً		محايد		أوافق		
					%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	1	96.12	.32087	2.8840	٢.٧	٨	32.7	98	٦٤.٦	١٩٤	تطوير إمكانات الإعلاميين بشكل يتلائم مع التكنولوجيا الجديدة
الموافقة	2	93.46	.39776	2.8040	2.7	8	35.0	105	62.3	187	الحصول على عدد كبير من الأخبار من كل مكان في فترة وجيزة وبإمكانات أقل وجودة أعلى
الموافقة	3	92.92	.40954	2.7880	3.3	10	32.7	98	64.0	192	السرعة الفائقة في نشر الأخبار
الموافقة	4	92.12	.51122	2.7640	2.0	6	42.0	126	56.0	168	البعد عن التحيز في تغطية الأخبار والأحداث خاصة التي تتعلق بمصالح بعض الهيئات والأشخاص
الموافقة	5	91.59	.43503	2.7480	2.7	8	38.0	114	59.3	178	تطوير العمل الاعلامي وزيادة المنافسة البناءة بين المؤسسات الإعلامية
الموافقة	6	87.72	.56733	2.6320	2.0	6	39.7	119	58.3	175	تحقيق مصداقية أكبر للمضامين الإعلامية نتيجة عدم الاعتماد على العنصر البشري
الموافقة	7	87.46	.48535	2.6240	1.3	4	39.0	117	59.7	179	الجودة العالية في محتويات الوسيلة

تشير نتائج الجدول السابق إلى المنفعة المدركة لدى العاملين بالمؤسسات الإعلامية من القائمين بالاتصال لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، يأتي في مقدمة المقاس " تطوير إمكانات الإعلاميين بشكل يتلاءم مع التكنولوجيا الجديدة" بمتوسط حسابي قدره 2.8840 حيث يرى هؤلاء أن الذكاء الاصطناعي سوف يقوم بتطوير مهارات العاملين بالمؤسسات الإعلامية وقدراتهم لاستخدام تلك التقنيات مما يعمل على زيادة كفاءتهم، وفي الترتيب الثاني يرى الباحثون أن الذكاء الاصطناعي يساعد في "الحصول على عدد كبير من الأخبار من كل مكان في فترة وجيزة وبإمكانات أقل وجودة أعلى" بمتوسط حسابي قدره 2.8040 وبوزن نسبي 96.12 حيث يمكن الذكاء الاصطناعي من إنتاج نشرات إخبارية مدارة بشكل كامل بدون تدخل بشري، فباستخدام الروبوتات الموجودة في مكان الحدث يمكن نقل الصوت والصورة بكفاءة عالية، وهو ما يشكل نقلة نوعية في عمل المراسل الإخباري خصوصاً في مناطق الحروب، والأماكن الخطرة كأعالي الجبال أو أعماق المحيطات، ومناطق الكوارث الطبيعية كالزلازل والحرائق، وفي الترتيب الثالث يشير الباحثون أيضاً إلى "السرعة الفائقة في نشر الأخبار" بمتوسط 2.7880 حيث أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا يحكمها الروتينيات التي تحكم العمل الاعلامي التقليدي من الحصول على

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال موافقات ومراجعة المحتوى أكثر من مرة للتأكد من صحته مما يستهلك الكثير من الوقت والجهد لذا فإن استخدام مثل هذه التقنيات تساعد على نشر الأخبار وتداولها بسرعة فائقة، وترى عينة أخرى من المبحوثين أن من أهم الفوائد الخاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي "البعد عن التحيز في تغطية الأخبار والأحداث خاصة التي تتعلق بمصالح بعض الهيئات والأشخاص" بمتوسط 2.7640 حيث أن هذه التطبيقات يتم تصميمها بشكل إلكتروني بحيث يقوم على نشر الأخبار بكل موضوعية وهو ما يمكننا من إنتاج محتوى إعلامي حيادي بعيد عن التحيز ومراعاة المصالح.

جدول رقم (٦)
مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (الأداء المتوقع) في الوسائل الإعلامية
من وجهة نظر القائم بالاتصال

الاتجاه	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ن=٣٠٠						
				أعرض		محايد		أوافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	١	.48121	2.7433	2.0	6	21.7	65	76.3	229	تقليل الجهد المتوقع من جانب الوسيلة لعمليات التحرير والنشر والتدقيق
الموافقة	٢	.52725	2.6400	2.3	7	31.3	94	66.3	199	إمكانية استخدام تقنيات متطورة في تحويل البيانات إلى أشكال ورسوم
الموافقة	٣	.53434	2.6100	2.3	7	34.3	103	3.0	9	استخدامها في المتابعات الدورية للأحداث والأخبار
الموافقة	٤	.54123	2.6067	2.7	8	34.0	102	63.3	190	يمكن استخدامها لنشر أخبار من خارج المؤسسة خاصة مع المواقع الإلكترونية مما يحقق فورية في النشر
الموافقة	٥	.54583	2.5800	2.7	8	36.7	110	60.7	182	فحص الحقائق والتأكد منها قبل النشر
الموافقة	٦	.54631	2.5767	2.7	8	37.0	111	60.3	181	تصحيح الأخطاء اللغوية يعد أهم مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي
الموافقة	٧	.55285	2.5733	3.0	9	36.7	110	60.3	181	تطوير أسلوب المعالجة الإعلامية للأحداث

تشير نتائج الجدول السابق إلى اتجاهات العاملين بالمؤسسات الإعلامية الكويتية نحو مجالات تطبيق الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية وهو ما يطلق عليه الأداء المتوقع طبقاً لمفاهيم النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وقد أشار المبحوثون أن أول مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي تتمثل في "تقليل الجهد المتوقع من جانب الوسيلة لعمليات التحرير والنشر والتدقيق" بمتوسط ٧٤٣٣2 وباتجاه موافق، حيث يعمل الذكاء الاصطناعي على زيادة قدرة الوسيلة لعرض أكبر عدد ممكن من الأخبار نتيجة للسرعة الفائقة في عملية جمع وتحرير المادة الإعلامية مما يسهم في تقليل الجهد المبذول في ذلك، وفي الترتيب الثاني إمكانية استخدام تقنيات متطورة في تحويل البيانات إلى أشكال ورسوم" بمتوسط حسابي ٢.٦٤٣٣ ويستخدم ذلك بكثرة خاصة في الوسائل المرئية كالتلفزيونية والفيديوها المعروضة على الإنترنت، وفي الترتيب الثالث جاء "استخدامها في المتابعات الدورية للأحداث والأخبار" بمتوسط حسابي ٢.٦١٠٠

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال ، يليها "يمكن استخدامها لنشر أخبار من خارج المؤسسة خاصة مع المواقع الإلكترونية مما يحقق فورية في النشر" بمتوسط ٢.٦٠٦٧ ثم في الترتيب الخامس "فحص الحقائق والتأكد منها قبل النشر" بمتوسط ٢.٥٨٠٠ حيث تساعد أدوات صحافة الروبوت على كشف المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة من خلال إخضاعها للتحليل والمقارنة لإثبات صحتها، ومراقبة مصداقية المحتوى في وسائل الإعلام المختلفة، وإعداد تقارير أكثر دقة وشفافية، وتستخدم هذه الأدوات بشكل واضح في المؤسسات الصحفية العالمية لمواجهة الأخبار الزائفة التي أثرت بشكل سلبي على مصداقية صانعي المحتوى، وكان لها تبعات اجتماعية وسياسية عالمية واسعة، وفي الترتيب السادس "تصحيح الأخطاء اللغوية يعد أهم مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي".

جدول رقم (٧)

التسهيلات المتاحة أمام القائم بالاتصال لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الإعلامية

الاتجاه	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ن=٣٠٠						
					معارض		محايد		موافق		
					%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	1	85.99	.54846	2.5800	4.7	14	32.7	98	62.7	188	الفوائد المتوقعة من استخدام الذكاء الاصطناعي يجعل الجهد المتوقع أمراً يسيراً
الموافقة	2	82.79	.53186	2.4840	2.7	8	33.7	101	63.7	191	مرونة تقنيات الذكاء الاصطناعي مما يجعلها أيسر في الاستخدام
الموافقة	3	79.86	.58011	2.3960	2.7	8	35.3	106	62.0	186	تسبب الدولة على خطى متطورة لاستخدام هذه التقنيات في شتى مجالات العمل
الموافقة	4	79.46	.68000	2.3840	2.7	8	30.3	91	67.0	201	توفر المؤسسة التي تعمل بها التقنيات الحديثة التي نحتاجها في العمل
الموافقة	5	78.93	.78168	2.3680	4.0	12	40.3	121	55.7	167	العاملين بالمؤسسة على أتم الاستعداد للاستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي
الموافقة	٦	75.86	.54499	2.2760	2.3	7	28.3	85	69.3	208	توفر الدولة القوانين واللوائح التي تضمن الاستعانة بالتقنيات الحديثة في العمل الإعلامي
الموافقة	٧	69.59	.70015	2.0880	3.3	10	32.0	96	64.7	194	توافر الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتوظيف الكفاءات الاصطناعي بالمؤسسة

تشير بيانات الجدول السابق إلى التسهيلات المتاحة أمام أفراد العينة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الإعلامية يأتي في مقدمتها " الفوائد المتوقعة من استخدام الذكاء الاصطناعي يجعل الجهد المتوقع أمراً يسيراً" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 2.5800 ووزن نسبي 85.99 يلية آراء العينة بخصوص "مرونة تقنيات الذكاء الاصطناعي مما يجعلها أيسر في الاستخدام" بمتوسط 2.4840 وفي الترتيب الثالث جاءت آراء العينة فيما يتعلق بالتسهيلات المتاحة أمام القائمين بالاتصال لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسة بأن "الدولة تسير على خطى متطورة لاستخدام هذه التقنيات في شتى مجالات العمل" مما يجعل ذلك فكرة مقبولة لدى الإعلاميين" بمتوسط 2.3960، ثم أشارت عينة الدراسة أن

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال "المؤسسة التي أعمل بها توفر التقنيات الحديثة التي نحتاجها في العمل" من أكثر التسهيلات المتاحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي بمتوسط 2.3840، كما أقرت عينة الدراسة أن "العاملين بالمؤسسة على أتم الاستعداد للاستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل بالمؤسسة"، وفي الترتيب السادس يرى أفراد العينة " توفر الدولة القوانين واللوائح التي تضمن الاستعانة بالتقنيات الحديثة في العمل الصحفي والإعلامي " وأخيراً " توافر الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالمؤسسة الصحفية".

جدول رقم (٨)

المخطط الذي يضعه القتم بالاتصال (الجهد المبذول) لتطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية في الفترة القادمة

الاتجاه	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ن=٣٠٠						العبارات
					معارض		محايد		موافق		
					%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	1	94.26	.37814	2.8280	2.0	6	24.7	74	73.3	220	حضور دورات تدريبية للتدريب على توظيف التقنيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي
الموافقة	2	92.52	.45459	2.7760	2.0	6	26.7	80	71.3	214	سأقترح الاستعانة ببعض الخبرات العلمية المتدربة في مجال الذكاء الاصطناعي للعمل بالمؤسسة وتدريب العاملين بها
الموافقة	3	90.52	.45184	2.7160	2.3	7	11.3	34	86.3	259	يمكن الاستعانة ببعض النماذج الرائدة في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي في العالم العربي وخارجه
الموافقة	4	89.32	.46741	2.6800	2.0	6	21.0	63	77.0	231	الاقتراح على رؤسائي في المؤسسة إدخال مزيد من التقنيات الحديثة لتيسير العمل
الموافقة	5	87.46	.53269	2.6240	1.0	3	21.7	65	77.3	232	الاقتراح على رؤسائي في المؤسسة إدخال مزيد من التقنيات الحديثة لتيسير العمل
الموافقة	6	86.39	.49245	2.5920	1.3	4	22.0	66	76.7	230	ساعدو إلى عمل ندوات أو اجتماعات دورية للتحدث عن أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المؤسسة

تشير بيانات الجدول السابق إلى المخطط الذي يضعه المبحوثون (الجهد المبذول) لتطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطوير المؤسسات الإعلامية في الفترة القادمة، وقد جاء في مقدمة هذه الإجراءات "حضور دورات تدريبية للتدريب على توظيف التقنيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي" بمتوسط حسابي 2.8280، ثم " سأقترح الاستعانة ببعض الخبرات العلمية المتدربة في مجال الذكاء الاصطناعي للعمل بالمؤسسة وتدريب العاملين بها" بمتوسط حسابي 2.7760 يليها " يمكن الاستعانة ببعض النماذج الرائدة في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي في مصر وخارجها" بمتوسط حسابي قدره 2.7160 وفي الترتيب الرابع أشار القائمين بالاتصال أنهم سيقوموا بالاقتراح على رؤسائهم في المؤسسة إدخال مزيد من التقنيات الحديثة لتيسير العمل بها" بمتوسط 2.6800 ثم اقترحت العينة أنها "ساعدو إلى عمل ندوات أو اجتماعات دورية للتحدث عن أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال في تطوير الوسائل الإعلامية"، وتدل إجابات المبحوثين على مدى قابليتهم لتطوير قدراتهم على استخدام الذكاء الاصطناعي مما يشير إلى الإيجابية في إمكانية تطوير الذات وبذل الجهد اللازم لاستخدام الذكاء الاصطناعي.

نتائج اختبار الفروض: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الإعلامية ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (توقع الأداء/ المنفعة المتوقعة / التأثيرات الاجتماعية/ التسهيلات المتاحة/ الجهد المتوقع).

جدول رقم (٩)

نتائج معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والمنفعة المدركة جراء الاستخدام

المنفعة أو الفوائد المدركة للاستخدام		اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الإعلامية
.215	معامل الارتباط Spearman's rho	
.290	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
300	العدد	

تشير قيمة معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والمنفعة المدركة جراء الاستخدام إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط .215. عند مستوى معنوية .290 وهي قيمة دالة إحصائية مما يعني وجود علاقة ارتباطية بين كل من اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الإعلامية والمنفعة المدركة جراء الاستخدام وهو ما يثبت صحة تطبيق فروض النظرية على هذه الدراسة.

جدول رقم (١٠)

نتائج معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والأداء المتوقع من استخدامه داخل المؤسسة

الأداء المتوقع جراء استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات		اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية
.516*	معامل الارتباط Pearson Correlation	
.034	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
300	العدد	

تشير قيمة معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والأداء المتوقع جراء استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط .516* عند مستوى معنوية .034 وهي قيمة دالة إحصائية مما يعني وجود علاقة ارتباطية بين كلاً من اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال
الاصطناعي والأداء المتوقع جراء استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات وهو ما
يثبت صحة تطبيق فروض النظرية على هذه الدراسة.

جدول رقم (١١)

نتائج معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال
نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتسهيلات المتاحة أمامهم لتوظيف
الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الإعلامية

التسهيلات المتاحة أمام الاعلاميين لتوظيف الذكاء الاصطناعي		اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية
.091	Pearson Correlation معامل الارتباط	
.048	Sig مستوى المعنوية	
دالة	الدلالة	
300	العدد	

توجد علاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء
الاصطناعي والتسهيلات المتاحة أمامهم لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم
الإعلامية وهو ما تفترضه النظرية ويقصد بها مدى اعتقاد الفرد بأن البنية التحتية والتقنية
اللازمة لدعم التقنية موجودة لدى الفرد أو المنظمة، ويتعلق ذلك المتغير بمدى توفير
الإمكانات المختلفة اللازمة لاستخدام القائمين بالاتصال عينة الدراسة لتقنيات الذكاء
الاصطناعي في العمل الإعلامي وتطوير الوسائل الإعلامية مثل توفير الإمكانات المادية من
أنظمة حاسوبية متطورة وإمكانات توظيف الذكاء الاصطناعي ودورات تدريبية مستمرة
والعقلية المستنيرة القائمة على إدارة المؤسسات.

جدول رقم (١٢)

نتائج معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال
نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والمخطط الذي يضعه القائمين بالاتصال
لأنفسهم لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسائل الإعلامية

الجهد المبذول		اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية
.135*	Spearman's rho معامل الارتباط	
.000	Sig مستوى المعنوية	
دالة	الدلالة	
٣٠٠	العدد	

تشير قيمة معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال
نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والمخطط الذي يضعه المبحوثون
لأنفسهم لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسائل الإعلامية (الجهد المبذول)
إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط. 135* عند مستوى
معنوية. 000 وهي قيمة دالة إحصائية مما يعنى ثبوت صحة هذا الفرض وهو ما يثبت
صحة تطبيق فروض النظرية على هذه الدراسة، ويعني أن القائم بالاتصال عينة الدراسة
إذا ما قارن بين التكلفة والوقت والجهد المبذول في الطرق التقليدية لتجميع المادة الإعلامية
وكتابتها وتصحيحها وإخراجها، والتكلفة والوقت والجهد المبذول في العمل الإعلامي من

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي تبين مدى توفير هذه التطبيقات للتكلفة والوقت والجهد، إلى جانب سهولة استخدام الوسائل المتاحة والدقة وسهولة اكتشاف الأخطاء اللغوية والسرعة في الأداء، كل هذه العوامل تساعد على أخذ نية التطبيق الفعلي لتلك التقنيات.

النتائج العامة للدراسة:

١. بلغت نسبة اعتماد وسائل الإعلام الكويتية على التطبيقات الحديثة والتكنولوجية بدرجة كبيرة أكثر من النصف حيث جاء أن ٥٥% من العينة تقوم بالاعتماد بدرجة كبيرة على التطبيقات التكنولوجية الحديثة، وفي الترتيب الثاني تعتمد الوسائل على التكنولوجيا بدرجة متوسطة ٤٠% من العينة، بينما تعتمد عليها بدرجة ضعيفة بنسبة ٥% من الوسائل.
٢. أشارت عينة الدراسة إلى أنها تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة بلغت ٤٥% من العينة وتعتمد عليها أحياناً بنسبة ٤٤.٧% من العينة في الترتيب الثاني، ويعني ذلك أن الوسائل الإعلامية الكويتية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة ٨٩.٧% من العينة سواء بشكل منتظم أو إلى حد ما.
٣. أشارت النتائج إلى أن نسبة ٧٥.٧% من عينة الدراسة توافق على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسيلة الإعلامية، بينما عارضت نسبة ٢٤.٣% منهم استخدام هذه التقنيات بدعوى أنها تسبب الاستعانة بالروبوتات في جمع المادة وتوضيها، وبالتالي يمكن أن يؤثر ذلك على العاملين من ذوي المهن الإعلامية التي يمكن أن يفقدوا أماكنهم ووظائفهم في حالة الاعتماد الكامل على هذه الروبوتات.
٤. جاء في مقدمة المنفعة المدركة لدى العاملين بالمؤسسات الإعلامية من القائمين بالاتصال لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي " تطوير إمكانات الإعلاميين بشكل يتلائم مع التكنولوجيا الجديدة" بمتوسط حسابي قدره 2.8840 وفي الترتيب الثاني يرى الباحثون أن الذكاء الاصطناعي يساعد في " الحصول على عدد كبير من الأخبار من كل مكان في فترة وجيزة وبإمكانات أقل وجودة أعلى" بمتوسط حسابي قدره 2.8040 وبوزن نسبي 96.12 حيث يمكن الذكاء الاصطناعي وفي الترتيب الثالث يشير الباحثون أيضاً إلى " السرعة الفائقة في نشر الأخبار" بمتوسط 2.7880 حيث أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا يحكمها الروتينيات التي تحكم العمل الإعلامي التقليدي من الحصول على موافقات ومراجعة المحتوى أكثر من مرة للتأكد من صحته مما يستهلك الكثير من الوقت والجهد لذا فإن استخدام مثل هذه التقنيات تساعد على نشر الأخبار وتداولها بسرعة فائقة.
٥. أشار الباحثون أن أول مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي تتمثل في "تقليل الجهد المتوقع من جانب الوسيلة لعمليات التحرير والنشر والتدقيق" بمتوسط ٧٤٣٣2 وبتجاه موافق، حيث يعمل الذكاء الاصطناعي على زيادة قدرة الوسيلة لعرض أكبر عدد ممكن

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال من الاخبار نتيجة للسرعة الفائقة في عملية جمع وتحليل المادة الإعلامية مما يسهم في تقليل الجهد المبذول في ذلك، وفي الترتيب الثاني إمكانية استخدام تقنيات متطورة في تحويل البيانات إلى أشكال ورسوم " بمتوسط حسابي ٢.٦٤٣٣ وفي الترتيب الثالث جاء " استخدامهما في المتابعات الدورية للأحداث والاعبار " بمتوسط حسابي ٢.٦١٠٠، يليها " يمكن استخدامها لنشر أخبار من خارج المؤسسة خاصة مع المواقع الإلكترونية مما يحقق فورية في النشر " بمتوسط ٢.٦٠٦٧ .

٦. يأتي في مقدمة الأداء المتوقع من استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسائل الإعلامية " الفوائد المتوقعة من استخدام الذكاء الاصطناعي يجعل الجهد المتوقع أمراً يسيراً" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 2.5800 وبوزن نسبي 85.99 يلية آراء العينة بخصوص " مرونة تقنيات الذكاء الاصطناعي مما يجعلها أيسر في الاستخدام " بمتوسط 2.4840 وفي الترتيب الثالث جاءت آراء العينة فيما يتعلق بالتسهيلات المتاحة أمام القائمين بالاتصال لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسة بأن " الدولة تسير على خطى متطورة لاستخدام هذه التقنيات في شتى مجالات العمل " مما يجعل ذلك فكرة مقبولة لدى الإعلاميين.

٧. كما أشارت النتائج إلى المخطط الذي يضعه المبحوثين (الجهد المبذول) لتطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطوير المؤسسات الإعلامية في الفترة القادمة، وقد جاء في مقدمة هذه الإجراءات " حضور دورات تدريبية للتدريب على توظيف التقنيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي " بمتوسط حسابي 2.8280، ثم "سأقترح الاستعانة ببعض الخبرات العلمية المتدربة في مجال الذكاء الاصطناعي للعمل بالمؤسسة وتدريب العاملين بها" بمتوسط حسابي 2.7760 يليها " يمكن الاستعانة ببعض النماذج الرائدة في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي في الكويت وخارجها".

٨. ثبت صحة الفرض القائل أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الإعلامية ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (توقع الأداء/ المنفعة المتوقعة/ التأثيرات الاجتماعية/ التسهيلات المتاحة/ الجهد المتوقع).

توصيات الدراسة:

هناك العديد من التوصيات التي يمكن أن تخرج بها هذه الدراسة، أهمها:

- ضرورة العمل على توفير تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، وذلك لمواكبة ما أحدثته الثورة الصناعية الرابعة من تطورات تقنية وتكنولوجية من شأنها أن تسهم بشكل كبير في إعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية.
- ضرورة العمل على توفير فرص تدريبية حقيقية للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية لتأهيلهم للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها بالشكل الأمثل بما

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال
يساهم في الاستفادة منها في تطوير العمل الإعلامي على كافة المستويات المهنية والإدارية والتخطيط المستقبلي.

- السعي لتوفير الإمكانيات المادية وإدخال المزيد من الأجهزة المتطورة وتفعيلها داخل منظومة العمل الصحفي وتوظيفها بالشكل الأمثل في تطوير المضامين الصحفية للنهوض بالمؤسسة وجعلها قادرة على منافسة الوسائل الأخرى.
- ضرورة العمل على صياغة موثيق وتشريعات منظمة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الإعلامي خاصةً في عالمنا العربي لتحقيق الاستخدام الأمثل لهذه التقنيات.

- ¹ - أيمن محمد بريك، 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 الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد ٥٣، ج ٢ يناير ٢٠٢٠.
- ^٢ - مؤمن فضيل علاونة. " استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني الأردني"، رسالة ماجستير، (الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، ٢٠٢٢).
- ^٣ - أسامة السيد عبد العزيز، مروة رضوان إبراهيم. "الأثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* ، بحث منشور، (القاهرة: جامعة القاهرة، مج ٤، ع ٨٠، ٢٠٢٢).
- ^٤ - شاكر بن علي الذبابي. "رؤية النخبة الإعلامية في السعودية لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في الحد من تأثير الأخبار الكاذبة علي منصات الإعلام الاجتماعي"، *المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري* ، بحث منشور، (الجامعة الخليجية، مج ٤، ع ٢٤، ٢٠٢٢).
- ^٥ - جواد راغب الدلو ويوسف يحيى أبو حشيش وأحمد عبد الله إسماعيل (٢٠٢٢). اتجاهات خبراء الإعلام الفلسطيني نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد رقم (٧)، العدد رقم (٠٣)، مايو ٢٠٢٢ ص(53:90) .
- ^٦ - غسان إبراهيم أحمد حرب (٢٠٢٢). رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية. *المجلة الجزائرية للاتصال*، مجلة علمية محكمة، المجلد ٢٤، العدد ٠١ (٢٠٢٢)، ص(8:29)
- ^٧ - هند يحيى (٢٠٢٢) ، مدى تقبل الصحفيين لاستخدام الطائرات بدون طيار Drones بمجال الصحافة وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي دراسة استطلاعية في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا"، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام جامعة الأزهر، العدد (٦٠) الجزء الأول جمادى الأول ١٤٤٣هـ - يناير ٢٠٢٢م، ص(364303)
- ^٨ - أمل محمد خطاب (٢٠٢١). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، جامعة القاهرة، العدد الثاني والعشرين، الجزء الأول، يوليو/ديسمبر ٢٠٢١.
- ^٩ - wolker, A., & powell, T.E. (2021). Algorithms in the newsroom? News readers. perceived credibility and selection of automated journalism. *Journalism*, 22 (1).
- ^{١٠} - إنجي لطفي عبدالعزيز. " مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري" ، *المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين: الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي*، بحث منشور، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج ٢، ع ٢٠٢١).
- ^{١١} - رانيا محمود الكيلاني. "استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أفلام شبكة نينفليكس"، *مجلة الإنسانيات والعلوم الاجتماعية*، دراسة منشورة، (جامعة الفيوم، كلية الآداب، مج ١٣، العدد الأول، ٢٠٢١).
- ^{١٢} - Madani, Y. E (2021). "Use artificial intelligence techniques for detecting Covid-19 epidemic fake news in Moroccan tweets". *Result in physics*, 25, 104266.
- ^{١٣} - مجدي الداغر. "اتجاهات النخبة نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الإلكترونية وانعكاساته علي دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر " ، *دراسة ميدانية* ، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال* ، (القاهرة: جامعة الأهرام الكندية ، كلية الإعلام، ع ٣٣ ، ٢٠٢١).
- ^{١٤} - آلاء عزمي محمد المصري. "اتجاه دارسي الإعلام في صعيد مصر نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي"، *مجلة البحوث الإعلامية* ، بحث منشور، (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج ٤، ع ٥٩، ٢٠٢١).
- ^{١٥} - علاء مكي الشمري. " الإعلام المرئي في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي" ، *مجلة الآداب* ، بحث منشور، (بغداد: جامعة بغداد، كلية الآداب، ع ١٣٧، ٢٠٢١).

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال
-٢٢ سلوي علي إبراهيم الجبار. " الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي علي المنتج
الإعلامي"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، بحث منشور، (الجمعية المصرية للعلاقات
العامة، ع٣٥٤، ٢٠٢١).

17- Parratt-Fernandez, Sonia; Mayoral- Sanchez, Javier; Mera-Fernan-dez, Montse .
(2021). "The application of artificial intelligence to journalism: an analysis of
academic production". Profesional de la informacion, v. 30, n. 3, e300317.

-١٨ هند يحيى عبد المعطي. "دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحافة الإلكترونية"، مجلة البحوث
الإعلامية، بحث منشور، (القاهرة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع٥٦٤، ٢٠٢٠).

19- Biswal, S.K, & Gouda, N.K, "Artificial Intelligence in Journalism: A boon or
Ban? Inoptimization in Machine Learning and Applications ", Springer,
(2020), pp. 155 – 167.

-٢٠ محمد جمال بدوي . "مستقبل الوظيفة الإخبارية للصحافة الإلكترونية في ظل تعدد منصات الإعلام الرقمي
"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ٢٠٢٠).

21- Vaclav, Moravec, MacKova, Veronika; Sido; Ekstein, Kamil, " **Communication Today** " Tranva VOL. 11, Iss 1, (2020).

22- Elareshi, M., Ziani, A-K., & AI Shami, A. (2020). Deep learning analysis of
social media content used by Bahraini women: WhatsApp in focus.
Convergence.

23- Karnouskos, S. (2020). Artificial Intelligence in Digital media: the Era of
Deepfakes. IEEE Transactions on Technology and Society, 1(3).

-٢٤ عمرو عبد الحميد (٢٠٢٠). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقته
بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد (٥٥)،
الجزء (٥)، صفر ١٤٤٢ هـ - أكتوبر ٢٠٢٠، ص. (2798-2860)

-٢٥ عيسى عبد الباقي موسى وأحمد عادل عبد الفتاح (٢٠٢٠). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف
تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية، المجلة المصرية لبحوث
الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد رقم (١٩)، عدد (١) ٢٠٢٠، ص. (1-66)

-٢٦ سحر الخولي (٢٠٢٠). اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير
المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام،
العدد ٢٢، ٢٠٢٠، ص ١٠١-١٧٣.

-٢٧ أيمن بريك (٢٠٢٠). اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات
الصحفية المصرية والسعودية مجلة البحوث الإعلامية كلية الإعلام جامعة الأزهر، العدد ٥٣ - الجزء ٢،
يناير ٢٠٢٠، ص ص. (447:526)

-٢٨ بسنت عطية (٢٠١٩). مدى تقبل الإعلاميين لاستخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام،
المؤتمر العلمي الدولي الخامس والعشرين: (صناعة الإعلام في ظل الفرص والتحديات التكنولوجية
والاستثمارية)، كلية الإعلام جامعة القاهرة ١٧-١٨ إبريل ٢٠١٩.

-٢٩ عمر أبو عرقوب (٢٠١٩). نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها (غرف
أخبار قناتيا الجزيرة العربية والإنجليزية معهد الجزيرة للإعلام، منشور على الرابط التالي:

[https://www.researchgate.net/publication/334453517_wnmwdhj_ghrf_alakhbar_al
dh

kyt_wastkhdam_alwsayl_alatsalyt_alhdytht_fyha_ghrf_akhbar]

30- Sarilar Eksioğlu N. B (2019). Robot Journalist or Human Journalist? An
Analysis is Over News Articles. Communication and Technology Congress –

CTC 2019 (April 2019- Turkey, İstanbul). Retrieved from:

<https://vrlab.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2019/12/C4172-17.pdf>].

³¹⁻ Graefe, A., & Haim, M., (2017). Automated News: Better than expected? Digital Journalism. DOI:10.1080/21670811.2017.1345643. Retrieved from:

³²⁻ Timoteus Tuovinen. Entering the new paradigm of artificial intelligence and series. Digital Media finland, Helsinki, finland. 2019. pp1-124.

³³⁻ artificial intelligence (AI) in " Goni, Md Ashraful, and Maliha Tabassum. Journalism: Is Bangladesh ready for it? A study on Journalism students in Athens journal of mass media and communications- Volume6, "Bangladesh. Issue 4.2019. pp 209-228.

³⁴⁻ Marsden, c., & Meyer, T. (2019). Regulating disinformation with artificial intelligence: effects of disinformation initiatives on freedom of expression and media pluralism.

³⁵⁻ Henry, R, "Role of Artificial Intelligence in new media ", CSI, Communications, (2019).

³⁶⁻ Ufarte ruiz, Algorithms and bots applied to journalism. The case of Narrativa Inteligencia Artificial: structure, production and informative quality.

³⁷⁻ رجع الباحث في مراجعة النظرية الشاملة للمراجع التالية:

- Venkatesh, and Morris, M.G., Davis, G.B., & Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. MIS Quarterly, vol 27 ,pp 425-478.

- Venkatesh, V, and Zhang X., (2010). Unified Theory of acceptance and Use of technology , U.S. Vs. China, Journal of global Information Management, Vol.13 ,No1 ,pp5-27.

- Payne, K., (2008), Much Ado About something Web 2.0 Acceptance and Use by public Relation practitioners , Educators Academy PRSA Proceeding, pp76-93.

³⁸⁻ Pushp Patil (2020), Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal" International Journal of Information Management 54.p.11.

³⁹⁻ Danial Jahan Shahi (2020), " Factors influencing the acceptance and use of a bicycle sharing system: Applying an extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)" **Case Studies on Transport Policy xxx.p.2.**

⁴⁰⁻ Ahmet Ayaz (2020), "An analysis on the unified theory of acceptance and use of technology theory (UTAUT): Acceptance of electronic document management system (EDMS). **Computers in Human Behavior Reports 2.p.3.**

⁴¹⁻ Karrar Al-Saudi (2020), " Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption" **Technology in Society 62.p.2.**

⁴²⁻ Venkatesh, V, and Morris, M.G., Davis, G.B., & Davis, F.D. (2003), p447.

- Venkatesh, V, and Zhang X., (2010), p8.

⁴³⁻ Michael D. Williams. (2015), " The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): A literature review " **Journal of Enterprise Information Management. 2015.p.8-9.**

- ⁴⁴⁻ Jeonghye Han (2020). "The Use of UTAUT and Post Acceptance Models to Investigate the Attitude towards a Telepresence Robot in an Educational
⁴⁵⁻ Robert, Setting" **Robotics**, 9, 34. p.6
- ⁴⁶⁻ L.; Alahmad, R.; Esterwood, C.; Kim, S.; You, S.; Zhang, Q. (2020), **A Review of Personality in Human-Robot Interactions**. Found. Trends Inf. Syst, 4, p.107.
- ⁴⁷⁻ Han, J.-H. (2018), UTAUT Model of Pre-service Teachers for Telepresence Robot-Assisted Learning. **J. Creat. Inf. Cult**, 4, p. 95.
- ⁴⁸⁻ ماهيتاب جمال عبد السلام (٢٠١٨). "دوافع استخدام الشباب الجامعي لمقاطع اليوتيوب التعليمية في التعليم الذاتي والإشباع المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص ٦١ : ٦٥.
- ⁴⁹⁻ Osama Isaac (2020). "Antecedents and outcomes of internet usage within organizations in Yemen: An extension of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)model" **Asia Pacific Management Review** 24, p.335.
- ⁵⁰⁻ خوالد أبو بكر (٢٠١٧). " تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة المصارف العربية"، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، مصر، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، المجلد ٢٥، العدد ٢، ص ٦٠:٥٧.