اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسها علي الكفاءة المهنية لديهم (دراسة ميدانية)

شروق أبو النصر عبد الغني جاب الله

أ.م.د/ رباب صلاح السيد إبراهيم
أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي
بكلية التربية النوعية – جامعة المنوفية

د/ ولاء عبدالله محمد سالم
مدرس الإعلام الإلكتروني
بكلية التربية النوعية – جامعة المنوفية

العدد الثالث والاربعون يوليو ٢٠٢٥
الجزء الأول

الموقع الالكتروني : https://molag.journals.ekb.eg
الترقيم الدولي الموحد للطباعة (2357-0113 :ISBN)
الترقيم الدولي الموحد الإلكتروني (2735-5780)

اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسها علي الكفاءة المهنية لديهم (دراسة ميدانية)

شروق أبو النصر عبد الغني جاب الله

أ.م.د/ رباب صلاح السيد إبراهيم
أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي
بكلية التربية النوعية – جامعة المنوفية

د/ ولاء عبدالله محمد سالم
مدرس الإعلام الإلكتروني
بكلية التربية النوعية – جامعة المنوفية

ملخص الدراسة:

يهدف البحث الحالي إلي التعرف علي اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسها علي الكفاءة المهنية لديهم وذلك في اطار النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا ونظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام، وتنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية وفي اطارها استخدمت الباحثة منهج المسح واستخدمت في ذلك أداة الإستبيان، وتم تطبيق الدراسة علي عينة قوامها(٧٣) مفردة من الصحفيين.

وتوصلت نتائج البحث إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى تبعاً لإختلاف مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى، كما أسفرت النتائج عن وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اتجاه المبحوثين نحو توظيف استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى على الكفاءة المهنية للمهنيين، كما أوضحت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الإتجاه نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة ونظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام.

الكلمات المفتاحية: الصحفيين – تقنيات الذكاء الإصطناعي – الكفاءة المهنية.

Attitudes of Journalists Toward the Employment of Artificial Intelligence Techniques in Journalism and Their Reflection on Their Professional Competence

Abstract

The present research aims to investigate journalists' attitudes toward the integration of artificial intelligence (AI) technologies in journalistic practice and their subsequent impact on professional competence. This study is grounded in the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) and the Media Dependency Theory. Adopting a descriptive research design, the researcher employed a survey methodology utilizing a questionnaire,The study was conducted on a sample of (73) journalists.

The research findings revealed statistically significant differences in the mean scores of respondents on the scale measuring attitudes toward the employment of artificial intelligence (AI) applications in journalism, based on variations in their level of knowledge about AI applications. Additionally, the results indicated a statistically significant correlation between respondents' attitudes toward the use of AI applications in journalism and the impact of AI applications on professional competence. Furthermore, the findings demonstrated a statistically significant correlation between attitudes toward the employment of AI applications in journalism and the level of AI application usage within the framework of the dimensions of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) and the Media Dependency Theory.

Keywords: journalists - Artificial intelligence technologies - Professional competence.

مقدمة:

شهد العالم في السنوات الأخيرة ثورة تكنولوجية هائلة، من أبرز ملامحها التطور المتسارع في تقنيات الذكاء الاصطناعي، والذي بدأ يترك بصماته الواضحة في مختلف مناحي الحياة ومنها المجال الإعلامي، ومع تنامي قدرة الذكاء الاصطناعي على تحليل البيانات، وتوليد المحتوى، والتفاعل مع الجمهور، أصبح من الضروري دراسة انعكاسات هذا التقدم على الممارسة الصحفية، خصوصًا في ظل تزايد الاعتماد على الأنظمة الذكية في إنتاج الأخبار وتحريرها ونشرها.

ويعد القطاع الإعلامي من أكثر القطاعات تأثرًا بهذه الطفرة التكنولوجية، حيث بدأت مؤسسات إعلامية كبرى حول العالم في توظيف أنظمة الذكاء الإصطناعي في مهام متعددة كتحرير الأخبار، وتوليد المحتوى، وتحليل توجهات الجمهور، بل وحتى في التحقق من الأخبار الزائفة، وهذه الأنظمة ساعدت على رفع كفاءة الأداء وسرعة إنجاز المهام، لكنها في الوقت نفسه أثارت تساؤلات حول مستقبل الصحفي التقليدي ودوره في ظل هذا التطور المتسارع.

"إن دخول الذكاء الاصطناعي إلى غرفة الأخبار لم يأت من فراغ بل جاء استجابة لاحتياجات العصر الرقمي الذي يتطلب سرعة في نقل المعلومة، ودقة في المعالجة، وتفاعلاً مباشرًا مع المتلقي. ومع ذلك، فإن هذا التحول يضع الصحفيين أمام تحديات مهنية جديدة تتعلق بضرورة مواكبة هذه التقنيات وتطوير مهاراتهم، في الوقت الذي يشعر فيه البعض بالقلق من احتمالية استبدالهم بهذه الأنظمة الذكية. وتعتمد صحافه الذكاء الإصطناعي على كيفية استخدام تقنيات الثورة الصناعية الرابعة في الإعلام وكيفية دمجها وإعادة هيكلتها في وظائف إعلامية جديدة ومبتكرة تعتمد اعتماداً جزئياً و كلياًعلى تقنيات جيدة مثل الذكاء الإصطناعي والبلوك تشين وتحليل البيانات الضخمة وانترنت الأشياء إلى جانب الطباعة ثلاثية الأبعاد والروبوتات، كما تمثل تقنيات تطبيقات الذكاء الإصطناعي جانباً مهماً في تطور العمل في المؤسسات الإعلامية لمساهمتها في انجاز العديد من المهام الإعلامية كالسرعة في جمع البيانات والتفاعل الفوري معها وتقنية الأخبار وتصفيتها واختيار الموضوعات بشكل دقيق وفهم تعليقات الجمهور وكتابه النصوص الاخبارية بكافة أشكالها والعمل على تحويل البيانات لتقارير جاهزة للنشر وتعمل تقنيات تطبيقات الذكاء الإصطناعي من خلال تطورها المتسارع على اضفاء تأثيرات مختلفة على المجال الاعلامي ومستقبله وبالتالي تساهم في رسم ملامح جديدة ومتغيرة بمستقبل العمل الإعلامي حيث حلت تقنيات الذكاء الإصطناعي في كثير من الأعمال الإعلاميه مكان العنصر البشري."[١]

لـذا أصـبح مـن الضـروري دراسـة اتجاهـات الصـحفيين لتوظيـف تقنيـات الـذكاء الإصـطناعي فـي العمـل الصـحفي وانعكـاس ذلـك علـي كفـاءتهم المهنيـة، لمـا لهـم مـن دور محوري فـي تشكيل رؤي وتوجهات الأجيال القادمة من الصحفيين، وكذلك في تقييم وتحليل التغيرات المهنية والمعرفية التي تطرأ علي المجال الإعلامي.

وانطلاقاً مما سبق، جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على هذا التحول التكنولوجي المهم، وتحاول استكشاف نظرة الصحفيين نحوه، بهدف التعرف على مدى وعيهم بأبعاد استخدام الذكاء الإصطناعي، وانعكاساته على الكفاءة المهنية لديهم، بما يسهم في بناء تصور علمي دقيق حول فرص وتحديات الدمج بين العمل الصحفي والتقنيات الذكية في البيئة الإعلامية المعاصرة.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

لاحظت الباحثة مؤخراً اتجاه العديد من المؤسسات الإعلامية نحو استخدام الذكاء الإصطناعي في غرف الأخبار وصالات التحرير وتقديم البرامج الإخبارية وهو ما ساعد على ظهور تطبيقات الذكاء الإصطناعي في عملية إنتاج المحتوى الإعلامي وأهميته المجتمعية؛واكب ذلك أيضاً تخوف البعض من استخدام تقنية الذكاء الإصطناعي في المحتوى الصحفي لما يفرضه ذلك من أن يأخذ الروبوت أماكن الصحفيين في المؤسسات الصحفية إضافة إلى ذلك هناك بعض التخوفات من تراجع نفوذ الصحفيين مقارنة بالمسؤولين عن المهام المتعلقة بالروبوت والذكاء الإصطناعي وتدني مستوى الثقة لدى المستخدمين نحو المضمون المقدم بها وإثارة تحديات أخلاقية وقانونية حول حقوق النشر والمضمون غير الدقيق، في المقابل رأي البعض الأخر ثم وجود عوامل إيجابية من جراء استخدام تقنية الذكاء الإصطناعي لتطوير المضمون الصحفي منها العمل على تغيير أدوات الصحفيين وتفرغهم للمهام الإبداعية والبعد عن المهام الروتينية وتمكين المواقع الإلكترونية والصحف من مواكبة حركة التطور في بيئة الإعلامي الرقمي والمساهمة في إنتاج مضمون متنوع عالي الجودة ومناسب لإهتمامات المستخدمين وفحص الحقائق بشكل سريع وموثوق واكتشاف الأخبار الكاذبة والقيام بتطوير مهارات الصحفيين والقيادات وأيضاً اندماج المواقع الإلكترونية وتقنيات الذكاء الإصطناعي سبيلاً للإندماج بين الإنسان والألة بما يخفف من أعبائه.

وقد قدمت نتائج الدراسات السابقة نتائج عامة حول اتجاهات الصحفيين نحو توظيف الذكاء الإصطناعي مثل دراسة(شيرين عبد الحفيظ البحيري،٢٠٢٢) ودراسة(أسماء أحمد علام،٢٠٢٢) وربط الذكاء الإصطناعي الصحفي بجوانب أخري مثل دراسة (Beamish J.،٢٠٢٠) و دراسة (جواد راغب الدلو،٢٠٢٢) وعلي الرغم من تزايد الإهتمام بدراسة اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي إلا ان

هناك نقص في فهم معمق لكيفية تأثير هذا التوظيف علي الكفاءة المهنية للصحفيين في سياق التحولات المتسارعة التي تشهدها الصناعة الإعلامية، ومن ثم يمكننا بلورة المُشكلة البحثية في محاولة من الباحثة للإجابة عن التساؤل الرئيس التالي:

ما اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسها على الكفاءه المهنية لديهم؟

ويتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية تتمثل في الآتي:

١. ما مدي استخدام الصحفيين لتقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي؟
٢. ما مدي أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية من وجهة نظر الصحفيين (عينة الدراسة)؟
٣. ما مدي معرفة الصحفيين بتقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي؟
٤. ما أهم مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟
٥. ما تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي علي الكفاءة المهنية لدي الصحفيين؟
٦. ما اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي؟

أهداف الدراسة :

يتبلور الهدف الرئيسي والأساسي للدراسة في الكشف عن "اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسها علي الكفاءة المهنية لديهم".

- وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية وهي :
- التعرف مدي استخدام الصحفيين لتقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي.
- التعرف علي مدي أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية من وجهة نظر الصحفيين (عينة الدراسة).
- الكشف عن أهم مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- التعرف علي درجة تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي علي الكفاءة المهنية لدي الصحفيين.
- رصد اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي.

أهمية الدراسة:

- تنقسم أهمية الدراسة إلي الأهمية النظرية والتطبيقية:

أولاً: الأهمية النظرية

- تستمد الدراسة أهميتها من خلال أهمية تقنيات الذكاء الإصطناعي وما تؤديه من خدمات للعملية الصحفية والصحفيين.
- تستمد الدراسة أهميتها كونها ترصد اتجاهات لجمهور مهم وهو الصحفيين لتوظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي.

- وجود حالة جدل صنعته تقنيات الذكاء الإصطناعي بين الأوساط الإعلامية العربية و المصرية، وتأثيرها المستقبلي علي العنصر البشري في التواصل مع الجمهور، بما توفره من أدوات ذكية وسرعة نقل الاخبار للمتلقين.
- تأتي الدراسة استجابة إلى حاجة المكتبة الإعلامية العربية لدراسات وبحوث تتناول التوسع في إستخدامات تطبيقات الذكاء الإصطناعي في مجال الإعلام بشكل عام والصحافة بشكل خاص، وما يمكن أن تضيفه من رصيد علمي للمكتبة الاعلامية.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

- تسعي الدراسة بشكل أساسي للتعرف على إتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الكفاءة المهنية لديهم، وما تتوصل إليه الدراسة من نتائج حول هذا الموضوع قد يفيد الصحفيين والقائمين على إدارة المؤسسات الصحفية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل الأمثل والأفضل لتحقيق الفائدة المرجوه منه.
- التعرف علي التأثير الذي يمكن أن يحدثه استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في المؤسسات الصحفية.
- التعرف علي أثر استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي علي الكفاءة المهنية للصحفيين.

حدود الدراسة:

١- **حدود موضوعية:** حددت الباحثة موضوع دراستها في رصد اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسها علي الكفاءه المهنية لديهم.

٢- **حدود مكانية:** تتمثل حدود الدراسة المكانية في المؤسسات الصحفية المصرية.

٣- **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة الحالية على عينة قوامها (٧٣) مفردة من الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية المصرية.

٤- **حدود زمنية:** بداية من شهر يناير – نهاية شهر مارس، عام ٢٠٢٥.

مصطلحات الدراسة:

١. **الإتجاهات (Trends):** هي عملية استعداد عقلي وذهني لمعالجة أي موقف أو تجربة من التجارب التي يصحبها استجابة واضحة[٢].
   - وتعرفه الباحثه إجرائياً :هو موقف الفرد نحو قضية أو مشكلة أو موضوع ما واستجابته نحوها بشكل واضح وصريح سواء بالسلب أو الإيجاب.
٢. **الصحفيين(journalists)** : تعرفه الباحثة إجرائياً وهم مجموعة من الأفراد تجمعهم خصائص مهنية مشتركة تتمثل في جمع المعلومات ومعالجتها وتحريرها ونشرها عبر الجريدة التي يعمل بها.

٣. **تقنيات الذكاء الإصطناعي (Intelligence Artificial):** وهي مجموعة أدوات تكنولوجية مثل الخوارزميات والبرامج والأنظمة الذكية التي يمكنها تعلم ومحاكاة سلوك البشر، حيث يعتمد الذكاء الاصطناعي على تقنيات التعليم العميق ومعالجة اللغات الطبيعية ومحاولة حل المشكلات مثلما يفعل الإنسان، ونتيجة التطور الذي حققته هذه التقنيان في مجال الإعلام ظهر مفهوم "صحافة الروبوت" أو"صحافة الذكاء الاصطناعي"، وهي تشير إلى أجاء المهام الصحفية بشكل آلي دون الاعتماد على الصحفي البشري، من خلال فهم ومحاكاة سلوك الصحفي البشري ومحاكاته عن طريق المعلومات الي يتم تغذية هذه التقنيات بها.(٣)

- وتعرفه الباحثة إجرائياً :هي أدوات رقمية تعتمد علي خوارزميات ذكية وتستخدم في واحدة أو أكثر من مراحل العملية الصحفية، مثل جمع البيانات، التحرير، النشر، والتفاعل مع الجمهور بهدف تحسين جودة المضمون.

٤. **الكفاءه المهنية (Professional competence)** : اتفق علماء علم السلوك بأنها "مجموعة من المهارات والخصائص والمعارف والاتجاهات التي لابد أن تتوافر في الشخص الراغب في القيام بعمل ما,وتصنف إلي الكفاءه المتعلقة بمكان العمل,والمتعلقة بالسلوك, وأخيراً المتعلقة في استراتيجية الأعمال الخاصة بالشركات"(٤).

- وتعرفه الباحثة إجرائياً: هي الخصائص والمهارات التي تميز الصحفي عن غيره من الصحفيين في مجال العمل الصحفي.

الإطار النظري للدراسة:

أ- النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا

اعتمدت هذه الدراسة على النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا كمدخل نظري والتي أسسها العالم ديفيز **(Davis)** عام ١٢٥٢، وتسعى النظرية إلى تفسير سلوكيات ومدى تقبل استخدام الأفراد للأدوات التقنية الحديثة من عدمه، وتحدد النظرية مجموعة عناصر أو عوامل تؤثر في النية السلوكية والسلوك الفعلي لاستخدام الأدوات التكنولوجية المختلفة.

وتتضمن النظرية٤ عناصر رئيسية تؤثر على النية السلوكية لتقبل الأفراد لوسائل التكنولوجيا الجديدة وهي(٥):

١.الأداء المتوقع: ويشير إلى درجة اعتقاد الفرد بأن استخدام أداة أو نظام تكنولوجي ما سيساعده في تحقيق مكاسب في أداؤه الوظيفي.

٢.الجهد المتوقع: ويشير إلى درجة السهولة المرتبطة باستخدام نظام أو أداة تكنولوجية.

٣.التسهيلات المتاحة: وتشير إلى درجة اعتقاد الفرد بوجود بنية تحتية وتقنية تدعم استخدام نظام أو أداة تكنولوجية حديثة.

٤.التأثير الاجتماعي: ويشير إلى درجة اعتقاد الفرد بتأثير محيطه الاجتماعي من زملاء ورؤساء وغيره بأنه يجب عليه استخدام هذا النظام التكنولوجي أو تجريب هذه الأداة التكنولوجية الحديثة وتفترض النظرية أن قبول الفرد لاستخدام لأدوات التكنولوجية يرتبط بالمنفعة التي يتوقع الحصول عليها وكذلك سهولة استخدام هذه الأدوات التكنولوجية، إضافة إلى تأثير المحيط الاجتماعي للفرد على اتجاهاته نحو الإستخدام(٦).

وتتضمن النظرية ايضاً مجموعة عوامل وسيطة مرتبطة بالخصائص الفردية مثل (النوع– العمر– الخبرة) والتي ربما تزيد أو تقلل من تأثير عناصر النظرية على المتغيرات التابعة المتعلقة بالنية السلوكية والاستخدام الفعلي للتكنولوجيا(٧)، بالإضافة إلى سمات فردية أخرى مثل الكفاءة الذاتية في استخدام الكمبيوتر والقدرة على الابتكار واتجاه الفرد عامة نحو الأدوات التكنولوجية(٨) وتساهم هذه العوامل الوسيطة في تفسير حالات الاختلافات السلوكية والفروق الفردية بين الأشخاص فيما يتعلق بقبولهم للتقنيات التكنولوجية الحديثة من عدمه(٩).

واستفادت الدراسة الحالية من توظيف النظرية للتعرف على اتجاهات الصحفيين عينة الدراسة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ومحاولة تفسيرها، في إطار العناصر الأساسية للنظرية، من حيث الأداء المتوقع وسهولة الاستخدام والتسهيلات المتاحة في المؤسسات، وكذلك تأثير المحيط الاجتماعي للصحفيين على توظيف مثل هذه التطبيقات التكنولوجية، كما تركز الدراسة على اختبار تأثير مجموعة من العوامل الوسيطة مثل سنوات(الخبرة– والنوع– ونمط ملكية المؤسسة) على اتجاهات الصحفيين نحو توظيف هذه التقنيات المتطورة في العمل الصحفي.

ب– نظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام

يقوم المنظور الخاص بنظرية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيسيتين وهما كالتالي(١٠) :

الأهداف: هناك أهداف للأفراد والجماعات والمنظمات يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال المختلفة التي يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات والعكس بالعكس.

المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى مصادر مختلفة لتحقيق أهدافهم وتقوم وسائل الإعلام بثلاث أدوار حيال المعلومات: أولها جمع المعلومات ثم تنسيقها وتنقيحها، وآخرها نشر وتوزيع المعلومات.

فروض النظرية وتأثيراتها المحتملة:

يمكن تلخيص فرضيات النظرية على النحو التالي: أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي، والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في

حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير وبالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك، ومعارف، ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع، ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى الثلاثية بين وسائل الاتصال، والجمهور والمجتمع.(١١)

واستفادت الدراسة الحالية من توظيف نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام بشكل عام تم توظيف نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام كنظرية أساسية مؤطرة للدراسات الإعلامية الجديدة التي تدرس دور وسائل الإعلام الرقمي وآثارها على الفرد والمجتمع في القضايا المختلفة، وذلك لعدة أسباب أبرزها أنها تعد من أبرز النظريات المفسرة لعمل وسائل الاعلام الرقمي بطريقة شمولية تتناول الوظائف والأدوار، والحاجات والأهداف، والتأثيرات المعرفية، والاتجاهية والسلوكية، وعلاقة النظام، والمؤسسات الأخرى بوسائل الإعلام. كما تشرح النظرية دور تقنيات الذكاء الاصطناعي كقناة اتصال تخدم المؤسسات الصحفية، وتحقق أهداف العمل الصحفي، وتعد النظرية من أنسب النظريات التي تقيس التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام لدراسة مدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمل الصحفيين، ومدى اعتمادهم عليها في المؤسسات الصحفية، ودوافع وأهداف ذلك الإعتماد وتأثير ذلك الاعتماد علي الكفاءة المهنية للصحفيين.

الدراسات السابقة:

حظى مجال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في المجال الإعلامي عامة والصحفي خاصة بإهتمام مختلف الباحثين في الآونة الأخيرة، وتأتي هذه الدراسة في سياق هذة الجهود العلمية، لتسهم في الكشف عن اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسها علي الكفاءة المهنية لديهم، ولتحقيق ذلك تم استعراض مجموعة مختارة من الدراسات السابقة، وتم تقسيم الدراسات إلى محورين، حيث ركز المحور الأول على الدراسات التي تناولت توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في الصحافة، وركز المحور الثاني علي الدراسات التي تناولت الكفاءة المهنية بشكل عام.

- **المحور الأول: الدراسات التي تناولت تقنيات الذكاء الإصطناعي في الصحافة:** هدفت دراسة (Beamish J.، ٢٠٢٠)(١٢) التعرف على عوامل نجاح تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة ومعرفة استخدامات تلك التقنيات في مجال العمل الصحفى والإعلامي،وأكدت نتائج الدراسة على أهمية تطبيق استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، كما أظهرت أن تطبيق استخدام أدوات الذكاء الإصطناعي يهيئ البيئة اللازمة لخلق فرص عمل جديدة في الحقل الصحفي. وسعت دراسة (Kim D. & Kim S.، ٢٠٢١)[١٣] إلى التعرف على مدى قابلية المستخدمين للمواد الإخبارية التي تتم باستخدام (Robots) في الصحافة، وقد أظهرت نتائج الدراسة الى الإقرار بالقبول

والارتياح النفسى نحو الاخبار الصحفية التي تتم عن طريق (Robots) في الصحافة إضافة الى الشعور الإيجابي لعينة الدراسة من الصحفيين عند قراءة تلك الاخبار المنتجة بواسطة (Robots). وخلصت (دراسة شيرين عبد الحفيظ البحيري،٢٠٢٢)[١٤] إلي أن اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام التقنيات الحديثة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة (Robot Journalism) لإنتاج المحتويات الصحفية بالصحف المصرية، كما توصلت نتائج الدراسة من خلال النتائج إلى أن التحديات التي تواجه تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام بالصحف المصرية كانت مرتفعة. واعتمدت دراسة (أسماء أحمد علام،٢٠٢٢)[١٥]على استخدام أسلوب التحليل من المستوى الثاني لرصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة إلى جانب توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، ومن أبرز نتائج الدراسة إجماع الباحثين على طبيعة وحجم التحول الناتج عن الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي على مستوى العالم، كما أكدت نتائج الدراسة أن هناك العديد من التحديات التي تواجه الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي تنقسم إلى تحديات داخلية وأخرى خارجية. وأشارت دراسة(جواد راغب الدلو،٢٠٢٢)[١٦] إلي 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 ٨٠.٠٪، يليها "التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها" بنسبة ٧٣.٥٪. وقد عكست نتائج دراسة (ماجدة عبد المرضى سليمان،٢٠٢٣)[١٧] رؤية الصحفيين المتخصصين ووعيهم بأهمية توظيف تقنيات الذكاء في العمل الصحفي والفائدة المتوقع حدوثها من استخدامها في إنتاج المضامين المتخصصة مثل تتبع الأخبار بشكل أسرع واكثر دقة وتطوير إنتاج المحتوي الصحفي المتخصص وزيادة مساحة التفاعل مع الجمهور وتقليل عبء وضغوط العمل الصحفي عن العنصر البشري. وسعت (دراسة خلف كريم كيوش،٢٠٢٣)[١٨] البحث إلى معرفة مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي عند ممارسة صحافة الموبايل لاسيما في إنجاز التغطيات الإعلامية للأخبار والأحداث اليومية، وقد توصلت الدراسة إلى إن تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد الصحفيين على القيام بواجباتهم المهنية من خلال مواجهة المشكلات المطروحة وتقديم الحلول لها، كما إن الذكاء الاصطناعي يساعد الصحفيين على إعداد وصناعة مضامين إعلامية متميزة تواكب التطورات الحديثة، فضلاً عن أن الذكاء الاصطناعي ومن خلال استخدام الهاتف المحمول يسهم في اكتساب الصحفيين مهارات رقمية وإنجاز تقارير وتغطيات إخبارية صعبة.

واهتمت(دراسة أميرة محمد سيد، ٢٠٢٤)[١٩] برصد اتجاهات القائم بالاتصال نحو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في المؤسسات الإعلامية السعودية، وتوصلت الدراسة إلى أن وعي القائم بالاتصال بأهمية تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في الغرف الإخبارية بالمنشآت الإعلامية، وأن تطوير البيئة التحتية تقنياً لغرف الأخبار تعد من أهم المتطلبات التقنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار. وخلصت دراسة (أيوب موسي سليمان شلط، زكية الحسني، ٢٠٢٤)[٢٠] إلى عدة نتائج أهمها أن(٨٠٪) من أفراد العينة تستخدمون برنامج chat GPT وأن (٣٨٪) من أفراد العينة تستخدم برنامج ChatGPT في كتابة القصة الصحفية وأن (٥١٪) من أفراد العينة تستخدم برنامج ChatGPT في التحرير الصحفي وأن (٤٠٪) من أفر اد العينة تعتبر قلة التدريب داخل المؤسسة الصحفية من معيقات استخدام برنامج ChatGPT وأن نسبة (٨٣٪) لا تعتبر برنامج ChatGPT مصدر رئيس للمعلومات وأن نسبة (٤٩٪) أفراد العينة أن لديها ثقة عالية بمنتج برنامج ChatGPT في التحرير الصحفي وأن (٦١٪) من أفراد العينة تعتبر المؤسسات الصحفية الفلسطينية لديها جاهزية عالية في استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الكفاءه المهنية بشكل عام:

سعت دراسة (عبد الله أحمد حسن الزهراني،٢٠٢٢)[٢١] إلى التعرف على الكفاءة المهنية للقائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية السعودية المرخصة،وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل اطلاع القائم بالإتصال في الصحافة الإلكترونية على نظام المطبوعات والنشر السعودية، وبين كفاءتهم المهنية. وتناولت دراسة (نهي الأسدودي،٢٠٢٢)[٢٢]التعرف على واقع توظيف الذكاء الإصطناعي وتقنياتها في أنشطة العلاقات العامة ودورها وانعكاساتها على أداء القائم بالاتصال وتطوير مهاراته وكفاءتهم المهنية، وأكدت الدراسة الميدانية أن القائم بالاتصال لديهم معرفة متوسطة بتطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي في الإعلام في الوطن، أثبت الدراسة الميدانية أن هناك اعتماد متوسط من قبل المؤسسات على التقنيات الحديثة لتطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة وتوصلت الدراسة إلي أن إبراز تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في العلاقات العامة روبوتات الدردشة chatbots، كما أكدت أن المهارات الاتصالية كانت في مقدمة المهارات والكفاءة المهنية التي يساعد الذكاء الاصطناعي في تطويرها، وكانت في مقدمة الكفاءة الاتصالية. ورصدت دراسة(عذراء علاوة عيواج،٢٠٢٤)[٢٣] مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة بشركة الخطوط السعودية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومعرفة تقييمهم لانعكاسات تلك التطبيقات على الكفاءة المهنية في ضوء نظرية قبول التكنولوجيا ونظرية استبدال الوظائف بالذكاء الاصطناعي، وتوصلت

الدراسة نتائج مهمة من بينها: تعدد مظاهر اهتمام ممارسي العلاقات العامة في شركة الخطوط السعودية بالذكاء الاصطناعي وتطبيقاته مما انعكس على استخدامهم لتلك التطبيقات بدرجة متوسطة، وانعكست تلك التطبيقات بشكل جيد على الكفاءة المهنية لممارسي العلاقات العامة حيث تحسن أدائهم في الكثير من الجوانب المهنية، أما بخصوص رؤية المبحوثين لمستقبل مهنة العلاقات العامة في ظل الذكاء الاصطناعي فإن رؤيتهم محورها أن الذكاء الاصطناعي سيخدم وظيفة العلاقات العامة ويسهل عملياتها المختلفة أكثر من أنه يكون مهدداً لوجود العنصر البشري فيها. وخلصت دراسة(Eka putra، ٢٠٢٤)[٢٤] إلى فهم كفاءات الصحفيين، وتطبيق كفاءاتهم ومسؤوليتهم الاجتماعية، والمشاركة المجتمعية في تحقيق الاحترافية الصحفية. وخلصت إلى أن كل صحفي لا يزال بحاجة إلى تحسين احترافيته من خلال فهم وتطبيق قيم الكفاءة الصحفية.

تعقيب عام على الدراسات السابقة:

بالنظر إلي مجمل الدراسات السابقة التي تحصلت عليها الباحثة يتضح لنا ما يلي:

_ ركزت معظم الدراسات العربية علي الشق الميداني فقط ورصدت اتجاهات الصحفيين والقائمين بالإتصال تجاه توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي،بينما قليل من أهتم بالشق التحليلي فقط وهناك بعض دراسات السابقة اعتمدت علي الشق الميداني والتحليلي معاً.

_ اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الإعتماد علي منهج المسح سواء مسح لعينة من الصحفيين أو القائمين بالإتصال للوصول للدقة في تحديد مشكلة الدراسة والدقة في نتائج الدراسة.

_ استعانت معظم الدراسات السابقة بالإستبانة و المقابلات وأسلوب الممارسة الإعلامية كأدوات لجمع المعلومات من عينة الدراسة.

_ اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في استخدام النظرية الموحدة لقبول التكنولوجياو نظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام ولكن تنوعت النظريات المستخدمة في بعض الدراسات السابقة الأخري مثل نظرية البيئة الإعلامية،و ثراء الوسيلة الإعلامية ونظرية انتشار المبتكرات والقائم بالإتصال.

أوجه الإستفادة من الدراسات السابقة:

- توظيفها في تحديد مشكلة الدراسة وأهميتها والمتغيرات المؤثرة فيها من واقع النتائج التي توصلت إليها.
- صياغة وتحديد أهداف الدراسة وتحديد أنسب المناهج والأداة البحثية المناسبة وكيفية بنائها, بما يحقق أهداف الدراسة ويجيب عن تساؤلاتها.

- الوقوف علي الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة.
- تحاول الدراسة الحالية التوصل إلى نتائج في جوانب لم تتطرق لها الدراسات والبحوث السابقة.
- أفادت نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال مقارنة نتائج هذه الدراسات التي ساهمت في إثراء الدراسة بالمعلومات.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- **نوع ومنهج الدراسة:** تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى لبحث العوامل المرتبطة بالظاهرة محل الدراسة، والتي تتمثل هنا في معرفة اتجاهات وتصورات الصحفيين نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاس ذلك علي الكفاءه المهنية لديهم، مع التركيز علي تأثيرتها علي أساليب العمل الصحفي وجودة المحتوي، مع التطرق إلى مقترحات الصحفيين للتوظيف الأمثل لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي. واعتمدت الدراسة على منهج المسح، عن طريق أداة الإستبيان الإلكتروني الذي تم إرساله للمبحوثين من الصحفيين عينة الدراسة من خلال Microsoft forms.

- **عينة الدارسة وأدوات جمع البيانات:**

تتمثل عينة الدراسة في الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية المصرية، من المهتمين بمجال الذكاء الاصطناعي، واختارت الباحثة فئة الصحفيين باعتبارها من الفئات التي تحظى بالتأثير علي جزء كبير من المجتمع من خلال قراءة الجرائد، فضلاً عن كونهم مشاركيين أساسيين في صناعة القرارات المتعلقة بتبني أدوات جديدة في العمل الصحفي.

وقد تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (٧٣) مفردة من الصحفيين، حيث تم إرسال الاستبيان المصمم عبر microsoft forms من خلال البريد الإلكتروني ومجموعات الواتس آب إلى المبحوثين، ويتكون الإستبيان من (١٦) سؤال عبارة عن عدة مقاييس موضحة في التالي، بالإضافة إلي البيانات الشخصية و متغيرات الدراسة المتمثلة في الموقع الوظيفي ونوع الجريدة والخبرة، و راعت الباحثة أن تعكس المؤسسات الصحفية أنماط ملكية وأنظمة إدارية وتوجهات فكرية مختلفة، لتحديد انعكاسات ذلك على استجابة المبحوثين فيما يتعلق بموضوع الدراسة.

- خصائص عينة الدراسة من الصحفيين وفقا لمتغيرات النوع، السن، الوظيفة، سنوات الخبرة.

جدول رقم (١)

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٤٢	٥٧,٥٣
	إناث	٣١	٤٢,٤٧
المجموع		٧٣	١٠٠
السن	أقل من ٣٠ سنة	١١	١٥,٠٧
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٥	٤٠	٥٤,٧٩
	من ٤٥ سنة فأكثر	٢٢	٣٠,١٤
المجموع		٧٣	١٠٠
الوظيفة	رئيس تحرير	١٠	١٣,٧٠
	نائب رئيس تحرير	٢	٢,٧٤
	مدير تحرير	٨	١٠,٩٦
	نائب مدير تحرير	٢	٢,٧٤
	رئيس قسم	٩	١٢,٣٣
	نائب رئيس قسم	٦	٨,٢٢
	صحفى	٣٦	٤٩,٣٢
		٧٣	١٠٠
سنوات الخبرة	أقل من ١٠ سنوات	٢٦	٣٥,٦٢
	من ١٠ إلى أقل من ٢٠	٢٧	٣٦,٩٩
	من ٢٠ سنة فأكثر	٢٠	٢٧,٤٠
المجموع		٧٣	١٠٠

-أدوات جمع البيانات :

اعتمدت الدراسة الحالية على أداة الإستبيان كأداة لجمع البيانات والذي تم تصميمه بما يتناسب مع الهدف الرئيسي للدراسة والمتعلق برصد اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسها علي الكفاءه المهنية لديهم،حيث يعد من أنسب أساليب جمع البيانات لموضوع الدراسة، كما أنه يعد من أكثر الوسائل استخداماً في منهج المسح، وذلك لإمكانيه إستخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الافراد، وتم صياغه الأسئله علي أن تكون واضحة وبسيطة وتغطي كافة جوانب المشكلة، وقد تم تطبيق الاستبيان إلكترونياً لصعوبة مقابلة كل المبحوثين.

- **إجراءات الصدق والثبات:**

أولاً: صدق الاستبيان:

يقصد بصدق الإختبار صحته في قياس ما يدعى انه يقيسه، والإختبار الصادق يقيس ما وضع لقياسه. وللتحقق من صدق الإستبيان تم الإعتماد علي ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الإتساق الداخلي.

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):

اعتمدت الباحثة فى بناء هذا الإستبيان واختيار العبارات المكونة لأبعاده علي الدراسات السابقة التي اتخذت من تطبيقات الذكاء الاصطناعى والكفاءة المهنية للصحفيين موضوعاً لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الإستبيان من بعض المقاييس الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكملت باقي عبارات الإستبيان من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الإعتماد علي المصادر السابقة إلي تمتع المقاييس الفرعية للإستبيان بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبيان صالح للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين[٢٥]:

تم عرض الإستبيان علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال فى ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الإستبيان، وقد أقر المحكمون صلاحية الإستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التى جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٨٩.٨٩٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها فى ضوء الملاحظات التى أبداها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الإستبيان إلى ١٦ سؤال.

جـ- الصدق البنائى أو التكوينى:

تم حساب معاملات الإرتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الإستبيان والدرجة الكلية للإستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للإستبيان، ولهدف التحقق من مدى صدق الإستبيان، ويتضح ذلك من خلال جدول التالى.

جدول (٢)

معاملات الإرتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعى والدرجة الكلية للإستبيان

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مقياس مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى	٠.٤٨٥	دالة عند ٠.٠١
مقياس دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى	٠.٥١٢	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى	٠.٦٨٥	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى الثقة فى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى	٠.٧٢٤	دالة عند ٠.٠١
مقياس الاتجاه نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعى فى العمل الصحفى	٠.٥٩٨	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى تأثيرات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى	٠.٦٦٥	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى صعوبة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى	٠.٧٦٨	دالة عند ٠.٠١
مقياس استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعى فى إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا	٠.٧٦٤	دالة عند ٠.٠١

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠.٤٨٥، ٠.٧٦٨) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عالي.

ثانياً: ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الإستبيان عادة أن يكون علي درجة عالية من الدقة والإتقان والإتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المبحوث، والإختبار الثابت هو الذي يعطي نفس النتائج (تقريباً) إذا طبق علي نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين، وقد تم حساب معامل ثبات الإستبيان أداة الدراسة علي عينة قوامها(٢٠)مفردة من الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية، وذلك بإستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقاييس الفرعية المكونة للإستبيان وبطريقة التجزئة النصفية لسبيرمان- بروان.

أ- طريقة إعادة التطبيق:

تم تطبيق الإستبيان على عينة مكونة من٢٠مفردة من الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمنى قدره ثلاثة أسابيع، ثم قامت الباحثة بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين فى التطبيقين الأول والثانى، وقد أشارت معاملات الإرتباط إلي الإتفاق بين الإجابات علي كل بعد من أبعاد الإستبيان بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت ٠.٨١٢

ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H):

كما قامت الباحثة بحساب معامل ثبات كل مقياس فرعى من المقاييس المكونة للإستبيان، وحساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للإستبيان مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للإستبيان مع الدرجة الكلية للإستبيان وفقاً لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جـ- حساب ثبات المقياس بطريقة ألفا كرونباج:

تعتمد معادلة ألفا كرونباج على تباينات بنود المقياس، وتشترط أن تقيس بنود المقياس سمة واحدة فقط، ولذلك قامت الباحثة بحساب معامل الثبات لكل بعد على إنفراد، ثم قامت بحساب معامل ثبات المقياس ككل، وقد استخدمت الباحثة البرنامج الإحصائي SPSS لحساب معاملات الثبات، حيث تبين أن قيمة ألفا كرونباج للمقياس ككل ٠.٧٨٨ وهذا دليل كافٍ على ثبات المقياس وصلاحيته للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

لإستخراج نتائج الدراسة قامت الباحثة بإستخدام البرنامج الإحصائي (spss) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التى تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل :

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

٤- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين علي وجود فرق بينها.

٥- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

٦- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة.

٧- اختبار كا٢ لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.

٨- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢.

٩- اختبار "Test Z." لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين.

نتائج الدراسة الميدانية :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة الإعلامية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسها علي الكفاءة المهنية للصحفيين، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الإستبيان من خلال التطبيق الإلكترونى لعينة الدراسة من الصحفيين وقوامها (٧٣) مفردة وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الصحفيين بالمؤسسات الصحفية، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وهو ما يعكس سمات وخصائص العينة في علاقتها بإستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى، الأمر الذي يساعد في معرفة اتجاهات النخبة الإعلامية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسها علي الكفاءة المهنية للصحفيين.

١- مدى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الإصطناعى فى عملهم الصحفى.

جدول رقم(٣)

النوع / مدى الاستخدام	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	٧	١٦.٦٧	٥	١٦.١٣	١٢	١٦.٤٤
أحياناً	٢٥	٥٩.٥٢	٢٠	٦٤.٥٢	٤٥	٦١.٦٤
نادراً	١٠	٢٣.٨١	٦	١٩.٣٥	١٦	٢١.٩٢
الإجمالي	٤٢	١٠٠	٣١	١٠٠	٧٣	١٠٠

قيمة كا^{٢}= ٠.٢٣٧ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٥٧ مستوي الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢، وجد أنها = ٠.٢٣٧ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٥٧ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى استخدام المبحوثين- إجمالى مفردات عينة الدراسة- لتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى عملهم الصحفى.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى عملهم الصحفى دائماً من إجمالى مفردات عينة الدراسة بلغت ١٦.٤٤٪،، وبلغت نسبة من يستخدمون تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى عملهم الصحفى أحياناً من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٦١.٦٤٪، بينما بلغت نسبة من يستخدمون تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى عملهم الصحفى نادراً من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٢١.٩٢٪.

٢- مدى أهمية توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعى فى المؤسسات الصحفية من وجهة نظر المبحوثين.

جدول رقم (٤)

النوع / مدى الأهمية	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مهم جداً	٢٠	٤٧.٦٢	٩	٢٩.٠٣	٢٩	٣٩.٧٣
مهم إلى حد ما	٢١	٥٠.٠٠	٢١	٦٧.٧٤	٤٢	٥٧.٥٣
غير مهم مطلقاً	١	٢.٣٨	١	٣.٢٣	٢	٢.٧٤
الإجمالي	٤٢	١٠٠	٣١	١٠٠	٧٣	١٠٠

قيمة كا^{٢}= ٢.٥٧٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٨٥ مستوي الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢، وجد أنها = ٢.٥٧٣ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٨٥ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة

إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى أهمية توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعى فى المؤسسات الصحفية من وجهة نظر المبحوثين – إجمالى مفردات عينة الدراسة.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعى فى المؤسسات الصحفية مهمة جداً من إجمالى مفردات عينة الدراسة بلغت ٣٩.٧٣٪، وبلغت نسبة من يرون أن توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعى فى المؤسسات الصحفية مهمة إلى حد ما من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٥٧.٥٣٪، بينما بلغت نسبة من يرون أن توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعى فى المؤسسات الصحفية غير مهمة مطلقاً من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٢.٧٤٪.

٣- موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس درجة معرفة المبحوثين بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المؤسسات الصحفية.

جدول (٥)

درجة المعرفة / العبارة	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة المعرفة
	ك	%	ك	%	ك	%				
لدي معرفة كافية بمفهوم الذكاء الاصطناعي وتقنياته المستخدمة في الصحافة	٤٢	٥٧.٥٣	١٦	٢١.٩٢	١٥	٢٠.٥٥	٢.٣٧	٠.٨١	٣	مرتفع
أفهم كيفية عمل تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل تحليل البيانات الضخمةأو معالجة اللغة الطبيعية(NLP)	٣١	٤٢.٤٧	٢٠	٢٧.٤٠	٢٢	٣٠.١٤	٢.١٢	٠.٨٥	٧	متوسط
لدي معرفة بأدوات الذكاءالاصطناعي التي يمكن أن تستخدم في كتابة المقالات أو تحرير الأخبار	٣٥	٤٧.٩٥	٢٥	٣٤.٢٥	١٣	١٧.٨١	٢.٣٠	٠.٧٦	٥	متوسط
لدي وعي بالمخاطر الأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في	٤٨	٦٥.٧٥	١٧	٢٣.٢٩	٨	١٠.٩٦	٢.٥٥	٠.٦٩	٢	مرتفع

درجة المعرفة العبارة	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة المعرفة
	ك	%	ك	%	ك	%				
الصحافة (مثل التحيز الخوارزمي)										
لدي وعي بأدوات مثل Chat GPT أو Bard وكيفية توظيفها في كتابة المحتوي الصحفي	٢٧	٣٦.٩٩	٢٣	٣١.٥١	١٣	١٧.٨١	٢.٣٣	٠.٧٦	٤	مرتفع
أعلم بدور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة القارئ من خلال التوصيات الشخصية	٣٤	٤٦.٥٨	٢٣	٣١.٥١	١٦	٢١.٩٢	٢.٢٥	٠.٨٠	٦	متوسط
لدي معرفة بتأثير الذكاء الاصطناعي على تدريب الصحفيين وتطوير مهاراتهم المهنية	٣٤	٤٦.٥٨	٢٧	٣٦.٩٩	١٢	١٦.٤٤	٢.٣٠	٠.٧٤	٥	متوسط
لدي معرفة باستخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصوير الصحفي ومعالجة الصور	٤٩	٦٧.١٢	١٩	٢٦.٠٣	٥	٦.٨٥	٢.٦٠	٠.٦٢	١	مرتفع
جملة من سئلوا					ن= ٧٣		٢.٤٨	٠.٧٥	--	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى **موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس درجة معرفة المبحوثين بتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المؤسسات الصحفية**، التى جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢.٤٨، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء فى مقدمة هذه العبارات لدي معرفة باستخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصوير الصحفي ومعالجة الصور حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٦٠، وجاءت لدي وعي بالمخاطر الأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة (مثل التحيز الخوارزمي) فى الترتيب الثانى، وجاءت لدي معرفة كافية بمفهوم الذكاء الاصطناعي وتقنياته المستخدمة في الصحافة فى الترتيب الثالث، وجاءت لدي وعي بأدوات مثل Chat GPT أو Bard وكيفية توظيفها في كتابة المحتوي الصحفي فى الترتيب الرابع، وجاءت لدي

معرفة بأدوات الذكاء الاصطناعي التي يمكن أن تستخدم في كتابة المقالات أو تحرير الأخبار، لدي معرفة بتأثير الذكاء الاصطناعي علي تدريب الصحفيين وتطوير مهاراتهم المهنية فى الترتيب الخامس، وجاءت أعلم بدور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة القارئ من خلال التوصيات الشخصية فى الترتيب السادس، وأخيراً أفهم كيفية عمل تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل تحليل البيانات الضخمة أو معالجة اللغة الطبيعية(NLP).

٤- أهم مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من وجهة نظر المبحوثين.

جدول رقم (٦)

النوع / أهم المجالات	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
صياغة القصص الصحفية بشكل آلي	٢٥	٥٩.٥٢	٢٤	٧٧.٤٢	٤٩	٦٧.١٢	١.٥٩٨	غير دالة	١
أتمتة البيانات وصياغة المحتوي	٢٢	٥٢.٣٨	١٧	٥٤.٨٤	٣٩	٥٣.٤٢	٠.٢٠٧	غير دالة	٤
تخصيص محتوي للأفراد وفقاً لرغباتهم عبر المنصات الرقمية	٢٣	٥٤.٧٦	١٧	٥٤.٨٤	٤٠	٥٤.٧٩	٠.٠٠٦	غير دالة	٣
استخدام الروبوت الصحفي في التغطية الصحفية في مناطق الخطر	٢١	٥٠.٠٠	١٥	٤٨.٣٩	٣٦	٤٩.٣٢	٠.١٣٥	غير دالة	٥
تصحيح الأخطاء المهنية أو اللغوية تلقائياً بشكل آلي	٢٠	٤٧.٦٢	١٦	٥١.٦١	٣٦	٤٩.٣٢	٠.٣٣٥	غير دالة	٥
تطبيقات الدردشة الآلية مع الجمهور	٢٤	٥٧.١٤	١٦	٥١.٦١	٤٠	٥٤.٧٩	٠.٤٦٦	غير دالة	٣
استخدام طائرات الدرون في التطوير آلياً في مناطق المنازعات والصراعات	٢١	٥٠.٠٠	٢٢	٧٠.٩٧	٤٣	٥٨.٩٠	١.٧٨٧	غير دالة	٢
تدقيق الحقائق والمعلومات ومكافحة الأخبار المزيفة	١٥	٣٥.٧١	١٧	٥٤.٨٤	٣٢	٤٣.٨٤	١.٦١٧	غير دالة	٦
جملة من سئلوا	٤٢		٣١		٧٣				

تشير بيانات الجدول السابق إلى **أهم مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من وجهة نظر المبحوثين وفقا للنوع**، حيث جاء فى الترتيب الأول صياغة القصص الصحفية بشكل آلي في الترتيب الأول بنسبة ٦٧.١٢٪، وجاء فى الترتيب الثانى استخدام طائرات الدرون في التطوير آلياً في مناطق المنازعات والصراعات بنسبة بلغت

٥٨.٩٠٪، بينما تطبيقات الدردشة الآلية مع الجمهور في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ٥٤.٧٩٪، كما جاء فى الترتيب الثالث مكرر تخصيص محتوي للأفراد وفقاً لرغباتهم عبر المنصات الرقمية بنسبة٥٤.٧٩٪، وجاء فى الترتيب الرابع أتمتة البيانات وصياغة المحتوي بنسبة بلغت ٥٣.٤٢٪، في حين جاء فى الترتيب الخامس استخدام الروبوت الصحفي في التغطية الصحفية في مناطق الخطر بنسبة بلغت ٤٩.٣٢٪، وجاء فى الترتيب الخامس مكرر تصحيح الأخطاء المهنية أو اللغوية تلقائياً بشكل آلي بنسبة ٤٩.٣٢٪، بينما جاء فى الترتيب السادس تدقيق الحقائق والمعلومات ومكافحة الأخبار المزيفة بنسبة ٤٣.٨٤٪.

٥- موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس درجة تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي علي الكفاءة المهنية للصحفيين من وجهة نظر المبحوثين.

جدول رقم (٧)

درجة التأثير / العبارة	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التأثير
	ك	%	ك	%	ك	%				
استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع المعلومات وتحريرها يستغرق وقت أقل من الطرق التقليدية	٥٤	٧٣.٩٧	١٩	٢٦.٠٣	٠	٠.٠٠	٢.٧٤	٠.٤٤	١	مرتفع
تعزز تقنيات الذكاء الاصطناعي من إبداعي في عملي الصحفي	٣٣	٤٥.٢١	٣٤	٤٦.٥٨	٦	٨.٢٢	٢.٣٧	٠.٦٣	٩	مرتفع
توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي أدوات تساعد الصحفيين علي توليد أفكار جديدة	٥١	٦٩.٨٦	٢٠	٢٧.٤٠	٢	٢.٧٤	٢.٦٧	٠.٥٣	٢	مرتفع
من خلال أدوات الذكاء الاصطناعي أنشئ محتوي صحفي مميز يثير اهتمام الجمهور	٣٠	٤١.١٠	٣٩	٥٣.٤٢	٤	٥.٤٨	٢.٣٦	٠.٥٩	١٠	مرتفع
استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يساعدني كصحفي في الالتزام بالمعايير المهنية	٣٩	٥٣.٤٢	٢٥	٣٤.٢٥	٩	١٢.٣٣	٢.٤١	٠.٧٠	٨	مرتفع
تؤثر تقنيات الذكاء الاصطناعي علي التزامي بالمصداقية والشفافية في نقل الأخبار	٣٠	٤١.١٠	٣٢	٤٣.٨٤	١١	١٥.٠٧	٢.٢٦	٠.٧١	١١	متوسط

درجة التأثير / العبارة	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الترتيب	درجة التأثير
	ك	%	ك	%	ك	%				
أتعلم مهارات جديدة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين كفاءتي العملية	٤٠	٥٤.٧٩	٣١	٤٢.٤٧	٢	٢.٧٤	٢.٥٢	٠.٥٦	٥	مرتفع
تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي علي تطوير مهاراتي الصحفية	٣٩	٥٣.٤٢	٢٨	٣٨.٣٦	٦	٨.٢٢	٢.٤٥	٠.٦٥	٧	مرتفع
احتاج إلي تدريب علي استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مجالي	٥١	٦٩.٨٦	٢٠	٢٧.٤٠	٢	٢.٧٤	٢.٦٧	٠.٥٣	٢	مرتفع
أري أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يرفع من مستوي الكفاءة المهنية للصحفي بشكل عام	٤١	٥٦.١٦	٣٠	٤١.١٠	٢	٢.٧٤	٢.٥٣	٠.٥٥	٤	مرتفع
تعزز تقنيات الذكاء الاصطناعي من قدرتي علي تحليل الأخبار وفهم السياقات بشكل أفضل	٣٩	٥٣.٤٢	٣٠	٤١.١٠	٤	٥.٤٨	٢.٤٨	٠.٦٠	٦	مرتفع
استخدامي لتقنيات الذكاء الاصطناعي يساعد في تقليل أخطائي في عملي الصحفي	٤٣	٥٨.٩٠	٣٠	٤١.١٠	٠	٠.٠٠	٢.٥٩	٠.٥٠	٣	مرتفع
يؤثر اعتمادي علي تقنيات الذكاء الاصطناعي زيادة الكفاءة العامة لأدائي كصحفي	٣٨	٥٢.٠٥	٣٥	٤٧.٩٥	٠	٠.٠٠	٢.٥٢	٠.٥٠	٥	مرتفع
جملة من سئلوا					ن= ٧٣		٢.٥١	٠.٥٨	--	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى **موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس درجة تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي علي الكفاءة المهنية للصحفيين من وجهة نظر المبحوثين**، التى جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢.٥١، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء فى مقدمة هذه العبارات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع المعلومات وتحريرها يستغرق وقت أقل من الطرق التقليدية، وجاءت توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي أدوات

تساعد الصحفيين علي توليد أفكار جديدة، أحتاج إلي تدريب علي استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مجالي فى الترتيب الثانى، وجاءت استخدامي لتقنيات الذكاء الاصطناعي يساعد في تقليل أخطائي في عملي الصحفي فى الترتيب الثالث، وجاءت أري أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يرفع من مستوي الكفاءة المهنية للصحفي بشكل عام فى الترتيب الرابع، بينما في الترتيب الخامس أتعلم مهارات جديدة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين كفاءتي العملية، يؤثر اعتمادي علي تقنيات الذكاء الاصطناعي زيادة الكفاءة العامة لأدائي كصحفي، وجاءت تعزز تقنيات الذكاء الاصطناعي من قدرتي علي تحليل الأخبار وفهم السياقات بشكل أفضل فى الترتيب السادس، كما جاء تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي علي تطوير مهاراتي الصحفية فى الترتيب السابع، وجاءت استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يساعدني كصحفي في الالتزام بالمعايير المهنية فى الترتيب الثامن، وجاءت تعزز تقنيات الذكاء الاصطناعي من إبداعي في عملي الصحفي فى الترتيب التاسع، وجاء في الترتيب العاشر من خلال أدوات الذكاء الاصطناعي أنشئ محتوي صحفي مميز يثير اهتمام الجمهور فى الترتيب العاشر، وأخيراً عبارة تؤثر تقنيات الذكاء الاصطناعي علي التزامي بالمصداقية والشفافية في نقل الأخبار فى الترتيب الحادى عشر.

١-٥- درجة تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي علي الكفاءة المهنية للصحفيين من وجهة نظر المبحوثين.

جدول رقم (٨)

النوع / مستوى التأثير	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ايجابى	٢٨	٦٦.٦٧	٢٣	٧٤.١٩	٥١	٦٩.٨٦
محايد	١٢	٢٨.٥٧	٨	٢٥.٨١	٢٠	٢٧.٤٠
سلبى	٢	٤.٧٦	٠	٠.٠٠	٢	٢.٧٤
الإجمالي	٤٢	١٠٠	٣١	١٠٠	٧٣	١٠٠

قيمة كا^{٢}= ١.٦٧١ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٥٠ مستوي الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢، وجد أنها = ١.٦٧١ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٥٠ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ودرجة تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي علي الكفاءة المهنية للصحفيين من وجهة نظر المبحوثين – إجمالى مفردات عينة الدراسة.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يؤثر علي الكفاءة المهنية للصحفيين بدرجة كبيرة من إجمالى مفردات عينة الدراسة بلغت ٦٩.٨٦٪، وبلغت نسبة من يرون أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يؤثر علي الكفاءة المهنية للصحفيين بدرجة متوسطة من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٢٧.٤٠٪، بينما بلغت نسبة من يرون أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يؤثر علي الكفاءة المهنية للصحفيين بدرجة قليلة من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٢.٧٤٪.

٦- موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس درجة اتجاهات النخبة الصحفية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

جدول رقم (٩)

درجة الاتجاه / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%				
يؤدي استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي إلي تسريع العمل الصحفي وتحليل البيانات	٤٨	٦٥.٧٥	٢٥	٣٤.٢٥	٠	٠.٠٠	٢.٦٦	٠.٤٨	١	مرتفع
اعتقد أن استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي يعد تطوراً ايجابياً	٣٩	٥٣.٤٢	٣٢	٤٣.٨٤	٢	٢.٧٤	٢.٥١	٠.٥٦	٤	مرتفع
اعتقد أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تسهم في تحسين جودة المحتوي الصحفي ودقة المعلومات الصحفية	٤٠	٥٤.٧٩	٣١	٤٢.٤٧	٢	٢.٧٤	٢.٥٢	٠.٥٦	٣	مرتفع
يمكن أن تحافظ تقنيات الذكاء الاصطناعي علي الموضوعية في التغطية الصحفية	٤٤	٦٠.٢٧	٢٧	٣٦.٩٩	٢	٢.٧٤	٢.٥٨	٠.٥٥	٢	مرتفع
يمكن من خلال أدوات الذكاء الاصطناعي التعبير عن الأفكار بطريقة جيدة	٢٧	٣٦.٩٩	٤٤	٦٠.٢٧	٢	٢.٧٤	٢.٣٤	٠.٥٣	٧	مرتفع
تدخل أدوات الذكاء الاصطناعي عناصر مبتكرة في الإنتاج العملي	٣٨	٥٢.٠٥	٣٣	٤٥.٢١	٢	٢.٧٤	٢.٤٩	٠.٥٦	٥	مرتفع
أري أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تتفوق علي قوة الفكرالبشري	٣٠	٤١.١٠	٣٠	٤١.١٠	١٣	١٧.٨١	٢.٢٣	٠.٧٤	١٠	متوسط
يحدث تكامل وإندماج بين العمل الصحفي البشري والروبوت الصحفي في إنتاج الموضوعات الصحفية	٢٨	٣٨.٣٦	٤١	٥٦.١٦	٤	٥.٤٨	٢.٣٣	٠.٥٨	٨	متوسط

درجة الاتجاه / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الترتيب	درجة الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%				
يحدث وفرة في الإنتاج الصحفي مع الاعتماد علي تطبيقات الذكاء الإصطناعي في العمل	٢٨	٣٨.٣٦	٣٩	٥٣.٤٢	٦	٨.٢٢	٢.٣٠	٠.٦٢	٩	متوسط
تراجع نمط الكتابة التفسيرية والتحليلية والاعتماد علي الكتابة الإخبارية في ظل توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعي	٢٩	٣٩.٧٣	٣١	٤٢.٤٧	١٣	١٧.٨١	٢.٢٢	٠.٧٣	١١	متوسط
تقلل تطبيقات الذكاء الإصطناعي من الاعتماد علي الصحفي البشري وتهدد وظيفته	٢٩	٣٩.٧٣	٣٢	٤٣.٨٤	١٢	١٦.٤٤	٢.٢٣	٠.٧٢	١٠	متوسط
تتيح تطبيقات الذكاء الإصطناعي تفرغ الصحفيين لنمط الكتابة الإبداعية مع تولي الروبوت المهام الصحفية التقليدية	٣٢	٤٣.٨٤	٣٣	٤٥.٢١	٨	١٠.٩٦	٢.٣٣	٠.٦٧	٨	متوسط
سيزول نظام العمل الصحفي التقليدي والتحول إلي نظام أكثر حداثة ومرونة لإدارة المحتوي	٢٧	٣٦.٩٩	٣٤	٤٦.٥٨	١٢	١٦.٤٤	٢.٢١	٠.٧١	١٢	متوسط
يمكن للمؤسسات الصحفية توفير الإمكانات اللازمة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي	٣٤	٤٦.٥٨	٣٧	٥٠.٦٨	٢	٢.٧٤	٢.٤٤	٠.٥٥	٦	مرتفع
أعتقد أن الاعتماد علي تطبيقات الذكاء الإصطناعي تفقد المضمون مصداقيته فضلاً عن قلة التفاعلية	٢٤	٣٢.٨٨	٤٧	٦٤.٣٨	٢	٢.٧٤	٢.٣٠	٠.٥٢	٩	متوسط
المؤسسات الصحفية المصرية مؤهلة لتوظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل	٢٤	٣٢.٨٨	٣٩	٥٣.٤٢	١٠	١٣.٧٠	٢.١٩	٠.٦٦	١٣	متوسط
تقنيات الذكاء الإصطناعي لا تتناسب مع طبيعة المجتمعات العربية ولن يستمر استخدامها طويلاً	٢٣	٣١.٥١	٣١	٤٢.٤٧	١٩	٢٦.٠٣	٢.٠٥	٠.٧٦	١٤	متوسط
جملة من سئلوا	ن= ٧٣						٢.٣٥	٠.٦٢	--	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى **موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس درجة اتجاهات النخبة الصحفية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي**، التى جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى٢.٣٥، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء فى مقدمة هذه العبارات يؤدي استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي إلي تسريع العمل الصحفي وتحليل البيانات، وجاءت يمكن أن تحافظ تقنيات الذكاء الاصطناعي علي الموضوعية في التغطية الصحفية فى الترتيب الثانى،بينما جاء اعتقد أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تسهم في تحسين جودة المحتوي الصحفي ودقة المعلومات الصحفية فى الترتيب الثالث، وجاءت اعتقد أن استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي يعد تطوراً ايجابياً فى الترتيب الرابع، وجاء في الترتيب الخامس تدخل أدوات الذكاء الاصطناعي عناصر مبتكرة في الإنتاج العملي، وجاءت يمكن للمؤسسات الصحفية توفير الإمكانات اللازمة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى الترتيب السادس، وجاءت يمكن من خلال أدوات الذكاء الاصطناعي التعبير عن الأفكار بطريقة جيدة فى الترتيب السابع، وجاءت يحدث تكامل وإندماج بين العمل الصحفي البشري و الروبوت الصحفي في إنتاج الموضوعات الصحفية فى الترتيب الثامن، وجاءت أعتقد أن الاعتماد علي تطبيقات الذكاء الإصطناعي تفقد المضمون مصداقيته فضلاً عن قلة التفاعلية فى الترتيب التاسع، وجاءت تقلل تطبيقات الذكاء الإصطناعي من الاعتماد علي الصحفي البشري وتهدد وظيفته فى الترتيب العاشر، وجاءت تراجع نمط الكتابة التفسيرية والتحليلية والاعتماد علي الكتابة الإخبارية في ظل توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى الترتيب الحادى عشر حيث جاءت، وأخيرًا سيزول نظام العمل الصحفي التقليدي والتحول إلي نظام أكثر حداثة ومرونة لإدارة المحتوي.

١-٦- درجة اتجاهات النخبة الصحفية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

جدول رقم (١٠)

النوع / درجة الاتجاه	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ايجابي	٢٧	٦٤.٢٩	١٧	٥٤.٨٤	٤٤	٦٠.٢٧
محايد	١٣	٣٠.٩٥	١٤	٤٥.١٦	٢٧	٣٦.٩٩
سلبى	٢	٤.٧٦	٠	٠.٠٠	٢	٢.٧٤
الإجمالي	٤٢	١٠٠	٣١	١٠٠	٧٣	١٠٠

قيمة كا^{٢}= ٢.٧١٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٨٩ مستوي الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢، وجد أنها = ٢.٧١٤ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٨٩ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ودرجة اتجاهات المبحوثين- إجمالى مفردات عينة الدراسة- نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من لديهم اتجاه ايجابي نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من إجمالى مفردات عينة الدراسة بلغت ٦٠.٢٧٪، وبلغت نسبة من لديهم اتجاه محايد نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٣٦.٩٩، بينما بلغت نسبة من لديهم اتجاه سلبى نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من إجمالى مفردات عينة الدراسة ٢.٧٤٪.

نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة :

يحتوي هذا الجزء علي خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبيان، وسوف تتناول الباحثة في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم تقدم ملخصاً عن هذه النتائج، والتي في ضوئها يمكن طرح عدد من المقترحات والتوصيات. وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها سوف يتم عرض نتائج التحقق من صحة الفروض فيما يلي:-

الفرض الأول: تختلف درجة تطبيق المبحوثين لتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى تبعاً لإختلاف مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى.

جدول رقم (١١)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى تبعا لاختلاف مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣.٠٠٤	٢	١.٥٠٢	٤.٢٤٤	دالة عند ٠.٠١
داخل المجموعات	٢٤.٧٧٧	٧٠	٠.٣٥٤		
المجموع	٢٧.٧٨١	٧٢			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات المعرفة المختلفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى، وذلك علي مقياس مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى، حيث بلغت

قيمة ف ٤.٢٤٤ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه تختلف درجة تطبيق المبحوثين لتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى تبعا لاختلاف مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى، أى أنه كلما زادت درجة معرفة المبحوثين بتطبيقات الذكاء الإصطناعى يزداد بالتالي مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (١٢)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى تبعا لاختلاف مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	–			٢.١٤
متوسط	٠.١٦٨٥	–		١.٩٧
منخفض	**٠.٦٠٤٤	*٠.٤٣٥٩	–	١.٥٤

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما زادت درجة معرفة المبحوثين بتطبيقات الذكاء الإصطناعى يزداد بالتالي مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى.

حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين مرتفعى مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى والمبحوثين منخفضى مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٦٠٤٤ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠١، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطى مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى والمبحوثين منخفضى مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٤٣٥٩ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٥، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطى مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى والمبحوثين مرتفعى مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.١٦٨٥, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى تبعًا لإختلاف درجة الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفى.

جدول رقم (١٣)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى تبعًا لإختلاف درجة الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعي العمل الصحفى

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣.٨٤٢	٢	١.٩٢١	٥.٦١٧	دالة عند ٠.٠١
داخل المجموعات	٢٣.٩٣٩	٧٠	٠.٣٤٢		
المجموع	٢٧.٧٨١	٧٢			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى، وذلك علي مقياس مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى، حيث بلغت قيمة ف ٥.٦١٧ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى تبعًا لاختلاف درجة الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي العمل الصحفى، أى أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى يزداد بالتالي مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (١٤)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى تبعًا لإختلاف درجة الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعي العمل الصحفى

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	–			٢.٠٤
متوسط	٠.٠٦٠٨	–		١.٩٧
منخفض	**٠.٩٧٦٢	***١.٠٣٧٠	–	١.٠٠

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى يزداد بالتالي مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى.

حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٩٧٦٢ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠١، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ١.٠٣٧٠ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة فى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى، حيث بلغ قيمة الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٠٦٠٨, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اتجاه المبحوثين نحو استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفى تبعاً لإختلاف درجة دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفى.

جدول رقم (١٥)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي العمل الصحفى تبعاً لإختلاف درجة دوافع استخدام تطبيقات الذكاءالإصطناعي العمل الصحفى

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣.٢٢٣	٢	١.٦١١	٨.٥٣٥	دالة عند ٠.٠٠١
داخل المجموعات	١٣.٢١٦	٧٠	٠.١٨٩		
المجموع	١٦.٤٣٨	٧٢			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الدوافع المختلفة لاستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى، وذلك علي مقياس مستوى الاتجاه نحو استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى، حيث بلغت قيمة ف ٨.٥٣٥ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اتجاه المبحوثين نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي العمل الصحفى تبعاً لاختلاف درجة دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي العمل الصحفى، أى أنه كلما زادت درجة دوافع استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى يزداد بالتالي مستوى الاتجاه نحو استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (١٦)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي العمل الصحفى تبعاً لإختلاف درجة دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي العمل الصحفى

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	–			٢.٧٨
متوسط	***٠.٤٢٤٨	–		٢.٣٥
منخفض	*٠.٧٧٧٨	٠.٣٥٢٩	–	٢.٠٠

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أنه كلما زادت درجة دوافع استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى يزداد بالتالي مستوى الاتجاه نحو استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى فى العمل الصحفى.

حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين مرتفعى مستوى دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى العمل الصحفى والمبحوثين منخفضى مستوى دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى العمل الصحفى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٧٧٧٨ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى العمل الصحفى, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطى مستوى دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى العمل الصحفى والمبحوثين مرتفعى مستوى دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى العمل الصحفى،

بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٤٢٤٨ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى العمل الصحفى, وهو فرق دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطى مستوى دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى العمل الصحفى والمبحوثين منخفضى مستوى دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعى العمل الصحفى، حيث بلغ قيمة الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٣٥٢٩, وهو فرق غير دال إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى ودرجة التأثيرات الناتجة لدى المبحوثين من استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى.

جدول رقم (١٧)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس درجة استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى ودرجة التأثيرات الناتجة من استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى

المتغير		درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى		
المتغير		العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
درجة التأثيرات الناتجة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى	تأثيرات معرفية	٧٣	٠.٦٥٨	دالة عند ٠.٠٠١
	تأثيرات وجدانية	٧٣	٠.٦٦٤	دالة عند ٠.٠٠١
	تأثيرات سلوكية	٧٣	٠.٧١٢	دالة عند ٠.٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ودرجة التأثيرات المعرفية الناتجة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٥٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالى فقد تحقق هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ودرجة التأثيرات المعرفية الناتجة لدى المبحوثين من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى، أي أنه كلما زادت درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى يزداد لديهم مستوى درجة التأثيرات المعرفية الناتجة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى.

كما تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين درجة استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى ودرجة التأثيرات الوجدانية الناتجة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٦٤ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالى فقد تحقق هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ودرجة التأثيرات الوجدانية الناتجة لدى المبحوثين من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى، أي أنه كلما زادت درجة استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى يزداد لديهم مستوى درجة التأثيرات الوجدانية الناتجة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى.

كما تشير نتائج الجدول السابق أنه بإستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين درجة استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى ودرجة التأثيرات السلوكية الناتجة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٧١٢ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالى فقد تحقق هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى ودرجة التأثيرات السلوكية الناتجة لدى المبحوثين من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى، أي أنه كلما زادت درجة استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى يزداد لديهم مستوى درجة التأثيرات السلوكية الناتجة من استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين فى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى الإتجاه نحو توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى.

جدول رقم (١٨)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى ثقة المبحوثين فى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى الإتجاه نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى

المتغير	مستوى الاتجاه نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى		
المتغير	العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
مستوى ثقة المبحوثين فى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعيفى العمل الصحفى	٧٣	٠.٧٥٨	دالة عند ٠.٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى ثقة المبحوثين فى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى الاتجاه نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٧٥٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالى فقد تحقق هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين فى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى الاتجاه نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى، أي أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين فى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى يزداد لديهم مستوى الاتجاه نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى توظيف المبحوثين لتطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة.

جدول رقم (١٩)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى توظيف المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة

المتغير		مستوى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى		
المتغير		العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة	الأداء المتوقع	٧٣	٠.٥٩٨	دالة عند ٠.٠٠١
	الجهد المتوقع	٧٣	٠.٦٢٤	دالة عند ٠.٠٠١
	التأثير الاجتماعى	٧٣	٠.٧٢١	دالة عند ٠.٠٠١
	التسهيلات المتاحة	٧٣	٠.٦٣٥	دالة عند ٠.٠٠١
	النوايا السلوكية	٧٣	٠.٧٥٥	دالة عند ٠.٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى الأداء المتوقع كأحد أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٥٩٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالى فقد تحقق هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى

ومستوى الأداء المتوقع كأحد أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة لدي المبحوثين، أي أنه كلما زاد مستوى الأداء المتوقع يزداد لديهم مستوى استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى.

كما تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى الجهد المتوقع كأحد أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٢٤ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالى فقد تحقق هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى الجهد المتوقع كأحد أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة لدي المبحوثين، أي أنه كلما زاد مستوى الجهد المتوقع يزداد لديهم مستوى استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى.

كما تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى التأثير الاجتماعى كأحد أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٧٢١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالى فقد تحقق هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى التأثير الاجتماعى كأحد أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة لدي المبحوثين، أي أنه كلما زاد مستوى التأثير الاجتماعى يزداد لديهم مستوى استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى.

كما تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى التسهيلات المتاحة كأحد أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٣٥ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالى فقد تحقق هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى التسهيلات المتاحة كأحد أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة لدي المبحوثين، أي أنه كلما زاد مستوى التسهيلات المتاحة يزداد لديهم مستوى استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي فى العمل الصحفى.

كما تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى النوايا السلوكية كأحد أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٧٥٥ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالى فقد تحقق هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى ومستوى النوايا السلوكية كأحد أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الحديثة لدي المبحوثين، أي أنه كلما زاد مستوى النوايا السلوكية يزداد لديهم مستوى استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الإصطناعي فى العمل الصحفى.

النتائج العامة للدراسة:

١- أظهرت الدراسة أن صياغة القصص الصحفية بشكل آلي من أهم مجالات توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي حيث جاءت بالترتيب الاول بنسبة بلغت ٦٧,١٢٪،بينما جاء في الترتيب الثاني استخدام طائرات الدرون في التطوير آلياً في مناطق المنازعات والصراعات بنسبة بلغت ٥٨,٩٠٪.

٢- جاءت نتائج الدراسة بشكل إيجابي من حيث اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي حيث جاءت بنسبة مرتفعة بلغت ٦٥,٧٥٪، كما جاءت الدراسة من حيث التأثيرعلي الكفاءة المهنية للصحفيين بشكل إيجابي أيضاً بنسبة مرتفعة بلغت ٦٩,٨٦٪.

٣- أثبتت الدراسة وجود فروض ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات البحوثين علي مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي تبعاًلإختلاف درجة الثقة في توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي.

٤- توصلت الدراسة إلي وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي و درجة التأثيرات الناتجة لدى المبحوثين من استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي.

٥- نتج عن الدراسة ان هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوي ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي ومستوي الإتجاه نحو توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي.

توصيـــات الدراسة :

- حتمية إعادة هيكلة وتطوير المؤسسات الصحفية لتعتمد علي تقنيات الذكاء الإصطناعي،وكذلك توصي بتدريب الصحفيين علي تلك التقنيات و إكسابهم مهارات التعامل معها من خلال الدورات التدريبية والبرامج المكثفة والندوات الخاصة.

- ضرورة القائمين علي المؤسسات الصحفية المصرية بالقيام بدراسة التحديات والصعوبات التي تواجه تطبيق تقنيات الذكاء الإصطناعي في الصحافة ومحاولة إزالة هذه العقبات للإستفادة المثلي من تلك التقنيات.
- ضرورة اهتمام الباحثين بدراسة كل ماله علاقة بالذكاء الإصطناعي الصحفي لما له من أهمية كبيرة في المساعدة في عملهم وتطويره.
- يجب إتخاذ المزيد من الإجراءات للتكييف مع التطورات المتلاحقة في المجال الإعلامي عامةً.
- يجب دمج مقررات خاصة بالذكاء الإصطناعي الصحفي والإعلامي للطلبة في المؤسسات الأكاديمية الإعلامية.

مقترحات بحثية :

١- قياس جاهزية المؤسسات الصحفية العربية للتحول إلي صحافة مدعومة بالذكاء الإصطناعي.

٢- تأثير الذكاء الإصطناعي علي أخلاقيات العمل الصحفي.

٣- دور تقنيات الذكاء الإصطناعي في تطوير المهارات المهنية للصحفيين الجدد.

٤- تحليل مضمون الخطاب الصحفي حول الذكاء الإصطناعي في المؤسسات الإعلامية العربية.

٥- أثر استخدام الذكاء الإصطناعي علي مصداقية الأخبار من وجهة نظر الجمهور.

مراجع الدراسة :

[١] المدهون، آلاء أحمد عوض، ووافي، أمين منصور. (٢٠٢٢). تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لمستقبل العمل الإعلامي في ظل تقنيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية (غزة)، غزة. مسترجع من
http://search.mandumah.com/Record/1358626

[٢] عبدالحميد شاهين: استراتيجيات التدريس المتقدمة واستراتيجيات التعلم وانماط التعلم ,كلية التربية ،جامعة الأسكندرية ،دمنهور، ٢٠١٠، تم الإسترجاع في ٥-٣-٢٠١٨ علي الرابط.Txc. M/googl.www://http:

[٣] دور الذكاء الاصطناعي في تطوير محتوى إدارة الأزمات الإعلامية. (٢٠٢٠)، مركز القرار للدراسات الإعلامية بالمملكة العربية السعودية، ص ٥-١٤.

[4])Guerrero،Dante،De Los Rios،Ignacio،(٢٠١٢)،Professional competences : a classification of international models ، Social and Behavioral Sciences ٤٦ (٢٠١٢)١٢٩١.

[5])Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D.(2003) User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. MIS Quarterly, Vol.27, Issue:(٣), Pp. ٤٢٥–٤٧٨.

[6])Younghwa Lee , Kenneth A. Kozar & Kai R.T. Larsen.(2003).“The Technology Acceptance Model: Past, Present, And Future”. Communications Of The Association For Information Systems: Vol. ١٢, Article ٥٠. Pp.٧٨٠-٧٥٢

[7]) Anatoliy Gruzd , Kathleen Staves And Amanda Wilk (2012). " Examining The Role Of Social Media In Research Practices Of Faculty Using The UTAUT Model", Computers In Human Behavior, Vol. 28 , Pp. 2340–2350

[8])Yogesh K. Dwivedi, Nripendra P. Rana, Anand Jeyaraj, Marc Clement And Michael D. Williams (٢٠١٩). " Re-Examining The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT): Towards A Revised Theoretical Model", Information Systems Frontiers, Vol. ٢١, Pp.٧١٩–٧٣٤

[٩] MIN Qingfei, JI Shaobo And QU Gang (2008). " Mobile Commerce User) Acceptance Study In China: A Revised UTAUT Model", Tsinghua Science And Technology, Vol. 13, Num. 3, Pp257-264

[١٠] محمد، عبد الحميد(٢٠٠٤). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط١، القاهرة: عالم الكتب، ص ص٢٩٩ – ٢٩٨.

[11]) يوسف، كافي.(٢٠١٥). الرأي العام العام ونظريات الاتصال، ط١، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ص ٢٢٦.

[12]) Beamish, J, (2020), Success Factors in Artificial Intelligence (AI) - Focus on Use of AI in Journalism, Unpublished Master's thesis, (UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business Administration (MBA), PP.4-67.

[13]) A model for user acceptance of robot journalism: Influence "Kim, D., & Kim, S. (2021). Technological Forecasting and "of positive disconfirmation and uncertainty avoidance Social Change, Vol.2, PP.163-168.

[١٤]) البحيري، شيرين عبدالحفيظ عبدالقادر. (٢٠٢٢). اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعى " Journalism Robot " في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية.المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع ٢٤ ، ١٢٩ – ١٥٨ . مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1356953

[١٥]) علام، أسماء أحمد أبو زيد. (٢٠٢٢). الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة.مجلة الإعلام والدراسات البينية، ع ١. ٢٠٣– ١٥٥، مسترجع من ١٤١٧٨٨٢http://:Record/com.mandumah.search/

[١٦]) الدلو، جواد راغب أيوب، أبو حشيش، يوسف يحيى علي، و إسماعيل، أحمد عبدالله. (٢٠٢٢). اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مج٧, ع٣ ، ٥٣ – ٩٠. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/١٢٧٤٦٦٣

[١٧]) سليمان، ماجدة عبدالمرضي محمد. (٢٠٢٣). اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع ٢٥ . ٦٦ – ١ ، مسترجع من ١٤٣١٣٠٦ http://search.mandumah.com/Record

[١٨]) التميمي، خلف كريم كيوش، و السراي، علاء ازوير. (٢٠٢٣). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى ممارسي صحافة الموبايل عند تغطية الأحداث اليومية: دراسة ميدانية على صحفي محافظة واسط. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، ع٥٠ ، ٥٣٧ – ٥٧٧. مسترجع من ١٤٠٥١٢٤ http://search.mandumah.com/Record/

[١٩]) أحمد، أميرة محمد محمد سيد، الخالدي، العنود علي، الحربي، رزان كريم، وهزازي، كيان عبدالرحمن.
(٢٠٢٤).اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية السعودية: دراسة ميدانية.مجلة جامعة بابل– العلوم الانسانية، مج ٣٢, ع ٤، ٩٨ – ١٢٤. مسترجع من
http://search.mandumah.com/Record/1480791

[٢٠]) شلط، أيوب موسي سليمان، و الحسنى، زكية. (٢٠٢٤). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بالمواقع الإلكترونية الفلسطينية: برنامج ChatGPTأنموذجاً.مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ع ٣ ،٢٥-١. مسترجع من ١٥٢٧٤١٨http://:Record/com.mandumah.search/

[٢١])الزهرانى، عبدالله أحمد حسن، و الزهراني، أحمد محمد جمعان آل قران.(٢٠٢٢) .الكفاءة المهنية للقائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية السعودي المرخصة: دراسة ميدانية.المجلة العربية للاعلام والاتصال، ع ٣٠. ٢٦٠– ٢٢٩، مسترجع من http://search.mandumah.com/record/1295661

[٢٢]) الأسدودي، نهى. (٢٠٢٢). انعكاس توظيف الذكاء الاصطناعي على الكفاءة المهنية للقائم بالاتصال فيالعلاقات العامة.المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع ٢٤ ، ٥٩٩– ٦٤٠ . مسترجع من
http://search.mandumah.com/Record/1383892

[٢٣]) عيواج، عذراء علاوة. (٢٠٢٤). استخدام ممارسي العلاقات العامة في شركة الخطوط السعودية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقييمهم لتأثيرها على الكفاءة المهنية.المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان،ع ٢٧ ، ١٣٩ – ١٨٣ . مسترجع من ١٥١٠٤٥٢/ http://:Record/com.mandumah.search

24) Putra, E. (2024). Implementing Journalistic Competence in Realizing Press Professionalism in Riau Province. Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia.

[٢٥] أسماء السادة المحكمين لأدوات البحث :

١	أ.د/ عبد الخالق زقزوق	أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية– جامعة المنوفية
٢	أ.د/ هشام رشدي خير الله	أستاذ الإعلام بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية – جامعة المنوفية
٣	أ.د/ محمود حسن إسماعيل	أستاذ الإعلام وثقافة الاطفال معهد الدراسات العليا جامعة عين شمس
٤	أ.د/ سكرة البريدي	أستاذ الإذاعة والتليفزيون بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية – جامعة المنوفية
٥	أ.د/ طارق الصعيدي	أستاذ الصحافة بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية – جامعة المنوفية
٦	أ.م.د/ السيد السعيد عبد الوهاب	أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد كلية الإعلام جامعة المنوفية
٧	أ.م.د/ هناء السيد محمد علي	أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية – جامعة المنوفية
٨	أ.م.د/ ولاء فايز محمد السريتي	أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد كلية الإعلام – جامعة المنوفية
٩	أ.م.د/ رشا الشيخ	أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد كلية الإعلام – جامعة المنوفية
١٠	أ.م.د/ مني جمال بيوضة	أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية – جامعة المنوفية