

دور تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية العربية في تحرير وإخراج الصحف الإلكترونية

أحمد صابر أحمد عسران^(*)

مقدمة:

يمثل الذكاء الاصطناعي ذروة مخرجات الثورة الصناعية الرابعة وأهمها على الإطلاق في الوقت الحالي، نظراً لتعدد استخداماته في المجالات الاقتصادية والعسكرية والطبية وغيرها، وبما أننا نعيش في عصر "الأتمتة" والذي يواصل النمو سريعاً فقد أصبحت الدول تعتمد بشكل أساسي على التقنيات الحديثة والنظم القائمة على البيانات، كما ساهم الذكاء الاصطناعي في إيجاد تطبيقات وأدوات وحلول ذكية أحدثت تغييرات جذرية في حياة الإنسان وأصبحت محركاً رئيسياً للتنمية في معظم بلدان العالم. (صلاح الدين، ٢٠٢٤)

وبحسب دراسات وتقارير غربية، سيحل الذكاء الاصطناعي محل الإنسان في حوالي ٣٠٠ وظيفة يقوم بها في مختلف المجالات ومنها الطب والإدارة والمحاماة والتسويق وصناعة المحتوى، ففي كل يوم تقريباً تظهر تقنية جديدة، بمعنى أن التطبيقات الذكية ستؤدي أعمال البشر والإعلام ليس بعيداً عن ذلك، فنشاهد مثلاً "روبوت" يقدم نشرة الأخبار وطائرة "درون" تصور وتغطي كارثة طبيعية، وبرمجيات تحلل البيانات. (لرارة و نذير، ٢٠٢٣)

وكغيرها من التخصصات الأخرى، شهدت صناعة الإعلام بصفة عامة والصحافة بشكل خاص قفزات متسارعة في الأعوام الأخيرة، مستفيدة من التقدم الهائل في الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وصولاً إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وظهور ما يعرف بـ "صحافة الذكاء الاصطناعي" أو "صحافة الروبوت" أو "الصحافة المؤتمتة" والتي تعتمد على البرمجيات الذكية والخوارزميات في جمع وتحرير الأخبار والتقارير والقصص وإنتاج مقاطع الصوت والفيديو وغيرها من المهام الفنية ذات الصلة بدون تدخلات بشرية إلا في نطاق محدود جداً. (Alam, 2024)

^(*) هذا البحث جزء من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحث، وهي بعنوان "تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية العربية ودورها في تحرير وإخراج الصحف الإلكترونية" دراسة تطبيقية، تحت إشراف أ. د عزة عبدالعزيز عبد اللاه كلية الادب – جامعة سوهاج & أ.د.م أحمد حسين محمدين – كلية الادب – جامعة سوهاج، ٢٠٢٤م

ويؤدي الذكاء الاصطناعي أيضاً العديد من الوظائف الهامة في المجال الإعلامي عموماً وأبرزها استخراج البيانات والمعلومات وتحسين طرق البحث عنها، واختيار الموضوعات المهمة للصحفيين، ومتابعة ما ينشر في مختلف المنصات العالمية، وكتابة النصوص الإخبارية، و"شخصنة" تجربة المستخدم، والقيام بالتغطيات الصحفية في الحروب والمواقع الخطرة، والتدقيق اللغوي، وفهم ردود الفعل وتعليقات الجمهور، ومكافحة الأخبار المزيفة وتسريع وتيرة العمل وتحفيز الكوادر العاملة على الإبداع وتطوير الأداء، وغيرها (صادق، ٢٠١٩).

ومواكبة لتلك الثورة الهائلة، سعت العديد من الكيانات الإعلامية العالمية الكبرى مثل "رويترز" و"نيويورك تايمز" و"واشنطن بوست" و"اسوشيتد برس" وغيرها مبكراً إلى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي المتعاظمة والتي أثبتت نجاحاتها خلال السنوات الأخيرة ووصل عددها إلى حوالي ٤٠٠ ألف تستخدم إعلامياً، ويتم تسخيرها لخدمة العمل الصحفي في مختلف مراحله محققة نجاحات ضخمة ونوعية في هذا القطاع، ومن المؤكد أنها سوف تستمر في مواصلة التطوير اللازم لمجاراة التقدم المضطرد يوماً بعد يوم. (Beckee , 2019)، وذكر تقرير "جولدمان ساكس" في مارس ٢٠٢٣ ان الذكاء الاصطناعي القادر على توليد وكتابة المحتوى، يمكنه القيام بربع العمل الذي يقوم به البشر في القطاع الإعلامي حول العالم خلال الوقت الحالي، ويشير التقرير إلى ان حوالي ٣٠٠ مليون وظيفة سيتم الاستغناء عنها في جميع أنحاء الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة بسبب الاتمة، ومن ضمنها مهن إعلامية متعددة. (الخطري، ٢٠٢٣)

وبالرغم من القفزات الحقيقية الناجحة لوسائل الإعلام الغربية في استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، إلا ان تلك "الأنظمة الذكية" لا تزال في بداياتها ومراحلها التجريبية بدول العالم العربي، حيث أعلن عدد كبير من المؤسسات الصحفية عن بدء الاستخدام الحقيقي أو التخطيط للاستفادة مستقبلاً من تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر الدخول بصورة أكثر ديناميكية إلى عالم "الخوارزميات" وتطويعها بمجال إنتاج ونشر وتوزيع الأخبار، في محاولة للانطلاق إلى افاق أرحب بعالم سريع التطور. (السيد ش.، ٢٠٢٤) ، ولما كانت الصحافة الإلكترونية بمختلف مسمياتها وتصنيفاتها تحتل موقع الصدارة بالمشهد الإعلامي العالمي حالياً بعد ان حققت

تفوقاً على العديد من الأشكال الإعلامية التقليدية، نظراً لتنوع وثرء الخدمات المقدمة وسرعة الانتشار وسهولة الاستخدام والوصول للمعلومة وتحقيق التفاعلية باستخدام الوسائط المتعددة والتحديث المستمر للمحتوى، مما فرض إعلاماً عابراً للحدود والثقافات، وأدكى التنافس المحموم لجذب شرائح واسعة من الجماهير عن طريق المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي. (المالك، ٢٠٢٠)

شهدت الصحافة الإلكترونية أيضاً تغيرات كبرى أسهمت فيها عوامل عدة ارتبطت بالتكنولوجيا والتحويلات السياسية والاقتصادية، مما جعلها أداة ساعدت بإعادة تشكيل صناعة الأخبار وتوجيه الرأي العام طوال العشرين عاماً الماضية، كما وفرت مساحة غير مألوفة للنقاشات العامة ورفع سقف حرية التعبير وطرح قضايا لم تكن متاحة، وبالرغم من هذا الدور الشديد الأهمية، إلا أن الصحافة الإلكترونية العربية ما زالت تواجه تحديات معقدة تتمثل في تدني جودة المحتوى الإعلامي وضعف قدرات وتأهيل الصحفيين الإلكترونيين، وعدم وجود معايير واضحة أو تقاليد محددة للمهنة في هذا الحقل، ما جعلها عرضة للفوضى المهنية أو رهينة مبادرات فردية ولم تطور - في الأغلب- نماذج اقتصادية رائدة. (الطويسى، ٢٠١٩)، واستناداً إلى ما سبق، كان لزاماً على القائمين على الصحافة الإلكترونية أو "الرقمية" من قيادات وكوادر إعلامية وفنية عدم الاكتفاء بما تم تحقيقه خلال العقدين الماضيين واقتناص "الفرصة الذهبية" المتاحة في الوقت الراهن والمتمثلة في استثمار وتسخير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى المقدم عبر فضائها شكلاً ومضموناً، واستغلالها لمواجهة التحديات المهنية وتعزيز الخدمات المتاحة، بما في ذلك فهم طبيعة متابعي تلك الفضاءات واستقطاب أكبر عدد من المتابعين والعلاء والحصص السوقية الإعلانية، وتعزيز البنى التحتية التكنولوجية وتأهيل الطاقات البشرية العاملة بها. (Chenyan & et al, 2024)

ومن هذا المنطلق، واستشرافاً لمستقبل التكنولوجيا الأكثر ذكاءاً بالمؤسسات الصحفية في العالم العربي ونظراً لحدثة الدراسات العربية التي تناولت استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، تسعى الدراسة الحالية إلى رصد دور تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية العربية في تحرير وإخراج الصحف الإلكترونية وذلك بالتطبيق على عدد من المؤسسات في مصر والإمارات، وإسهامها في تطوير المحتوى.

مشكلة الدراسة

تبلور المشكلة البحثية للدراسة في السؤال التالي: ما دور تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية العربية في تحرير وإخراج الصحف الإلكترونية؟، وعلى هذا الأساس تحاول الدراسة الحالية رصد دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية والمواقع الإلكترونية المصرية والإماراتية في تحرير وإخراج الصحف الإلكترونية، ومعرفة آراء واتجاهات الصحفيين وقيادات المؤسسات وخبراء التكنولوجيا نحو الدور الذي يمكن ان تقوم به وكيفية الاستفادة المثلى منها، وفقاً لمتغيرات النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة الراهنة أهميتها من الآتي:

- *الاهتمام الكبير من قيادتي مصر والإمارات باستثمار واستغلال تقنيات الذكاء الاصطناعي في شتى المجالات وتهيئة البيئة الملائمة للتعامل مع ذلك الواقع، حيث تحتل الدولتان مراتب متقدمة جداً في مؤشرات الذكاء الاصطناعي.
- *تقدم الدراسة إطاراً نظرياً يركز على التعريف بتقنيات الذكاء الاصطناعي عالمياً وعربياً، ونشأتها وكيفية ظهورها ودورها في العمل الصحفي وأهم مميزاتها وسلبياتها والمعوقات التي تواجه التطبيق الأمثل لها.
- *الكشف عن اتجاهات وآراء القائمين بالاتصال وقيادات المؤسسات الصحفية المصرية والإماراتية وخبراء التكنولوجيا نحو الاستخدام والدور الفعلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير وإخراج الصحف والمواقع الإلكترونية وتطوير محتواها وقياس درجة تفاعلية قرائها.
- *تحاول الدراسة تقديم تصور مقترح قد يساهم في تحديد سبل الاستفادة الفاعلة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتعددة في المؤسسات الصحفية، وكيفية تلافي السلبيات الناجمة عنها.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في: رصد دور تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية العربية في تحرير وإخراج الصحف الإلكترونية، وذلك من خلال التعرف على آراء واتجاهات القيادات الصحفية والقائمين بالاتصال والخبراء نحو الدور الذي يمكن ان تؤديه في إثراء مضمون وشكل المحتوى المقدم وتنبتق

عنه مجموعة من الأهداف الفرعية كالآتي:

* معرفة أكثر الموضوعات الصحفية التي يمكن الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحريرها ونشرها.

* الكشف عن درجة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير وإخراج الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية والإماراتية وأهم التحديات التي تواجه ذلك من وجهة نظر القائمين بالاتصال وخبراء التكنولوجيا والإعلام الإلكتروني.

* معرفة تأثير عناصر النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "UTAUT" (الأداء المتوقع والجهد المتوقع والتأثير الاجتماعي والتسهيلات المتاحة) على اتجاهات القائمين بالاتصال والقيادات نحو تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير وإخراج الصحف الإلكترونية.

* معرفة مقترحات الخبراء والقيادات الإدارية والعاملين بالصحف والمواقع الإلكترونية المصرية والإماراتية للاستغلال والتوظيف الأمثل لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج.

تساؤلات الدراسة:-

يتمثل التساؤل الرئيسي للدراسة في: ما دور تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية العربية في تحرير وإخراج الصحف الإلكترونية ؟ وينبثق عنه عدة تساؤلات فرعية تتمثل فيما يلي:

* كيف يرى المبحوثون الدور الفعلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير وإخراج الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية والإماراتية وأهم التحديات التي تواجه استغلالها بالشكل الأمثل؟

* ما أهم مقترحات الخبراء والقيادات الإدارية بالمؤسسات الصحفية المصرية والإماراتية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير وإخراج الصحف والمواقع الإلكترونية بالشكل المناسب؟

* ما أهم الفنون التحريرية التي يمكن ان تقوم تقنيات الذكاء الاصطناعي بإنجازها في صحف الدراسة؟

* ما ترتيب القضايا الصحفية التي يمكن الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحريرها ونشرها؟

* كيف تستطيع تقنيات الذكاء الاصطناعي استخدام الوسائط لدعم المحتوى

بالصحف والمواقع الإلكترونية؟

فروض الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى اختبار مدى صحة الفروض التالية:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثيرات الاجتماعية، والتسهيلات المتاحة).

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج تبعاً للنوع والعمر ومستوى الخبرة والمستوى التعليمي ونمط ملكية المؤسسات والوظيفة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام عينة الدراسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج وفقاً للدولة التي تنتمي إليها العينة.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التسهيلات المتاحة لعينة الدراسة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج وفقاً لدولة العينة.

نوع الدراسة

تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الاستكشافية الوصفية فهي استكشافية لكونها من الدراسات المبكرة التي تسعى لتوفير قدر من المعرفة عن تقنيات الذكاء الاصطناعي وآليات توظيفها وواقعها الفعلي في المجال الصحفي العربي وخاصة مصر والإمارات، ودورها في تحرير وإخراج الصحف الإلكترونية (عبد الباقي و عادل، ٢٠٢٠)، كما أنها وصفية حيث تستهدف تحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع.

والظاهرة التي تستهدف الدراسة الراهنة تقرير خصائصها هي دور تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية في تحرير وإخراج الصحف الإلكترونية، وذلك بالتطبيق على عينة من الصحف المصرية والإماراتية.

منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على:

*منهج المسح للحصول على البيانات المتصلة بالظاهرة وذلك بإجراء المسح على عينة من قيادات المؤسسات والمواقع الإلكترونية المصرية والإماراتية والقائمين بالاتصال فيها، والخبراء في التكنولوجيا والإعلام لرصد واقع تقنيات الذكاء الاصطناعي بهذه المؤسسات ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم نحو توظيف التقنيات في العمل.

*المنهج المقارن، لرصد أوجه الشبه والاختلاف بين المؤسسات الصحفية المصرية والإماراتية في تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأهم التقنيات المستخدمة في مؤسسات كل دولة، والتسهيلات التي تقدم وجهود المؤسسات لتحفيز الصحفيين على تبنيها واستخدامها والفوائد والمتحققة عنها.

أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة الحالية في جمع البيانات المتعلقة بالظاهرة محل البحث على عدة أدوات ساهمت في تحقيق أهدافها والاجابة على تساؤلاتها وتشمل ما يلي:

*استمارة الاستبيان Questionnaire وهو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث أو الدراسة وأهدافها (عبد الحميد، ٢٠٠٤).

وقام الباحث بإعداد استمارة الاستبيان وإرسالها لعينة الصحفيين وقيادات المؤسسات الصحفية عبر الوسائل المتاحة بالتسليم باليد داخل المؤسسات أو عبر البريد الإلكتروني أو تطبيق الواتساب، واستخدام أسلوب "كرة الثلج" بتوزيعها عليهم وحثهم على الإجابة على أسئلتها.

*المقابلة المتعمقة

تعتبر المقابلة إحدى وسائل جمع البيانات من مصادرها الأساسية، وتتم بين طرفين في موضوع محدد منطلقة من أسباب وغايات معينة، وتتم المقابلة المتعمقة من خلال قيام الباحث بإعداد قائمة من الأسئلة قبل إجراء المقابلة ويتم طرح نفس الأسئلة في كل مقابلة غالباً بنفس الترتيب، ولا يمنع ذلك من طرح أسئلة غير مخطط لها إذا ما رأى الباحث ضرورة في ذلك، وقد تكون الأسئلة في هذا النوع

من المقابلات ذات نهايات مقفلة أو مفتوحة (عبدالعزيز أ.، ٢٠٢١).

*الملاحظة

واعتمد الباحث على الملاحظة البسيطة عبر ملاحظة الأساليب والتقنيات الحديثة المستخدمة في تحرير وإخراج الصحف الإلكترونية المصرية والإماراتية وذلك من خلال زيارته لمقار بعض المؤسسات والمواقع في دولتي مصر والإمارات لرصد الدور الذي تقوم به تقنيات الذكاء الاصطناعي في هذا الجانب، كما قام بالتعامل الشخصي والمباشر مع بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي.

عينة الدراسة

تمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية قوامها ٢٦٦ مفردة من القائمين بالاتصال وقيادات عدد من المؤسسات الصحفية المصرية والإماراتية، وتم اختيار العينة وفقاً لعامل الإتاحة نظراً لصعوبة الحصر والقبول بالمشاركة في الاستبيان، وتم عرض الاستمارة على العينة من شهر أكتوبر ٢٠٢٣ وحتى مايو ٢٠٢٤، وتنوعت طرق توزيع الاستمارة على العينة بشكل ورقي داخل المؤسسات الصحفية، والاستعانة بالاستبيان الإلكتروني، وتضمنت العينة العديد من المسميات الوظيفية الخاصة بالعمل الصحفي ومنها: رئيس تحرير، ونائب رئيس تحرير، ومدير تحرير، وسكرتير تحرير، ورئيس قسم، ومحرر صحفي، ومراسل، ومصور وغيرها.

وتم توزيع مفردات العينة على الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية بواقع ١٣٦ مبحوثاً وهي: الأهرام، واليوم السابع، والمصري اليوم، والوطن، والمواقع الإلكترونية: القاهرة ٢٤، ومصرأوي، ومصر الآن، والصحف والمواقع الإلكترونية الإماراتية بواقع ١٣٠ وهي: البيان، والاتحاد، والخليج، والإمارات اليوم، والوطن الإماراتية.

نظرية الدراسة

*النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

تعتمد الدراسة الراهنة في إطارها النظري على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology "UTAUT" والتي تؤكد على ان قبول الأفراد للتكنولوجيا يتوقف على مجموعة من العوامل في مقدمتها المنافع المتوقعة، وسهولة الاستخدام وتأثير المتغيرات الخارجية والبنية التحتية التقنية، وتم بناء هذه النظرية على ٨ نظريات

تتعلق بقبول التكنولوجيا أبرزها: نظرية التصرفات المسببة، ونموذج قبول التكنولوجيا، ونموذج الدافعية "التحفيزي"، ونموذج استخدام الكمبيوتر، ونظرية السلوك المخطط، ونظرية انتشار المستحدثات، ونظرية المعرفة الاجتماعية، ونموذج يجمع بين السلوك المخطط ونموذج قبول التكنولوجيا. (Morris, 2003)

وتعد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "UTAUT" من النظريات الحديثة التي تهتم بدراسة ما يحدث داخل عقول الأفراد عندما يسعون إلى استخدام التطبيقات التكنولوجية في السياق التنظيمي والمهني، حيث تختبر تأثير مكونات الفرد الداخلية كالمعتقدات والاتجاهات، والخارجية مثل البيئة المحيطة والإمكانات المتاحة ودراسة تأثير بعض المتغيرات الوسيطة المتمثلة في النوع والخبرة وطوعية الاستخدام وغيرها. (schaik, 2011)

ويعتبر فينكاتيش وموريس ودافيز أول من وضعوا اللبنات الأولى لهذه النظرية، حيث عملوا على دراسة مدى قبول المستخدمين للتعامل مع أي تكنولوجيا جديدة كطريقة للتنبؤ وتبرير مدى قبول الأفراد لتكنولوجيا المعلومات، وقد نبعت فكرة النظرية نتيجة لتعدد النظريات والنماذج المستخدمة في توضيح سلوك قبول التقنية من قبل المستخدمين. (martins, 2014)

وتعرف على أنها "إحدى نظريات علم النفس الاجتماعي التي تهدف إلى تفسير نية وسلوك الفرد نحو استخدام التكنولوجيا، حيث تقترح النظرية أن الأداء المتوقع والجهد المتوقع والتأثيرات الاجتماعية والتسهيلات المتاحة تؤثر في نية الاستخدام". (الحويطي، ٢٠٢٢)

وتقوم النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا في الأساس على نموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model "TAM" والذي يعد نموذجاً سلوكياً طوره دافيز عام ١٩٨٩ وهو مستمد من نظريات سلوكية في مقدمتها نظرية الأفعال المبررة، ونظرية السلوك المخطط، حيث تم تطوير النموذج لاختبار سلوك المستخدم في تبنيه لتكنولوجيا المعلومات. (Davis, 2000)

ووفقاً لدافيز وآخرون، فالهدف من النموذج هو توفير محددات قبول المستخدم لتكنولوجيا المعلومات والذي يمكن من تفسير سلوكه تجاه التكنولوجيا الجديدة، حيث تركز الفكرة الرئيسية للنموذج على توقع النوايا السلوكية للمستخدمين ويفترض أن قبول الفرد للتكنولوجيا يتوقف على أمرين هما: المناقع المتوقعة وسهولة الاستخدام

كما ان تأثير المتغيرات الخارجية مثل التدريب وخصائص النظام يمكن ان تمثل متغيرات وسيطة من خلال المنافع وسهولة الاستخدام. (Younghwa lee, 2003)

فروض النظرية: تقوم النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا على مجموعة من الفروض كالآتي:

*يؤثر توقع الأداء على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (النوع والخبرة والسن).

*يؤثر توقع الجهد على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (النوع والخبرة والسن).

*تؤثر التأثيرات الاجتماعية على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (النوع والخبرة والسن وطوعية الاستخدام).

*لا يوجد تأثير للكفاءة الذاتية للكمبيوتر (التكنولوجيا) على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا.

*تؤثر الظروف المساعدة على الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (العمر والخبرة)، ويكون التأثير على الأشخاص الأكبر سنا خاصة مع زيادة الخبرة.

*لا يوجد تأثير للقلق من استخدام التكنولوجيا على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا.

*لا يوجد تأثير للاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا على النية السلوكية للاستخدام.
*تؤثر النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا بشكل إيجابي على الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا.

التعريفات الإجرائية: يستعرض الباحث فيما يلي أهم المفاهيم الإجرائية التي استخدمها خلال مراحل الدراسة المختلفة، وذلك لإزالة أي لبس أو غموض في المعنى المقصود بكل تعريف.

***الذكاء الاصطناعي:** يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه تطوير الأجهزة والنظم الحاسوبية وتقنيات البرمجة المتطورة والتي تتسم بثلاث سمات رئيسية وهي التعرف الذكي والتواصل الذكي والمحاكاة الذكية، وهي قادرة على الانخراط في عمليات التفكير الشبيهة بالإنسان مثل التعلم واستخدام المعلومات والتوصل

لاستنتاجات محددة (عبدالباقي و عادل، ٢٠٢٠).

إجرائياً: يقصد به قيام تقنيات الذكاء الاصطناعي "المادية وغير المادية" بمهام محددة شبيهة بتلك التي يؤديها الصحفيون والفنيون داخل وخارج المؤسسات الصحفية المصرية والإماراتية مثل: جمع المعلومات وتحليل البيانات وصياغة الأخبار والتقارير والتقاط الصور وإنتاج الفيديوهات ونشرها على المنصات المختلفة وقياس ردود أفعال الجمهور نحو المحتوى المقدم وغيرها من المهام.

*التحرير الصحفي

التحرير الصحفي، هو "أحد فنون الكتابة النثرية الواقعية، ويقصد به عملية تحويل الوقائع والآراء والخبرات في إطار التصور الذهني والفكري إلى لغة مفهومة للقارئ، ويهدف لتحقيق عدة أهداف منها، ان يكون النص مناسباً لسياقة الصحيفة، وتحري الدقة وتصحيح الأخطاء، وتبسيط لغة العمل الصحفي" (الزبيدي، ٢٠٢١).
إجرائياً: يقصد به عملية تحرير المحتوى الصحفي من أخبار وقصص إخبارية وتحقيقات وتقارير وحوارات وغيرها، باستخدام الوسائل الحديثة وخاصة تقنيات الذكاء الاصطناعي المتاحة، وتدعيمه بالوسائط المتعددة لتقديم منتج أكثر جاذبية وقدرة على إقناع القارئ وذلك في الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية والإماراتية عينة الدراسة.

*الإخراج الصحفي

يقصد بالإخراج الصحفي، "الأساليب الفنية التي تؤدي إلى عرض وتقديم المادة الصحفية في شكل جمالي جذاب معتمدة على مستحدثات العلم بمجالات الفنون وعلم النفس ووظائف الأعضاء مما يساعد في جذب القراء وتيسير القراءة"، فتيسير القراءة وتحقيق الانسياب البصري هما جوهر الإخراج الصحفي (عثمان، ٢٠٠٦).

إجرائياً: يقصد به استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة وخاصة تقنيات الذكاء الاصطناعي في عرض وتصميم وتنسيق المواد المنشورة بصفحات الصحف أو المواقع الإلكترونية لخروج المحتوى بالشكل الأفضل والأنسب لراحة القارئ وجذب انتباهه عن طريق استغلال العناصر التقليدية (صور وألوان وعناوين) والعناصر التفاعلية مثل النص الفائق والوسائط المتعددة وغيرها.

نتائج الدراسة

*تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها المؤسسات أو المواقع الإلكترونية في عملية التحرير الصحفي

التقنية المستخدمة		مصر		الإمارات		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	
التحقق من الأخبار واكتشاف المزيفة منها	٦٥	٤٧.٨	٧٤	٥٦.٩	١٣٩	٥٢.٣	
تقنيات تحرير وكتابة الأخبار آلياً	٧٠	٥١.٥	٥٤	٤١.٥	١٢٤	٤٦.٦	
التدقيق والتصحيح اللغوي	٤٤	٣٢.٤	٢٨	٢١.٥	٧٢	٢٧.١	
تحليل وتحويل البيانات إلى فنون صحفية	٢٨	٢٠.٦	٢٤	١٨.٥	٥٢	١٩.٥	
إدارة ونشر التعليقات الخاصة بالموضوعات	٢٥	١٨.٤	٢٣	١٧.٧	٤٨	١٨.٠	
إنتاج وتوليد القصص الإخبارية	٢٣	١٦.٩	٦	٤.٦	٢٩	١٠.٩	
الترجمة الآلية للأخبار والقصص	١٩	١٤.٠	٨	٦.٢	٢٧	١٠.٢	
إنشاء الصور اعتماداً على الأوصاف المكتوبة	١٢	٨.٨	٧	٥.٤	١٩	٧.١	
جملة من سنلوا (ن)		١٣٦		١٣٠		٢٦٦	

يعرض الجدول السابق تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها المؤسسات الصحفية في عملية التحرير الصحفي، مع التركيز على الفروق بين مصر والإمارات. وفيما يلي تحليل وتفسير للنتائج، مع دمج الفروق بين البلدين:

١-التحقق من الأخبار واكتشاف المزيفة منها: وتعد هذه التقنية الأكثر شيوعاً في كل من مصر والإمارات، حيث سجلت نسبة ٥٢.٣% إجمالاً. وفي الإمارات تُستخدم بنسبة أعلى تصل إلى ٥٦.٩% مقارنةً بمصر التي سجلت ٤٧.٨%. وهذا الفارق يعكس أهمية متزايدة في الإمارات للتأكد من صحة المعلومات ومصدرها قبل نشرها، مما يشير إلى تركيز أكبر على تعزيز مصداقية المحتوى الصحفي ومكافحة الأخبار الزائفة والوعي بتأثيرات ذلك على مختلف الأصعدة.

٢-تقنيات تحرير وكتابة الأخبار آلياً: وتأتي هذه التقنية كثاني أكثر استخداماً، بمعدل

٤٦.٦% إجمالاً. وفي مصر تسجل نسبة أعلى تصل إلى ٥١.٥% مقارنة بالإمارات التي تسجل ٤١.٥%. وهذا يشير إلى أن المؤسسات الصحفية في مصر تعتمد بشكل أكبر على الأتمتة لتحسين كفاءة عمليات التحرير والكتابة، مما يساهم في تسريع إنتاج المحتوى وزيادة جودته.

٣-التدقيق والتصحيح اللغوي: وتسجل هذه التقنية نسبة ٢٧.١% إجمالاً، حيث تسجل مصر نسبة أعلى تبلغ ٣٢.٤% مقارنةً بالإمارات بنسبة ٢١.٥%. والفارق بين البلدين يعكس اهتماماً أكبر في مصر باستخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة النصوص الصحفية وضمان تقديم محتوى دقيق ومهني، بينما قد تكون الإمارات تركز على تقنيات أخرى يمكن من خلالها استغلال تلك التكنولوجيا في جوانب قد تبدو أكثر أهمية من وجهة نظر المؤسسات العامة بالدولة.

٤-تحليل وتحويل البيانات إلى فنون صحفية: ويصل نسبة استخدام هذه التقنية إلى ١٩.٥% إجمالاً، مع تسجيل نسبة أعلى في مصر ٢٠.٦% مقارنةً بالإمارات بنسبة ١٨.٥%. ويشير هذا الفارق الطفيف إلى أن مصر قد تكون أكثر نشاطاً في تحويل البيانات إلى محتوى صحفي جذاب.

***الفنون الصحفية التي يمكن ان تقوم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي على الوجه الأفضل**

الترتيب	الوزن المرجح		الترتيب					الفنون الصحفية
	النسبة	الوزن	الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	
١	٣٠.٨	١٢٦١	٢	٣	٥	٤٢	٢١٤	الخبر
٢	٢٥.٠	١٠٢٣	٣	٢٠	٣٤	١٦٧	٤٢	التقرير
٣	١٦.٦	٦٨٢	٤٥	٦٤	١٢٧	٢٢	٨	المقال
٤	١٥.٦	٦٣٩	٢٧	١٣٤	٨٠	٢١	٤	التحقيق
٥	١٢.١	٤٩٤	١٦٩	٢٧	٢٢	٣٥	١٣	القصة الخبرية
-		٤٠٩٩	جملة الأوزان المرجحة					

ويكشف الجدول السابق تحليل الفنون الصحفية التي يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أن تؤديها على الوجه الأفضل بحسب آراء عينة الدراسة في مصر

والإمارات ويمكن تفسير ذلك فيما يلي:

*في الترتيب الأول، يأتي الخبر والذي حصل على الوزن المرجح الأعلى ١٢٦١ والنسبة الأكبر ٣٠.٨ % ، حيث تعكس هذه النتيجة أهمية الذكاء الاصطناعي في تعزيز فعالية كتابة الأخبار، حيث يمكن للتقنيات الحديثة أن تسهم في جمع المعلومات بشكل أسرع وتحليل البيانات بطرق تسهم في تحسين دقة وسرعة إعداد الأخبار.

*في المرتبة الثانية يأتي التقرير، والذي حصل على وزن مرجح قدره ١٠٢٣ بنسبة ٢٥.٠ % وهذا يشير إلى أن الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا كبيرًا في تحليل البيانات وتجميع المعلومات لتقديم تقارير مفصلة وشاملة في مختلف الموضوعات ، ويمكن للذكاء الاصطناعي أن يسهم في تنظيم المعلومات وتقديم رؤى تحليلية متعمقة لها، مما يحسن جودة التقارير ويساعد الصحفيين في تقديم معلومات دقيقة ومدعمة بالبيانات في أقصر وقت.

*في الترتيب الثالث، يظهر المقال بوزن مرجح قدره ٦٨٢ ونسبة ١٦.٦ %، حيث يعتبر الذكاء الاصطناعي أداة مساعدة هامة في كتابة المقالات من خلال دعم الصحفيين في البحث وتحليل المواضيع بشكل أعمق وذلك عن طريق ما يسمى بـ "هندسة الأوامر" أو "هندسة التوجيه" بإمداد التقنية بالخطوط العريضة لموضوع المقال وأهم الجوانب المراد تناولها.

*ويأتي التحقيق في المرتبة الرابعة، بحصوله على وزن مرجح قدره ٦٣٩ ونسبة ١٥.٦ %، ويعتبر الذكاء الاصطناعي مفيدًا أيضًا في هذا المجال من خلال تحليل المعلومات المعقدة وتسهيل عملية جمع الأدلة. ويمكن أن يدعم الصحفيين في تحقيقاتهم عبر تقديم أدوات تحليلية متقدمة وإمكانات فرز البيانات وحتى إعداد المقابلات الصحفية مع المصادر.

*مساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عملية التحرير بالصحف والمواقع الإلكترونية

آليات تطوير التحرير الصحفي		مصر		الإمارات		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٧٨	٥٧.٤	٨٧	٦٦.٩	١٦٥	٦٢.٠		
٦٠	٤٤.١	٦٦	٥٠.٨	١٢٦	٤٧.٤		
٣٧	٢٧.٢	٢٣	١٧.٧	٦٠	٢٢.٦		
٢٤	١٧.٦	١٣	١٠.٠	٣٧	١٣.٩		
٢٣	١٦.٩	٩	٦.٩	٣٢	١٢.٠		
٢٤	١٧.٦	٢	١.٥	٢٦	٩.٨		
٢٢	١٦.٢	٢	١.٥	٢٤	٩.٠		
جملة من سنلوا (ن)		١٣٦		١٣٠		٢٦٦	

وتُظهر النتائج المتعلقة بكيفية إسهام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عملية التحرير في الصحف والمواقع الإلكترونية تنوعًا في مدى التأثير على مختلف جوانب التحرير.

*وتُبرز النسبة الأكبر من المشاركين والتي تصل إلى ٦٢.٠%، أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم بشكل كبير في سرعة الحصول على المادة الإعلامية وإنتاجها ونشرها، وهذه النتيجة تدل على أن التقنيات الحديثة يمكن أن تسهم في تسريع عملية جمع المعلومات، وإعداد المحتوى ونشره بشكل فعال.

*أشار ٤٧.٤% من المشاركين إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُحسن تخصيص محتوى ملائم لاحتياجات القارئ، وهذا يعني أن التقنيات يمكن أن تساهم

في تقديم محتوى مخصص وموجه بدقة لجمهور معين بناءً على تحليلات البيانات وسلوكيات القراءة وميول وتفضيلات الجمهور.

*كما أظهرت ٢٢.٦% من العينة أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُحسن اختيار عناوين وصياغة مشوقة تجذب القارئ للمحتوى ويفسر ذلك ان تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وتقديم اقتراحات حول كيفية صياغة العناوين بشكل يجذب الانتباه ويزيد من معدلات التصفح والقراءة.

*ويعتبر التحضير والإعداد للمقابلات الشخصية، واستحداث أشكال صحفية جديدة تناسب العصر، وتحرير الموضوعات بشكل يوافق سياسة الصحيفة من الجوانب الأقل تأثيراً بالنسبة لتقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث سجلت نسباً أقل. فعلى سبيل المثال أشار ١٣.٩% فقط إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُحسن عملية التحضير للمقابلات، في حين رأى ١٢.٠% أن هناك إمكانية لاستحداث أشكال صحفية جديدة. وكذلك بين ٩.٨% أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساعد في تحرير الموضوعات بما يتماشى مع سياسة الصحيفة.

*وتعتبر مراعاة الدقة والبعد عن التحيز في التغطية الأقل تأثيراً، حيث سجلت نسبة ٩.٠%. وهذه النسبة تشير إلى أن الحفاظ على الدقة والموضوعية في الصحافة لا يزال يعتمد بشكل كبير على الخبرة الإنسانية التقليدية أو ما يعرف بـ "حراس البوابة"، ويلفت الباحث إلى ان تقنيات الذكاء الاصطناعي قد تكون متحيزة في الأساس ولا يمكن الاعتماد عليها بالكلية لان المدخلات التي تم تغذيتها بها قد تحمل انحيازاً لجانب معين.

* تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في إخراج الصحف والمواقع الإلكترونية

طبيعة التقنيات المستخدمة		مصر		الإمارات		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اختيار الشكل الملائم لطبيعة المادة الصحفية	١٠٠	٧٣.٥	١٠.٢	٧٨.٥	٢.٢	٧٥.٩	
تحديد الصور والعناصر البنائية الملائمة	٤٢	٣٠.٩	٣٠	٢٣.١	٧٢	٢٧.١	
اختيار الروابط والنصوص الفائقة مع الموضوع	١٩	١٤.٠	٢٣	١٧.٧	٤٢	١٥.٨	
تحديد الموقع المناسب للموضوعات	٢١	١٥.٤	١٤	١٠.٨	٣٥	١٣.٢	
اختيار الرسوم الجرافيكية والأشكال التوضيحية	٢٥	١٨.٤	٤	٣.١	٢٩	١٠.٩	
تحديد حجم ولون الخطوط المستخدمة	٢٠	١٤.٧	٢	١.٥	٢٢	٨.٣	
جملة من سنلوا (ن)		١٣٦		١٣٠		٢٦٦	

تعدُّ تقنيات الذكاء الاصطناعي من الأدوات الفعّالة في تحسين عملية إخراج الصحف والمواقع الإلكترونية، حيث يمكن أن تسهم في تحسين التصميم الجمالي وتوفير تجربة قراءة متميزة. وتعكس البيانات المتعلقة بدور الذكاء الاصطناعي في هذه العملية مجموعة من الجوانب كالآتي:

*تُظهر النتائج أن اختيار الشكل الملائم لطبيعة المادة الصحفية هو المجال الأكثر استفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإخراج الصحفي، حيث أشار ٧٥.٩% من المشاركين إلى أن الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا كبيرًا في تحديد الشكل الأمثل للمحتوى.

*أشار ٢٧.١% من المشاركين إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يشارك بتحديد الصور والعناصر البنائية الملائمة ويتضح أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد في اختيار الصور والعناصر البصرية التي تعزز الرسالة الصحفية وتجذب انتباه

القارئ.

*أما تحديد الموقع المناسب للموضوعات، فقد أشار ١٣.٢% من المشاركين إلى أن الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا في تحديد أماكن عرض الموضوعات بشكل ملائم ضمن الصفحة أو الموقع الإلكتروني وهذه القدرة تعزز من تنظيم المحتوى وتسهّل على القارئ الوصول إلى المعلومات بشكل منطقي ومنظم.

*وبالنسبة لاختيار الرسوم الجرافيكية والأشكال التوضيحية، فقد أفاد ١٠.٩% من المشاركين بأن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساعد في اختيار الرسوم التوضيحية التي تدعم النصوص وتوضّح المفاهيم المعقدة. وهذه الرسوم تعمل على تعزيز فهم المحتوى وجعل النصوص أكثر تفاعلاً..

*وأخيرًا، جاء تحديد حجم ولون الخطوط المستخدمة وكان الأقل تأثيرًا حيث أشار ٨.٣% من المشاركين إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُحسن من هذه الجوانب. وهذا يشير إلى أن التعديلات الدقيقة على حجم الخطوط والألوان لا تزال تعتمد بشكل كبير على قرارات التصميم البشرية.

***مساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير إخراج الصحف والمواقع الإلكترونية**

مساهمة التقنيات بالإخراج		مصر		الإمارات		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
templet اختيار القوالب الإخراجية المناسبة للموضوع	٧٠	٥١.٥	٦٧	٥١.٥	١٣٧	٥١.٥	
المساهمة في جذب القراء للنصوص المنشورة	٦٠	٤٤.١	٥٦	٤٣.١	١١٦	٤٣.٦	
مراعاة تناسق الشكل الجمالي مع المحتوى المقدم	٤٤	٣٢.٤	٢٤	١٨.٥	٦٨	٢٥.٦	
استحداث أساليب إخراجية تلائم موضوعات العصر	٣٠	٢٢.١	١٩	١٤.٦	٤٩	١٨.٤	
اختيار وتصميم الوسائط الملائمة للمادة الصحفية	٢٣	١٦.٩	٩	٦.٩	٣٢	١٢.٠	
جملة من سئلوا (ن)		١٣٦		١٣٠		٢٦٦	

تُعَدُّ تقنيات الذكاء الاصطناعي من الأدوات الفعّالة التي يمكن أن تُسهم بشكل كبير في تطوير عملية إخراج الصحف والمواقع الإلكترونية، من خلال تحسين جوانب متعددة تتعلق بجمالية وتنظيم المحتوى حيث تعكس البيانات بالجدول السابق كيفية تأثير هذه التقنيات في عملية الإخراج من خلال مجموعة من المجالات الأساسية التي يمكن أن تعزز من جودة وكفاءة التصميم الصحفي كالآتي:

*أولاً: يبرز اختيار القوالب الإخراجية المناسبة للموضوع كأحد أهم المجالات التي تسهم فيها تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث أشار ٥١.٥% من المشاركين إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يلعب دورًا كبيرًا في هذا الجانب. ويوضح هذا أن الذكاء الاصطناعي يمكنه تحليل طبيعة المحتوى وتقديم قوالب تصميم تتناسب مع نوعية المادة الصحفية..

*ثانيًا: يعتبر جذب القراء للنصوص المنشورة أحد الفوائد المهمة التي يقدمها الذكاء الاصطناعي، حيث أشار ٤٣.٦% من المشاركين إلى أن هذه التقنية يمكن أن تُحسن من قدرة الصحف والمواقع الإلكترونية على جذب الانتباه ومن خلال تحليل البيانات حول تفضيلات القراء وتقديم توصيات بشأن كيفية تحسين النصوص والعناوين.

*ثالثًا: مراعاة تناسق الشكل الجمالي مع المحتوى المقدم، فقد أشار ٢٥.٦% من المشاركين إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تحقيق هذا التناسق. وتضمن هذه القدرة أن يكون التصميم الجمالي متناسبًا مع نوعية المحتوى فمثلاً إخراج الموضوعات الاقتصادية يختلف عن إخراج الموضوعات الفنية والسياسية وغيرها..

*رابعاً: فيما يتعلق باستحداث أساليب إخراجية تلأئم موضوعات العصر، أفاد ١٨.٤% من المشاركين بأن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تطوير أساليب جديدة تتماشى مع اتجاهات العصر، من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل الاتجاهات الحالية وتقديم حلول تصميمية مبتكرة.

*الوسائط التي يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي استخدامها بشكل أفضل لدعم

إخراج المحتوى

الوسائط التي يمكن استخدامها		مصر		الإمارات		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
مقاطع الفيديو	٨٠	٥٨.٨	٧٢	٥٥.٤	١٥٢	٥٧.١	
الروابط والنصوص الفائقة	٥١	٣٧.٥	٣٨	٢٩.٢	٨٩	٣٣.٥	
الصور والأرضيات	٣٥	٢٥.٧	٢٩	٢٢.٣	٦٤	٢٤.١	
الجغرافيك	٤٣	٣١.٦	١٥	١١.٥	٥٨	٢١.٨	
مقاطع الصوت	٢٤	١٧.٦	١٧	١٣.١	٤١	١٥.٤	
جملة من سئلا (ن)		١٣٦		١٣٠		٢٦٦	

وتُظهر بيانات الجدول السابق أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تُحسّن بشكل كبير من دعم إخراج المحتوى باستخدام مجموعة متنوعة من الوسائط كالآتي:

*تبيّن ان أبرز الوسائط التي يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي استخدامها بشكل أفضل لدعم المحتوى هي مقاطع الفيديو، حيث أشار ٥٧.١% من المشاركين إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يلعب دورًا كبيرًا في تعزيز فعالية مقاطع الفيديو. والتقنيات الذكية يمكنها تحسين جودة الفيديو من خلال تقنيات التحرير الذكية..

*في الترتيب الثاني تأتي الروابط والنصوص الفائقة حيث أشار ٣٣.٥% من المشاركين إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم في تحسين استخدام الروابط والنصوص الفائقة لدعم الشكل الإخراج. ومن خلال تحليل المحتوى وتقديم روابط تتعلق بالمواضيع ذات الصلة، يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين تجربة القراءة..

*أما بالنسبة للصور والأرضيات، فقد أشار ٢٤.١% من المشاركين إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُحسن من اختيار واستخدام الصور والأرضيات كوسائط لدعم الإخراج. والتقنيات يمكنها تحليل الصور وتقديم اقتراحات بشأن ما يتناسب مع النصوص، وتحسين تنسيق الصور مع المحتوى..

*وفيما يخص الجغرافيك، فأشار ٢١.٨% من المشاركين إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تحسين تصميم الرسوم البيانية والتصاميم التوضيحية واستخدامها في التصميم والإخراج. ويمكن للتقنيات تقديم اقتراحات لتصاميم

جرافيكية تتناسب مع المحتوى وتعزز من وضوح المعلومات المعقدة..

***معوقات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بصورة أوسع في الإخراج الصحفي**

معوقات الاستخدام		مصر		الإمارات		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
عدم قناعة إدارات المؤسسات بأهمية تلك التقنيات		٥٢	٣٨.٢	٥٧	٤٣.٨	١٠٩	٤١.٠
عدم توافر التقنيات المناسبة للإخراج في المؤسسات الصحفية		٥٥	٤٠.٤	٤٢	٣٢.٣	٩٧	٣٦.٥
خوف المخرجين الفنيين من فقدان وظائفهم		٤٣	٣١.٦	٢٧	٢٠.٨	٧٠	٢٦.٣
غياب التدريب والتأهيل اللازم للكوادر العاملة		٤٢	٣٠.٩	٢٤	١٨.٥	٦٦	٢٤.٨
عدم وجود برمجيات وخوارزميات تدعم اللغة العربية		١٧	١٢.٥	١٤	١٠.٨	٢١	٧.٩
جملة من سنلوا (ن)		١٣٦		١٣٠		٢٦٦	

ويكشف الجدول السابق عن طبيعة التحديات التي تواجه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإخراج بالمؤسسات الصحفية حيث تتباين بشكل ملحوظ بين مصر والإمارات، كما يلي:

أولاً: عدم قناعة إدارات المؤسسات بأهمية تلك التقنيات والتي جاءت بنسبة ٤١% بشكل إجمالي تمثل تحدياً كبيراً في كلا البلدين، ولكن بدرجات متفاوتة. ففي مصر يعاني نسبة ٣٨.٢% من العينة من عدم قناعة الإدارات بأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي، بينما يرتفع هذا الرقم إلى نسبة ٤٣.٨% في الإمارات..

ثانياً: عدم توافر التقنيات المناسبة للإخراج في المؤسسات الصحفية يشكل عقبة رئيسية حيث جاء ذلك بنسبة ٣٦.٥% بشكل إجمالي، في حين يعاني نسبة ٤٠.٤% من العينة في مصر من نقص في التقنيات المناسبة، مقارنةً بـ ٣٢.٣% في الإمارات..

ثالثاً: خوف المخرجين الفنيين من فقدان وظائفهم حيث يعبر عن قلق ملحوظ في

مصر بنسبة ٣١.٦% مقارنة بـ ٢٠.٨% في الإمارات حيث جاء هذا المعوق بنسبة ٢٦.٣% بشكل إجمالي، وهذا التفاوت يمكن أن يكون ناتجاً عن مستوى مختلف من الأمان الوظيفي في البلدين أو التأقلم مع التقنيات الجديدة في كل بلد..

رابعاً: غياب التدريب والتأهيل اللازم للكوادر العاملة ويمثل تحدياً آخر والذي جاء بنسبة ٢٤.٨% بشكل إجمالي، حيث يعاني ٣٠.٩% من المشاركين في مصر من نقص في التدريب، مقارنة بـ ١٨.٥% بالإمارات. وهذا الفرق يدل على أن الإمارات قد تكون قد استثمرت بشكل أكبر في برامج التدريب والتأهيل التقني للكوادر العاملة للمؤسسات..

نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثيرات الاجتماعية، والتسهيلات المتاحة).

الاتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
وكلاً من :			
الفوائد المتوقعة	٠.١٥٨**	٠.٠١٠	دال
الجهد المتوقع	٠.١٢٠	٠.٠٥١	دال
التسهيلات التي توفرها المؤسسة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	٠.١٦٠**	٠.٠٠٩	دال
التأثيرات الاجتماعية	٠.١٠٤	٠.٠٩٠	غير دال
النوايا السلوكية	٠.١٤٥**	٠.٠١٨	دال

-وجود علاقة بين اتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج وإدراك الفوائد المتوقعة من استخدامها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.١٥٨) عند مستوى معنوية (٠.٠٠)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية وضعيفة القوة، مما يوضح وجود علاقة

ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج وإدراك الفوائد المتوقعة من استخدامها وبذلك يتم قبول هذا الفرض الفرعي الأول من الفرض الرئيسي الثاني. وجود علاقة بين اتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج وإدراك الجهود المتوقعة من استخدامها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.١٢٠) عند مستوى معنوية (٠.٠٠)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية وضعيفة القوة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج وإدراك الجهود المتوقعة من استخدامها وبذلك يتم قبول هذا الفرض الفرعي الثاني من الفرض الرئيسي الثاني. وجود علاقة بين اتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج والتمتع بالتسهيلات التي توفرها المؤسسة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.١٦٠) عند مستوى معنوية (٠.٠٠)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية وضعيفة القوة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج والتمتع بالتسهيلات التي توفرها المؤسسة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وبذلك يتم قبول هذا الفرض الفرعي الثالث من الفرض الرئيسي الثاني.

عدم وجود علاقة بين اتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج وتحقيق التأثيرات الاجتماعية من استخدامها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.١٠٤) عند مستوى معنوية (٠.٠٩٠)، وهو مستوى معنوية غير دال، وبذلك يتم رفض هذا الفرض الفرعي الرابع من الفرض الرئيسي الثاني.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والإماراتية تبعاً للنوع والعمر ومستوى الخبرة والمستوى التعليمي ونمط ملكية المؤسسات والوظيفة.

-فيما يتعلق بنوع العينة، بلغت قيمة ت (٣.٨٩٢) عند درجة حرية (٢٦٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥٠)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للنوع فيما يتعلق باتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والإماراتية وذلك لصالح عينة الدراسة من الإناث بمتوسط حسابي (٢.١٤) وانحراف معياري (٠.٧٢) تلاه عينة الدراسة من الذكور بمتوسط حسابي (١.٩٧) وانحراف معياري (٠.٦٤).

-بالنسبة للمستوى التعليمي لعينة الدراسة، بلغت قيمة ف (٣.٢٥٩) عند درجة حرية (٢) و (٢٦٣) ومستوى معنوية (٠.٠٤٠)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لمستوياتهم التعليمية فيما يتعلق باتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والإماراتية، وذلك لصالح عينة الدراسة من المستوى التعليمي دكتوراه بمتوسط حسابي (٢.٢٤) وانحراف معياري (٠.٧٥٢) تلاه عينة الدراسة من المستوى التعليمي ماجستير بمتوسط حسابي (٢.٢٣) وانحراف معياري (٠.٦٦٧) تلاه عينة الدراسة من المستوى التعليمي جامعي بمتوسط حسابي (١.٩٨) وانحراف معياري (٠.٦٥٩).

-بالنسبة للفئة العمرية لعينة الدراسة، بلغت قيمة ف (١.٣٥٧) عند درجة حرية (٤) و (٢٦١) ومستوى معنوية (٠.٢٤٩)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للفئة العمرية فيما يتعلق باتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والإماراتية.

-أما بالنسبة لعدد سنوات الخبرة في العمل، فبلغت قيمة ف (١.٩١٨) عند درجة حرية (٤) و (٢٦١) ومستوى معنوية (٠.١٠٨)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لعدد

سنوات الخبرة في العمل فيما يتعلق باتجاهات القيادات والصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والإماراتية. -فيما يتعلق بالمسمى الوظيفي، بلغت قيمة ت (٠.٩١٨) عند درجة حرية (٢٦٤) ومستوى معنوية (٠.٣٣٩)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للمسمى الوظيفي. **الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام عينة الدراسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والإخراج وفقاً للدولة التي تنتمي إليها العينة**

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	درجة الاستخدام	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
٠.٠٠٠	٢٦٤	ت=	٠.٥٩٥	٢.٥٤	١٣٦	مصر	الدولة
دال		٤١.١٢٣	٠.٢٩١	٢.٩١	١٣٠	الإمارات	

ويكشف الجدول السابق عن وجود فروق معنوية بين درجة استخدام عينة الدراسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي (ضعيفة، متوسطة، كبيرة) وفقاً للدولة التي تنتمي إليها العينة، بلغت قيمة ت (٤١.١٢٣) عند درجة حرية (٢٦٤) ومستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للدولة التي تنتمي لها عينة الدراسة فيما يتعلق بدرجة استخدام عينة الدراسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية المصرية والإماراتية، وذلك لصالح عينة الدراسة من الإمارات بمتوسط حسابي (٢.٩١) وانحراف معياري (٠.٢٩١) تلاه عينة الدراسة من مصر بمتوسط حسابي (٢.٥٤) وانحراف معياري (٠.٥٩٥)، وبذلك يتم قبول صحة الفرض كلياً.

النتائج العامة للدراسة

*توضح النتائج أن المؤسسات الصحفية تركز بشكل كبير على تأهيل الكوادر البشرية وتطوير البنية التحتية التكنولوجية كخطوات أساسية للاستغلال الأمثل لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتركز بشكل كبير على التحقق من الأخبار وتحرير الأخبار آلياً كأولويات رئيسية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. كما أن هناك اهتماماً ملحوظاً بتحسين الجودة اللغوية والتحليل البياني للبيانات.

*تُظهر النتائج المتعلقة بكيفية إسهام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عملية التحرير بالصحف والمواقع الإلكترونية تنوعاً في مدى تأثير هذه التقنيات على مختلف جوانب التحرير وتُبرز النسبة الأكبر من المشاركين والتي تصل إلى ٦٢.٠%، أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم بشكل كبير في سرعة الحصول على المادة الإعلامية وإنتاجها ونشرها. بالإضافة إلى ذلك أشار ٤٧.٤% إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُحسن تخصيص محتوى ملائم لاحتياجات القارئ، ومن جهة أخرى أظهر ٢٢.٦% من المشاركين أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُحسن اختيار عناوين وصياغة مشوقة تجذب القارئ للمحتوى.

*عند تحليل معوقات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بصورة أوسع، تبرز مجموعة من التحديات التي تعوق التبنى الواسع لهذه التقنيات في المؤسسات الصحفية. منها: أولاً عدم توافر التقنيات المناسبة للتحرير بالمؤسسات الصحفية، ثم غياب التدريب والتأهيل اللازم للصحفيين ثم عدم قناعة إدارات المؤسسات بأهمية تلك التقنيات، وعدم وجود برمجيات وخوارزميات تدعم اللغة العربية ثم خوف الصحفيين والمحررين من فقدان وظائفهم.

*تُعَدُّ تقنيات الذكاء الاصطناعي من الأدوات الفعالة في تحسين عملية إخراج الصحف والمواقع الإلكترونية، حيث يمكن أن تسهم في تحسين التصميم الجمالي وتوفير تجربة قراءة متميزة مما يعزز من تجربة القارئ ويجعل المحتوى أكثر جاذبية وفعالية.

*توضح النتائج كيف يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أن تسهم في تحسين جوانب مختلفة من إخراج الصحف والمواقع الإلكترونية، بدءاً من اختيار القوالب المناسبة وتحسين جذب القراء، وصولاً إلى مراعاة التناسق الجمالي وتطوير أساليب إخراجية جديدة.

*تعكس النتائج كيف يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أن تُحسن استخدام مجموعة متنوعة من الوسائط لدعم إخراج المحتوى، بدءاً من تعزيز فعالية مقاطع الفيديو وتطوير استخدام الروابط والنصوص الفائقة، وصولاً إلى تحسين اختيار الصور والأرضيات والتصاميم الجرافيكية.

*تبرز النتائج مدى الحاجة إلى معالجة قضايا تتعلق بالقناعة الإدارية والإمكانات التقنية والتدريب والتخوفات المتعلقة بالوظائف لدعم استخدام تقنيات الذكاء

الاصطناعي في الإخراج الصحفي. ويمكن تحقيق ذلك من خلال استثمار الموارد في تحديث التكنولوجيا، وتقديم برامج التدريب الملائمة، والعمل على توضيح فوائد الذكاء الاصطناعي لجميع المعنيين وكسر حاجز الخوف منه.

المراجع:

- ١- راشد صلاح الدين. (٢٠٢٤). واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي. مجلة البحوث الإعلامية، ٦٩(٢)، الصفحات ١٠٠١ – ١٠٥٠.
- ٢- عادل عبدالصالح. (٢ مايو، ٢٠٢٣). الذكاء الاصطناعي وآفاقه المستقبلية . الملف المصري (١٠٥)، صفحة ٨.
- ٣- علاء الغطريفي. (أغسطس، ٢٠٢٣). الاستخدام المهني للذكاء الاصطناعي التوليدي في الصحافة .. المخاطر والفرص. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، ٣(٢)، صفحة ٥٢.
- ٤- خالد لرارة، و منى نذير. (يونيو، ٢٠٢٣). مستقبل مهنة الإعلام في ظل بروز الذكاء الاصطناعي.. هل ستستغني المؤسسات الإعلامية عن صحافييها . مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ٣(٢)، صفحة ٥٥.
- ٥- باسم الطويسي. (فبراير، ٢٠١٩). الصحافة الإلكترونية بالعالم العربي: سياقات النشأة وتحديات التطور. مركز الجزيرة للدراسات، ص ١٩.
- ٦- عليا الحويطي. (ديسمبر، ٢٠٢٢). درجة تقبل أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. ٢٥. الاردن : رسالة ماجستير غير منشورة، قسم التربية الخاصة، كلية العلوم التربوية، جامعة الشرق الأوسط.
- ٧- نورة الدسوقي. (٢٠٢٣). تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على الأمن القومي. مصر: رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية.
- ٨- علاء الغطريفي. (أغسطس، ٢٠٢٣). الاستخدام المهني للذكاء الاصطناعي التوليدي في الصحافة .. المخاطر والفرص. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، ٣(٢)، صفحة ٥٢.
- ٩- مقابلة مع شحاتة السيد في مجموعة osh للتكنولوجيا وصناعات الذكاء الاصطناعي ٥ فبراير ٢٠٢٤

- 10- Alam, S. (2024). Media and Artificial Intelligence: Current Perceptions and Future Outlook. Academy of Marketing Studies Journal, 28(2).
- 1- Beckeet , C. (2019). new powers, new responsibilities aglobal survey of journalism and artificial intelligence political science. 19. london: research paper ,the London school of economics and and political science.
- 2- Chenyan, J., & et al. (2024). Promises and Perils of Automated Journalism: Algorithms, Experimentation, and “Teachers of Machines” in China and the United States. Journalism Studies, 25(1), pp. 38-57.
- 3- Younghwa lee, K. K. (2003). the Technology Acceptance Model : Past ,present, and future. Communications of the Association for Information Systems, vol 12, 752.
- 4- Haenlein, M., & Kaplan, A. (2019). A Brief History of Artificial Intelligence: On the Past, Present, and Future A Brief. California Management Review. Retrieved from doi.org/10.1177/0008125619864925