



واقع صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي في فلسطين The Reality of Artificial Intelligence Journalism in Journalistic Editing in Palestine

Ahmed Karim*, Ayman Abu Naqera, Ihab Awais*****

*Department of Communication, Faculty of Leadership and Management,
Universiti Sains Islam Malaysia (USIM), Negri Sembilan, Malaysia
Email: ahmed.a.h.karym@gmail.com

**Department of Communication, The Islamic University of Gaza, Gaza, Palestine
Email: anoqaira@iugaza.edu.ps

***Corresponding author, Department of Communication, Faculty of Leadership and Management,
Universiti Sains Islam Malaysia (USIM), Negri Sembilan, Malaysia
Email: ihab@usim.edu.my

Article Info

Article history:

Received: 29th October 2024

Accepted: 26th June 2024

Published: 1st July 2025

DOI:

[https://doi.org/](https://doi.org/10.33102/jicicom.vol5no1.113)

10.33102/jicicom.vol5no1.113

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لفرص توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، معتمدة على صحيفة الاستقصاء كأداة للدراسة، وطبقت على عينة عمدية متاحة قوامها (103) مفردة من النخبة الإعلامية الفلسطينية، ووظفت الدراسة نظريتي انتشار المبتكرات، والقائم بالاتصال. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: يرى (78.6%) من النخبة الإعلامية الفلسطينية أن من أهم متطلبات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في تدعيم المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال التحرير الصحفي هي (توفير تقنيات البحث اللازمة لتزويد المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال العملية التحريرية) حيث جاءت بالمرتبة الأولى، وجاء (تقليل الوقت والجهد والنفقات في إنجاز الأعمال) في مقدمة التأثيرات الإيجابية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية بنسبة (75.7%)، بينما جاء بالمرتبة الثانية (تطوير الفنون الصحفية) بنسبة (61.2%).

الكلمات المفتاحية: صحافة، الذكاء الاصطناعي، التحرير الصحفي.

ABSTRACT

The study aimed to identify the Palestinian media elite's assessment of opportunities to employ artificial intelligence journalism in journalistic editing. The study was based on descriptive research; it used the survey curriculum, using the method of surveying media practice, based on the survey as a tool for study. It was applied to an available purposive sample of 103 Palestinian media elite individuals. The study found several results such as the most important of which: 78.6% of the Palestinian media elite believe that one of the essential requirements for using artificial intelligence journalism in supporting journalistic content with information wealth during press editing is (Provision of research techniques to inform press content during the editorial process) It came in the first place, came in (reduced time, effort and expenditure in business delivery) In the forefront of the positive impacts resulting from the employment of artificial intelligence journalism in journalistic editing from the point of view of the Palestinian media Elite by 75.7%, while in the second place (development of journalistic arts) by 61.2%.

Keywords: Journalism, Artificial Intelligence, Journalistic Editing, Palestine.

1. مقدمة

يُعد الذكاء الاصطناعي جزءاً من علم الحاسوب الذي تركز عليه صناعة التكنولوجيا في العصر الأنّي، وقد أحدث تطور الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته، تحولات كبيرة في مجال العمل الإعلامي⁽¹⁾، إلا أنها لا تزال في مراحلها التجريبية الأولى بالمنطقة العربية ومنها فلسطين. ويتيح التطور التقني الذي يقدمه الذكاء الاصطناعي كوسيلة إعلامية للمحرر الآلي الاستعانة بوسائل وتقنيات هائلة وعالية جداً من صور وأصوات، وخطوط، وغيرها مما يخلص "المحرر الآلي" من النمطية المعتادة التي يلتزم بها المحرر البشري، وأتاح هذه التقنيات أيضاً إمكانية تحليل البيانات ومعرفة الكاذب منها والمتشابه، وأتاح له أدوات البحث إيجاد كل ما يلزمه لامتلاك أكبر حجم من البيانات تؤهله لتحمل مسؤولية التحرير، ووصوله لدرجة عالية من الإلتقان والاحتراف، فالمحرر الآلي هو جهاز مركزي يرتبط بكافة الأنظمة الحديثة من كميوترات، وشبكات إنترنت وكل ما يسمح له صانعه الوصول إليه، لكي يبرز في هوية خاصة له، تصبح مؤثرة في المجتمع وفي القراء⁽²⁾.

وجاءت هذه الدراسة لترصد تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لواقع توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؛ باعتبارها ابتكاراً إعلامياً تنعكس تأثيراته على آليات صناعة الصحافة وخصائصها، وذلك من خلال التعرف على مدى إدراك النخبة الإعلامية الفلسطينية لعملية التوظيف، وتحديد أهم متطلبات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في تدعيم المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال التحرير الصحفي، والوقوف على مدى جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

حيث تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لواقع توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، وتحديد أهم متطلبات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في تدعيم المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال التحرير الصحفي، والوقوف على مدى جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، ورصد التأثيرات الإيجابية السلبية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

¹ قرلان، سليمة، ويونسي، حفيظة. ضبط الإطار المفاهيمي للذكاء الاصطناعي "مجلة التراد، العدد 14 (2024): 97-105.
² معهد الجزيرة للإعلام. الصحافة والذكاء الاصطناعي وجهاً لوجه "مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، 2024. متاح على :
<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/2220>.

1.2 أهداف الدراسة وتساؤلاتها

تمثل هدف الدراسة الرئيس في التعرف على تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لواقع توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير، وتسعى الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس: ما تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لفرص توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير؟ وينبثق عنه الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما درجة إدراك النخبة الإعلامية الفلسطينية لأهمية توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟
2. ما أهم متطلبات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في تدعيم المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال التحرير الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة؟
3. ما مدى جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة؟
4. ما التأثيرات الإيجابية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة؟
5. ما التأثيرات السلبية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العملية التحريرية من وجهة نظر عينة الدراسة؟

1.3 الدراسات السابقة

في الحديث عن الدراسات السابقة التي ارتبطت بموضوع الدراسة جاءت دراسة عبد المعطي (2021) التي توصلت إلى أنه يمكن للصحفي استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي أثناء الكوارث والأزمات من خلال تعلم الآلة.

وخلصت دراسة (الزعنون، 2021) (3)، إلى أن من أسباب توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي توفير الوقت والجهد، والسرعة في الإنتاج، ثم رفع مستوى الكفاءة، وأن الأخبار من أهم الأشكال الفنية التي تنتجها بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي.

وسعت دراسة (منصور، 2021م) (4)، للتعرف على مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (في الفترة من 2021 حتى 2030)، وتوصلت إلى الصحافة ستتحسن بفضل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، وأن إنتاج قصص ومضامين مقترنة بالصوت والصور والفيديو يأتي في مقدمة تأثير تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي.

وانتهت دراسة (عرا، 2021م) (5)، إلى أنه يجب ألا يلحق الروبوت الصحفي أي ضرر بمهنة الصحافة، ويمكن أن يثبت قبل كل شيء أنه فعال جدًا بين أتمتة التحرير والتخصيص، وأكدت أن غياب الخصائص البشرية في الروبوت الصحفي هي التي تدفع الفرق الصحفية لتعيين مواضيع يمكن أن نصفها بأنها واقعية بالنسبة لكتاب الروبوت.

وأشارت دراسة (الداغر، 2021م) (6)، إلى أن النخبة الأمنية أكثر اهتمامًا بنسبة بمتابعة تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيراتها الأمنية على قضايا المجتمع يليها النخبة الإعلامية والأكاديمية، وأن المواد الخبرية تصدرت الأشكال الإعلامية المتوقعة استخدامها عند إنتاج المحتوى الأمني، وحظيت صحافة البيانات باستفادة وتوظيف هما الأكثر بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي، يليها صحافة المواطن، ثم صحافة الفيديو والانفوجراف.

3 إسماعيل موسى محمد الزعنون، اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصادقية والمهنية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2021).

4 أحمد عبد المجيد عبد العزيز منصور، "مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (في الفترة من 2021 حتى 2030) - دراسة استشرافية"، مجلة البحوث الإعلامية، ع58، ج3، (2021).

5 أسماء محمد مصطفى عرا، "مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي: صحافة الروبوت نموذجًا"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 58، الجزء 4، (2021).

6 مجدي الداغر، "اتجاهات النخبة نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الإلكترونية وانعكاساته على دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر: دراسة ميدانية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 33، (2021).

وخلصت دراسة (عبد الحميد، 2020م)⁽⁷⁾، إلى أن نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام تتمثل في التعرف على الصور والأشخاص، ثم التعامل مع البيانات الضخمة، وتوقعت أن مجال الترجمة من أكثر الوظائف المهددة نتيجة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام. وهدفت دراسة (بريك، 2020م)⁽⁸⁾، للتعرف على مدى استخدام المؤسسات الصحفية في مصر والسعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وانتهت إلى أن النسخة الإلكترونية جاءت في مقدمة المنصات الإعلامية التي يعمل بها القائمون بالاتصال عينة الدراسة. وتوصلت دراسة (عبد الغفار، 2020م)⁽⁹⁾، إلى عدة نتائج أهمها: أن من أهم المشكلات التي قد تواجه الصحفيين في استخدام الأساليب الحديثة للتحليل الصحفي هي جهلهم بها وعدم المعرفة الجيدة في المرتبة الأولى. وأكدت دراسة (عبد الحليم، 2020م)⁽¹⁰⁾، أنماط تقديم القصص الإخبارية باستخدام الإنفو جرافيك الثابت، والمتحرك، والتفاعلي، كان لها أثراً إيجابياً مرتفعاً جداً على تنمية مهارات التفكير البصري للأطفال ضعاف السمع. وكشفت دراسة (عبد اللطيف، 2020م)⁽¹¹⁾، أن نمو وازدياد مستخدمي الأخبار عبر الإنترنت جاء في مقدمة الأسباب التي تدفع المؤسسات الصحفية بقوة نحو استخدام المنصات المتعددة في نشر المحتوى الصحفي، وأن الجمع بين منصات ورقية ورقمية تحت نفس العلامة التجارية اسم الصحيفة ورد في مقدمة أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة في إنتاج المحتوى الصحفي لمنصات متعددة. ورأت دراسة (Kim، 2020)⁽¹²⁾، أن المحتوى الإخباري الذي تم إنشاؤه بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي أسوأ بكثير من جودة المحتوى الذي تم إنتاجه بواسطة الصحفيين البشر، وأن الفيديو الإخباري الذي تم إنشاؤه بواسطة الإنسان هو أكثر إبداعاً وابتكاراً وأكثر قابلية للمشاهدة من الفيديو الإخباري الذي يتم إنتاجه بواسطة الذكاء الاصطناعي. وتوصلت دراسة (عبد الحميد، 2020م)⁽¹³⁾، إلى أن الموضوعات التكنولوجية في تصدرت الموضوعات التي يمكن أن تنتج عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وأكدت نتائج الدراسة أن "الدقة" هي أهم عنصر من عناصر مصداقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي. وكشفت دراسة (M Túñez-López, C Toural-Bran، 2019)⁽¹⁴⁾، أن أتمتة الوظائف وصلت إلى المرحلة الأخيرة من صناعة الأخبار، وهناك المزيد من الوسائط التي تتضمن الأخبار التي تم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر، مع تحديث لديناميكيات الإنتاج وتحديث للبنى التحتية للتكيف مع طرق جديدة للإبلاغ والنشر.

7 عمرو محمد محمود عبد الحميد. "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بالمصداقية لدى الجمهور المصري: دراسة ميدانية". *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، العدد 55، الجزء 5 (2020): 2797-2860.

8 أيمن محمد إبراهيم بريك. "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية: دراسة ميدانية". *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 53، الجزء 2 (2020).

9 وفاء جمال درويش عبد الغفار. "اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطور أساليب التحرير الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية: دراسة ميدانية". *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 54، الجزء 7 (2020).

10 محمود محمد محمد عبد الحليم. "أثر نمط تقديم القصة الإخبارية باستخدام الإنفوجرافيك على تنمية التفكير البصري للأطفال ضعاف السمع". *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 54، الجزء 1 (2020).

11 محمود رمضان أحمد عبد اللطيف. "تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي". *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 55، الجزء 1 (2020).

12 Kim, J., Shin, S., Bae, K., Oh, S., Park, E., & del Pobil, A. P. "Can AI be a content generator? Effects of content generators and information delivery methods on the psychology of content consumers." *Telematics and Informatics* 55 (2020): 101452.

13 عمرو محمد محمود عبد الحميد. "تقبل طلاب الإعلام في مصر والإمارات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي: دراسة في إطار نموذج قبول التكنولوجيا". *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 19، العدد 2 (2020): 341-409.

14 Túñez-López, M., Toural-Bran, C., & Valdiviezo-Abad, C. "Automation, bots and algorithms in newsmaking. Impact and quality of artificial journalism." *Revista Latina de Comunicación Social* 74 (2019): 1411-1433.

وخلصت دراسة (Yanfang، 2019م)⁽¹⁵⁾، إلى أن القصص الإخبارية المكتوبة تلقائياً تم تصنيفها على أنها أكثر موضوعية ومصداقية (كلاهما رسالة ومصداقية متوسطة)، وأقل تحيزاً. وأظهرت دراسة (Ufarte Ruiz، 2019م)⁽¹⁶⁾، أن الشركة الناشئة في الذكاء الاصطناعي تلبّي متطلبات القطاعات المختلفة مثل وسائط الاتصال، وتعمل على زيادة إنتاجية محتواها. وقد استفادت الدراسة الحالية من مجمل الدراسات السابقة في التعرف على الجوانب المنهجية المتبعة، وصياغة المشكلة وتحديد التساؤلات والأهداف، وتحديد نوع الدراسة ومنهجها وأداتها مناقشة النتائج وتحليلها، وتعزيز مصداقية بعض نتائجها من خلال مقارنتها بالنتائج الواردة في بعض الدراسات السابقة.

1.4 الإطار النظري للدراسة

ترتكز هذه الورقة على إطار نظري يستند إلى نظرية انتشار المبتكرات ونظرية القائم بالاتصال، وذلك لتحليل واقع توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي في فلسطين، من خلال فهم آليات تبني الابتكارات الإعلامية وتأثيرها على عملية التحرير الصحفي، بالإضافة إلى تحليل دور القائم بالاتصال في اتخاذ القرار بشأن استخدام هذه التقنيات.

أ- نظرية انتشار المبتكرات:

تُعد نظرية انتشار المبتكرات من النظريات البارزة في دراسة تبني التقنيات الجديدة، وقد طوّرت على يد عالم الاجتماع إيفريت روجرز، الذي عرّف عملية انتشار وتبني المبتكرات بأنها: عملية يتم من خلالها نقل الابتكارات والأفكار الجديدة داخل نظام اجتماعي، حيث يستخدم الأفراد قنوات اتصال معينة لتبادل المعلومات حول المبتكرات، ويستغرق ذلك فترة من الزمن حتى يتم تبنيها من قبل المجتمع⁽¹⁷⁾.

وتعد هذه النظرية ذات صلة وثيقة بهذه الدراسة، حيث تساهم في: تحليل مدى انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية. وتقييم وجهات نظر النخبة الإعلامية حول توظيف الذكاء الاصطناعي ومدى إدراكهم لقيمتهم المضافة في العمل الصحفي. ورصد مستوى جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لاعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمليات التحرير الصحفي.

ب- نظرية القائم بالاتصال:

تُعد نظرية القائم بالاتصال من النظريات الأساسية في الدراسات الإعلامية، وقد طُرحت لأول مرة من قبل دافيد مانيج وايت في دراسته حول آلية انتقاء الأخبار⁽¹⁸⁾. وتُشير النظرية إلى أن القائم بالاتصال هو الفرد المسؤول عن صياغة الرسائل الإعلامية ونقلها إلى الجمهور، حيث يمتلك سلطة تعديلها أو حذف بعض أجزائها، وفقاً لاعتبارات مهنية أو سياسية أو اقتصادية⁽¹⁹⁾.

ويتحكم القائم بالاتصال في عملية تدفق المعلومات عبر مستويين أساسيين⁽²⁰⁾:

¹⁵ Wu, Yanfang. "Is Automated Journalistic Writing Less Biased? An Experimental Test of Auto-Written and Human-Written News Stories." *School of Communication, University of Miami*, Miami, FL, USA (2019). ISSN: 1751-2786.

¹⁶ Ufarte Ruiz, María José, and Juan Luis Manfredi Sánchez. "Algorithms and bots applied to journalism. The case of Narrativa Inteligencia Artificial: structure, production and informative quality." *Doxa Comunicación* 29 (2019).

¹⁷ ماجد حبيب، *التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية*. رسالة ماجستير غير منشورة، غزة: الجامعة الإسلامية، 2014، ص 29.

¹⁸ سينجيتري، ميخائيل، وستون، جيرالد *نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية*. ترجمة أهنية والقحطاني، ط 1، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 1999، ص 37.

¹⁹ منال هلال المزاهرة *نظريات الاتصال*. ط 1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012، ص 259.

²⁰ بسام عبد الرحمن مشاقبة *نظريات الإعلام*. ط 1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017، ص 112.

- الاعتبار الشخصية والمهنية: حيث قد تؤثر العوامل السياسية، الاقتصادية، أو الأيديولوجية على عملية انتقاء المحتوى الإعلامي وصياغته.
 - التحكم في تدفق المعلومات: إذ لا تكمن أهمية المحتوى الإعلامي فقط فيما يتم نشره، بل أيضاً فيما يتم استبعاده أو حجبته عن الجمهور.
- وتُساهم هذه النظرية في تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على دور القائم بالاتصال في التحرير الصحفي، من خلال تقييم مدى اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار وتحريرها، وتحليل تأثير هذه التقنيات على معايير انتقاء الأخبار وصياغتها، بالإضافة إلى رصد التأثيرات الإيجابية والسلبية التي قد تترتب على استخدامها فيما يتعلق باستقلالية القائم بالاتصال ودوره التحريري.

ت- العلاقة بين النظريتين وموضوع الدراسة

يُشكل الجمع بين نظرية انتشار المبتكرات ونظرية القائم بالاتصال إطاراً نظرياً متكاملًا لتحليل واقع توظيف الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي في فلسطين. فمن خلال نظرية انتشار المبتكرات، يمكن تفسير مدى تبني الصحفيين والمؤسسات الإعلامية لهذه التقنيات، والعوامل التي تؤثر في انتشارها. بينما تتيح نظرية القائم بالاتصال فهم تأثير هذه التقنيات على سياسات التحرير ومعايير انتقاء المحتوى الصحفي. وبالتالي، فإن الدمج بين النظريتين يُمكن من تقديم رؤية شاملة حول الفرص والتحديات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية.

1.5 الإطار المفاهيمي

(1) مفهوم الذكاء الاصطناعي

الذكاء الاصطناعي هو فرع من علوم الحاسوب يسعى إلى محاكاة الذكاء البشري من خلال تصميم أنظمة قادرة على التعلم، التحليل، واتخاذ القرار. يُستخدم في مجالات متعددة مثل التعليم، الصحة، الاقتصاد، والإعلام، مما يعزز كفاءتها عبر الأتمتة والابتكار (21).

(2) الذكاء الاصطناعي والإعلام

يشهد العالم ثورة تكنولوجية غير مسبوقة، حيث تداخلت ثورة المعلومات، والاتصالات الحديثة، والتقنيات الرقمية، ما أدى إلى تحول الإعلام نحو عصر جديد يعتمد على الذكاء الاصطناعي. فقد أصبح الذكاء الاصطناعي جزءاً أساسياً من صناعة الإعلام، حيث يساهم في تحليل البيانات، وتوليد الأخبار، وتحسين جودة المحتوى الإعلامي. ومع تطور الثورة الصناعية الرابعة، أصبحت تقنيات مثل إنترنت الأشياء، والواقع المعزز، والبلوك تشين، والطباعة ثلاثية الأبعاد، عوامل مؤثرة في مستقبل الإعلام. ويشير الخبراء إلى أن مستقبل الصحافة سيكون مدفوعاً بالذكاء الاصطناعي، مما يفرض تحديات على المؤسسات الإعلامية التقليدية التي يتعين عليها التكيف مع هذا التحول التقني لضمان استمراريتها. وعلى الرغم من التقدم الكبير في تقنيات الذكاء الاصطناعي، إلا أن دوره في الإعلام لا يزال تكاملياً، حيث يساعد الصحفيين في تحسين سرعة ودقة إنتاج الأخبار، بينما يظل الإبداع والتحليل من اختصاص العنصر البشري (25242322).

21 رفعت محمد البدرى، صحافة الذكاء الاصطناعي، ط 1. القاهرة: النخبة للطباعة والنشر والأبحاث، 2021، ص 17.

22 حسنين شفيق، إعلام الذكاء الاصطناعي، ط 1. القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2020، ص 65-74.

23 محمد عبد الظاهر، صحافة الذكاء الاصطناعي: الثورة الصناعية الرابعة وإعادة هيكلة الإعلام، ط 1. الجيزة: دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع، 2019، ص 64.

(3) صحافة الذكاء الاصطناعي

تمثل صحافة الذكاء الاصطناعي أحد أبرز تطبيقات الثورة الصناعية الرابعة، حيث تسهم التقنيات الذكية في أتمتة عمليات جمع الأخبار، والتحليل، وصياغة المحتوى، مما يغير مشهد الإعلام التقليدي ويؤثر على وظائف الصحفيين وأساليب إنتاج المحتوى (26).

(4) تعريف صحافة الذكاء الاصطناعي

صحافة الذكاء الاصطناعي هي استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج، تحليل، وتوزيع المحتوى الإعلامي، مما يتيح أتمتة بعض جوانب العمل الصحفي مثل جمع البيانات، إعداد التقارير، وتوليد الأخبار، مع الاحتفاظ بدور الصحفي في الإشراف والتحرير (27).

(5) التحرير الصحفي وصحافة الذكاء الاصطناعي

يمثل التحرير الصحفي الركن الأساسي في المؤسسات الإعلامية، حيث تضمن جودته دقة الرسائل الإعلامية وسهولة فهمها، مما يزيد من ثقة الجمهور بالمصادر الصحفية. وقد تطورت العملية التحريرية بفعل التكنولوجيا، مما أدى إلى ظهور التحرير الإلكتروني، وتطور لاحقاً إلى "التحرير الآلي" في سياق صحافة الذكاء الاصطناعي.

أ- مفهوم التحرير الصحفي وأهميته وأهدافه

- **المفهوم:** التحرير هو عملية معالجة وتنقيح المادة الصحفية لضمان وضوحها ودقتها، سواء كان ذلك يدوياً أو إلكترونياً (302928).
- **الأهمية:** يمثل التحرير الصحفي العمود الفقري لنجاح المؤسسات الإعلامية، حيث يساهم في إيصال المعلومة بوضوح وتعزيز موثوقية المحتوى (31).
- **الأهداف:** يهدف التحرير إلى تحقيق دقة المعلومات، وضبط الأسلوب، والتأكد من توافق المادة مع سياسة الوسيلة الإعلامية، وتسهيل عملية الإخراج الصحفي (32).
- **ب- التحرير الصحفي في البيئة الرقمية**
- التحرير الإلكتروني: يعتمد على الأدوات الرقمية في تعديل ومعالجة النصوص، مما يوفر سرعة ودقة أكبر مقارنة بالتحرير التقليدي (33).
- التحرير الآلي (تحرير صحافة الذكاء الاصطناعي):

24 علي فرجاني. *التقنيات الرقمية وتطبيقاتها في الإعلام: الذكاء الاصطناعي وإدارة المحتوى*. ط 1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2021، ص 135.

25 ياس خضير البياتي. "مستقبل الذكاء الاصطناعي في الإعلام". *مجلة الزمان*. تاريخ الاطلاع: 1 أكتوبر 2021. الرابط: <https://www.azzaman.com>.

26 عبد الله موسى، وأحمد حبيب بلال. *الذكاء الاصطناعي: ثورة في تقنيات العصر*. ط 1. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2019، ص 15.

27 أحمد عبد المجيد عبد العزيز منصور. "مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (في الفترة من 2021 حتى 2030) - دراسة استشرافية". *مجلة البحوث الإعلامية*. ع 58، ج 3 (2021): ص 1399.

28 عبد العزيز شرف. *فن التحرير الإعلامي*. (د. ط). القاهرة: مطابع الهيئة المصرية للكتاب، 1987، ص 17.

29 فريد مصطفى. *تكنولوجيا الفن الصحفي*. ط 1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، ص 92.

30 إسماعيل إبراهيم. *بين النظرية والتطبيق*. ط 1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998، ص 5.

31 إجلال خليفة. *اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي*. ط 2. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1981، ص 13.

32 ليلى عبد المجيد عبد المجيد، ومحمود علم الدين. *فن التحرير الصحفي للجراند والمجلات*. ط 1. القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع، 2004، ص 3.

33 علي عبد الفتاح كنعان. *الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية*. ط 1. الأردن: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014، ص 50.

التحرير الآلي في الصحافة يعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج الأخبار تلقائياً، من خلال تحويل البيانات إلى نصوص وفيديوهات إخبارية دون تدخل بشري أو بتدخل محدود. يتم ذلك عبر خوارزميات قادرة على تحليل البيانات الضخمة وتوليد محتوى مخصص لمختلف المستخدمين. وقد دخل الذكاء الاصطناعي غرف الأخبار من خلال أنظمة تحرير آلية مثل المذيعين الروبوتيين وأدوات الترجمة والتحليل، مما أدى إلى تحسين كفاءة التحرير الصحفي وتقليل التكاليف مع تحديات أخلاقية وتقنية (363534).

6) واقع توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في فلسطين:

تشهد فلسطين تطورات متزايدة في مجال الإعلام الرقمي، ومع ذلك، لا يزال توظيف تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي محدوداً مقارنة بالدول المتقدمة. تعود هذه المحدودية إلى عدة عوامل، منها نقص البنية التحتية الرقمية المتقدمة، وضعف التمويل المخصص لتطوير التقنيات الإعلامية، بالإضافة إلى التحديات السياسية والاقتصادية التي تؤثر على المؤسسات الصحفية (37).

رغم هذه التحديات، بدأت بعض المؤسسات الإعلامية الفلسطينية باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في بعض المهام التحريرية، مثل جمع الأخبار من مصادر متعددة، وتحليل البيانات الكبيرة، وإنتاج تقارير آلية للأحداث الرياضية أو الاقتصادية، ولكن بشكل لا يزال تقليدياً إلى حد ما. كما تُستخدم بعض أدوات الترجمة الآلية والتعرف على الصوت والصورة في غرف الأخبار، ولكن بدرجة أقل من مثيلاتها في الدول المتقدمة (38).

من جهة أخرى، تواجه الصحافة الفلسطينية تحديات تتعلق بتوظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار، خاصة في ظل انتشار الأخبار الكاذبة والتضليل الإعلامي، وهو ما يدفع بعض المؤسسات إلى البحث عن حلول تعتمد على الذكاء الاصطناعي للتحقق من المحتوى، ولكن هذه الحلول لا تزال في مراحلها الأولى (39).

على الرغم من هذه العوائق، فإن هناك اهتماماً متزايداً من قبل بعض الجامعات الفلسطينية بإدخال الذكاء الاصطناعي في المناهج الإعلامية، لتعزيز فهم الصحفيين لهذه التقنيات وإمكانياتها. كما أن بعض الصحفيين الفلسطينيين بدأوا في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل فردي لتحسين جودة المحتوى الذي يقدمونه، مثل استخدام برمجيات تحليل البيانات أو أدوات تحرير الفيديو والصوت المدعومة بالذكاء الاصطناعي (40).

بشكل عام، يمكن القول إن واقع توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في فلسطين لا يزال في مراحله الأولى، ويحتاج إلى دعم مؤسسي وتمويل مستدام، إضافة إلى زيادة الوعي بأهمية هذه التقنيات لتعزيز جودة وكفاءة العمل الصحفي في ظل المشهد الإعلامي المتغير.

1.6 نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها

34 Marconi, Francesco, Alex Siegman, and Machine Journalist. *The Future of Augmented Journalism: A Guide for Newsrooms in the Age of Smart Machines*. New York: Associated, 2017, p. 15.

35 Thurman. "Computer Journalism." In *Journalism Studies Guide*, edited by Karen Wall Jorgensen and Thomas Hannitz, p. 6.

36 فرجاني، علي. (2021). *التقنيات الرقمية وتطبيقاتها في الإعلام: الذكاء الاصطناعي وإدارة المحتوى*. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 138-139.

37 إبراهيم العكة، أستاذ بجامعة النجاح متخصص في الإعلام الحديث والذكاء الاصطناعي، مقابلة شخصية أجراها أحمد كريم، 20 يناير 2022.

38 يوسف الشيخ، أستاذ بكلية الإعلام جامعة القدس والبيرة، متخصص في الإعلام الحديث، مقابلة عبر تطبيق واتساب أجراها أحمد كريم، 21 يناير 2022.

39 غسان حرب، عميد كلية الإعلام في جامعة الأقصى، مقابلة عبر تطبيق واتساب أجراها أحمد كريم، 22 يناير 2022.

40 عدنان أبو عصب، أستاذ مساعد في الجامعة العربية المفتوحة - فلسطين، متخصص في علوم الكمبيوتر والتكنولوجيا، مقابلة عبر تطبيق واتساب أجراها أحمد كريم، 16 يناير 2022.

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، لأنها تستهدف وصف موضوع معين كما هو في الواقع الحالي من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع بما فيها من متغيرات وعناصر وعلاقات ومؤثرات وذلك باستخدام المنهج العلمي في إجراءات البحث كافة⁽⁴¹⁾، إذ تستهدف توصيف تصورات النخبة الإعلامية مجتمع الدراسة واتجاهاتهم نحو توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي بغرف التحرير بالبيئة الصحفية الفلسطينية.

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، ويعد أنسب المناهج المستخدمة في البحوث الوصفية والبحوث الأكثر استخداماً في مجال الدراسات الإعلامية، فالمنهج المسحي هو الطرق والإجراءات والأدوات التي تستخدم لدراسة الظاهرة أو الموضوع دراسة وصفية تكشف عما فيه من خصائص ومتغيرات وعلاقات من حيث الشدة والاتجاه⁽⁴²⁾.

وفي هذا الإطار تم الاعتماد على أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، ويقصد به "دراسة الجوانب والأساليب الإدارية والتنظيمية التي تتبعها أجهزة الإعلام وإدارته في مختلف المجالات الإعلامية، وذلك بهدف تصوير الواقع التطبيقي الفعلي، والتعرف على الطرق التي تتبعها هذه الأجهزة في ممارسة نشاطاتها المختلفة، باعتبار أن نجاح الجهود الإعلامية يبني أساساً على مدى فعالية الجوانب الإدارية والتنظيمية لها"⁽⁴³⁾.

ويهدف استخدام هذا الأسلوب إلى مسح رؤية وتصورات النخبة الإعلامية بمجال صحافة الذكاء الاصطناعي، والتعرف على آلية توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بالبيئة الصحفية الفلسطينية. حيث تم توظيف صحيفة الاستقصاء: كأداة رئيسية في جمع البيانات من المبحوثين.

1.7 مجتمع الدراسة وعينتها:

• مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة بالنخبة الإعلامية الفلسطينية في مختلف وسائل الإعلام والأكاديميين المختصين، وقد لجأ الباحثون لهذا المجتمع كونه الأكثر معرفة واطلاعاً بصحافة الذكاء الاصطناعي والأقدر على إعطاء نتائج دقيقة.

• عينة الدراسة

تم اختيار عينة عمدية من النخبة الإعلامية متمثلة في كل من أساتذة الإعلام في الجامعات الفلسطينية والنخبة الإعلامية في المؤسسات الصحفية الفلسطينية الذين يعملون في مستويات إدارية عليا، وخاصة في التحرير الصحفي؛ كونه الأنسب لتوزيع صحيفة الاستقصاء. التي بلغ عددها (103).

تم اختيار عينة عمدية من النخبة الإعلامية، متمثلة في كل من أساتذة الإعلام في الجامعات الفلسطينية، إضافة إلى النخبة الإعلامية في المؤسسات الصحفية الفلسطينية، الذين يشغلون مناصب إدارية عليا، وخاصة في مجال التحرير الصحفي؛ إذ إن هذا الاختيار يستند إلى معايير علمية تضمن تمثيلاً مناسباً للفئة المستهدفة، كما أن اختيار العينة بهذه الطريقة ينسجم مع الأسس المنهجية المتبعة في تصميم العينات البحثية، التي يؤكد عليها دانييل⁽⁴⁴⁾.

وقد بلغ عدد أفراد العينة (103) مشاركاً، تم تحديدهم وفق معايير دقيقة، أهمها:

وقد تم اختيار العينة وفقاً لعدة مبررات، وهي:

- المتوقع أن تكون الأكثر دراية ومعرفة باستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية.

41 عبد العزيز بركات، *مناهج البحث الإعلامي*، ط1 (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2012)، 56.

42 عبد العزيز بركات، *مناهج البحث الإعلامي*، ط1 (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2012)، 37.

43 محمد عبد الحميد، *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، 158.

44 جوني دانييل، *أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية: مبادئ توجيهية عملية لإجراء اختيارات العينة البحثية*، ترجمة طارق عطية عبد الرحمن، مراجعة محمد بن إبراهيم عقيل (الرياض: معهد الإدارة العامة، 2015)، 131-138.

- تعكس تلك النخبة أنماطاً مختلفة للأفكار والآراء والآلية التحريرية، وتنوع معرفتهم في غرف الأخبار على المستويين التحريري والإداري.
 - تبنيهم لمفهوم غرف الأخبار الحديثة، عبر توظيف أنظمة إدارة المحتوى وشبكات التواصل الاجتماعي بكل مراحل الإنتاج الصحفي. وهو ما يتماشى مع الاتجاهات الحديثة في المجال (45).
 - يتبنى البعض منهم سياسة تحريرية معلنه للجمهور ترسيخاً لمبادئ استقلالية الوسيلة، وحق الجمهور في مساءلة وسائل الإعلام.
- السمات الشخصية العامة:**
- تستهدف الدراسة في هذا القسم الإجابة عن التساؤلات الخاصة بالسمات الشخصية لعينة الدراسة والتي تتعلق بـ (النوع، العمر، التخصص، المؤهل العلمي، مجال العمل الإعلامي).
- أ- النوع الاجتماعي:**

الجدول (1): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	(ك)	النسبة المئوية
ذكر	87	84.5
أنثى	16	15.5
المجموع	103	% 100

تظهر بيانات الجدول السابق أن غالبية النخبة الإعلامية عينة الدراسة من الذكور؛ حيث بلغ عدد الذكور 87 بما نسبته 84.5% من عينة الدراسة، فيما بلغ عدد الإناث 16 بنسبة 15.5% من أفراد العينة. وهذه النسبة تأتي في إطارها الطبيعي فهي تماشي المجتمع الكلي للنخبة الإعلامية الفلسطينية؛ حيث يغلب عليها نسبة الذكور.

ب- العمر:

الجدول (2): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

العمر	(ك)	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	9	8.7
من 30-أقل من 40 سنة	49	47.6
من 40-أقل من 50 سنة	33	32.0
50 سنة فأكثر	12	11.7
المجموع	103	% 100

تظهر نتائج الجدول السابق أن نسبة الأفراد من سن (30 إلى أقل من 40 سنة) تصدروا المرتبة الأولى فقد حصلوا على نسبة (32.5%)، بينما جاء في المرتبة الثانية أفراد العينة من سن (40 إلى أقل من 50 سنة) بنسبة (32%)، وتبعهم بفارق كبير نسبياً الذين تزيد أعمارهم عن 50 سنة فأكثر بنسبة (11.7%) حيث جاء بالمرتبة الثالثة، وتبعهم بفارق ضئيل الذين تقل أعمارهم عن 30 سنة بنسبة (8.7%) حيث جاء بالمرتبة الرابعة والأخيرة.

ويمكن القول أن معظم عينة الدراسة تنتمي إلى المرحلة العمرية من 30 إلى أقل من 50 عامًا بنسبة (79.6%)، وهي تأتي في إطارها الطبيعي كوننا نتحدث عن نخبة إعلامية ممارسة للعمل الصحفي، والأكاديمي لسنوات عدة حتى اكتسبت الخبرة، وأصبح يطلق عليها مصطلح النخبة الإعلامية.

ت- التخصص:

الجدول (3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التخصص

التخصص	(ك)	النسبة المئوية
--------	-----	----------------

45 إبراهيم حسن المرسي التوام، "الاتجاهات الحديثة في بحوث تحرير المواقع الإخبارية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع. 77، ج 3 (أكتوبر 2021): 391-456.

النسبة المئوية	(ك)	التخصص
68.0	70	صحافة وإعلام
10.7	11	إعلام رقمي
9.7	10	إذاعة وتلفزيون
2.9	3	وسائط متعددة
2.9	3	لغة عربية
1.9	2	لغة إنجليزية
1.9	2	علوم طبيعية
1.9	2	أخرى
% 100	103	المجموع

تظهر نتائج الجدول السابق أن تخصص غالبية عينة الدراسة تمثل في تخصص (صحافة وإعلام) حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 70%، تلاه في المرتبة الثانية تخصص (إعلام رقمي) بنسبة (10.7%)، تلاه في المرتبة الثالثة (إذاعة وتلفزيون) بنسبة (9.7%)، تلاه في المرتبة الرابعة تخصص (وسائط متعددة)، و(لغة عربية)، بنسبة (2.9%) لكل واحد منهما، تلاهما في المرتبة الخامسة والأخيرة تخصص (لغة إنجليزية)، و(علوم طبيعية)، وفئة (أخرى) بنسبة (1.9%) لكل واحدة منها. وهذه النتيجة طبيعية كون الصحافة يعد المجال الأوسع الذي يشمل مجالات الإعلام كافة وهو يعد الأساس التي تنفرع منه باقي المجالات الإعلامية الأخرى، ونحن نتحدث في هذه الدراسة عن نخبة إعلامية ممارسة للعمل الإعلامي والأكاديمي ولا نتحدث عن نخبة مجتمعية من نوع آخر بعيدة عن مجال الصحافة والإعلام.

ث- المؤهل العلمي:

الجدول (4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية	(ك)	المؤهل العلمي
63.1	65	دراسات عليا
33.0	34	بكالوريوس
3.9	4	دبلوم متوسط
% 100	103	المجموع

تظهر نتائج الجدول السابق أن غالبية أفراد عينة الدراسة من الحاصلين على دراسات عليا بنسبة (63.1%) حيث جاءت بالمرتبة الأولى من ضمن المؤهلات العلمية الخاصة بعينة الدراسة، تلاها بالمرتبة الثانية (البكالوريوس) بنسبة (33%)، تلاها بالمرتبة الثالثة (دبلوم متوسط) بنسبة (3.9%).

ويرى الباحثون أن يُمثل المؤهل العلمي درجة (الدراسات العليا) النسبة الأكبر ضمن تخصصات عينة الدراسة التي تمثل النخبة الإعلامية أمر طبيعي جداً فالنخبة الإعلامية هي الفئة الأكثر خبرة، والأكثر معرفة، وتعمقاً في المجالات الصحفية عن الصحفيين العاديين، وهذا يستوجب الحصول على درجات علمية عالية.

ج- مجال العمل الإعلامي:

الجدول (5): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مجال العمل الإعلامي

النسبة المئوية %	التكرار	مجال العمل الإعلامي
8.7	9	رئيس تحرير
4.9	5	مدير تحرير
15.5	16	رئيس قسم
24.3	25	أكاديمي
28.2	29	محرر

النسبة المئوية %	التكرار	مجال العمل الإعلامي
18.4	19	أخرى
% 100	103	المجموع

تظهر نتائج الجدول السابق أن معظم عينة الدراسة يعملون في (التحرير الصحفي) بنسبة (28.2%) حيث جاء بالمرتبة الأولى، تلاه المجال (الأكاديمي) بالمرتبة الثانية بنسبة (24.3%)، تلاه في المرتبة الثالثة مجالات (أخرى) بنسبة (18.4%)، تلاه في المرتبة الرابعة مجال (رئيس قسم) بنسبة (15.5%)، تلاه في المرتبة الخامسة مجال (رئيس تحرير) بنسبة (8.7%)، تلاه في المرتبة السادسة والأخيرة مجال (مدير تحرير)، بنسبة (4.9%).

ويرى الباحثون أن يشكل مجال (التحرير الصحفي) أكثر مجالات عمل عينة الدراسة شيء جيد ويحقق للدراسة نتائج أفضل كونها تهتم في التعرف على تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، كما أن يأتي المجال الأكاديمي في المرتبة الثانية يعطي إشارة واضحة إلى أن غالبية النخبة الإعلامية يمارسون العمل الأكاديمي إلى جانب عملهم في مجالات إعلامية أخرى.

1.8 إجراءات الصدق والثبات

أ- إجراءات الصدق

يعني صدق أداة الدراسة أن الأداة تقيس ما وضعت لقياسه، ويقصد به شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، وضوح فقراتها، ومفرداتها، بحث تكون مفهومة لكل من يستخدمها (46).

وتم التحقق من صدق الاستبانة من خلال الآتي:

• الصدق من وجهة نظر المحكمين (الصدق الظاهري):

تم عرض الاستبانة على عدد (10) من المحكمين من أصحاب الخبرة والاختصاص، من أجل التحقق من سلامة الصياغة اللغوية للاستبانة، ووضوح تعليمات الاستبانة، وانتماء المحاور والفقرات، ومدى صلاحية الاستبانة لقياس الأهداف المرتبطة بهذه الدراسة، وبذلك تم التحقق من صدق الاستبانة من وجهة نظر المحكمين.

• صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب صدق الاتساق الداخلي من خلال إيجاد معاملات ارتباط بيرسون لأسئلة المقياس خماسي التدرج، كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (7): صدق الاتساق الداخلي لأسئلة المقياس خماسي التدرج

م	الفقرة	معامل الارتباط	قيمة "Sig"	الدالة
1	درجة إدراك النخبة الإعلامية الفلسطينية لأهمية توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي	0.626	0.000	دالة
2	مدى جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي	0.756	0.000	دالة

يتبين من الجدول السابق أن قيم مستوى الدلالة أقل من (0.05)، أي جميع أسئلة المقياس خماسي التدرج تتمتع بمعاملات صدق دالة إحصائية، وتفي بأغراض الدراسة.

ب- ثبات أداة الدراسة (الاستبانة):

يعني ثبات أداة الدراسة أن الأداة تعطي نفس النتائج تقريباً لو طبقت مرة أخرى على نفس المجموعة من الأفراد، أي أن النتائج لا تتغير، وتم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال الآتي:

46 محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، 192.

• الثبات باستخدام معادلة ألفا كرونباخ:

تم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال حساب معامل الارتباط باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (8): معامل الارتباط باستخدام معادلة ألفا كرونباخ

المحور	معامل الارتباط
أسئلة المقياس خماسي التدرج	0.814

يتبين من الجدول السابق أن معامل الارتباط هو معامل ثبات دال إحصائياً، وفي الأغراض الدراسة.

• الثبات بطريقة التجزئة النصفية:

تم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال حساب معامل الارتباط بطريقة التجزئة النصفية، كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (9): معامل الارتباط بطريقة التجزئة النصفية

المحور	معامل الارتباط	
	قبل التعديل	بعد التعديل
أسئلة المقياس خماسي التدرج	0.423	0.594

يتبين من الجدول السابق أن معامل الارتباط هو معامل ثبات دال إحصائياً، وفي الأغراض الدراسة.

1.9 النتائج

يتطرق هذا الجزء لعرض نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بتقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لفرص توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي والتي كانت كالآتي:

إدراك النخبة الإعلامية الفلسطينية لأهمية صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير

الجدول (10): درجة إدراك النخبة الإعلامية الفلسطينية لأهمية توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

الاستجابة	ك (ن = 103)	النسبة المئوية
كبيرة جداً	40	38.8
كبيرة	35	34.0
متوسطة	24	23.3
ضعيفة	4	3.9
ضعيفة جداً	0	0.0
المتوسط الحسابي		4.078
الانحراف المعياري		0.882
الوزن النسبي		% 81.560

يتبين من الجدول السابق أن:

يرى نسبة (38.8%) من النخبة الإعلامية الفلسطينية أن درجة إدراك النخبة الإعلامية الفلسطينية لأهمية توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي (كبيرة جداً) حيث جاءت بالمرتبة الأولى، بينما جاءت بالمرتبة الثانية بدرجة (كبيرة) بنسبة (34.0%)، في حين جاءت بالمرتبة الثالثة بدرجة (متوسطة) بنسبة (23.3%)، ثم جاءت بدرجة (ضعيفة) بالمرتبة الرابعة بنسبة (3.9%)، فيما لم تحظ درجة (ضعيفة جداً) على أي نسبة.

وتبين أن درجة إدراك النخبة الإعلامية الفلسطينية لأهمية توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي جاءت بوزن نسبي (81.560%)، وهي بدرجة موافقة (كبيرة). ويرى الباحثون أن هذه النسب تأتي في إطارها الطبيعي؛ كون عينة الدراسة تتمثل في النخبة الإعلامية الفلسطينية وليست من الصحفيين العاديين، والنخبة الإعلامية سواء أكاديميين أم صحفيين هم ذوي خبرة واسعة، وممارسين للعمل الصحفي، ويمتلكون القدرة والمعرفة الكافية لإعطاء صورة واضحة عن أهمية توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي. وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (47)، أن 80.7% من الصحفيين والقيادات عينة الدراسة لديهم درجة إدراك كافية بتقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار. وتختلف مع دراسة (48)، التي توصلت إلى أن غالبية الصحفيين عينة الدراسة كانت درجة إدراكهم بصحافة الروبوت متوسطاً بنسبة 67.5%، مقابل 17% كانت درجة إدراكهم مرتفعة.

1.9.1 متطلبات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في تدعيم المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال التحرير الصحفي

الجدول (11): متطلبات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في تدعيم المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال التحرير الصحفي

الاستجابة	ك (ن = 103)	النسبة المئوية
توفير تقنيات البحث اللازمة لتزويد المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال العملية التحريرية	81	78.6
توفير أرشيف إلكتروني لتدعيم تقنيات الذكاء الاصطناعي بالثراء المعلوماتي خلال العملية التحريرية	72	69.9
توفير وتدريب العناصر البشرية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعملية التحريرية	59	57.3
توفير قواعد بيانات لتدعيم تقنيات الذكاء الاصطناعي بالثراء المعلوماتي خلال العملية التحريرية	59	57.3
توفير الأجهزة والبرامج والتطبيقات التي تطلبها صحافة الذكاء الاصطناعي	54	52.4
توفير الميزانيات والأجهزة المخصصة التي تطلبها صحافة الذكاء الاصطناعي	50	48.5
توفير تقنيات لربط المضامين الصحفية بموضوعات ذات صلة بالمادة الصحفية خلال العملية التحريرية	42	40.8

يتبين من الجدول السابق أن:

نسبة (78.6%) من النخبة الإعلامية الفلسطينية يرون أن من أهم متطلبات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في تدعيم المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال التحرير الصحفي هي (توفير تقنيات البحث اللازمة لتزويد المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال العملية التحريرية) حيث جاءت بالمرتبة الأولى، بينما جاءت بالمرتبة الثانية (توفير أرشيف إلكتروني لتدعيم تقنيات الذكاء الاصطناعي بالثراء المعلوماتي خلال العملية التحريرية) بنسبة (69.9%)، في حين جاءت بالمرتبة الثالثة (توفير وتدريب العناصر البشرية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعملية التحريرية) بنسبة

47 عبد الفتاح موسى، وأحمد عيسى، "اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* 19، ع1 (2020): 66-1.

48 محمد جمال بدوي، "آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة على موقع القاهرة 24 الإخباري"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع72 (2021).

(57.3%)، ثم جاءت بالمرتبة الرابعة (توفير قواعد بيانات لتدعيم تقنيات الذكاء الاصطناعي بالثراء المعلوماتي خلال العملية التحريرية) بنسبة (57.3%)، فيما جاءت المرتبة الخامسة (توفير الأجهزة والبرامج والتطبيقات التي تطلبها صحافة الذكاء الاصطناعي) بنسبة (52.4%)، ثم جاءت بالمرتبة السادسة (توفير الميزانيات والأجهزة المخصصة التي تطلبها صحافة الذكاء الاصطناعي) بنسبة (48.5%)، تلاها بالمرتبة السابعة والأخيرة (توفير تقنيات لربط المضامين الصحفية بموضوعات ذات صلة بالمادة الصحفية خلال العملية التحريرية) بنسبة (40.8%).

ويرى الباحثون أن تلك النسب تأتي في إطارها الطبيعي؛ لأن تدعيم المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال التحرير الصحفي تتطلب بشكل أساسي توفير تقنيات البحث اللازمة، وتوفير أرشيف إلكتروني لتدعيمها، بما يعزز قدرة المعلومات على تغيير فهم وإدراك الجمهور لقضية معينة خلال فترة زمنية قصيرة؛ وتُعدّ "العمليات الاتصالية التي يمكن أن توضح القضايا أو تزيل الغموض المتعلق بها في وقت قصير أنها ثرية بالمعلومات (49).

وتتفق في ذلك مع دراسة (الزعنون 2021)، التي توصلت إلى أن أدوات البحث الآلي كانت في مقدمة متطلبات تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

وتختلف في ذلك مع دراسة (بدوي 2021)، التي توصلت إلى أن "وجود توجهات حقيقة من المؤسسات الصحفية لتبني التقنيات الحديثة" في مقدمة متطلبات تطبيق ونجاح صحافة الروبوت. كما تختلف في ذلك مع دراسة (الخولي 2021)، التي توصلت إلى أن "حضور دورات تدريبية للتدريب على توظيف التقنيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي" تأتي في مقدمة متطلبات تطوير المضامين الصحفية باستخدام تلك التقنيات.

1.8.3 درجة جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

الجدول (12): درجة جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

الاستجابة	ك (ن = 103)	النسبة المئوية
كبيرة جدا	8	7.8
كبيرة	12	11.7
متوسطة	35	34.0
ضعيفة	29	28.2
ضعيفة جدا	19	18.4
المتوسط الحسابي	2.621	
الانحراف المعياري	1.147	
الوزن النسبي	45.220 %	

يتبين من الجدول السابق أن:

نسبة (34%) من النخبة الإعلامية الفلسطينية يرون أن جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بدرجة (متوسطة) حيث جاءت بالمرتبة الأولى، بينما جاءت بالمرتبة الثانية بدرجة (ضعيفة) بنسبة (28.2%)، في حين جاءت بالمرتبة الثالثة بدرجة (ضعيفة جداً) بنسبة (18.4%)، ثم جاءت بالمرتبة الرابعة بدرجة (كبيرة) بنسبة (11.7%)، ثم جاءت بالمرتبة الخامسة والأخيرة بدرجة (كبيرة جداً) بنسبة (7.8%). وبشكل عام فإن درجة جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي جاءت بوزن نسبي (45.220 %)، وهي بدرجة موافقة (ضعيفة).

49 سحر الخولي، "اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي: دراسة ميدانية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع72 (2020): 101-173.

ويرى الباحثون أن جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي فعلاً ضعيفة، وهذا ما يؤكد العديد من المختصين في هذا المجال، حيث يرى "حرب" أن واقع صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية لا زال في مراحله الأولى، ويمكن إرجاع ذلك إلى عدم قدرة الإعلام الفلسطيني عموماً على مجاراة التقنيات المتطورة بشكل متسارع في مجال التحول إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي لاعتبارات اقتصادية تتعلق بضعف التمويل والاستثمارات (50).

ويتفق مع رأيه "العكة" الذي جزم بأن هذا النوع من الصحافة غير معروف فعلياً بأغلب المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، ولا يوجد مصادر كافية لتطبيقه، كما أنه لا يوجد خطط إعلامية فلسطينية تتبنى هذه الصحافة (51).

ويتفق معهم "عوض" الذي يرى أن واقع صحافة الذكاء الاصطناعي في فلسطين قد تكون غير موجودة أو معدومة، لعدم وجود معرفة كافية لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية بالتقنيات التي توفرها صحافة الذكاء الاصطناعي في مجالات الصحافة والإعلام؛ كتقنيات التنقيب عن البيانات، واستخراجها، وتدقيقها، وإنتاج الرسومات البيانية، وفرز الأخبار الصحفية باستخدام تقنيات تعلم الآلة، وتقنيات معالجة اللغات الطبيعية من جانبي البناء (52).

1.8.4 التأثيرات الإيجابية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

الجدول (13): التأثيرات الإيجابية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

الاستجابة	ك(ن=103)	النسبة المئوية
تقليل الوقت والجهد والنفقات في إنجاز الأعمال	78	75.7
تطوير الفنون الصحفية	63	61.2
يساعد في إنتاج محتوى متنوع ذا جودة عالية ومناسب لاهتمام الجمهور	54	52.4
تحليل البيانات الضخمة واتخاذ القرارات	51	49.5
تساعد تلك التقنيات المحرر الصحفي على مواكبة التطور في بيئة الإعلام الرقمي	49	47.6
تسريع وتبسيط عملية البحث وتوفير التحقق من الحقائق بسرعة ودقة	47	45.6
تعمل على تغيير أدوار المحررين الصحفيين وتفرغهم لمهام إبداعية وتبعدهم عن الروتين	44	42.7
تخلق بيئة عمل أكثر راحة للمحرر الصحفي	44	42.7
توفير وسائل أسهل للتواصل	39	37.9
تحقيق مصداقية أعلى للأخبار لعدم تدخل العنصر البشري	32	31.1
التعامل مع الحالات المعقدة وحل المشاكل	22	21.4

يتبين من الجدول السابق أن:

يرى نسبة (75.7%) من النخبة الإعلامية الفلسطينية أن أهم التأثيرات الإيجابية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي هي (تقليل الوقت والجهد والنفقات في إنجاز الأعمال) حيث جاءت بالمرتبة الأولى، بينما جاءت بالمرتبة الثانية (تطوير الفنون الصحفية) بنسبة (61.2%)، في حين جاء بالمرتبة الثالثة (يساعد في إنتاج محتوى متنوع ذا جودة عالية ومناسب لاهتمام الجمهور) بنسبة (52.4%)، ثم جاء بالمرتبة الرابعة (تحليل البيانات الضخمة واتخاذ

50 غسان حرب، عميد كلية الإعلام في جامعة الأقصى، مقابلة عبر تطبيق واتساب أجراها أحمد كريم، 22 يناير 2022.
51 إبراهيم العكة، أستاذ بجامعة النجاح متخصص في الإعلام الحديث والذكاء الاصطناعي، مقابلة شخصية أجراها أحمد كريم، 20 يناير 2022.
52 محمد عوض (عميد البحث العلمي في الجامعة العربية الأمريكية)، مقابلة مع أحمد كريم، 25 يناير 2022، عبر الاتصال الهاتفي.

القرارات) بنسبة (49.5%)، فيما جاء بالمرتبة الخامسة (تساعد تلك التقنيات المحرر الصحفي على مواكبة التطور في بيئة الإعلام الرقمي) بنسبة (47.6%)، تلتها بالمرتبة السادسة (تسريع وتبسيط عملية البحث وتوفير التحقق من الحقائق بسرعة ودقة) بنسبة (45.6%)، ثم جاء بالمرتبة السابعة (تعمل على تغيير أدوار المحررين الصحفيين وتفرغهم لمهام إبداعية وتبعدهم عن الروتين) بنسبة (42.7%)، وجاء بالمرتبة الثامنة (تخلق بيئة عمل أكثر راحة للمحرر الصحفي) بنسبة (42.7%)، ثم جاء بالمرتبة التاسعة (توفير وسائل أسهل للتواصل) بنسبة (37.9%)، تلاه بالمرتبة العاشرة (تحقيق مصداقية أعلى للأخبار لعدم تدخل العنصر البشري) بنسبة (31.1%)، وأخيراً (التعامل مع الحالات المعقدة وحل المشاكل) بنسبة (21.4%).

ويرى الباحثون أن الأدوات التي توفرها صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير تتميز بسرعتها في إنتاج القصص الإخبارية مما يقلل الجهد والنفقات.

وتتفق في ذلك مع دراسة (53)، التي توصلت إلى أن من أهم الجوانب الإيجابية الناتجة عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي كانت إنجاز الأعمال بدقة أكثر ومدة زمنية أقصر. وتتفق مع دراسة (54)، التي توصلت إلى أن السرعة في الوصول للأخبار ونقلها في مقدمة التأثيرات الإيجابية التي أضافتها صحافة الروبوت لموقع القاهرة 24 الإخباري بعد تطبيقها.

وتختلف مع دراسة (55)، التي توصلت إلى أن تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي ستسهم في تقديم خدمات إخبارية سريعة ودقيقة جاءت في المرتبة الرابعة من حيث التأثيرات الإيجابية لتلك التطبيقات في العمل الصحفي.

1.8.5 التأثيرات السلبية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العملية التحريرية

الجدول (14): التأثيرات السلبية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العملية التحريرية

الاستجابة	ك (ن = 103)	النسبة المئوية
تؤدي لتقليص المحررين الصحفيين من البشر	69	67.0
التأثير على الفنون الصحفية التقليدية	48	46.6
التعرض لعمليات الاختراق والهacker، ما يعطل العمل	47	45.6
فقدان التواصل البشري وزيادة العزلة الاجتماعية	46	44.7
إساءة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختراق خصوصية البشر وتهديد بياناتهم	42	40.8
تراجع ثقة القارئ بالمحتوى الإخباري الآلي	36	35.0
تجاوز حقوق النشر والمسؤولية القانونية عن المحتوى غير الدقيق	35	34.0
تكلفة مادية مرتفعة	34	33.0
استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي للإجابة على استفسارات الجمهور أمراً محفوفاً بالمخاطر	32	31.1
أخرى	1	0.1
كثرة الأخطاء غير المقصودة لاعتمادها على الحاسوب	1	0.1

يتبين من الجدول السابق أن:

53 إسماعيل موسى محمد الزعنون، اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2021).

54 محمد جمال بدوي، "آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة على موقع القاهرة 24 الإخباري"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع72 (2021).

55 عمرو محمد محمود عبد الحميد، "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بالمصداقية لدى الجمهور المصري: دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ج5، ع55 (2020): 2797-2860.

يرى نسبة (67.0%) من النخبة الإعلامية الفلسطينية أن أهم التأثيرات السلبية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العملية التحريرية هي (تؤدي لتقليص المحررين الصحفيين من البشر) حيث جاءت بالمرتبة الأولى، بينما جاء بالمرتبة الثانية (التأثير على الفنون الصحفية التقليدية) بنسبة (46.6%)، في حين جاء بالمرتبة الثالثة (التعرض لعمليات الاختراق والهكر، ما يعطل العمل) بنسبة (45.6%)، ثم جاء بالمرتبة الرابعة (فقدان التواصل البشري وزيادة العزلة الاجتماعية) بنسبة (44.7%)، فيما جاء بالمرتبة الخامسة (إساءة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اختراق خصوصية البشر وتهديد بياناتهم) بنسبة (40.8%)، تلاه بالمرتبة السادسة (تراجع ثقة القارئ بالمحتوى الإخباري الآلي) بنسبة (35.0%)، تلاه بالمرتبة السابعة (تجاوز حقوق النشر والمسؤولية القانونية عن المحتوى غير الدقيق) بنسبة (34.0%)، تلاه بالمرتبة الثامنة (تكلفة مادية مرتفعة) بنسبة (33.0%)، تلاه بالمرتبة التاسعة (استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي للإجابة على استفسارات الجمهور امراً محفوفاً بالمخاطر) بنسبة (31.1%)، تلاه بالمرتبة العاشرة (أنه تطور مفرط في التكنولوجيا في مجال الصحافة) بنسبة (0.1%)، تلاه بالمرتبة الحادي عشر والأخيرة (كثرة الأخطاء غير المقصودة لاعتمادها على الحاسوب) بنسبة (0.1%).

ويرى الباحثون أن تقليص المحررين الصحفيين من البشر كأحد أهم التأثيرات السلبية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العملية التحريرية يعود إلى أن تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي تعمل وفق خوارزميات بشكل آلي مما يقلل الحاجة إلى التدخل البشري، والتأثير على الفنون الصحفية التقليدية وما يقتضيه ذلك ظهور أساليب جديدة في الكتابة متناغمة مع التواصل عبر الشاشات المرتبطة بالإنترنت والويب.

وتختلف في ذلك مع دراسة (56)، التي توصلت إلى أن أهم التأثيرات السلبية لاستخدام تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي تتمثل في الخشية من أن تخرج تلك التقنيات عن نطاق السيطرة وتتعطل. وتختلف كذلك مع دراسة (57)، التي توصلت إلى أن أهم التأثيرات السلبية لتبني غرف الأخبار تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثلت في احتمالية تلاعب المبرمجين بالمحتوى المؤتمت وإضفاء الطابع الشخصي عليه وفقاً لمصالحهم.

1.10 ملخص عام النتائج

- يرى (78.6%) من النخبة الإعلامية الفلسطينية أن من أهم متطلبات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في تدعيم المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال التحرير الصحفي هي: (توفير تقنيات البحث اللازمة لتزويد المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي خلال العملية التحريرية) إذ جاءت في المرتبة الأولى، بينما جاءت بالمرتبة الثانية (توفير أرشيف إلكتروني لتدعيم تقنيات الذكاء الاصطناعي بالثراء المعلوماتي خلال العملية التحريرية) بنسبة (69.9%).
- لفت (34%) من النخبة الإعلامية الفلسطينية إلى أن جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بدرجة (متوسطة) حيث جاءت بالمرتبة الأولى، بينما جاءت بالمرتبة الثانية بدرجة (ضعيفة) بنسبة (28.2%).
- تبين أن درجة جهوزية المؤسسات الصحفية الفلسطينية لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي جاءت بوزن نسبي (45.220%)، وهي بدرجة موافقة (ضعيفة).
- جاء (تقليل الوقت والجهد والنفقات في إنجاز الأعمال) في مقدمة التأثيرات الإيجابية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من وجهة نظر النخبة الإعلامية

56 عمرو محمد محمود عبد الحميد، "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصادقية لدى الجمهور المصري: دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ج5، ع55 (2020): 2797-2860.

57 عبد الفتاح موسى، وأحمد عيسى، "اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 19، العدد 1 (2020): 1-66.

الفلسطينية بنسبة (75.7%)، بينما جاء بالمرتبة الثانية (تطوير الفنون الصحفية) بنسبة (61.2%).

- جاء (تؤدي لتقليص المحررين الصحفيين من البشر) في مقدمة التأثيرات السلبية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية بنسبة (67.0%)، بينما جاءت بالمرتبة الثانية (التأثير على الفنون الصحفية التقليدية) بنسبة (46.6%).
- تصدر (عدم توافر الإمكانيات المطلوبة) مقدمة التحديات التي تواجه عملية توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية في فلسطين من وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية بنسبة (83.5%)، بينما جاء بالمرتبة الثانية (قلة الخبرة والتدريب الكافي لدى النخبة الإعلامية الفلسطينية بتقنيات الذكاء الاصطناعي) بنسبة (62.1%).

1.11 التوصيات

- على المؤسسات الصحفية والإعلامية التي توظف تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العملية التحريرية أن توفر تقنيات البحث اللازمة لتزويد المضامين الصحفية بالثراء المعلوماتي، وتوفير أرشيف إلكتروني، وتدريب العناصر البشرية لاستخدام هذه التقنيات بالطريقة المثلى.
- على المؤسسات الصحفية والإعلامية التي تسعى لتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في عملها الصحفي أن توفر الإمكانيات اللازمة لهذا النوع الجديد من الصحافة وأن تدرب جيلاً جديداً من الصحفيين للتعامل معها.
- توصي المؤسسات التعليمية الفلسطينية بضرورة الاستفادة من خطوات التصميم المستقبلي لصحافة الذكاء الاصطناعي وإدراجها في مقررات كليات وأقسام الإعلام لما لها من تأثير إيجابي على مستقبل الصحافة.
- الاهتمام بإدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل المطلوب في المؤسسات الصحفية الفلسطينية على اختلاف طبيعة سياستها التحريرية والاعتماد عليها في جمع وتحرير الأخبار وإخراجها بالشكل المناسب.

REFERENCES

- Abdel Halim, M. M. M. (2020). *Ictus styli nuntiandi fabulam nuntiandi utentes infographicis in evolutione cogitationis visualis pro pueris audientibus incompositis*. Acta Mediae Investigationis.
- Abdel Hamid, A. M. M. (2020). *Acceptatio intelligentiae artificialis adhibitis mediis studentibus in Aegypto et UAE eorumque ictum in futurum curriculum: Studium intra exemplar acceptationis technologiae*. Acta Aegyptiacae Publicae Opinionis Investigationis, 19(2), 341-409.
- Abdel Hamid, A. M. M. (2020). *Artes intelligentiae artificiales adhibens in instrumentorum instrumentorum productione et eius relatione ad fidem publicam Aegyptiorum: Studium campum*. Acta Mediae Investigationis, Al-Azhar University, 5.
- Abdel-Meguid, L., & Al-Din, M. (2004). *Press editing for newspapers and magazines* (1st ed.). Al-Sahab Publishing and Distribution.
- Abdel-Moati, H. Y. A. (2021). *Munus intellegentiae artificialis in campo diurnariis in discriminibus et calamitatibus: Studium prospiciens*. Acta Mediae Investigationis, 56(4), 1831-1880. Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication.
- Abdel-Zahir, M. (2019). *AI journalism: The fourth industrial revolution and media restructuring* (1st ed.). Badil Publishing and Distribution.
- Abdul Ghaffar, W. J. D. (2020). *Habitus diurnariorum Aegyptiorum ad methodos edendi diurnarius evolutionis in aegyptiorum electronicarum nuntiorum situ: Studium campum*. Acta Mediae Investigationis, 54(7).
- Abdul Hamid, M. (2000). *Scientific Research in Media Studies* (1st ed.). Cairo: Orbis Libri.
- Abdul Latif, M. R. A. (2020). *Integrationem mediorum ad edendum contenta in ephemeride Aegyptia: Studium quoddam campum de specimen eorum qui communicationis curam habent sub lumine theoriae transformationis digitalis*. Acta Mediae Research, 55(1).
- Abdulaziz, B. (2012). *Media Research Methodi* (1st ed.). Cairo: Dar Al-Kitab Al-Hadith.
- Abu Asabeh, A. (2022, January 16). Assistant professor at the Arab Open University – Palestine, specializing in computer science and AI [Interview]. Conducted by A. Karim via WhatsApp.
- Al-Akka, I. (2022, January 20). Professor at An-Najah University, specializing in modern media and AI's relation to journalism [Interview]. Conducted by A. Karim via mobile phone.
- Al-Badri, R. M. (2021). *AI journalism* (1st ed.). Al-Nokhba for Printing, Publishing, and Research.
- Al-Bayati, Y. K. (2018). *The Future of Artificial Intelligence in Media*. Azza-man Journal. Retrieved on 01/10/2021, from <https://www.azzaman.com>.
- Al-Mazahra, M. H. (2012). *Theoremata Communicationis* (1st ed.). Amman: Dar Al Masirah.
- Al-Sheikh, Y. (2022, January 21). Professor at the Faculty of Media, Al-Quds University, specializing in modern media [Interview]. Conducted by A. Karim via WhatsApp.
- Al-Tawam, I. H. (2021). Modern trends in research on editing news websites. *The Egyptian Journal of Media Research*, 77(3), 391–456.

- Al-Za'noun, I. M. M. (2021). *Habitus eorum qui communicant in instrumentis Arabicis Institutis ad adhibendum intelligentiam artificialem in opere diurnario eiusque impulsus in fidem et professionalism: Studium campum* (Master's thesis, Islamic University of Gaza, Palestine).
- Aram, A. M. M. (2021). *Futura diurnariorum in aetate intelligentiae artificialis*.
- Badawi, M. J. (2021). *Mechanismi applicationis et productionis diurnariae robotae in Aegypto ad usum instrumentorum artificialium intelligentiarum: Causa studii in Cairo 24 nuntiorum loco*. *Acta Mediae Investigationis Aegyptiacae*, 72.
- Badran, S. (2020). *Instrumentorum instrumentorum habitus ad televisificas coverage de 2018 comitiis parlamentariis in Regno Bahrain*. *Media Research Acta*, 54(5), 3027-3077. Al-Azhar University.
- Brik, A. M. I. (2020). *Habitus communicatorum ad usum artis intelligentiae artificialis in institutis diurnariis Aegyptiacis et Saudianis: Studium campum*. *Acta Investigationis Mediae*, 2.
- Dagher, M. (2021). *Elite Habitus Ad Securitatem Mediam adhibentes ad Intelligentiam Artificialis Applications in Pugnando Cybercrimis et Repercussionibus in Sustentandis Cybersecuritate Elevandis in Aegypto: A Field Study*. *Arab Acta Mediae et Communicationis Research*, 33.
- Daniel, J. (2015). *Fundamentals of Sampling Selection in Scientific Research: Practical Guidelines for Conducting Research Sample Selection* (T. A. Abdel Rahman, Trans.; M. I. Aqil, Rev.). Riyadh: Institute of Public Administration.
- El Khouli, S. (2020). *Habitus diurnariorum Aegyptiorum de usu intellegentiae artificialis in evolutione contentorum diurnariorum pertinentium ad ubertatem informationem: Studium agri*. *Acta Mediae Investigationis Aegyptiacae*, 72, 101-173.
- Ferjani, A. (2021). *Digital technologies and their applications in media: Artificial intelligence and content management* (1st ed.). The Egyptian Lebanese House.
- Guezlane, S., & Younsi, H. (2024). *Setting the conceptual framework of artificial intelligence*. *Al-Tarad Journal*, 14, 97-105.
- Habib, M. (2014). *Interactive pages of Palestinian daily newspapers* (Unpublished master's thesis). Islamic University of Gaza.
- Harb, G. (2022, January 22). Dean of the Faculty of Media at Al-Aqsa University [Interview]. Conducted by A. Karim via WhatsApp.
- Hussein, S. (2010). *Studies on scientific research methods: Media research* (3rd ed.). Alam Al-Kitab.
- Ibrahim, I. (1998). *Press editing: Between theory and practice* (1st ed.). Al-Fajr Publishing and Distribution.
- Kanaan, A. A. F. (2014). *Electronic journalism in light of the technological revolution* (1st ed.). Al-Yazuri Scientific House.
- Khalifa, I. (1981). *Modern trends in press editing* (2nd ed.). Anglo Egyptian Bookstore.
- Kim, J., Shin, S., Bae, K., Oh, S., Park, E., & del Pobil, A. P. (2020). *Can AI be a content generator? Effects of content generators and information delivery methods on the psychology of content consumers*. *Telematics and Informatics*, 55, 101452.

- M Túñez-Lopez, C., Toural-Bran, C., & Valdiviezo-Abad, C. (2019). *Automation, bots and algorithms in newsmaking: Impact and quality of artificial journalism*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1411-1433.
- Mansour, A. A. M. A. (2021). *The Future of Egyptian Journalism in Light of AI Journalism Technologies During the Next Decade (2021-2030) – A Prospective Study*. *Journal of Media Research*, 58(3).
- Marconi, F., Siegman, A., & Machine Journalist. (2017). *The future of augmented journalism: A guide for newsrooms in the age of smart machines*. Associated Press.
- Mostafa, F. (2015). *Technology of press art* (1st ed.). Osama Publishing House.
- Moussa, A., & Bilal, A. H. (2019). *Artificial Intelligence: A Revolution in Modern Technologies* (1st ed.). Cairo: The Arab Group for Training and Publishing.
- Musa, A. F., & Issa, A. (2020). *Habits of journalists and leaders in using artificial intelligence technologies within Egyptian news institutions: An applied study*. *Egyptian Journal of Public Research*, 19(1), xx–xx.
- Mushaqabah, B. A. R. (2017). *Media theories* (1st ed.). Osama Publishing and Distribution.
- Shafiq, H. (2020). *AI media* (1st ed.). Fikr & Fan Publishing and Distribution.
- Sharaf, A. A. (1987). *Media writing techniques*. Egyptian Book Authority Press.
- Singletree, M., & Stone, G. (1999). (Ahnia & Al-Qahtani, Trans.). *Theories of communication and applied research* (1st ed.). King Fahd National Library.
- Thurman, N. J. (2018). Computer journalism. In K. W. Jorgensen & T. Hannitz (Eds.), *Journalism studies guide* (2nd ed., pp. xx–xx). Routledge.
- Ufarte Ruiz, M. J., & Manfredi Sánchez, J. L. (2019). *Algorithms and bots applied to journalism: The case of Narrativa Inteligencia Artificial: Structure, production and informative quality*. *Doxa Comunicación*, 29.
- Wu, Y. (2019). *Is Automated Journalistic Writing Less Biased? An Experimental Test of Auto-Written and Human-Written News Stories*. School of Communication, University of Miami.