

اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية:

دراسة تحليلية على عينة من الصحفيين السعوديين

هشام عبد الله الحاج محمد*

تاريخ القبول 2025/01/15

DOI: <https://doi.org/10.47017/33.2.5>

تاريخ الاستلام 2024/09/10

الملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي التحليلي بجوانبه الكمية والنوعية، وبلغ عدد أفراد العينة (38) صحفياً سعودياً من الجنسين يعملون في مجال الصحافة السعودية، وتم أخذ العينة بطريقة الاحتمال العشوائي البسيط، واعتمدت الدراسة بشكل أساسي على أداة الاستبانة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن 63% من أفراد عينة الدراسة لديهم خبرة أكثر من عشر سنوات في مجال العمل الصحفي، كما توصلت الدراسة إلى أن 67.3% من أفراد العينة العاملين في مجال الصحافة السعودية تخرجوا من معاهد وكليات إعلام، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وزيادة الاعتماد عليه مستقبلاً في الصحف السعودية، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي ووجود مشكلات متعددة عند استخدامه في الصحف السعودية.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات، الذكاء الاصطناعي، الصحفيون السعوديون.

المقدمة

أصبح التطور التكنولوجي سمة من سمات هذا العصر وامتد ذلك بطبيعة الحال إلى علم الاتصال والإعلام فقفز قفزات واسعة وعظيمة ومتلاحقة في فترة زمنية وجيزة، وصاحب ذلك أيضاً ثورة في مجال المعلومات حيث تعددت أوعية حفظ المعلومات ونشرها، حتى أصبح أحد سمات هذا العصر، عصر المعلوماتية، كما وصفه كثير من رواد وعلماء الإعلام، وكل ذلك بطبيعة الحال أثرى العملية الإعلامية برمتها، والصحافة كأحد أهم الوسائل الإعلامية وأعرقها على الإطلاق تأثرت تأثراً كبيراً جداً بهذا التطور في تاريخها الطويل حيث بدأت مرحلة الجماهيرية بعد اكتشاف المطبعة التي حولتها إلى وسيلة اتصال جماهيري، ثم مروراً باكتشاف الحاسب الآلي حيث أصبحت تصمم عبر الحاسوب وبرامج التصميم الصحفي، كما أصبحت تطبع رقمياً عبر المطابع الحديثة ورقياً، بالإضافة إلى نسخها الإلكترونية التي يمكن الاطلاع عليها عبر الانترنت، بالإضافة إلى صحافه البيانات.

ومن الطفرات الكبيرة التي لحقت عالم الصحافة الآن والتي نحن بهدف دراستها في هذا البحث هو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، وكما هو معلوم أن استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة لم يعد قاصراً أو محدداً في مجال بسيط ومحدود منها، بل أصبح يستخدم في عملية التصميم والخراج وتحرير وجمع الأخبار والمعلومات والترجمة للغات الأخرى، وتصميم المضمون لجعله ملائماً مع حاجة ومتطلبات كل مستخدم وأيضاً للتفاعل مع الجمهور واستخدامه، وأيضاً في الكلمات الدالة وعلاقتها بمحركات البحث، والعمل على تحويل الأخبار والمعلومات المكتوبة إلى صوتية والعكس، والعمل على جمع المعلومات وتحليلها، بالإضافة إلى العديد من الاستخدامات الأخرى للذكاء الاصطناعي في الصحافة، ولعل هذا ما جعل الباحث مصمماً ومتحمساً لإجراء الدراسة، وسترکز الدراسة البحثية على دراسة اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة السعودية، وإلى أي مدى تحقق النجاح في استخدام الذكاء الاصطناعي في

الصحافة السعودية، إلى جانب السلبيات الناجمة أيضاً من استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة السعودية، وأيضاً ما هي آفاق استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية مستقبلاً، بالإضافة إلى أهم المشكلات التي تقابل استخدام الذكاء الاصطناعي بالصحف السعودية.

مشكلة الدراسة:

شهدت السنوات الأخيرة تطوراً كبيراً في جانب التكنولوجيا المستخدمة في الإعلام والصحافة، ومن هذه التقنيات المستخدمة تقنية الذكاء الاصطناعي، ومن بين تلك الدول التي أصبحت مستخدمة لهذه التقنية المملكة العربية السعودية. تدرس هذه الدراسة على وجه التحديد اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية، وإلى أي مدى نجحت الصحف السعودية في استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي، وما هي آفاق استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في مستقبل الصحافة السعودية، وما هي المشاكل التي تواجه تطبيقها من وجهة نظر عينة من الصحفيين السعوديين؟

أهمية الدراسة:

- تأتي أهمية هذه الدراسة من الاهتمام الكبير بتقنيات الذكاء الاصطناعي كونها تمثل ذروة التطور التقني في العمل الإعلامي بشكل عام والصحافة بشكل خاص.
- حداثة الموضوع وأحقيقته حفزت الباحث لدراسة اتجاهات الصحفيين نحو استعمال هذه التقنيات في المؤسسات الصحفية.
- التوصل لنتائج عملية يستفيد منها الصحفيين السعوديين في واقع الممارسة التطبيقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية
- التوصل إلى توصيات تفيد الصحفيين السعوديين والعاملين في مجال الصحافة السعودية، وتثري استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي السعودي.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على واقع ومستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية.
2. الوقوف على تجربة استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية.
3. تحديد أهم المشكلات التي تقابل استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية.
4. معرفة اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية.

الدراسات السابقة:

تتضمن الدراسات السابقة محورين:

المحور الأول: دراسات تتناول التقنيات والتكنولوجيا المتعلقة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام:

استهدفت دراسة (Abdul Halim, 2024) التعرف على واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، تعد من الدراسات الوصفية، واستخدمت استمارة تحليل المحتوى، وأداة تحليل محتوى البيانات الضخمة، وأخيراً أداة الاستبانة، وذلك من خلال تطبيقها للنظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، كما اعتمدت على المسح الشامل لأفراد العينة من مواقع الصحف العربية. الآتية (الدستور الأردنية، الشرق القطري، القاهرة 24 المصرية) وبلغ حجم الموضوعات 156318 موضوعاً، وخلصت إلى عدد من النتائج، منها أن الأخبار المنشورة بواسطة العنصر البشري جاءت أولاً، وثانياً جاءت الموضوعات التي تم نشرها بواسطة الذكاء الاصطناعي، وتبين أن الموضوعات الاقتصادية في مقدمة الموضوعات التي نشرت بواسطة الذكاء الاصطناعي.

وأما دراسة (Haseeb, 2023) رصدت استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في مكافحة جائحة كورونا وكيفية تحليل صورة الصين من وجهة نظر القيادة والخطاب التعبوي من جانب، وصورتهم في الغرب من جانب آخر، ووضع إطار لکیفیه تعامل المؤسسات الصحفية مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في ضوء التجارب العالمية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واستخدمت أداة تحليل المضمون، كما استخدمت العينة المقصودة، وبلغ حجم العينة 28 فقرة، وأكدت نتائج الدراسة أن هناك اتجاها إيجابيا لدى وسائل الإعلام الرسمية الصينية في تغطيتها لقضية كورونا، حيث وصلت النسبة إلى 39%، كما أثبتت الدراسة أن هنالك علاقة إيجابية بين إيقاف انتشار العدوى وتحسين الصورة الذهنية اتجاه الصين أثناء وبعد انتهاء الجائحة ومدى اعتماد وسائل الاعلام الصينية على هذه البرمجيات.

وهدف دراسة (Al-Bahnasawi, 2023) لاستكشاف توظيف تطبيقات وتقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بموقع منظمة المرأة العربية، وأيضاً هدفت إلى رصد مساهمة تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين عمل مسؤولو الاتصال بالموقع، تعتبر الدراسة وصفية واعتمدت على منهج دراسة الحالة، كما اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة المتعمقة من خلال استمارة المقابلة، تكونت العينة من أربعة مبحوثين كانوا مديري المحتوى على الموقع، وخلصت إلى عدد من النتائج، وهي أن أحد أبرز الأساليب التي يستخدمها الموقع لنشر الأخبار عبر تقنية الذكاء الاصطناعي هو تخصيص الأخبار، وتظهر هذه التقنية بشكل واضح في النشرات الإخبارية حسب تفضيلات المستخدمين، كما أثبتت الدراسة أن التفاعل مع البيانات الكبيرة والترجمة الآلية من أهم التقنيات المتوفرة على الموقع، التي أجمعت عينة الدراسة على أهميتها.

هدفت دراسة (Abdel Razek, 2022) إلى التعرف على اتجاهات القائمين على الاتصال نحو تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وأثر ذلك على واقع ممارستهم الإعلامية، ومحاولة التنبؤ بمستقبل أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وبلغ أفراد العينة 451 مفردة من القائمين على الاتصال، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن المبحوثين يتابعون الأخبار المتعلقة بالذكاء الاصطناعي بمعدل مرتفع، وأشارت عينة الدراسة إلى مقدرة تقنية الذكاء الاصطناعي على محاكاة البشر في أداء العديد من المهام الإعلامية، وجاءت المجالات الأكثر استخداماً للذكاء الاصطناعي حسب آراء العينة كالتالي: حقل التسويق، يليه حقل الإعلام، وأخيراً الحقل الفني والإداري.

واستهدفت دراسة (Al-Gabary & Osman, 2023) معرفة كيفية عمل تقنيات الذكاء الاصطناعي وتنمية الرسالة الإعلامية، وتوقع مستقبل استخدام هذه التقنيات في الإعلام الرقمي وآثارها السلبية والإيجابية الممكنة، واعتمدت على المنهج الوصفي، كما اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على الكتب المرجعية والدراسات البحثية، ولم تستخدم أي أداة مثل الاستبانة أو تحليل المحتوى، وخلصت إلى عدة نتائج، منها أن برامج الذكاء الاصطناعي مكنت من إنتاج محتوى إعلامي رقمي دقيق، ساهمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز القدرة الإنتاجية للمؤسسات الإعلامية، وزيادة الوعي باتجاهات الجمهور وتحسين الرسالة الإعلامية، ولقد أدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى تطوير العمل الإعلامي، مما يسمح بتحليل البيانات بشكل أعمق وكتابة التقارير والأخبار بدقة أكبر، وتوليد محتوى متطور وذكي، وتفهم أفضل لسلوك القراء وتوجيه الجمهور نحو محتوى يتوافق مع اهتماماته.

وهدف دراسة (Ghitaoui & Bin-Ali, 2022) إلى التعريف بالذكاء الاصطناعي، والتعرف على أهم الاستخدامات الشائعة لهذا التطبيق، كما تناولت التحول الجذري من كتابة الأخبار بطريقة كلاسيكية إلى التحرير القائم على الخوارزميات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم تحديد مجتمع البحث من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وتم تحديد عينة الدراسة بتطبيق Talk To Transformer، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها، تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع الأخبار وتحريرها، وكذلك في الإنتاج والتوزيع، كما توصلت الدراسة إلى أن التطورات المستمرة في التكنولوجيا فرضت على الجهات الصحفية اعتماد الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الإلكترونية، والتي تسعى إلى القضاء على الأخبار المزيفة والمختلقة في غرف الأخبار، كما تعمل على إنتاج أخبار تتوافق مع رغبات الجمهور واهتماماته.

المحور الثاني: دراسات تتناول مواقف الصحفيين تجاه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام:

هدفت دراسة (Al-Buhairy, 2022) للتعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام Robot Journalism في إنتاج المحتوى الصحفي في الصحف المصرية، وأيضاً لمعرفة التحديات التي تقابل تطبيق تقنية الذكاء الاصطناعي في الصحف المصرية، تم اختيار العينة بطريقة عمدية من مجموعة من الصحفيين العاملين في الصحف المصرية حيث بلغ عدد أفراد العينة أربعين صحفياً واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأداة الاستبانة، من أهم النتائج، أن اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي الحديثة مرتفعة حيث بلغ الوزن على مقياس ليكرت الخماسي 3305 والانحراف المعياري 1236، وكذلك الصعوبات التي تواجه تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة المصرية كبيرة حيث بلغت 3,688 والانحراف المعياري 1.1214.

وتناولت دراسة (Malika, 2023) تقديم نظرة نقدية تخص تطبيق الذكاء الاصطناعي في حقل علم الاتصال والإعلام بشكل عام والصحافة بشكل خاص، وتعد هذه الدراسة دراسة وصفية، واعتمدت على الكتب المرجعية فقط حيث لم تستخدم أداة مثل تحليل مضمون أو استبيان، وجاءت نتائج الدراسة كالآتي: هنالك تسارع كبير في وسائل الإعلام في العالم نحو تقنيات الذكاء الاصطناعي للحصول على أكبر عدد ممكن من الجمهور، وقد يكون التنافس غير أخلاقي في كثير من الأحيان على حساب الإبداع، وتوصلت الدراسة إلى أن كثير من مهن الصحافة ستختفي أو سيتقلص دورها في المستقبل مثل كتاب التقارير ومقدمي الأخبار، كما ستطرح قضايا أخلاقية جادة حول ما سيخلفه هذا التسارع نحو تطبيق الذكاء الاصطناعي.

وركزت دراسة (Ali, 2023) على رصد وتحليل الدراسات العربية والأجنبية الحديثة في مجال الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية، من مختلف المدارس العصرية على مستوى العالم في الفترة من 2018-2022، وهذه الدراسة تصنف ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي اعتمدت على تحليل المحتوى من المستوى الثاني (Meta-Analysis) كما اعتمدت على التحليل الكمي والنوعي لـ 155 دراسة، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج، من بينها أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أثرت على كافة جوانب الصحافة، من مخرجاتها إلى الصحفيين وعلاقة الصحافة بالجمهور، كما أكدت نتائج الدراسة أن الأبحاث حول أثر الذكاء الاصطناعي على الصحافة كمهنة وعلى أن الممارسة الصحفية ما زالت في مراحلها الأولى وتسودها وجهات نظر متضاربة ونتائج غير متناسقة.

وأما دراسة (Habib, 2023) ركزت على مشكلات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين وأثرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية، وتعتبر هذه دراسة وصفية حيث استخدمت المنهج المسحي، واعتمدت على عينة عشوائية بسيطة من 150 فرداً من الصحفيين بالصحف المصرية (وطنية، حزبية، خاصة). وتوصلت لمجموعة من النتائج، منها أن غالبية الصحفيين المصريين يرون أهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وأن غالبية الباحثين من عينة يرون وجود بعض الآثار السلبية للذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية، وأظهرت النتائج تعدد مشكلات تقنيات الذكاء الاصطناعي من منظور مهني وأخلاقي وتنظيمي،

وهدف دراسة (Ismail, 2022) لمعرفة دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي في الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية، والتعرف على واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحف والمواقع الإلكترونية، واعتمدت الدراسة بشكل أساسي على منهج المسح وأداة الاستبانة، وأخذت عينة من 66 فرداً من العاملين في مواقع- المصري اليوم ومصرأوي والقاهرة 24، ومن أهم نتائجها أن 60% من أفراد العينة يرون أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد في تطور المحتوى الصحفي والمواقع الإلكترونية، كما يرى 22% من أفراد العينة أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحف كان له أثر سلبي وأدى إلى انخفاض عدد الصحفيين في مؤسسات الصحافة.

وهدف دراسة (Al-Zahrany, 2022) التعرف على حجم تبني مؤسسات الإعلام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي من وجهة نظر-الصحفيين، وهذه الدراسة تعد كمية وصفية قائمة على شرح الظاهرة بشكل موضوعي، وقد اعتمدت الدراسة منهج الوصف، كما استخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات من عينة الدراسة والتي بلغت 167 فرداً، أما نتائج الدراسة هي، أن الصحفيين لديهم خبرة في التعامل مع الذكاء الاصطناعي المرفق بالهواتف الذكية، مما يعني أن الذكاء

الاصطناعي حاضر في الروتين الصحفي اليومي، كما أن 24.6% من الصحفيين لديهم معرفة محدودة بمفهوم استخدام الذكاء الاصطناعي، والذي يتمثل في استخدام تطبيقات تحرير المحتوى التي تعتمد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بينما يرى 43.7% من عينة الدراسة أن مفهوم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام يشمل أكثر من مفهوم، مثل استخدام الروبوتات والطائرات بدون طيار وعملية كتابة المحتوى دون تدخل بشري.

واستهدفت دراسة (Biswal & Gouda, 2020) معرفة أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في وكالة أنباء Xinhua الصينية على العمل الصحفي، وإيضاح التحديات التي تعيق توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في عمل الوكالة، واستخدمت المنهج المسحي، واختيرت العينة بطريقة عشوائية، وتألّفت من 25 صحفياً عاملاً في وكالة Xinhua الصينية، واستخدمت الدراسة أداة المقابلة المتعمقة، وأهم ما توصلت إليه نتائجها، أن الذكاء الاصطناعي ساهم بشكل كبير في جمع ومن ثم تحليل المعلومات والبيانات دون تدخل بشري. كما خلصت الدراسة إلى أهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الشائعات والأخبار الكاذبة المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي. وأن الذكاء الاصطناعي مكن وكالة الأنباء الصينية من تطوير أشكال جديدة لعرض القصص الإخبارية.

واستهدفت دراسة (Broussard et al., 2019) دراسة الآثار المترتبة للذكاء الاصطناعي على الصحافة، واعتمد الباحث على المنهج المسحي حيث قام باختيار عينة من الصحفيين بلغت 80 صحفي، وتم استخدام أداة الاستبيان للحصول على المعلومات من العينة، ومن نتائج الدراسة، الأهمية الكبيرة للذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من خلال معالجة البيانات ووضعها في شكل تقارير صحفية يمكن نشرها للجمهور، كما خلصت إلى أنه على الرغم من أن التكنولوجيا وبرامج الذكاء الاصطناعي تقوم بمعالجة البيانات وعرضها في شكل تقارير صحفية وأخبار، إلا أن ذلك قد يتطلب في بعض الأحيان تدخلاً بشرياً لتعديل بعض الصياغات حتى يمكن نشرها للجمهور، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكنه معالجة المعلومات والبيانات الصحفية بشكل يتناسب مع أخلاقيات ومعايير الشرف الصحفي.

واستهدفت دراسة (Bello, Salaudeen, & Umeaku, 2023) استكشاف مستوى الوعي بصحافة الذكاء الاصطناعي بين الصحفيين في ولايتي لاغوس وكوارا في نيجيريا، كما هدفت إلى التحقق من مدى اعتماد الصحفيين في ولايتي لاغوس وكوارا على تقنية الذكاء الاصطناعي في ممارستهم الصحفية، وكذلك التهديدات التي تواجه تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي في الولايتين. واعتمدت على أسلوب المسح الكمي لمعرفة آراء ومواقف الصحفيين في ولايتي لاغوس وكوارا. وبلغ حجم عينة الدراسة 376 صحفياً. ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة، أن هناك مستوى مرتفعاً من الوعي بصحافة الذكاء الاصطناعي بين الصحفيين في ولايتي لاغوس وكوارا. وأثبتت الدراسة أن ليس كل الصحفيين يستخدمون تقنية الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي. كما خلصت الدراسة إلى وجود إيجابيات وسلبيات في استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

التعليق على الدراسات السابقة:

- لاحظ الباحث أن أغلب الدراسات السابقة في المحورين هي دراسات وصفية اعتمدت بشكل أساسي على المنهج المسحي الكمي أو النوعي، وهناك دراسات قليلة ركزت على كتب مرجعية ودراسات سابقة للحصول على المعلومات، وقلة أيضاً اعتمدت على المقابلات الشخصية لتحصيل البيانات والمعلومات.
- لاحظ الباحث أن أغلب مجتمعات البحث في الدراسات السابقة هي الجمهور والعاملين في مجال الصحافة والإعلام، بالإضافة إلى برامج الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مجال الصحافة، وكذلك الكتب المرجعية والدراسات.
- اتفقت كافة الدراسات السابقة على أنه سيكون هناك اعتماد كبير في المستقبل على تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والصحافة على وجه الخصوص.
- وأكدت الدراسات السابقة أن استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ساهم في تطوير العمل الصحفي، كما أثبتت أغلب الدراسات السابقة أن هناك إيجابيات كبيرة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، يقابلها بعض السلبيات.

– وخلصت معظم الدراسات السابقة على أهمية التأهيل والتدريب اللازمين للعاملين في مجال الصحافة للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، كما أكدت على ضرورة توفير البنى التحتية المتطورة للعمل الصحفي ليكون قادراً على التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، كما أكدت على ضرورة توفير إطار قانوني وتشريعي ينظم العمل الصحفي في استخدام هذه التقنيات.

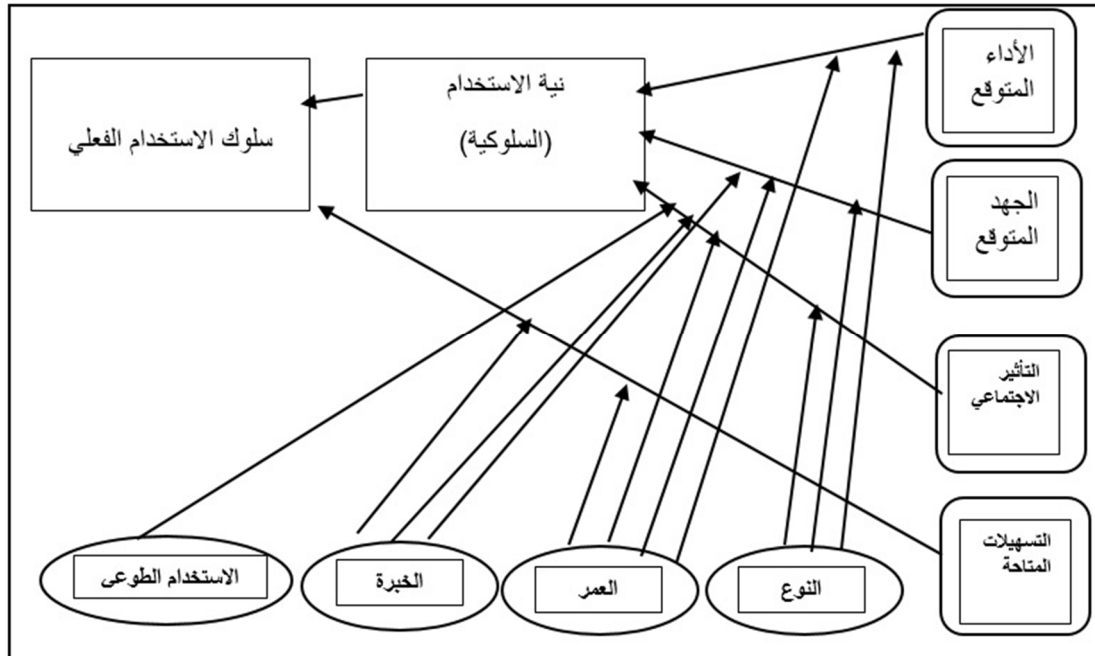
ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

هذه الدراسة هي الأحدث بين الدراسات السابقة، بالإضافة إلى أنها الدراسة الوحيدة التي تم فيها تناول اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية.

الإطار النظري للدراسة:

أعدت النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (The Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology) لدراسة نظم وتقنية المعلومات في قطاع الإعلام، وتهدف إلى تفسير نية وسلوك الاستخدام، وتستخدم النية السلوكية كمؤشر لسلوك استخدام التكنولوجيا، وتقتصر النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والأثر الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما أن التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام جنباً إلى جنب مع نية الاستخدام.

وتستخدم الدراسة هذه النظرية والتي تلعب دور مهم في فهم العوامل المؤثرة الناجمة عن استخدام التقنيات المتطورة والتي تثري المستخدمين بالمعلومات والاتصالات الفعالة التي تنمي السلوكيات الاجتماعية وتقدم المنفعة والسهولة المتوقعة من الانتفاع بتلك التقنيات، كما تحقق مكاسب أخرى من حيث تحسين الأداء وتوفير الوقت والجهد. (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003)



الشكل (1): نموذج النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (UTAUT) (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003)

أوجه الاستفادة من النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا في الدراسة البحثية:

ستعمل النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا على تمكين الباحث من تفسير اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة السعودية في جميع مراحل الإنتاج الصحفي من مرحلة جمع الأخبار والمعلومات إلى تحريرها ونشرها واستقبال الأثر الراجع من الجمهور إلى الصحيفة.

وقد استفاد الباحث من تعميمات النظرية ومن الطريقة التي تعمل بها النظرية بصورة عامة، وقام الباحث بإسقاط عناصر نموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا على هذه الدراسة، وهذه العناصر متمثلة في النية السلوكية وسلوك الاستخدام بالإضافة إلى العناصر أخرى والتي تؤثر على نية الاستخدام السلوكية: الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، العوامل الاجتماعية، والتسهيلات المتاحة، التي تؤثر على سلوك الاستخدام الفعلي، مع الوضع في الحسبان الخصائص الفردية (المتغيرات الداخلية) لمستخدمي التكنولوجيا، النوع، العمر، الخبرة، الاستخدام الطوعي، على اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية.

1. إسقاط متغير الأداء المتوقع على الدراسة البحثية:

إذا كان الصحفيون السعوديون يعتقدون أن استخدام تطبيقات تقنية الذكاء الاصطناعي سيساعدهم في عملية صناعة الصحافة، بما في ذلك إنتاج الصحف في جميع مراحلها، والتي من شأنها تحسين الأداء الصحفي شكلاً ومضموناً، فإن ذلك سيزيد من رغبة الصحفيين في استخدام هذه التقنية لمزيد من التحسين الصحفي.

2. إسقاط متغير الجهد المتوقع على الدراسة البحثية:

عندما يقارن الصحفيون السعوديون الجهد المتوقع من استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها المختلفة مع الجهد التقليدي الذي كانوا يبذلونه في العمل الصحفي، وعندما يجدون أن استخدام الذكاء الاصطناعي يقلل الوقت والجهد المبذول سابقاً، فإن هذا سيعمل على زيادة ثقة الصحفيين في تقنية الذكاء الاصطناعي وبالتالي زيادة نيتهم ورغبتهم في تطبيق هذه التقنيات في الصحافة السعودية.

3. إسقاط متغير العوامل المجتمعية على الدراسة البحثية:

إذا كان العاملين في حقل الصحافة السعودية يعتقدون ويتوقعون أن يقدر (الآخرون) كروسانهم في العمل وزملائهم في المهنة والجمهور أهمية استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي، فسوف يؤدي ذلك أيضاً إلى زيادة النية لاستخدامها في الصحافة السعودية.

4. إسقاط متغير التسهيلات المتاحة على الدراسة البحثية:

إذا توافرت البنى التحتية ذات الصلة والإمكانات اللازمة لتطبيق الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى الحواسيب الآلية والهواتف الذكية وخدمات الإنترنت، فسيؤدي بشكل مباشر إلى الاستخدام الفعلي لتقنية الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة بالمملكة.

أسئلة الدراسة:

1. ما هو الذكاء الاصطناعي؟

2. ما أهم استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة؟

فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وزيادة الاعتماد عليه في المستقبل في الصحف السعودية.

2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأداء المتوقع من استخدام الذكاء الاصطناعي ونجاح الاستخدام في الصحف السعودية.

3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي ووجود مشاكل متعددة عند الاستخدام في الصحف السعودية.

مصطلحات الدراسة:

1. الاتجاهات:

تعددت التعاريف ومن بينها:

- تعريف البورت ALLPORT هو (إحدى حالات الاستعداد والتحضير العقلي والعصبي المنظمة حسب الخبرات ولها تأثير مباشر على استجابات الأفراد للأشياء والمواقف المختلفة) (ALLPORT, 1954).
- أما تعريف بوجاردوس BOGARDUS (هو الميل إلى التصرف إما بشكل إيجابي أو سلبي تجاه موقف مما يوصف قيمًا إيجابية أو سلبية لهذا السلوك). (Bougardous, 1934).
- هو عبارة عن تنظيم إدراكي، يتمثل في استجابات ثابتة نسبيًا تعبر عن موقف معين تجاه موضوع معين، وهو يتمثل في ردود أفعال تعكس المفاهيم التقييمية ومعتقدات الفرد التي تعلمها من صفات أو موضوع أو فئة من الموضوعات الاجتماعية، فهي تمثل نزعة للاستجابة إلى حادث معين أو فكرة معينة بطريقة محددة سلفاً، وتقوم على تنظيم السلوك الذي يتضمن جوانب وجدانية ومعرفية لنماذج معينة من السلوك، وهذه الاستجابات هي نظام ثابت من التقييمات الإيجابية أو السلبية (Blackwell et al., 2001, p.289). وهذا التعريف هو الذي تبناه الباحث في الدراسة.
- اجرائياً: يعرفه الباحث بأنه موقف العاملين بالصحف السعودية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة لإنتاج محتوى صحفي بالصحف السعودية.

2. الذكاء الاصطناعي:

تعريفات الذكاء الاصطناعي:

- هو طريقة صنع حاسوب أو روبوت يتم التحكم فيه بواسطة حاسوب، أو برنامج يفكر بذكاء، بنفس طرق تفكير البشر الأذكاء، وهو أيضاً علم صنع الآلات التي تفعل أشياء تتطلب الذكاء إذا قام بها إنسان (Musa & Bilal, 2019, P.20).
- عرفه Marvin Minsky بأنه بناء برامج حاسوبية تقوم بمهام يؤديها البشر بشكل مرضي، وتتطلب عمليات ذهنية ذات مستوى عالي، من أمثلتها التعلم الإدراكي، وتنظيم الذاكرة، والتفكير النقدي (Minsky, 1961).
- اجرائياً: يعرفه الباحث بأنه التطبيقات والبرامج الحديثة المعتمدة على الروبوتات في عملها والتي تديرها الحواسيب والتحكم الآلي وتفعيلها في المجال الصحفي من تجميع المادة الصحفية وتحريرها وإعادة كتابتها وإضافة الرسوم والصور والمواد المصورة إليها.

صحافة الذكاء الاصطناعي: تُعرف على أنها الخوارزميات والروبوتات والتطبيقات والمواقع والأدوات التي تستخدم في إنتاج المحتوى الصحفي من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتعددة، سواء تم استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من الصحفيين أو مواقع الصحافة (Abdul Halim, 2024).

توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

1. زيادة سرعة الإنتاج الصحفي: تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على إنتاج المحتوى الصحفي بشكل أسرع وأكثر دقة، وهكذا سيتمكن الجمهور من الوصول إلى المحتوى الصحفي بشكل أسرع (Habib, 2023).
2. أتمتة إنتاج الأخبار: توفر تقنية الذكاء الاصطناعي إمكانيات كبيرة لتعزيز الصحافة اليوم وخاصة السماح للصحفيين بمعالجة كم كبير من البيانات في فترة زمنية محددة، وإنشاء قصص إخبارية من بيانات منظمة وتقديمها تلقائياً، بالإضافة إلى تغطية أكثر تنوعاً (Ali & Hassoun, 2019).
3. التحليل الفوري للبيانات: توفر أدوات الذكاء الاصطناعي تحليلاً فورياً للبيانات وذلك من خلال المساعدة للصحفيين للحصول على معلومات من الجداول والأشكال البيانية البسيطة (Biswal & Gouda, 2020)، وأيضاً تسريع عملية تسليم الأخبار بشكل كبير مما يضمن الحصول العام للمعلومات ذات الصلة في الوقت المناسب. كما يمكن للصحفيين الكشف عن القصص المخفية داخل تلك البيانات وتقديم رؤى ووجهات نظر لجمهورهم مدعومة بتحليل قوي للمعلومات (Nurelmadina et al., 2021).
4. الكتابة والترجمة الآلية للأخبار: لقد فتحت خوارزميات الذكاء الاصطناعي آفاق جديدة في الصحافة، حيث أتاحت للصحفيين القدرة على كتابة وتوليد قصصاً إخبارية تلقائياً بطرق لم تكن ممكنة من قبل بناءً على مجموعات البيانات والقوالب. علاوة على ذلك تساعد أدوات الترجمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي الصحفيين في ترجمة هذه الأخبار بسرعة ودقة إلى لغات متعددة (Ibrahim, 2024).
5. إنشاء قصص إخبارية قصيرة تلقائياً حول مواضيع بناءً على بيانات إحصائية، وتتبع الأخبار وتنبيه الصحفيين إلى المعلومات الجديدة المتعلقة بموضوع ما، وإجراء أبحاث أسرع وأكثر دقة، وربط المعلومات بسرعة وكفاءة وتحويلها إلى أشكال رسومية، وتصحيح التهجئة والقواعد وأسلوب اللغة تلقائياً، والتحقق أيضاً من الحقائق بسرعة وموثوقية، واكتشاف الأخبار الكاذبة، كالخوارزميات التي بدأت بعض من تطبيقات التواصل الاجتماعي في استخدامها للقضاء على الأخبار المزيفة (Haseeb, 2023).
6. تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة المستخدم، حيث تستخدم البيانات الخاصة بالمستخدم لتقديم محتوى يتناسب مع المستخدم واهتماماته وتفضيلاته (Abu-Al Hassan, 2023).
7. التعامل مع البيانات الهائلة والضخمة: عمليات جمع البيانات ومعالجتها واستخراج معلومات للقطاعات المختلفة الحكومية والخاصة التي تعتمد على سياسة تحليل البيانات الهائلة والمعقدة والتي تتطلب برمجيات متخصصة في مجال إدارة وتحليل البيانات.
8. تطوير محرك البحث والمشاركة الاجتماعية: تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين محركات البحث والتوصية بالمحتوى المناسب للقراء والمشاهدين، هذه التقنيات تعمل على تحسين جودة المحتوى وتزيد من تفاعل المستخدمين، وكذلك يمكن استخدام هذه التقنيات لتطوير التفاعل الاجتماعي في مجال الإعلام، وذلك لقدرتها على تحليل البيانات الاجتماعية وما يتوقعه الجمهور (Habib, 2023).

الإطار المنهجي للدراسة:

المنهج المستخدم:

تتنمي هذه الدراسة لنمط الدراسات الوصفية، واعتمدت على المنهج التحليلي بشقيه الكمي والكيفي لعينة من الصحفيين العاملين في الصحف السعودية.

مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة الأصلي من جميع الصحفيين السعوديين، الذين يبلغ عددهم 1295 صحفياً بحسب الإحصائية الرسمية من الموقع الرسمي لهيئة الصحفيين السعوديين (Saudi Journalists Association, 2024)، يعملون بالصحف السعودية البالغ عددها 13 صحيفة ورقية ومئة صحيفة إلكترونية حسب إحصائيات د. عبد الله (مقابلة شخصية، 2024) أمين عام هيئة الصحفيين السعوديين، وقد قام الباحث بتوزيع استمارة الدراسة عبر الموقع الرسمي لصحيفة الحوار المتجدد (Hewarmag, 2023) ليتم تعبئته من قبل الصحفيين السعوديين، وأيضاً عبر البريد الإلكتروني، على كل الصحف الورقية البالغ عددها 13 صحيفة، وعدد من الصحف الإلكترونية بلغ 49 صحيفة تم اختيارها عشوائياً من بين 100 صحيفة إلكترونية، ورغم المناشدة المتكررة من الباحث لهذه الصحف وانتظار الباحث لمدة ثمانية أشهر، إلا أن الذين استجابوا عدد 38 صحفي موزعين كالاتي: صحيفة جهينة (1)، صحيفة أصداء الخليج (10)، صحيفة أقلام الخبر (1)، صحيفة الاقتصادية (3)، صحيفة الرياضية (3)، صحيفة الحوار (1)، صحيفة الشرق الأوسط (2)، صحيفة الوطن (1)، صحيفة اليوم (1)، جريدة المدينة (1)، صحيفة الواحة نيوز (1)، صحيفة سهم (1)، صحيفة شاهد الآن (1)، صحيفة عكاظ (3)، صحيفة عيون الوطن الإخبارية (1)، النشرة الصحفية لوكالة الأنباء السعودية (6)، صحفيين مستقلين (1).

حدود الدراسة:

زمانية: شرع الباحث في هذه الدراسة في 17 يناير 2024م وأكملها 3 سبتمبر 2024م، مكانية: هي المملكة العربية السعودية، موضوعية: هي استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية، بشرية: الصحفيين السعوديين العاملين في الصحف السعودية.

أداة الدراسة:

واعتمد الباحث على الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات من مجتمع العينة.

وصف الاستبيان:

وقد أرفقت الاستبانة برسالة إلى المستجيب تم فيها إحاطته بموضوع الدراسة وهدفها والغرض من الاستبانة، وقد احتوت الاستبانة بالكامل على قسمين:

القسم الأول: قد تضمن عبارات عن خصائص عينة الدراسة، حيث يحتوي هذا الجزء على عبارات حول العمر، تخصص، النوع، عدد سنوات الخبرة، اسم الصحيفة التي ينتمون إليها، المسمى الوظيفي، مدى المعرفة بالذكاء الاصطناعي.

القسم الثاني: يحتوي هذا القسم على (12) عبارة، وقد طلب من أفراد عينة الدراسة تحديد استجاباتهم لما تصفه كل عبارة وفق مقياس ليكرت الخماسي المكون من خمس مستويات، وتم توزيع هذه العبارات على فرضيات الدراسة الثلاث.

قياس الصدق والثبات:

وقد قام الباحث باختبار الصدق الظاهري وتحديد الأسئلة المرتبطة ببعضها البعض، وذلك للتأكد من اتساق إجاباتها بما يعكس أهداف الدراسة وأسئلتها، وتم عرض أسئلة الاستبانة على مجموعة من الخبراء والمحكمين المتخصصين بجامعة الملك فيصل من ذوي الخبرة العلمية والعملية.

الثبات هو استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، بمعنى أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمالية تساوي قيمة المعامل إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة، أما الصدق فيعني أن المقياس يقيس ما صمم لقياسه، ويتم حسابها بإيجاد جذر معامل الثبات (Al-Hajj, 2014).

الجدول (1): قيمة معاملَي الثبات والصدق - ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha : Reliability and validity Coefficients

معامل الصدق	معامل الثبات	
0.81	0.65	كامل الاستبانة

المصدر: من إعداد الباحث من واقع الدراسة الميدانية، 2024م

من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة ألفا كرونباخ الكلية هي (0.65) مما يؤكد أن موثوقية أسئلة الاستبيان عالية. إن قيمة معامل الصدق عالية جداً وتبلغ تقريباً (0.81) وهذا يدل على ارتفاع درجة الثبات في الأسئلة مما يؤكد كفاءة الاستبانة وقدرتها على تحقيق النتائج الثابتة والموثوقة المطلوبة، الذي يحقق أهداف البحث ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً.

الأساليب الإحصائية التي تم تطبيقها:

- ولتحقيق أهداف الدراسة والتحقق من فرضياتها تم تطبيق الأساليب الإحصائية التالية:
- التوزيع التكراري للإجابات، والنسب المئوية.
- الوسيط.
- اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات.
- ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha

وللحصول على نتائج أكثر دقة ممكنة، تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS والذي يرمز إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences

خصائص عينة الدراسة:

الجدول (2): خصائص العينة

البيان	الفئات	العدد	النسبة
العمر	من 20-30 سنة	8	21.1%
	من 31-40 سنة	7	18.4%
	من 41-50 سنة	17	44.7%
	من 51-60 سنة	6	15.8%
	المجموع	38	100.0%
التخصص	إعلام	29	76.3%
	أخرى	9	23.7%
	المجموع	38	100.0%
النوع	ذكر	31	81.6%
	أنثى	7	18.4%
	المجموع	38	100.0%
عدد سنوات الخبرة	من 3-5 سنوات	11	28.9%
	من 6-10 سنوات	3	7.9%
	من 11-15 سنة	4	10.5%
	أكثر من 15 سنة	20	52.6%
	المجموع	38	100.0%

المصدر: من إعداد الباحث من واقع الدراسة الميدانية، 2024م

أوضح الجدول (2) أن أغلبية أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية (41-50) سنة حيث بلغ عددهم (17) فرداً ويمثلون (44.7%)، يليها أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية (20-30) سنة حيث بلغ عددهم (8) أفراد ويمثلون (21.1%) من إجمالي العينة، يليها أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية (41-50) سنة حيث بلغ عددهم (7) أفراد ويمثلون (18.4%)، وأخيراً (51-60) سنة حيث بلغ عددهم (6) أفراد ويمثلون (15.8%) من إجمالي العينة. ويتبين من جدول (2) أن أغلبية أفراد العينة متخصصون في مجال الإعلام حيث بلغ عددهم (29) فرداً ويمثلون (76.3%)، كما ضمت العينة (9) أفراد ويمثلون (23.7%) من تخصصات مختلفة في مجالات أخرى. كما يبين جدول (2) أن غرض البنية أفراد العينة هم من الذكور حيث بلغ عددهم (31) فرداً ونسبة (81.6%)، كما ضمت العينة (7) إناث ونسبة (18.7%)، وأيضاً يبين جدول (2) أن غالبية أفراد العينة لديهم خبرة أكثر من (15) سنة وبلغ عددهم (20) فرداً ونسبة (52.6%). وفي المرتبة الثانية من يملكون خبرة من (3-5) سنوات حيث بلغ عددهم (11) فرداً حيث بلغت نسبتهم (28.9%). ثم يليهم من حيث العدد من لديهم خبرة من (11-15) سنة وبلغ عددهم (4) أفراد ونسبة (10.5%). وأخيراً من لديهم خبرة من (6-10) سنوات حيث بلغ عددهم في العينة (3) أفراد ونسبة (7.9%).

التحليل الوصفي للدراسة الميدانية:

أسئلة الدراسة:

1. ما هو الذكاء الاصطناعي؟

2. ما أهم استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة؟

والجدير بالذكر أن كل التساؤلات البحثية يجب أن تحجب عليها الدراسة إما من خلال الإطار النظري أو الإطار التطبيقي، وتساؤلات الدراسة البحثية الأول والثاني أجابت عليهما الدراسة في الإطار النظري ص7، ص8. ومنعا من التكرار اكتفي الباحث بذكرهما في هذين الموضوعين.

التحليل والمناقشة لعبارات الفرضية الأولى:

يجب معرفة اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة حول العبارة المتعلقة بالفرضية الأولى، وحساب الوسيط لأجوبة أفراد العينة على كل عبارة على حدة، ثم العبارات مجتمعة، كما في الجدول التالي:

الجدول (3): الوسيط والتوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على عبارات الفرضية الأولى

العبارات		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الوسيط	التفسير
سيتم استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية في المستقبل بدرجة كبيرة جداً.	العدد	11	13	6	7	1	4	أوافق
	%	28.9	34.2	15.8	18.4	2.6		

المصدر: من إعداد الباحث من واقع الدراسة الميدانية، 2024م

بلغت قيمة الوسيط لأجوبة أفراد العينة على جميع عبارات الفرضية الأولى (4)، وتعني هذه القيمة أن أكثرية أفراد العينة موافقون على ما ورد في عبارات الفرضية الأولى، وهذه النتيجة تتفق مع رؤية المملكة العربية السعودية 2030 التي تتطلع أن تكون المملكة ضمن أفضل 15 دولة في تطوير وتطبيق الذكاء الاصطناعي (The basic policies of the Kingdom, Saudi Vision 2030, 2023)، وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة (Malika, 2023) التي ترى تطوراً كبيراً في تطبيق الذكاء الاصطناعي في ميدان الصحافة في المستقبل.

تحليل ومناقشة عبارة الفرضية الثانية:

يجب معرفة اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة حول العبارة المتعلقة بالفرضية الثانية. وتم تحديد قيمة الوسيط لأجوبة أفراد العينة على العبارة، كما في الجدول (4):

الجدول (4): الوسيط والتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارة الفرضية الثانية

العبارات		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الوسيط	التفسير
نجاح استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية بدرجة كبيرة جداً	العدد	5	9	6	10	8	3	محايد
	%	13.2	23.7	15.8	26.3	21.1		

المصدر: من إعداد الباحث من واقع الدراسة الميدانية، 2024م

بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد العينة على عبارة الفرضية الثانية (3)، وهذه القيمة تعني أن غالبية أفراد العينة محايدون بشأن ما ورد في عبارة الفرضية الثانية، ويرجع الباحث ذلك إلى الاستخدام الحديث للذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية، وأن مجالات استخدامه ما زالت إلى حد ما محدودة، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Habib, 2023) والتي مفادها أن 60% من الصحفيين المصريين أفراد العينة ترى سلبية تأثيرات استخدام الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية، كما تختلف مع نتيجة دراسة (Ismail, 2022) التي ترى أن استخدام الذكاء الاصطناعي قد نجح بصورة كبيرة في الصحف والمواقع الإخبارية.

التحليل والمناقشة لعبارات الفرضية الثالثة:

معرفة اتجاه آراء أفراد العينة حول العبارة الخاصة بالفرضية الثالثة، والتي تم حساب قيمة الوسيط لأجوبة أفراد العينة على عبارات الاستبيان، كما في الجدول الآتي:

الجدول (5): التوزيع التكراري والوسيط لإجابات أفراد العينة على عبارة الفرضية الثالثة

العبارات		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الوسيط	التفسير
عدم وجود خبرة تقنية كافية لدى القائمين على أمر الصحافة	العدد	16	8	8	4	2	4	أوافق
	%	42.1	21.1	21.1	10.5	5.3		
ضعف المهارات لدى الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	العدد	15	12	6	4	1	4	أوافق
	%	39.5	31.6	15.8	10.5	2.6		
ضعف البنية التحتية للمؤسسات المتخصصة في مجال الصحافة السعودية	العدد	15	14	5	2	2	4	أوافق
	%	39.5	36.8	13.2	5.3	5.3		
غياب التدريب والتأهيل للعاملين بالصحافة السعودية في مجال الذكاء الاصطناعي	العدد	21	11	3	2	1	5	أوافق بشدة
	%	55.3	28.9	7.9	5.3	2.6		
فرض التوجيهات الإدارية من قبل مسؤولي الصحف يعيق استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق الأهداف المرجوة.	العدد	13	11	8	3	3	4	أوافق
	%	34.2	28.9	21.1	7.9	7.9		
غياب الأساليب المحفزة على استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي	العدد	16	11	8	1	2	4	أوافق
	%	42.1	28.9	21.1	2.6	5.3		

العبارات		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الوسيط	التفسير
اختراق أمن وخصوصية البيانات الإلكترونية لمستخدمي تلك البيانات	العدد	11	12	12	2	1	2	لا أوافق
	%	28.9	31.6	31.6	5.3	2.6		
تخوف كثير من الصحفيين من فقدان الوظيفة المهنية	العدد	19	12	3	4	0	4	أوافق
	%	50.0	31.6	7.9	10.5	0.0		
تحيز أنظمة الذكاء الاصطناعي وتأثيرها بقيم مصممها	العدد	10	16	6	6	0	4	أوافق
	%	26.3	42.1	15.8	15.8	0.0		
المجموع	العدد	136	107	59	28	12	4	أوافق
	%	39.8	31.3	17.3	8.2	3.5		

المصدر: من إعداد الباحث من واقع الدراسة الميدانية، 2024م

بلغت قيمة الوسيط للعبارة الأولى 4 ونسبة بلغت 21.1% التي مفادها أنهم يتفقون على عدم توفر خبرة تقنية كافية لدى المسؤولين عن الصحافة، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Al-Zahrany, 2022) التي ترى أن 90.3% من أفراد العينة أقرروا بأن القائمين على المؤسسات الإعلامية لا تتوفر لديهم الخبرة التقنية الكافية، ويرجع الباحث ذلك إلى قلة التدريب والدورات العملية التي يتلقاها الصحفيون في هذا المجال.

في العبارة الثانية جاءت قيمة الوسيط 4 ونسبة 31.6%، وهذا يعني اتفاق أفراد العينة على ضعف مهارات الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Al-Zahrany, 2022) والتي أظهرت أن 24.6% من عينة الدراسة لديهم معرفة محدودة بمفهوم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وكما يتضح من جدول (2) الفئة العمرية الغالبة لأفراد العينة هي 41-60 سنة، وتعتبر هذه الفئة متقدمة في العمر مقارنة بالصحفيين الشباب الذين حصلوا على دراسات أكاديمية في استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي والتي تم إضافتها مؤخراً إلى المناهج الجامعية.

بلغت قيمة الوسيط في العبارة الثالثة 4 ونسبة بلغت 36.8% وهذا يعني اتفاق أفراد العينة على ضعف البنية التحتية للمؤسسات الخاصة العاملة في ميدان الصحافة السعودية، وخاصة في مجال استيراد وشراء تقنية الذكاء الاصطناعي، على عكس ما هو متاح في قطاع الإعلام الحكومي، وذلك نظراً للتكلفة العالية التي تعيق الحصول عليها، والتي لا تتوفر لدى كافة الصحف السعودية، والتي هي في الغالب من القطاع الخاص، بالإضافة إلى ما تعانيه من منافسة من وسائل الإعلام الأخرى، ومن المعروف أن بعض الصحف السعودية تخلت عن نسختها الورقية لتتمكن من الاستمرار واكتفت بالنسخة الإلكترونية، كما أن النتيجة هذه تتفق مع دراسة (Abdel Razek, 2022) والتي خلصت إلى أن تكاليف استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تعد أحد الأسباب التي تعيق تطبيقها.

في العبارة الرابعة أظهرت نتائج الدراسة إجماع لدى عينة الدراسة على عدم كفاية تدريب وتأهيل العاملين في الصحافة السعودية في مجال الذكاء الاصطناعي، حيث بلغت قيمة الوسيط 5 بنسبة 28.9%، وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة (Al-Buhairy, 2022)، والتي أشارت إلى نفس التحدي. يعلل الباحث ذلك بكون تدريس الذكاء الاصطناعي قد تم إلحاقه مؤخراً ببرامج الدراسة في كليات الإعلام والصحافة. ويرى الباحث أن هذه النتيجة تؤكد الحاجة الملحة إلى توفير برامج تدريبية متخصصة للصحفيين السعوديين في مجال الذكاء الاصطناعي لتعزيز قدراتهم وتعزيز استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي.

بلغت قيمة الوسيط في العبارة الخامسة 4 ونسبة بلغت 28.9% وهذا يعني أن أفراد العينة يرون أن فرض التوجيهات الإدارية من قبل المسؤولين في الصحف يعيق استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق الأهداف المرجوة، وهذه النتيجة متوافقة مع دراسة (Ismail, 2022) والتي ترى أن فرض التوجيهات التعسفية على الصحفيين من قبل الإدارة العليا

تحد من تطوير المحتوى الصحفي وخاصة في مجال الذكاء الاصطناعي. ويرى الباحث أن البيروقراطية في اتخاذ القرار غالباً ما تعيق الإبداع والتميز، وخاصة في مجال حساس مثل استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي. ولا بد من إتاحة المساحة للمبدعين، واتخاذ القرارات بشكل مدروس وتشاوري.

بلغت قيمة الوسيط في العبارة السادسة 4 وبنسبة بلغت 28.9% وهذا يعني أن أفراد العينة يرون أن غياب الأساليب المحفزة لاستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي يحد من استخدامها والإبداع فيها، ويؤكد الباحث على أهمية تقديم حوافز مادية ومعنوية للصحفيين المتخصصين في الذكاء الاصطناعي لدفعهم لبذل المزيد من الجهد والإبداع.

بلغت قيمة الوسيط في العبارة السابعة 2 وبنسبة بلغت 5.3% وهو ما يعني أن أفراد العينة لا يرون أن اختراق أمن وخصوصية البيانات الإلكترونية لمستخدمي تلك البيانات من أبرز المشاكل التي تعاني منها الصحافة السعودية في استخدامها للذكاء الاصطناعي، ويختلف ذلك مع دراسة (Habib, 2023) التي أشارت إلى أن خرق أمن البيانات والخصوصية يعد من أبرز التحديات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة المصرية.

وبلغت قيمة الوسيط في العبارة الثامنة 4 وبنسبة بلغت 31.6% وهذا يعني أن أفراد العينة يجمعون على أن فئة كبيرة من الصحفيين يخشون فقدان وظائفهم المهنية نسبتاً لحلول التقنية مكان الانسان، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Al-Gabary & Osman, 2023) التي ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يؤدي إلى فقدان عدد من الصحفيين لوظائفهم بسبب حلول الآلات محل البشر، ويرى الباحث أن تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أدى إلى فقدان العديد من الصحفيين لوظائفهم.

كما بلغت قيمة الوسيط في العبارة التاسعة 4 وبنسبة بلغت 42.1%. وهذا يعني أن أفراد العينة يتفقون على أن تحيز أنظمة الذكاء الاصطناعي وتأثيرها بقيم مصمميها من التحديات التي تقابل مستخدمي الذكاء الاصطناعي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسات (Habib, 2023) و (Abdel Razek, 2022) التي تشير إلى أن استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي يتأثر بقيم مصمميها، ويؤكد الباحث أن هذه المشكلة تهدد ثقة الجمهور بالصحافة وتستدعي المزيد من الشفافية.

وبلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد العينة على جميع عبارات الفرضية الثالثة (4)، وهذه القيمة تعني أن غالبية أفراد عينة الدراسة موافقون على ما ورد في عبارات الفرضية الثالثة، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Beheiry, 2022) التي ترى وجود مشاكل متعددة عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

تحليل ومناقشة فروض الدراسة:

الفرضية الأولى: (توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وزيادة الاعتماد عليه في المستقبل في الصحف السعودية).

الجدول (6): نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات عبارات الفرضية الأولى

ت	العبارات	درجة الحرية	قيمة مربع كاي
1	سيتم استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية في المستقبل بدرجة كبيرة جداً	4	11.474

المصدر: من إعداد الباحث من واقع الدراسة الميدانية، 2024م

● تشير قيمة مربع كاي المحسوبة البالغة 11.474، والتي تفوق القيمة الجدولية 9.49 عند درجة حرية 4 ومستوى دلالة 5%، إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين توزيع الإجابات على الفرضية الأولى، مما يدل على أن أغلبية المشاركين يميلون إلى الموافقة على هذه الفرضية.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن الفرضية الأولى والتي تفيد بأنه: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وزيادة الاعتماد عليه مستقبلاً في الصحف السعودية" قد تحققت.

الفرضية الثانية: (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأداء المتوقع من استخدام الذكاء الاصطناعي ونجاح الاستخدام في الصحف السعودية)

الجدول (7): نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق في إجابات عبارة الفرضية الثانية

ت	العبارات	درجة الحرية	قيمة مربع كاي
1	نجاح استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف السعودية بدرجة كبيرة جداً	4	2.263

المصدر: من إعداد الباحث من واقع الدراسة الميدانية، 2024م

• تشير قيمة مربع كاي المحسوبة البالغة 2.263، والتي هي أقل بكثير من القيمة الجدولية 9.49 عند درجة حرية 4 ومستوى دلالة 5%، إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين توزيع الإجابات على عبارة الفرضية الثانية.

وبالتالي يتضح أن الفرضية الثانية والتي نصت على أنه: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأداء المتوقع من استخدام الذكاء الاصطناعي ونجاح الاستخدام في الصحف السعودية" لم تتحقق.

الفرضية الثالثة: (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي ووجود مشاكل متعددة عند الاستخدام في الصحف السعودية)

الجدول (8): نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات عبارات الفرضية الثالثة

ت	العبارات	درجة الحرية	قيمة مربع كاي
1	عدم وجود خبرة تقنية كافية لدى القائمين على أمر الصحافة	4	15.158
2	ضعف المهارات لدى الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	4	17.526
3	ضعف البنية التحتية للمؤسسات العاملة في مجال الصحافة السعودية	4	21.737
4	غياب التدريب والتأهيل للعاملين بالصحافة السعودية في مجال الذكاء الاصطناعي	4	37.789
5	فرض توجيهات إدارية من قبل المسؤولين في الصحف تعيق استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق الأهداف	4	10.947
6	غياب الأساليب المحفزة على استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي	4	20.684
7	اختراق أمن وخصوصية البيانات الالكترونية لمستخدمي تلك البيانات	4	16.474
8	يخشى العديد من الصحفيين فقدان وظائفهم المهنية	3	17.789
9	تحيز أنظمة الذكاء الاصطناعي وتأثرها بقيم مصممها	3	7.053
	جميع عبارات الفرضية الأولى	4	160.251

المصدر: من إعداد الباحث من واقع الدراسة الميدانية، 2024م

• العبارة الأولى: تشير قيمة مربع كاي المحسوبة البالغة 15.158، والتي تفوق القيمة الجدولية 13.28 عند درجة حرية 4 ومستوى دلالة 1% تفيد وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين توزيع إجابات أفراد العينة من حيث وجود نقص في الخبرة التقنية. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يرون وجود هذا النقص لدى القائمين على أمر الصحافة.

- العبارة الثانية: تشير قيمة مربع كاي المحسوبة البالغة 17.526، والتي تفوق القيمة الجدولية 13.28 عند درجة حرية 4 ومستوى دلالة 1% إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين توزيع إجابات أفراد العينة لصالح من وافقوا بشدة على ضعف مهارات الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
 - العبارة الثالثة: تشير قيمة مربع كاي المحسوبة البالغة 21.737، والتي تفوق القيمة الجدولية 13.28 عند درجة حرية 4 ومستوى دلالة 1% إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين توزيع إجابات أفراد العينة لصالح من وافقوا بشدة على ضعف البنية التحتية للمؤسسات العاملة في مجال الصحافة السعودية.
 - العبارة الرابعة: تشير قيمة مربع كاي المحسوبة البالغة 37.789، والتي تفوق القيمة الجدولية 13.28 عند درجة حرية 4 ومستوى دلالة 1% إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين توزيع إجابات أفراد العينة لصالح من وافقوا بشدة على عدم وجود تدريب وتأهيل للعاملين في الصحافة السعودية في مجال الذكاء الاصطناعي.
 - العبارة الخامسة: تشير قيمة مربع كاي المحسوبة البالغة 10.947، والتي تفوق القيمة الجدولية 9.49 عند درجة حرية 4 ومستوى دلالة 5% إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين توزيع إجابات أفراد العينة لصالح من وافقوا بشدة على أن فرض التوجيهات الإدارية من قبل المسؤولين في الصحف يعيق استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق الأهداف.
 - العبارة السادسة: تشير قيمة مربع كاي المحسوبة البالغة 20.684، والتي تفوق القيمة الجدولية 13.28 عند درجة حرية 4 ومستوى دلالة 1% إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين توزيع إجابات أفراد العينة لصالح من يوافقون بشدة على عدم وجود أساليب ترغب وتشجع على استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي.
 - العبارة السابعة: تشير قيمة مربع كاي المحسوبة البالغة 16.474، والتي تفوق القيمة الجدولية 13.28 عند درجة حرية 4 ومستوى دلالة 1% إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين توزيع إجابات أفراد العينة لصالح من يوافقون على وجود انتهاك لأمن وخصوصية البيانات الإلكترونية لمستخدمي تلك البيانات.
 - العبارة الثامنة: تشير قيمة مربع كاي المحسوبة البالغة 17.789، والتي تفوق القيمة الجدولية 11.34 عند درجة حرية 3 ومستوى دلالة 1% تشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين توزيع إجابات أفراد العينة ولصالح من يوافقون بشدة على أن كثيراً من الصحفيين يخشون فقدان عملهم المهني.
 - العبارة التاسعة: تشير قيمة مربع كاي المحسوبة البالغة 7.053، وهي أقل من القيمة الجدولية 7.84 عند درجة حرية 3 ومستوى دلالة 5%، حيث تفيد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة حول تحيز أنظمة الذكاء الاصطناعي وتأثيرها بقيم مصمميها.
 - أظهرت النتائج الإحصائية وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية عند مستوى دلالة (1%) بين آراء أفراد العينة حول الفرضية الثالثة، حيث تجاوزت قيمة مربع كاي المحسوبة (160.251) القيمة الجدولية بشكل كبير، مما يدل على اتفاق كبير مع ما جاء في الفرضية.
- ومن خلال ما تقدم نستنتج صحة الفرضية الثالثة والتي نصت على أنه: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي ووجود مشاكل متعددة عند الاستخدام في الصحف السعودية" قد تحققت.

نتائج الدراسة:

1. أثبتت نتائج الدراسة عدم توفر خبرة تقنية كافية لدى المسؤولين عن الصحافة في مجال الذكاء الاصطناعي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Al-Zahrany, 2022) التي ترى أن 90.3% من أفراد العينة أقرروا بأن القائمين على المؤسسات الإعلامية لا تتوفر لديهم الخبرة التقنية الكافية.

2. توصلت الدراسة إلى أن معظم افراد العينة مقرين بضعف مهارات الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Al-Zahrany, 2022) والتي أظهرت أن 24.6% من عينة الدراسة لديهم معرفة محدودة بمفهوم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
3. خلصت الدراسة الى اجماع معظم أفراد العينة على ضعف البنية التحتية للمؤسسات الخاصة العاملة في ميدان الصحافة السعودية، فيما يخص تقنية الذكاء الاصطناعي، النتيجة هذه تتفق مع دراسة (Abdel Razek, 2022) والتي خلصت إلى أن تكاليف استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تعد أحد الأسباب التي تعيق تطبيقها.
4. برهنت نتائج الدراسة على إجماع أفراد العينة على عدم كفاية التدريب والتأهيل الذي يتلقاه العاملين في الصحافة السعودية في مجال الذكاء الاصطناعي، حيث بلغت نسبته 28.9%، وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة (Al-Buhairy, 2022)، والتي أشارت إلى نفس المشكلة.
5. أثبتت نتائج الدراسة على أن فرض التوجيهات الإدارية من قبل المسؤولين في الصحف والذي بلغت نسبته 28.9% يعيق استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق الأهداف المرجوة، وهذه النتيجة متوافقة مع دراسة (Ismail, 2022) والتي ترى أن فرض التوجيهات التعسفية على الصحفيين من قبل الإدارة العليا تحد من تطوير المحتوى الصحفي وخاصة في مجال الذكاء الاصطناعي.
6. توصلت نتائج الدراسة الي أن غياب الأساليب المحفزة لاستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي المادية والمعنوية الذي بلغت نسبته 28.9% حسب رأي أفراد العينة يحد من الإبداع في هذا المجال.
7. خلصت الدراسة أن اختراق أمن وخصوصية البيانات الإلكترونية لمستخدمي البيانات الذي بلغت نسبته 5.3% لا يعد من أبرز المشاكل التي تعاني منها الصحافة السعودية في استخدامها للذكاء الاصطناعي، ويختلف ذلك مع دراسة (Habib, 2023) التي أشارت إلى أن خرق أمن البيانات والخصوصية يعد من أبرز التحديات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة المصرية.
8. برهنت نتائج الدراسة أن 31.6% من افراد العينة أن الصحفيين يخشون من فقدان وظائفهم المهنية نسبتا لحلول تقنية الذكاء الاصطناعي مكان الصحفي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Al-Gabary & Osman, 2023) التي ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يؤدي إلى فقدان عدد من الصحفيين لوظائفهم بسبب حلول الآلات محل البشر.
9. أثبتت الدراسة أن 42.1% من أفراد العينة يتفوقون على أن تحيز أنظمة الذكاء الاصطناعي وتأثيرها بقيم مصممها من التحديات التي تقابل مستخدمي الذكاء الاصطناعي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسات (Habib, 2023) و (Abdel Razek, 2022) التي تشير إلى أن استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي يتأثر بقيم مصممها.
10. أثبتت الدراسة أن 63% من عينة البحث العاملين في مجال الصحافة السعودية لديهم خبرة أكثر من عشر سنوات في مجال الصحافة، هذه النتيجة لا تتوافق مع نتيجة دراسة (Habib, 2023) حيث بلغت نسبة أفراد العينة الذين لديهم الخبرة عشرة سنوات فأكثر 10%.
11. أظهرت الدراسة أن 76.3% من عينة البحث العاملين في مجال الصحافة السعودية خريجو معاهد وكليات الإعلام، تتوافق هذه النتيجة مع دراسة (Al-Zahrani, 2022) التي مفادها أن أفراد العينة لديهم من خريجي 92.2% خريجي كليات ومعاهد الإعلام.
12. توصلت الدراسة الي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وزيادة الاعتماد عليه مستقبلاً في الصحف السعودية، وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة (Malika, 2023) التي ترى تطورا كبيرا في تطبيق الذكاء الاصطناعي في ميدان الصحافة في المستقبل.
13. أظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأداء المتوقع من استخدام الذكاء الاصطناعي ونجاح استخدامه في الصحف السعودية، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Habib, 2023) والتي مفادها أن 60% من الصحفيين المصريين أفراد العينة ترى سلبية تأثيرات استخدام الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية

الإعلامية، كما تختلف مع نتيجة دراسة (Ismail, 2022) التي ترى أن استخدام الذكاء الاصطناعي قد نجح بصورة كبيرة في الصحف والمواقع الإخبارية.

14. أثبتت الدراسة وجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي ووجود مشكلات متعددة عند استخدامه في الصحف السعودية، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Beheiry, 2022) التي ترى وجود مشاكل متعددة عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

التوصيات:

1. إعداد برامج تدريبية متخصصة وتطوير استراتيجيات تعليمية مستدامة للكوادر الإعلامية، خاصة في مجال الذكاء الاصطناعي.
2. توصي الدراسة بتطوير البنية التحتية التقنية المحلية في المؤسسات الإعلامية الصحفية الخاصة من خلال توفير دورات تدريبية حول كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بتكلفة منخفضة أو عبر استخدام منصات مفتوحة المصدر ودعم الدولة للمؤسسات الصحفية الخاصة بتوفير هذه التقنيات.
3. تطوير برامج تحفيزية شاملة تشجع الصحفيين والعاملين في المؤسسات الصحفية على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي، سواء من خلال المكافآت المادية أو التقدير المعنوي، إضافة إلى خلق بيئة عمل مشجعة للابتكار.
4. ضرورة دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على وظائف الصحفيين والعمل على تطوير استراتيجيات تكاملية تضمن استفادة الصحفيين من التقنيات الحديثة دون تهديد وظائفهم.
5. تحقيق الشفافية وتقليل التحيز في تصميم أنظمة الذكاء الاصطناعي، وذلك من خلال التنوع في فرق العمل التي تطور هذه الأنظمة، وتبني معايير وأخلاقيات عالمية تضمن أن تكون التقنيات محايدة وتعكس التنوع الثقافي والاجتماعي.

Attitudes of Saudi Journalists towards the Use of Artificial Intelligence in Saudi Newspapers: An Analytical Study on a Sample of Saudi Journalists

Hisham Abdalla Alhag Mohamed, Department of Communication and Media, Faculty of Arts, King Faisal University, Al-Hofuf, Saudi Arabia.

Abstract

The study aimed to know the attitudes of Saudi journalists towards the use of artificial intelligence in Saudi newspapers, and the study used the analytical survey method with its quantitative and qualitative aspects, and the number of sample members reached (38) Saudi journalists of both genders working in the field of Saudi journalism, and the sample was taken in a simple random probability method, and the study relied mainly on the questionnaire tool.

The study found a number of results, the most important of which is that 63% of the study sample members have more than ten years of experience in the field of journalistic work, and the study found that 67.3% of the sample members working in the field of Saudi journalism graduated from media institutes and colleges, and the study also proved a statistically significant relationship between the use of artificial intelligence and increasing reliance on it in the future in Saudi newspapers, and the study also found a statistically significant relationship between the use of artificial intelligence and the presence of Multiple problems when used in Saudi newspapers.

Keywords: Attitudes, Artificial Intelligence, Saudi Journalists.

المراجع العربية:

- إبراهيم، وليد العشري. (2024). مراجعة منهجية للإنتاج الأكاديمي المصري والعربي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، الصفحات 9-31.
- أبو الحسن، فاطمة شعبان (2023). اتجاهات دارسي وممارسي الإعلام إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، الصفحات 41-83.
- إسماعيل، فتحي إبراهيم (2022). اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، الصفحات 31-86.
- البحيري، شيرين (2022). اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي (Robot Journalism) في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، الصفحات 129-158.
- بلال، أحمد حبيب. وموسى، عبد الله. (2019). الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر. *المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة*.
- البهنساوي، إسراء علي السيد. (2023). تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بموقع منظمة المرأة العربية، دراسة على القائم بالاتصال. *مجلة البحث العلمي في الآداب*، الصفحات 161-185.
- الحاج، رحمه، وأحمد، عبد الله. (2014). أثر الإعلان والبيع الشخصي على ولاء المستهلك للمنتج، *مجلة الاقتصاد والعلوم السياسية والاحصائية*، 2014(16)، 1-18.
- حبيب، محمد رضا (2023). إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، الصفحات 351-395.
- حسيب، سحر محمد (2023). تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وتحسين الصورة النمطية للمؤسسات والحكومات: أزمة كوفيد 19 والصين نموذجاً. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (84)، الصفحات 231-262.
- الزهراني، أحمد علي، (2022). تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، الصفحات 15-39.
- صحيفة الحوار المتجدد (2023). رابط الدراسة البحثية. تم الاسترداد 2023/12/11 من: <https://www.hewarmag.com/34514-2/>
- عبد الحليم، راشد صلاح الدين (2024). واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي "دراسة تحليلية ميدانية". *مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر كلية الإعلام*، الصفحات 1290-1348.
- عبد الرازق، مي مصطفى (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.. الواقع والتطورات المستقبلية، دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، الصفحات 1-74.
- علي، وليد العشري. (2023). واقع الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية. *مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر كلية الإعلام*، الصفحات 878-946.

- الغباري، محمد. وعثمان، وباسل يسري (2023). دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية. *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*، الصفحات 619-653.
- غيتاوي، هاجر. وابن نعلي، ونفيسة. (2022). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير وكتابة الأخبار في الصحافة الالكترونية تطبيق *Talk To Transform* أنموذج. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والإسلامية، جامعة العقيد أحمد درابعية أدرار، الجزائر.
- مليلة، بوخاري (2023). استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام رؤية نقدية لحدود الاستخدام وأفاق الصحافة. *مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، الصفحات 67-78.
- المنصة الوطنية GOV.SA (2022). *السياسات الأساسية للمملكة 2023*. تم الاسترداد 2023/07/30 من: <https://linksshortcut.com/RcsFa>
- هيئة الصحفيين السعوديين (2024). *الأعضاء الصحفيين السعوديين الرسميين المسجلين بها*. تم الاسترداد 2024/10/8 من: <https://www.sju.org.sa>

English References:

- Ali, W. & Hassoun, M. (2019). Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, pp. 40-49. doi:10.20431/2454-9479.0501004.
- Allport, G. (1954). *The Nature Of Prejudice* (Vol. 1st). Cambridge, United States: Addison-Wesley.
- Bello, S., Salaudeen, A., & Umeaku, P. C. (2023). A survey of awareness and adoption of artificial intelligence journalism among Lagos and Kwara States journalists. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, pp. 96-105. doi:10.31315/ijcs.v16i2.10282.
- Bilal, Ahmed Habib and Musa, Abdullah. (2019). *Artificial intelligence revolutionizes the technologies of the age*. Arab Group for Training and Publishing, Cairo.
- Biswal, S. K. & Gouda, N. K. (2020). Artificial intelligence in journalism: A boon or bane? *Optimization in machine learning and applications*, pp. 155-167. doi:https://doi.org/10.1007/978-981-15-0994-0_10.
- Blackwell, R., Miniard, P. W., Engel, J. F., & Rahman, Z. (2001). *Consumer Behavior*. Texas, US: Harcourt College Publishers.
- Bogardus, E. S. (1931). *Fundamentals of Social Psychology* (2nd Vol.). Century/Random House UK.
- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C.-H. (2019). Artificial Intelligence and Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, pp. 673-695. doi:10.1177/1077699019859.
- Ishola, S. A., Bello, S., & Umeaku, P. (2023, 12 31). A Survey of Awareness and Adoption of Artificial Intelligence Journalism among Lagos and Kwara States Journalists in Nigeria. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, pp. 95-105. doi:https://doi.org/10.31315/ijcs.v1i2.10282.
- Minsky, M. L. (1961). Steps Toward Artificial Intelligence. *Proceedings of the IRE*, pp. 8-30. doi:10.1109/JRPROC.1961.287775.

- Nurelmadina, N., Hasan, M. K., Memon, I., Saeed, R. A., Zainol Ariffin, K. A., Ali, E. S.,... Hassan, M. A. (2021). A Systematic Review on Cognitive Radio in Low Power Wide Area Network for Industrial IoT Applications. *Sustainability*, pp. 2071-1050. doi:10.3390/su13010338.
- Venkatesh, V. & Davis, F. D. (2000, February). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, pp. 186-204. doi:10.1287/mnsc.46.2.186.11926.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003, September). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *Management Information Systems Research Center*, pp. 425-478.

Arabic References in English:

- Abdel Razek, Mai Mustafa. (2022). Artificial intelligence techniques in the media. Reality and future developments, an applied study on those in charge of communicating with the Egyptian and Arab media. *Egyptian Journal of Media Research*, pp. 1-74. doi:10.21608/ejsc.2022.272038.
- Abdul Halim, Rashid Salahuddin. (2024). The reality of the Arab press in light of artificial intelligence techniques "a field analytical study". *Journal of Media Research, Al-Azhar University*, Faculty of Mass Communication, pp. 1290-1348. Retrieved from: https://jsb.journals.ekb.eg/article_334647.html.
- Abu al-Hassan, Fatima Shaaban. (2023). Attitudes of media students and practitioners towards employing artificial intelligence applications in media work in light of the unified theory of acceptance and use of technology. *Arab Journal for Media and Communication Research*, pp. 41-83. doi:10.21608/jkom.2023.325731.
- Al-Bahnasawi, Israa Ali Alsayed. (2023). Artificial intelligence technology on the Arab Women Organization website, a study on the communicator. *Journal of Scientific Research in Arts*, pp. 161-185. doi:10.21608/jssa.2023.341729.
- Al-Ghubari, Mohammed. and Osman, Bassel Yousry. (2023). The Role of Artificial Intelligence Technologies in the Development of Digital Media: A Future Vision. *Arab Journal for Media and Communication Research*, pp. 619-653. doi:10.21608/jkom.2023.338656.
- Al-Hajj, Rahma., & Ahmed, Abd alla. (2014). The Impact of Personal Advertising and Sale on Consumer Loyalty to the Product, *Journal of Economics Political Science and Statistics*, 2014(16), 1-18.
- Ali, Walid Al-Ashry. (2023). The reality of Arab and foreign media studies in the field of the impact of artificial intelligence in journalistic practice. *Journal of Media Research, Al-Azhar University*, Faculty of Mass Communication, pp. 878-946.
- Al-Zahrani, Ahmed Ali. (2022). Arab journalists adopt artificial intelligence applications in media institutions. *Algerian Journal of Media Research and Public Opinion*, pp. 15-39. Retrieved from <https://www.asjp.cerist.dz/index.php/en/article/198452>.
- Beheiry, Sherine. (2022). Egyptian journalists' attitudes towards using the application of artificial intelligence journalism (Robot Journalism) in the production of journalistic content in Egyptian newspapers. *Scientific Journal of Journalism Research*, pp. 129-158.
- Fathi, Ibrahim Ismail. (October, 2022). Journalists' attitudes towards the use of artificial intelligence in the development of journalistic content in Egyptian newspapers and websites. *Egyptian Journal of Public Opinion Research*, pp. 31-86. doi:10.21608/joa.2022.276295.
- Gitawi, Hajar. Ben Naali, and Nafisa. (2022). *The use of artificial intelligence techniques in editing and writing news in electronic journalism Talk To Transform application model*. Unpublished

- Master's Thesis, Faculty of Humanities, Social and Islamic Sciences, University of Colonel Ahmed Draia Adrar, Algeria.
- Habib, Muhammad Reda. (2023). The problems of using artificial intelligence journalism from the perspective of Egyptian journalists and its impact on the quality of news and media coverage in press institutions. *Scientific Journal of Journalism Research*, pp. 351-395. DOI: 10.21608/sjsj.2023.327661.
- Haseeb, Sahar Muhammad. (July, 2023). AI journalism technologies and improving the stereotype of institutions and governments: The Covid-19 crisis and China as a model. *Egyptian Journal of Media Research*. (84), pp. 231-262. DOI: 10.21608/ejsc.2023.323642.
- Hewar Al-Mutajdid newspaper (2023). *Research study link*. Retrieved 12/11/2023 from: <https://www.hewarmag.com/34514-2/>
- Ibrahim, Walid Al-Ashry. (2024). A systematic review of the Egyptian and Arab academic production of artificial intelligence applications in journalism. *Arab Journal of Media and Communication Research*, pp. 9-31. DOI: 10.21608/JKOM.2024.360784.
- Malika, Bukhari. (2023). The use of artificial intelligence in the media is a critical view of the limits of use and the prospects of journalism. *Digitization Journal for Media and Communication Studies*, pp. 67-78.
- National Platform GOV.SA (2022). *Basic Policies of the Kingdom 2023*. Retrieved 07/30/2023 from: <https://linksshortcut.com/RcsFa>.
- Saudi Journalists Association (2024). *Official Saudi press members registered therein*. Retrieved 10/8/2024 from: <https://www.sju.org.sa>.