



جامعة القدس المفتوحة

عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

برنامج ماجستير إدارة المؤسسات الإعلامية

اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف

تقنيات الذكاء الاصطناعي - تلفزيون فلسطين أنموذجاً

**Attitudes of Communicators in Palestinian Media Institutions
Towards Employing Artificial Intelligence Techniques - Palestine
- TV as an Example**

إعداد:

فؤاد محمد مصطفى صالح

قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة المؤسسات

الإعلامية

جامعة القدس المفتوحة (فلسطين)

حزيران 2025



جامعة القدس المفتوحة

عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

برنامج ماجستير إدارة المؤسسات الإعلامية

اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف

تقنيات الذكاء الاصطناعي - تلفزيون فلسطين أنموذجاً

**Attitudes of Communicators in Palestinian Media Institutions
Towards Employing Artificial Intelligence Techniques - Palestine
TV as an Example**

إعداد:

فؤاد محمد مصطفى صالح

بإشراف: د. ولاء بطاط

قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة المؤسسات

الإعلامية

جامعة القدس المفتوحة (فلسطين)

حزيران 2025

اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف

تقنيات الذكاء الاصطناعي - تلفزيون فلسطين أنموذجاً

**Attitudes of Communicators in Palestinian Media Institutions
Towards Employing Artificial Intelligence Techniques - Palestine
TV as an Example**

إعداد:

فؤاد محمد مصطفى صالح

بإشراف: د. ولاء بطاط

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت في 2025/06/15م

أعضاء لجنة المناقشة



مشرفاً ورئيساً..

جامعة القدس المفتوحة

الدكتور ولاء بطاط

ممتحناً داخلياً..

جامعة القدس المفتوحة

الدكتور يوسف الشيخ

ممتحناً خارجياً..

جامعة القدس المفتوحة

الدكتور أحمد مغاري

تفويض وإقرار

أنا الموقع أدناه فؤاد محمد مصطفى صالح؛ أفوض / جامعة القدس المفتوحة بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات، أو المؤسسات، أو الهيئات، أو الأشخاص عند طلبهم، بحسب التعليمات النافذة في الجامعة. وأقرّ بأنني قد التزمت بقوانين جامعة القدس المفتوحة وأنظمتها وتعليماتها وقراراتها السارية المعمول بها والمتعلقة بإعداد رسائل الماجستير، عندما قمت شخصياً بإعداد رسالتي الموسومة ب: "اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي - تلفزيون فلسطين نموذجاً". وذلك بما ينسجم مع الأمانة العلمية المتعارف عليها في كتابة الرسائل العلمية.

الاسم: فؤاد محمد مصطفى صالح

الرقم الجامعي: 0330012110191

التوقيع: 

التاريخ: 2025/06/15م

الإهداء

إلى

نبيع الحنان، ومصدر الإلهام، إلى الدّعاء الذي يرافقني في كلّ خطوة،

أمّي الغالية، مدّ الله في عمرها، وأبقاها نوراً في حياتي.

إلى

روح، من علّمني أن العلم زاد لا ينفد، وأنّ الطّموح لا سقف له، قدوتي الأولى، ومصدر عزيمتي،

والذي الحبيب رحمه الله.

إلى

شريكة دربي، ونبض قلبي، وملاذي في لحظات التعب، زوجتي العزيزة.

إلى

السند والعضد، من أفتخر وأعتزّ بهم، إخوتي وأخواتي، أنتم النور الذي زاد طريقي إشراقاً.

إلى

أولادي الأحبة، فرحتي في هذه الدنيا، وزهوري التي تزهر كلّ يوم

إلى كلّ طلاب هذا العالم الباحثين عن نور المعرفة

وإلى طلاب وطني الحبيب فلسطين، الذين أعتزّ بانتمائي إليهم

أهديكم هذا الجهد العلمي المتواضع مع محبتي وتقديري

الباحث فؤاد محمد مصطفى صالح

شكر وتقدير

الحمدُ لله، الذي أعانني ووفقني إلى إنجاز هذا العمل، وأتوجّه بالشكر الجزيل إلى المشرفة الدكتورة

الفاضلة:

ولاء البطاط

من كانت الداعم والمساند لي، التي عملت بكلّ جهد وإخلاص من أجل أن تخرج رسالتي بأفضل

حلّتها، وتعلّمتُ منها الصبر والعمل، والإصرار حتى تحقيق الأهداف... جزاها الله خير الجزاء.

والشكر موصول إلى أعضاء لجنة المناقشة: د. أحمد مغاري، ود. يوسف الشيخ، أشكرهم على

ملحوظاتهم التي أثرت رسالتي.

والشكرُ والتقدير إلى عمادة الدّراسات العليا في جامعة القدس المفتوحة، وطاقيها الأكاديمي والإداري،

على جهودكم التي بذلتموها.

الباحث فؤاد محمد مصطفى صالح

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
صفحة الغلاف	ب
قرار لجنة المناقشة	ت
تفويض وإقرار	ث
الإهداء	ج
شكر وتقدير	ح
قائمة المحتويات	خ
قائمة الجداول	ر
قائمة الأشكال	ش
قائمة الملاحق	ص
الملخص باللغة العربية	ض
الملخص باللغة الإنجليزية	ط
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
تمهيد	1
مشكلة الدراسة	2
أسئلة الدراسة	3
فرضيات الدراسة	4
أهداف الدراسة	5
أهمية الدراسة	6
حدود الدراسة ومحدداتها	7
أنموذج الدراسة	8
التعريفات الاصطلاحية والإجرائية	11-8
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	
الإطار النظري	50-12
الدراسات السابقة	66-50
التعقيب على الدراسات السابقة	68-66

الفصل الثالث: المنهجية والإجراءات

69	منهجية الدّراسة
69	أداة الدّراسة
70	مُجتمع وعينة الدراسة
77	إجراءات تنفيذ الدّراسة
78	متغيّرات الدّراسة
79	المعالجات الإحصائية

الفصل الرابع: عرض نتائج الدّراسة

80	النتائج المُتعلقة بالسؤال الرئيس الأول
80	النتائج المُتعلقة بالسؤال الأول
83	النتائج المُتعلقة بالسؤال الثاني
85	النتائج المُتعلقة بالسؤال الثالث
87	النتائج المُتعلقة بالسؤال الرابع
88	النتائج المُتعلقة بالسؤال الخامس
90	النتائج المُتعلقة بالسؤال السادس
91	النتائج المُتعلقة بالسؤال السابع
93	النتائج المُتعلقة بالسؤال الثامن
94	النتائج المُتعلقة بالسؤال التاسع

الفصل الخامس: تفسير النّتائج ومناقشتها

116	تفسير نتائج السؤال الرئيس الأول ومناقشته
116	تفسير نتائج السؤال الأول ومناقشته
119	تفسير نتائج السؤال الثاني ومناقشته
120	تفسير نتائج السؤال الثالث ومناقشته
121	تفسير نتائج السؤال الرابع ومناقشته
123	تفسير نتائج السؤال الخامس ومناقشته

124	تفسير نتائج السؤال السادس ومناقشته
125	تفسير نتائج السؤال السابع ومناقشته
127	تفسير نتائج السؤال الثامن ومناقشته
128	تفسير نتائج السؤال التاسع ومناقشته
135	التوصيات
136	المصادر والمراجع باللّغة العربية
142	المقابلات الشخصية
142	المصادر والمراجع باللّغة الإنجليزية
144	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

الجدول	موضوع الجدول	الصفحة
1.2	تطبيقات تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.	26
1.3	توزيع عينة الدراسة حسب مُتغيرات البيانات "الديمغرافية" للفنيين القائمين بالاتصال من مخرجين ومصممين ومصورين ومنتجين ومعدّين في تلفزيون فلسطين (ن=101) .	71
2.3	يوضح قيم معاملات ارتباط فقرات "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه وكذلك معامل ارتباط المجال مع الدرجة الكلية للأداة (ن=30) .	73
3.3	معاملات الثبات لمقاييس الدراسة بطريقة كرونباخ ألفا.	75
4.3	درجات احتساب مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالاته، والوزن النسبي المقابل لكل فئة.	76
5.3	درجات احتساب جاهزية تلفزيون فلسطين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والوزن النسبي المقابل لكل فئة.	77
1.4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لكل مجال من مجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وعلى الدرجة الكلية.	81
2.4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لمجال مدى جاهزية تلفزيون فلسطين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.	82
3.4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لدرجة تطبيق الذكاء الاصطناعي في الدوائر والمجالات التي يرى القائم بالاتصال انها تقوم بتوظيف في تلفزيون فلسطين.	84
4.4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لأبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في تلفزيون فلسطين.	85
5.4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لمستوى المتطلبات التقنية والمهنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين.	87
6.4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لمستوى المعوقات التي تمنع تلفزيون فلسطين من اعتماد وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.	89
7.4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لمستوى المخاوف، والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال.	90
8.4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لمستوى الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال.	92

93	المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لمدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل الصحفي في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال.	9.4
95	نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.	10.4
97	المُتوسّطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير الدرجة الوظيفية.	11.4
99	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مُستوى دلالة الفُروق للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير الدرجة الوظيفية.	12.4
100	نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسّطات الحسابية لمجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومعوّقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير الدرجة الوظيفية.	13.4
101	المُتوسّطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.	14.4
103	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مُستوى دلالة الفُروق للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.	15.4
104	نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسّطات الحسابية لمجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، والآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.	16.4
106	المُتوسّطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير التخصص.	17.4
108	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مُستوى دلالة الفُروق للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير التخصص.	18.4
108	نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسّطات الحسابية على الدرجة الكلية والمجالات تبعاً لمتغير التخصص.	19.4
112	المُتوسّطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير سنوات العمل.	20.4

113	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مُستوى دلالة الفُروق للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير سنوات العمل.	21.4
114	نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لمجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومعوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير سنوات العمل.	22.4

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
8	أنموذج خاص بالدراسة	1.1
34	نموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا لـ فينكاتيش وزملائه.	1.2

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
145	قائمة المحكمين	أ
146	أداة الدراسة بعد التحكيم	ب
152	كتاب تسهيل المهمة	ت

اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي - تلفزيون فلسطين أنموذجاً

إعداد: فؤاد محمد مصطفى صالح

بإشراف: د. ولاء بطاط

2025

ملخص

هدفت الدراسة إلى تعرف اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، تلفزيون فلسطين أنموذجاً، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي؛ واعتمد الباحث في هذه الدراسة على الاستبانة أداة بحثية رئيسة. وتكون مجتمع الدراسة من الفنيين والقائمين بالاتصال في تلفزيون فلسطين والبالغ عددهم (300) موظفاً، إذ بلغ حجم عينة الدراسة (169) موظفاً، وقام الباحث بتوزيع الاستبانات على الموظفين بشكل عشوائي، واسترد (101) استبانة صالحة للتحليل، أي ما نسبته (34%) من حجم مجتمع الدراسة، وكان أهم فرضيات هذه الدراسة، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.5$) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزى إلى متغير الدرجة الوظيفية. وأظهرت نتائج الدراسة أن اتجاهات عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ككل بلغ (3.70) وبوزن نسبي (74.1%)، ومستوى مُرتفع، وكان من أهم توصيات هذه الدراسة، الاستثمار في البرمجيات والأدوات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحسين الانتاج الاعلامي مثل برامج التحرير والترجمة التلقائية وتحليل البيانات.

الكلمات المفتاحية: القائم بالاتصال، الاتجاهات، الذكاء الاصطناعي، تلفزيون فلسطين

Attitudes of Communicators in Palestinian Media Institutions Towards Employing Artificial Intelligence Techniques - Palestine TV as an Example

Preparation: Fuad Mohammed Mustafa Saleh

Supervision: Dr. Wala Batat

2025

Abstract

The study aimed to identify the attitudes of communication scientists in Palestinian media organizations towards the use of artificial intelligence technologies, with Palestine TV as a model, for beginners, descriptive analytical beginners. The researcher in this study relied on the questionnaire as the main research tool, The study community consisted of technicians and communicators at Palestine TV, numbering (300) employees, where the size of the study sample was (169) employees. The researcher distributed the questionnaires to the employees randomly, and retrieved (101) valid questionnaires for analysis, i.e. (34%) of the size of the study community, One of the most important hypotheses of this study was that there are no statistically significant differences at the significance level ($\alpha \leq 0.5$) between the average responses of the study sample members regarding the attitudes of those in charge of communication in Palestinian media institutions towards employing artificial intelligence technologies attributable to the variable of job grade, The results of the study showed that the trends of the study sample of communicators in Palestinian media institutions towards the use of artificial intelligence technologies as a whole reached (3.70) with a relative weight of (74.1%), and a high level. One of the most important recommendations of this study was to invest in software and tools that rely on artificial intelligence to improve media production, such as editing programs, automatic translation, and data analysis.

Keywords: Communicator, trends, artificial intelligence, Palestine TV

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 تمهيد

فرضت التطورات التكنولوجية على المجالات والتخصصات كافة، ومن تلك التطورات يأتي الذكاء الاصطناعي الذي سيصبح ضمن مؤشرات النمو الاقتصادي العالمي ليصبح نصيب الفرد من التكنولوجيا جنبا إلى جنب مع نصيبه من الدخل على الصعيد الوطني والنتائج المحلي الإجمالي.

وتشكل العلوم التقنية والتكنولوجية اليوم ميدانا بحثيا واسعا للدراسات والبحث العلمي؛ إذ يظهر تأثيرها في مختلف المجالات العلمية والإنسانية المختلفة كالتطب والصناعة والتعليم والاقتصاد والإعلام وغير ذلك من المجالات. وأصبح من الضروري على إدارة المؤسسات مواكبة هذه التقنيات التكنولوجية الهائلة التي أصبحت تغزو الآلات والعقول وباتت اليوم تشكل أهم المنافذ لاستمرار وتطور هذه المؤسسات (بومخيلة، 2023).

المؤسسات الاعلامية الفلسطينية كغيرها من المؤسسات التي أصبح أداؤها واستمرارها ونموها اليوم يرتبط بشكل مباشر بمدى تمكنها في الاستثمار في القدرة التكنولوجية والتقنية الموجودة لديها؛ إذ أن التحولات في طبيعة وبيئة العمل الإعلامي أصبحت ترتبط مع التحولات التكنولوجية والتقنيات المتطورة وباتت التقنيات الجديدة التي دخلت الى عالم الكتابة والصور والمهارات الاعلامية المختلفة تعد قوة حقيقية دافعة لهذه الصناعة وذلك بهدف إنتاج محتوى رقمي جديد يتماشى مع متطلبات الجمهور المستهدف (عبد الظاهر، 2021).

كل هذه التغييرات الهائلة في الصناعة الإعلامية ارتبطت بشكل مباشر بالأدوات والتقنيات الحديثة التي أصبحت ترتبط جميعها بمفهوم جديد، يسمى الذكاء الاصطناعي الذي يعد جزءاً لا يتجزأ من بيئة العمل في هذه الصناعة؛ إذ ظهرت مصطلحات جديدة مثل الصحافة الآلية وصحافة الروبوت وغيرها من المصطلحات التي دخلت عالم الصناعة الإعلامية (خطاب، 2020).

تبين للباحث، أن هناك متغيرات تقنية محيطة ببيئة العمل الإعلامي التي وصلت إلى مراحل إنتاج المادة الإعلامية وتحريرها بشكل آلي من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي. ولاحظ الباحث اتجاه بعض المؤسسات الإعلامية في الدول المجاورة نحو توظيف بعض من هذه التقنيات في جوانب مختلفة، بالإضافة إلى التجارب الفردية لبعض الصحفيين من خلال توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج أعمالهم.

ويسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تعرف اتجاهات القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي، ومدى جاهزيتها، بالإضافة إلى دراسة الأثر المادي والمعنوي لتقنيات الذكاء الاصطناعي على طبيعة العمل، وأخلاقيات العمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.

2.1 مشكلة الدراسة

انطلقت مشكلة الدراسة من ملاحظة الباحث لواقع بيئة العمل في تلفزيون فلسطين؛ إذ أجرى دراسة استكشافية أولية هدفت إلى تعرف مدى حضور واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في هذه البيئة الإعلامية. وقد كشفت هذه الدراسة عن وجود فجوة واضحة في مستوى الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتفاوت في الاهتمام بها، إلى جانب تحديات متعددة تحول دون تبنيها بالشكل الأمثل في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.

وبناءً على هذه المعطيات، تتمثل المشكلة البحثية الحالية في تحليل اتجاه القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، من خلال تقييم مدى معرفتهم بهذه التقنيات، ودرجة اهتمامهم بها، والتحديات التي تواجههم في تبنيها، وكذلك مدى استعدادهم لتطبيقها في العمل الإعلامي.

3.1 أسئلة الدراسة

يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس، ما مستوى اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؟

وينبثق من السؤال الرئيس عدة تساؤلات فرعية نذكر منها:

1. ما مدى جاهزية تلفزيون فلسطين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
2. ما درجة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الدوائر الفنية في تلفزيون فلسطين؟
3. ما أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي التي من الممكن أن توظف في تلفزيون فلسطين؟
4. ما المتطلبات التقنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين؟
5. ما المعوقات التي تمنع تلفزيون فلسطين من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
6. ما الآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأداء المهني للعاملين في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال؟
7. ما الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال؟

8. ما مدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في أخلاقيات العمل الصحفي في تلفزيون فلسطين من

وجهة نظر القائمين بالاتصال؟

9. هل توجد فروق في استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في تلفزيون فلسطين

نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغيرات: (النوع الاجتماعي، الدرجة الوظيفية،

المؤهل العلمي، التخصص، سنوات العمل)؟

4.1 فرضيات الدراسة

تسعى الدراسة إلى اختبار الفرضيات الآتية:

1-الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات

استجابات أفراد عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي.

2-الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات

استجابات أفراد عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزى إلى متغير الدرجة الوظيفية.

3-الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات

استجابات أفراد عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.

4-الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزى إلى متغير التخصص.

5-الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزى إلى متغير سنوات العمل.

5.1 أهداف الدراسة:

يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. تعرف مدى جاهزية تلفزيون فلسطين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.
2. تعرف درجة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين.
3. تعرف تقنيات الذكاء الاصطناعي والتي من الممكن ان توظف في تلفزيون فلسطين.
4. تعرف المتطلبات التقنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين.
5. تعرف المعوقات التي تمنع او تحد من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين.
6. تعرف الآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين.
7. تعرف الآثار الايجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين.
8. تعرف تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في أخلاقيات العمل الصحفي في تلفزيون فلسطين من وجهة

نظر القائمين بالاتصال؟

6.1 أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة وفقا لما يأتي:

1.6.1 الأهمية العلمية:

- هذه الدراسة معلومات قد تكون مفيدة للمهتمين بدراسة تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الإنتاج الإعلامي في فلسطين.
- تسهم الدراسة في توضيح بعض المجالات التي يمكن فيها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- ساعدت هذه الدراسة في إعطاء فكرة مبدئية حول الاتجاهات المحتملة لمستقبل الصناعة الإعلامية في ضوء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في فلسطين.

2.6.1 الأهمية التطبيقية:

- تتناول الدراسة تحليل البيئة التكنولوجية والقدرة التطويرية للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- تسعى الدراسة إلى تعرف مستوى اهتمام القائمين بالاتصال بتحسين العملية الإنتاجية داخل هذه المؤسسات.
 - من المتوقع أن تسهم نتائج الدراسة في توضيح بعض الجوانب المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية العربية، وقد تشجع على إجراء دراسات أخرى تتناول الموضوع من زوايا مختلفة.

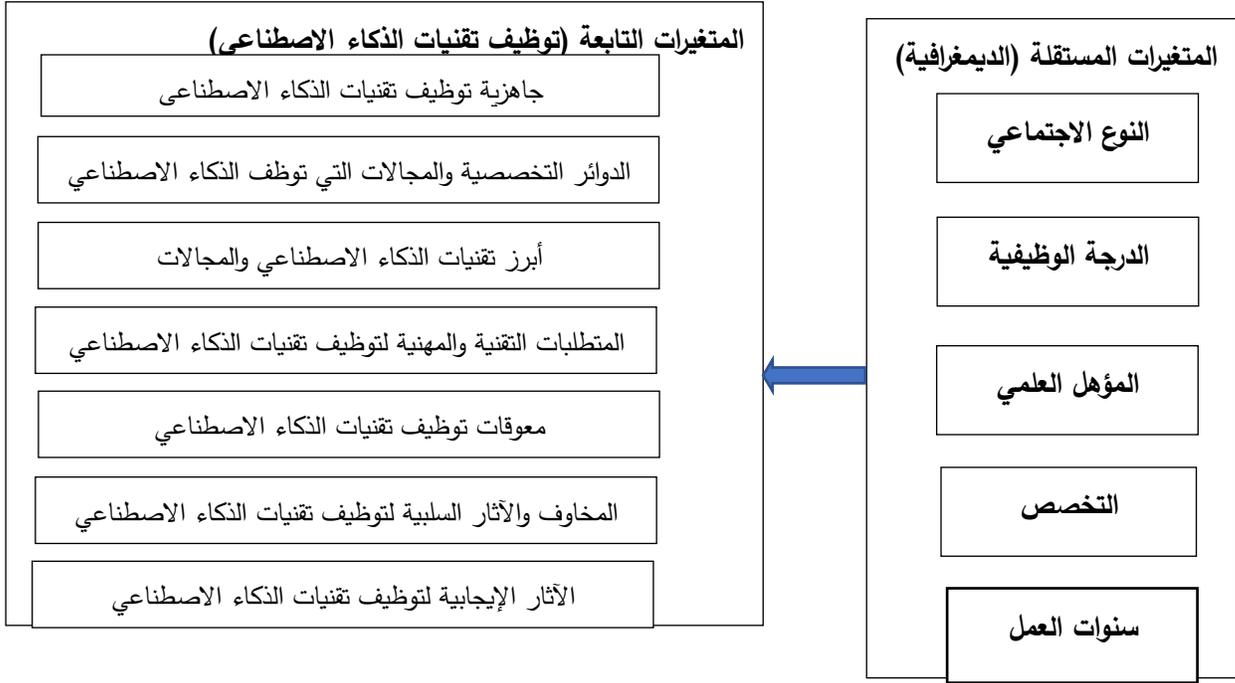
- تحاول الدراسة تقديم تصورات أولية حول محددات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، إلى جانب رصد آراء القائمين بالاتصال حول الفرص والتحديات المحتملة المرتبطة بهذه التقنيات، وسبل التعامل معها داخل المؤسسات الإعلامية.
- يمكن أن تقدم الدراسة رؤية استرشادية للإعلاميين والمعنيين وصناع القرار في المجال الإعلامي، من خلال استعراض الإمكانيات التي توفرها تقنيات الذكاء الاصطناعي، إلى جانب التحديات التي قد تعيق تعزيز استخدامها داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، بما قد يسهم في دعم جهود تطوير البيئة الإعلامية.

7.1 حدود الدراسة ومحدداتها:

تتمثل حدود الدراسة في الآتي:

- **الحدود الزمنية:** إجراء الدراسة في العام الجامعي 2025/2024، وتحديدًا من شهر 9 أيلول/2024، لغاية شهر 2 شباط/2025.
- **الحدود البشرية:** اقتصرت الدراسة على جميع العاملين الفنيين في المقر الرئيس للهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون.
- **الحدود المكانية:** اقتصر تطبيق هذه الدراسة في المقر الرئيس للهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، وتحديدًا تلفزيون فلسطين في رام الله - فلسطين.
- **الحدود الموضوعية:** تحددت الدراسة موضوعيًا في تعرف اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، وتحديدًا تلفزيون فلسطين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثير ذلك في أداء العاملين والصناعة الإعلامية.

8.1 أنموذج الدراسة:



(1.1) أنموذج خاص بالدراسة

9.1 التعريفات الاصطلاحية والإجرائية:

تناول الباحث في هذه الدراسة العديد من المفاهيم والمصطلحات نذكر منها:

1.9.1 الاتجاهات:

عرفت قدواح (2008)، مفهوم الاتجاهات بأنها عبارة عن تنظيم الأفراد لبعض العمليات النفسية،

التي من شأنها أن تنعكس على سلوكهم واعمالهم ويخلق ليدهم وجهة نظر حول موضوعات

معينة، ما تساعدهم على اتخاذ قراراتهم سواء بالرفض أم التأييد أم حتى المحايدة، بطريقة تحكيمية يمكن

قياسها بإعطاء درجات لهذه الموافقة او المعارضة او المحايدة.

إجرائياً: عرف الباحث مفهوم الاتجاهات بأنها تلك المعلومات والأفكار التي يكتسبها الفرد من المحيط الخاص به، سواء أكان المحيط الاجتماعي أم السياسي أم حتى بيئة العمل، ليقوم الفرد بتحويل هذه الأفكار إلى أعمال أو سلوكيات أو انتاجات تساعده لإيصال وجهة النظر التي يحملها ويقتنع بها.

2.9.1 القائم بالاتصال:

تتفاوت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير في المتلقي، فعرف بأنه "يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء"، في حين اتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه من منظور الدور في عملية الاتصال، فعرفته بأنه "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها".

أو أن القائم بالاتصال هو أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية". كذلك حددته دراسات أخرى بأنهم "الذين يؤدون دورا فعالا ومباشرا في إنتاج الرسائل الإعلامية (فوال، 1992).

وعرف أيضا على أنه: شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار ولديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها ويصدر عنها في سلوكه وتصرفاته ويستخدم لذلك كافة إمكانات الوسائل الإعلامية المتاحة ومختلف الأساليب الإقناعية من أجل تكوين رأي عام وفق منهج علمي وفني مدروس ومخطط ومستمر (حجاب، 2004).

بناء على ما تقدم، فيشير الباحث إلى أن معظم التعريفات التي تناولتها مختلف الكتب أو الدراسات أو المراجع العلمية الإعلامية تركز في تعريفها، على أن القائم بالاتصال حلقة أساسية في العملية الاتصالية وكذا على مهامه داخل المؤسسة الإعلامية والواجبات المفروضة عليه.

إجرائياً: هو الفرد المسؤول عن صياغة وتوجيه الرسائل الإعلامية داخل المؤسسات الإعلامية، من خلال نقل الأفكار والسلوكيات والمضامين المتنوعة عبر برامج مخططة وموجهة، سواء أكان ذلك من خلال الصحفي أم مقدم البرنامج، ويعتمد هذا الدور على استخدام مجموعة من المهارات والأساليب الاتصالية، اللفظية وغير اللفظية، كالتعبيرات الجسدية ونبرة الصوت، بهدف التأثير في الجمهور واستقطابه نحو القضايا والموضوعات المطروحة.

3.9.1 الذكاء الاصطناعي:

هناك اختلاف بين الباحثين والأكاديميين حول إيجاد تعريف محدد لمفهوم الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence)، لكن المتفق عليه هو ارتباطه بعلم محاكاة نظم التفكير البشري، وطرق توظيف خبرته المكتسبة في مجال معين، التي أدت إلى ظهور تقنيات برمجية تعمل على تحويل الحاسبات الآلية إلى آلات تقوم بمهام تتسم بالذكاء والخبرة الإنسانية، إذ يشير مصطلح الذكاء الاصطناعي إلى الأنظمة التي تُحاكي الذكاء البشري للقيام بالمهام اعتماداً على المعلومات التي تجمعها فهو مرتبط بالتفكير الفائق وتحليل البيانات، بهدف تعزيز القدرات والإسهامات البشرية بصورة كبيرة (Karnouskos, 2020).

وذهب باحثون إلى وصفه بأنه الطرق والنظريات الهادفة إلى إنشاء آلات قادرة على محاكاة الذكاء؛ إذ يتضمن إنشاء أجهزة وبرامج ذكية تعمل وتتفاعل مثل البشر وتعمل على تفسير البيانات الخارجية بشكل جيد، والتعلم من هذه المعرفة لتحقيق أهداف محددة من خلال التكيف المرن في كل مراحل تلك العملية.

وعُرف بأنه: فرع من فروع الحاسوب يهتم بدراسة وصناعة أنظمة حاسوبية يمكنها إنجاز أعمال تتطلب ذكاء بشرياً، وتمتاز بأنها تتعلم مفاهيم ومهام جديدة ويمكنها أن تفكر وتنتج استنتاجات مفيدة حول العالم (الرتيمي، 2020).

فيما يُعرف باعتباره تكنولوجيا تطوير أنظمة معقدة جدًا يمكنها التفوق على التفكير البشري بل يتسع هذا المفهوم ليشمل القدرات المختلفة للبشر كالمعرفة العاطفية والوعي الذاتي والإبداع. (Indrasen, 2017)

إجرائياً: مجموعة من الأدوات والتطبيقات والبرمجيات والخوارزميات المصممة لأداء مهام معينة بديلة عن الإنسان أو داعمة له في مجالات محددة، وتمتاز هذه التقنيات بالقدرة على العمل بشكل آلي ومستمر، وبكفاءة عالية تتمثل في السرعة، والديناميكية، وتقليل الوقت والجهد المبذولين، ما يجعلها فاعلة في تحسين الأداء داخل البيئات الإعلامية."

4.9.1 المؤسسات الإعلامية:

عرف الزعنون (2021)، المؤسسات الإعلامية بأنها تلك المؤسسات الحكومية أو الخاصة التي تعمل في مجال الإعلام والإنتاج الإعلامي، ويكون هدفها نشر الوعي والثقافة والمعلومات للجمهور، من خلال طاقم فني وإداري متخصص باستخدام وسائل اعلامية مختلفة مكتوبة ومسموعة ومرئية.

إجرائياً: عرف الباحث المؤسسات الإعلامية بأنها تلك المؤسسات المختلفة توجهاتها، التي يحركها رأس مال يتبع لأيدولوجيات مختلفة، متخصصة بفنون الإعلام والاتصال، وتهدف إلى نشر الوعي والأفكار إلى الجمهور المستهدف، باستخدام الوسائل المتاحة من مكتوبة ومسموعة ومرئية ووسائل اتصال اجتماعي، يديرها مختصون وفنيون ذو كفاءة إعلامية، محاولين خلق اتجاهات وأفكار للجمهور المحيط.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

يتناول الباحث في هذا الفصل المفاهيم المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وترابطها مع مجموعة واسعة من المجالات العلمية والعملية، بالإضافة إلى علاقتها بالإعلام والمؤسسات الإعلامية. وسيتناول أيضًا أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وخصائصها وتحدياتها ومجالاتها في المؤسسات الإعلامية. في المبحث الثاني، وسيقدم تحليلًا لواقع المؤسسات الإعلامية والإعلام المرئي في فلسطين، مع التركيز على تلفزيون فلسطين، بما في ذلك تاريخ تأسيسه، والأهداف الرئيسية، والمحطات الرئيسية، والوضع المالي والإداري. وفي المبحث الثالث سوف يتطرق الباحث إلى النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها، وتاريخ نشأتها والإطار المفاهيمي لها، وأهم فروضها والنماذج التي تستند إليها هذه النظرية، وأخيرًا، ستقدم الدراسة نظرة على الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع والمشكلة المطروحة، مع تقديم التعليقات وتحليل الاستفادة المحتملة منها.

أولاً: الإطار النظري

تمهيد

من منظور عام، يجد الباحث علاقة وثيقة بين تقنيات الاتصال الحديثة والصناعة الإعلامية، ولا شك في أن هذه العلاقة ساعدت بشكل كبير على تطور الوسائل الإعلامية باختلاف أشكالها، المسموعة والمكتوبة والمرئية، وهذه التقنيات لعبت دوراً كبيراً في خلق تغييرات حقيقية وكبيرة على ظروف العمل الصحفي والصناعة الإعلامية. ولعل من أهم الأمور التي تحفز أصحاب القرار والقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية هو الآثار الجانبية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التي برزت بشكل ملفت بالفترة الأخيرة

في الساحة الإعلامية والتقنية، فالمؤسسات الإعلامية ومع اختلاف توجهاتها السياسية والاجتماعية فإنها تتطلع بشكل دائم إلى ديمومة استمرارها وتحقيق الأرباح المادية لذلك يتحتم عليها توفير وتوظيف تقنيات حديثة وأهمها تقنيات الذكاء الاصطناعي لما لها دور في الحفاظ على استمرار هذه المؤسسات (بومخيلة، 2023).

1.2 المبحث الأول: الذكاء الاصطناعي:

يتكون الذكاء الاصطناعي من كلمتين هما: الذكاء، وكلمة الاصطناعي ولكل منهما معنى، فالذكاء حسب قاموس Webster هو القدرة على فهم الظروف أو الحالات الجديدة والمتغيرة، بمعنى آخر أن مفاتيح الذكاء هي الإدراك، والفهم، والتعلم. أما كلمة الصناعي أو الاصطناعي ترتبط بالفعل يصنع أو يصطنع، لذا تطلق الكلمة على كل الأشياء التي تنشأ نتيجة النشاط أو الفعل الذي يحصل من خلال اصطناع الأشياء وتشكيلها تمييزاً عن الأشياء الموجودة بالفعل والمولدة بصورة طبيعية من دون تدخل الإنسان (ثلاجية وأبو بكر، 2019).

مع مرور الزمن، كان الذكاء الاصطناعي مقتصرًا على الأفلام الخيالية، إذ جرى تسليط الضوء في بعض الأحيان على الفوائد المحتملة لهذا النوع من الذكاء على البشرية وجوانبه الإنسانية الإيجابية. في حين جرى تصويره في أوقات أخرى على أنه عدو خطير يهدد البشرية، إذ يتوقع أن يسبب تأثيرات سلبية كبيرة ويهدف إلى تدمير الحضارة والسيطرة عليها. وفي عام 2018، أصبح الذكاء الاصطناعي واقعًا لا خيالًا، ولم يعد مقتصرًا على عالم الثقافة الشعبية فقط. بالعكس، كان عام 2018 علامة فارقة لتقدم الذكاء الاصطناعي، إذ شهدت هذه التكنولوجيا تطورًا كبيرًا أصبحت بفعله أداة رئيسية تستخدم في جميع القطاعات. وتأتي هذه التطورات جراء تقدم تكنولوجيا الاتصال وتأثيرها الكبير في مختلف الجوانب، منها تقنيات الذكاء الاصطناعي

ويعتمد هذا المجال بشكل كبير على نظم الخوارزميات والمحاكاة لمهارات البشر. فعلاً، خرج الذكاء الاصطناعي من مجرد أفكار الباحثين وصفحات روايات الخيال العلمي، ليصبح جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية. يمكننا رؤية تأثيره في مجموعة متنوعة من المجالات، بدءاً من مساعدتنا في التنقل في المدن وتجنب زحمة المرور، وصولاً إلى استخدام مساعدين افتراضيين يساعدوننا في أداء مهام متعددة.

أما اليوم، فقد أصبح استخدام الذكاء الاصطناعي جزءاً أساسياً من حياتنا، ونستفيد منه من أجل الصالح العام للمجتمع. بالتأكيد، الذكاء الاصطناعي أصبح تكنولوجيا متقدمة تُستخدم في مختلف المجالات العلمية والتكنولوجية والإنسانية، وأصبح مصطلحاً شائعاً. لذلك، فإنه اليوم من الطبيعي اقتناء أجهزة وأدوات وتطبيقات ذكية، والتفاعل مع البرمجيات الذكية في حياتنا اليومية. وتقدم تقنيات الذكاء الصناعي مفهوماً جديداً في مجال العمل الإعلامي، وهو مفهوم يعكس تقدماً كبيراً يُعرف الآن بالصحافة الخوارزمية أو صحافة الأتمتة أو صحافة الروبوت، هذا التطور يُنتج تغيرات ضخمة في الهياكل التنظيمية لوسائل الإعلام، وأساليب جمع وتحليل البيانات. ومن ثم، يؤدي إلى تحولات مهمة في المفاهيم المعرفية المرتبطة بمجال الإعلام، وخصائصه، والتأثيرات الاجتماعية المترتبة في هذا التطور (عزيز، 2021).

عند تتبع أدبيات الموضوع، يتضح أنه يزخر بالعديد من التعريفات لمفهوم الذكاء الاصطناعي منها ما هو عن منظمات، ومنها ما هو اجتهاد فردي، وتعدد المفاهيم العلمية للذكاء الاصطناعي، وذلك يعود إلى اختلاف المدارس والتيارات العلمية، وتعدد التخصصات العملية التي استفادت منه بدرجات متنوعة، وتذهب المسميات العلمية للذكاء الاصطناعي إلى الثورة الصناعية الرابعة التي انطلقت من مجموعة وسائل حديثة سهلت تضمين التقنيات الجديدة في المجتمعات البشرية وزرعها في الأجسام، واتسمت هذه الثورة بظهور

تقنيات مبتكرة كالروبوتات، والذكاء الاصطناعي، وتقنية النانو، والحوسبة الكمية والتقنية الحيوية وانترنت الأشياء والطباعة الثلاثية الأبعاد والمركبات القيادة الذاتية.

1.1.2 مفهوم الذكاء الاصطناعي:

يُعرف الخبير في علوم الحاسوب والهندسة الذكية جون مكارثي John McCarthy الذكاء الاصطناعي: بأنه "علم وهندسة صناعة وبرمجة الآلات والتقنيات من خلال دمج القدرات البشرية، وبخاصة من برامج الكمبيوتر الذكية وهي طريقة لجعل الكمبيوتر، أو الروبوت المتحكم فيه بواسطة الكمبيوتر، أو البرنامج يفكر بذكاء بنفس الطريقة التي يفكر بها البشر الأذكى، ويجري إنجاز الذكاء الاصطناعي من خلال دراسة كيف يفكر العقل البشري، وكيف يتعلم العقل البشري، وكيف يقررون، وكيف يعمل العقل البشري وبخاصة في أثناء محاولة حل مشكلة ما، ثم استخدام النتائج أساساً لتطوير البرمجيات والأنظمة الذكية (Point, 2015). ويرى الباحث أن الدافع الرئيسي للذكاء الاصطناعي يتمثل في تطوير وظائف الكمبيوتر المرتبطة بالذكاء البشري، مثل التفكير والتعلم وحل المشكلات، إذ يمكن أن يسهم الذكاء الاصطناعي في مجال واحد أو أكثر من خلال بناء نظام ذكي.

ويُعرف الذكاء الاصطناعي بأنه ذكاء الآلات والبرمجيات، وهو فرع من علوم الكمبيوتر التي يهدف إلى دراسة وتصميم الوكلاء الأذكى؛ إذ يكون الوكيل الذكي النظام الذي يدرك بيئته من حوله ويتخذ الإجراءات التي تزيد من فرص النجاح وهو يضم الطرق والنظريات والتقنيات التي تهدف إلى إنشاء آلات وتقنيات قادرة على محاكاة الذكاء الإنساني (Sadiku et al., 2021).

ويتكون الذكاء الاصطناعي من مفهومين رئيسيين، يجري دمجهما ولكن مفصولان من النظرية ويتطوران في البيئة التي يجري إدخاله فيها من أجل التكيف للسلوك المهني، ويظهران على النحو الآتي: (باي وآخرون، 2018)

أ. الذاكرة التخزينية: وهو شكل من أشكال الذكاء ويسمى بالذكاء السلبي.

ب. الاستدلال: وهي القدرة على التحليل مع إدراك العلاقات بين الأشياء والمفاهيم من أجل فهم الحقائق

وذلك يكون عن طريق استعمال الذاكرة والمنطق ووسائل أخرى مستجبة من علوم الرياضيات

والخوارزميات.

كما ويعرف الذكاء الاصطناعي إعلامياً بأنه: المسؤول عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية والإخبارية. ويقع ذلك من خلال استغلال الخصائص والمميزات المتعددة التي يقدمها، مثل دعم المهام الصحفية الروتينية عبر تقديم تنبيهات حول الأحداث، وجدولة آلية للمحتوى، وتوليد قصص ومقالات إخبارية. كما ويُستخدم تقنيات مثل تحليل اللغة الطبيعية بشكل خوارزمي لتوليد محتوى بشكل ذكي ومتقدم، علاوة على ذلك، يساعد الذكاء الاصطناعي في توسيع نطاق التغطية الإعلامية في المناطق التي قد يكون من الصعب على الصحفيين الوصول إليها، مثل مناطق النزاع والحروب، والبيئات المناخية الخطيرة. يعتمد هذا على تقنيات التصوير المتقدمة ذاتية القيادة، التي تمكن من استكشاف وتوثيق (صلاح الدين، 2023).

2.1.2 تقنيات الذكاء الاصطناعي:

تقنيات الذكاء الاصطناعي تشكل مجموعة متنوعة ومتطورة من الأدوات والأساليب التي تهدف إلى إعطاء الأنظمة الحاسوبية القدرة على محاكاة الذكاء البشري، تشمل هذه التقنيات العديد من الأشكال.

كما وفسرها الدلو وآخرون (2022) بأنها عبارة عن نظامًا ينشأ من تقدم علوم الحاسوب والبرمجيات، بهدف تصميم تقنيات وأنظمة قادرة على أداء مهام تشبه مهام البشر بعد تزويدها بالبيانات الضرورية، تُظهر هذه التقنيات فوائد عديدة في عدة مجالات، إذ تسهم بشكل كبير في تحسين أداء الصحافة. تتضمن هذه الفوائد تحسين استخراج البيانات، وتطوير طرق البحث، وتحسين عمليات اختيار المواضيع وإنتاج الأخبار، وتصحيح الأخطاء، وتعزيز جودة المحتوى. كما تلعب دورًا فعّالًا في مكافحة الأخبار المزيفة، وتحسين عمليات كتابة النصوص بشكل شامل.

3.1.2 خصائص الذكاء الاصطناعي:

منذ ظهور الذكاء الاصطناعي في العقود الأخيرة من القرن الماضي، استُخدم بشكل متزايد في مجموعة متنوعة من المجالات الحياتية. تتضمن هذه المجالات الطبية، والصناعية، والأمنية، والإعلامية، بالإضافة إلى العديد من المجالات الأخرى، كما ويتسم الذكاء الاصطناعي بالعديد من الخصائص كما ذكرها المكاوي وعبد الحميد (2020)، منها القدرة على التعامل مع الفروض بدقة عالية وبشكل متزامن، وتقديم حلول متخصصة لكل مشكلة، كما يمتلك القدرة على اكتساب المعرفة وتطبيقها في مختلف السياقات، بالإضافة إلى معالجة البيانات الرمزية غير الرقمية وتحفيز الابتكار من خلال إثارة أفكار جديدة، ويتيح الذكاء الاصطناعي أيضًا وجود أكثر من نسخة من النظام تعوض عن الخبراء، ويتميز بالقدرة على التعامل مع الحالات الصعبة والمعقدة والاستجابة السريعة للمواقف الجديدة، كما يتميز بالقدرة على التعامل مع المواقف الغامضة وتمييز الأهمية النسبية لعناصر الحالات، واستخدام الخبرات القديمة في مواقف جديدة.

ويضيف الباحث أنّ الذكاء الاصطناعي يتميز بعدد من الخصائص المهمة التي تجعله قادرًا على أداء مهام معقدة، فهو يمتلك القدرة على التعلم الذاتي وتحسين أدائه بمرور الوقت، بالإضافة إلى اتخاذ القرارات بناءً

على البيانات المتاحة، كما يمكنه التفاعل مع البيئة وتحليل كميات ضخمة من المعلومات بسرعة ودقة، كما ويمتلك الذكاء الاصطناعي القدرة على تعرف الأنماط وحل المشكلات المعقدة باستخدام التفكير الاستنتاجي، علاوة على ذلك، يمكنه التكيف مع التغيرات في البيئة وأتمتة المهام الروتينية، ما يسهم في زيادة الكفاءة والفعالية.

4.1.2 الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية:

مصطلح الذكاء الاصطناعي يشير إلى مجموعة شاملة إلى حد ما من الإمكانيات التي تقدمها التطورات التكنولوجية الحديثة، بدءًا من التعلم الآلي وصولاً إلى معالجة اللغة الطبيعية. يمكن للمؤسسات الإعلامية الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في أداء مجموعة واسعة من المهام ضمن سلسلة الإنتاج الصحفي، بما في ذلك اكتشاف البيانات واستخراجها والتحقق منها، وإنتاج القصص والرسومات، والنشر، وتوضيح المقالات بشكل تلقائي. (الزهراني، 2022).

هذه الأنظمة توفر فوائد متعددة، منها القدرة على تنفيذ الإجراءات المعقدة بسرعة باستخدام كميات كبيرة من البيانات، وتقديم دعم فوري للعمليات الصحفية الروتينية من خلال إشعارات حول الأحداث، وتقديم مسودات نصية تكتمل مع معلومات سياقية، كما تسهم في توسيع نطاق التغطية الإعلامية للمناطق التي لم تكن مغطاة بشكل كافٍ، وتحسين التغطية الإخبارية في الزمن الحقيقي، وتعزيز علاقة وسائل الإعلام مع جمهورها من خلال توفير سياق شخصي ملائم وفقًا لموقعهم أو تفضيلاتهم (Dierickx, 2021).

يعتبر الذكاء الاصطناعي داعماً أساسياً في تحويل وتطوير المؤسسات الإعلامية في عصرنا الحديث، كما ويلعب الذكاء الاصطناعي دوراً حيوياً في تحسين فعالية وكفاءة عمل هذه المؤسسات، إذ يُعزز من قدرتها على تحليل البيانات بشكل أكثر دقة وسرعة. كما ويسهم الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة المستخدم

وتخصيص المحتوى وفقاً لاهتمامات الجمهور، ما يزيد من جاذبية المحتوى الإعلامي. باختصار، يعتبر الذكاء الاصطناعي أداة حيوية تسهم في تحسين أداء المؤسسات الإعلامية عبر تحليل البيانات بشكل ذكي، وتوجيه المحتوى بشكل فعال، وتحسين تجربة المستخدم، ما يعزز من تطور وتقدم هذه المؤسسات في عالم الإعلام الرقمي (Brennen et al., 2018).

أوضح بمومخيلة (2023) بأنه من المتوقع أن تسهم التقنيات الجديدة في زيادة كفاءة عمل وسائل الإعلام من خلال تطبيق الأتمتة على العديد من المهام الروتينية. كما ويسهم الذكاء الاصطناعي في تقديم تقدم جديد في إنتاج المحتوى، إذ يمكنه تحليل البيانات بشكل فعال واستخدامها لتحسين جودة المحتوى وتوجيهه بشكل أفضل، وتقوم المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي بتنظيم المحتوى واختياره بمساعدة حلول تعتمد على الذكاء الاصطناعي، ما يسهم في تحسين تجربة المستخدم وتوفير محتوى ملهم ومتنوع. بشكل عام، تأتي أهمية الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية من قدرته على تحسين وتحويل الطريقة التي يجري بها إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، كما ويُعدّ الذكاء الاصطناعي أداة حيوية في تحليل البيانات الكبيرة وفهم اتجاهات الجمهور، ما يُمكن المؤسسات الإعلامية من تكوين استراتيجيات تحترم احتياجات المشاهدين وتفاعلاتهم، ويمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير وتحليل النصوص بشكل فعال، ما يزيد من كفاءة عمليات الكتابة وتحرير الأخبار، بالإضافة إلى ذلك، يساعد الذكاء الاصطناعي من تحسين تجربة المشاهدين عبر توصيف المحتوى وتقديم محتوى مخصص ومناسب لاهتماماتهم (النحال، 2021).

ويُساهم الذكاء الاصطناعي أيضًا في اكتشاف الأخبار الزائفة وضمان دقة المعلومات المنشورة. بشكل عام. يشكل الاستفادة من التكنولوجيا المتقدمة للذكاء الاصطناعي تحسینًا كبيرًا في فعالية وتأثير المؤسسات الإعلامية في تلبية تطلعات الجمهور وتقديم محتوى موثوق ومتطور (موسى وعبد الفتاح، 2021).

ويرى الباحث في المستقبل القريب، من المتوقع أن تلعب تقنيات الذكاء الاصطناعي دورًا محوريًا في تطوير وتحسين أداء المؤسسات الإعلامية، كما وستتمكن هذه المؤسسات من استخدام الذكاء الاصطناعي في مجالات متعددة، مثل إنتاج المحتوى الصحفي بشكل أسرع وأكثر دقة من خلال أدوات الكتابة الآلية والتحليل الذكي للبيانات، بالإضافة إلى مساهمة هذه التقنيات أيضًا في تخصيص المحتوى بما يتناسب مع اهتمامات الجمهور عبر استخدام الخوارزميات التي تدرس تفضيلات القراء والمشاهدين، بالإضافة إلى ذلك، ستسهل تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأتمتة من عمليات التحرير والمراجعة، مما يتيح للإعلاميين التركيز على الجوانب الإبداعية والاستراتيجية، كما سيُعتمد على الذكاء الاصطناعي في تحليل الاتجاهات وتقديم تقارير مفصلة حول الأخبار العاجلة، مما يزيد من سرعة الاستجابة والفعالية في تغطية الأحداث.

5.1.2 أهمية الذكاء الاصطناعي في الإعلام

في عصر التحول التكنولوجي الرهيب الذي نعيشه، يظهر الذكاء الاصطناعي محركاً أساسياً ومحور حيوي في تشكيل مستقبل وسائل الإعلام وتطويرها، في هذا السياق، تأتي أهمية الذكاء الاصطناعي للإعلام في تعزيز سرعة وفعالية عمليات الإنتاج والتحرير، ما يجعل وسائل الإعلام قادرة على التكيف مع التطورات السريعة في العالم الرقمي (المكاوي وعبد الحميد، 2021).

تقدم التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي يعدان ثورة في صناعة الإعلام، إذ تسعى المؤسسات الإعلامية للاستفادة من هذه التقنيات لتعزيز جودة المحتوى وتفاعل الجمهور، كما وتوفر تقنيات الذكاء الاصطناعي

فرصًا جديدة لتحليل البيانات وتوصيات المحتوى المخصصة، ما يعزز تجربة المستخدم. لذلك، من المهم على المؤسسات الإعلامية التفكير في تبني هذه التقنيات والاستفادة من فرصها لتعزيز مكانتها في سوق الإعلام المتغير بسرعة. (العمادي، 2023)

باختصار، يمكن القول، إن الذكاء الاصطناعي يعد عنصرًا حيويًا في مستقبل صناعة الإعلام، وأن المؤسسات التي تتبنى وتستثمر في هذه التقنيات ستكون في موقع أفضل للبقاء والتنافس في هذا السوق المتطور والديناميكي (محمد، 2023).

يرى الباحث أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية أصبح أمرًا بالغ الأهمية لتحسين الكفاءة وجودة العمل، فهو يساعد في أتمتة المهام الروتينية مثل تحرير الأخبار وتحليل البيانات، ما يوفر الوقت والجهد، كما يسهم الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى للجمهور بشكل دقيق، ما يعزز التفاعل ويزيد من نسبة الوصول، بالإضافة إلى ذلك، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يقدم تحليلات فورية للاتجاهات والمواضيع الرائجة، ما يمكن الإعلاميين من اتخاذ قرارات استراتيجية أفضل وتقديم محتوى أكثر تأثيرًا وملاءمة.

ويضيف الباحث أن تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخدام الاستوديوهات الافتراضية من أبرز الابتكارات التي تعزز من قدرة المؤسسات الإعلامية على تقديم محتوى متطور وجذاب، من خلال الذكاء الاصطناعي، إذ تتيح الاستوديوهات الافتراضية للمؤسسات الإعلامية إنشاء بيئات تصوير مبتكرة دون الحاجة إلى مساحات فعلية أو معدات باهظة، مما يقلل التكاليف ويزيد من مرونة الإنتاج. هذه التقنيات لا تقتصر على تحسين جودة الإنتاج، بل تتيح تقديم محتوى تفاعلي وجذاب، مما يسهم في جذب جمهور أوسع وتعزيز التجربة الإعلامية بشكل عام.

6.1.2 مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام

يمكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العديد من مجالات الإعلام داخل المؤسسات الإعلامية، مثل مكافحة الأخبار الزائفة، وإنتاج كم هائل من القصص الإخبارية، وتحويل النصوص إلى فيديوهات مرئية تلخص الأحداث، وإنشاء قوالب متعددة لمعالجة نفس الخبر من زوايا متعددة، وإعداد تغريدات ومنشورات وعناوين مختصرة للقصص الإخبارية، ومساعدة الصحفيين في تعرف أسماء المسؤولين باستخدام تقنيات تعرف عبر الصور، وفهم ردود الفعل البشرية وتعليقات الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتقديم المحتوى التلفزيوني، واختيار الموضوعات، واستخراج المعلومات، وتحسين البحث، وترجمة الفيديوهات والنصوص (وام، 2018).

قام الباحث بالاطلاع على العديد من الدراسات والتي تناولت المجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في بيئة العمل الإعلامي والمؤسسات الإعلامية وكانت كالآتي:

أولاً- مجال فضاء وشبكات التواصل الاجتماعي:

تُستخدم منصات التواصل الاجتماعي التقنيات المتنوعة لتحسين تفاعل المستخدمين وتوفير تجربة ملائمة لهم. بعض هذه التقنيات تشمل:

1. اقتراح المحتوى: تستخدم المنصات خوارزميات التعلم الآلي لتحليل سلوك المستخدم واهتماماته وتوفير محتوى مخصص ومناسب بناءً على ذلك. يتم تحسين هذه الخوارزميات باستمرار لتحقيق أعلى مستويات التوصية الممكنة.

2. الإعلانات المستهدفة: تستخدم منصات التواصل الاجتماعي بيانات المستخدم المتاحة لها لتوجيه الإعلانات بشكل مستهدف. يجري تحليل سلوك المستخدم ومعلوماته الشخصية لتحديد الإعلانات التي قد تكون ذات صلة ومثيرة للاهتمام له (شفيق، 2020).

3. تعرف الوجوه: تستخدم بعض المنصات تقنيات تعرف الوجوه لتحسين تجربة المستخدم. ويجري التعامل مع هذه التقنيات للكشف عن الوجوه وتمييزها وتسهيل إجراءات مثل وضع علامات على الصور وتعديلها.

4. الترجمة الآلية: توفر بعض منصات التواصل الاجتماعي خدمات الترجمة الآلية لتسهيل التواصل بين المستخدمين الذين يتحدثون لغات مختلفة. تستخدم هذه التقنيات تعلم الآلة وموديلات اللغة لتحقيق ترجمة سريعة ودقيقة.

5. التحقق من صحة الصور والفيديو: تعمل بعض المنصات على تطوير تقنيات للكشف عن التلاعب في الصور والفيديو والتحقق من صحتها. تُستخدم خوارزميات الذكاء الاصطناعي والتعلم العميق للكشف عن تعديلات مشبوهة أو تلاعب في المحتوى.

6. توليد النصوص بسرعة: تستخدم بعض المنصات التقنيات التي تقوم بتوليد النصوص بشكل سريع وفعال. تعتمد هذه التقنيات على تعلم الآلة والشبكات العصبية لتوليد نصوص مفهومة وقابلة للقراءة (متولي وفرحات، 2022).

ثانياً: الإنتاج التلفزيوني:

يسهم الذكاء الاصطناعي بشكل كبير في إدارة المحتوى التلفزيوني وتحسين تجربة المشاهدة، إذ يقوم بتوفير تحليلات دقيقة للبيانات وتطبيق تقنيات التعلم الآلي لتوقع اهتمامات الجمهور، إذ يتيح ذلك للمنصات التلفزيونية تخصيص المحتوى وتوجيهه نحو الجمهور المستهدف، ما يزيد من احتمالية جذب المشاهدين.

قدمت وكالة (شينخوا) الصينية مذيع الذكاء الاصطناعي؛ إذ قامت بتجسيد الصوت والفيديو في شخصية افتراضية. يمكن لهذه الشخصية المحاكاة وإعادة إنتاج الصوت، والتعبير عن العبارات، وحتى تقليد حركات الشفاه بشكل يشبه المذيع الحقيقي (دلال، 2018).

هذا وتتسارع التطورات في مجال الذكاء الاصطناعي لتحقيق تحولات مهمة في قطاع الإنتاج التلفزيوني، واعتمدت هذه التقنيات على الجمع بين الذكاء الاصطناعي وتقنيات التصوير والصوت، ما يفتح أفقًا جديدًا للإبداع والتحسين في هذا المجال إن هذا التقدم يفتح أبوابًا جديدة لتحسين جودة الإنتاج وتوفير فرص جديدة للإبداع في مجال الإنتاج التلفزيوني.

ثالثًا: التصوير الآلي:

تستخدم وسائل الإعلام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التصوير الآلي، إذ أنّ ومن خلال تلك التقنيات المتطورة يتسنى للمحترفين في هذه المجال تحقيق نتائج مذهلة وتحسين جودة الصور والمحتوى المرئي، هذا بالإضافة للدور التي تلعبه تلك التقنيات في تقليل الوقت والجهد في إتمام المهام المطلوبة والمتعلقة بالتصوير والألوان.

وأصبح اليوم هناك تطوير على روبوتات قادرة على التفاعل على التصوير والتفاعل مع الأحداث المختلفة، وبخاصة تلك الأحداث التي تدور في مناطق الصراعات والحروب، التي يجري تصنيفها على أنها مناطق خطرة، إذ تساعد تلك التقنيات على تصوير الأحداث وتجهيز تقارير تصف الواقع وما يحدث داخل تلك المناطق من جوانب عدة بحيادية ومهنية، ما يسهم من تقليل الخسائر البشرية ويزيد من كفاءة التغطية الإخبارية (Yan, 2020).

رابعاً: برامج الدردشة الآلية:

تشهد تقنيات الذكاء الاصطناعي تطوراً ملحوظاً في مجال برامج الدردشة الآلية، إذ يجري استخدام هذه التقنيات بشكل متزايد لتحسين تفاعل الأفراد مع وسائل الإعلام، وتعتبر البرامج الذكية للدردشة من وسائل الاتصال الرئيسية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة المستخدم، إذ يمكن لتلك التقنيات فهم سياق الحديث واستخدام اللغة الطبيعية لفهم استفسارات المستخدمين وتوجيههم بشكل فعال. وهذه التقنيات تسهم بشكل كبير في تحسين تجربة المستخدم من خلال توفير إجابات فعّالة ومعلومات دقيقة، وبفضل هذه التقنيات، ويمكن لبرامج الدردشة الآلية أن تكون أكثر تفاعلاً وتكاملاً في تقديم المحتوى الإعلامي، ما يعزز التواصل الفعّال بين الوسائط الرقمية والجمهور (كريم، 2021).

ومن مزايا هذه التقنيات، أصبح اليوم باستطاعتنا استخدام روبوتات المحادثة في التسويق وخدمة العملاء والدعم الفني، بحيث ازداد الاعتماد عليها في الفترة الأخيرة، ومن الأمثلة على ذلك المساعدين الرقميين الشخصيين (Siri) من شركة (Apple) و (Assistant) من شركة (Google)، إذ تتيح التفاعل مع المستخدمين وتجيب على أسئلتهم واستفساراتهم المختلفة وفقاً للقواعد التي يجري التدريب عليها (Schreiberrova & Smutny, 2021).

خامساً: توليد النصوص وكتابتها:

تكنولوجيا كتابة النصوص وإنتاجها بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت جوهرية في ميدان الإعلام، إذ تُقدّم حلاً مبتكراً لإنشاء محتوى نصي بكفاءة أكبر وبفعالية أعلى، وتعتمد هذه التقنيات على تحليل اللغة الطبيعية وتعلم الآلة لتحقيق فهم أفضل لبنية الجمل واستخدام اللغة بشكل طبيعي، وذلك بفضل الذكاء الاصطناعي، كما أصبح من الممكن توليد مقالات، تقارير، ومحتوى إعلامي متنوع بسرعة دون التأثير في

جودة الكتابة، ومن خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي، يمكن تحسين كفاءة وسرعة إنتاج المحتوى النصي في مجال الإعلام، ما يُسهم في تلبية احتياجات الجمهور بشكل أفضل وتعزيز تجربة المستخدم عبر مختلف وسائط النشر.

وشهد القرن الماضي إنتاجا لمواد تلقائيا بواسطة الحاسوب عن توقعات الطقس بالاعتماد على إنشاء بيانات مكتوبة مسبقا، وتطور الامر خلال السنوات الأخيرة الماضية إلى مستويات متقدمة أكثر، إذ أنتجت ونشرت خلالها بعض المؤسسات الاعلامية والصحفية مواد مكتوبة آليا وذات جودة عالية، تنافس القدرات والمهارات البشرية (الدلو وآخرون، 2022).

نوضح هنا حجم التنوع في السياقات المختلفة، بالإضافة إلى عدد المجالات المتنوعة التي يُستخدم فيها بالفعل الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي:

جدول (1.2) تطبيقات تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي

المهمة	اسم الأداة أو التطبيق	المجال
يولد محتوى من التوجيهات المتقدمة يولد محتوى من متطلبات محددة يقوم بإنشاء محتوى	Snack promot Chat gpt Jasper.ai	إنشاء المحتوى
يحسن من قراءة النصوص المكتوبة يحسن النص والقواعد يحسن القواعد والإملاء والسياق يقوم بإنشاء صور بناء على نص مكتوب	Hemingway editor Pro writing aid Ginger Dalle	تحسين النص
يحول الصور الى لوحات فنية ينشئ صور فريدة من خلال دمج مجموعة صور	Deep art Art breeder	تحرير الصور
تحويل الصوت الى نص إنشاء مقطع فيديو من نص مكتوب	Soniox Pictory.ai	تدوين الملاحظات

إنشاء مقطع فيديو من المدونات إنشاء فيديو من الصوت والنص	Lumen5 Headliner	تحرير الفيديو
تحويل المقابلات إلى نصوص تحويل ملفات الصوت بسرعة ويسر	Trent Temi	النسخ
إنشاء عروض تقديمية بشكل أوتوماتيكي إنشاء عروض تقديمية جذابة	Slidebean Deck robot visme	العروض التقديمية
إعادة صياغة وتلخيص النصوص إنشاء خطة عمل أوتوماتيكية	Quill Bot Integrat	البحوث
إنشاء وصف المنتجات	Adzis	التسويق
تحليل وتحسين محتوى الموقع الإلكتروني	Surfer SEO	تحسين محركات البحث
تقديم خدمة الترجمة الفورية	Systran	اللغة

(محمد، 2023)

7.1.2 تحديات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية

إن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام يجابه بالعديد من التحديات المعقدة، أحد هذه التحديات يكمن في طبيعة المحتوى الإعلامي الذي يعتمد بشكل كبير على التفاعل البشري والفهم العاطفي، كما وأن الذكاء الاصطناعي يجد صعوبة في فهم السياق الثقافي والعواطف المتداخلة في المحتوى الإعلامي، ما يجعل الترجمة الدقيقة لهذه العناصر تحديًا كبيرًا، بالإضافة إلى ذلك، تأمين كميات كبيرة ومتنوعة من البيانات الملائمة لتدريب نماذج الذكاء الاصطناعي يشكل تحديًا، إذ يتطلب ذلك الوصول إلى مصادر موثوقة ومتنوعة للمعلومات. هناك أيضًا التحديات التقنية في تطوير نماذج دقيقة وفعالة، وضمان استمرارية التحسين لتلبية احتياجات الإعلام الديناميكية، في النهاية، يجب مواكبة التقنيات الذكية بفهم عميق للأخلاقيات والتوجيهات القانونية لتجنب مخاطر الانحراف أو الاعتماد الزائد على التكنولوجيا (بريك، 2020).

وبعد كل هذا يمكننا تقسيم تحديات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية على النحو الآتي:

أولاً: التحديات المهنية:

إن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ينطوي على تحديات مهنية متعددة تتطلب التفكير الاستراتيجي والتكيف المستمر، أحد أبرز التحديات يتعلق بتطوير مهارات العاملين في المؤسسات الإعلامية لمواكبة التكنولوجيا الجديدة، إذ أصبح من الضروري توفير ورش التدريب والعمل الملائمة لتمكين الصحفيين والمحررين من فهم كيفية استخدام وتحليل البيانات بشكل فعال. ومن جانب آخر أصبح هناك حاجة للمؤسسات الإعلامية إلى استثمار كبير في بنية البيانات والبنية التحتية التكنولوجية، فتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تتطلب نظاماً قوية لتخزين ومعالجة كميات كبيرة من البيانات بشكل فعال، ما يفرض تحديات إدارة البنية التحتية والحفاظ على الأمان. على الرغم من التقدم الكبير الذي حققه الذكاء الاصطناعي، يظل نقص الإبداع أمراً أساسياً يعتريه. فالخوارزميات لا تستطيع إثارة الإحساس بالإلهام الضروري لتوليد ردود أفعال عاطفية من القراء، ولا يمكن لها فهم ومتابعة التطورات غير المتوقعة، لذا، تظل المهارات التحليلية والإبداعية ميزة يتفوق بها الصحفيون البشر (حرب، 2022).

وفي دراسة أجريت مؤخراً حول اتجاهات الصحفيين نحو استخدام التقنيات إذ يجري تقسيمهم إلى ثلاث فئات وفقاً لآرائهم ومواقفهم، إذ كان هناك فئة تعتقد أن الروبوتات لن تحل محل الصحفيين البشر، لكنها تواجه قصوراً في دورها وتنتج أخطاء كبيرة، والفئة الثانية تقف موقف عدائي وواضح وصريح من هذه التقنيات وتعمل على محاربتها ومقاومتها وعدم تطورها وتغللها في التكنولوجيا المستخدمة في المؤسسات الإعلامية، باعتبارها سوف تكون سبباً محتملاً لإضعاف مهنة الصحافة، أما الفئة الثالثة تنظر إلى تلك

التقنيات بشكل إيجابي كونها تقدم فائدة مهنية في عند الإلمام بجوانبها وتتيح للصحفيين أوقاتاً إضافية للقيام بمهام أكثر أهمية (Kim, 2018)

حسب (Edmonds 2015)، في العام 2014م أشار احصاء سنوي من الجمعية الأمريكية لمحري الأخبار إلى أن صناعة الصحف خسرت 3800 محرر، ما أدى إلى انخفاض أكثر 10% في الوظائف في غضون عام، إذ يرجع كثيرون سبب ذلك إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي.

ثانياً: التحديات الأخلاقية:

تواجه تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام تحديات أخلاقية مهمة، تتضمن هذه التحديات التساؤلات حول حقوق الخصوصية وحماية المعلومات الشخصية، إذ يتطلب التحليل الضخم للبيانات والتعلم الآلي تداولاً واسعاً للمعلومات، بالإضافة إلى ذلك، هناك مخاوف من التمييز والتحيز، إذ يمكن للخوارزميات أن تعتمد على بيانات محددة أو تعكس افتراضات غير موضوعية، وأصبح من المهم وضع إطار أخلاقي يستند إلى قيم حقوق الإنسان والعدالة لضمان استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام بطريقة متوازنة ومسؤولة. ويتعين بشكل حيوي ترسيخ أسس ومبادئ العمل الصحفي في ظل تقدم التكنولوجيا واستخدام الذكاء الاصطناعي، ويُعتبر إقرار مدونة أخلاقية تشمل جميع المؤسسات الصحفية أمراً ذا أهمية بالغة. في هذا السياق، أكد محمد عبد الظاهر، رئيس مؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي، على أنه شارك مع مجموعة من الخبراء في جلسات بحث حول كيفية تنظيم استخدام تلك التقنيات وتحديد الآليات اللازمة للرقابة. كما أشار إلى أهمية وضع ميثاق شرف يحدد قواعد وأسس مهنية وتشريعات قانونية لتوجيه استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة. (عبد الظاهر، 2021).

في ختام النقاش والحديث عن التحديات المهنية والاخلاقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية، يبقى التوازن بين التطور التكنولوجي والمسؤولية الأخلاقية والمهنية أمراً حاسماً لضمان استمرارية دور وسائل الإعلام في خدمة المجتمع وتوفير محتوى ذو جودة عالية وأخبار موثوقة.

8.1.2 الإعلام المرئي وأهم تحديات الذكاء الاصطناعي

يعيش الإعلام المرئي وقتاً من التحول الهائل نتيجة لتقدم التكنولوجيا، وفي قلب هذا التحول يبرز الذكاء الاصطناعي كقوة دافعة للابتكار والتطور، ويعكس هذا التقدم الهائل تأثيراً كبيراً في صناعة الإعلام المرئي، إذ تتسارع وتيرة الإنتاج وتتعاظم إمكانيات التعديل والابتكار. ومع هذا التطور السريع، تنشأ تحديات كبيرة ومعقدة تشكل تحديات أمام مجتمع الإعلام والجمهور على حد سواء (خطاب، 2020).

ومن أبرز هذه التحديات:

التحدي الأول: المحاكاة وتقديم البرامج والأخبار:

في ظل التطورات الحديثة في مجال الذكاء الاصطناعي، بات من الممكن باستخدام تقنية (AI) إنشاء مقاطع فيديو تبدو واقعية للغاية للمشاهد. تتيح هذه التقنية عرض أشخاص يظهرون مقدمي برامج أو مذيعي أخبار، يتحدثون بلغاتهم الأصلية وبأصواتهم الحقيقية، ويقومون بحركات وإيماءات طبيعية، ويجري تعديل النصوص والحركات والمحتوى ليتماشى مع طبيعة المادة أو البرنامج، وذلك باستخدام خوارزميات متقدمة، وكننتيجة لذلك، أصبح من الصعب على المشاهد التمييز ما إذا كانت هذه الفيديوهات حقيقية أم مُصنعة، (الشمري، 2021).

التحدي الثاني: زملاء جدد:

واجهت وسائل الإعلام التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي بعض التحديات في مجالات المهنية والأخلاق، وخاصة تلك المؤسسات التي تعتمد على الرجال الآليين؛ إذ تعرف على هذه التحديات على مستويات متنوعة. يبرز من بين هذه التحديات مستوى التحقق من البيانات، والتأكد من صحة الخوارزميات المستخدمة، فضلاً عن قضايا الشفافية وكفاءة استخدام البيانات. وهنا نسلط الضوء أيضاً على مدى الاعتماد على القيم والمنطق في تعليمات البرمجة، وكيفية تجنب إساءة استخدام البيانات (الدلو وآخرون، 2022).

إحدى التحديات الرئيسية تتمثل في صحة المعلومات المدمجة في برمجيات الذكاء الاصطناعي. يظهر أن أهم هذه التحديات تكمن في عدم قابلية التحقق من صحة أو زيف المعطيات عندما تكون غير رقمية. ينتج عن هذا الوضع أحياناً إخراجات غير دقيقة. وبسبب هذا الجانب، قد تؤدي صحافة الروبوت إلى انتهاك مبادئ حقوق النشر، وبخاصةً مع قدرة برمجيات الذكاء الاصطناعي على استحضر بيانات من مصادر عامة دون القصد، ما يتطلب من الصحافي أن يظل ملتزماً بفهم عميق وكتابة مواد إخبارية بأسلوب إنساني ذو مغزى. كما يجب أن يواصل التحقق من صحة المواد التي يعدّها الروبوتات (سوقار، 2015).

التحدي الثالث: صناعة فيديوها لشخصيات:

طورت عناصر الذكاء الاصطناعي تقنية جديدة قادرة على إنشاء مقاطع فيديو تبدو وكأنها حقيقية لأي شخص، بمجرد توفر صورة فوتوغرافية واحدة له. يجري استخدام هذه التقنية الجديدة، التي تعتمد على نظام ذكاء اصطناعي مدرب بمهارات فنية عالية، في مجموعة واسعة من التطبيقات، إذ تستخدمها وسائل الإعلام في برامجها وأخبارها ومشاريعها الأخرى. فيما يتعلق بتفاصيل هذا الإنجاز التقني والعلمي، قام باحثون في مركز سامسونغ للذكاء الاصطناعي في موسكو ومعهد سكولكوفو للعلوم والتكنولوجيا في موسكو بنشر ورقة

بحثية توفر معلومات مفصلة حول المشروع. يتيح لهؤلاء الباحثين تحريك صورة واحدة أو عدة صور للأشخاص عبر تدريب نظام الذكاء الاصطناعي على مجموعة من مقاطع الفيديو، تشمل العديد من المشاهير، بهدف تحقيق إمام دقيق بالنقاط الرئيسية للوجه. (الشمري، 2021)

بعد ذلك، أصبحت تقنية الذكاء الاصطناعي قادرة على استخلاص مجموعة من السمات المميزة والمتجانسة من صورة واحدة أو أكثر لشخص ما، ما يتيح إنشاء مقاطع فيديو واقعية تظهر الرأس وحتى تحريك باقي أجزاء الجسم بشكل يشبه الواقع. يتيح هذا التطور للتكنولوجيا إمكانية توليد محتوى فيديو يشبه الشخص الأصلي بشكل مذهل، ما يثير تحديات جديدة فيما يتعلق بتحقيق الأمان والنزاهة في استخدامات هذه التقنية المتقدمة (الرتيمي، 2020).

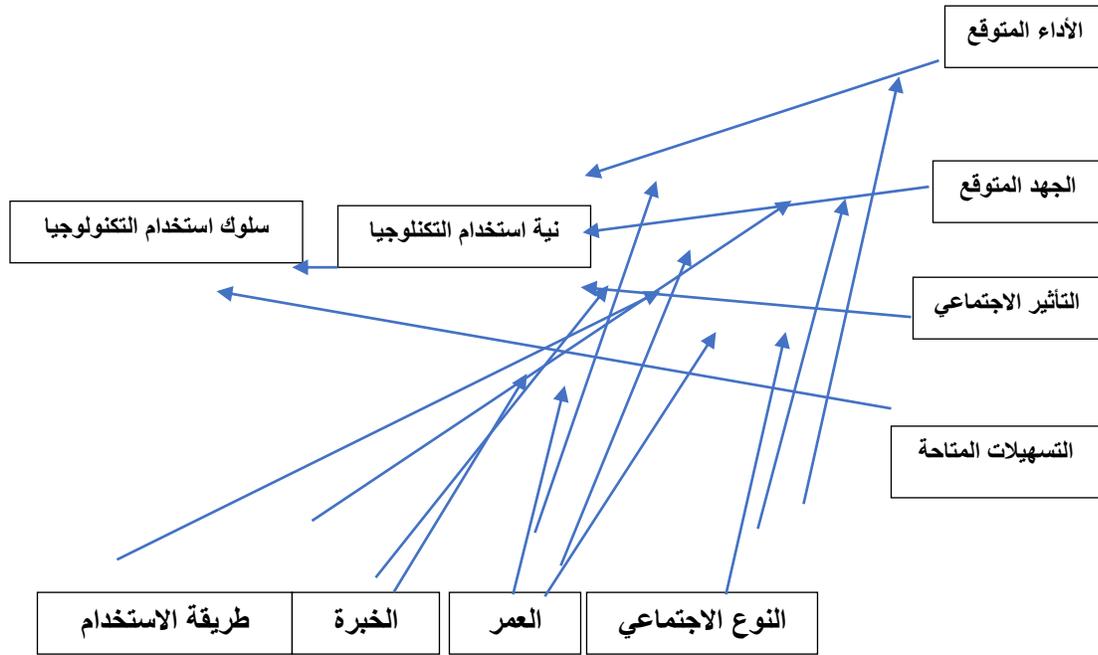
التحدي الرابع: الواقع المعزز

مصطلح الواقع المعزز يشير إلى إمكانية دمج المعلومات الافتراضية مع العالم الواقعي، عند استخدام شخص لهذه التقنية لاستكشاف البيئة المحيطة به، تُضاف معلومات افتراضية إلى الأشياء في هذه البيئة، وتتفاعل وتتكامل مع الصورة التي يراها الشخص، وقد ساعد التقدم التكنولوجي بشكل كبير في تقديم هذه التقنية، إذ أصبحت متاحة في أجهزتنا الشخصية مثل الحواسيب والهواتف النقالة، ما يوفر للأفراد تجربة تفاعلية وغنية تجمع بين العناصر الافتراضية والواقع الفعلي. هذه عملية تشمل إضافة بيانات رقمية، تكاملها، وتصويرها، واستخدام أساليب رقمية لتحسين تجربة الواقع المحيط بالإنسان، يجري ربط الواقع المعزز عادة من منظور تقني بأجهزة الكمبيوتر، ويمكن ارتداؤها أو حملها كأجهزة ذكية. (الشمري، 2021).

1.3.2 النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)

تعتمد الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وقد تناول الباحث النظرية من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية: التبع التاريخي للنظرية، والإطار المفاهيمي للنظرية، وفروض النظرية. فالنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا هي إحدى التوجهات النظرية الحديثة التي تركز على دراسة التأثيرات النفسية والاجتماعية للأفراد عند استخدامهم للتطبيقات التكنولوجية في السياق التنظيمي والمهني. تتناول هذه النظرية تأثير المكونات الداخلية للفرد مثل المعتقدات والاتجاهات، بالإضافة إلى المكونات الخارجية مثل البيئة الاجتماعية والإمكانيات المتاحة. كما تدرس النظرية أيضًا تأثير بعض المتغيرات الوسيطة مثل النوع والخبرة وطوعية الاستخدام (Schik, 2011).

في عام 2003، قدم Viswanath Venkatesh النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا ((UTAUT، التي تهدف إلى تفسير النية لدى الأفراد في استخدام التكنولوجيا الحديثة. تستند هذه النظرية إلى تطوير نموذج قبول التكنولوجيا والذي عرضه Davis في عام 1989، يشير نموذج Davis إلى ثلاثة عوامل رئيسية تؤثر في قرار المستخدم بشأن قبول التكنولوجيا، وهي: المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة، والموقف تجاه الاستخدام. يُفترض أيضا أن موقف المستخدم هو الرئيسي في الاستخدام أو عدم الاستخدام الفعلي (النحال، 2021).



شكل رقم (1.2) نموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا لـ فينكاتيش وزملائه

النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا التي يجري تصميمها بالاعتماد على ثماني نماذج أبرزها نظرية التصرفات (UTAUT) ونظرية السلوك المخطط (TAM) ونموذج قبول التكنولوجيا المسببة (TRA) ونظرية تبني وانتشار المستحدثات، لكنها قامت بشكل أساسي على نموذج (TPB) الذي يعد من النماذج القوية لفهم العوامل المؤثرة في تبني التكنولوجيا، اعتماداً على دراسة تأثير المتغيرات الخارجية في النية السلوكية والسلوك الحقيقي، إذ يتمثل متغير الأداء المتوقع من النظرية الموحدة (مقدار المنفعة المدركة من تبني التكنولوجيا بمقدار الفائدة في نموذج قبول التكنولوجيا، والجهد المتوقع بالنظرية الموحدة يتمثل بسهولة الاستخدام في نموذج (TAM) (حرب، 2022).

جرى تطوير نظرية القبول الموحد للتكنولوجيا واستخدامها بهدف استقصاء أنظمة وتقنيات المعلومات في مجال العمل الإعلامي وفهم كيفية تفسير نوايا وسلوك الاستخدام. تعتقد هذه النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المبذول، والتأثير الاجتماعي يلعبون أدواراً حاسمة في توجيه نية الاستخدام. بالإضافة إلى ذلك، تؤكد

أهمية العوامل الميسرة المتاحة في توجيه سلوك المستخدمين بالإضافة إلى نواياهم في استخدام التقنيات. الغرض الرئيسي من هذه النظرية هو فهم وتحليل سلوك المستخدمين تجاه التقنيات الحديثة وأنظمة المعلومات المتقدمة (الخولي، 2020).

تذهب النظرية إلى افتراض أن قبول الفرد للتكنولوجيا الحديثة مرده إلى أمرين هما: المنافع المتوقعة، وسهولة الاستخدام، بالإضافة إلى مجموعة من المتغيرات الخارجية كالتدريب وخصائص النظام باعتبارها متغيرات وسيطة.

وتتكون النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا من أربعة عناصر تشكل البنية الأساسية لها إضافة إلى نية الاستخدام (السلوكية) وسلوك الاستخدام (الفعلي) كما يأتي:

1- الأداء المتوقع (المنفعة المدركة): ويقصد به درجة اعتقاد الأفراد بأن استخدامهم للتطبيقات التكنولوجية سيساعدهم على تحقيق مكاسب في أدائهم الوظيفي ويمكن اعتبارها بمثابة الفائدة المدركة من استخدام التقنيات التكنولوجية (Shanab, 2017).

2- الجهد المتوقع: ويقصد بسهولة استخدام التكنولوجيا والدرجة التي يعتقد الفرد أن استخدام نظام معين سيكون عندها بقليل من الجهد، ويرتبط مفهوم الجهد المتوقع بمدى السهولة المتوقعة من قبل الأفراد تجاه استخدام التكنولوجيا، ويرتبط بهذا العنصر بمجموعة من العوامل أهمها المتعة المتوقعة من توظيف التكنولوجيا في العمل الإعلامي، واتجاهات القائمين بالاتصال نحو تقبل التكنولوجيا وتوظيفها (Lionel & Robert, 2020).

3- التأثير الاجتماعي: ويقصد به درجة إدراك الفرد لأهمية الآخرين واعتقاده بأن استخدام التقنيات

التكنولوجية الحديثة ستعمل على ارضائهم، إذ أنه كلما أدرك الفرد بروزه بين المحيطين من زملائه أدى ذلك إلى استخدامه لتلك التقنيات بصورة طوعية بغية تعزيز صورته الاجتماعية لديهم. (Hechter & Dieter, 2001).

4- التسهيلات المتاحة: ويقصد بها مدى اعتقاد الفرد بأن البنية التحتية اللازمة لدعم التقنية موجودة لدى الفرد أو المنظمة، ويتعلق ذلك بتوفير الإمكانيات اللازمة لاستخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة كتوفر المعرفة وحواسيب، وخدمات إنترنت وغيرها، فكلما أدرك الفرد بتوافر تلك البنى التحتية، أدى ذلك إلى التأثير في السلوك الفعلي لاستخدام التقنيات التكنولوجية ويختلف تأثير هذه التسهيلات المتاحة على نية القائم بالاتصال استخدام التكنولوجيا باختلاف النوع الاجتماعي، السن، مستوى الخبرة، والاستخدام الطوعي لها (Brantner & Saurwein, 2021).

2.3.2 فروض النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا:

تنطلق النظرية من فرضيتين رئيسيتين:

الفرضية الرئيسية الأولى: هناك عدة عوامل خارجية مستقلة تؤثر على نية الأفراد استخدام التقنيات والتكنولوجيا، بالإضافة إلى تأثيرها في سلوك الاستخدام الفعلي. تتمثل هذه العوامل في التوجهات الشخصية نحو استخدام تلك التقنيات والفوائد المتوقعة منها، وسهولة الاستخدام المتوقعة، وتأثيرات البيئة الاجتماعية المحيطة بهم. العلاقة بين النية والسلوك يمكن تحديدها استنادًا إلى هذه العوامل، إذ تؤثر التوقعات الشخصية والاجتماعية والمرجحات المحيطة بالفرد على قراره بالفعل استخدام التقنيات والتكنولوجيا.

الفرضية الرئيسية الثانية: توجد عدة متغيرات داخلية ديموغرافية تتوسط في أحداث التأثير بين المتغيرات الخارجية ونية سلوك الاستخدام الفعلي للتقنيات التكنولوجية بناءً على متغيرات النوع والخبرة وطوعية الاستخدام (Karnouskos, 2020).

3.3.2 الاستفادة من توظيف النظرية:

تعدّ النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا من النظريات الهامة لفهم سلوك المستخدمين في استخدام التكنولوجيا، كما وتسمح هذه النظرية بفحص العوامل التي تؤثر في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة وسائل الإعلام، مع مراعاة العوامل الاجتماعية التي تؤثر في سلوك الاستخدام، وتركز النظرية على الاتجاه نحو التبني للذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى القلق والثقة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام. الفكرة الرئيسية لهذه النظرية هي أن عدة عوامل تؤدي إلى النية السلوكية لقبول واستخدام نظام معين أو تقنية معينة، تنعكس هذه النية السلوكية إلى استخدام فعلي للنظام أو التقنية، وذلك بالتزامن مع الطوعية في الاستخدام (كريم، 2021).

تساعد هذه النظرية الباحث في فهم سلوك القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وبخاصة تلفزيون فلسطين؛ إذ مجتمع الدراسة، تجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المنتج الإعلامي، كما تساعد في تحديد العوامل التي تؤثر في قبولهم واستخدامهم لهذه التقنيات في بيئة وسائل الإعلام، مع القدرة على التنبؤ بطبيعة هذا الاستخدام في المستقبل.

1.2.2 المؤسسات الإعلامية الفلسطينية:

تعتبر المؤسسات الإعلامية الفلسطينية جزءًا حيويًا من الهوية الوطنية الفلسطينية، إذ تلعب دورًا مهمًا في نقل الأحداث والمستجدات إلى الجمهور المحلي والعالمية. كما وتتوسع هذه المؤسسات بين الإذاعة، والتلفزيون،

والصحافة المكتوبة، ووسائل الإعلام الرقمية. كما وتواجه هذه المؤسسات تحديات كبيرة نتيجةً للوضع السياسي والاقتصادي الصعب الذي يشهده الوطن، مع تأثير النزاع الدائم في حياة الفلسطينيين. ومع ذلك، تظل هذه المؤسسات ملتزمة بدورها في نقل الأخبار بشكل دقيق وموضوعي، وتعزيز الوعي الوطني والتضامن في مواجهة التحديات الراهنة (العيسوي، 2021).

تلعب المؤسسات الإعلامية الفلسطينية دورًا محوريًا في تشكيل الوعي الوطني، ونقل الرواية الفلسطينية، والدفاع عن الحقوق الفلسطينية على الصعيدين المحلي والدولي، وقد تطورت هذه المؤسسات عبر مراحل تاريخية مختلفة، بدءًا من الصحافة المطبوعة خلال العهد العثماني، مرورًا بظروف الاحتلال والانتفاضات، ووصولًا إلى العصر الرقمي الحالي، إذ ظهرت مؤسسات جديدة وتبنت التكنولوجيا الحديثة في نشر الأخبار والمعلومات (Omer, 2015)

وتشير الدراسات إلى أن هذه المؤسسات تسعى إلى مواكبة التحولات التكنولوجية، وتعمل على دمج صحافة المواطن ومنصات التواصل الاجتماعي ضمن بنيتها الإعلامية بهدف تعزيز التفاعل مع الجمهور (عبد الله وحمودة، 2023).

مراحل مرت بها المؤسسات الإعلامية في فلسطين

مرت المؤسسات الإعلامية الفلسطينية بعدة مراحل تاريخية شكلت بنيتها الحالية، وتفاعلت مع التحولات السياسية والاجتماعية التي مرت بها فلسطين. بدأت المرحلة الأولى في أواخر العهد العثماني، إذ ظهرت الصحافة المطبوعة مثل صحيفة القدس الشريف، التي كانت تنقل الأخبار الثقافية والاجتماعية ضمن رقابة رسمية صارمة. وفي فترة الانتداب البريطاني، توسعت الصحف الوطنية، ولكنها ظلت خاضعة لقيود قانونية أثرت على حرية التعبير، كما أصبحت أداة للمقاومة السياسية وتنمية الوعي الوطني. (Omer, 2015)

بعد نكبة عام 1948، دخل الإعلام الفلسطيني مرحلة الشتات، إذ ظهرت إذاعات وصحف في دول عربية مجاورة، أبرزها إذاعة "صوت فلسطين"، التي مثلت الإعلام المقاوم للمنظمة في الخارج. وفي المرحلة التالية، ومع إنشاء السلطة الفلسطينية عام 1994، تطورت البنية المؤسسية للإعلام، فأنشئت هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية التي تدير تلفزيون وإذاعة فلسطين الرسميين. وتوسع المشهد ليشمل وسائل إعلام خاصة ومجتمعية وصحف يومية مثل الأيام والقدس. وأخيراً، في المرحلة الرقمية، ظهرت وكالات إلكترونية مستقلة مثل معاً ودنيا الوطن، إلى جانب اعتماد المؤسسات التقليدية على وسائل التواصل الاجتماعي، ما أسهم في تعزيز التفاعل مع الجمهور وتوسيع دوائر التأثير (علاني، 2020؛ والخياط، 2014).

أشكال المؤسسات الإعلامية الفلسطينية

تتعدد أشكال المؤسسات الإعلامية في فلسطين وتشمل الإعلام المرئي مثل تلفزيون فلسطين، والإعلام المسموع مثل إذاعة صوت فلسطين وإذاعة أجيال، الإعلام المطبوع مثل صحيفة الأيام وصحيفة القدس، وصحيفة الحياة الجديدة، إضافة إلى الإعلام الرقمي مثل وكالة معاً الإخبارية وموقع دنيا الوطن، وكذلك المنصات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي. وقد شهدت البيئة الإعلامية الفلسطينية الحديثة توجهاً نحو التكامل بين هذه الأنماط المختلفة، مع اهتمام متزايد بالاعتماد على المحتوى البصري والمرئي نظراً لتأثيره الواسع في الجمهور ومن أبرز ملامح هذا التطور بروز منصات إعلامية رقمية تتبنى مضامين صحافة المواطن وتتيح للمواطنين المساهمة في إنتاج المحتوى الإعلامي، ما يتيح تغطية أسرع وأكثر شمولية للأحداث الميدانية (عبد الله وحمودة، 2023).

2.2.2 الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية

تعد الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية، امتدادًا لمؤسسات إعلامية فلسطينية. منذ عام بدءًا بـ 1936 إذاعة "هنا القدس"، مرورًا بصوت الثورة الفلسطينية في الشتات، وبعض الدول العربية المجاورة لفلسطين، واليمن والجزائر (جبارة، د، ت) .

الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية والمعروفة اختصارًا بـ (PBC) هي هيئة إعلامية فلسطينية تأسست في 1 تموز 1994، بعد توقيع اتفاق أوسلو بين إسرائيل ومنظمة التحرير الفلسطينية، ودخول القيادة الفلسطينية الى أرض الوطن، والبدء بتشكيل نواة السلطة الوطنية، تمتلك الهيئة محطة إذاعية معروفة باسم صوت فلسطين وقناة فضائية معروفة باسم تلفزيون فلسطين، وشكلت هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية جزءاً أساسياً في البنية الوطنية العامة للمجتمع الفلسطيني عن طريق تلبية حقوقه الأساسية في التحرير والاستقلال وقيام دولته المستقلة على أرض الوطن (تايه، 2006).

رؤية الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية:

انطلاقاً من الوعي بمتطلبات الإعلام الجديد، والتطور المعرفي والتقني؛ قدمت هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية نفسها كوسيلة إعلام للوطن والمجتمع؛ تطرح القضايا المختلفة بمسؤولية وشفافية، وتستجيب

لحقيقة الانتقال إلى طور السلطة والدولة، ولأجل ذلك قدمت رؤيتها التي جاءت كما يأتي:

1-إعادة بناء وتماسك المجتمع الفلسطيني وتوحيده وتشكيل الوعي الجمعي والفردى له ليصبح قادراً على الصمود.

2-المساعدة في بناء الدولة الفلسطينية المستقلة ذات السيادة على كامل التراب الوطني.

3-الالتزام بحرية التعبير والتعدد الثقافي والسياسي انسجاما مع البرنامج السياسي لمنظمة التحرير الفلسطينية والنظام السياسي للسلطة الفلسطينية، ووثيقة إعلان الاستقلال. (نصر، 2018).

4-الاهتمام بالشؤون الفلسطينية الداخلية والخارجية واطاعة نصب عينها اكتساب مصداقية وثقة الفئات الأوسع من المجتمع الفلسطيني من خلال تقديم المعلومة، ومساءلة الذين في موقع القرار، ورفع شعارات الدقة والسرعة والموضوعية.

5-السعي للمشاركة الواسعة من كافة أطراف الشعب الفلسطيني والمجتمع المدني في أداء رسالتها الإعلامية متمسكة بالمصلحة الوطنية العليا وحاجة المجتمع بوصولها وقبيلتها. (قعدان، 2023).

أهداف الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون:

منذ أن جرى الإعلان عن تشكيل هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية، وضع مؤسسوها والقائمون عليها، أعينهم جملةً من الأهداف التي ستسعى الهيئة لتحقيقها، نجل هذه الأهداف فيما يأتي: (النحال، 2021)

-إبراز المعالم الثقافية والحضارية للشعب الفلسطيني وتطويرها ونشرها على أوسع نطاق بينها وبين ثقافات العالم.

-توحيد الخبرات الفلسطينية الإبداعية والمكتسبة التي أفرزها الواقع الفلسطيني بما يتلاءم وإرادته الوطنية القومية والحضارية .

-توثيق وتوطيد علاقات الشعب الفلسطيني على كافة المستويات والأبعاد بين شرائحه المختلفة من ناحية ومع الشرائح العربية من ناحية أخرى.

-إطلاع المواطنين على توجيهات وقرارات السلطة الفلسطينية القضائية والتشريعية والاجتماعية والسياسية للارتقاء بدورهم المشارك الفعال في عملية بناء الدولة والمجتمع .

-التمسك الثابت والمنسجم مع تقاليد شعبنا بحرية الرأي والتعبير والنشر والبت وحقوق الإنسان الفلسطيني وضمان حقه الطبيعي بممارسة هذه الحقوق.

-التركيز على الاهتمامات الانسانية كمبادئ الأديان السمحة والديمقراطية وحقوق الإنسان وحمايتها.

-تقديم الخدمة الإذاعية والتلفزيونية بالكفاءة المطلوبة وضمان توجيهها لخدمة الوطن والمواطن والمصلحة العامة في إطار القيم والتقاليد الأصيلة للشعب الفلسطيني .

-دعم الوحدة الوطنية والسلم الاجتماعي وصيانة كرامة الفرد وحياته والعمل على نشر الثقافة الوطنية الديمقراطية .

-رفع وعي المواطنين بالتاريخ والتراث الفلسطيني والعربي والإنساني.

مراحل التطور التاريخي في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون:

هيئة الإذاعة التلفزيون الفلسطينية التي تبلورت إلى شكلها الذي نراه حالياً، مرت بعدة مراحل أضفت عليها نوعاً من الخصوصية، كون فلسطين خضعت للانتداب البريطاني ثم لاحقاً وقعت تحت الاحتلال الإسرائيلي، ويمكن إجمال المراحل التي مرت بها هيئة الإذاعة والتلفزيون وبعد توقيع اتفاق أوسلو بين منظمة التحرير الفلسطينية وإسرائيل، ودخول طلائع منظمة التحرير الفلسطينية إلى أرض الوطن عام 1994، أنشئت إذاعة صوت فلسطين وتلفزيون فلسطين، وتحول التلفزيون عام 1999 إلى قناة فضائية (وفا، د، ت) .

أصبحت الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية، تضم كلا من إذاعة صوت فلسطين وتلفزيون فلسطين وقناة فلسطين مباشر والقناة الإخبارية وقناة مساواة (التي خصصت لمتابعة شؤون فلسطيني الداخل) والقناة الرياضية والإذاعة الدولية الناطقة بلغات مختلفة والإعلام الإلكتروني (الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية، 2023).

تلفزيون فلسطين

يُعد تلفزيون فلسطين المؤسسة الرسمية الأبرز في مجال الإعلام المرئي في فلسطين، ويلعب دورًا مهمًا في تعزيز الهوية الوطنية ونقل الأخبار المتعلقة بالقضية الفلسطينية. وتشير الدراسات إلى أن تلفزيون فلسطين أسهم في تعزيز مشاعر الانتماء والولاء الوطني بين المواطنين، وبخاصة خلال الأزمات، إذ يعتمد إلى تقديم مواد إعلامية تهدف إلى غرس قيم المواطنة والولاء الوطني. (Shbair & Hasfi, 2022) كما أثبتت برامجه قدرته على التأثير في الرأي العام وتشكيل أولويات الجمهور بما يخدم المصلحة الوطنية (Abuzanouna, 2015).

أبرز التقنيات التي من الممكن توظيفها في تلفزيون فلسطين (الباب، 2025)

1. تعرف الصوت والصورة لأتمتة عمليات الأرشفة والفهرسة.
2. تحسين جودة الفيديو والصوت والصورة عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي.
3. المساعدة في عمليات المونتاج التلقائي واقتراح أفضل للقطات.
4. استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل أداء البث وتحسين تجربة المشاهدين.
5. أتمتة عمليات الإضاءة والصوت في الاستوديوهات.
6. تحليل أداء المذيعين والمقدمين واقتراح تحسينات.
7. الترجمة الفورية لعدة لغات لتوسيع نطاق الوصول والتفاعل مع جمهور متنوع.
8. تقنيات الواقع المعزز والافتراضي لإنشاء استوديوهات افتراضية.

المتطلبات التقنية والمهنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين:

تعدّ تقنيات الذكاء الاصطناعي من أبرز التطورات التكنولوجية التي تشهدها مختلف القطاعات في العالم، بما في ذلك قطاع الإعلام والبريد التلفزيوني، في ظل هذا التطور السريع، أصبحت الحاجة ملحة لتوظيف هذه التقنيات في المؤسسات الإعلامية لتحسين جودة المحتوى وتعزيز التجربة التفاعلية للمشاهد، وفي هذا السياق، يسعى تلفزيون فلسطين إلى استكشاف سبل دمج الذكاء الاصطناعي في عملياته اليومية بهدف تعزيز كفاءة الإنتاج البصري، وتحسين عملية التفاعل مع الجمهور، وتوفير محتوى مبتكر ومخصص، لكن، لتحقيق هذا الهدف، لا بد من استيفاء مجموعة من المتطلبات التقنية الأساسية التي تشمل البنية التحتية المتطورة، توظيف خوارزميات متقدمة، وتدريب الكوادر البشرية على التعامل مع هذه التقنيات بشكل فعّال.

من أجل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بفعالية في التلفزيون، يجب توافر بنية تحتية تقنية متطورة تشمل خوادم قوية وأنظمة تخزين بيانات وبرمجيات متخصصة في تحليل البيانات وتعلم الآلة، كما يتطلب ذلك توظيف كوادر تقنية محترفة ومتخصصة في الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى فرق إعلامية قادرة على دمج هذه التقنيات في عمليات الإنتاج، والأهم هو التدريب المستمر وتحديث البرامج والتقنيات؛ إذ يعد ذلك أمراً ضرورياً، فضلاً عن إقامة شراكات استراتيجية مع مراكز البحث والتطوير لتعزيز الابتكار وتحسين جودة المحتوى وتقديم تجربة مشاهدة مخصصة وتفاعلية للمشاهدين (شنان، 2025)

كما أن توافر أجهزة حديثة تدعم تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل الكاميرات الذكية، التي تسهم في تحسين جودة التصوير والتفاعل الذكي مع البيئة المحيطة، بالإضافة إلى ذلك، توجد برمجيات متطورة لتحليل بيانات الصوت والصورة، ما يعزز القدرة على معالجة البيانات بدقة وكفاءة عالية، كما أن تدريب الكوادر الفنية على

تشغيل الأنظمة الذكية داخل الاستوديوهات يعد خطوة أساسية لضمان استخدام هذه التقنيات بشكل فعال، ما يسهم في رفع مستوى الإنتاج وتحقيق نتائج متميزة في مختلف المجالات (حيدر، 2025).

مستوى جاهزية تلفزيون فلسطين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي:

هناك العديد من العوامل والأبعاد والأنظمة والمتطلبات التقنية والبيئية لقياس مدى جاهزية تلفزيون فلسطين لاستقبال وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتطبيقها في البيئة الإعلامية والإنتاجية، كما أن توافر الأجهزة المناسبة والشبكات الاتصالية والقوة والقدرة البشرية والتدريب وأنظمة التحليل وغيرها من المقومات، كل هذا يساعدنا على فهم مدى ومستوى جاهزية تلفزيون فلسطين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.

بالإضافة إلى أن عدم توفر أنظمة ذكاء اصطناعي متكاملة في التلفزيون لا يعني أن هذه التقنيات غير قابلة للتطبيق، بل يمكن للكوادر البشرية توظيفها والاستفادة منها بمرونة كبيرة في مختلف جوانب العمل الإعلامي، ولتوضيح ذلك يمكن الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة الصور، تعديل الألوان، وإنشاء تصاميم أسرع وأكثر دقة، وكل ذلك باستخدام أدوات متاحة يمكن تشغيلها على الأجهزة الحالية (شنان، 2025).

تتمتع الاستوديوهات بتقنيات حديثة ومتطورة، إلا أن هناك حاجة ماسة إلى تحسين التكامل بينها وبين تطبيقات الذكاء الاصطناعي. فضعف التكامل بين الأنظمة الحالية وهذه التطبيقات يعوق الاستخدام الفعلي والفعال لتلك التقنيات، ما يحدّ من إمكانيات الاستفادة القصوى منها في العديد من المجالات (حيدر، 2025). يمتلك التلفزيون بعض الأنظمة الحديثة، ولكن هناك حاجة ملحة لتطوير البرمجيات وتحديث الخوادم بهدف

تمكين تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل أكثر فعالية، فعلى الرغم من تقدم التكنولوجيا، إلا أن ضعف التكامل بين الأنظمة التقليدية والحديثة يظل عقبة رئيسية تعيق التطبيق الفعلي لهذه التقنيات المتقدمة. يتطلب الأمر جهداً كبيراً لتحقيق التوافق بين هذه الأنظمة لتمكين من الاستفادة الكاملة من إمكانيات الذكاء الاصطناعي (البابا، 2025).

يتمتع تلفزيون فلسطين ببنية أساسية جيدة تُعد قاعدة قوية يمكن البناء عليها لتطوير الأداء الإعلامي وتعزيز جودة المحتوى. ومع ذلك، لا بد من التركيز على تحديث البرمجيات المستخدمة باستمرار، إلى جانب الاستثمار في التدريب المستمر للكوادر البشرية. يأتي هذا في إطار السعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل الأمثل، بما يسهم في تحسين عمليات الإنتاج، وتحليل البيانات، وتقديم محتوى أكثر تفاعلية وملاءمة لاحتياجات الجمهور (فرج، 2025).

لتسريع وتسهيل تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، يجب أن تُجرى تغييرات جذرية على كل من البنية التحتية التقنية والكوادر البشرية. من الناحية التقنية، يتطلب الأمر تحديث الأجهزة والبرمجيات من خلال تركيب خوادم عالية الأداء ووحدات معالجة رسومية متطورة، بالإضافة إلى اعتماد برامج متخصصة في تحليل البيانات والتعلم الآلي لضمان الاستفادة القصوى من هذه التقنيات. أما من ناحية الكوادر البشرية، فيجب بناء فريق متخصص من المبرمجين وخبراء الذكاء الاصطناعي، مع توفير التدريب المستمر على أحدث الأدوات والتقنيات، مما يتيح للمؤسسة استغلال التطبيقات الحالية والمساهمة في تطويرها. يمكن تحقيق هذه الأهداف من خلال شراكات استراتيجية مع المؤسسات البحثية والشركات التكنولوجية، وكذلك من خلال اعتماد استراتيجية تحول رقمي شاملة تُحدث تغييراً ثقافياً داخل المؤسسة يعزز من الابتكار والتجريب. وبهذه الطريقة، تضمن المؤسسة الإعلامية دمج الذكاء الاصطناعي بشكل فعال

وآمن، مع الحفاظ على جودة العمل الإعلامي وتحسين مستوى الدقة والإبداع في تقديم المحتوى (شنان 2025).

معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين

يواجه تلفزيون فلسطين عدة تحديات تعيق توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة عمله، ومن أبرزها قلة التمويل اللازم لتطوير البنية التحتية، نتيجة للظروف الراهنة التي تمر بها دولة فلسطين، كما تُعد الحاجة إلى برامج تدريبية مكثفة للموظفين من أبرز المتطلبات، في ظل غياب المعرفة المتخصصة داخل المؤسسة وعدم وجود كوادر مهنية مختصة مثل المبرمجين أو خبراء الذكاء الاصطناعي (فرج، 2025).

يضاف إلى ذلك مقاومة بعض العاملين للتغييرات التكنولوجية الحديثة وتخوفهم من تأثير هذه التقنيات في طبيعة عملهم، إلى جانب تساؤلات حول مدى تقبل الموظفين لها واستعداد المؤسسة للاستثمار في تطوير قدراتهم. ولا يقتصر الأمر على استخدام أدوات جاهزة، بل يتطلب توظيف الذكاء الاصطناعي وجود فرق فنية متخصصة تتابع التطوير المستمر. وفي ظل غياب توجه واضح لمواكبة أحدث الابتكارات في هذا المجال، يظل تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجالات مثل الأخبار والعمل التلفزيوني محدودًا (شنان، 2025).

المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين:

من أبرز المخاوف والتحديات الناتجة عن استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي هو غياب الرقابة والإشراف البشري، ما قد يؤدي إلى نشر معلومات مغلوطة أو مضللة، خصوصًا في الأخبار. هناك أيضًا خطر من تراجع الإبداع البشري، إذ قد يكتفي البعض بإنتاج المحتوى تلقائيًا دون أي مساهمة إبداعية (حيدر، 2025).

كما أن الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي قد يفضي إلى استغناء بعض المؤسسات عن وظائف بشرية، ما يثير قلق الموظفين بشأن مستقبلهم المهني. إضافة إلى ذلك، تتطلب هذه التقنيات تحديثات مستمرة وتدريباً مكثفاً، مما يشكل عبئاً مالياً على المؤسسات الإعلامية (فرج، 2025)

من جهة أخرى، يصعب التحقق من صحة المحتوى الذي ينتجه الذكاء الاصطناعي، وبخاصة الصور والفيديوهات التي قد تكون مفبركة. وأخيراً، هناك تحديات تقنية تتمثل في ضرورة توفر بنية تحتية قوية وبرمجيات متطورة، وهو ما قد يكون غير متاح بسهولة في بعض المؤسسات الإعلامية. (شنان، 2025)

الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين

تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في توفير الوقت والجهد بشكل كبير، وتسهم في تحسين جودة المحتوى الإعلامي دون الحاجة لفرق عمل كبيرة. لذا، من الضروري أن يكون الإعلاميون في الوقت الحالي على دراية كاملة بهذه الأدوات، إذ لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد تقنية مساعدة، بل أصبح عنصراً أساسياً في مستقبل الإعلام. في مجال الأخبار، على سبيل المثال، تكمن الأهمية في السرعة، ونحن بحاجة إلى أدوات تساعد في إنتاج الأخبار بسرعة ودقة مع الحفاظ على جودة المحتوى.

فعلى سبيل المثال، فيما يتعلق بتحرير الفيديو، يساعد الذكاء الاصطناعي بشكل كبير في تحسين جودته، من خلال تقنيات مثل تحسين الدقة (Upscaling)، وتقليل الضوضاء، وضبط الألوان تلقائياً للحصول على مظهر احترافي. كما توجد أدوات تعتمد على الذكاء الاصطناعي لقيام بتعديلات تلقائية على الفيديو استناداً إلى النصوص أو الصوت، ما يوفر وقتاً كبيراً في عملية المونتاج (شنان، 2025).

تحقيق تحسين في سرعة وجودة العمل الإعلامي يُعدّ من الأهداف الأساسية لأي مؤسسة إعلامية تسعى للتفوق. من خلال اعتماد أدوات وتقنيات متطورة، يمكن توفير الوقت والجهد في عمليات الإنتاج والمونتاج،

ما يسهم في تسريع سير العمل وتقديم محتوى عالي الجودة في وقت أقل. بالإضافة إلى ذلك، فإن تعزيز دقة وأداء العمليات الإعلامية عبر استخدام التحليلات الذكية يساعد في تحسين القرارات الإعلامية، ما يؤدي إلى تقديم محتوى يتسم بالكفاءة العالية والموثوقية (البابا، 2025).

يشهد تلفزيون فلسطين فرصًا هائلة يمكن الاستفادة منها من خلال الاستخدام الأمثل لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وبخاصة في مجالات مثل الإعلام التفاعلي، فهذه التقنيات قادرة على إحداث نقلة نوعية في طريقة إنتاج المحتوى وتقديمه، ما يعزز من تفاعل الجمهور ويواكب التطورات المتسارعة في عالم الإعلام الحديث (فرج، 2025).

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في أخلاقيات العمل في تلفزيون فلسطين

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في أخلاقيات العمل في تلفزيون فلسطين يركز على التحديات التي تطرأ نتيجة استخدام هذه التقنيات في الإعلام، ويشمل ذلك تأثيرها في إنتاج المحتوى، والتحقق من المعلومات، ودور الصحفيين في اتخاذ القرارات، كما يطرح الموضوع أهمية الحفاظ على النزاهة والحيادية، وتجنب الانحياز أو الاستخدام غير الأخلاقي للبيانات، مع ضرورة وضع إطار أخلاقي يوجه استخدام الذكاء الاصطناعي بما يخدم المصلحة العامة ويحترم القيم الإنسانية.

يؤثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين على أخلاقيات العمل الإعلامي من عدة نواحٍ، من جهة، تعمل هذه التقنيات على تحسين دقة وسرعة معالجة المعلومات وإنتاج المحتوى الإعلامي، ما يسهم في تقديم أخبار أكثر حيادية وفعالية، ومن جهة أخرى، تثير هذه التقنيات تحديات أخلاقية مهمة، مثل خطر الاعتماد المفرط على الأنظمة الآلية دون إشراف بشري، ما قد يؤدي إلى حدوث أخطاء أو تحيزات في المحتوى. كما يمكن أن يُستغل التقدم في تقنيات التزييف العميق للتلاعب بالمعلومات، بالإضافة

إلى ذلك، فإن استخدام هذه الأدوات في جمع وتحليل بيانات الجمهور يثير تساؤلات بشأن الخصوصية والأمان (فرج، 2025).

يمكن أن يؤثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار سلبيًا إذا لم يجري ضبط معايير الأخلاقيات والشفافية بشكل جيد، فعند الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار أو تعديلها، قد يحدث تلاعب بالمعلومات أو التسبب في نشر محتوى غير دقيق، ما يضر بمصداقية وسائل الإعلام ويؤثر في الثقة العامة، لذلك، من الضروري أن تلتزم المؤسسات الإعلامية بوضع ضوابط أخلاقية واضحة وضمان الشفافية في استخدام هذه التقنيات لضمان تقديم محتوى صحفي موثوق ومتوازن (حيدر، 2025).

2.2 الدراسات السابقة

نظراً لأهمية الدراسات السابقة في زيادة المعرفة النظرية والعملية لدى الباحثين والمهتمين، فقد قام الباحث بمراجعة العديد من الكتب والمجلات العلمية بمختلف الطرق والوسائل المتاحة، للوصول إلى دراسات علمية أو ميدانية لها علاقة بموضوع الدراسة، ويتناول هذا الفصل عرضاً لمجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت موضوع الدراسة وجاءت بالترتيب من الدراسات الحديثة إلى الأقدم وكانت على النحو الآتي:

1. دراسة (العدوي، 2024) رؤية القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء

المؤسسات الصحفية الرقمية المصرية "دراسة ميدانية"

تهدف الدراسة الحالية لتعرف رؤية القائمين بالاتصال بالمؤسسات والمواقع الصحفية الرقمية المصرية بأساليب التطوير نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار التي انتهجتها المؤسسات الصحفية

الرقمية المصرية لمواكبة التطورات والمستجدات في صناعة الصحافة وتأثير ذلك على أداء العمل الصحفي الرقمي، وقد جرى اختيار عينة الدراسة بالطريقة العمدية المتاحة لمن لديهم المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واقتصرت على مجموعة من القائمين بالاتصال بالصحف المصرية الرقمية والذين بلغ عددهم 150 مفردة، كما اعتمدت الباحثة في دراستها علي المنهج الوصفي الميداني، وقد قامت الباحثة بالاستعانة بأداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للدراسة، وتواصلت أهم نتائج الدراسة إلي أن 90% من القائمين بالاتصال عينة الدراسة على دراية ومعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وآليات إنتاجها ما بين درجة معرفة متوسطة ومرتفعة، وتوصلت الدراسة ان اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الصحافة الرقمية بالاتجاه الإيجابي.

2. دراسة (الخالدي وآخرون، 2024) بعنوان اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي داخل غرف الاخبار بالمؤسسات الصحفية السعودية، دراسة ميدانية.

تهدف الدراسة الى رصد اتجاهات القائم بالاتصال نحو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الاخبار في المؤسسات الإعلامية السعودية، وتعرف مدى تبني المؤسسات الإعلامية لتلك التقنيات وكيفية الانتفاع بها ، واستخدم الباحثون المنهج المسحي الإعلامي استنادا لأداة الاستبانة بالتطبيق على عينة إعلامية مقدارها 170 مجوئا، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها، وعي القائم بالاتصال بأهمية تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في الغرف الإخبارية وبالمؤسسات الإعلامية، لذا، فإنّ تطوير البنية التحتية تقنيا لغرف الأخبار تعد من أهم المتطلبات التقنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وقدمت الدراسة العديد من التوصيات من ابرزها تعزيز البنية التحتية للمؤسسات الإعلامية لتمكين تقنيات الذكاء الاصطناعي

بغرض الأخبار، وتوظيفه بالشكل المطلوب، وضرورة التدريب والتطوير للعاملين وذلك لأهمية وتأثيره في الأداء المهني للقائم بالاتصال.

3.دراسة (محمد، 2023) بعنوان اتجاهات النخبة الإعلامية والاكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، في إطار النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، إذ طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها (112) مفردة؛ إذ تمثلت 54 من النخب الاعلامية، و58 من النخب الأكاديمية، وذلك بغرض معرفة رؤيتهم لمدى اهمية توظيف مثل هذه التقنيات وتأثيرات توظيفها في الصعيدين الايجابي والسلبي، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي بشقيه الكمي والكيفي، وأسلوب المقارنة المنهجية، واعتمد الباحث الاستبيان أداة رئيسة للدراسة. كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات النخبة الإعلامية والنخبة الأكاديمية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، كما ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النخبة الإعلامية والنخبة الأكاديمية فيما يتعلق بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بحسب متغير سنوات العمل ونمط ملكية المؤسسة التي تعمل فيها النخبة.

4.دراسة (محمد، 2023) بعنوان اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني (دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا).

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف الذكاء

الاصطناعي وتقنياته في إنتاج المضامين المتخصصة والمختلفة وعلاقة ذلك بمستقبل تطوير الأداء المهني المتخصص في مصر، وظفت هذه الدراسة منهج المسح ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 90 مفردة من الصحفيين المتخصصين في عدد من المؤسسات الصحفية المصرية بمختلف أشكالها؛ حزبية، وقومية، وخاصة، وكذلك المواقع الإخبارية المتخصصة. وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة عدم ثبوت معنوية الفروق بين الصحفيين المتخصصين من حيث اتجاهاتهم نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بحسب خصائصهم المهنية وعدد سنوات العمل، وثبوت معنوية الفروق بين القائمين منهم تبعاً للنوع، في حين لم تثبت بينهم تبعاً للسن والمؤهل العلمي.

5. دراسة (صلاح الدين، 2023) بعنوان توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الذكاء الاصطناعي وعلاقته في الإعلام وأهم التطبيقات والتقنيات الذكية المستخدمة في النشاط الإعلامي. وعمل الباحث في هذه الدراسة على دراسة بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي وطريقة استخدامها، ولما لها تأثير في العمل الإعلامي. ووصلت الدراسة إلى أن هناك تقنيات جديدة ذكية معززة خلقت ثورة تكنولوجية في المجال الإعلامي والصحافي، لعبت دوراً كبيراً في تنامي وتغيير جذري في عالم الإعلام. وهذا التغيير له تأثير في المنتجين؛ بل في المستهلكين أيضاً والذين هم من متابعين الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة.

6. دراسة (الدلو وآخرون، 2022) بعنوان " اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية"

هدفت إلى تعرف على اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة

الفلسطينية، ومدى جاهزية المؤسسات لتوظيفها. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية. واعتمد الباحث على المنهج المسحي، وكانت أداة الدراسة صحيفة الاستقصاء طبقت ووزعت على 102 عينة من خبراء الإعلام الفلسطينيين. وتمثل مجتمع الدراسة بخبراء الإعلام إذ قسم الباحث الخبراء إلى قسمين هما، أساتذة الإعلام في الجامعات الفلسطينية النظامية، والصحفيون العاملون في المؤسسات الصحفية الفلسطينية ممن لديهم خبرة تزيد عن عشر سنوات في التحرير والإخراج، ومن أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات خبراء الإعلام نحو طبيعة العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي وعمل الصحفيين الفلسطينيين تبعاً للعوامل الديمغرافية: (النوع الاجتماعي، العمر، السكن، المؤهل العلمي، طبيعة العمل وسنوات العمل). كما أوصت الدراسة بضرورة اهتمام المؤسسات الفلسطينية بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أكبر، وذلك من خلال توفير الإرادة العليا والإمكانات اللازمة لتوظيفها بهدف الاستفادة منها على النحو الأمثل،

7. دراسة (متولي وفرحات، 2022) بعنوان " تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على محتوى

الرسالة الإعلامية بمواقع الصحف الأجنبية"

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن انعكاسات تقنيات الذكاء الاصطناعي على محتوى الرسالة الإعلامية بمواقع الصحف الأجنبية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واستخدم الباحث المنهج المسحي الاعلامي للحصول البيانات والمعلومات المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بمواقع الصحف الأجنبية عينة الدراسة، وانعكاسها على المحتوى الإعلامي لها. واستخدم الباحث استمارة تحليل المضمون أداة لجمع المعلومات، وتمثل مجتمع الدراسة في مواقع الصحف الأجنبية المتمثلة في صحيفة نيويورك تايمز، وصحيفة The wall street journal ، صحيفة The guardian البريطانية، وأوصت الدراسة

بضرورة رفع الوعي المعلوماتي للصحفيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وضرورة دمج هذه التكنولوجيا في عملية الصناعة الإعلامية وذلك بهدف توفير الوقت والجهد.

8. دراسة (عبد الرزق، 2022) بعنوان " تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.. الواقع والتطورات المستقبلية"

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتأثير ذلك في واقع ممارستهم الاعلامية، ومحاولة استقراء مستقبل استخدام هذه التقنيات في مجال الإعلام. وتنتمي هذا الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة المسح بشكليه الكمي، والكمي، واعتمدت الباحثة خلال هذه الدراسة أداة الاستبيان وأداة المقابلة المقننة، للحصول على المعلومات من عينة الدراسة. وشمل مجتمع الدراسة القائمين بالاتصال في الإعلام المصري والعربي، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها 451، وجرى سحب عينة الدراسة من وكالات الأنباء والصحف و المحطات التلفزيونية والإذاعية، وذلك خلال الفترة الزمنية من مايو 2021 الى فبراير 2022، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة، إلى أن أكثر استخدام لتقنيات الذكاء الاصطناعي يكمن في المجال التسويقي ثم المجال الإعلامي وأخيرا المجال الفني والإداري، وأوصت الدراسة بضرورة إعطاء الأولوية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجالات محددة تتمثل في: صحافة البيانات، والتصحيح التلقائي، وكشف الاخبار الزائفة، والارشفة، وإجراء استطلاعات الرأي، فلترة الترددات بمختلف محركات البحث ومواقع التواصل الاجتماعي، ورفع الإنتاج الإعلامي على الانترنت بخلاف استخدامه في الجانبين الإداري والتسويقي. كما وأوصت بسن قوانين وتشريعات لتنظيم العمل الإعلامي المنتج من خلال التقنيات التكنولوجية.

9. دراسة (الزهراني، 2022) بعنوان "تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في

المؤسسات الإعلامية"

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف مدى تبني الصحفيين العرب لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، ورصد أبرز التحديات والمعوقات في المؤسسات الإعلامية لتبني هذه التقنيات، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الكمية الوصفية، واستخدم الباحث المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، واعتمد الباحث على الاستبانة أداة للدراسة. وتمثل مجتمع الدراسة في الإعلاميين العرب، إذ جرى تمرير الاستبانة بشكل إلكتروني والواتساب للحصول على المعلومات والإجابات، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة، أن للصحفيين خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقة بالهواتف الذكية، وهذا يعني أن الذكاء الصحفي حاضر بالروتين الصحفي. وأظهرت الدراسة أيضا أن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الدرجة الكلية لبعده معوقات تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية وكل عبارة من عبارات هذا البعد.

10. دراسة (حرب، 2022) بعنوان اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية نحو

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاخباري

هدفت الدراسة إلى رصد اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاخباري وذلك من خلال الوقوف على مستوى فهمهم لتلك التقنيات وأساليب توظيفها ومجالات التوظيف والدوافع ومدى رضاهم. اعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام استبانة، إذ طبقت على عينة من القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية قوامها 86 مفردة، وبينت النتائج أن 48.8% من العينة لديهم ميل لتوظيف هذه التقنيات في صناعة المحتوى الاخباري، كما وبينت أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية من حيث

اتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاخباري تبعا للنوع الاجتماعي، وسنوات العمل، والمسمى الوظيفي، وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية من حيث اتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري تبعا لمتغير التخصص وذلك لصالح من يعملون في الإخراج والجرافيك.

11. دراسة (العيسوي، 2021) بعنوان "استخدامات الصحفيين الفلسطينيين للتقنيات الرقمية في صناعة

المحتوى دراسة مسحية على القائم بالاتصال "

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف استخدامات الصحفيين الفلسطينيين للتقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري، ورصد دوافعهم، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي اعتمدت منهج الدراسات المسحية في إطار أسلوب مسح أساليب الممارسة، وجرى جمع البيانات عن طريقة صحيفة الاستقصاء، ووزعت على عينة عشوائية بسيطة قوامها (252) صحفياً، واستعان الباحث بالمقابلة المعمقة لعينة متاحة مكونة من 10 خبراء ومختصين في موضوع الدراسة، واستخدمت الدراسة نظريتي الاستخدامات والاشباعات والقائم بالاتصال. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن 69% من إجمالي العينة يستخدمون التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري. وتمثلت أبرز دوافعهم لاستخدام تلك التقنيات في تسهيل العمل الصحفي، وسرعة صناعة المحتوى الإخباري، بالإضافة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة بين دوافع استخدام الصحفيين الفلسطينيين للتقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري تُعزي لسنوات العمل في المجال الإعلامي. وأوصى الباحث بضرورة تعزيز وصلل المهارات والمعارف للصحفيين من خلال استخدام التقنيات الرقمية الحديثة والمساعدة في العمل الإعلامي، كما وأوصى بإنتاج برامج تقنية تساعد الصحفيين على رصد ومتابعة الأخبار وإنتاجها ونشرها.

12.دراسة (الزعنون، 2021)، بعنوان اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الاعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية، واستخدمت هذه الدراسة منهج الدراسات المسحية باستخدام أسلوب مسح اساليب الممارسة الإعلامية معتمدة على صحيفة الاستقصاء والمقابلة المعمقة كأداتين للدراسة، واعتمدت الدراسة على ثلاث نظريات، نظرية القائم بالاتصال "حارس البوابة" ونظرية انتشار المبتكرات ونظرية ترتيب الأولويات "الأجندة " وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة ان انعكاس توظيف الذكاء الاصطناعي من قبل القائم بالاتصال في المؤسسات الاعلامية العربية على المصداقية بنسبة 77.7% وينعكس على المهنية بنسبة 81.42 %، وأظهرت الدراسة أيضا أن أبرز مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسة الاعلامية كانت تتبع الاخبار العاجلة بنسبة 53.2%، يليها البحث الآلي بدقة وتزويد الصحفيين بالمعلومات بنسبة 50%، يليه الترجمة الآلية بنسبة 45.2%.

13.دراسة (كريم، 2021) بعنوان تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لفرص توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي دراسة ميدانية.

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف تقييم النخبة الاعلامية الفلسطينية لفرص توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، واعتمد الباحثين على منهج الدراسات المسحية ومنهج العلاقات المتبادلة، واستخدم الباحثين صحيفة الاستقصاء والمقابلة المعمقة كأداتين للدراسة، وطبقت على عينة عمدية متاحة قوامها 103 مفردة من النخبة الإعلامية الفلسطينية، ووظفت الدراسة نظريتي انتشار

المبتكرات، والقائم بالاتصال. وكان من اهم النتائج التي توصل اليها الباحث أن نسبة (50.5%) من النخبة الإعلامية الفلسطينية تعتقد أن درجة تأثير استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي كبيرة، تلاها بدرجة كبيرة جدا بنسبة (25.2%) تلاها متوسطة بنسبة (13.6%).

14.دراسة (العاصي، 2021)، بعنوان تقييم خبراء الإعلام للأبعاد الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي

في الإعلام الرقمي.

وهدفت إلى تعرف تقييم خبراء الإعلام للأبعاد الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي من خلال رصد أبرز التحولات والتغيرات التي تفرضها تكنولوجيا المعلومات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الإعلامي، ولما لها دور بالتأثير على طبيعة المسؤوليات المتعلقة بالقائم بالاتصال ودوره في العملية الاتصالية. وتنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية واستخدمت منهج الدراسات المسحية، واعتمدت الدراسة على الاستبانة والمقابلة المعمقة كأداتين لجمع المعلومات. واعتمد الباحثان على عينة عمدية قوامها 60 مفردة، كما وارتكزت هذه الدراسة على نظرية البيئة الإعلامية ونظرية المسؤولية الاجتماعية كمدخل نظري لهذه الدراسة، وكان من أبرز النتائج التي توصل اليها الباحثان، أن ابرز التحولات التي تفرضها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في بيئة الاعلام الرقمي (تغيير من مهام ومسؤوليات الصحفيين) بنسبة بلغت 78.3%، يليها (دمج خبراء البرمجة داخل غرف الاخبار) بنسبة بلغت 76.7%، ويليهما (استبدال بعض الوظائف بتقنيات الذكاء الاصطناعي) بنسبة بلغت 73.3%. كما بينت أن مستوى تقييم الأبعاد الأخلاقية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي جاء بوزن نسبي (68.02) وبدرجة موافقة كبيرة.

15. دراسة (الشمري، 2021) بعنوان الاعلام المرئي في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة استطلاعية.

تهدف الدراسة إلى تعرف مفهوم الذكاء آلاء الاصطناعي والمفاهيم المرتبطة به، بالإضافة الى الكشف عن مستقبل وسائل الإعلام وأهم التأثيرات الايجابية والسلبية التي سوف تطرأ عليه بعد استعمالات وتفاعلات عناصر الذكاء الاصطناعي. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوبه الكمي والكيفي، للحصول على الوصف الدقيق لموضوع الدراسة، والمنهج التحليلي من أجل تعرف الأساليب التي تبين مظاهر عناصر الذكاء الاصطناعي في شكل الرسالة الإعلامية ومحتواها، وكانت أداة الملاحظة، وأداة المقابلة، يمثلن أدوات الدراسة التي اعتمد عليهن الباحث في دراسته، إذ قام الباحث بمقابلة (20) من بين العاملين في أقسام الإبداع والابتكار وغرف الأخبار في قنوات، العربية، الشارقة، دبي، سكاى نيوز عربية، البيان، الإمارات اليوم، وسي ان بي سي. وكان من أبرز النتائج التي توصلت اليها الدراسة، أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل انتهاكا لخصوصية الأفراد، وقد يؤثر في مستوى التواصل والتفاعل الإنساني.

16. دراسة (Brantner & Sauwein, 2021) والتي كانت بعنوان "تغطية مخاطر التكنولوجيا ومسؤولياتها:

الامتة الاصطناعية، الذكاء والروبوتات والخوارزميات في وسائل الإعلام"

تبحث هذه الدراسة حول الأتمتة من خلال إجراء تحليل تجريبي لتغطية المخاطر والمسؤولية في وسائل الإعلام النمساوية، وما هي مجالات الأتمتة التي تركز عليها وسائل الإعلام، وهل تغيرت أنماط التغطية الإعلامية مع مرور الوقت، واستخدم الباحث في هذه الدراسة مجموعة وسائل إعلام نمساوية (AMC) التي تحتوي على مقالات مستمدة من وسائل الإعلام الإخبارية النمساوية الرئيسية، إذ جرى اختيار عينة عشوائية تمثيلية مكونة من 1500 مقالة، من خلال هذه الدراسة عمل الباحث على إجراء تحليل كمي للمحتوى للتغطية

الإعلامية النمساوية بين عامي 1991 و2018، وأظهرت النتائج حجم التقارير الإعلامية حول الأتمتة والروبوتات والذكاء الاصطناعي والخوارزميات لمدى اسناد المسؤولية في مناقشة المخاطر والمسؤولية في وسائل الإعلام النمساوية.

17. دراسة (Sadiku et al., 2021) التي كانت بعنوان الذكاء الاصطناعي في وسائل التواصل الاجتماعي هدفت هذه الدراسة إلى البحث في المجالات التي من الممكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في وسائل التواصل الاجتماعي. وخلصت هذه الدراسة إلى أن هناك عملية استمرار دائم لتأثير الذكاء الاصطناعي في شبكات التواصل الاجتماعي مع تطور التكنولوجيا وتطورها واستنتجت الدراسة أيضاً أن الذكاء الاصطناعي أصبح مصطلحاً مألوفاً يستخدم في الثقافة الشعبية والعلوم والتكنولوجيا وله الأثر الكبير في التغيير.

18. دراسة (خطاب، 2020) بعنوان "تأثير توظيف التقنيات التكنولوجية في التواصل الداخلي بالمؤسسات الصحفية على فاعلية الأداء التنظيمي للموارد البشرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال" هدفت هذه الدراسة إلى رصد تأثير توظيف التقنيات التكنولوجية في التواصل الداخلي بالمؤسسات الصحفية في مصر على فاعلية الأداء التنظيمي للموارد البشرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال، واستخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي والأسلوب المقارن باستعمال أداة الاستبانة في جمع البيانات وزعت عينة عشوائية من القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية من المحررين والمصورين والمبرمجين والمراجعين وغيرهم في الحقل المهني الصحفي، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن توظيف التقنيات التكنولوجية ما يزال قاصراً في المؤسسات الصحفية المصرية، ويجري على نطاق محدود، كما بينت الدراسة عدم اهتمام المؤسسات الصحفية بتعرف احتياجات القائمين بالاتصال التدريبية، بالإضافة إلى عدم

تبنى تلك المؤسسات لاستراتيجية تدريبية متكاملة للتعامل مع تقنيات التكنولوجيا الحديثة، وأوصت الباحثة بتحديث البنية الإدارية (إصلاح إداري) الذي يخول الشخصية القابضة للسلطة العليا للمؤسسة التأكيد على ضرورة تحقيق انسيابية الاتصال واستمرارية التواصل الداخلي بين العاملين والقائمين على الإدارة باستخدام امكانيات التقنيات التكنولوجية بشكل أكثر.

19. دراسة (المكاوي وعبد الحميد، 2020) والتي جاءت بعنوان تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تطوير العمل بالمؤسسات الاعلامية الإماراتية دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بالمؤسسات الإعلامية الاماراتية والدور الذي تقوم به هذه التطبيقات في تطوير العمل الإعلامي، واستخدم الباحث أداة الاستبانة من خلال استبانة إلكترونية ووزعت على عينة عمدية متاحة قوامها 100 مبحوث من الإعلاميين العاملين في عدد من المؤسسات الإعلامية الإماراتية، وتوصل الباحث إلى أن هناك قناعة لدى الإعلاميين بعدم تقبل فكرة أن يكون هناك روبوت زميلاً لهم في العمل. ووافقت نسبة قليلة بأن يكون الروبوت مساعداً لهم وليس رئيساً في العمل.

20. دراسة (بريك، 2020) بعنوان اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف آراء القائمين على الاتصال بشأن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية بكل من مصر والمملكة العربية السعودية. ويجري ذلك من خلال تحليل العوامل التي تؤثر في تقبلهم واستخدامهم لهذه التقنيات، فضلاً عن قياس معدلات استخدامها. كما تهدف الدراسة إلى التوصل إلى اتجاهات القائمين على الاتصال حول مستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة

الصحافة والتحديات التي قد تواجهها هذه الصناعة في ظل تطبيق هذه التقنيات، تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وقد اتبعت منهج المسح باستخدام استبانة تم تطبيقها على عينة عمدية مكونة من 143 فرداً من العاملين في مجال الاتصال في 17 مؤسسة صحفية بمصر والسعودية. اعتمدت الدراسة على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي كان منخفضاً بنسبة 34.2%، تليه نسبة 33.6% من العينة التي لا تستخدم هذه التقنيات، ثم نسبة 26.6% من الأفراد الذين يستخدمونها بشكل متوسط، وأخيراً 5.6% فقط من الأفراد الذين يستخدمونها بشكل مرتفع. كما تبين من الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بين القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية حسب الدولة التي تنتمي إليها المؤسسة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية التي يعملون بها تبعاً للنوع الاجتماعي للقائمين بالاتصال.

21. دراسة (موسى وعبد الفتاح، 2020) بعنوان اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي داخل غرف الاخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية

هدفت هذه الدراسة إلى رصد كمي وتفسير كفي لتصورات ومواقف الصحفيين العاملين في غرف الأخبار والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف أخبارها وتحديد درجة جاهزيتها لتبني تلك التقنيات، واستندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على نظرية نشر الأفكار المستحدثة ونموذج قبول التكنولوجيا، كما جرى توظيف منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي وأسلوب المقارنة المنهجية وأداتي الاستبانة والمقابلة المعمقة على عينة قوامها 150 مفردة من الصحفيين المصريين العاملين في غرف الأخبار والقيادات الصحفية بالمؤسسات القومية والخاصة، وتوصلت الدراسة

أن نسبة 88% من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات أشاروا الى عدم جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الأدوات نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها، وعدم تبني أنظمة الجودة بجانب عدم توفر خوارزميات لتحرير النصوص بالنسخة العربية. واطهرت أيضا أن من أهم التأثيرات الإيجابية لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في غرف الأخبار أنها توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين وتعمل على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، وأن أهم التحديات التي تقف أمام توظيف تلك التقنيات تتمثل في التحديات التقنية والتكنولوجية، ثم التحديات التنظيمية والمؤسسية ثم التحديات الاقتصادية والمهنية والأخلاقية.

22.دراسة (Karnouskos, 2020) بعنوان "الذكاء الاصطناعي في الوسائط الرقمية، عصر التزييف

العميق"

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في التزييف العميق من خلال وجهات النظر المتعددة ومن مختلف زوايا الإنتاج والتمثيل الإعلامي في الوسائل الإعلامية، وإلقاء الضوء حول قوانين استخدامها ودراسة آثارها في المنتج الإعلامي. وخلصت هذه الدراسة إلى أن فهم التقاطع بين الوسائط الرقمية والذكاء الاصطناعي في حالة التزييف العميق وتأثير ذلك في المجتمع الحديث أمر حتمي، وأن هناك خطرا حقيقيا يكمن في أن المجتمع لن يتمكن بعد الآن من تعرف بشكل موثوق وفي الوقت المناسب على الجوانب الحقيقية والجوانب المزيفة الأمر الذي قد يقلل الثقة في أصحاب المصلحة والعمليات والصحافة.

23. دراسة (Brennen et al., 2018) التي كانت بعنوان "تقاس تقوده الصناعة كيف تغطي وسائل الإعلام في المملكة المتحدة الذكاء الاصطناعي".

هدفت هذه الدراسة إلى فهم التغطية الإعلامية للذكاء الاصطناعي في المملكة المتحدة من خلال متابعة الانتاجات الإعلامية، وكيفية تأثير الذكاء الاصطناعي في طبيعة هذه الإنتاجات وأخلاقيات العمل الإعلامي. قام الباحث خلال هذه الدراسة في تحليل منهجي لمجموعة مكونة من 760 مقالة جرى إنتاجها في الأشهر الثمانية الأولى من عام 2018 من خلال 6 منافذ إخبارية رئيسية في المملكة المتحدة. ومن أهم نتائج هذه الدراسة، تسييس الذكاء الاصطناعي كقضية عامة من خلال الموضوعات التي تبرزها وسائل الإعلام: إذ تبرز وسائل الإعلام ذات التوجه اليميني القضايا الاقتصادية والجيوسياسية، بينما تركز وسائل الإعلام ذات التوجه اليساري على القضايا الأخلاقية مثل التمييز والتحيز الخوارزمي والخصوصية.

24. دراسة (Pashevich, 2018) بعنوان "أتمتة انتاج الاخبار في النرويج: تعزيز غرفة الاخبار بالذكاء الاصطناعي".

هدفت هذه الدراسة إلى الإجابة عن السؤالين الرئيسيين كيفية تنفيذ الأتمتة وتقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار، وما هي امكانياتها المستقبلية؟ واعتمدت الدراسة على بيانات تجريبية من 11 مقابلة معمقة مع صحفيين ومطوري أنظمة وعلماء يعملون في الصحافة الآلية في النرويج والسويد وألمانيا، كما أظهرت النتائج أن الأتمتة مناسبة فقط لأنواع معينة من المهام الصحفية، وهي مفيدة لأنواع محددة في غرف الأخبار،

25. دراسة (Newman, 2018) بعنوان "اتجاهات وتوقعات الصحافة والإعلام والتكنولوجيا لعام 2018"

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الاتجاهات والتحديات التي تواجه صناعة الإعلام في العصر

الرقمي، مع التركيز على تأثير المنصات الرقمية والأخبار الزائفة في استراتيجيات النشر. استخدمت الدراسة أداة الاستبانة المغلق، إذ شمل 194 مشاركاً من ذوي المناصب العليا في شركات النشر، إذ جرى جمع البيانات من 29 دولة. من أهم النتائج الاعتماد على المنصات الرقمية، وأهمية تعزيز محو الأمية الإعلامية لمواجهة الأخبار الزائفة، بالإضافة إلى الحاجة إلى تحسين استخدام البيانات والتخصيص في المحتوى. كما جرى التأكيد على ضرورة تبني تقنيات جديدة مثل الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة المستخدم وزيادة التفاعل مع المحتوى.

التعقيب على الدراسات السابقة:

استهدف الباحث من مراجعة الدراسات السابقة رصد الجوانب التي يرى أنها في حاجة إلى استكمال، وانطلاقاً من أن البحث العلمي عملية تراكمية متتابعة، أفاد الباحث من مراجعة الدراسات السابقة فيما يأتي:

1- أظهرت الدراسات السابقة ثراءً وتنوعاً في إطارها المعرفي والمنهجي ومجتمعات تطبيقها، وأبرزت توجهات الخبراء والممارسين نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، كما ورد في دراسة (محمد، 2023) التي ركزت على اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو الذكاء الاصطناعي، ودراسة (Newman, 2018) التي ناقشت التوجهات الرقمية في الإعلام العالمي.

2- اعتمدت معظم الدراسات السابقة على منهجي المسح الإعلامي والمنهج المقارن، مثل دراسة (محمد، 2023) التي استخدمت المنهج المسحي بشقيه الكمي والكيفي، ودراسة (كريم، 2021) التي اعتمدت على المسح الإعلامي ومنهج العلاقات المتبادلة.

3- تباينت الدراسات التي اختبرت تأثيرات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي باستخدام المناهج شبه التجريبية والبحوث الوصفية، مثل دراسة (العاصي، 2021) التي استخدمت المنهج الوصفي لدراسة الأبعاد

الأخلاقية والمهنية، ودراسة (Pashevich, 2018) التي حللت أتمتة الأخبار باستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار النزويجية.، وفي المقابل لم تتعرض هذه الدراسات إلى اتجاهات المبحوثين نحو التباين في المضامين المنتجة بالاعتماد على تلك التقنيات من جهة وتلك المعتمدة على العنصر البشري من جهة أخرى.

4.4.2 حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- 1- تعرف الإطار النظري للدراسة.
- 2- تحديد مشكلة الدراسة تحديدا دقيقا وصياغتها بشكل واضح ما ساعد على استخراج أهداف هذه الدراسة وأهميتها.
- 3- تحديد منهجية علمية سليمة تتناسب وموضوع الدراسة الحالية.
- 4- الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة في صياغة المشكلة، وتحديد الأهداف والتساؤلات.
- 5- ساعدت الدراسات على تكوين صورة واضحة حول كيفية استخدام المؤسسات الإعلامية للتقنيات الذكية في معظم المجالات.
- 6- كشفت الدراسات السابقة عن مجموعة من التحديات المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، مثل فقدان الوظائف، ضعف المهارات التقنية، ومشكلات الأخلاقيات والخصوصية.
- 7- أظهرت الدراسات محدودية الأبحاث التي تتناول الجانب العملي لتبني الذكاء الاصطناعي في مؤسسات إعلامية عربية، وهو ما يبرز الحاجة إلى دراسات تركز على السياق المحلي.

8- أسهمت نتائج وتوصيات الدراسات في تشكيل فرضيات الدراسة الحالية وتوجيه أهدافها، خاصة فيما يتعلق بمدى تقبل العاملين في المؤسسات الإعلامية للذكاء الاصطناعي.

ما يميز دراستي عن الدراسات السابقة:

1. التركيز على السياق الفلسطيني: إذ تناولت دراستي توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات

الإعلامية الفلسطينية، وهي بيئة قلماً تناولتها الدراسات السابقة، التي كانت تركز غالباً على السياقات العربية العامة أو المؤسسات العالمية.

2. الاعتماد على تلفزيون فلسطين كنموذج تطبيقي: بخلاف الدراسات السابقة التي اعتمدت أساليب

عامة أو متعددة القنوات، ركزت هذه الدراسة على مؤسسة إعلامية رسمية محددة، وهي تلفزيون فلسطين، ما أتاح تعمقاً أكبر في تحليل الممارسات الواقعية

3. استهداف القائمين بالاتصال أنفسهم: إذ ركزت الدراسة على اتجاهات وآراء القائمين بالاتصال

(الصحفيين، المنتجين، المحررين، التقنيين...) داخل المؤسسة، في حين أن العديد من الدراسات السابقة تناولت الموضوع من منظور الجمهور أو الإدارات العليا فقط.

4. رؤية تحليلية مستقبلية: إلى جانب التوصيف والتحليل، قدمت الدراسة تصوراً مستقبلياً حول كيفية

تطوير استخدام الذكاء الاصطناعي بما يخدم الإعلام الفلسطيني، وهو جانب محدود في الدراسات السابقة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة وإجراءاتها

المقدمة

يتضمن هذا الفصل استعراضاً لمنهجية الدراسة والإجراءات المعتمدة لإكمال الجانب التطبيقي من البحث، كما ويُسلط الباحث الضوء على كيفية الحصول على البيانات الضرورية للدراسة، ويوضح الخطوات المتبعة لتحليل تلك البيانات بطرق إحصائية، بالإضافة إلى ذلك، يشرح الباحث كيفية التوصل إلى النتائج وتفسيرها، وكيف يمكن لهذه النتائج أن تسهم في تحقيق أهداف الدراسة المحددة التي يسعى إليها الباحث.

3.1. منهجية الدراسة

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يقوم على وصف المتغيرات المستقلة والتابعة كما هي في الواقع دون تدخل أو تحكم من قبل الباحث، بهدف تقديم صورة واضحة وشاملة عن الظاهرة المدروسة. كما يركز هذا المنهج على تحليل البيانات لفهم طبيعة العلاقات بين المتغيرات وتفسيرها وفق أسس علمية. وقد جرى جمع البيانات باستخدام أدوات كمية مثل الاستبانة، التي تُمكن من قياس اتجاهات وآراء أفراد العينة وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، بهدف التوصل إلى نتائج دقيقة تسهم في فهم أعمق للمشكلة موضوع الدراسة وتقديم تفسيرات موضوعية مبنية على البيانات الواقعية.

3.2. أداة الدراسة

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على الاستبانة، التي جرى اشتقاق مُتغيراتها من الأدبيات ذات العلاقة، ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد اتجاهات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بمجالاته الثمانية، لجمع البيانات، وكان ذلك على النحو الآتي:

مقياس توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

لتحقيق الغاية المرجوة من الدراسة الحالية، وبعد الاطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة، وعدد من المقاييس ذات العلاقة "بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي"، اعتمد الباحث على المقياس المُستخدم في كل من دراسات (المكاوي وعبد الحميد، 2021)، (الزعنون، 2021)، (العاصي، 2021)، وذلك لملائمتها لأهداف الدراسة وقامت الباحثة بتطوير المقياس بما يتلاءم مع البيئة الفلسطينية، وقد تضمن (8) مجالات، وتكوّن المقياس في صورته الأولية من (69) فقرة، تقيس مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية تلفزيون فلسطين أنموذجاً، علماً أن اختيار تلفزيون فلسطين أنموذجاً الى كونه من أهم وأكبر المؤسسات الإعلامية الفلسطينية الموجود على الساحة الفلسطينية، ووجود وتنوع الأقسام والانتاجات الاعلامية فيه من تحرير وإخراج وأفلام وأخبار وموقع الكتروني كل ذلك يجعل منه مجتمع دراسي خصب لتنفيذ هذه الدراسة، كما هو موضح في الملحق (أ).

3.3. مجتمع وعينة الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من الفنيين القائمين بالاتصال من مخرجين ومصممين ومصورين ومنتجين ومعدّين في تلفزيون فلسطين والبالغ عددهم (300) موظفاً، وفق سجلات الإدارة العامة للشؤون الإدارية في الهيئة للعام (2024-2025)، بلغ حجم عينة الدراسة باستخدام معادلة روبرت ماسون (169) موظفاً، قام الباحث بتوزيع الاستبانات على الموظفين بشكل العينة الميسرة، واسترد (101) استبانة صالحة للتحليل، أي ما نسبته (34%) من حجم مجتمع الدراسة، وهي نسبة مناسبة لأغراض البحث العلمي، وقد روعي في اختيار حجم العينة ما ورد في ملحم (2012)، أنّ لا تقل نسبة العينة لمجتمع صغير بضع مئات عن (20%) من حجم المجتمع.

وفيما يأتي وصف لعينة الدراسة حسب مُتغيرات البيانات "الديمغرافية" للفنيين القائمين بالاتصال من مخرجين ومصممين ومصورين ومنتجين ومعدّين في تلفزيون فلسطين، من حيث: "النوع الاجتماعي، والدرجة الوظيفية، والمؤهل العلمي، والتخصص، وسنوات الخبرة، والوحدة الإدارية"؛ وذلك كما هو مُوضح بالجدول رقم (1.3).

جدول (1.3): توزيع عينة الدراسة حسب مُتغيرات البيانات "الديمغرافية" للفنيين القائمين بالاتصال من مخرجين

ومصممين ومصورين ومنتجين ومعدّين في تلفزيون فلسطين (ن=101)

المتغير	المستوى	العدد	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	63	62%
	أنثى	38	38%
	المجموع	101	100%
الدرجة الوظيفية	رئيس قسم فأقل	73	72%
	مدير	23	23%
	مدير عام فأعلى	5	5%
	المجموع	101	100%
المؤهل العلمي	دبلوم فأقل	18	18%
	بكالوريوس	62	61%
	دراسات عليا	21	21%
	المجموع	101	100%
التخصص	هندسة	17	17%
	تحرير	11	11%
	إدارة	13	13%
	إنتاج	12	12%
	مونتاغ وجرافيك	16	16%
	تصوير وإخراج	11	11%
	مراسل	15	15%
	تقديم	6	6%
	المجموع	101	100%

9%	9	أقل من 5 سنوات	سنوات العمل
39%	39	من 5-10 سنوات	
52%	53	أكثر من 10 سنوات	
100%	101	المجموع	

يتبين من خلال الجدول (1.3) أن نسبة (62%) من أفراد عينة الدراسة من مُختلف المُسميات الوظيفية ابتداءً من وظيفة رئيس قسم فأقل من الموظفين الذكور، وبلغت نسبة رئيس قسم فأقل من عينة الدراسة (72%) وهي الفئة الأعلى، وحصل مدير عام فأعلى على أقل النسب وبلغت (5%)، وتبين أن ما نسبته (61%) من عينة الدراسة من الموظفين الذين يحملون مؤهلاً علمياً؛ بكالوريوس وهي الأعلى، وأن (18%) منهم يحملون مؤهلاً علمياً؛ دبلوم فأقل وهي الأقل، وتبين أن نسبة من يعملون في المونتاج والجرافيك من عينة الدراسة بلغت (16%)، تلتها المراسلين وبنسبة (15%)، أما أقلها نسبة فقد بلغت للمقدمين وبلغت (6%)، وشكلت نسبة الموظفين الذين لديهم سنوات الخبرة (أكثر من 10 سنوات) (52%) وهي الأعلى، وأن نسبة من لديهم سنوات الخبرة (أقل من 5 سنوات) بلغت (9%) وهي الأقل.

3.4.1. الصدق الظاهري (Face validity) لأداة الدراسة:

للتحقق من الصدق الظاهري أو ما يُعرف بصدق المُحكّمين لأداة الدراسة؛ عُرِضت في صورتها الأولية على (5) محكمين، واعتمدَ معيار الاتفاق (80%) كحد أدنى لقبول الفقرة، وأُجريت التعديلات المُقترحة بناءً على ملاحظات وآراء المُحكّمين؛ فُعِدلت صياغة بعض الفقرات، وأُضيفت فقرات أخرى، وحُذفت بعض الفقرات بحيث أصبح عدد فقرات مقياس توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي (62) فقرة.

3.4.2. الخصائص السيكومترية لمقاييس الدراسة

من أجل فحص الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة، طُبقت على عينة استطلاعية مكونة من (30) من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية تلفزيون فلسطين أنموذجاً في المحافظات

الشمالية، ووُزعت على المشتركين من مُجتمع الدراسة وخارج عينة الدراسة، وذلك بهدف تطوير الاستبانة، وتحقيقها قدرًا أكبر من الدقة، وتعرف مدى فهم المبحوثين لفقرات الاستبانة، والكشف عن أي مشاكل قد تظهر خلال إجراء الدراسة، وفحص إمكانية تطبيقها، والحصول على معلومات مُتعلقة بصدق الأداة وثباتها، ومن خلال العينة الاستطلاعية جرى احتساب مُعامل الارتباط، وقررن بالمعيار المُعتمد لقبول الفقرة حسب ما جاء في جارسيا (Garcia, 2011)، أما ما يخصّ ثبات الأداة لدى العينة الاستطلاعية فقد قورنت بمُعامل الثبات (0.70) التي تُعد مقبولة كما جاء في فرانكل ووالن (Fraenkel & Wallen, 2003) والذي حدد معامل الثبات ب (0.70).

وكانت نتائج العينة الاستطلاعية كالآتي:

1. صدق البناء لمقاييس الدراسة (Construct Validity):

استُخدم صدق البناء؛ إذ حُسب مُعامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لاستخراج قيم مُعاملات

ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه، كما هو مُبين في كل من الجداول:(2.3)

جدول (2.3): يوضح قيم معاملات ارتباط فقرات "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي

إليه وكذلك معامل ارتباط المجال مع الدرجة الكلية للأداة (ن=30)

الارتباط مع المجال	الارتباط مع المجال	الارتباط مع المجال	الارتباط مع المجال	الارتباط مع المجال	الارتباط مع المجال	الارتباط مع المجال	الارتباط مع المجال
المجال	الفرقة	أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات	الفرقة	الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي	الفرقة	جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	الفرقة
0.80**	29	0.50**	20	0.61**	7	0.59**	1
0.85**	30	0.58**	21	0.72**	8	0.68**	2
0.76**	31	0.58**	22	0.74**	9	0.71**	3
0.87**	32	0.76**	23	0.87**	10	0.84**	4
0.79**	33	0.72**	24	0.83**	11	0.78**	5
0.79**	34	0.75**	25	0.82**	12	0.74**	6
0.90**	35	0.76**	26	0.75**	13		

0.84**	36	0.70**	27	0.69**	14		
		0.70**	28	0.76**	15		
				0.65**	16		
				0.77**	17		
				0.77**	18		
				0.70**	19		
الدرجة الكلية للمجال = 0.90**		الدرجة الكلية للمجال = 0.80**		الدرجة الكلية للمجال = 0.88**		الدرجة الكلية للمجال = 0.81**	
الارتباط مع المجال	الفقرة	الارتباط مع المجال	الفقرة	الارتباط مع المجال	الفقرة	الارتباط مع المجال	الفقرة
تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل		الأثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي		المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي		معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	
0.76**	57	0.60**	49	0.81**	43	0.87**	37
0.85**	58	0.69**	50	0.85**	44	0.82**	38
0.81**	59	0.67**	51	0.73**	45	0.78**	39
0.75**	60	0.74**	52	0.86**	46	0.82**	40
0.77**	61	0.64**	53	0.82**	47	0.82**	41
0.53**	62	0.76**	54	0.66**	48	0.54**	42
		0.73**	55				
		0.59**	56				
الدرجة الكلية للمجال = 0.88**		الدرجة الكلية للمجال = 0.81**		الدرجة الكلية للمجال = 0.85**		الدرجة الكلية للمجال = 0.91**	

* القيمة الجدولية لمعامل الارتباط (r) عند درجات الحرية (ن=28) ومستوى الدلالة 0.05 = 0.3601.

** القيمة الجدولية لمعامل الارتباط (r) عند درجات الحرية (ن=28) ومستوى الدلالة 0.01 = 0.4226.

يلاحظ من البيانات الواردة في الجدول (3.2) أن معامل ارتباط الفقرات تراوح ما بين (0.53-0.90)، وجاءت قيم معاملات الارتباط المحسوبة أكبر من قيمة معامل الارتباط الجدولية عند درجة الحرية (28) ومستوى الدلالة (0.01)، وجاءت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائية؛ كما ذكر جارسيا ((Garcia, 2011) أن قيمة معامل الارتباط التي تقل عن (30.0) تعتبر ضعيفة، والقيم التي تقع ضمن المدى (30.0- أقل أو يساوي 70.0) تعتبر متوسطة، والقيمة التي تزيد عن (70.0) تعتبر قوية، وهذا ما يؤكد أن فقرات كل مجال

من مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تنتمي إلى المجال الذي وضعت من أجل قياسه، لذلك لم تحذف أي فقرة من فقرات الأداة.

ب- ثبات مقاييس الدراسة:

للتأكد من ثبات مقاييس الدراسة، فقد جرى التحقق من ثبات الاتساق الداخلي لكل مقياس وعلى الدرجة الكلية للأداة، باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) على بيانات العينة الاستطلاعية، بعد استخراج الصدق، والجدول (3.3) يوضح ذلك:

جدول (3.3): معاملات الثبات لمقاييس الدراسة بطريقة كرونباخ ألفا

المجال	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	6	** .81
الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي	13	** .93
أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات	9	** .84
المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	8	** .92
معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	6	** .87
المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	6	** .88
الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	8	** .83
تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل	6	** .84
الدرجة الكلية	62	** .93

** دال إحصائياً عند مستوى ($p < 0.01$) **

يتضح من الجدول (3.3) أن قيم معامل ثبات كرونباخ ألفا لمجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تراوحت ما بين (93-.81)، وللدرجة الكلية بلغت (93)، وتُعتبر هذه القيم مناسبة وتجعل من الأداة قابلة للاعتماد والتطبيق على العينة الأصلية، كما حدد معامل الثبات فرانكل ووالن (Fraenkel & Wallen, 2003) بقيمة (0.70) كحد أدنى لتطبيق الأداة على العينة الأصلية.

3. 4. 3. تصحيح أداة الدراسة

تكوّنت أداة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صورتها النهائية من (62) فقرة، مُوزعة على ثمانية مجالات، وقد مثلت جميع الفقرات الاتجاه الإيجابي للأداة. وقد طُلب من المبحوثين تقدير إجاباتهم عن طريق تدرج ليكرت (Likert) الخماسي والثلاثي، وأعطيت الأوزان للفقرات التي تمثل المقياس الخماسي كما يلي: موافق بشدة (5) درجات، موافق (4) درجات، محايد (3) درجات، غير موافق (2) درجتان، غير موافق بشدة (1) درجة واحدة. وأعطيت الأوزان للفقرات التي تمثل المقياس الثلاثي: إلى حد كبير (3) درجات، إلى حد متوسط (2) درجات، إلى حد ضعيف (1) درجة واحدة. بعد أن جرى استثناء لا يوجد من المقياس؛ لأن المستجيب يستطيع أن يجيب الفقرة ولو بمستوى ضعيف. ولغايات تفسير المتوسطات الحسابية، ولتحديد مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، لدى عينة الدراسة، حوّلت العلامة وفق المستوى الذي يتراوح من (1-5) درجات وصنف المستوى إلى خمسة مستويات: مرتفع جداً، مرتفع، ومتوسط، ومنخفض، ومنخفض جداً وذلك وفقاً للمعادلة الآتية:

الحد الاعلى _ الحد الادنى

$$5-1/5=0.80$$

(لتدرج)

طول الفئة =

عدد المستويات المقترضة

وبناءً على ذلك، فإنّ مستويات الإجابة على المقياس والوزن النسبي المقابل لكل فترة يوضحه الجدول (4.3) تكون على النحو الآتي:

جدول (4.3): درجات احتساب مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالاته، والوزن النسبي المقابل لكل فئة

المستوى	الوزن النسبي	طول الفترة
منخفض جداً	من -20% أقل من 36%	من 1- أقل من 1.80
منخفض	من -36% أقل من 52%	من 1.80- أقل من 2.60
متوسط	من -52% إلى أقل من 68%	من 2.60- أقل من 3.40

مرتفع	من -68% إلى 84%	من 3.40-أقل من 4.20
مرتفع جداً	من 84% - 100%	من 4.20- 5.0

ولغايات تفسير المتوسطات الحسابية، ولتحديد مدى جاهزية تلفزيون فلسطين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى عينة الدراسة، حوّلت العلامة وفق المستوى الذي يتراوح من (1-3) درجات وصنف المستوى إلى ثلاث مستويات: مرتفع، ومتوسط، ومنخفض، وذلك وفقاً للمعادلة الآتية:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الاعلى} - \text{الحد الادنى (لتدرج)}}{\text{عدد المستويات المقترضة}}$$

$$3 - 1/3 = 0.67$$

وبناءً على ذلك، فإنّ مستويات الإجابة على المقياس والوزن النسبي المقابل لكل فترة يوضحه الجدول (5.3) تكون على النحو الآتي:

جدول (5.3): درجات احتساب جاهزية تلفزيون فلسطين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والوزن النسبي المقابل لكل فئة

المستوى	الوزن النسبي	طول الفترة
منخفض	من -33.3% أقل من 55.61%	من 1-أقل من 1.67
متوسط	من -55.61% أقل من 77.92%	من 1.67-أقل من 2.34
مرتفع	من -77.92% إلى 100%	من 2.34- 3

5.3 إجراءات تنفيذ الدراسة

نُفذت الدراسة وفق الخطوات الآتية:

1. جُمعت البيانات الثانوية من خلال مُراجعة الأدبيات والدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع الدراسة.
2. عُرضت أداة الدراسة على (5) مُحكمين مُتخصصين؛ لمراجعتها والتأكد من صدقها، إذ أضافوا وعدلوا وحذفوا فقرات أداة الدراسة.
3. أُعدت أداة الدراسة بالصورة النهائية بعد تعديلها بناءً على ملاحظات المُحكمين.

4. وُزعت الاستبانة على عينة الدراسة من الفنيين القائمين بالاتصال من مخرجين ومصممين ومصورين ومنتجين ومعدّين في تلفزيون فلسطين إذ بلغ حجم العينة (169) موظفاً، قام الباحث بتوزيع الاستبانات على الموظفين بشكل عشوائي، واسترد (101) استبانة صالحة للتحليل، أي ما نسبته (34%) من حجم مجتمع الدراسة، واعتمد بعد تدقيقها وتبيان قابليتها جميعها للتحليل الإحصائي.

5. عولج الملف بحيث حُوّل من (Excel sheet) إلى ملف (SPSS, 28)، ليكون جاهزاً للتحليل والإجابة عن أسئلة الدراسة وفحص فرضياتها.

6. بالاعتماد على البيانات التي جُمعت وباستخدام برنامج (SPSS, 28) حُللت البيانات للإجابة عن أسئلة الدراسة وفرضياتها.

7. نُوقشت النتائج وُفسرت وصولاً إلى التوصيات.

3. 6. متغيرات الدراسة

أنواع المتغيرات التي جرى استخدامها في الدراسة:

1. المتغيرات المستقلة (البيانات الديموغرافية):

- النوع الاجتماعي: وله مستويان: (ذكر، أنثى).
- الدرجة الوظيفية: وله ثلاث مستويات: (رئيس قسم فأقل، مدير، مدير عام فأعلى).
- المؤهل العلمي: وله ثلاث مستويات: (دبلوم فأقل، بكالوريوس، دراسات عليا).
- التخصص: وله ثمانية مستويات: (هندسة، تحرير، إدارة، إنتاج، مونتاج وجرافيك، تصوير وإخراج، مراسل، تقديم).
- سنوات الخبرة: وله ثلاث مستويات (أقل من 5 سنوات، من 5- أقل من 10 سنوات، 10 سنوات فأكثر).

المتغيرات التابعة: **(Dependent Variable)** هو المتغير الذي ينتج عن تأثير المتغير المستقل، ويتمثل المتغير التابع في هذه الدراسة بمجالات "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي".

3.7. المعالجة الإحصائية

استخدم البرنامج الإحصائي (SPSS, 28) الذي من خلاله استخدم مجموعة من التحليلات الإحصائية الآتية:

1. التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديمغرافية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الأداة.

2. استخدم اختبار ت لعينتين مستقلتين (Independent t-test) لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات الحسابية حسب المتغير المستقل ذي مستويين، مثل: "النوع الاجتماعي".

3. استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات الحسابية حسب المتغير المستقل ذي الثلاث مستويات فأكثر، مثل: "سنوات الخبرة".

4. استخدم اختبار أقل فرق دال إحصائي اختبار (شيفيه) للمقارنات البعدية لمعرفة دلالة الفروق للمتغيرات المستقلة التي تزيد مستويات متغيراتها عن متغيرين.

5. استخدم معامل ارتباط بيرسون ((Person Correlation) لاختبار صدق البناء لأداة الدراسة.

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة

4.1. مقدمة

يتناول هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، وقد نُظمت وفقاً لمنهجية مُحددة في العرض، حيث عُرضت في ضوء أسئلتها وفرضياتها، ويتمثل ذلك في عرض نص السؤال أو الفرضية، يلي ذلك مباشرة الإشارة إلى نوع المُعالجات الإحصائية المُستخدمة، ثم جدول البيانات، ووضعها تحت عناوين مُناسبة، يعقبها تعليقات على أبرز النتائج المُستخلصة، وعُرضت النتائج المُرتبطة بكل سؤال أو فرضية على حدة، وصولاً إلى التوصيات التي يُمكن تقديمها في ضوء هذه النتائج.

4.2. النتائج المُتعلقة بأسئلة الدراسة

4.2.1. النتائج المُتعلقة بالسؤال الأول: ما اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية

الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

للإجابة عن السؤال الأول؛ حُسبت المُتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والوزن النسبي لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ويوضح الجدول (1.4) ذلك على النحو الآتي:

جدول (1.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات اتجاهات القائمين بالاتصال في تلفزيون

فلسطين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وعلى الدرجة الكلية

المجال	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	المستوى
1	جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	1.95	0.44	64.8	متوسط
2	الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي	3.31	0.76	66.2	متوسط
3	أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات	4.02	0.52	80.4	مرتفع
4	المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	4.51	0.50	90.2	مرتفع جداً
5	معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	3.31	0.83	66.3	متوسط
6	المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	3.50	0.76	70.0	مرتفع
7	الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	3.75	0.53	75.0	مرتفع
8	تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل	3.53	0.67	70.7	مرتفع
	الدرجة الكلية	3.70	0.34	74.1	مرتفع

يتضح من الجدول (1.4) أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة لاتجاهات القائمين بالاتصال

في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ككل بلغ (3.70) وبوزن نسبي

(74.1%)، ومستوى مرتفع، أما المتوسطات الحسابية لمجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات

الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فقد تراوحت ما بين (1.95-4.51)، وجاء مجال

"المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره

(4.51)، ووزن نسبي (90.2%)، ومستوى مُرتفع جداً، بينما جاء مجال "جاهزية توظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي" في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي قدره (1.95)، ووزن نسبي (64.8%)، ومستوى متوسط.

وينبثق من السؤال الرئيس عدة تساؤلات فرعية وهي كالاتي:

السؤال الأول: ما مدى جاهزية تلفزيون فلسطين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

وللإجابة عن السؤال الأول حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لتقديرات

أفراد عينة الدراسة لمعرفة مدى جاهزية تلفزيون فلسطين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي الجدول

(2.4) يمثل ذلك:

جدول (2.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات مجال مدى جاهزية تلفزيون فلسطين في

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	المستوى
1.	مدى توظيف تلفزيون فلسطين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة العملية	1.48	0.60	49.3	مُنخفض
2.	مدى استعدادك في تلفزيون فلسطين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي	1.85	0.64	61.6	متوسط
3.	مدى تسهيل مهامك في تلفزيون فلسطين من أجل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	1.86	0.61	61.9	متوسط
4.	مدى إدراكك للأثار السلبية والايجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	2.12	0.61	70.6	متوسط
5.	مدى معرفتك بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل	2.10	0.56	69.9	متوسط
6.	مدى معرفتك بالمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها داخل بيئة العمل	2.24	0.61	74.6	متوسط
	الدرجة الكلية	1.95	0.44	64.8	متوسط

يتضح من جدول (2.4) أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لمدى جاهزية تلفزيون فلسطين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" بلغ (1.95)، ووزن نسبي (64.8%)، وبمستوى متوسط، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مدى جاهزية تلفزيون فلسطين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ما بين (1.48-2.24)، وجاءت الفقرة رقم (6) "مدى معرفتك بالمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها داخل بيئة العمل" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (2.24) ووزن نسبي (74.6%)، وبمستوى متوسط، بينما حصلت الفقرة (2) "مدى توظيف تلفزيون فلسطين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة العملية" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (1.48) ووزن نسبي (49.3%)، وبمستوى منخفض

السؤال الثاني: ما درجة تطبيق الذكاء الاصطناعي في الدوائر والمجالات التي يرى القائم بالاتصال انها تقوم بتوظيف في تلفزيون فلسطين؟

وللإجابة عن السؤال الثاني حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لتقديرات أفراد عينة الدراسة لمعرفة درجة تطبيق الذكاء الاصطناعي في الدوائر والمجالات التي يرى القائم بالاتصال أنها تقوم بتوظيف في تلفزيون فلسطين الجدول (3.4) يمثل ذلك:

جدول (3.4): المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات درجة تطبيق الذكاء الاصطناعي في الدوائر

والمجالات التي يرى القائم بالاتصال انها تقوم بتوظيف في تلفزيون فلسطين

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	المستوى
1.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الهندسة	2.90	1.06	58	متوسط
2.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الاخراج	3.03	1.00	60.6	متوسط
3.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التصوير والمونتاج والجرافيك	3.68	1.02	73.6	مرتفع
4.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الاعداد	3.15	1.04	63	متوسط
5.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التحرير	3.13	1.00	62.6	متوسط
6.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التقديم	2.92	1.01	58.4	متوسط
7.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال المنصات الرقمية والتفاعل مع الجمهور	3.70	0.92	74	مرتفع
8.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التعليق الصوتي	3.66	0.95	73.2	مرتفع
9.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الاخبار	3.21	1.01	64.2	متوسط
10.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في توليد المحتوى الآلي	3.47	0.92	69.4	مرتفع
11.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الاعلانات والتسويق	3.44	1.06	68.8	مرتفع
12.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في برامج البرمجة وتحويل اللغات	3.72	0.93	74.4	مرتفع
13.	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال تحسين عمليات البث	2.97	0.92	59.4	متوسط
	الدرجة الكلية	3.31	0.76	66.2	متوسط

يتضح من جدول (3.4) أن المُتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لدرجة تطبيق الذكاء

الاصطناعي في الدوائر والمجالات التي يرى القائم بالاتصال انها تقوم بتوظيف في تلفزيون فلسطين بلغ

(3.31)، ووزن نسبي (66.2%)، ومستوى مُتوسط، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة

الدراسة على فقرات مجال "تطبيق الذكاء الاصطناعي في الدوائر والمجالات التي يرى القائم بالاتصال انها تقوم بتوظيف في تلفزيون فلسطين" ما بين (2.90-3.72)، وجاءت الفقرة رقم (12) "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في برامج البرمجة وتحويل اللغات" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.72) ووزن نسبي (74.4%)، وبمستوى مرتفع، ، بينما حصلت الفقرة (1) "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الهندسة" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (2.90) ووزن نسبي (58.0%)، وبمستوى متوسط.

السؤال الثالث: ما أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في تلفزيون فلسطين؟

وللإجابة عن السؤال الثالث حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لتقديرات أفراد عينة الدراسة لمعرفة أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في تلفزيون فلسطين الجدول (4.4) يمثل ذلك:

جدول (4.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات

التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في تلفزيون فلسطين

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	المستوى
1.	تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج الخوارزميات المتقدمة	3.56	0.88	71.2	مرتفع
2.	تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في الواقع المعزز	3.71	0.83	74.2	مرتفع
3.	تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في الروبوتات	3.52	0.92	70.4	مرتفع
4.	تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في منصات توليد النصوص تلقائياً	3.98	0.76	79.6	مرتفع

5.	تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج التعليق الصوتي	4.19	0.85	83.8	مرتفع
6.	تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج معالجة الصورة	4.31	0.70	86.2	مرتفع جداً
7.	تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج معالجة الصوت	4.29	0.74	85.8	مرتفع
8.	تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج إنتاج فيديو	4.34	0.68	86.8	مرتفع جداً
9.	تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج إعداد وتحرير النصوص ومعالجة اللغات	4.30	0.67	86	مرتفع جداً
	الدرجة الكلية	4.02	0.52	80.4	مرتفع

يتضح من جدول (4.4) : أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لأبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في تلفزيون فلسطين بلغ (4.02)، ووزن نسبي (80.4%)، ومستوى مرتفع، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال " أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في تلفزيون فلسطين" ما بين (3.52-4.34)، وجاءت الفقرة رقم (8) "تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج إنتاج فيديو" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (4.34) ووزن نسبي (86.8%)، وبمستوى مرتفع جداً، بينما حصلت الفقرة (3) "تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في الروبوتات" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (3.52) ووزن نسبي (70.4%)، وبمستوى مرتفع.

السؤال الرابع: ما مستوى المتطلبات التقنية والمهنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين؟

وللإجابة عن السؤال الرابع حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لتقديرات أفراد عينة الدراسة لتقدير مستوى المتطلبات التقنية والمهنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين، الجدول (5.4) يمثل ذلك:

جدول (5.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات مستوى المتطلبات التقنية والمهنية اللازمة

لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	المستوى
1.	بيئة اعلامية تقنية خصبة، ومواكبة للتطور وتكنولوجيا الإعلام والاتصال	4.56	0.52	91.2	مرتفع جداً
2.	تصور واضح للأثار الإيجابية والسلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل	4.60	0.59	92	مرتفع جداً
3.	فرص تدريب كافية للعاملين على تقنية الذكاء الاصطناعي	4.46	0.66	89.2	مرتفع جداً
4.	إمكانيات تقنية قادرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	4.61	0.55	92.2	مرتفع جداً
5.	ميزانية مالية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	4.42	0.68	88.4	مرتفع جداً
6.	إدارة متخصصة قادرة على توجيه العاملين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل	4.45	0.71	89	مرتفع جداً
7.	استعداد دائم في التطوير ودعم المبتكرات التقنية في بيئة العمل	4.43	0.62	88.6	مرتفع جداً
8.	رؤية فنية ومهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل	4.56	0.61	91.2	مرتفع جداً
	الدرجة الكلية	4.51	0.50	90.2	مرتفع جداً

يتضح من جدول (5.4) : أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لمستوى المتطلبات التقنية والمهنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين بلغ (4.51)، ووزن نسبي (90.2%)، ومستوى مُرتفع جداً، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال "المتطلبات التقنية والمهنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين" ما بين (4.42-4.61)، وجاءت الفقرة رقم (4) "إمكانيات تقنية قادرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (4.61) ووزن نسبي (92.2%)، وبمستوى مرتفع جداً، كما حصلت الفقرة (5) "ميزانية مالية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (4.42) ووزن نسبي (88.4%)، وبمستوى مُرتفع جداً.

السؤال الخامس: ما مستوى المعوقات التي تمنع تلفزيون فلسطين من اعتماد وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

وللإجابة عن السؤال الخامس حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لتقديرات أفراد عينة الدراسة لمعرفة مستوى المعوقات التي تمنع تلفزيون فلسطين من اعتماد وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، الجدول (6.4) يمثل ذلك:

جدول (6.4): المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات مستوى المعوقات التي تمنع تلفزيون فلسطين

من اعتماد وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	المستوى
1.	غياب الخبرة الفنية اللازمة لمنع القائمين بالاتصال في تلفزيون فلسطين من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	3.33	0.81	66.6	متوسط
2.	نقص الكوادر المؤهلة في تلفزيون فلسطين يحد من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل	3.08	0.93	61.6	متوسط
3.	ارتفاع التكاليف المالية يحد من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين	3.38	1.06	67.6	متوسط
4.	لا توجد حاجة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين	3.03	0.88	60.6	متوسط
5.	لا توجد رغبة لدى إدارة التلفزيون للعمل وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	3.16	0.95	63.2	متوسط
6.	تقنيات الذكاء الاصطناعي تحتاج دائما إلى توفير ورش تدريب للفنيين والقائمين بالاتصال لمواكبة كل ما هو جديد	3.91	0.74	78.2	مرتفع
	الدرجة الكلية	3.31	0.83	66.3	متوسط

يتضح من جدول (6.4) : أن المُتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لمستوى المعوقات التي تمنع تلفزيون فلسطين من اعتماد وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بلغ (3.31)، ووزن نسبي (66.3%)، ومستوى متوسط، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال "المعوقات التي تمنع تلفزيون فلسطين من اعتماد وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" ما بين (3.03-3.91)، وجاءت الفقرة رقم (6) "تقنيات الذكاء الاصطناعي تحتاج دائما إلى توفير ورش تدريب للفنيين والقائمين بالاتصال لمواكبة كل ما هو جديد" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.91) ووزن نسبي (78.2%)، وبمستوى مرتفع، بينما حصلت الفقرة (4) "لا توجد حاجة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (3.03) ووزن نسبي (60.6%)، وبمستوى متوسط.

السؤال السادس: ما مستوى المخاوف، والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على الأعمال

الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال؟

وللإجابة عن السؤال السادس حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لتقديرات أفراد عينة الدراسة لمعرفة مستوى المخاوف، والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال، الجدول (7.4) يمثل ذلك:

جدول (7.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات مستوى المخاوف، والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	المستوى
1.	تؤدي تقنيات الذكاء الاصطناعي الى الاستغناء عن الكفاءات الإعلامية والصحفية في بيئة العمل الإعلامي	3.46	1.01	69.2	مرتفع
2.	تعمل على خفض جودة التقارير والمواد الاعلامية المتعمقة والتي تقدم شرحا وتفسيرا للأحداث	3.40	1.00	68	مرتفع
3.	تثير تحديات اخلاقية وقانونية حول حقوق النشر والمحتوى غير الدقيق	3.62	0.85	72.4	مرتفع
4.	تعمل على إنتاج محتوى يفتقر إلى القبول من قبل الجمهور	3.29	1.01	65.8	متوسط
5.	تعمل على إنتاج محتوى إعلامي يتسم بالجمود واهمال الجوانب الإنسانية	3.52	0.99	70.4	مرتفع
6.	تعمل على إخفاء الهوية الوطنية والروحية للمحتوى الإعلامي والتقارير الصحفية	3.72	0.90	74.4	مرتفع
	الدرجة الكلية	3.50	0.76	70.0	مرتفع

يتضح من جدول(7.4) : أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لمستوى المخاوف،

والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من

وجهة نظر القائمين بالاتصال بلغ (3.50)، ووزن نسبي (70.0%)، ومستوى مرتفع، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال "المخاوف، والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال" ما بين (3.29-3.72)، وجاءت الفقرة رقم (6) "تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على إخفاء الهوية الوطنية والروحانية للمحتوى الإعلامي والتقارير الصحفية" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.72) ووزن نسبي (74.4%)، وبمستوى مرتفع، بينما حصلت الفقرة (4) "تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على إنتاج محتوى يفقر الى القبول من الجمهور" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (3.29) ووزن نسبي (65.8%)، وبمستوى متوسط.

السؤال السابع: ما مستوى الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال؟

وللإجابة عن السؤال السابع حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لتقديرات أفراد عينة الدراسة لمعرفة مستوى الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال، الجدول (8.4) يمثل ذلك:

جدول (8.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات مستوى الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات

الذكاء الاصطناعي في الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	المستوى
1.	تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقليل الوقت والجهد للقائمين بالاتصال والعاملين في البيئة الإعلامية	3.99	0.64	79.8	مرتفع
2.	تساعد في تيسير إدارة العمل الاعلامي في البيئة الإعلامية	3.77	0.77	75.4	مرتفع
3.	تساعد في تحليل البيانات الضخمة بسهولة ويسر	3.96	0.57	79.2	مرتفع
4.	تساعد القائمين بالاتصال التفرغ للأعمال الإبداعية والتخلص من الأعمال الروتينية	3.72	0.83	74.4	مرتفع
5.	تساعد الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالأخبار المتوقعة	3.32	1.04	66.4	متوسط
6.	تقليل نسبة المخاطر في ممارسة العمل الصحفي وخاصة فترة الحروب والكوارث	3.48	0.96	69.6	مرتفع
7.	زيادة مستوى الإبداع والابتكار للعاملين في البيئة الإعلامية	3.76	0.88	75.2	مرتفع
8.	سهولة انتاج محتوى متطور	3.98	0.58	79.6	مرتفع
	الدرجة الكلية	3.75	0.53	75.0	مرتفع

يتضح من جدول (8.4): أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لمستوى الآثار

الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر

القائمين بالاتصال بلغ (3.75)، ووزن نسبي (75.0%)، ومستوى مرتفع، وتراوحت المتوسطات الحسابية

لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال "الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في

الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال" ما بين (3.32-3.99)، وجاءت

الفقرة رقم (1) "تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقليل الوقت والجهد للقائمين بالاتصال والعاملين في

البيئة الإعلامية" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.99) ووزن نسبي (79.8%)، وبمستوى مرتفع، بينما

حصلت الفقرة (5) "تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالأخبار المتوقعة" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (3.32) ووزن نسبي (66.4%)، وبمستوى متوسط.

السؤال الثامن: ما مدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل الصحفي في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال؟

وللإجابة عن السؤال الثامن حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لتقديرات أفراد عينة الدراسة لمعرفة مدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل الصحفي في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال، الجدول (9.4) يمثل ذلك:

جدول (9.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لتقديرات مدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على

أخلاقيات العمل الصحفي في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	المستوى
1.	تقنيات الذكاء الاصطناعي من شأنها إهمال التحقق من مصادر المعلومات الحقيقية	3.58	0.85	71.6	مرتفع
2.	تقنيات الذكاء الاصطناعي تمارس دورا في خفض جودة التقارير الصحفية والأخبار ودقتها	3.32	1.01	66.4	متوسط
3.	تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد على انتشار الأخبار والصور الكاذبة والمزيفة	3.51	0.92	70.2	مرتفع
4.	تقنيات الذكاء الاصطناعي من شأنها الابتعاد عن الحياد في نقل الصور والمعلومات	3.46	0.95	69.2	مرتفع
5.	تقنيات الذكاء الاصطناعي من شأنها العمل على انتهاك خصوصية الأفراد	3.52	0.84	70.4	مرتفع
6.	تقنيات الذكاء الاصطناعي من شأنها العمل على انتهاك أخلاقيات العمل المهني والصحفي	3.80	0.74	76	مرتفع
	الدرجة الكلية	3.53	0.67	70.7	مرتفع

يتضح من جدول (9.4): أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لمدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل الصحفي في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال بلغ (3.53)، ووزن نسبي (70.7%)، ومستوى مرتفع، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال "تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل الصحفي في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال" ما بين (3.32-3.80)، وجاءت الفقرة رقم (6) "تقنيات الذكاء الاصطناعي من شأنها العمل على انتهاك اخلاقيات العمل المهني والصحفي" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.80) ووزن نسبي (76.0%)، وبمستوى مرتفع، بينما حصلت الفقرة (2) "تقنيات الذكاء الاصطناعي تمارس دورا في خفض جودة التقارير الصحفية والاعخبار ودقتها" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (3.32) ووزن نسبي (66.4%)، وبمستوى متوسط.

السؤال التاسع: هل توجد فروق في استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغيرات: (النوع الاجتماعي، الدرجة الوظيفية، المؤهل العلمي، التخصص، سنوات الخبرة)؟

وللإجابة عن السؤال التاسع لا بد من فحص الفرضيات الصفرية الآتية:

الفرضية الصفرية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير (النوع الاجتماعي).

ومن أجل فحص الفرضية وتحديد الفروق تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، استخدم اختبار (ت) لمجموعتين

مستقلتين (Independent Samples t-test)، ونتائج الجدول (10.4) تبين ذلك:

الجدول (10.4): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات

الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

المجالات	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	ذكر	63	1.89	0.38	-1.61	0.11
	أنثى	38	2.04	0.51		
الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي	ذكر	63	3.30	0.73	-0.13	0.90
	أنثى	38	3.32	0.81		
أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات	ذكر	63	3.99	0.49	-0.74	0.46
	أنثى	38	4.07	0.57		
المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	ذكر	63	4.50	0.50	-0.28	0.78
	أنثى	38	4.53	0.50		
معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	ذكر	63	3.38	0.81	1.01	0.32
	أنثى	38	3.21	0.87		
المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	ذكر	63	3.53	0.75	0.51	0.61
	أنثى	38	3.45	0.78		
الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	ذكر	63	3.82	0.45	1.85	0.07
	أنثى	38	3.62	0.64		
تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل	ذكر	63	3.64	0.58	2.17	0.03*
	أنثى	38	3.35	0.76		
الدرجة الكلية	ذكر	63	3.73	0.31	0.95	0.35
	أنثى	38	3.66	0.39		

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول (10.4) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالاته ما عدا مجال (تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل) جاءت؛ أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي تُقبل الفرضية الصفرية، بمعنى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لمتغير (النوع الاجتماعي). أما فيما

يتعلق في مجال تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل فنجد أن الفروق جاءت لصالح اتجاهات الذكور من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.

الفرضية الصفرية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير الدرجة الوظيفية.

استُخرجت المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول (11.4)

جدول (11.4): المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية

نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير الدرجة الوظيفية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المجالات
0.38	1.89	73	رئيس قسم فأقل	جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.56	2.03	23	مدير	
0.32	2.37	5	مدير عام فأعلى	
0.75	3.22	73	رئيس قسم فأقل	الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي
0.73	3.46	23	مدير	
0.55	3.96	5	مدير عام فأعلى	
0.52	3.98	73	رئيس قسم فأقل	أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات
0.51	4.10	23	مدير	
0.45	4.24	5	مدير عام فأعلى	
0.50	4.46	73	رئيس قسم فأقل	المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.48	4.57	23	مدير	
0.11	4.93	5	مدير عام فأعلى	
0.81	3.36	73	رئيس قسم فأقل	معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.83	3.40	23	مدير	
0.49	2.27	5	مدير عام فأعلى	

0.77	3.52	73	رئيس قسم فأقل	المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.74	3.48	23	مدير	
0.82	3.37	5	مدير عام فأعلى	
0.56	3.76	73	رئيس قسم فأقل	الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.49	3.71	23	مدير	
0.21	3.80	5	مدير عام فأعلى	
0.66	3.62	73	رئيس قسم فأقل	تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل
0.65	3.38	23	مدير	
0.71	3.03	5	مدير عام فأعلى	
0.35	3.69	73	رئيس قسم فأقل	الدرجة الكلية
0.33	3.74	23	مدير	
0.24	3.78	5	مدير عام فأعلى	

يتضح من خلال الجدول (11.4): وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية، وذلك تبعاً لمتغير

الدرجة الوظيفية، ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق دالة إحصائياً، استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One

Way ANOVA) لأكثر من مجموعتين مستقلتين، كما هو موضح في الجدول (12.4):

جدول (12.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين

بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير الدرجة الوظيفية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	1.26	2	0.63	3.48	0.04*
	داخل المجموعات	17.79	98	0.18		
	المجموع	19.05	100			
الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	3.26	2	1.63	2.97	0.06
	داخل المجموعات	53.77	98	0.55		
	المجموع	57.02	100			
أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات	بين المجموعات	0.49	2	0.25	0.93	0.40
	داخل المجموعات	26.14	98	0.27		
	المجموع	26.64	100			
المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	1.13	2	0.56	2.35	0.10
	داخل المجموعات	23.52	98	0.24		

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
	المجموع	24.64	100			
معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	5.79	2	2.90	4.45	0.01**
	داخل المجموعات	63.78	98	0.65		
	المجموع	69.57	100			
المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	0.12	2	0.06	0.11	0.90
	داخل المجموعات	57.13	98	0.58		
	المجموع	57.25	100			
الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	0.05	2	0.02	0.08	0.92
	داخل المجموعات	28.44	98	0.29		
	المجموع	28.49	100			
تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل	بين المجموعات	2.32	2	1.16	2.69	0.07
	داخل المجموعات	42.30	98	0.43		
	المجموع	44.61	100			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	0.09	2	0.04	0.36	0.70
	داخل المجموعات	11.65	98	0.12		
	المجموع	11.73	100			

**دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$)

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول (12.4) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لاتجاهات القائمين

بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالاته ما عدا مجالي (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومعوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) جاءت؛ أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، ومن ثمّ، تُقبل الفرضية الصفرية، بمعنى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمُتغير الدرجة الوظيفية.

وللكشف عن مصدر الفروق في المتوسطات الحسابية لمجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومعوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير الدرجة الوظيفية أُجري اختبار أقل فرق دال (LSD) كما هو مبين في الجدول (13.4).

جدول (13.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لمجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي، ومعوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير الدرجة الوظيفية

المجال	المستوى	رئيس قسم فأقل	مدير
جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	مدير عام فأعلى	.47443*	0.33551
معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	مدير عام فأعلى	-1.09178*	-1.13188*

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول: (13.4)

1- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لمتغير الدرجة الوظيفية بين (مدير عام فأعلى) من جهة، و(رئيس قسم فأقل) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الدرجة الوظيفية (مدير عام فأعلى).

2- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لمتغير الدرجة الوظيفية بين (رئيس قسم فأقل، ومدير) من جهة، و(مدير عام) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الدرجة الوظيفية (رئيس قسم فأقل، ومدير).

الفرضية الصفرية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.

استُخرجت المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت النتائج كما هو مُوضح بالجدول (14.4).

جدول (14.4): المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية

الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير المؤهل العلمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المجالات
0.43	1.73	18	دبلوم فأقل	جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.33	1.90	62	بكالوريوس	
0.55	2.27	21	دراسات عليا	
0.88	3.11	18	دبلوم فأقل	الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي
0.68	3.20	62	بكالوريوس	
0.69	3.80	21	دراسات عليا	
0.53	3.94	18	دبلوم فأقل	أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات
0.50	3.97	62	بكالوريوس	
0.52	4.24	21	دراسات عليا	
0.50	4.38	18	دبلوم فأقل	المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.47	4.49	62	بكالوريوس	
0.54	4.68	21	دراسات عليا	
0.71	3.49	18	دبلوم فأقل	معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.84	3.33	62	بكالوريوس	
0.90	3.12	21	دراسات عليا	
0.87	3.60	18	دبلوم فأقل	المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.63	3.56	62	بكالوريوس	
0.96	3.23	21	دراسات عليا	
0.57	3.65	18	دبلوم فأقل	الآثار الإيجابية لتوظيف

0.50	3.69	62	بكالوريوس	تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.55	4.00	21	دراسات عليا	
0.62	3.72	18	دبلوم فأقل	تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل
0.67	3.55	62	بكالوريوس	
0.68	3.32	21	دراسات عليا	الدرجة الكلية
0.31	3.66	18	دبلوم فأقل	
0.35	3.67	62	بكالوريوس	
0.33	3.84	21	دراسات عليا	

يتضح من خلال الجدول (14.4): وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية، وذلك تبعاً لمتغير المؤهل

العلمي، ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق دالة إحصائياً، استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way

ANOVA) لأكثر من مجموعتين مُستقلتين، كما هو مُوضح في الجدول (15.4):

جدول (15.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين

بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير المؤهل العلمي

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	3.15	2	1.57	9.69	0.00**
	داخل المجموعات	15.91	98	0.16		
	المجموع	19.05	100			
الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	6.52	2	3.26	6.33	0.00**
	داخل المجموعات	50.50	98	0.52		
	المجموع	57.02	100			
أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات	بين المجموعات	1.33	2	0.66	2.57	0.08
	داخل المجموعات	25.31	98	0.26		
	المجموع	26.64	100			
المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	0.96	2	0.48	2.00	0.14
	داخل المجموعات	23.68	98	0.24		
	المجموع	24.64	100			
معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	1.37	2	0.69	0.99	0.38
	داخل المجموعات	68.20	98	0.70		
	المجموع	69.57	100			

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	1.97	2	0.99	1.75	0.18
	داخل المجموعات	55.28	98	0.56		
	المجموع	57.25	100			
الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	1.71	2	0.85	3.12	0.05*
	داخل المجموعات	26.79	98	0.27		
	المجموع	28.49	100			
تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل	بين المجموعات	1.64	2	0.82	1.87	0.16
	داخل المجموعات	42.97	98	0.44		
	المجموع	44.61	100			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	0.51	2	0.26	2.24	0.11
	داخل المجموعات	11.22	98	0.11		
	المجموع	11.73	100			

**دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$)

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول (15.4) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالاته ما عدا مجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، والآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) جاءت؛ أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، ومن ثم، تُقبل الفرضية الصفرية، بمعنى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتُعزى لمُتغير المؤهل العلمي. وللكشف عن مصدر الفروق في المتوسطات الحسابية لمجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، والآثار الإيجابية لتوظيف

تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير المؤهل العلمي أجري اختبار أقل فرق دال (LSD) كما هو مبين في الجدول (16.4).

جدول (16.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لمجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، والآثار الإيجابية

لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

المجال	المستوى	دبلوم فأقل	بكالوريوس
جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	دراسات عليا	.53651*	.36957*
الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي	دراسات عليا	.68783*	.60192*
الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	دراسات عليا	.34722*	.30991*

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول (16.4)

وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات

الإعلامية الفلسطينية نحو مجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية

والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً

لمتغير المؤهل العلمي بين (دراسات عليا) من جهة، و(دبلوم فأقل، وبكالوريوس) من جهة أخرى، وجاءت

الفروق لصالح القائمين بالاتصال الذين يحملون مؤهل علمي (دراسات عليا).

الفرضية الصفرية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات

استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف

تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير التخصص.

استُخرجت المُتوسطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت النتائج كما هو مُوضح بالجدول (17.4):

جدول (17.4): المُتوسطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية

نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير التخصص

المجالات	المستوى	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	هندسة	17	1.96	0.39
	تحرير	11	1.70	0.36
	إدارة	13	2.13	0.48
	إنتاج	12	1.68	0.36
	مونتاج وجرافيك	16	2.12	0.40
	تصوير وإخراج	11	1.74	0.43
	مراسل	15	2.18	0.47
	تقديم	6	1.89	0.14
	هندسة	17	3.36	0.68
الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي	تحرير	11	2.88	0.65
	إدارة	13	3.66	0.65
	إنتاج	12	3.20	0.87
	مونتاج وجرافيك	16	3.62	0.91
	تصوير وإخراج	11	3.47	0.55
	مراسل	15	2.93	0.71
	تقديم	6	3.26	0.59
	هندسة	17	4.26	0.43
	تحرير	11	3.76	0.66
أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات	إدارة	13	4.07	0.54
	إنتاج	12	3.80	0.43
	مونتاج وجرافيك	16	4.02	0.54
	تصوير وإخراج	11	3.89	0.52
	مراسل	15	4.16	0.39

0.60	4.06	6	تقديم	المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.35	4.56	17	هندسة	
0.60	4.39	11	تحرير	
0.60	4.51	13	إدارة	
0.44	4.61	12	إنتاج	
0.58	4.41	16	مونتاج وجرافيك	
0.66	4.47	11	تصوير وإخراج	
0.36	4.61	15	مراسل	
0.43	4.50	6	تقديم	
0.87	3.03	17	هندسة	معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.96	3.06	11	تحرير	
0.87	3.03	13	إدارة	
0.92	3.67	12	إنتاج	
0.80	3.60	16	مونتاج وجرافيك	
0.56	3.68	11	تصوير وإخراج	
0.68	3.03	15	مراسل	
0.42	3.75	6	تقديم	
0.88	3.46	17	هندسة	
0.76	3.15	11	تحرير	
1.00	3.15	13	إدارة	
0.50	3.64	12	إنتاج	
0.76	3.65	16	مونتاج وجرافيك	
0.54	3.97	11	تصوير وإخراج	
0.60	3.48	15	مراسل	
0.57	3.56	6	تقديم	
0.40	3.86	17	هندسة	الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.44	3.47	11	تحرير	
0.70	3.67	13	إدارة	
0.50	3.83	12	إنتاج	
0.48	4.11	16	مونتاج وجرافيك	
0.49	3.86	11	تصوير وإخراج	
0.48	3.45	15	مراسل	
0.40	3.50	6	تقديم	

0.56	3.49	17	هندسة	تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل	
0.68	3.36	11	تحرير		
0.68	3.23	13	إدارة		
0.56	4.01	12	إنتاج		
0.75	3.69	16	مونتاج وجرافيك		
0.43	3.97	11	تصوير وإخراج		
0.55	3.18	15	مراسل		
0.71	3.33	6	تقديم		
0.25	3.73	17	هندسة		الدرجة الكلية
0.29	3.42	11	تحرير		
0.37	3.68	13	إدارة		
0.32	3.77	12	إنتاج		
0.36	3.87	16	مونتاج وجرافيك		
0.32	3.86	11	تصوير وإخراج		
0.32	3.54	15	مراسل		
0.35	3.69	6	تقديم		

يتضح من خلال الجدول (17.4) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية، وذلك تبعاً لمتغير

التخصص، ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق دالة إحصائياً، استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way

ANOVA) لأكثر من مجموعتين مستقلتين، كما هو موضح في الجدول (18.4).

جدول (18.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين

بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير التخصص

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	3.78	7	0.54	3.29	0.00**
	داخل المجموعات	15.27	93	0.16		
	المجموع	19.05	100			
الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	7.75	7	1.11	2.09	0.05*
	داخل المجموعات	49.28	93	0.53		
	المجموع	57.02	100			
أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	2.88	7	0.41	1.61	0.14

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
والمجالات	داخل المجموعات	23.75	93	0.26		
	المجموع	26.64	100			
المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	0.69	7	0.10	0.38	0.91
	داخل المجموعات	23.95	93	0.26		
	المجموع	24.64	100			
معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	9.81	7	1.40	2.18	0.04*
	داخل المجموعات	59.76	93	0.64		
	المجموع	69.57	100			
المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	5.94	7	0.85	1.54	0.16
	داخل المجموعات	51.31	93	0.55		
	المجموع	57.25	100			
الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	5.24	7	0.75	2.99	0.01**
	داخل المجموعات	23.25	93	0.25		
	المجموع	28.49	100			
تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل	بين المجموعات	8.92	7	1.27	3.32	0.00**
	داخل المجموعات	35.69	93	0.38		
	المجموع	44.61	100			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	2.12	7	0.30	2.92	0.01**
	داخل المجموعات	9.62	93	0.10		
	المجموع	11.73	100			

**دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$)

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول (18.4) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، ومعوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل) جاءت؛ أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha < 0.05$)،

وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية، بمعنى توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مُستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مُتوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير التخصص على الدرجة الكلية ومجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، ومعوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل).

وللكشف عن مصدر الفروق في المتوسطات الحسابية على الدرجة الكلية ومجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، ومعوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل) تبعاً لمتغير التخصص أُجري اختبار أقل فرق دال (LSD) كما هو مبين في الجدول (19.4).

جدول (19.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية على الدرجة الكلية والمجالات

تبعاً لمتغير التخصص

الفرق في المتوسط الحسابي	التخصص (J)	التخصص (I)	المجال
.43124*	تحرير	إدارة	جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
.45321*	إنتاج		
.39184*	تصوير وإخراج		
.42074*	تحرير	مونتاغ وجرافيك	مراسل
.44271*	إنتاج		
.38134*	تصوير وإخراج		
.48081*	تحرير		
.50278*	إنتاج		
.44141*	تصوير وإخراج		

.63725*	هندسة	إنتاج	الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي
.64103*	إدارة		
.63333*	مراسل		
.65241*	هندسة	تصوير وإخراج	معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
.65618*	إدارة		
.64848*	مراسل		
.81818*	تحرير	تصوير وإخراج	الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
.81585*	إدارة		
.39439*	تحرير	هندسة	
.41029*	مراسل		مونتاج وجرافيك
.64681*	تحرير		
.43965*	إدارة		
.66272*	مراسل		إنتاج
.61570*	تقديم		
.52369*	هندسة		
.65025*	تحرير		تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل
.78312*	إدارة		
.83611*	مراسل		
.68056*	تقديم		تصوير وإخراج
.47950*	هندسة		
.60606*	تحرير		
.73893*	إدارة		الدرجة الكلية
.79192*	مراسل		
.63636*	تقديم		
.45269*	تحرير	مونتاج وجرافيك	
.33541*	مراسل		
.44351*	تحرير	تصوير وإخراج	
.32623*	مراسل		

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول: (19.4)

1- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو مجال (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير التخصص بين (إدارة، ومونتاج وجرافيك، ومراسل) من جهة، و(تحرير، وإنتاج، وتصوير وإخراج) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح القائمين بالاتصال الذين لديهم تخصص (إدارة، ومونتاج وجرافيك، ومراسل).

2- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو مجال (الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير التخصص بين (إنتاج، وتصوير وإخراج) من جهة، و(هندسة، وإدارة، ومراسل) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح القائمين بالاتصال الذين لديهم تخصص (إنتاج، وتصوير وإخراج).

3- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو مجال (معدات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير التخصص بين (هندسة، ومونتاج وجرافيك) من جهة، و(تحرير، ومراسل) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح القائمين بالاتصال الذين لديهم تخصص (هندسة، ومونتاج وجرافيك).

4- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو مجال (الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير التخصص بين (هندسة، ومونتاج وجرافيك) من جهة، و(تحرير، ومراسل) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح القائمين بالاتصال الذين لديهم تخصص (هندسة، ومونتاج وجرافيك).

5- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو مجال (تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في أخلاقيات العمل) تبعاً لمتغير التخصص بين (إنتاج، وتصوير وإخراج) من جهة، و(هندسة، وتحرير، وإدارة، ومراسل، وتقديم) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح القائمين بالاتصال الذين لديهم تخصص (إنتاج، وتصوير وإخراج).

6- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية على الدرجة الكلية تبعاً لمتغير التخصص بين (مونتاج وجرافيك، وتصوير وإخراج) من جهة، و(تحرير، ومراسل) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح القائمين بالاتصال الذين لديهم تخصص (مونتاج وجرافيك، وتصوير وإخراج).

الفرضية الصفرية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير سنوات الخبرة.

استُخرجت المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول

(20.4)

جدول (20.4): المُتوسّطات الحسابية للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية

نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير سنوات الخبرة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المجالات
0.55	2.00	9	أقل من 5 سنوات	جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.30	1.80	39	من 5-10 سنوات	
0.48	2.05	53	أكثر من 10 سنوات	
0.94	3.67	9	أقل من 5 سنوات	الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي
0.77	3.09	39	من 5-10 سنوات	
0.68	3.41	53	أكثر من 10 سنوات	
0.68	4.15	9	أقل من 5 سنوات	أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات
0.48	4.01	39	من 5-10 سنوات	
0.52	4.01	53	أكثر من 10 سنوات	
0.56	4.51	9	أقل من 5 سنوات	المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.44	4.46	39	من 5-10 سنوات	
0.53	4.54	53	أكثر من 10 سنوات	
0.65	3.41	9	أقل من 5 سنوات	معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.94	3.33	39	من 5-10 سنوات	
0.79	3.28	53	أكثر من 10 سنوات	
1.05	3.30	9	أقل من 5 سنوات	المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.67	3.49	39	من 5-10 سنوات	
0.77	3.54	53	أكثر من 10 سنوات	
0.90	3.54	9	أقل من 5 سنوات	الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.50	3.73	39	من 5-10 سنوات	
0.48	3.79	53	أكثر من 10 سنوات	
0.76	3.26	9	أقل من 5 سنوات	تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل
0.70	3.60	39	من 5-10 سنوات	
0.63	3.53	53	أكثر من 10 سنوات	
0.52	3.73	9	أقل من 5 سنوات	الدرجة الكلية
0.35	3.65	39	من 5-10 سنوات	
0.30	3.74	53	أكثر من 10 سنوات	

يتضح من خلال الجدول (20.4): وجود فروق ظاهرية بين المُتوسّطات الحسابية، وذلك تبعاً لمتغير

سنوات الخبرة، ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق دالة إحصائياً، استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One

Way ANOVA) لأكثر من مجموعتين مُستقلتين، كما هو مُوضح في الجدول (21.4).

جدول (21.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مُستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية ومجالات اتجاهات القائمين

بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير سنوات الخبرة

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	1.37	2	0.68	3.79	0.03*
	داخل المجموعات	17.69	98	0.18		
	المجموع	19.05	100			
الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	3.58	2	1.79	3.29	0.04*
	داخل المجموعات	53.44	98	0.55		
	المجموع	57.02	100			
أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات	بين المجموعات	0.16	2	0.08	0.30	0.74
	داخل المجموعات	26.47	98	0.27		
	المجموع	26.64	100			
المتطلبات التقنية والمهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	0.15	2	0.07	0.29	0.75
	داخل المجموعات	24.50	98	0.25		
	المجموع	24.64	100			
معوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	0.14	2	0.07	0.10	0.90
	داخل المجموعات	69.43	98	0.71		
	المجموع	69.57	100			
المخاوف والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	0.48	2	0.24	0.41	0.66
	داخل المجموعات	56.77	98	0.58		
	المجموع	57.25	100			
الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	0.50	2	0.25	0.87	0.42
	داخل المجموعات	28.00	98	0.29		
	المجموع	28.49	100			
تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل	بين المجموعات	0.84	2	0.42	0.94	0.39
	داخل المجموعات	43.77	98	0.45		
	المجموع	44.61	100			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	0.19	2	0.09	0.79	0.46
	داخل المجموعات	11.55	98	0.12		
	المجموع	11.73	100			

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول (21.4) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالاته ما عدا مجالي (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي) جاءت؛ أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي تُقبل الفرضية الصفرية، بمعنى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير سنوات الخبرة.

وللكشف عن مصدر الفروق في المتوسطات الحسابية لمجالي (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير سنوات الخبرة أُجري اختبار أقل فرق دال (LSD) كما هو مبين في الجدول (22.4).

جدول (22.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لمجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي، ومعوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) تبعاً لمتغير سنوات الخبرة

المجال	المستوى	من 5-10 سنوات
جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	أكثر من 10 سنوات	.24452*
الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي	أقل من 5 سنوات	.57659*
	أكثر من 10 سنوات	.32200*

*دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من الجدول: (22.4)

1- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لمتغير سنوات الخبرة بين (أكثر

من 10 سنوات) من جهة، و(من 5-10 سنوات) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح من لديهم سنوات خبرة (أكثر من 10 سنوات).

2- وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لاتجاهات الفائزين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو الدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي تبعاً لمتغير سنوات الخبرة بين (أقل من 5 سنوات، وأكثر من 10 سنوات) من جهة، و(من 5-10 سنوات) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح من لديهم سنوات خبرة (أقل من 5 سنوات، وأكثر من 10 سنوات).

الفصل الخامس

تفسير النتائج ومناقشتها

تضمّن هذا الفصل مناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة، من خلال أسئلتها وما انبثق عنها من فرضيات، وذلك بمقارنتها بالنتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة الواردة في هذه الدراسة، إضافة إلى تفسير النتائج، وصولاً إلى التوصيات التي يمكن طرحها في ضوء هذه النتائج.

1.5 تفسير نتائج أسئلة الدراسة ومناقشتها

1.1.5 تفسير نتائج السؤال الرئيس الأول ومناقشته

ما اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

أظهرت نتائج الدراسة أن اتجاهات عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ككل بلغ (3.70) وبوزن نسبي (74.1%)، ومستوى مُرتفع.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في تلفزيون فلسطين يعتقدون أن هذا المستوى المرتفع يعود إلى عدة أسباب، أبرزها إدراكهم لأهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى الإعلامي وزيادة كفاءة الأداء الصحفي، وبخاصة في مجالات تحليل البيانات الكبيرة، وتخصيص المحتوى لجمهور محدد، وأتمتة العمليات الروتينية. كما يعكس هذا المستوى المرتفع رغبتهم في مواكبة التطورات التكنولوجية العالمية والبقاء في دائرة التنافس مع المؤسسات الإعلامية الدولية. بالإضافة إلى ذلك، يرى القائمون بالاتصال أن الذكاء الاصطناعي يسهم في توفير الوقت والجهد، ما يتيح لهم التركيز على

المهام الإبداعية والاستراتيجية. يُضاف إلى ذلك الاستفادة من بعض البرامج والتقنيات المتاحة بأسعار معقولة، ما يُسهل دمجها في العمل الإعلامي، على الرغم من التحديات المتعلقة بالبنية التحتية أو الجاهزية المؤسسية الشاملة.

وانتقلت نتائج هذه الدراسة مع دراسة العيسوي (2021) والتي أظهرت أن (69%) من إجمالي العينة يستخدمون التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري، وتمثلت أبرز دوافعهم لاستخدام تلك التقنيات في تسهيل العمل الصحفي، وسرعة صناعة المحتوى الإخباري.

وينبثق من السؤال الأول عدة تساؤلات فرعية نناقشها ونفسرها وهي كالآتي:

تفسير نتائج السؤال الأول ومناقشته:

السؤال الأول: ما مدى جاهزية تلفزيون فلسطين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة لمدى جاهزية تلفزيون فلسطين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" بلغ (1.95)، ووزن نسبي (64.8%)، وبمستوى متوسط، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مدى جاهزية تلفزيون فلسطين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ما بين (1.48-2.24)، وجاءت الفقرة رقم (6) "مدى معرفتك بالمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها داخل بيئة العمل" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (2.24) ووزن نسبي (74.6%)، وبمستوى متوسط، بينما حصلت الفقرة (2) "مدى توظيف تلفزيون فلسطين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة العملية" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (1.48) ووزن نسبي (49.3%)، وبمستوى مُنخفض

ويعزو الباحث حصول مدى جاهزية تلفزيون فلسطين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستوى متوسط إلى أن القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية يعتقدون إدراك عينة الدراسة مبدئيًا لأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي، إلا أنه يوضح وجود فجوات في التطبيق العملي لهذه التقنيات داخل بيئة العمل في تلفزيون فلسطين. ويتضح ذلك من خلال تصدر الفقرة المتعلقة بـ "معرفة المجالات التي يمكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها" بمتوسط (2.24) ووزن نسبي (74.6%) وبمستوى متوسط، ما يدل على وجود معرفة نظرية أو اهتمام نظري نسبي بهذه التقنيات.

من جهة أخرى، تُظهر النتائج أن التطبيق الفعلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة العملية منخفض بشكل ملحوظ، حيث حصلت الفقرة المتعلقة بـ "مدى توظيف تلفزيون فلسطين لتقنيات الذكاء الاصطناعي" على متوسط (1.48) ووزن نسبي (49.3%). يعكس هذا المستوى المنخفض قصورًا في الانتقال من مرحلة المعرفة النظرية إلى التطبيق العملي، ما يشير إلى الحاجة الملحة إلى تطوير البنية التحتية الرقمية، وتأهيل الكوادر البشرية، وتعزيز الاستثمارات التقنية لزيادة قدرة التلفزيون على الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين العمليات والإنتاج الإعلامي.

وانتقلت مع نتائج دراسة (الدلو وآخرون، 2022) والتي أظهرت نتيجة توجيهات معظم الخبراء عينة الدراسة أن المؤسسات الفلسطينية جاهزة إلى حد ما أي بدرجة (متوسطة) لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي. وجاءت أهم مجالات استخدامها في متابعة الاخبار العاجلة والتغطية السريعة، وانتقلت أيضا مع حيدر (2025) الذي بين بأنه تتمتع الاستوديوهات بتقنيات حديثة ومتطورة، إلا أن هناك حاجة ماسة إلى تحسين التكامل بينها وبين تطبيقات الذكاء الاصطناعي. فضعف التكامل بين الأنظمة الحالية وهذه التطبيقات يعوق الاستخدام الفعلي والفعال لتلك التقنيات، مما يحذر من إمكانيات الاستفادة القصوى منها في العديد من المجالات.

تفسير نتائج السؤال الثاني ومناقشته: ما درجة تطبيق الذكاء الاصطناعي في الدوائر والمجالات التي يرى القائم بالاتصال انها تقوم بتوظيف في تلفزيون فلسطين؟

أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة لدرجة تطبيق الذكاء الاصطناعي في الدوائر والمجالات التي يرى القائم بالاتصال انها تقوم بتوظيف في تلفزيون فلسطين بلغ (3.31)، ووزن نسبي (66.2%)، ومستوى متوسط، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال "تطبيق الذكاء الاصطناعي في الدوائر والمجالات التي يرى القائم بالاتصال انها تقوم بتوظيف في تلفزيون فلسطين" ما بين (2.90-3.72)، وجاءت الفقرة رقم (12) "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في برامج البرمجة وتحويل اللغات" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.72) ووزن نسبي (74.4%)، وبمستوى مرتفع، بينما حصلت الفقرة (1) "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الهندسة" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (2.90) ووزن نسبي (58.0%)، وبمستوى متوسط.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية يعتقدون أن هناك بداية وعي بأهمية الذكاء الاصطناعي ودوره في تحسين العمليات الإعلامية، لكن هذا الوعي لم يترجم بعد إلى ممارسات واسعة النطاق. فالمستوى المتوسط يعكس جهودًا متفرقة أو محدودة في توظيف هذه التقنيات في بعض المجالات، مع وجود تفاوت بين الدوائر من حيث مدى الاستفادة من الذكاء الاصطناعي. ويمكن أن يعود ذلك إلى عوامل مثل نقص الموارد التقنية، عدم وجود خطط استراتيجية واضحة، أو محدودية الكفاءات المؤهلة لتوظيف هذه التقنيات.

من جهة أخرى، يشير هذا المستوى إلى وجود إمكانيات غير مستغلة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بشكل أكثر شمولية وفعالية في مختلف المجالات داخل التلفزيون. بحيث يتطلب تعزيز التطبيق التركيز على تطوير

البنية التحتية الرقمية، وتوفير التدريب المتخصص للعاملين، وتوسيع نطاق استخدام الذكاء الاصطناعي ليشمل مجالات مختلفة مثل إعداد البرامج، تحليل البيانات، وإدارة البث. وبناء استراتيجية واضحة لتوظيف الذكاء الاصطناعي يمكن أن يدفع بمستوى التطبيق من المتوسط إلى المرتفع، ما يسهم في تحسين الأداء الإعلامي وزيادة التنافسية.

وانتقلت مع نتائج دراسة الزعنون (2021) والتي أظهرت أن أبرز مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسة الاعلامية كانت تتبع الاخبار العاجلة بنسبة 53.2%، يليها البحث الالي بدقة وتزويد الصحفيين بالمعلومات بنسبة 50%، يليه الترجمة الالية بنسبة 45.2%.

تفسير نتائج السؤال الثالث ومناقشته: ما أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في تلفزيون فلسطين؟

أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة لأبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في تلفزيون فلسطين بلغ (4.02)، ووزن نسبي (80.4%)، ومستوى مرتفع، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال " أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في تلفزيون فلسطين" ما بين (3.52-4.34)، وجاءت الفقرة رقم (8) "تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج إنتاج فيديو" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (4.34) ووزن نسبي (86.8%)، وبمستوى مرتفع جداً، بينما حصلت الفقرة (3) "تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في الروبوتات" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (3.52) ووزن نسبي (70.4%)، وبمستوى مرتفع.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية يعتقدون وجود إدراك واضح وإيجابي من المشاركين لأهمية الذكاء الاصطناعي والإمكانيات التي يمكن أن يوفرها في تحسين العمل الإعلامي. ويعكس هذا الوعي التفصيلي معرفة قوية بالتقنيات المتاحة مثل منصات توليد النصوص تلقائياً، الترجمة الآلية لعدة لغات وتحرير النصوص، وبرامج إنتاج الفيديو، إضافة إلى فهم المجالات التي يمكن فيها توظيف هذه التقنيات، مثل برامج معالجة الصوت.

واتفقت مع فرج (2025) الذي بين أن تلفزيون فلسطين يشهد فرصاً هائلة يمكن الاستفادة منها من خلال الاستخدام الأمثل لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وبخاصة في مجالات مثل الإعلام التفاعلي، فهذه التقنيات قادرة على إحداث نقلة نوعية في طريقة إنتاج المحتوى وتقديمه، ما يعزز من تفاعل الجمهور ويواكب التطورات المتسارعة في عالم الإعلام الحديث.

واتفقت مع نتائج دراسة صلاح الدين (2023) التي أظهرت أن هناك تقنيات جديدة ذكية معززة خلقت ثورة تكنولوجية في المجال الإعلامي والصحافي، لعبت دوراً كبيراً في تنامي وتغيير جذري في عالم الإعلام، وهذا التغيير له تأثير في ليس فقط على المنتجين بل على المستهلكين أيضاً والذين هم من إلقاء ومتابعين الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة.

تفسير نتائج السؤال الرابع ومناقشته: ما مستوى المتطلبات التقنية والمهنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين؟

أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لمستوى المتطلبات التقنية والمهنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين بلغ (4.51)، ووزن نسبي (90.2%)، ومستوى مُرتفع جداً، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات

مجال "المتطلبات التقنية والمهنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين" ما بين (4.42-4.61)، وجاءت الفقرة رقم (4) "إمكانيات تقنية قادرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (4.61) ووزن نسبي (92.2%)، وبمستوى مرتفع جداً، كما حصلت الفقرة (5) "ميزانية مالية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (4.42) ووزن نسبي (88.4%)، وبمستوى مرتفع جداً.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية يدركون بشكل واضح أهمية توفير متطلبات تقنية ومهنية متقدمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بشكل فعال. ويعكس هذا المستوى المرتفع تفهماً عميقاً لضرورة وجود بنية تحتية تقنية قوية، وبرامج وأدوات حديثة، وكوادر مهنية مدربة تمتلك المهارات اللازمة لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمليات الإعلامية.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المشاركين لديهم فهم عميق للتحديات التي تواجه تطبيق الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الإعلامي، ما يعكس اهتماماً بمواكبة التطورات التقنية العالمية. ومع ذلك، فإن هذا الوعي لا يعني بالضرورة أن هذه المتطلبات متوفرة حالياً، بل يشير إلى وجود فجوة محتملة بين الإدراك النظري والواقع العملي.

واتفقت مع حيدر (2025) الذي بين أن توافر أجهزة حديثة تدعم تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل الكاميرات الذكية، التي تساهم في تحسين جودة التصوير والتفاعل الذكي مع البيئة المحيطة، بالإضافة إلى ذلك، توجد برمجيات متطورة لتحليل بيانات الصوت والصورة، ما يعزز القدرة على معالجة البيانات بدقة وكفاءة عالية، كما أن تدريب الكوادر الفنية على تشغيل الأنظمة الذكية داخل الاستوديوهات يعد خطوة أساسية لضمان

استخدام هذه التقنيات بشكل فعال، ما يسهم في رفع مستوى الإنتاج وتحقيق نتائج متميزة في مختلف المجالات.

وانتقلت مع نتائج دراسة موسى وعبد الفتاح (2023) التي أظهرت أن نسبة 88% من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات أشاروا إلى نقص في توظيف المتطلبات التقنية والمهنية لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الاخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية نتيجة إلى عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها، وعدم تبني أنظمة الجودة بجانب عدم توفر خوارزميات لتحرير النصوص بالنسخة العربية.

تفسير نتائج السؤال الخامس ومناقشته: ما مستوى المعوقات التي تمنع تلفزيون فلسطين من اعتماد وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لمستوى المعوقات التي تمنع تلفزيون فلسطين من اعتماد وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بلغ (3.31)، ووزن نسبي (66.3%)، ومستوى متوسط، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال "المعوقات التي تمنع تلفزيون فلسطين من اعتماد وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" ما بين (3.03-3.91)، وجاءت الفقرة رقم (6) "تقنيات الذكاء الاصطناعي تحتاج دائما الى توفير ورش تدريب للفنيين والقائمين بالاتصال لمواكبة كل ما هو جديد" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.91) ووزن نسبي (78.2%)، وبمستوى مرتفع، بينما حصلت الفقرة (4) "لا توجد حاجة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (3.03) ووزن نسبي (60.6%)، وبمستوى متوسط.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية يدركون أن هناك تحديات قائمة تؤثر بشكل ملحوظ في قدرة التلفزيون في تبني هذه التقنيات، لكنها ليست بالغة الشدة بحيث

تعيق العملية بالكامل. ويعكس المستوى المتوسط وجود معوقات، مثل نقص التمويل اللازم للاستثمار في البنية التحتية التقنية، أو غياب الكفاءات البشرية المتخصصة، أو ضعف السياسات والاستراتيجيات الداعمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بشكل فعال. من وجهة نظر الباحث، يمكن تفسير هذه النتيجة أن هناك فرصاً للتغلب على هذه المعوقات من خلال التخطيط الجيد وتوجيه الموارد المتاحة نحو معالجة القضايا الأساسية. واحتمالية وجود تفاوت في إدراك المشاركين لحجم هذه التحديات، ما يعكس الحاجة إلى تقييم معمق وشامل للمعوقات بهدف تحديد الأولويات ومعالجتها.

واتفقت مع نتائج دراسة المكاوي وعبد الحميد (2020)، والتي بينت أن هناك قناعة لدى الإعلاميين بعدم تقبل فكرة أن يكون هناك روبوت زميلاً لهم في العمل ووافقت نسبة قليلة أن يكون الروبوت مساعداً لهم وليس رئيساً في العمل.

تفسير نتائج السؤال السادس ومناقشته: ما مستوى المخاوف، والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي على الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال؟

أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لمستوى المخاوف، والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال بلغ (3.50)، ووزن نسبي (70.0%)، ومستوى مرتفع، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال "المخاوف، والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال" ما بين (3.29-3.72)، وجاءت الفقرة رقم (6) "تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على إخفاء الهوية الوطنية والروحانية للمحتوى الإعلامي والتقارير الصحفية" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.72) ووزن نسبي (74.4%)،

وبمستوى مرتفع، بينما حصلت الفقرة (4) "تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على انتاج محتوى يفقر الى القبول من الجمهور"، على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (3.29) ووزن نسبي (65.8%)، وبمستوى متوسط. ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية يعتقدون أن هناك قلقاً بين القائمين بالاتصال حول تأثير الذكاء الاصطناعي في طبيعة العمل الإعلامي ومستقبلهم المهني. وهذا القلق قد يكون نابغاً من مخاوف متعلقة بإمكانية فقدان وظائفهم نتيجة الأتمتة، أو تقليص دور العامل البشري لصالح الآلات، ما يُهدد استقرارهم الوظيفي ويثير تساؤلات حول دورهم في مستقبل يعتمد بشكل متزايد على التكنولوجيا.

وانتقلت مع نتائج دراسة الشمري (2021) والتي أظهرت أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تشمل انتهاكا لخصوصية الافراد، وقد يؤثر في مستوى التواصل والتفاعل الإنساني. كما انتقلت مع نتائج دراسة العاصي (2021) التي بينت أن أبرز التحولات التي تفرضها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في بيئة الإعلام الرقمي (تغيير من مهام ومسؤوليات الصحفيين) بنسبة بلغت 78.3%، يليها (دمج خبراء البرمجة داخل غرف الأخبار) بنسبة بلغت 76.7%، ويليهما (استبدال بعض الوظائف بتقنيات الذكاء الاصطناعي) بنسبة بلغت 73.3%.

تفسير نتائج السؤال السابع ومناقشته: ما مستوى الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال؟

أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لمستوى الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال بلغ (3.75)، ووزن نسبي (75.0%)، ومستوى مرتفع، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات

أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال "الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال" ما بين (3.32-3.99)، وجاءت الفقرة رقم (1) "تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقليل الوقت والجهد للقائمين بالاتصال والعاملين في البيئة الإعلامية" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.99) ووزن نسبي (79.8%)، وبمستوى مرتفع، بينما حصلت الفقرة (5) "تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالأخبار المتوقعة" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (3.32) ووزن نسبي (66.4%)، وبمستوى متوسط.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية يدركون بشكل إيجابي الإمكانيات التي يمكن أن يقدمها الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة العمل الإعلامي وزيادة كفاءة الأداء المهني. ويعكس هذا التصور أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم بشكل كبير في تحسين عملية الإنتاج الإعلامي، سواء من خلال أتمتة المهام الروتينية أو تحسين دقة التحليل واتخاذ القرارات. بالإضافة إلى ذلك، يُنظر إلى الذكاء الاصطناعي كأداة لزيادة الإبداع، توفير الوقت، وتحقيق أداء أعلى في بيئة العمل الإعلامي. وبالتالي، تعتبر هذه النتيجة مؤشراً إيجابياً يُمكن البناء عليه لتوسيع نطاق تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف جوانب العمل الإعلامي، مع الاستفادة من تأثيراتها الإيجابية لتحسين الأداء والكفاءة.

واتفقت مع نتائج دراسة الزهراني (2022) والتي أظهرت أن للصحفيين خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقة بالهواتف الذكية، وهذا يعني أن الذكاء الصحفي حاضر بالروتين الصحفي، كما وافقت مع البابا (2025) الذي أكد على ضرورة دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة العمل وتقليل الجهد المبذول في إنتاج المواد الإعلامية في تلفزيون فلسطين .

تفسير نتائج السؤال الثامن ومناقشته: ما مدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل

الصحفي في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال؟

أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة للدرجة الكلية لمدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في أخلاقيات العمل الصحفي في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال بلغ (3.53)، ووزن نسبي (70.7%)، ومستوى مرتفع، وتراوح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات مجال "تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل الصحفي في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال" ما بين (3.32-3.80)، وجاءت الفقرة رقم (6) "تقنيات الذكاء الاصطناعي من شأنها العمل على انتهاك اخلاقيات العمل المهني والصحفي" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.80) ووزن نسبي (76.0%)، وبمستوى مرتفع، بينما حصلت الفقرة (2) "تقنيات الذكاء الاصطناعي تمارس دورا في خفض جودة التقارير الصحفية والاحبار ودقتها" على أقل المتوسطات الحسابية وبلغ (3.32) ووزن نسبي (66.4%)، وبمستوى متوسط.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية يدركون بشكل إيجابي تأثير الذكاء الاصطناعي في تحسين الجودة الأخلاقية للعمل الصحفي. ويمكن تفسير هذا التصور الإيجابي بأن الذكاء الاصطناعي يوفر أدوات قد تسهم في ضمان الدقة والشفافية في معالجة المعلومات، مثل تقنيات التحقق من الأخبار أو الكشف عن التحيز، مما يعزز من نزاهة الصحافة. كما أن هذه التقنيات قد تسهم في الحد من التأثيرات البشرية السلبية مثل التحيز الشخصي أو التحامل. ومن ثم، تعمل على تحسين المعايير الأخلاقية في العمل الصحفي.

وانتقلت مع نتائج دراسة العاصي (2021) والتي أظهرت أن مستوى تقييم الأبعاد الأخلاقية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي جاء بوزن نسبي (68.02%) وبدرجة موافقة كبيرة، وانتقلت مع شنان(2025)، التي بينت أن يصعب التحقق من صحة المحتوى الذي ينتجه الذكاء الاصطناعي، خاصة الصور والفيديوهات التي قد تكون مفبركة.

2.5 تفسير نتائج السؤال التاسع ومناقشته:

نتائج الفرضية الصفرية الأولى ومناقشتها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتُعزى لمتغير (النوع الاجتماعي).

أظهرت نتائج الدراسة أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالاته ما عدا مجال (تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في أخلاقيات العمل) جاءت؛ أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، ومن ثم، تُقبل الفرضية الصفرية، بمعنى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتُعزى لمتغير (النوع الاجتماعي). أما فيما يتعلق في مجال تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في أخلاقيات العمل فنجد أن الفروق جاءت لصالح اتجاهات الذكور من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الاتجاهات تجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لا تتأثر بجنس القائم بالاتصال، سواء أكان ذكراً أم أنثى. وهذا يعكس أن العاملين والعاملات في المؤسسات الإعلامية

يتشاركون رؤى متقاربة فيما يتعلق بأهمية الذكاء الاصطناعي وإمكاناته في تحسين العمل الإعلامي، مما يدل على وعي عام متساوٍ بين الجنسين حول هذا الموضوع. وهذا مؤشر إيجابي على أن الموقف من الذكاء الاصطناعي لا يتأثر بالتباينات الاجتماعية والثقافية المتعلقة بالنوع الاجتماعي. وهذا يعكس بيئة عمل إعلامية تسعى إلى التوازن بين الجنسين فيما يتعلق بتبني الابتكارات التقنية.

أما فيما يتعلق في مجال تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في أخلاقيات العمل فنجد أن الفروق جاءت لصالح اتجاهات الذكور من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية فيعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن هذا التفاوت يكون مرتبطاً باختلافات في أدوار العمل بين الذكور والإناث في المؤسسات الإعلامية. ربما يتحمل الذكور مسؤوليات أكبر في المجالات التقنية أو الإستراتيجية، مما يجعلهم أكثر وعياً بتأثير الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي والأخلاقيات المرتبطة به.

واتفقت مع نتائج دراسة الدلو وآخرون (2022) والتي أظهرت بأنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات خبراء الاعلام نحو طبيعة العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي وعمل الصحفيين الفلسطينيين تعزى لمتغير (النوع الاجتماعي). كما اتفقت مع دراسة بريك (2020)، والتي أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاه القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية التي يعملون بها تبعا للنوع الاجتماعي للقائمين بالاتصال.

نتائج الفرضية الثانية ومناقشتها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير الدرجة الوظيفية.

أظهرت نتائج الدراسة أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالاته ما عدا مجالي (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومعوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) جاءت؛ أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي تُقبل الفرضية الصفرية، بمعنى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير الدرجة الوظيفية. أما فيما يتعلق بمجالي (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومعوقات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) فقد جاءت الفروق لصالح مدير عام فأكثر.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن العاملين بمختلف درجاتهم الوظيفية لديهم اتجاهات متقاربة نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ما يشير إلى إدراك عام مشترك بأهمية هذه التقنيات في تطوير العمل الإعلامي بصرف النظر عن الموقع الوظيفي. أما الفروق التي جاءت لصالح شاغلي مناصب "مدير عام فأكثر" في مجالي جاهزية ومعوقات التوظيف، فيمكن تفسيرها من وجهة نظر الباحث بأن هذه الفئة تتمتع برؤية شمولية وإستراتيجية أوسع نطاقاً نظراً لطبيعة مناصبهم الإدارية. وقد يكون لديهم اطلاع أعمق على جاهزية المؤسسة من حيث البنية التحتية والتقنيات المطلوبة لتوظيف الذكاء الاصطناعي، كما أنهم أكثر وعياً بالمعوقات مثل نقص التمويل أو الكفاءات المتخصصة.

واتفقت مع نتائج دراسة حرب (2022) والتي أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية من حيث اتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاخباري تبعا لمتغير المسمى الوظيفي.

نتائج الفرضية الثالثة ومناقشتها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.

أظهرت نتائج الدراسة أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالاته ما عدا مجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، والآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) جاءت؛ أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، ومن ثم، تُقبل الفرضية الصفرية، بمعنى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير المؤهل العلمي. أما فيما يتعلق في مجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، والآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي) فقد جاءت لصالح من يحملون دراسات عليا.

ومن وجهة نظر الباحث، فإن قبول الفرضية الصفرية التي تشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف

تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالاته (باستثناء المجالات المحددة) يُظهر أن المؤهل العلمي لا يشكل عاملاً حاسماً في تشكيل الاتجاهات نحو توظيف هذه التقنيات في معظم المجالات. ويعكس هذا أن الوعي بأهمية الذكاء الاصطناعي وإمكانية استخدامه في العمل الإعلامي قد أصبح مشتركاً بين العاملين بمختلف مستوياتهم التعليمية، ما يدل على انتشار ثقافة التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية.

أما الفروق التي جاءت لصالح من يحملون دراسات عليا في مجالات "جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي"، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، والآثار الإيجابية لتوظيف هذه التقنيات"، فذلك يُعزى إلى أن هذه الفئة تمتلك عادة معرفة أعمق، وقدرة على تحليل الجاهزية المؤسسية، واستيعاب الفوائد الإيجابية المرتبطة بتوظيف الذكاء الاصطناعي. ويُفسر ذلك بارتباط التعليم العالي بزيادة فهم المتغيرات التقنية والاستراتيجية، ما يمنحهم إدراكاً أوسع لفرص وتحديات تبني الذكاء الاصطناعي.

واتفقت مع نتائج دراسة محمد (2023) والتي أظهرت عدم ثبوت معنوية الفروق بين الصحفيين المتخصصين من حيث اتجاهاتهم نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بحسب المؤهل العلمي.

نتائج الفرضية الرابعة ومناقشتها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمُتغير التخصص.

أظهرت نتائج الدراسة رفض الفرضية الصفرية على الدرجة الكلية لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالات (جاهزية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي، ومعوقات توظيف

تقنيات الذكاء الاصطناعي، والآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في أخلاقيات العمل) تُعزى لمتغير التخصص ولصالح مونتاج وجرافيك وتصوير وإخراج.

ويعزو الباحث هذه النتيجة، إلى أن هذه المجالات تعتمد بشكل مباشر وكبير على تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين الإنتاجية، رفع جودة المخرجات، وتسريع العمليات الإبداعية. فالعاملون في تخصصات المونتاج والجرافيك والإخراج غالبًا ما يتعاملون مع أدوات تقنية متطورة تعتمد على الذكاء الاصطناعي، مثل برامج تحرير الفيديو والصور، تقنيات التصميم، وتقنيات تحسين الإنتاج المرئي. وهذا التفاعل اليومي مع التكنولوجيا يجعلهم أكثر وعيًا بمدى جاهزية المؤسسة لتبني الذكاء الاصطناعي، وأكثر قدرة على تقييم المعوقات التي تواجهه، وفهم التأثيرات الإيجابية له على العمل. كما أن قربهم من العمليات الإبداعية يجعلهم أكثر حساسية لتأثير الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل، خاصة فيما يتعلق بالملكية الفكرية والأصالة. واتفقت مع نتائج دراسة حرب (2022) التي أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية من حيث اتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاخباري تبعاً لمتغير التخصص وذلك لصالح من يعملون في الإخراج والجرافيك.

نتائج الفرضية الخامسة ومناقشتها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة حول اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعزى لمتغير سنوات العمل.

أظهرت نتائج الدراسة قبول الفرضية الصفرية على الدرجة الكلية لاتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومجالاته ما عدا مجالي (جاهزية توظيف

تقنيات الذكاء الاصطناعي، والدوائر التخصصية والمجالات التي توظف الذكاء الاصطناعي) تُعزى لمتغير سنوات العمل.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن ذلك يعكس أن التوجهات نحو توظيف الذكاء الاصطناعي أصبحت موضوعاً عاماً ومشاركاً بين مختلف فئات العاملين بغض النظر عن عدد سنوات العمل. يشير ذلك إلى انتشار وعي جماعي بأهمية الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الإعلامي داخل المؤسسات.

أما الفروق التي جاءت لصالح فئتي الخبرة "أكثر من 10 سنوات" و"أقل من 5 سنوات" في مجالي "جاهزية التوظيف" و"الدوائر التخصصية"، فيمكن تفسيرها بأن العاملين ذوي الخبرة الطويلة (أكثر من 10 سنوات) يمتلكون فهماً أعمق لاحتياجات المؤسسة وجهوزيتها لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي، بحكم خبراتهم العملية المتراكمة ونظرتهم الاستراتيجية. في المقابل، فإن العاملين ذوي الخبرة القليلة (أقل من 5 سنوات) يتميزون غالباً بحدائث معرفتهم التقنية واطلاعهم المباشر على أحدث أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، مما يمنحهم قدرة على تحديد المجالات التقنية والدوائر التخصصية التي يمكن أن تستفيد بشكل فوري من هذه التقنيات.

وانتقلت مع نتائج دراسة الدلو وآخرون (2022)، والتي بينت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات خبراء الإعلام نحو طبيعة العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي وعمل الصحفيين الفلسطينيين تبعاً لمتغير سنوات العمل.

3.5 التوصيات

في ظل النتائج لهذه الدراسة، يوصي الباحث بمجموعة من التوصيات:

1. تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية للقائمين بالاتصال في تلفزيون فلسطين لزيادة الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي وإمكانياتها في تحسين جودة العمل الإعلامي.
2. تحديث الأنظمة والتقنيات المستخدمة في تلفزيون فلسطين لتكون ملائمة لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي.
3. الاستثمار في البرمجيات والأدوات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحسين الإنتاج الإعلامي، مثل برامج التحرير، الترجمة التلقائية، وتحليل البيانات.
4. تعزيز مشاركة القائمين بالاتصال في وضع استراتيجيات توظيف الذكاء الاصطناعي، لضمان توافق الحلول مع احتياجاتهم اليومية.
5. إنشاء لجنة متخصصة لدراسة أبرز المعوقات التي تواجه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الإعلامي.
6. وضع خطط واضحة لمعالجة التحديات المتعلقة بالتمويل أو نقص الكوادر المتخصصة.
7. وضع مدونة أخلاقيات واضحة للاستخدام المسؤول لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي.
8. إجراء ورش عمل تسلط الضوء على الجوانب الأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي، مثل حماية البيانات والملكية الفكرية.

المصادر والمراجع العربية والأجنبية

أولاً: المصادر والمراجع العربية

أمان. (2022). واقع-المساءلة-على-المؤسسات-التي-تم-اتباعها-للرئيس-.
[https://www.aman-](https://www.aman-palestine.org/reports-and-studies/18015.html)

[palestine.org/reports-and-studies/18015.html](https://www.aman-palestine.org/reports-and-studies/18015.html)

باي، محمد؛ قمورة، سامية شبهي؛ كروش، حيزية. (2018/11/26.27). *الذكاء الاصطناعي بين الواقع*

والمأمول دراسة تقنية وميدانية، الملتقى الدولي الذكاء الاصطناعي تحد جديد للقانون.

بريك، ايمن. (2020). *اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات*

الصحفية المصرية والسعودية دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام

التكنولوجيّا (UTAUT). مجلة البحوث الإعلامية، 53 (2): 447-526.

https://jsb.journals.ekb.eg/article_97509.html

بومخيلة، خالد. (2023). *تكييف الصناعة الإعلامية مع تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام*

الإمكانات وأفق الاستخدام. مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية رقميّة، 2 (3)، 30-49.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/227751>

تاية، عبدالله. (2006، كانون اول، 20). *التطور التاريخي لإذاعة وتلفزيون فلسطين. دنيا الوطن*

<https://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2006/12/20/67755.html>

ثلايجية، نوة؛ أبو بكر، خوالد. (2019). *تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه حديث لتعزيز تنافسية منظمات*

الاعمال. (الطبعة الأولى). المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية

والاقتصادية.

جبارة، تيسر. (د، ت). *هنا القدس "إذاعة فلسطين الأولى، مركز أبحاث منظمة التحرير.*

[/https://www.prc.ps](https://www.prc.ps)

حجاب، محمد منير. (2004). *المعجم الإعلامي (1)*. مصر: دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع

حرب، غسان ابراهيم. (2022). اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية نحو توظيف

تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاخباري. دراسة تطبيقية في ضوء النظرية

الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، (31): 195-258

<https://search.mandumah.com/Record/1321407/Description>

الخالدي علي العنود، رزان كريم الحربي، كيان عبد الرحمن هزازي. (2024). *مجلة جامعة بابل للعلوم*

الإنسانية، 4 (32): (98-124)

<https://journalofbabylon.com/index.php/JUBH/article/view/5171/3921>

خطاب، أمل. (2020). تأثير توظيف التقنيات التكنولوجية في التواصل الداخلي بالمؤسسات الصحفية على

فاعلية الأداء التنظيمي للموارد البشرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال، *مجلة البحوث*

الإعلامية، 54: 81-140. <https://dx.doi.org/10.21608/jsb.2020.99190.140-81>

دلال، عادل. (2018.11.9). *الصين: اول مزيق يقدم نشره الاخبار بواسطة تقنية الذكاء الاصطناعي*. تم

الاسترداد من: arabic.euronews.com

الدلو، جواد؛ أبو حشيش، يوسف؛ إسماعيل، أحمد. (2022). اتجاهات خبراء الاعلام نحو توظيف تقنيات

الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية*،

(3)7: 53-90. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/188474>

الرتيمي، محمد أبو قاسم (2020). الذكاء الاصطناعي في التعليم نظم التعلم الذكية. *المجلة الدولية للبحوث*

النوعية المتخصصة، (24): 11-33. متوفر على رابط

[/https://www.scribd.com/document/702495229](https://www.scribd.com/document/702495229)

الزعنون، إسماعيل موسى. (2021). اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو

توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية "دراسة

ميدانية"، (رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة).

الزهراني، أحمد. (2022). تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية.

المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والاراي العام، 5(1): 1-39.

search.mandumah.com/Record/1302671

سوقار، ثائر. (2015). ثورة روبوتات تهدد مستقبل البشر. تم الاسترداد من سكاى نيوز عربية:

<https://bit.ly/2R4TWFu>

شفيق، حسنين. (2020). إعلام الذكاء الاصطناعي ومستقبل صناعة وإنتاج الأخبار: الصحفي الروبوت ثورة

الإعلام القادمة. دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

الشمري، علاء مكي. (2021). الاعلام المرئي في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة استطلاعية.

مجلة الآداب، (137): 717-742.

صلاح الدين، عواد. (2023). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي. مجلة الدراسات

الإعلامية والاتصالية رقمه، 3 (2): 95-107.

العاصي، أحمد علي يوسف. (2021). تقييم خبراء الإعلام للأبعاد الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي في

الإعلام الرقمي: دراسة ميدانية، (أطروحة دكتوراة، الجامعة الإسلامية بغزة)، قاعدة البيانات

"المنظومة". <https://search.mandumah.com/Record/1356204>

عبد الرزاق، مي. (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام، الواقع والتطورات المستقبلية، المجلة

المصرية لبحوث الإعلام، 1(81): 1-74.

عبد الظاهر، محمد. (2021). صحافة الذكاء الاصطناعي. ورشة مركز الشارقة للتدريب الاعلامي ومؤسسة

صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والاستشراق، المنعقدة بتاريخ 1-3/11/2021.

عبد الله، أسامة، حمودة، أحمد. (2023). سياقات التحول والاندماج في مؤسسات الإعلام الفلسطينية في

العصر الرقمي. مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية، 37 (7): 3-35.

عزيز، احمد. (2021). صحافة الطفل - النشر والذكاء الاصطناعي. دار زرقاء اليمامة للنشر والتوزيع.

علاني، سامي محمد. (2020). البراغماتية في الخطاب الإعلامي الفلسطيني خلال الصراع الفلسطيني

الإسرائيلي. مجلة الآداب، 12(40)، 506-520.

العمادي، عبد الله. (2023, 3, 13). الذكاء الاصطناعي ومستقبل الإعلام. تهديد أم تعزيز؟ تم الاسترداد من

<https://www.aljazeera.net/>:

العيسوي، إبراهيم. (2021). استخدامات الصحفيين الفلسطينيين للتقنيات الرقمية في صناعة المحتوى دراسة

مسحية على القائم بالاتصال. (رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة)، قاعدة البيانات

"المنظومة". <http://search.mandumah.com/Record/1355664>.

فوال، نجوى. (1992). القائمون بالاتصال. القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية.

قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة". <https://search.emarefa.net/detail/BIM-1413754>.

قدواح، منال. (2008). اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية: دراسة ميدانية،

(رسالة ماجستير، جامعة منتوري - قسنطينة، الجزائر)،

<http://depot.umc.edu.dz/handle/123456789/1262>

قعدان، مهند سعيد. (2023). دور هندسة العمليات الإدارية في تعزيز الأداء المؤسسي في الهيئة العامة

للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية، [رسالة ماجستير، جامعة القدس المفتوحة].

<https://osol.qou.edu/handle/194/2854>

كريم، أحمد عبد الحكيم عامر قاسم. (2021). تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لفرص توظيف صحافة

الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي: دراسة ميدانية، (أطروحة دكتوراة، الجامعة

الإسلامية بغزة)

متولي، هالة؛ وفرحات، دعاء. (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على محتوى الرسالة

الإعلامية بمواقع الصحف الأجنبية، *المجلة المصرية للبحوث الإعلامية*، 3 (80): 1495-

ejsc.2022.267309/10.21608.1522

محمد، سمر علي حسن. (2023). اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو توظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي في العمل الصحفي. *المجلة المصرية لبحوث الاعلام*، (84): 911-963.

<https://dx.doi.org/10.21608/ejsc.2023.324271>

محمد، ماجدة عبد المرضي. (2023). اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى ادائهم المهني

(دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا). *المجلة العلمية*

لبحوث الصحافة، (25): 1-66. <https://dx.doi.org/10.21608/sjsj.2023.327488.66-1>

المدهون، إبراهيم، وعلي، عبد الله. (2018)، دور القنوات الفضائية الفلسطينية في تعزيز قيم المواطنة من

وجهة نظر طلبة الجامعات بمحافظة غزة، *مجلة جامعة الأزهر سلسلة العلوم الإنسانية*،

20(1)، 125-154. <https://www.alazhar.edu.ps/journal/detailsr.asp?seqq1=3428>

المكاوي، بسام؛ وعبد الحميد، عمرو. (2021). تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تطوير العمل

بالمؤسسات الإعلامية الإماراتية: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال. *المجلة العربية*

للإعلام والاتصال، 2021 (28): 63-124. <https://search.emarefa.net/detail/BIM-.124-63>

1409825

ملحم، عبد الرحمن محمد. (2012). البحث العلمي: أسسه، مناهجه، وطرقه الإحصائية. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

موسى، عيسى عبد الباقي؛ وعبد الفتاح، أحمد عادل. (2020). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الاخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية. المحلة المصرية لبحوث الرأي العام. 1 (19): 1-66.

النحال، محمود أحمد. (2021). أثر الذكاء الاستراتيجي في تحسين الأداء المؤسسي في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية المرئية العاملة في المحافظات الجنوبية. [رسالة ماجستير، جامعة الأقصى الإسلامية]. قاعدة بيانات جامعة الأقصى. <https://scholar.alaqsa.edu.ps/8523/>

نصر، آلاء محمد. (2018). عملية السلام الفلسطينية الإسرائيلية في الاعلام الرسمي الفلسطيني. [رسالة ماجستير، جامعة القدس]. <https://dspace.alquds.edu/items/02effbe1-f631-4075-8ea3-e82bb1dfa5f9>

الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية. (2023). من نحن! <https://www.pbc.ps/network1/>

وام. (3 4, 2018). استعراض تجربة "أسوشييتد برس" في استخدام الذكاء الاصطناعي خلال منتدى الاعلام.

تم الاسترداد من وكالة انباء الامارت - وام

وفا. (د، ت). قرار إنشاء الإذاعة الفلسطينية (صوت فلسطين).

ثانياً: المقابلات الشخصية

- البابا، ناصر. (مدير عام الهندسة التلفزيونية). مقابلة شخصية، بتاريخ 12/1/2025.
- حيدر، محمد. (مدير الاستوديوهات التلفزيونية). مقابلة شخصية، بتاريخ 12/1/2025.
- شنان، شذى. (مصمم جرافيك). مقابلة شخصية، بتاريخ 12/1/2025.
- فرج، محمد. (مدير عام فضائية فلسطين مباشر). مقابلة شخصية، بتاريخ 20/1/2025.

ثالثاً: المصادر والمراجع الأجنبية

- Abo Alrob, M., & Alkhayyat, D. (2014). *Case 2: Palestine—New Media, Same Old Political Agenda*. In Arab Media Systems.
- Brantner, C., & Saurwein, F. (2021). Covering Technology Risks and Responsibility: Automation, Artificial Intelligence, Robotics, and Algorithms in the Media. *International Journal of Communication*, 15, 5074–5098.
- Brennen, J. S., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2018). *An industry-led debate: how UK media cover artificial intelligence (RISJ Factsheets)*. Reuters Institute for the Study of Journalism. DOI: 10.60625/risj-v219-d676
- Dierickx, L. (2021, 4 .6). *Artificial intelligence and journalism: a race with machines*. Retrieved from <https://www.equaltimes.org/artificial-intelligence>.
Doi: 10.1109/TTS.2020.3001312.
- Edmonds, R. (2015, 7 28). *Newspaper industry lost 3,800 full-time editorial professionals in 2014*. Retrieved from www.poynter.org: <https://bit.ly/3ALmFFB>
- Fraenkel, R. & Wallen N. (2003). *How to design and evaluate research in education*. New York: MacGraw-Hill.
- Garcia, E. (2011). *A tutorial on correlation coefficients*, information- retrieval- 18/7/2018.<https://pdfs.semanticscholar.org/c3e1/095209d3f72ff66e07b8f3b152fab099edea.pdf>.
- Hechter, M., & Dieter, K. (2001). *Social Norms*. Russell Sage Foundation: New York.

- Indrasen, P. (2017). How Artificial Intelligence in Impacting Real Life Every day. *International Journal of Advance Research and Developmentm*, 2 (10): 96-100 available at <https://www.ijarnd.com/manuscripts/v2i10/V2I10-1170.pdf>
- Karnouskos, S. (2020). Artificial Intelligence in Digital Media: The Era of Deepfakes. *IEEE Transactions on Technology and Society*, 1 (3), 138-147.
- Kim, D. (2018). Newspaper journalists' attitudes towards robot journalism. *Telematics and Informatics*, 35 (2): 340-357.
- Lionel P. Robert, R. A. (2020). Sangseok You & Qiaoning Zhang, Review of Personality in Human Robot Interactions: *Foundations and Trends in Information Systems*, 4(2): 107–212. DOI: 10.1561/29000000018.
- Newman, N. (2018). Journalism, media and technology trends and predictions 2018, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Omer, M. (2015). Against all odds: Media survive in Palestine. *Global Media Journal: African Edition*, 9(2), 105–133
- Pashevich, E. (2018). Automation of news production in Norway: Augmenting newsroom with artificial intelligence.
- Point, T. (2015). *Artificial Intelligence*.
- Sadiku, M., Ashaolu, T. J., Ajayi-Majebi, A., & Musa, S. (2021). Artificial Intelligence in Social Media. *International Journal of Scientific Advances*, 2 (1): 15-20. [h.4](#)
- Schik, V. (2011). The unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of Enterprise Information Managment*, 3 (8): 443-488.
- Schreiberrova, P., & Smutny, P. (2021). Chatbots for learning: A review of educational chatbots for the Facebook Messenger. *Computers & Education*, 151(5):103862.
- Shanab, A. (2017). Internet Banking and Customers' Acceptance in Jordan: The Unified Model's Perspective, *Communications of the Association for Information Systems* 26(1):493-525.
- Shbair, A. A. O., & Hasfi, N. (2022). The role of media television to emerge patriotism during conflict: Evidence from Palestine TV. *al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 7 .(1)
- Yan, D. (2020). *Robotic Cameraman for Augmented Reality based Broadcast and Demonstration*. University of Essex.

قائمة الملاحق

أ. قائمة المحكّمين

ب. أداة الدّراسة بعد التّحكيم

ت. كتاب تسهيل المهمّة

الملحق (أ)
قائمة المحكمين

الجامعة	التخصص	الاسم	الرقم
جامعة القدس المفتوحة	إعلام	د. يوسف الشيخ	.1
جامعة بيرزيت	مساعد إعلام	د. محمد أبو الرب	.2
جامعة البوليتكنيك	وسائط متعددة	د. نصر جوابرة	.3
جامعة القدس المفتوحة	إعلام وعلوم سياسية	د. قصي حامد	.4
النجاح	إعلام وعلوم الاتصال	د. أسامة عبد الله	.5

الملحق (ب): أداة الدراسة بعد التحكيم



جامعة القدس المفتوحة

عمادة الدراسات العليا والدراسات العليا

برنامج ماجستير إدارة المؤسسات الإعلامية

الموظف/ة الفاضل/ة:

تحية طيبة وبعد

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان "اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي - تلفزيون فلسطين نموذجاً"، استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة

الماجستير في إدارة المؤسسات الإعلامية، من كلية الدراسات العليا في جامعة القدس المفتوحة.

لذا يرجى من حضراتكم التكرم بتعبئة الاستبانة المرفقة والإجابة بدقة وموضوعية. ومن ثم، تنعكس على

صحة النتائج التي تمكن الباحث من تقديم التوصيات اللازمة وتحقيق الفائدة، مع العلم أن بيانات هذه

الاستبانة تستخدم لأغراض البحث العملي فقط مع الحفاظ على سريتها.

نشكر حسن تعاونكم...

الباحث: فؤاد محمد صالح +972599033909

إشراف الدكتور: ولاء بطاط

•الرجاء وضع علامة (√) أمام الاختيار الملائم.
الخصائص الديمغرافية

- النوع الاجتماعي ذكر أنثى
- الدرجة الوظيفية رئيس قسم فأقل مدير مدير عام فأعلى
- المؤهل العلمي دبلوم فأقل بكالوريوس دراسات عليا
- التخصص هندسة تحرير إدارة إنتاج
- مونتاج وجرافيك تصوير وإخراج مراسل تقديم
- سنوات الخبرة أقل من 5 سنوات 5-10 سنوات أكثر من 10 سنوات

درجة الموافقة من وجهة نظرك				العبارات
لا يوجد	الى حد ضعيف	الى حد متوسط	الى حد كبير	
توظيف تلفزيون فلسطين لتقنيات الذكاء الاصطناعي				
				1 مدى توظيف تلفزيون فلسطين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة العملية
				2 مدى استعدادك في تلفزيون فلسطين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي
				3 مدى تسهيل مهامك في تلفزيون فلسطين من اجل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
				4 مدى ادراكك للأثار السلبية والايجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
				5 مدى معرفتك بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل
				6 مدى معرفتك بالمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها داخل بيئة العمل

درجة الموافقة من وجهة نظرك						العبارات
بشدة موافق	بشدة غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
الدوائر التخصصية والمجالات التي يرى القائم بالاتصال انها تقوم بتوظيف الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين						
						1 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الهندسة
						2 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الاخراج
						3 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التصوير والمونتاج والجرافيك
						4 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الاعداد
						5 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التحرير
						6 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التقديم
						7 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال المنصات الرقمية والتفاعل مع الجمهور
						8 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التعليق الصوتي
						9 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الاخبار
						10 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في توليد المحتوى الالي
						11 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلانات والتسويق
						12 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في برامج البرمجة وتحويل اللغات
						13 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال تحسين عمليات البث

درجة الموافقة من وجهة نظرك					العبارات
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي والمجالات التي من الممكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، في تلفزيون فلسطين					
					1 تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج الخوارزميات المتقدمة
					2 تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في الواقع المعزز
					3 تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في الروبوتات
					4 تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في منصات توليد النصوص تلقائياً
					5 تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج التعليق الصوتي
					6 تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج معالجة الصورة
					7 تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج معالجة الصوت
					8 تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج إنتاج فيديو
					9 تقنيات الذكاء الاصطناعي المتخصصة في برامج اعداد وتحرير النصوص ومعالجة اللغات
المتطلبات التقنية والمهنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين					
					1 بيئة اعلامية تقنية خصبة، ومواكبة للتطور وتكنولوجيا الإعلام والاتصال
					2 تصور واضح للأثار الإيجابية والسلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل
					3 فرص تدريب كافية للعاملين على تقنية الذكاء الاصطناعي
					4 إمكانيات تقنية قادرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
					5 ميزانية مالية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
					6 ادارة متخصصة قادرة على توجيه العاملين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل
					7 استعداد دائم في التطوير ودعم المبتكرات التقنية في بيئة العمل
					8 رؤية فنية ومهنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل

معوقات تمنع تلفزيون فلسطين من اعتماد وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي						
					1	غياب الخبرة الفنية اللازمة تمنع القائمين بالاتصال في تلفزيون فلسطين من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
					2	نقص الكوادر المؤهلة في تلفزيون فلسطين يحد من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل
					3	ارتفاع التكاليف المالية يحد من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين
					4	لا توجد حاجة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تلفزيون فلسطين
					5	لا توجد رغبة لدى ادارة التلفزيون للعمل وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
					6	تقنيات الذكاء الاصطناعي تحتاج دائما الى توفير ورش تدريب للفنيين والقائمين بالاتصال لمواكبة كل ما هو جديد.

المخاوف، والآثار السلبية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال

					1	تقنيات الذكاء الاصطناعي تؤدي إلى الاستغناء عن الكفاءات الإعلامية والصحفية في بيئة العمل الإعلامي.
					2	تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على خفض جودة التقارير والمواد الإعلامية المتعمقة والتي تقدم شرحا وتفسيرا للأحداث.
					3	تقنيات الذكاء الاصطناعي تثير تحديات أخلاقية وقانونية حول حقوق النشر والمحتوى غير الدقيق.
					4	تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على إنتاج محتوى يفتقر إلى القبول من قبل الجمهور.
					5	تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على إنتاج محتوى اعلامي يتسم بالجمود واهمال الجوانب الإنسانية.
					6	تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على اخفاء الهوية الوطنية والروحانية للمحتوى الإعلامي والتقارير الصحفية.

الآثار الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأعمال الإعلامية والأداء المهني للعاملين من وجهة نظر القائمين بالاتصال

					تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقليل الوقت والجهد للقائمين بالاتصال والعاملين في البيئة الإعلامية.	1
					تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تيسير إدارة العمل الاعلامي في البيئة الإعلامية.	2
					تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الضخمة بسهولة ويسر.	3
					تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي القائمين بالاتصال التفرغ للأعمال الإبداعية والتخلص من الأعمال الروتينية.	4
					تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالأخبار المتوقعة	5
					تقليل نسبة المخاطر في ممارسة العمل الصحفي وخاصة فترة الحروب والكوارث.	6
					زيادة مستوى الإبداع والابتكار للعاملين في البيئة الإعلامية	7
					سهولة انتاج محتوى متطور.	8

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أخلاقيات العمل الاعلامي في تلفزيون فلسطين من وجهة نظر القائمين بالاتصال

					تقنيات الذكاء الاصطناعي من شأنها اهمال التحقق من مصادر المعلومات الحقيقية.	1
					تقنيات الذكاء الاصطناعي تمارس دورا في خفض جودة التقارير الصحفية والاخبار ودقتها.	2
					تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد على انتشار الاخبار والصور الكاذبة والمزيفة.	3
					تقنيات الذكاء الاصطناعي من شأنها الابتعاد عن الحياد في نقل الصور والمعلومات.	4
					تقنيات الذكاء الاصطناعي من شأنها العمل على انتهاك خصوصية الأفراد.	5
					تقنيات الذكاء الاصطناعي من شأنها العمل على انتهاك اخلاقيات العمل المهني والصحفي.	6

ولكم جزيل الشكر

الملحق (ت) كتاب تسهيل المهمة

Al-Quds Open University

Academic Affairs
Deanship of Graduate Studies
and Scientific Research

Ramallah - P.O. Box 1804 - Postcode: P6058238
Tel: 02/2976240 - 02/2956073
Fax: 02/2963738
Email - Graduate Studies: fgs@qou.edu
Email - Scientific Research: sprgs@qou.edu

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جامعة القدس المفتوحة

الشؤون الأكاديمية
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

رام الله - ص.ب 1804 - الرمز البريدي: P6058238
هاتف: 02/2976240 - 02/2956073
فاكس: 02/2963738
بريد إلكتروني - الدراسات العليا: fgs@qou.edu
بريد إلكتروني - البحث العلمي: sprgs@qou.edu

الرقم: ع د ب / 24/1130

التاريخ: 2024/04/28

السادة الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون المحترمون

تحية طيبة وبعد،

تسهيل مهمة

تهديكم عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة القدس المفتوحة أطيب التحيات، وبالإشارة إلى الموضوع أعلاه يقوم الطالب (فؤاد محمد مصطفى صالح)، بإعداد رسالة ماجستير في تخصص "إدارة المؤسسات الإعلامية" بعنوان: (اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي "تلفزيون فلسطين نموذجا"). وعليه، يرجى توجيهاتكم لتسهيل مهمة الطالب في الحصول على المعلومات اللازمة لتوزيع أداة الدراسة على موظفي الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية، شاكرين لكم جهودكم بما يخدم مجتمعنا الفلسطيني.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير،

أ.د. محمد شاهين

عميد الدراسات العليا والبحث العلمي



نسخة:

• الملف.