اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف صحافة الذكاء اصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية الرقمية الليبية (دراسة ميدانية)

د / ميلود فرحات علي فرحات *- قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة سبها – ليبيا

Email: mi.farahat@sebhau.edu.ly

تاريخ الاستلام 2025/6/1م تاريخ القبول 2025/8/1م

Communicator's Attitudes towards Employing Artificial Intelligence Journalism in the Content Creation of Libyan Digital News Sites

*Dr. Miloud farahat Ali . Lecturer in Department of Media Sebha University –Libya Email: mi.farahat@sebhau.edu.ly

Abstract:

This study aimed to identify the communicator's attitudes towards employing intelligent journalism. Artificial intelligence in the production of content for Libyan digital news sites, as a new media trend in production Modern digital news content, applied to news platforms: (Libyan News Website), (Libyan News Agency), (Al-Wasat Gate), and (Libya Now) And (Ain Libya), (Al-Unwan Newspaper), (Libya Al-Ahrar Website), and (Libyan Observatory), The study relied on the media survey method, and the study adopted the theory of diffusion of innovations as a more specific theoretical framework, To clarify this, an electronic questionnaire was applied to a deliberate sample consisting of: The contacts were 68 digital news content creators, journalists and experts working in The field of artificial intelligence in digital news organizations, during the period from February 1 to May 30, 2025 , The study concluded with a number of results, the most important of which are: the dominance of news websites. Digital news platforms combined, which employ artificial intelligence technologies in , Producing news content in its field of work, which was led by the Libyan Observatory website, with a percentage of 9.12%, followed by digital newspaper platforms, led by Al-Awwan Newspaper, with a percentage of 17.64%, and the study results showed that 33.82% of those who made contact had agreed on the sites, The

study found that they can benefit from employing artificial intelligence techniques in journalistic editing. By collecting and editing news content data and information, the results also showed that 48.52% , Of the sample members, they saw that infographics were at the forefront of artificial intelligence technologies. used in their digital news sites, and the results of the study revealed that news sites across the media Social media came at the forefront of the type of means used by digital news sites for the purpose of , Participation, communication and interaction with its broad audience reached a percentage of 55.90%, and the most preferred journalistic forms that the respondents used artificial intelligence techniques in editing and producing were digital narrative news materials, with a total percentage of 33.82%. The study results also indicated that the most important content that the study sample respondents preferred to produce and handle using artificial intelligence technology was economic content, which ranked first. At a rate of 45.58%, the most important positive effects resulting from the communicator's use of artificial intelligence journalism in Libyan digital news websites came first in that it helps in increasing and improving the quality of news content production with a total rate of 38.23%, while the negative effects were represented by the decline in the quality of in-depth news reports on the news event with a total rate of 36.76%.

Keywords: Communicator - Artificial Intelligence -Journalism Digital News Sites.

الملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ،كتوجه إعلامي جديد في إنتاج المضمون الإخباري الرقمي الحديث ، وذلك بالتطبيق على المنصات الإخبارية (موقع أخبار ليبيا) و (وكالة الأنباء الليبية) و (بوابة الوسط) و (ليبيا الآن) و (عين ليبيا) و (صحيفة العنوان) و(موقع ليبيا الأحرار) و(المرصد الليبية) ،واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي ، وفي إطاره أسلوب الممارسة الإعلامية ، واتخذت الدراسة نظرية انتشار المبتكرات كإطار نظري أكثر تحديداً

ووضوحاً لها ، وذلك من خلال تطبيق استمارة استبيان إلكتروني على عينة عمدية متمثلة في القائمين بالاتصال صانعوا المحتوى الإخباري الرقمي بلغت 68 مفردة من الصحفيين والخبراء العاملين في مجال الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الإخبارية الرقمية ، في الفترة الزمنية من 1 فبراير إلى 30 مايو 2025 م ، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: عن تصدر المواقع الإخبارية الرقمية مقدمة المنصات الإخبارية مجتمعة ، والتي تقوم بتوظف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين الإخبارية في مجال عملها ، والتي جاءت في مقدمتها موقع المرصد الليبية بنسبة 19.12% ، يليها منصات الصحف الرقمية التي جاء في مقدمتها صحيفة العنوان الإخبارية بنسبة 17.64 % ، وبينت نتائج الدراسة أن 33.82 %. من القائمون بالاتصال قد أجمع في مواقع الدراسة على أنهم يمكنهم الاستفادة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من خلال جمع بيانات ومعلومات المحتوى الإخباري وتحريره ، وأظهرت النتائج أيضاً أن 48.52 % من أفراد العينة يرى أن خدمة الأنفوجرافيك جاءت في مقدمة تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مواقعهم الإخبارية الرقمية ، وكشفت نتائج الدراسة أن المواقع الإخبارية عبر وسائل التواصل الاجتماعي جاءت في صدارة نوعية الوسيلة المستخدمة في المواقع الإخبارية الرقمية لأجل المشاركة والتواصل والتفاعل مع جمهورها العريض بنسبة مئوية بلغت 55.90 %، وأن أكثر الأشكال الصحفية التي يفضلها المبحوثون توظيفاً لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تحريرها وإنتاجها تمثلت في ، المواد الخبرية القصصية الرقمية بنسبة إجمالية بلغت 33.82 % ، وأشارت نتائج الدراسة كذلك إلى أن أهم المضامين التي يفضلها المبحوثون عينة الدراسة إنتاجها وتناولها صحافة الذكاء الاصطناعي برزت في المضامين الاقتصادية التي حصلت على المركز الأول بنسبة45.58 %، وأن أهم التأثيرات الإيجابية الناتجة عن توظيف القائم بالاتصال لصحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية جاءت في إنها تساعد في زيادة وتحسين جودة إنتاج المحتوى الإخباري بنسبة إجمالية بلغت 38.23% ، بينما تمثلت التأثيرات السلبية في تدني جودة تناول تقارير إخبارية متعمقة في الحدث الإخباري بنسبة إجمالية بلغت 36.76 %.

الكلمات المفتاحية : القائم بالاتصال – صحافة الذكاء الاصطناعي - المواقع الإخبارية الرقمية.

المقدمة :

شهدت المؤسسات الإعلامية والمنصات الرقمية الليبية موخراً ، سباقاً كبيراً نحو استخدام تقنيات تكنولوجية هائلة وسريعة تعتمد في عملها على الذكاء الاصطناعي في ظل بئية الإعلام الجديدة ، وأصبحت هذه المؤسسات مجبرة على توظيف هذا النوع من التقنيات الرقمية في مجالها الإخباري اليومي ، وذلك من خلال مجالات وإستراتيجيات متعددة الجوانب ، التي تمكنها من الإستفادة والإستغلال الأمثل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقنياته المتنوعة لأجل إنشاء محتوى إخباري مشوق وجذاب ومثير يلفت الإنتباه لمواقع الأخبار العاملة في هذا المجال ، ومع إتجاه العمل الإعلامي نحو مستقبل العالم الرقمي الجديد الذى فرضته التحديات والتطورات الهائلة والمتسارعة للتكنولوجيا العالمية المعاصرة ، بدأت بالفعل ظهور مايسمي بصحافة الذكاء الاصطناعي القادرة على الغوص في أعماق العمل الصحفي البشرى ، وتتبني أعمالاً مهنية عوضا عنه بكل دقة وسرعة تفوق قدرة الصحفين في الإنتاج و الإنجاز ، بداية من مهام تحرير المحتوى الأخباري إلى التعامل مع أكوام الكميات الهائلة من البيانات والمعلومات الصحفية التي تتطلب المعالجة الفورية لها ، وعلى الرغم من أن المواقع الإخبارية الرقمية الليبية قد قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال نحو تفعيل القائمين بالاتصال لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، في تأدية واجباتهم الإعلامية المتنوعة من التصوير والتحرير والترجمة والتدقيق اللغوى ، إلا أن صحافة الذكاء الاصطناعي وأنظمتها التقنية الناشطة في هذا المجال لا تزال ألية طاقة عملها الكاملة في مراحلها الأولية داخل هذه المؤسسات الإعلامية الإخبارية الليبية ،لقد أضحى اليوم إتجاه القائم بالاتصال في توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في عمل المواقع الإخبارية الرقمية الليبية مسألة في غاية الأهمية ، من حيث تأثيراتها على مختلف المجالات والمستويات السياسية والإجتماعية والإقتصادية والصحية وغيرها من القضايا المجتمعية المطروحة في المواقع والمنصات الاعلامية الليبية المختلفة، وبشكل أكثر وضوحاً فإن المزايا التي تقدمها صحافة الذكاء الاصطناعي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإخبارية الرقمية الليبية كثيرة ومتنوعة ، تبدأ من جودة صنع ومعالجة المحتوى الإخباري مروراً بعمليات الإنتاج والإخراج حتى وصول المحتوى الإخباري للنهايته بطريقة مهنية تقنية إبداعية تنال رضا وإعجاب وثقة الجمهور المستهدف .

مشكلة الدراسة :

في ظل ما تقدمه التقنيات التكنولوجية الرقمية الجديدة أصبحت المواقع الإخبارية الحديثة تتسارع في إنتاج مزيد من المحتويات و المضامين الإخبارية المعصرنة ، التي تلبي متطلبات الجمهور , وإحتياجاته المعرفية في شتى مجالات الحياة ، الذى برز وبشكل مباشر في المؤسسات والهيئات الإعلامية ، داخل غرف التحرير وقاعات إنتاج قصص الأخبار عبر توظيف القائمين بالاتصال في هذه المواقع لتقنيات الذكاء الاصطناعي لإجل تقديم خدمات إخبارية رقمية متميزة ومتنوعة ، ومن هنا تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة عن السؤال الرئيس وهو: **كيفة التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي فى صناعة محتوى المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ؟**

تساؤلات الدراسة :

تسعي هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات في ضوء أهداف الدراسة وذلك على النحو التالي

1- ما المواقع الإخبارية الرقمية الجديدة التي قامت بتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي؟

2- ماهي أوجه استفادة القائمين بالاتصال بالمواقع الإخبارية الرقمية من تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي ؟

3- ما أنواع الخدمة الإخبارية الرقمية المقدمة بواسطة صحافة الذكاء الاصطناعي ؟

4- ما العوامل المؤثرة في توظيف القائم بالاتصال لتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي ؟

5- ماهي أشكال التفاعلية التي توظفها المواقع الإخبارية الرقمية بواسطة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي ؟

6- ما أكثر الفنون التحريرية التي يتم إنتاجها بواسطة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي ؟

7- ما أهم المضامين التي تم التعرض لها بواسطة صحافة الذكاء اصطناعي ؟

8- ما التأثيرات الإيجابية من توظيف القائم بالاتصال لصحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ؟

9- ما التأثيرات السلبية من توظيف القائم بالاتصال لصحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ؟

10- ما هي الاتجاهات التي فرضتها صحافة الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباري في المواقع الإخبارية الرقمية الجديدة ؟

فروض الدراسة :

تسعي هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات وإختبار مجموعة من الفروض في ضوء أهداف الدراسة وذلك على النحو التالي :

الفرض الأول : يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وبين الاتجاهات التي تعزز هذه التقنيات في صناعة المحتوى الأخباريفي المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عينة الدراسة.

الفرض الثاني : يوجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وبين العوامل المؤثرة على تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباريفي المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عينة الدراسة. .

الفرض الثالث : يوجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ، وبين المهارات المهنية المكتسبة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباري في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عينة الدراسة.

أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيس هو : في الكشف عن : كيفة التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي فى صناعة محتوى المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ؟ ومن هذا الهدف تنبثق مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في :

1- التعرف على أهم المواقع الإخبارية الرقمية الجديدة التي قامت بتوظفت صحافة الذكاء الاصطناعي.

2- التعرف على مدى إستفادة القائمين بالاتصال بالمواقع الإخبارية الرقمية من تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي .

3- تحديد أنواع الخدمة الإخبارية الرقمية المقدمة بواسطة صحافة الذكاء الاصطناعي .

4- التعرف على العوامل المؤثرة في توظيف القائم بالاتصال لتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي .

5- التعرف على أشكال وأنواع التفاعلية التي توظفها المواقع الإخبارية الرقمية بواسطة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي .

6- التعرف على أكثر الفنون التحريرية التي يتم إنتاجها بواسطة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي .

7- الكشف عن أهم المضامين التي تم التعرض لها بواسطة صحافة الذكاء اصطناعي

8- الكشف عن التأثيرات الإيجابية من توظيف القائم بالاتصال لصحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية.

9- الكشف عن التأثيرات السلبية من توظيف القائم بالاتصال لصحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية .

10- التعرف على الاتجاهات التي فرضتها صحافة الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباري في المواقع الرقمية .

أهمية الدراسة :

تكتسب هذه الدراسة أهميتها في مستويين هما:

أولاً : الأهمية النظرية

1 – تبرز أهمية الدراسة في المواقع الإخبارية الرقمية الجديدة التي أضحت عنصراً أساسياً يعتمد عليها الجمهور في تلبية حاجاته المعرفية اليومية كوسيلة إتصال جماهيرية رقمية حديثة .

2- أهمية توظيف القائمين بالاتصال صحافة تقنيات الذكاء الاصطناعي كنوع من أنواع الصحافة التقنية الجديدة الذى يحتاج إليه الواقع الصحفي الليبي الحديث .

3- تزويد المختصين والفنيين والهيئات والمؤسسات الإعلامية خاصة منها التحريرية بهذه النتائج لسد الفجوة المعرفية في هذا المجال .

ثانياً: الأهمية التطبقية

1- تقدم الدراسة وصفاً كاملاً لصحافة تقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال توظيفها بالمواقع الاخبارية الرقمية الليبية من ناحية القائم بالاتصال .

2- تحاول الدراسة الراهنة وفي ظل الإنتشار الواسع للمواقع الإخبارية الرقمية الجديدة ، كان لزاماً معرفة ميولات واتجاهات القائم بالاتصال في استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي وذلك لما يحققه من تقديم خدمة إخبارية متميزة في الشكل والمضمون .

3- تقدم هذه الدراسة رؤية وتوصيات كاملة للمؤسسات الصحافية الليبية عامة وللمواقع الإخبارية الرقمية خاصة بتوظيف صحافة تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال عملها الإعلامي الجديد.

4- تقدم الدراسة فهماً جديداً للمتغيرات التكنولوجية الحديثة التي تلعب دوراً بارزاً في تغير البيئة الوظفية القديمة للإعلام بصفة عامة وصناعة المحتورى الأخباري الرقمي بصفة خاصة .

الدراسات السابقة :

بعد الإطلاع على عمل مسح التراث الإنساني العلمي الخاص بموضوع الدراسة حول موضوع الدراسة الراهنة اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي فى صناعة محتوى المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عبر مسح الدراسات المحلية والعربية والأجنبية في هذا الإطار ، والتي تتعلق بعض من مناهجها وأدواتها وأهدافها ونتائجها بموضوع هذه الدراسة ، وفي ضوء ذلك يمكن عرض تلك الدراسات وفقاً للخصائص والتوجهات التي طغت وبرزت عليها كالتالي .

1 - هدفت دراسة عصمت ثلجي حداد (2023) [1] إلى التعرف على مدى توظيف استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الأردنية ، وإنعكاسات ذلك التوظيف على الممارسة الأخلاقية والمهنية على الصحفين ، وبحثت أيضا قدرة و إمكانية المؤسسات الإعلامية الأردنية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجالها عملها الصحفي ، وكذلك التحديات المستقبلية التي تواجهها الصحافة الأردنية بشكل عام ، وإعتمدت الدراسة على منهج الدراسات المسحية ، والعلاقات المتبادلة ، من خلال تطبيق أداة الاستبانة التي وزعت على عينة قوامها (300) مفردة من الصحفيين الأردنيين من مواقع الدراسة في الفترة من 31/ 7/ 2022 حتى 2022/9/1 ،وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها : تأكيد أغلب الصحفيين على أن المؤسسات الإعلامية الأردنية جاهزة بشكل في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الإعلامية ، وأن أهم الموضوعات توظيفاً لهذه التقنيات من وجه نظر المبوحثين تمثل في جمع المواد الإخبارية وتحريرها ، كما أظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن ضعف المعرفة بتقنية الذكاء الاصطناعي كان من أبرز المشاكل التي واجهت المبوحثين في إستخدماته ،وأن

أهم النتائج الإيجابية الناتجة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي كانت في سرعة إنتاج المضمون الإخباري.

2- وقيمت دراسة أيمن خميس ربيع (2023)[2] إستخدمات النخبة الإعلامية الفلسطنية لتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في عمليات التحرير الصحفي ، من خلال توظيف الدراسة للمنهج المسحي ، وفي سياقه أسلوب الممارسة الإعلامية ، مستخدمة صحيفة الإستقصاء كأداة للدراسة على عينة قوامها (103) مفردة من الصحفيين الفلسطنين من مواقع الدراسة ، وأتخذت الدراسة من نظريتي القائم بالاتصال ، وانتشار المبتكرات إطار نظرياً لها ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن درجة تأثير استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي في قاعات الأخبار كانت كبيرة ومركزة ، و بينت النتائج أن أغلب المبحوثين أكد أنه يمكن الإستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار ، وفي زيادة جودة إنتاج القصص الإخبارية الصحفية .

3- وتناولت دراسة جمال محمد بدوي ،(2023)[3] توظيف صحافة الروبورتات وتطبيقاتها المختلفة ، في موقع القاهرة 24 الرقمي ، والعوامل المؤثرة الناتجة من جراء استخدامها لتلك التقنيات سواءً كان هذا الاستخدام في المراحل الراهنة أو المستقبلية ، ، من خلال استخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتطبيقي ،وفي إطاره أسلوب مسح الأساليب الممارسة الإعلامية ، واعتمدت على أداة الاستبانة التي وزعت على معظم العاملين بمواقع عينة الدراسة ، قوامها(36) مفردة خلال الفترة من 2022/2/1 إلى 31/ 3/ 2022 ، وأظهرت النتائج الإحصائية للدراسة إلى القدرة الهائلة للربورتات على إنتاج محتوى إخبارى متميز ، ودعم هذا الإنتاج وجود غرف إخبارية رقمية جديدة وحديثة ، وكشفت الدراسة أن أغلب القصص الإخبارية المنتجة بتقنية الذكاء الاصطناعي كانت الموضوعات الإقتصادية والرياضية ، وأكد المبوحثين أيضاً على أن تأثيرات تلك التقنيات الحديثة على البيئة الإعلامية الجديدة إيجابية ، مستبعدين في نفس السياق فرضية تأثير صحافة الربورتات وأدواتها على عمل العنصر البشرى الصحفي مستقبلاً .

4- بينما بينت دراسة إسماعيل محمد زعنون (2022) [4] مدى إهتمام القائمين بالاتصال في المنصات الإعلامية العربية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي ، وطبيعة تكيفهم وإنسجامهم مع هذه التقنيات الجديدة ، وإنعكاس ذلك على المصداقية المهنية ، وإعتمدت الدراسة على منهج المسح الاعلامي ، وفي سياقه أسلوب الممارسة الإعلامية ، مستخدمة طريقة أداة الاستبانة التي تم توزيعها على عينة

من العاملين في شبكة الجزيرة ومؤسسة MBC ، وخلصت الدراسة إلى أن معظم تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمثلت في التصوير التقني والبحث، والترجمة الألية ، وكشف المحتوى المزيف، والأخبار العاجلة ، فيما أكد المبوحثين على أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تنعكس بصورة مباشرة على مصداقية المؤسسات الإعلامية .

5- وحاولت دراسة سحر خولي أيمن (2022)[5] التعرف على اتجاهات الصحفيين المصرين ، نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المضامين الإخبارية المختلفة ، وإعتمدت الدراسة على منهج الدراسات المسحية ، وعبره أسلوب الممارسة الإعلامية ، من خلال تطبيق أداة الاستبانة التي وزعت على عينة قوامها (250) مفردة المتمثلة في(16) صحيفة ،وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها : أن أغلب الأسباب التي ساهمت في الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية كانت السرعة الكبيرة في تحرير مضمون الأخبار، وسرعة نشرها ، وسهولة جمع المعلومات ، وكذلك سرعة معالجة وتحليل البيانات المعقدة ، وتحسين جودة المضامين الإخبارية ، وتصحيح الأخطاء اللغوية ، وبينت النتائج أيضاً أن عنصر الخبرة المهنية في هذا العمل لعب دوراً أساسياً في سهولة توظيف الصحفين لهذه التقنيات الجديدة في المؤسسات الإعلامية الناشطة في هذا المجال .

6- ورصدت دراسة أيمن بريك عادل (2022)[6] اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية السعودية والمصرية ، والعوامل التي ساعدت في تبنى هذه التطبيقات استخدامات التقنية الحديثة في مؤسساتهم الصحفية ، من خلال توظيف الدراسة للمنهج المسحي ، وفي سياقه أسلوب الممارسة الإعلامية ، مستخدمة صحيفة الإستقصاء كأداة للدراسة على عينة من القائمين بالاتصال قوامها(143) مفردة ، من عينة الدراسة خلال الفترة الزمنية 2019-2020 ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي ركزت في المقام الأول على معالجة الإخطاء اللغوية ، كما برزت الموضوعات التكنولوجية ثم الرياضية أكثر استخداماً لهذة التقنيات في بعض المنصات الصحفية ، وكان غياب توظيف هذه التقنيات في بعض المؤسسات الإعلامية ، راجع إلى نقص العناصر المدربة على هذه التطبيقات ، كذلك قلة الإمكانات المادية والتمويل ، وأن أكثر التأثيرات السلبية ظهرت في إستبعاد الكفأت المهنية عن المؤسسات الإعلامية .

7- في حين حاولت دراسة أحمد عبد الفتاح موسي (2021) [7] التعرف على اتجاهات الإعلامين والقيادات الصحفية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار بالمؤسسات الإعلامية ، و الكشف عن التأثيرات الإيجابية و التأثيرات السلبية الناتجة عن استخدامها ، من خلال توظيف الدراسة منهج المسح الاعلامي ، وفي إطاره أسلوب الممارسة الإعلامية ، مستخدمة المقابلة المعمقة مع نخبة من الصحفيين والأكاديمين قوامها (18) مفردة ، وأداة صحيفة الإستقصاء التي وزعت على العاملين في مجال تحرير الأخبار وإنتاجها داخل غرف الأخبار مع (150)صحفياً خلال العام 2019-2020م ، وخلصت الدراسة إلى أن فائدة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف التحرير وصناعة الأخبار كبيرة ومفيدة ، وأن هذه التقنيات المستخدمة توفر البيئة الصحفية المناسبة لراحة الصحفين في مجال عملهم اليومي ، كما أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين كان لديهم دراية وخبرة كافية بهذه التقنيات ، إلا أنهم أعربوا في نفس السياق ، عن مدى إهمال غرف الأخبار المصرية توظيف مثل هذه التقنيات الحديثة في المؤسسات الإعلامية المختلفة

8- وناقشت دراسةGouda, N, Biswal (2021) [8] تأثيرات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في وكالة الأنباء أكنسنوا الصينية على العمل الإعلامي ، والصعوبات التي تعيق استخدامات تلك التقنيات في الوكالة ، حيث تندرج هذه الدراسة تحت الدراسات البحوث الوصفية ، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي أسلوباً لها ، مستخدمة المقابلة المقننة كأداة لجمع المعلومات والبيانات، مع عينة من الصحفيين الصينيون قوامها(25) صحفياً ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها أن تقنيات مضمون الصحف الصينية خاصة في مجال جمع المعلومات وتحرير الأخبار الذى يعمل إلكترونياً ،دون تدخل مباشر من المحررين والذى من شأنه أن يوفر عامل الجهد والوقت اللازم في عمل الوكالة، كما بينت نتائج الدراسة أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملية التحقق من الأخبار الكاذبة والإشاعات المزيفة ، التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعية المختلفة .

9- وإتجهت دراسة Olmsted-Chan (2020) [9] للتعرف على مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباري ، ووظيفته عبر مراحل العمل الصحفي اليومي ،والتحديات التقنية المستقبلية التي تواجه مستقبل المؤسسات الإعلامية ، حيث إستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي عبر توظيف أداة تحليل المضمون لعدد (149 مقالاً) وتقريراً إخبارىً التي تم نشرها في مواقع صحفية

أمريكية ،التي تم إنتاجها بواسطة استخدام الذكاء الاصطناعي ،حيث توصلت الدراسة لجملة من النتائج أهمها ، أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تركزت في توصياتهم بالدرجة الأولى المواقع الإخبارية العاملة في هذا المجال ، وأن إنتاج المحتوى الإخباري كان ذو جودة عالية ، وأن الأعمال والمهمات الصحفية التي كانت مناطة بالعنصر البشرى ، أوكلت أغلبها لتقنية الذكاء الاصطناعي .

10- في حين قيمت Ghuan,Sunny Tsai(2020)[10] توظيف تطبيقات الذكاء االاصطناعي في أغلب الصحف الرقمية في الويالايات المتحدة الأمريكية ، وبحثت الدراسة في العلاقة القائمة بين فوائدها ومخاطرها من جهة، ومدى إهتمامها بهذه التقنيات من جهة ثانية ، ، حيث إستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي عبر توظيف أداة تحليل المضمون على خمسة مواقع صحف يومية لعدد (399 مقالة) منشورة بين عام 2019-2018، و توصلت الدراسة لجملة من النتائج أهمها أن تقنية الذكاء الاصطناعي تم توظيفها في قصص أخبارية متعددة ومتنوعة الموضوعات ، كان أبرزها الإقتصاد والتكنولوجيا والعلوم ، مع التحذير من تلك التقنيات في وجود تعدى على الخصوصيات العامة ، والإستغناء على الطاقم التحريرى ، الذى نتج عنه فقدان لوظائفهم داخل تلك المؤسسات .

التعليق على الدراسات السابقة :

توصلت الدراسة إلى مجموعة من الملاحظات عبر إستعراض الدراسات السابقة على شكل مستويات ذات صلة بالدراسة الراهنة تمثلت فيما يلي:

أولاً : على مستوى موضوعات الإشكاليات البحثية

لقت البحوث المتعلقة (بصحافة تقنيات الذكاء الاصطناعي) اهتماماً بالغاً وواضحاً في أديبات التراث العربي والأجنبي على حداًسواء ، من خلال زيادة الإهتمام بهذا النوع من البحوث خاصة الدراسات الأجنبية سواءً كان هذا الأهتمام على مستوى الموضوعات أو على مستوى الإشكاليات المعروضة ضمن هذا الإطار

- تعددت الإشكاليات والأهداف المختلفة التي تناولتها الدراسات السابقة حول تقنيات الذكاء الاصطناعي التي حظيت باهتمام كبير وعميق من قبل الباحثين العرب ، بالرغم من حداثة هذا النوع من التقنيات ، والتفاوت في استخدامه في العالم العربي خاصة والأجنبي عامة .

- تناولت أغلب الدراسات السابقة تقنيات الذكاء الاصطناعي المعلوماتي الحديث ومناقشة محتواه و أهميته وأشكاله ،ومجالات استخداماته المتنوعة خاصة في المجال

الإعلامي ، وتأثيره على سير العمل داخل قاعات التحرير الصحفي في المواقع الإخبارية المختلفة ، الذى برز في دراسة عصمت ثلجي حداد (2023) ،و دراسة أيمن خميس ربيع (2023) ، ودراسة سحر خولي أيمن (2022) ، و دراسة أيمن بريك عادل (2022) ، إضافة إلى أن هناك بعض الدراسات التي تناولت بعض الأشكال المختلفة لاستخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل دراسة Gouda, N, Biswal(2021) .

- بينما إهتمت دراسات أخرى بتأثير صحافة الذكاء الاصطناعي على الجمهور المتلقى للمحتوى الأخباري على عمليات الأدراك والتذكر والفهم والتفاعل مع هذا النوع من الفنون مثل دراسة جمال محمد بدوى ،(2023) ، ودراسة أيمن بريك عادل (2022) ،ودراسةعصمت ثلجي حداد (2023)، ودارسات أخرى مشابهة في الطرح التي اتفقت جميعها على قوة تأثير صحافة تقنيات الذكاء الاصطناعي على درجة ميول تذكر وفهم المبوحثين لهذا النوع من الفنون الرقمية الجديدة .

ثانياً : على مستوى الأطر النظرية

- إتجهت جميع بحوث الدرسات السابقة لتوظيف واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي ، كغيرها من البحوث على توظيف إطارات نظرية تحكمها من خلال عنصر الشرح والتحليل ، وإستناداً لذلك تناولت بعض الأدبيات العلمية العربية الأطر النظرية في كافة الدراسات بينما غابت هذه الأدبيات في الدراسات الأجنبية .

- غابت وتبيانت أساليب البحوث والدراسات السابقة في استخدام عدد من المداخل النظرية الشارحة والمفسرة لها ، ومن تلك النظريات التي وظفتها بعض البحوث العربية نظرتي القائم بالاتصال ، ونظرية انتشار المبتكرات ، لتحقيق غياتها وأهدافها البحثية ، التي برزت في دراسة أيمن خميس ربيع (2023) ، بينما تجاهلت أغلب الدراسات الأجنبية استخدام هذه المداخل و النظريات في إطارها النظري .

ثالثاً : على مستوى المناهج البحثية

- تعددت وتنوعت المناهج المستخدمة في الدراسات العربية والأجنبية من خلال استخدام المنهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، ومنهج العلاقات المتبادلة وأسلوب الممارسة الإعلامية التي برزت في البحوث العربية والأجنبية على حداً سواء.

- إعتماد الدراسات المتعلقة بصحافة الذكاء الاصطناعي على أداة الاستبانة ، في جمع المعلومات والبيانات ، والتوسع في استخدام الأسلوب الكمي والكيفي في بعض الدراسات الأجنبية والمقابلة المتعمقة .

رابعاً : على مستوى الأدوات البحثية

- تعددت الدراسات والبحوث العربية والأجنبية السابقة في توظيف الأساليب المنهجية من خلال المناهج والأجراءات والأدوات البحثية المتعددة التي تحقق هدف الدراسة الرئيسى .

- أغلب الدراسات الجنبية إعتمدت على أداتي تحليل المضمون و الإستبيان، بينما إتجهت الدراسات العربية إلى استخدام نفس الأداة يضاف إليها عنصري المقابلة بأنواعها وصحيفة الأستقصاء

- أوضحت الدراسات والبحوث التي ناقشت قياس ميول الجمهور نحو تفضيل القصص الإخبارية المنتجة بتقنية الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الليبية ،وتقيمها جاءت عالية من حيث الهدف و المنهج والعينة .

خامساً : على مستوى مجتمع الدراسة

- أغلب الدراسات العربية السابقة إعتمدت على عينات متباينة ومتنوعة الهدف ، والتي منها العينات المحدودة ، ويرجع سبب هذا الاستخدام إلى صعوبة سحب عينة مماثلة ،و أيضا في قلة الإمكانيات التي يمتلكها الباحث العربي غالباً ،عند إجراء أبحاث علمية متخصصة في هذا المجال

- غياب العينات الإحتمالية كبيرة الحجم في الدراسات العربية ، وإقتصار أغلبها على الدراسات الأجنبية فقط، التي يشترك في إعدادها عادة مجموعة من الباحثين ، التي تكون ممولة من قبل جهات بحثية ذات صلة بهذا الموضوع .

سادساً : على مستوى النتائج التي توصلت إليها بعض الدراسات السابقة

- بينت معظم نتائج الدراسات السابقة سواءً كانت العربية أو الأجنبية أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي خاصة في عملية صناعة المحتوي الإخباري ، ومعالجة المعلومات والبيانات المدعومة بتقنية الذكاء الاصطناعي ، المتمثلة في تحرير الأخبار والمراجعة اللغوية وكشف المضامين المزيفة وفي إنتاج الاشكال والصور والرسوم والفيديوهات في المواقع الإعلامية المختلفة ، كما أظهرت النتائج أن توظيف تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في القصص الإخبارية يخلق نوع من الجودة العالية في المحتوى الإخباري ، وتعزز من ثقة ومصداقية الموضوعات المنشورة عبر تلك

المواقع ، وأنه كلما كانت محتوى القصة الخبرية مدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي كلما زاد شعورهم الإيجابي تجاه تلك الموضوعات ، وبينت نتائج الدراسات السابقة أيضاً عن رضى المبوحثين وشعورهم بالتفاؤل والسعادة عند قرائتهم لقصص معتمدة على صحافة الذكاء الاصطناعي ، وبينت النتائج عن زيادة رغبة المبحوثين في قراءة القصص المدعومة بتلك التقنيات التي غالباً ما تحقق لهم المزاج الإيجابي في حياتهم اليومية .

حدود إستفادة هذه الدراسة من الدراسات السابقة :

جاءت الدراسات السابقة متنوعة ومتعددة التوجهات في إطارها (النظري التحليلي والمنهجي التطبيقي)،وذلك من خلال تحديد المشكلة البحثية للدراسة والأهمية والأهداف ، و الأدوات البحثية المستخدمة في جمع البيانات ، كذلك إختيار عينة ومجتمع الدراسة ، كما تنوعت تلك الدراسات من ناحية حجم العينة ونتائجها، التي أستفاد منها الباحث في تحديد ورسم الشكل النهائي للدراسة ، وكذلك تسأولاتها وأدواتها البحثية المتعمقة، وإلأسترشاد بها في جميع الإجراءت المنهجية المتبعة في موضوع الدراسة الراهنة ، الأمر الذى ساهم في الوصول إلى ربط نتائج هذه الدراسة بالنتائج التي توصل إليها باحثون أخرون ، الذى يعتبر رصيداً علمياً إستفادات منه هذه الدراسة في محاولة منها تقديم إضافة علمية جديدة ، و مقارنة نتائجها بنتائج الدراسة الحالية التي يمكن البناء عليها بشكل أساسي مستقبلاً في البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة .

الإطار النظري للدراسة :

تنطلق الدراسة الراهنة في إطارها النظري والتطبيقي والتفسيري على الأدبيات الفكرية المتنوعة ، التي تسعى لتحقيق الإجابة عن هدف الدراسة الرئيس ،و التي من خلالها يمكن الإستناد إليها في رصد وتحليل وتفسير نتائجها من خلال توظيف مدخل إنتشار المبتكرات في ضمن هذا المجال .

نظرية إنتشار المبتكرات

إعتمدت الدراسة الراهنة في تحقيق أهدافها على نظرية انتشار المبتكرات ، التي نشأت وبرزت في نهاية الخمسينيات القرن الماضي ، على الرغم من أنها تعود إلى أكثر من عقدين ، والتي يقصد بها

"كل الأفكار والممارسات الجديدة التي تنتقل من مصادر إبتكارها إلى الجمهور " [11] ، ويعتمد هذا الإنتقال على مدى نجاح أو فشل هذه المبتكرات على مدى قابلية وتبنى الأفراد للمستحدثات الناتجة عن تلك الإنتشارات، وتقاس الفكرة المبتكرة غالباً على

البعد الزماني الذى تم استخدامها فيه[12] ، ويلعب فيه عنصر الحداثة والأصالة للفكرة المبتكرة دوراً كبيراً ، في تحديد ردة فعل الأشخاص تجاهها ،ويقسم الباحثون والداعمون لهذة النظرية عملية الإنتشار إلى أربع عناصر أساسية تتمثل في (الإبتكار ، والتجديد ، وعملية الإتصال ، والتنسيق الإجتماعي) [13] في هذا السياق الفلسفي المتماثل ، وينظر إلى عملية الإنتشار ، على أنها عملية دراماتيكية تدور في حلقة ذات نسيج إجتماعي معين، يكون فيه الزمن داعماً حقيقاً ورئيساً في إنجاح هذه العملية عبر تبني أفكارو أساليب مستحدثة تكون أكثر فاعلية في زيادة المعرفة بتلك المبتكرات وتشكل لديه مواقف جديدة تجاهها ، وتقوم فرضيات هذه النظرية على أساس أن قنوات وسائل الإتصال المختلفة ، تزاد فعاليتها الإتصالية ، عندما تكون حول زيادة المعرفة بالمبتكرات الجديدة ، عبر تفعيل قنوات الإتصال الشخصي الذى يساهم وبشكل كبير في تشكيل المواقف حول المبتكرات المستحدث، وإستناداً لما سبق فإن المراحل التي يتم بها تنفيذ نظرية إنتشار المبتكرات في عملية تبنى الأفكار تتجلى في مرحلة الفكرة التي يتبناها الفرد سلفاً ، ثم تأتى مرحلة الإهتمام التي تولد عند الفرد الرغبة في التعرف على التفاصيل الكاملة لتلك الفكرة ، يتبعها مرحلة التجريب التي يدفع من خلالها الأفراد إلى تجربة هذه الفكرة وإن كانت في نطاق ضيق ، ثم تأتي مرحلة تبنى الأفراد للفكرة المستحدثة[14] والثبات عليها بعد التجربة والقناعة والفائدة التي حصلوا عليها في هذه المرحلة .

مبررات توظيف نظرية إنتشار المبتكرات في موضوع الدراسة :

1- فلسفة النظرية وأدبياتها الفكرية التي تشير في عمقها إلى التقنية التي تؤثر في الأساليب الإعلامية المختلفة ، وتفتح أبواباً جديدة أمام القائمين بالاتصال نحو صناعة مضامين إخبارية متميزة بتقنيات عصرية حديثة .

2- قدرة هذه النظرية على تحليل وتفسير المراحل التطورية التقنية المؤثرة في صناعة المحتوى الإخباري ، خصوصاً من خلال توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية .

3- بحث النظرية في مجال التأثيرات التقنية المستقبلية على مستوى الفهم والإدراك والتفاعل مع الجمهور المستهدف .

4- تم إختيار نظرية إنتشار المبتكرات بإعتبارها مناسبة لأجراء مثل هذه الدراسة ، وذلك من حيث إبراز الأبعاد التقنية المستخدمة في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية .

توظيف إنتشار نظرية المبتكرات في موضوع الدراسة :

تم الإستعانة بنظرية إنتشار المبتكرات وتوظيفها في موضوع الدراسة الراهنة ، من خلال الإستفادة من فرضيات النظرية ، في الكشف عن وجهات النظر للقائمين بالاتصال نحو توظيف صحافة الذكاء لإصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ، وربط العوامل المؤثرة في ذلك الاستخدام بالاتجاهات والتأثيرات الإيجابية والسلبية، التي فرضتها تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي الحديثة في صناعة المحتوى الأخباري بالمواقع الإخبارية الرقمية الليبية ، وبناءً على ماسبق فإن الدراسة الحالية تعتمد على توظيف هذه النظرية وتتخذها إطاراً نظرياً لها في رصد وتحليل محتوى شكل مثل هذا النوع من النظريات الناشطة في هذا المجال

تحديد المفاهيم الاجرائية الواردة في الدراسة :

- الاتجاهات هي مفاهيم ذات تعبير محدد تحمل في إطارها قيم قد تكون إيجابية أو سلبية والتي من خلالها يتم الإستجابة للمواقف أو الموضوعات بطريقة معروفة ومحددة مسبقاً .[15]

- القائم بالاتصال : هو الصحفي الذى يعمل في مؤسسة إعلامية ذات صبغة إخبارية ، يختص في صناعة المحتوى الأخباري المقدم للجمهور ، سواءً كان محرراً أو صحفياً أو رئيس تحرير ، يمتلك مسؤلية صناعة وإنتاج كل مراحل الرسالة الإعلامية .[16] .

- **المواقع الإخبارية الليبية** : وهي مجموعة من المواقع الإعلامية الإلكترونية على شبكة المعلومات الانترنيت، والتابعة لمؤسسات صحافية ليبية مختلفة ، تهتم بصناعة وإنتاج وتقديم محتوى إخبارى عام ومتخصص من المواد الصحفية ، التي تعرض التقارير والمقالات والوسائط البصرية والمسموعة بعدة تقنيات متعددة ومتنوعة في مختلف المجالات السياسية والإجتماعية والإقتصادية والثقافية وتقوم بتحديث موضوعاتها غالباً على مدار الساعة[17] .

- الذكاء الاصطناعي : هو مقدرة الآلات والحاسبات التقنية الرقمية على القيام بمهمات معينة ، وتحاكى في عملها الإنسان البشرى الذى يمتلك مهارات التفكير والتعلم والإبداع من تجارب سابقة وغيرها من التقنيات المعقدة التي تتطلب عمليات ذهنية معينة .[18]

الإجراءات المنهجية للدراسة :

أولاً : نوعية الدراسة

تنتمي هذه الدراسة النوعية إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الواقع وتشريحه للظاهرة المعروضة عبر تحليل أبعاده المختلفة ، خاصة تلك المتعلقة باتجاهات القائم

بالاتصال في توظيف صحافة تقنيات الذكاء الاصطناعي موضوع الدراسة ، في إنتاج وصناعة المحتوى الأخبار يكل الموضوعات المطروحة في المواقع الصحفية الرقمية الليبية ، طوال الفترة الزمنية للدراسة ، وذلك بهدف الوصول إلى مقاربة علمية مفيدة إما لعرض هذا الواقع وتصحيحه ، أو تقويمه ثم إستكماله.[19]

ثانياً :منهج الدراسة

يعتبر المنهج المسحي بشقيه (النظري والتطبيقي والتفسيري) من أبرز المناهج المستخدمة غالباً في الدراسات الإعلامية، والذي يهدف إلى تفكيك الظاهرة المعروضة بالتحليل والتفسير بعد حصوله على جملة من المعلومات والبيانات من خلال أوصاف تلك الظاهرة البارزة في شكلها الحالي[20] ، وفي إطار الأهداف والمشكلة البحثية المطروحه في هذا السياق ، فقد إعتمدت الدراسة على أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية في إنتاج المحتوى الأخبار المدعومة بتقنية الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية ، وبحث الخصائص الديموغرافية للعاملين بها من الصحفين والخبراء العامين في هذا المجال[21] ، وإستخدمت الدراسة هذا الإسلوب للتعرف على تقييم الممارسين والفنيين للهذه المهنة على صناعة المحتوى الأخبار بواسطة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية .

ثالثاً :عينة ومجتمع الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في عينة عمدية من القائمين بالاتصال من صانعي المحتوى الأخبار بتقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية الرقمية الليبية ، المتمثلة في (موقع أخبار ليبيا وعددهم (6) - وكالة الأنباء الليبية وعددهم (16) – بوابة الوسط (9)- ليبيا الأن (6) عين ليبيا (7) - صحيفة العنوان (8) – موقع ليبيا الأحرار (11) – المرصد الليبية (5)) ، وبلغ قوام العينة العمدية المختارة في هذه الدراسة 68 مفردة من الصحفيين والخبراء العاملين في مجال الذكاء الاصطناعي، في الفترة الزمنية من 1 فبراير إلى 30 مايو 2025 م ، وبإعتبار العينة العمدية هي الأمثل لتحقيق أهداف هذه الدراسة ، والإجابة على تساؤلاتها وفرضياتها وفق أسلوب محدد يبدأ بمشكلة الدراسة ، وينتهي بالوصول لنتائجها [22] ، لهذا تم إختيار هذه العينة على أساس وجود صفات محددة ، تتناسب مع مفردات مجتمع الدراسة الراهنة [23] ، بهدف الكشف عن رؤية القائمين بالاتصال نحو توظيف تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المختلفة .

رابعاً : أدوات جمع البيانات

استمارة الاستبانة الإلكترونية : التي تم توظيفها في الدراسة وذلك بهدف الإستدلال عن المعلومات والبيانات والإحصائيات المطلوبة عن المبحوثين ، من خلال معرفة أبرز العوامل الديموغرافية ، كالنوع ، المستوى التعليمي ، والخبرة ، والمستوى التعليمي، أسم الموقع الإخباري المنتمي إليه ، إضافة إلى استخدام استمارة المقياس المتضمنة لتساؤلات مغلقة تم توجيهها في سياق مباشر إلى القائمين بالاتصال في المنصات الإخبارية الليبية بشكل إلكتروني

خامساً - إجراءات اختبارات الصدق والثبات:

أجرى الباحث إختبارات الصدق (الأولية) للتأكد من صدق المضمون الإعلامي للأسئلة التي أعدت مسبقاً لهذا الغرض ، من خلال الإعتماد على نتائج صدق مقياس استمارة الاستبانة ، التي تتلاءم مع تحقيق مشكلة وأهداف وفرضيات الدراسة ، وذلك بعرض الإستمارة بصورتها الأولية على بعض الأساتذة المحكمين(**) المتخصصين في مجال العمل الصحفي الرقمي ، والتقنيات ومناهج البحوث التي لهم صلة بموضوع الدراسة ، وذلك للتأكد من بنية الأداة و مدى صلاحيتها وتغطيتها لجميع جوانب الدراسة ، حيث تم تعديل الإستمارة وفقاً لما أبدوه المحكمين من ملاحظات ومقترحات بهذا الخصوص ، كما تم إستخدم أسلوب الإختبار القبلي بتحليل مضمون مانسبته 10 % من إجمالي عينة الدراسة ، وبفارق زمنى قدره أسبوعين ، وبتطبيق معادلة هولستي تكون نسبة متوسط الثبات في التحليل والإتفاق ومعاملات الإرتباط أكثر من 88%.وبناءً عليه فإن أدة القياس المستخدمة في الدراسة قابلة للتطبيق.

سادساً : المعالجة الإحصائية للبيانات :

استخدم الباحث الأساليب التي تتناسب مع بيانات الدراسة وتساهم في تحقيق أهدافها ، من خلال استخدام الرزمة الإحصائية في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS ، حيث تم إدخال جميع البيانات على الكمبيوتر ، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر حساب العديد من المقاييس الإحصائية ، التي تنوعت ما بين تكررات البسيطة والنسب المئوية، وإختبارات T-test ، ومعامل ارتباط بيرسون ، وغيرها من العمليات الاحصائية الأخرى .

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية (الإجابة على تساؤلات الدراسة)

جدول رقم (1) يوضح أهم الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية

النوع الإجتمـاعي	ذكـــــــــور	49	72.06
	إنـــــــــاث	19	27.94
الفئة العمـــــرية	20 – 30 عاماً	13	19.11
	31 – 40 عاماً	25	36.76
	41 – 50 عاماً	17	25
	51 – 60 عاماً	9	3.62
	60 سنة فأكـــــثر	4	5.88
المستوى التعليمي	دبلوم متـــــوسط	7	10.29
	بكـــــــالوريس	54	79.41
	مـــــــاجستير	4	5.88
	دكتـــــــوراه	3	4.41
طبيعة العمـــــل	رئيس تحـــــرير	8	11.76
	صحـــــــفي	18	26.47
	فنـــــــــي	16	23.52
	مخـــــــرج	4	5.88
	محـــــرر أخبـار	22	32.35
المؤسســة الإعلامية التي تنتمي إليـــــها	وكـــــالة أنبـاء	16	23.52
	مـــــوقع إلكتروني	22	32.35
	من،،صة إخبـــارية	23	33.82
	صحيفة إلكتـــرونية	7	10.29
سنوات الخبـــــرة	ســـنتان – أقـــل مـــن 5 سنوات	9	3.62
	5 ســـنوات أقـــل مـــن 10سنوات	46	67.64
	10 ســـــــــنوات فأكثـــــــــر	13	19.11
المجموع (ن) = 68			

المتغيرات الديموغرافية للقائمين بالاتصال في عينة الدراسة :

يتناول هذا المحور المتغيرات الديموغرافية لأفراد القائمين بالاتصال عينة الدراسة والمتمثلة في النوع الاجتماعى ، العمر ، المؤهل الدراسي ، والوظيفة التي يشغلها في المواقع الإخبارية ، والمؤسسة الإعلامية المنتمي إليها.

أولاً : متغير النوع :

أشارت بيانات الجدول السابق حول نوع المبحوثين الذين تم تطبيق الدراسة الميدانية عليهم أن القائمين بالاتصال في صحف الدراسة إقتصر على الذكور بنسبة 72.06 %، وعلى الإناث بنسبة 27.94% .

ثانياً: متغير المستوى التعليمى :

أشارت بيانات الجدول السابق أن مانسبته 79.41 % حاصلين على مؤهل جامعى من إجمإلى عينة المبحوثين في مواقع الدراسة ، يليها في الترتيب الثانى بنسبة 10.29 % ، حملة المؤهلات العلمية دبلوم متوسط ، بينما الحاصلين على مؤهل دراسى عالي فجاء في المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية بلغت 5.88 % .

ثالثاً : فئة المرحلة العمرية:

أشارت بيانات الجدول السابق حول الفئة العمرية لأفراد عينة الدراسة الميدانية أن فئة المبحوثين من (31 – 40 عاماً) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 36.76% ، تلتها وبنسبة 25 % الفئة العمرية من (41 – 50 عاماً) ، بينما حل في المركز الثالث الفئة العمرية من (20 – 30 عاماً) بنسبة مئوية بلغت 19.11 %، أما الفئة العمرية من (51 فأكثر) فجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية بسيطة بلغت 3.62 %

رابعاً : الوظيفة التي يشغلها في المواقع الإخبارية :

أشارت بيانات الجدول السابق أن معظم المبحوثين تمثلت طبيعة عملهم في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية العاملين بها تجسدت في وظيفة (محرر أخبار) التي جاءت بنسبة 32.35 % ، ثم وظيفة (صحفي) بنسبة مئوية بلغت26.47% ، ووظيفة (فني) التي جاءت بنسبة 23.52 % ، تلاها وظيفة رئيس تحير بنسبة 11.76 % ، ثم في المرتبة الأخيرة وظيفة مخرج بنسبة مئوية بلغت5.88 % .

خامساً : سنوات الخبرة :

أشارت بيانات الجدول السابق إلى أن سنوات الخبرة للقائمين بالاتصال داخل المواقع الإخبارية الرقمية الليبية تمثلت في (5 سنوات أقل من 10سنوات) التي جاءت في الترتيب الأول بنسبة مئوية كبيرة بلغت 67.64 % ، تلتها في الترتيب الثاني عدد سنوات الخبرة من (سنتان – أقل من 5 سنوات) بنسبة بسيطة بلغت3.62 % .

جدول رقم (2) يوضح المواقع الإخبارية التي تقوم بتوظيف صحافة تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي من وجه نظر القائم بالاتصال .

المواقع الإخبارية	ك	%
أخبـــــــــارليبيا	11	16.17
وكـــالة الأنباء الليبية	7	10.30
بـــــــوابة الوسط	6	8.82
ليـــبيـــــــا الأن	4	5.90
عـيـــــن ليبـــيا	10	14.70
صحيفة العنوان الـــــــرقمية	12	17.64
ليبيـــــــــــا الأحـــرار	5	7.35
المـــــــــــــرصد الليبية	13	19.12
المـــجمـــــــــــوع	68	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر موقع المرصد الليبية مقدمة المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ، التي يرى المبحوثين عينة الدراسة أنها تقوم بتوظيف تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الليبية بنسبة إجمالية بلغت 19.12 % ، تلاها صحيفة العنوان بنسبة 17.64 %، ثم موقع أخبار ليبيا بنسبة 16.17 % ، وفي المرتبة الرابعة حل موقع عين ليبيا الأخبار بنسبة إجمالية بلغت 14.70 % ، وفي المرتبة الخامسة توظيفاً وكالة الأنباء الليبية بنسبة مئوية بلغت 10.30 % ، وفي المرتبة السادسة جاءت كل من بوابة الوسط وموقع ليبيا الأحراربنسب قليلة ومتتالية بلغت 8.82%، 7.35 % ، بينما حل في مؤخرة المواقع التي وظفت تقنيات الذكاء الاصطناعي في منصتها الإخبارية موقع ليبيا الأن بنسبة ضيئلة بلغت 5.90 % .وتعكس هذه النتيجة كما أكدها القائمون بالاتصال عن وجود اهتمام كبير من قبل مناصاتهم الإخبارية في تبني مثل هذه التقنيات العصرية الجديدة ، وعللوا ذلك بعدد من الأسباب هي كون أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعتبر من أهم السمات الصحفية للنظام الإعلامي الجديد في ليبيا والركيزة الأولى والأساسية للتحول الرقمي ضمن البيئة الإعلامية الحديثة ، ورغبة كل مؤسسة إخبارية في دعم محتوياتها الإخبارية المنتجة ، من خلال معالجات متعمقة ذات صبغة تقنية عالية الجودة تنال رضى وإعجاب الجمهور، كما رأى القائمون بالاتصال في هذه المواقع في توظيف هذه التقنيات راجع إلى رغبتهم الأساسية في خلق نوع من المنافسة التي سوف تميز مؤسساتهم الإعلامية عن غيرهم من المؤسسات العاملة في هذا المجال .

جدول رقم (3) يوضح أوجه الإستفادة القائمين بالاتصال بالمواقع الإخبارية الرقمية من تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي .

أوجه الإستفادة	ك	%
عرض الأخبار بطرق جديدة تتماشى مع البيئة الرقمية الحديثة	8	11.76
كتابة قصص المحتوى الإخباري بجودة عالية	12	17.64
جمع بيانات ومعلومات المحتوى الإخباري وتحريره	23	33.82
إعداد موضوعات إخبارية متنوعة بالتقنيات الحديثة	17	25
إخراج وتصميم المحتوى الصحفي الإخباري بشكل حرفي	8	11.78
المجـــــــموع	68	100

يتضح من الجدول السابق أن 33.82 %. من القائمون بالاتصال قد أجمع في مواقع الدراسة على أنهم يمكنهم تحقيق الإستفادة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر "جمع بيانات ومعلومات المحتوى الإخباري وتحريره "، بينما أوضح 25% ، من القائمين بالاتصال على أوجه الاستفادة من استخدام التقنيات الحديثة جاءت في" إعداد موضوعات إخبارية متنوعة بالتقنيات الحديثة "وفي المرتبة الثالثة حلت "كتابة قصص المحتوى الإخباري بجودة عالية " بنسبة مئوية بلغت 17.64% ، وفي المرتبة الرابعة جاءت كل من " عرض الأخبار بطرق تتماشى مع البيئة الرقمية الحديثة و إخراج وتصميم المحتوى الصحفي الإخباري بشكل حرفي" بنسب مئوية متساوية بلغت 11.78%،ويمكن تفسير ذلك من خلال أن القائمين بالاتصال كانوا على معرفة ودراية تامة بفائدتهم الشخصية والمهنية من توظيفهم لمثل هذه التقنيات الرقمية الجديدة ،الذى سينتج عنه تقديم خدمات إخبارية ذات جودة عالية .

جدول رقم (4) يوضح أنواع الخدمة الإخبارية الرقمية المقدمة بواسطة صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية من وجه نظر القائم بالاتصال .

نوع الخدمة المقدمة	ك	%
الفيديو والصـــــوت	21	30.88
الأنـــــــــفوجرافيك	33	48.52
النصـــــوص والصور	14	20.60

المـــــــجموع	68	100

يتضح من الجدول السابق أن **48.52** % من أفراد العينة رأو أن خدمة " الأنفوجرافيك " جاءت في مقدمة تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مواقعهم الإخبارية الرقمية ، بينما أكد 30.88 % توظيفهم لخدمة " الفيديو والصوت " وفي المرتبة الأخيرة جاء استخدام خدمة النصوص والصور بنسبة مئوية بلغت20.60%

جدول رقم (5) يوضح أنواع العوامل المؤثرة في توظيف القائم بالاتصال بالمواقع الإخبارية لتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي.

العوامل المـــــــــؤثرة	ك	%
عوامل إجتماعية متعلقة بتقبل الجمهور للـــــــــــمحتوى المنـــــــــتج ألياً	-	-
عوامل إقتصادية مرتبطة بتمويل المواقع الإخبارية الرقمية لتوفير هذه التقنيات الحديثة	10	14.70
عوامل مهنية متعلقة بالمواقع الإخبارية وقدرتها على تنفيذ هذه التقنيات في مجال عملها	14	20.60
عوامل تكنولوجية المتمثلة في توفير شبكة إتصال قوية وخدمات تقنية ذات جودة عالية مثل شبكات الانترنيت	44	64.70
المجـــــــمـــــــوع	68	100

يتضح من الجدول السابق تصدر " العوامل التكنولوجية المتمثلة في شبكة إتصال قوية وخدمات تقنية ذات جودة عالية مثل شبكات الانترنيت " مقدمة العوامل المؤثرة في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة إجمالية بلغت 64.705 % ، تلاها العوامل المهنية المتعلقة بالمواقع الإخبارية وقدرتها على تنفيذ هذه التقنيات في مجال عملها " بنسبة مئوية بلغت 20.60 % ، ثم جاءت" العوامل **الإ**قتصادية المرتبطة بتمويل المواقع الإخبارية الرقمية لتوفير هذه التقنيات الحديثة " في المرتبة الثالثة بنسبة إجمالية بلغت 14.70% ، بينما إستبعد أفراد العينة تناول العامل الإجتماعي من المجموع الكلى للعوامل المؤثرة في توظيف القائم بالاتصال بالمواقع الإخبارية لتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي

جدول رقم (6) يوضح أشكال التفاعلية التي توظفها المواقع الإخبارية الرقمية بواسطة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي من وجه نظر القائم بالاتصال ؟

أشكال التفاعلية	ك	%
قياس وإستطلاعات الرأى العام	7	10.29
التعليقات	12	17.64
البريد الإلكتروني	11	16.17
عرض المشاركات عبر منصات التواصل الإجتماعي المختلفة	38	55.90
المـــــجمـــــوع	68	100

يتضح من الجدول السابق طغيان "عرض المشاركات عبر منصات التواصل الإجتماعي المختلفة " مقدمة أشكال التفاعلية التي توظفها المواقع الإخبارية الرقمية عبر تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي من وجه نظر القائم بالاتصال بنسبة إجمالية بلغت 55.90 %، ، تلاها التفاعلية عبر " التعليقات " بنسبة مئوية بلغت 17.64 % ، ثم جاءت التفاعلية من خلال " البريد الإلكتروني " في المرتبة الثالثة بنسبة إجمالية بلغت 16.17 % ، وحل في المرتبة الرابعة من أشكال التفاعلية التي توظفها المواقع الإخبارية الرقمية بواسطة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي من وجه نظر القائم بالاتصال "قياس استطلاعات الرأي العام " بنسبة مئوية قليلة بلغت10.29% .

جدول رقم (7) يوضح أكثر الفنون التحريرية التي يتم إنتاجها بواسطة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ؟

أشكال الفنون التحريرية	ك	%
أخـــــبار	17	25
تقـــــارير صحفية	13	19.11
قصص إخبارية رقمية	23	33.82
صور رقمية معـــالجة	15	22.07
المجـــــــــــموع	68	100

نلاحظ من الجدول السابق طغيان توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج "المواد الخبرية القصصية الرقمية "على الفنون الأخرى بنسبة إجمالية بلغت 33.82 % ،

تلاها إنتاج معالجات " الأخبار " بإهتمام كبير من عينة الدراسة بنسبة مئوية بلغت 25%، ثم إنتاج " الصور الرقمية " بتقنية الذكاء الاصطناعي على المرتبة الثالثة بنسبة مئوية بلغت 22.07 % ، مما يوضح أن المواقع الإخبارية الرقمية الليبية تعتمد على مواد القصة الخبرية الرقمية أكثر منها على مواد الرأى في معالجة جميع الموضوعات بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي ،بينما تحصلت إنتاج " التقارير الصحفية "على المرتبة الرابعة بنسبة مئوية إجمالية بلغت19.11 % من مجموع الفنون الإخبارية المنتجة بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي . وتتفق هذه الدراسة مع دراسة أيمن خميس (2023) والتي أوضحت أن أغلب الفنون التحريرية التي يتم إنتاجها بواسطة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ، برزت في إنتاج القصص الإخبارية في المقام الأول ، وأتفقت معها أيضاً دراسة Ghuan,sunny Tsai (2020) التي أكدت على أن القصص الإخبارية تصدرت الفنون الخبرية المنتجة بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي التي جاءت في المرتبة الأولي بنسبة 55,14% من مجموع الفنون المنتجة في هذا المجال داخل المؤسسات الإعلامية .

جدول رقم (8) يوضح أهم المضامين التي تم تناولها بواسطة صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية .

المظـــــامين	ك	%
الإقتصـــــادية	31	45.58
السياســـــية	7	10.30
الإجتمـــاعية	5	7.35
الصـــــحية	6	8.82
البـــــئية	3	4.41
التكنولـــوجية	16	23.54
المجـــموع	68	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى المضامين التي يفضلها المبحوثون عينة الدراسة إنتاجها وتناولها بتقينة الذكاء الاصطناعي ، برزت في المضامين" الاقتصادية " التي حصلت على المركز الأول بنسبة45.58 %، وتعكس هذه النتيجة الظروف والمشكلات الاقتصادية التي تمر بها الدولة الليبية فى المرحلة الراهنة مما يستوجب من هذه المواقع والمنصات الإخبارية إعطاء أهمية وأولوية بالغة في تناولها . ثم حصلت المضامين" التكنولوجية " على المركز الثاني بنسبة مئوية بلغت 23.54 % ، وتعكس هذه النتيجة

مدى إهتمام القائم بالاتصال بهذه الموضوعات وإنتاجها بتقنية الذكاء الاصطناعي ذلك راجع إلى سهولة التعامل مع هذه الموضوعات لأنها من صميم عمل تقنيات الذكاء الاصطناعي نفسه ، وفي المركز الثالث حلت المضامين " السياسية " بنسبة إجمالية بلغت 10.30 % ، تلاها على التوالي المضامين " الصحية ،و الإجتماعية ثم البيئية " تتفق هذه النتيجة مع دراسة جمال محمد بدوى (2023) التي أوضحت أن الموضوعات الاقتصادية هي الأكثر إنتاج بواسطة تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي ، على عكس دراسة أيمن بريك عادل (2022) التي بينت أن الموضوعات التكنولوجية والرياضية هي الأكثر إنتاجاً بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي وأتفقت معها أيضاً دراسة Ghuan,sunny Tsai (2020) ،التي أكدت على أن الموضوعات الإقتصادية تقدمت إنتاج الموضوعات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي

جدول رقم (9) يوضح التأثيرات الإيجابية من توظيف القائم بالاتصال لصحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية .

التأثيرات الإيجابية	ك	%
توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين	8	11.76
تساعد في زيادة وتحسين إنتاج المحتوى الأخباري	26	38.23
السهولة في التنوع السرد الرقمي الإخباري	4	5.90
تعمل على تطوير مهارات العاملين في المواقع الإخبارية	6	8.82
تساعد في معالجة وتحليل المعلومات والبيانات المعقدة بكل يسر وسهولة	9	13.23
تخفف من أعباء مهام العمل الصحفي التقليدى	15	22.06
المجموع	68	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى التأثيرات الإيجابية الناتجة عن توظيف القائم بالاتصال لصحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ، جاءت في المقدمة عبارة " تساعد في زيادة وتحسين إنتاج المحتوى الأخباري " بنسبة إجمالية بلغت 38.23 %، تلتها عبارة " إنها تخفف من أعباء مهام العمل الصحفي التقليدى " في المرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت 22.06 %، ثم عبارة "تساعد في معالجة وتحليل المعلومات والبيانات المعقدة بكل يسر وسهولة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 13.23% ، وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة "توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين" بنسبة مئوية بلغت 11.76 % ، وفي المؤخرة حلت عبارة "تعمل على تطوير مهارات العاملين

في المواقع الإخبارية " بنسبة مئوية بسيطة بلغت 8.82 % .ووفقاً لنتائج الجدول السابق فإن التأثيرات الإيجابية الناتجة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع والمنصات الإخبارية الرقمية الليبية من وجه نظر عينة الدراسة كانت مرتفعة النسب مما يدل على أهمية وفوائد هذه التقنية في عمل المؤسسات الصحفية بكافة أشكالها وأنواعها ، ويرى الباحث إنه في حالة عدم استخدام هذه التقنيات وتجاهلها في المهام والأعمال الصحفية المتنوعة ، فإن مصير تلك المؤسسات والمواقع الإعلامية مهددة بفقدان مكانتها وصورتها أمام جمهورها خاصة وأمام منافيسها بصورة عامة ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أيمن خميس ربيع (2023) في أن أهم إيجابيات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات الإعلامية هي تطوير مهارات العاملين في المواقع الإخبارية ، ، بينما أكدت الدراسة الراهنة على أن أهم التأثيرات الإيجابية الناتجة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات الإخبارية هي أنها تساعد في زيادة وتحسين إنتاج المحتوى الأخباري بنسبة مئوية بلغت 38.23 % .و تختلف هذه النتيجة مع دراسة أحمد عبد الفتاح موسي (2021) ، التي أظهرت أن أهم ايجابيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي هي في توفر البيئة الصحفية المناسبة لراحة الصحفييننفي مجال عملهم اليومي .

جدول رقم (10) يوضح التأثيرات السلبية من توظيف القائم بالاتصال لصحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية .

التأثيرات السلبية	ك	%
جمود المحتوى الأخباريالمنتج ألياً وغياب الجوانب الإنسانية فيه	11	16.17
يؤدي إلى إبعادعدد كبير من الكفأت المهنية المؤسسات الصحفية	17	25
تدني جودة تناول تقارير متعمقة في الحدث الإخباري	25	36.76
كثرة الأخطاء في المحتوى المنتوج الرقمي بسبب تقنيات الذكاء الاصطناعي	7	10.29
عدم قابيلة الجمهور للمحتوى المنتج ألياً مما يؤدى إلى التأثير على بنية وعمل الموقع المنتج له	8	11.79
المجـــــــــــموع	68	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى التأثيرات االسلبية الناتجة عن استخدام القائم بالاتصال لصحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ، حيث تصدرت عبارة "تدني جودة تناول تقارير متعمقة في الحدث الإخباري " مقدمة تلك التأثيرات بنسبة إجمالية بلغت 36.76 %، تلاها عبارة "يؤدي إلى إبعادعدد كبير من الكفأت المهنية المؤسسات الصحفية " في المرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت 25 % ، ثم عبارة " جمود المحتوى الأخباري المنتج ألياً وغياب الجوانب الإنسانية فيه "المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 16.17 **%** ، وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة " عدم قابيلة الجمهور للمحتوى المنتج ألياً مما يؤدى إلى التأثير على بنية وعمل الموقع المنتج له " بنسبة مئوية بلغت 11.76 % ، وفي مؤخرة الصدارة حلت عبارة " كثرة الأخطاء في المحتوى المنتوج الرقمي بسبب تقنيات الذكاء الاصطناعي " بنسبة مئوية بسيطة بلغت 10.29% . وتعكس هذه الأرقام نتيجة مفادها ، أن تقنيات الذكاء الاصطناعي وبالرغم من فوائدها العظيمة إلا أنها في نفس الوقت لن تكون أداة بديلة وبشكل كامل عن العنصر البشرى ، ذلك لأن العقل البشرى هو العقل المنتج والمبدع لتلك التقنيات العاملة في هذا المجال ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أيمن بريك عادل ربيع (2022) في أن أهم سلبيات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المنصات الإعلامية هي إبعادعدد كبير من الكفأت المهنية المؤسسات الصحفية وهذا ما توصلت إليه نتائج الدراسة الراهنة ضمن هذا السياق .

جدول رقم (11) يوضح الاتجاهات التي فرضتها صحافة الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباري في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية .

الاتجاهات	ك	%
ستؤى تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى مرونة أكبر في التفاعل مع المحتوى الأخبار يالرقمي الجديد	8	11.79
سيعمل الذكاء الاصطناعي على تحسين من بيئة العمل الصحفي بشكل متميز داخل المؤسسات الإعلامية	21	30.88
سيتمكن الربوت الألي من القيام بمهام وواجبات كل أعمال الصحفي البشرى	16	23.52
سوف تنقل تقنيات الذكاء الاصطناعي العمل الصحفي إلى مستويات عالية من الخدمات الإخبارية بكل يسر وسهولة	10	14.70
سيكون المحتوى الأخباري المنتج ألياً في المستقبل أكثر طلباً ورغبة في المواقع الإخبارية الرقمية	13	19.11

المـــــــــــجموع	68	100

يتضح من الجدول السابق أن 30.88 %. منتجات القائمين بالاتصال قد أجمع في مواقع الدراسة على الاتجاهات التي فرضتها صحافة الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباري في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ، في عبارة " سيعمل الذكاء الاصطناعي على تحسين من بيئة العمل الصحفي بشكل متميز داخل المؤسسات الإعلامية" بينما أوضح 23.52 %اتجاهات القائمين بالاتصال ضمن هذا السياق على عبارة " سيتمكن الروبوت الألي بالقيام بمهام أعمال الصحفي البشرى " ، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة " سيكون المحتوى الأخباري المنتج ألياً في المستقبل أكثر طلباً ورغبة في المواقع الإخبارية الرقمية " بنسبة مئوية بلغت 19.11 % . ثم عبارة " سوف تنقل تقنيات الذكاء الاصطناعي العمل الصحفي إلى مستويات عالية من الخدمات الإخبارية بكل يسر وسهولة " في المرتبة الرابعة بنسبة مئوية بلغت 14.70 % ، وفي مؤخرة اتجاهات القائمين بالاتصال حلت عبارة " ستؤدى تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى مرونة أكبر في التفاعل مع المحتوى الأخبار يالرقمي الجديد " بنسبة مئوية قليلة بلغت 11.79 % .من مجموع الاتجاهات التي فرضتها تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخبار يالرقمي الجديد .

نتائج فروض الدراسة :

الفرض الأول : يوجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وبين الاتجاهات التي تعزز هذه التقنيات في صناعة المحتوى الأخباري في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عينة الدراسة

جدول رقم (12) يوضح العلاقة الإرتباطية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وبين الاتجاهات التي تعزز هذه التقنيات في صناعة المحتوى الأخباريفي المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عينة الدراسة.

المتغيرات	الاتجاهات المعززة في صناعة المحتوى الأخباري				
		معامل بيرسون	مستوى الدلاله	الإتجاه	مستوى المعنوية

اتجاهات القائم بالاتصال نحو صحافة الذكاء الاصطناعي		297.*	01.	طردية	0.016

نلاحظ من الجدول السابق ومن خلال استخدام معامل بيرسون في معرفة دلالة العلاقة مابين متغيرين كميان ، يتضح من النتائج أن هناك علاقة إرتباطية طردية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي ، وبين الاتجاهات التي تعزز هذه التقنيات في صناعة المحتوى الأخباري في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 297.* عند مستوى دلالة 01. وهي قيمة ذات دالة إحصائية ، وبذلك ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وبين الاتجاهات التي تعزز هذه التقنيات في صناعة المحتوى الأخباريفي المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عينة الدراسة.

الفرض الثاني : يوجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي ، وبين العوامل المؤثرة على تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباريفي المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عينة الدراسة.

جدول رقم (13) يوضح تحليل الانحدار الخطى البسيط لكل اتجاهات القائم بالاتصال وبين العوامل المؤثرة على تقنيات الذكاء الاصطناعي .

المتغيرات	العوامل المؤثرة في تقنيات الذكاء الاصطناعي						
	معامل إرتباط (R)	معامل التحديد (^{2}R)	معامل التحديد بعد التعديل (^{2}R)	نسبة الخطأ المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة	الإتجاه
اتجاهات القائم بالاتصال نحو صحافة الذكاء الاصطناعي	.309	.166	.152	1.07038	12.707	.000	طردية

يتضح من نتائج الجدول السابق أن هناك علاقة إرتباطية بين إحصائية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وبين العوامل المؤثرة

على تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباريفي المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عينة الدراسة ، حيث بلغت قيمة معامل الإرتباط 309. عند مستوى دلالة 000. وهي قيمة ذات دالة إحصائية ،، وبذلك تثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وبين العوامل المؤثرة على تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباري في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عينة الدراسة.

الفرض الثالث : يوجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ، وبين المهارات المهنية المكتسبة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباريفي المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عينة الدراسة .

جدول رقم (14) يوضح تحليل معامل إرتباط بيرسون في تحديد العلاقة بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ، وبين المهارات المهنية المكتسبة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخبارى.

المتغيرات	المهارات المهنية المكتسبة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي				
		معامل بيرسون	مستوى الدلاله	الإتجاه	مستوى المعنوية
اتجاهات القائم بالاتصال نحو صحافة الذكاء الاصطناعي		**.358****	.000	طردية	0.016

نلاحظ من بيانات الجدول السابق من خلال استخدام معامل بيرسون في معرفة دلالة العلاقة مابين متغيرين كميان ، يتضح من النتائج أن هناك علاقة إرتباطية متوسطة بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ، وبين المهارات المهنية المكتسبة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباري في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية عينة الدراسة ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 358.** عند مستوى دلالة 000. وهي قيمة ذات دالة

إحصائية ، وبذلك ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ، وبين المهارات المهنية المكتسبة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخبار يالرقمي.

النتائج العامة والتوصيات:

من خلال نتائج هذه الدراسة الميدانية تم الوصول إلى عدة نتائج من أهمها:

1- كشفت نتائج الدراسة الميدانية من وجه نظر القائمين بالاتصال عن تصدر المواقع الإخبارية الرقمية مقدمة المنصات الإخبارية مجتمعة ، و التي تقوم بتوظف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين الإخبارية في مجال عملها ، والتي جاءت في مقدمتها موقع المرصد الليبية بنسبة 19.12% ، يليها منصات الصحف الرقمية التي جاء في مقدمتها العنوان الإخبارية بنسبة 17.64 % ، ثم مواقع القنوات التلفزيونية التي حلت في المرتبة الثالثة التي تصدرت مقدمتها قناة الوسط الإخبارية بنسبة 8.82% .

2- أوضحت نتائج الدراسة أن 33.82 %. من القائمون بالاتصال قد أجمع في مواقع الدراسة على أنهم يمكنهم الإستفادة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من خلال جمع بيانات ومعلومات المحتوى الإخباري وتحريره ، بينما أوضح 25% من القائمين بالاتصال على أنهم يمكنهم الإستفادة من استخدام التقنيات الحديثة التي تجلت في إعداد موضوعات إخبارية متنوعة بالتقنيات حديثة .

3- أظهرت نتائج الدراسة أن 48.52 % من أفراد العينة رأو أن خدمة " الأنفوجرافيك " جاءت في مقدمة تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مواقعهم الإخبارية الرقمية ، بينما أكد 30.88 % توظيفهم لخدمة " الفيديو والصوت " والذى جاء في المرتبة الثانية من حيث الإستعانة به ضمن أنواع الخدمات المستخدمة .

4- أشارات نتائج الدراسة إلى تصدر العوامل التكنولوجية المتمثلة في شبكة إتصال قوية وخدمات تقنية ذات جودة عالية مثل شبكات الانترنيت مقدمة العوامل المؤثرة في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة 64.705 % ، تلاها في المرتبة الثانية العوامل المهنية المتعلقة بالمواقع الإخبارية وقدرتها على تنفيذ هذه التقنيات في مجال عملها بنسبة مئوية بلغت 20.60 % .

5- كشفت نتائج الدراسة أن المواقع الإخبارية عبر وسائل التواصل الإجتماعية جاءت في صدارة نوعية الوسيلة المستخدمة في المواقع الإخبارية الرقمية لأجل المشاركة

والتواصل والتفاعل مع جمهورهاالعريض بنسبة مئوية بلغت 55.90 %، تلاها التفاعلية عبر " التعليقات " بنسبة مئوية بلغت 17.64 % .

6- أوضحت النتائج أن أكثر الأشكال الصحفية التي يفضلها المبحوثون توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحريرها وإنتاجها تمثلت في المواد الخبرية القصصية الرقمية بنسبة إجمالية بلغت 33.82 % ، تلاها في المرتبة الثانية إنتاج معالجات الأخبار بإهتمام كبير من عينة الدراسة بنسبة مئوية بلغت 25%.

7- أشارات نتائج الدراسة إلى أن المضامين التي يفضلها المبحوثون عينة الدراسة إنتاجها وتناولها بتقنية الذكاء الاصطناعي ، برزت في المضامين الاقتصادية التي حصلت على المركز الأول بنسبة45.58 %، تلتها المضامين" التكنولوجية " على المركز الثاني بنسبة مئوية بلغت 23.54 %

8- أوضحت نتائج الدراسة أن أهم التأثيرات الإيجابية الناتجة عن توظيف القائم بالاتصال لصحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ، جاءت في مقدمتها إنها تساعد في زيادة وتحسين إنتاج المحتوى الأخباري بنسبة إجمالية بلغت 38.23 %، و إنها تخفف من أعباء مهام العمل الصحفي التقليدى في المرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت 22.06 %.

9- كشفت نتائج الدراسة على أن أهم التأثيرات السلبية الناتجة عن استخدام القائم بالاتصال لصحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية ، تصدرت في تدني جودة تناول تقارير إخبارية متعمقة في الحدث الإخباري مقدمة تلك التأثيرات بنسبة إجمالية بلغت 36.76 %، تلتها إنها تؤدى إلى إبعاد عدد كبير من الكفأت المهنية المؤسسات الصحفية في المرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت 25 % .

10- بينت نتائج الدراسة أن 30.88 %. من اتجاهات القائمين بالاتصال قد أجمع في مواقع الدراسة على الاتجاهات التي فرضتها صحافة الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الأخباري في المواقع الإخبارية الرقمية الليبية المتمثلة في إتجاه إنه سيعمل على تحسين من بيئة العمل الصحفي بشكل متميز داخل المؤسسات الإعلامية ، بينما أوضح 23.52 % من اتجاهات القائمين بالاتصال في هذا السياق على أن الربوت الألي سيتمكن من القيام بمهام وواجبات كل أعمال الصحفي البشرى مستقبلاً .

التوصيات :

1- الإهتمام بالعنصر الإعلامى البشرى وتطوير قدراته الفكرية والمهنية ، بدلاً من تهميشه وإقصاءه من العمل الصحفي، عن طريق عمل المزيد من الأبحاث الميدانية

الناشطة في هذا المجال ، حتى تسطيع المؤسسات الإعلامية مواكبة التطور الهائل والسريع الذى فرضته العولمة الإعلامية الرقمية الجديدة في هذه المرحلة .

2- التأكيد على المؤسسات الإعلامية المختلفة بتوظيف تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العملية التحريرية بكافة أشكالها وأنواعها المختلفة .

3- تكثيف عمل ورش ودورات عملية حول استخدامات تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في إنتاج وصناعة المحتوى الأخباري، وتوفير غرف أخبار رقمية حديثة وتمويلها داخل المؤسسات الإخبارية الرقمية الناشطة في هذا المجال .

هوامش الدراسة :

1- عصمت ثلجي حداد ، توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الأردنية وإنعكاساته على الممارسة المهنية للصحفيين ، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، العدد الخامس والعشرون ، يناير – يونيو 2023.

2- أيمن خميس ربيع ، توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحير الصحفي من وجهة نظر النخبة الفلسطنية ، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والإتصالية ، المجلد 11، العدد 2، 2023.

3- جمال محمد بدوي ، أليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام والإتصال ، العدد 75، 2023.

4- إسماعيل محمد زعنون ، اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل ، رسالة ماجستير غير منشورة ، غزة 2022.

5- سحر خولي أيمن ، اتجاهات الصحفيين المصرين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، 2022.

6- أيمن بريك عادل ، اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية المصرية والسعودية ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، المجلد 53، 2022.

7- أحمد عبد الفتاح موسي ، اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، المجلة المصرية لبحوث الرأى ، 2021.

8- Gouda,N,Biswal,Artificial Intellignce in Journalism ,A boon on bane In optimisation in machine learning and applications, springer Bloomberg mobile App Users ,2021.

9-Olmsted- chan, Review of Artificial Intelligence Adoptions in the media Industry , International Journal on media management.2020.

10- Ghuan, Sunny Tsai,framing artificial Intelligence in American newspapers, In proceedings of the conference on Al Ethics and society ,2020

11- بسام المشاقبة أحمد ، نظريات الإعلام ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2023 ، ص21.

12- نوره عابد العزام ، دور الذكاء الاصطناعي في رفع كفأة النظم الإدارية في الموارد البشرية في جامعة تبوك ، المجلة التربوية ، جامعة سوهاج ، 2022 ،ص 55.

13- عبد الكريم الدبيسي كرم ، الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي ، دار المسرة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2022، ص113.

14- شفيق حسين مصطفي ، إعلام الذكاء الاصطناعي ومستقبل وسائل الإعلام في صناعة الأخبار، دار البيان للنشر والتوزيع ، 2021 ، ص 59.

15- عبد الظاهر محمد عادل ، صحافة الذكاء الاصطناعي الثورة الرابعة ، دار بدائل للنشر والتوزيع ، بغداد، 2022، ص 82.

16- فتحي عامر حسين ، الذكاء الاصطناعي والإعلام الجديد ، دار الحكمة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2021، ص 88

17- مي عبدالرزاق مصطفي ، أطر معالجة المواقع الإخبارية الليبية الخاصة للأزمات الليبية ، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، العدد السادس والعشرون ، ديسمبر ، 2023 ، ص170.

18- منال توفيق المزاهرة ، بحوث الإعلام : الأسس والمبادئ ، دار كنوز للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2021، ص 102.

19- شعبان قنديل يوسف ، مناهج البحث الإعلامي ، دار الملاين للنشر والتوزيع ، الأسكندرية ، 2021، ص76.

20- السيد عثمان أحمد ، مناهج البحوث الإجتماعية ، دار نون للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2021، ص 49

21- شعبان قنديل يوسف، مرجع سابق ، ص 91.

22- عبد الغني إسماعيل العمراني ، مناهج البحث العلمي ، دار المسرة للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2023 ، ص 25

23- ربحي مصطفي عليان ، مناهج وأساليب البحث العلمي الحديثة : النظرية والتطبيق ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، 2023، ص 124.