

Trends Among Jordanian TV Communicators in Employing Artificial Intelligence Applications in Newsrooms

Qasim Zaid Ahmad AbuZaid^{1*} , Mah'd Ahmad Moh'd Alrajabi² 

¹ Middle East University Graduate Researcher - Jordan

²Department of Digital Media - Faculty of Media - Middle East University - Jordan

Received: 17/12/2023

Revised: 27/1/2024

Accepted: 9/5/2024

Published online: 10/3/2025

* Corresponding author:

Kasemabu079@yahoo.com

Citation: Alrajabi, M. A. M., & AbuZaid, Q. Z. A. (2025). Trends Among Jordanian TV Communicators in Employing Artificial Intelligence Applications in Newsrooms. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 52(4), 6381.

<https://doi.org/10.35516/hum.v52i4.6381>



© 2025 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Abstract

Objectives: The study aims to discern the patterns of communication on Jordanian television, assess the level of information among communicators, and understand their expected behavior and performance, facilitated by the use of artificial intelligence applications in newsrooms.

Methodology: This study employs the survey method and utilizes a questionnaire, targeting a purposive sample of 64 respondents working in the newsrooms of Jordanian television.

Results: The study yielded several findings, with one of the most significant being that the knowledge of Jordanian TV communicators regarding the utilization of artificial intelligence applications in newsrooms was high, with a rate of 83.8%. Additionally, the attitudes of Jordanian television communicators toward employing artificial intelligence applications in newsrooms were positive, with a rate of 81.8%.

Conclusion: The study recommends conducting additional surveys on the attitudes of communicators in Jordanian satellite channels regarding the utilization of artificial intelligence applications in newsrooms. Furthermore, there is a need for the Jordan Radio and Television Corporation to organize specialized workshops on the adoption of artificial intelligence applications in newsrooms.

Keywords: The Trends of the Communicators, Jordanian TV, Artificial Intelligence, Newsrooms.

اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار (دراسة مسحية)

قاسم زيد أحمد أبو زيد^{1*}، محمود أحمد محمد الرّجبي²

¹باحث دراسات عليا. قسم الصحافة والإعلام. كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن

²قسم الإعلام الرقمي كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن

ملخص

الأهداف: هدفت الدراسة إلى التعرف إلى اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني، ومعرفة مستوى معلوماته، والتعرف على السلوك والأداء المتوقع له، وذلك كله من خلال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

المنهجية: استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي واستمارة الاستبيان، على عينة عمدية مكونة من (64) مستجيباً من العاملين في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني.

النتائج: توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، كانت معرفة عالية بنسبة 83.8%. وكانت اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار إيجابية بنسبة 81.8%.

الخلاصة: أوصت الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات المسحية عن اتجاهات القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الأردنية حول توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وضرورة تنظيم مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني لورش العمل المتخصصة عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

الكلمات الدالة: اتجاهات القائم بالاتصال، التلفزيون الأردني، الذكاء الاصطناعي، غرف الأخبار.

المقدمة

شهد العالم تقدماً كبيراً في المجالات جميعها خلال العقد الأخير ولم يكن الإعلام بمعزل عنها، حيث شهدت صناعة الإعلام وبخاصة العمل الصحفي تطورات كبيرة مستفيدة من التقدم التكنولوجي في مجال الاتصالات والمعلومات، وقد اتجهت مجموعة من المؤسسات الصحفية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) وغرف الأخبار المدمجة وظهر ما يسمى بصحافة الذكاء الاصطناعي (AI Journalism). (Anderson and Davis, 2018)

ساعدت الثورة الرقمية وإنجازها الأعظم شبكة الإنترنت في رسم استراتيجيات دول العالم نحو توظيف البيئة الرقمية ومستحدثاتها في المجالات السياسية الاقتصادية، والتجارية، والإعلامية وتشكل تطبيقات الذكاء الاصطناعي محور هذه الاستراتيجيات؛ لأنها تساعد بإنجاز أعمال يقوم بها الإنسان لكن بسرعة أكبر وجهد أقل، وبدقة لا متناهية، حيث تقوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بجمع المعلومات والتقييم، والتحليل، والوصول إلى نتائج دقيقة في أقل وقت ممكن. (Domingo & Paterson, 2019)

ومن المتوقع خلال السنوات القليلة القادمة، أن تشهد البشرية تسونامي رقمي وخصوصاً فيما يتعلق بالإعلام، وسوف يزداد توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؛ لذلك ظهر مفهوم ما يُسمى بصحافة الذكاء الاصطناعي ومن المتوقع دخولها في كل ميادين الإعلام. (Pavlik, 2016). (P215)

مشكلة الدراسة

أخذت خطوات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي تتسارع في المجالات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية ومجالات الحياة كافة، وبرز في السنوات القليلة الماضية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام التي أصبحت نموذجاً متقدماً في عمل المؤسسات الإعلامية الكبرى في دول العالم، وبات توظيفها مؤشراً لمواكبة التحولات التي أحدثتها الثورة الرقمية.

ومن هنا تبرز أهمية تبني وسائل الإعلام الأردنية، والإعلام الرسمي المتمثل بالتلفزيون الأردني لاستراتيجيات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؛ من أجل تحديث مؤسسات الإعلام الوطني ومواكبتها للتحولات المتسارعة.

وتأتي هذه الدراسة لسد فجوة بحثية، إذ لا توجد دراسات إعلامية في حدود علم الباحثين سابقة تناولت الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار. وعليه تحدد مشكلة هذا البحث على الشكل الآتي: الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لتقبل توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، بناءً على فرضيات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها، وذلك انطلاقاً من قدرة الذكاء الاصطناعي على جمع البيانات كبيرة جداً وسريعة مقارنة مع القدرة البشرية.

أهمية الدراسة

تحدد أهمية هذه الدراسة من خلال مجموعة من النقاط، هي:

1. الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال لتبني توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.
2. الإقبال الكبير على وسائل الإعلام، حيث أصبح تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ضرورة ملحة.
3. قدرة الذكاء الاصطناعي على جمع البيانات كبيرة جداً وسريعة مقارنة مع القدرة البشرية.
4. إثراء البحوث العلمية التي تركز على موضوع الإعلام الرقمي، والذكاء الاصطناعي.
5. تفتح الدراسة المجالات لمواكبة الإعلام الوطني للإعلام العالمي في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
6. تتمثل الأهمية التطبيقية العملية في هذه الدراسة فيما ستوصل به من نتائج تتعلق باتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، ما يُساعد أصحاب القرار في التخطيط لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، يقدمها الباحثان وفق الآتي:

1. معرفة مستوى معلومات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.
2. التعرف على السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.
3. التعرف على الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.
4. التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

تساؤلات الدراسة

تطرح الدراسة مجموعة من التساؤلات، لتجيب عنها خلال البحث، وهي:

1. ما مستوى معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟
2. ما السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟
3. ما الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟
4. ما اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟
5. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي والفئة العمرية ومستوى التعليم والوصف الوظيفي وسنوات الخبرة)

حدود الدراسة

الحدود البشرية: تتمثل بالقائم بالاتصال.

الحدود المكانية: تشمل غرف الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية في التلفزيون الأردني.

الحدود الزمانية: الفترة الزمانية الواقعة من 2022/8/20 لتاريخ 2022/11/20 ولمدة ثلاثة أشهر.

الحدود الموضوعية: تتمثل باتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

مصطلحات الدراسة

الذكاء الاصطناعي: اصطلاحاً: "هو الآلات التي يمكنها التعلم من خلال التجربة، ومحاكاة الذكاء البشري في تأدية المهام، وقدرتها على القيام بتطوير نفسها آلياً استناداً إلى المعلومات التي تقوم بجمعها وفحصها والتنقيب فيها واستخراج الأنماط منها". (Dierickx. 2021. p117) إجرائياً: عبارة عن مجموعة من التطبيقات والبرمجيات التي تساعد الصحفيين والإعلاميين والمحررين في العمل الإخباري، حيث تقوم بجمع وتحليل بيانات ضخمة بوقت قصير وبدقة عالية جداً، بالإضافة إلى دراسة الجمهور المستهدف، ومعرفة الأنماط التي يفضلها.

الاتجاه: اصطلاحاً: هو "حالة من الاستعداد، أو التأهب النفسي، والعصبي تولّد تأثيراً ديناميكياً على استجابة الفرد، تساعد على اتخاذ القرارات المناسبة سواء أكان بالرفض أم بالإيجاب. (الدبسي، 2017. 212) إجرائياً: يتحدد الاتجاه إجرائياً بالميل والرغبات للقائمين بالاتصال في التلفزيون الأردني في وعي وتقبل برمجيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

القائم بالاتصال: اصطلاحاً: "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها". (فوال. 1992. ص 67+68) إجرائياً: يتحدد القائم بالاتصال في البحث بمجموعة من الصحفيين الذين يعملون في غرفة الأخبار في التلفزيون الأردني بهدف صناعة الأخبار وكتابة التقارير، والذين يؤدون دوراً فاعلاً ومباشراً في إنتاج الرسائل الإعلامية.

غرف الأخبار: اصطلاحاً هي "مكتب، أو محطة إذاعية أو تلفزيونية، حيث يتم جمع الأخبار وإعداد التقارير لنشرها أو إذاعتها، وينطوي ذلك على أنها المكان الذي تُجمّع فيه الأخبار وتُضَمّ إلى بعضها البعض، وتُحرّر للنشر بصحيفة أو للبت". (Robinson. 2011. P218) إجرائياً: هي الأماكن التي يعمل بها المحررون والصحفيون، حيث يقومون بتأدية دور رئيسي في جمع الأخبار ونشرها إلى الجمهور عبر إيصال المعلومات وعرضها بطريقة تلفت انتباه المشاهدين.

التلفزيون الأردني: اصطلاحاً هو "التلفزيون الذي انطلق عام 1968، ليكون المحطة الرسمية في الأردن، حيث أعطى الملك الحسين بن طلال شارة البدء لانطلاق البث ليكون الأردن من الدول الرائدة في البث التلفزيوني". (المناصر. 2018. ص 111) إجرائياً: هو التلفزيون الرسمي للمملكة الأردنية الهاشمية والذي يعنى بنقل الأخبار، البرامج، والمؤتمرات المحلية والدولية، وبث البرامج المتنوعة.

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري

1. النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

تعتبر النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا إحدى التوجهات النظرية الجديدة التي تقوم بالاهتمام بدراسة ما يحدث في عقول الناس عندما يقومون باستخدام تطبيقات التكنولوجيا في السياق التنظيمي والمهني، حيث تقوم باختبار تأثير مكونات الفرد الداخلية كالمعتقدات والاتجاهات والمكونات الخارجية المتمثلة في البيئة المحيطة والإمكانات المتاحة لديهم، ودراسة المتغيرات الوسيطة والتي تتمثل في النوع والخبرة وطوعية الاستخدام. (Schaik, 2009. P116) ويعتبر فينكاتيش Venkatesh وموري Morés وديفيز Davis أول من وضعوا حجر الأساس لهذه النظرية، فقد قاموا بدراسة

مدى قبول المستخدمين للتعامل مع أي تكنولوجيا جديدة كعملية للتنبؤ وتبرير مدى قبول الأشخاص للتكنولوجيا. (Martins, et al. 2014. P195) وقد قام فينكاتيش Venkatesh وزملاؤه بشرح وتنقيح ومقارنة عدة نظريات ونماذج مهيمنة ومسيطرمة ومستخدمة تقوم هناك بعض النماذج التي لم تقم بتفسير قوي يقوم بالتنبؤ بدرجة قبول استخدام الأشخاص للتكنولوجيا مثل: نموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model، حيث يعتبر هذا النموذج أحد النماذج التي قام فريد ديفيز باقتراحها الذي استهدف التعرف على درجة قبول استخدام الأشخاص للتطبيقات التكنولوجية ونية الاستخدام الفعلي وافترض النموذج أن سلوك الأشخاص يتأثر بنوعين من المعتقدات، الأول الاعتقاد بفائدة الاستخدام Perceived Usefulness، والثاني الاعتقاد بسهولة الاستخدام Perceived Ease of Use وهذان المعتقدان يؤثران في اتجاهات الشخص نحو تبنيه للتطبيقات التكنولوجية. (Hwang, et al. 2016. p239) وقد وظفت الدراسة الحالية النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا؛ لأن فروضها الأساسية تتوافق مع أهداف الدراسة الرامية إلى قياس اتجاهات العاملين في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني حول فائدة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستوى الاعتقاد بسهولة استخدام تلك التطبيقات في غرف الأخبار.

2. التلفزيون الأردني

قام الملك الحسين بن طلال بافتتاح محطة التلفزيون الأردني في منطقة أم الحيران في 27 نيسان عام 1968، حيث كانت ساعات البث في البداية أربع ساعات يومياً، تبدأ من الساعة السابعة وحتى الحادية عشرة مساءً، وبعد ذلك زادت ساعات البث إلى خمس ساعات، وفي العامين 1970 و1971 بدأ التلفزيون الأردني بعمليات النقل الخارجي والبث العلمي بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم. (التلفزيون الأردني، 2020) تطوّر التلفزيون الأردني بصورة كبيرة خلال الفترة الماضية؛ حيث أدخلت خدمات جديدة وغير مسبقة كخدمة البث المباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، وانستغرام وأصبحت له صفحات رسمية على هذه المواقع يقوم بنشر الأخبار والبرامج من خلالها، إضافة إلى إدخال خدمة HD والتي تعتبر من الخدمات المتطورة في وضوح وجودة العرض التلفزيوني. (العمرو، 2015، ص 111). تتكون غرف الأخبار من ثلاثة أقسام رئيسية: وهي الأخبار السياسية، الأخبار الاقتصادية، والأخبار الرياضية. ويقوم صحفي الأخبار بعدة مهامٍ من ضمنها تقديم هذه الأخبار بطريقة تأخذ بالاعتبار تفضيلات الجمهور، ويقوم أيضاً بجمع أكبر قدرٍ من المعلومات عن الأخبار التي يسعى لبثها، بالإضافة إلى متابعة ومواكبة الأخبار والأحداث الحالية المحلية والدولية أولاً بأول. (العمارين، 2022، ص 78).

3. صحافة الذكاء الاصطناعي

مفهوم صحافة الذكاء الاصطناعي: يمكن تعريف صحافة الذكاء الاصطناعي، على أنها الإمكانيات التي قامت التقنية بإتاحتها من التعلم الآلي والشبكات العصبية المعقدة ومعالجة اللغة الطبيعية وتوليد اللغة الطبيعية والتخلص التلقائي والرؤيا الحاسوبية بحيث يمكن للمؤسسات الإخبارية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في أتمتة العديد من المهام التي تشكل سلسلة الذكاء الاصطناعي، ومن ذلك البحث عن البيانات واستخراجها وتدقيقها وإنتاج القصص الإخبارية والرسومات البيانية ووضع العلامات على البيانات تلقائياً. (القاضي، 2021، ص 26+27).

مهام صحافة الذكاء الاصطناعي

للذكاء الاصطناعي عدة مهام يقوم بها؛ من أجل تسهيل عمل الصحافة ومن أهمها:

- أ. جمع وتحرير الأخبار: جمع وتقييم المعلومات وتحرير الأخبار والتقارير، وإنتاجها، والمساهمة في نشرها وتوزيعها. (العاصي، 2021)
- ب. التنبيهات: حيث يمكن للذكاء الاصطناعي فحص قواعد البيانات الضخمة وإرسال تنبيهات للصحفيين بمجرد ظهور اتجاه أو جنوح من البيانات الضخمة. ويمكن أيضاً أن يوفر لمنتجي المحتوى وأدوات الناشرين لتحديد الأخبار المزيفة وتقليل تأثيرها على قرائها. (العاصي، 2021)
- ج. نسخ المقابلات الصوتية والمرئية: يمكن للذكاء الاصطناعي، أن يوفر وقتاً ثميناً للصحفيين عن طريق نسخ المقابلات الصوتية والمرئية، ويقوم بتحويل البيانات الصوتية إلى نص حتى يتمكن الصحفيون من التركيز على استخلاص الأفكار بدلاً من نسخ المقابلات الصوتية أو المرئية. (Trends، 2022. p2)

- د. دعم العمليات الصحفية: يمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي تحسين العمليات الصحفية وسير العمل، ويساعد المؤسسات على تبسيط عملياتها المُختلِفة. (العاصي، 2021)

هـ. استخدام الروبوت كمراسل إخباري: أصبَحَت الروبوتات مَوْجُودَةً الآن في غرف الأخبار في بَعْض القنوات الإخبارية.

4. توجهات الأردن لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الرسمية

أعدت وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة الأردنية خطة تتضمن ملامح سياسة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي أقرها مجلس الوزراء الأردني بتاريخ 12 كانون الأول من العام 2020، ونصّت هذه الخطة ما يلي: (وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، 2020)

- أ. تنشيط استخدام الذكاء الاصطناعي في كل القطاعات الاقتصادية مثل الخدمات الحكومية الرقمية والصحة والتعليم والطاقة والمياه والمدن الذكية والقطاعات المالية.

- ب. توفير الظروف والبيئة المناسبة للذكاء الاصطناعي ليشمل البيئة التشريعية والتنظيمية والتكنولوجية.
 - ج. تحديث البنية التحتية حتى تتناسب مع احتياجات الذكاء الاصطناعي وتوظيف المعرفة من أجل تطوير مختلف القطاعات داخل الدولة.
 - د. العمل على تطوير دور القطاع العام في تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقنياته وإنشاء المؤسسات اللازمة بالشراكة مع القطاع الخاص لتعزيز الإنتاج وتحقيق التنمية المستدامة.
 - هـ. إنشاء منظومة للبحث العلمي من أجل تطوير التطبيقات والتدريب في مجال الذكاء الاصطناعي، ودعم تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.
 - و. زيادة وعي المستوى العام والثقة بالتكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في القطاع العام وكافة فئات المجتمع الأردني.
5. غرف الأخبار الحديثة

خلال العقدتين الأخيرين شهدت صناعة الإعلام تحولات كبيرة تعتمد التفاعل بين عمليات متناقضة ومتكاملة في نفس الوقت لمنصات إعلامية مختلفة، مما أدى إلى إعادة هيكلة مؤسسات الإعلام وتطوير النماذج الاقتصادية والإدارية والتحريرية التي تتبع لها. وقد باتت غرف الأخبار الحديثة تقدّم محتوى لقنوات نشر عديدة دون وجود وسيط معين، وهو ما انعكس على الإنتاج الإعلامي بما يعنيه من مزيج بين التقنيات الحديثة ويشمل من أبعاد تقنية واقتصادية وثقافية فيه. (عبد الفتاح، 2016، ص 213).

ثانياً: الدراسات المرجعية

قدم الباحثان عدداً من الدراسات السابقة، ذات صلة بالبحث، وقسمهما إلى دراسات عربية، وأخرى أجنبية، ورتبها من الأحدث إلى الأقدم، وفق الآتي:

الدراسات العربية

- دراسة محمد الأمين موسى (2021): مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي. هدفت هذه الدراسة إلى النظر لمستقبل الصحافة الإلكترونية ضمن هيمنة تطبيقات الذكاء الاصطناعي لمهنة الصحافة التي بدأت تدخل باب العمل الإعلامي العالمية، ومواكبة الرقمنة التي أصبحت تشمل جميع مناحي الحياة. كما هدفت أيضاً إلى استعراض أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والعمل الصحفي، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تقاطعاته مع مناهج الدراسات المستقبلية وتحديد تقنية التنبؤ التكنولوجي. وقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي: إن الآراء اختلفت في مستقبل الذكاء الاصطناعي ما بين متحمسين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة وبين ناكرين لدورها وقدرتها على أن تكون بديلاً للصحافة التقليدية. بينت النتائج أنه على الصحفي أن يبذل جهده بالتخلي عن مهامه التي يقوم بها في الصحافة التقليدية، وإيجاد مهام جديدة يكون للذكاء الاصطناعي الدور الأكبر فيها بسبب الدور المستقبلي الكبير الذي سوف يلعبه الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة.
- دراسة سحر عبد المنعم محمود الخولي (2020): اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي: دراسة ميدانية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي في فترة شهرين، وقد اعتمدت الدراسة منهج المسح باستخدام استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة من الصحفيين الذين يعملون في مؤسسات مصرية حجمها (250) شخصاً وتم اختيارهم بطريقة عمدية من (16) صحيفة مصرية، وخلصت نتائج الدراسة إلى: تعتمد الصحف المصرية التقنيات الحديث والتكنولوجيا في العمل الصحفي خصوصاً في عملية الجمع والتحرير والإخراج والنشر بدرجة (67%). أظهرت النتائج أيضاً أن الصحف المصرية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء المتطورة للذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بنسبة متوسطة كان معظمها في الصحف القومية والخاصة.
- دراسة عيسى عبد الباقي موسى، وأحمد عادل عبد الفتاح (2020): اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية. تناولت هذه الدراسة الرصد الكمي والتفسير الكيفي لمواقف الصحفيين العاملين في غرف الأخبار والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبارها، وتحديد درجة جاهزيتها لتبني التقنيات والمهارات اللازمة: من أجل التأقلم مع بيئة العمل الجديدة وأبرز تحدياتها وملاحق مستقبلها، وقد اعتمدت الدراسة نظرية نشر الأفكار المستحدثة ونموذج قبول التكنولوجيا، وقد تم توظيف منهج المسح بشقية الكمي والكيفي وأسلوب المقارنة المنهجية. وقد كانت أداة الدراسة هي الاستبانة والمقابلات المعمقة، وتم اعتماد عينة عشوائية قوامها مئة وخمسون شخصاً من الصحفيين المصريين الذين يعملون في غرف الأخبار والقيادات الصحفية بالمؤسسات القومية والخاصة. وأظهرت نتائج الدراسة ما يلي: أن نسبة (88%) من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون أن هناك أهمية كبرى لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار التي يعملون بها. أشار أغلب عينة الدراسة إلى عدم جاهزية غرف الأخبار التي يعملون بها لتوظيف الذكاء الاصطناعي نتيجة عدم تحديث الهيكل التنظيمي، إضافة إلى عدم توفر خوارزميات لتحرير النصوص باللغة العربية.

الدراسات الأجنبية

- دراسة (أوفارتي وآخرون، 2023) بعنوان: استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الاصطناعية: غرف الأخبار الأولى دون صحفيين. هدفت هذه الدراسة إلى تحديد وسائل الإعلام التي تطبق تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملها، ووصف كيفية عمل غرف الأخبار هذه دون تدخل بشري، وفهم نوع المحتوى الذي تنتجه بشكل أفضل، ومعرفة ما إذا كانت هذه عمليات محدودة، أم تأتي في سياق توجه عام لدى وسائل الإعلام نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي. تم استخدام منهجية استكشافية، وُحِدَت أربع وسائل إعلام استخدمت الذكاء الاصطناعي بشكل كامل في عملها باعتبارها عينة تحليل، وهي JX Press Corp: (اليابان)؛ Reuters News Tracer (المملكة المتحدة)، و News Republic (فرنسا)، و Videre AI (إسبانيا). تم دمج تحليل المحتوى الإخباري على صفحات الويب الخاصة بكل مشروع مع مقابلات معمقة شبه منظمة مع رؤساء التكنولوجيا والاتصالات في المشاريع الأوروبية الثلاثة، ولأن المبادرة اليابانية لا تضم أي رئيس بشري، لذلك كان برنامج الدردشة الآلي الخاص بها هو الطريقة الوحيدة للحصول على المعلومات، وكان الهدف من المقابلات التعرف على عملية إنتاج الأخبار الخاصة بهذه المبادرات، وتأثيرها على مهنة الصحافة، وقابليتها للاستمرار. يساعد هذا التحليل في إثبات أن اعتماد عالم الصحافة على الذكاء الاصطناعي أصبح واضحاً بشكل متزايد وأن وكالات الاتصالات هي أولى الشركات التي تستثمر في تطوير، وتوزيع المحتوى الاصطناعي على وسائل الإعلام. هذه المبادرات، رغم أنها لا تزال محدودة، هي الخطوة الأحدث في عملية الدمج التدريجي للذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار.

- دراسة العيساني وآخرون (2023): أدوات الذكاء الاصطناعي في الإعلام والصحافة: الأدوار والاهتمامات. هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن ماهية أدوات الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها المؤسسات الصحفية والإعلامية لإنتاج المواد الإعلامية المختلفة؟، والأدوار والوظائف التي تؤديها هذه الأدوات في كتابة وتحرير وإنتاج ونشر المحتوى الإعلامي، إضافة إلى معرفة المخاوف لدى الأكاديميين والمهنيين في مجال الصحافة والإعلام بشأن استخدام الذكاء الاصطناعي. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن المؤسسات الإعلامية والصحفية تستخدم بشكل فاعل مجموعة متنوعة من أدوات الذكاء الاصطناعي في بيئة عملها. بالإضافة إلى ذلك، تسلط الدراسة الضوء على المخاوف المختلفة التي حددها العلماء والمهنيون، والتي تشمل إنشاء أخبار ومعلومات مزيفة، والتحيز الإخباري، وتهجير الوظائف، وعدم كفاية الشفافية، والتحديات الأخلاقية.

- دراسة علي وحسون (2019): الذكاء الاصطناعي والصحافة الآلية: تحديات معاصرة وفرص جديدة. هدفت هذه الدراسة ووصف الوضع الحالي للتكنولوجيا ودورها في تجديد الصحافة مع التركيز على دور الذكاء الاصطناعي في تغيير الممارسات الصحفية ومعرفة الآثار المحتملة على مستقبل الصحفيين بسبب توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام الاستبيان، وتوصلت نتائج الدراسة إلى الآتي: إن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً كبيراً في بيئة العمل الصحفي. تقوم تقنيات الذكاء الاصطناعي بالتغلب على المشاكل التي تواجه الصحافة الحديثة وتكافح الأخبار المزيفة وتقوم بتحرير الأخبار. إن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يثير قضايا مهنية وأخلاقية خصوصاً تقويض الإبداع وغياب الرقابة والشفافية واستخدام البيانات وجودتها. إن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على تحسين عمل الصحفيين بدلاً من استبدالهم وهذا يعني أن تقنيات الذكاء الاصطناعي لا تشكل أي تهديد للقاءات بالاتصال في المؤسسات الصحفية.

- دراسة ج. ستري (2019): توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة الاستقصائية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة الاستقصائية عن طريق التعرف على تقارير الصحافة الاستقصائية في الولايات المتحدة، التي تم تحريرها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة تحليل المضمون لجمع البيانات، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي: استخدام عدد قليل من قصص التحقيق عن طريق تقنيات الذكاء الاصطناعي. وأن تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تساهم في مهام إعداد البيانات مثل استخراج البيانات من وثائق متنوعة وربط سجلات قواعد بيانات متنوعة؛ مما سيؤدي إلى تطوير الصحافة الاستقصائية مع عدم الاستغناء عن الصحفيين.

منهجية الدراسة

نوع الدراسة ومنهجها: تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها، والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة بها. (المزاهرة، 2020. ص 201) وفي إطار الدراسات الوصفية استخدم الباحثان المنهج المسحي، الذي يعرف بأنه "التجميع المنظم للمعلومات من المستقصى منهم، بهدف فهم أو التنبؤ بسلوك المجتمع محل الدراسة". (المزاهرة، 2010، ص 167).

مجتمع الدراسة وعينتها: تكون مجتمع هذه الدراسة من جميع العاملين في مجال التحرير والأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني، حيث يعرف مجتمع الدراسة بأنه: "كل المفردات التي يستهدفها البحث القائم". (المرعشي، 2016. ص 48). أما عينة الدراسة

فقد تم اختيارها بطريقة قصدية وهي من العينات غير الاحتمالية التي تم اختيارها وفقاً لأسس وتقديرات ومعايير وضعها الباحثان، وقد تكونت من (64) مفردة، من القائمين بالاتصال في غرف الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية من العاملين في التلفزيون الأردني. أدوات جمع البيانات: استخدم الباحثان في جمع البيانات استمارة الاستبيان، والتي تم بناؤها وفقاً لأسئلة الدراسة، ولتحقيق أهدافها، وذلك بغد الرجوع إلى الدراسات السابقة والأدب النظري حيث تم الاطلاع على عدة صيغ ومقاييس تم الاستفادة منها في وضع الإطار النظري للدراسة، وكيفية قياس الأهداف المؤشوة لهذه الدراسة، وفي خطوة أولى تم تصميم استبانة أولية تضمنت فقرات ذات صلة بأهداف الدراسة وتم عرضها على مجموعة محكمين لتحقيق الصدق الظاهري للأداة، وكذلك تم التأكد من ثبات الأداة بطرق إحصائية معروفة، وبعدها طبقت الاستبانة على العينة المناسبة للدراسة.

اختبارات الصدق والثبات

عرضت استمارة الاستبيان على عدد من المحكمين من ذوي خبرة في تخصص الإعلام؛ لغرض قياس دقة ما صممت له وبما يتوافق مع أهداف الدراسة وأسئلتها، وقد تم تعديل بعض الأسئلة وفق توجيهات المحكمين. كما تم قياس ثبات الدراسة، باستخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا وقد بلغت نسبته (0.986).

التحليل الإحصائي

لتحليل البيانات ذات الصلة بأسئلة الدراسة فقد تم إجراء التحليلات التالية: إيجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات استمارة الاستبيان. وإيجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل مجال من مجالات الدراسة. واستخدم الباحثان مقياس ليكرت الخماسي لدرجات الموافقة لأغراض التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة وأعطيت الدرجات الآتية لفقرات درجة واحدة للإجابة (غير موافق بشدة) ودرجتين للإجابة (غير موافق) وثلاث درجات للإجابة (موافق إلى حد ما) وأربع درجات للإجابة (موافق) وخمس درجات للإجابة (موافق بشدة). ولقياس مستوى الالتزام والأداء وتحديد درجة الفاعلية والحكم على المتوسطات الحسابية تم استخدام التوزيع التكراري وقاعدة ستورجيس:

$$a = \frac{(Límite Superior - Límite inferior)}{k}$$

الحد الأعلى للبيد - الحد الأدنى للبيد
طول الفئة =
عدد المستويات

$$1.33 = \frac{4}{3} = \frac{1 - 5}{3}$$

ذلك تكون الدرجة المنخفضة من 1 - أقل من 2.33. وتكون الدرجة المتوسطة من 2.34 - 3.66. وتكون الدرجة العالية من 3.67 فأكثر.

تضمنت الدراسة المتغيرات وهي:

- النوع الاجتماعي: وله فئتان: ذكر، أنثى.
- الفئة العمرية: ولها ثلاث فئات: أقل من 30 سنة، من 31 - 40 سنة، 41 سنة فأكثر.
- المستوى التعليمي: وله ثلاث فئات: بكالوريوس، ماجستير، دكتوراة.
- الوصف الوظيفي: وله أربع فئات: محرر، مندوب صحفي، رئيس تحرير، مدير.
- سنوات الخبرة: ولها ثلاث فئات: من 1 - إلى أقل من 3 سنوات، من 3 - إلى أقل من 6 سنوات، من 6 سنوات فأكثر.

نتائج الدراسة

أجريت المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من استبانة الدراسة؛ إذ تم استخدام البرنامج الإحصائي للدراسات الاجتماعية (SPSS) للحصول على نتائج الدراسة التي سيتم عرضها وتحليلها فيما يأتي.

الوصف الإحصائي لعينة الدراسة التوزيع حسب النوع الاجتماعي

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

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	47	%73.4
	أنثى	17	%26.6
	المجموع	64	%100

يتضح من الجدول السابق أن تفوق نسبة الذكور (%73.4) على نسبة الإناث (%26.6).

التوزيع حسب الفئة العمرية

الجدول (2): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	28	%43.8
	من 31 - 40 سنة	27	%42.2
	41 سنة فأكثر	9	%14
	المجموع	64	%100

يتضح من الجدول السابق أن معظم الفئة العمرية (أقل من 30 سنة) تبلغ نسبة (%43.8)، وأن الفئة العمرية من (31 - 40 سنة) تبلغ نسبة (%42.2)، وأن الفئة العمرية (41 سنة فأكثر) تبلغ نسبة (%14).

التوزيع حسب المؤهل العلمي

الجدول (3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	بكالوريوس	52	%81.25
	ماجستير	10	%15.62
	دكتوراة	2	%3.13
	المجموع	64	%100

يتضح من الجدول السابق أن (%81.25) هم من فئة حملة شهادة البكالوريوس، وأن (%15.62) هم من حملة شهادة الماجستير، وأن (%3.13) هم من حملة شهادة الدكتوراة.

التوزيع حسب الوصف الوظيفي

الجدول (4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوصف الوظيفي

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
الوصف الوظيفي	محرر	42	%65.61
	مندوب صحفي	10	%15.63
	رئيس تحرير	10	%15.63
	مدير	2	%3.13
	المجموع	64	%100

يتضح من الجدول السابق أن (%65.61) يشغل وظيفة مُحرر، وأن (%15.63) يشغل وظيفة مندوب صحفي ورئيس تحرير، وأن (%3.13) يشغل وظيفة مدير.

التوزيع حسب سنوات الخبرة

الجدول (5): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

المتغيرات	المستوى	العدد / التكرار	النسبة المئوية
سنوات الخبرة	من 1 - إلى أقل من 3 سنوات	7	10.9%
	من 3 - إلى أقل من 6 سنوات	13	20.3%
	6 سنوات فأكثر	44	68.8%
	المجموع	64	100%

يتضح من الجدول السابق أن (10.9%) يعمل بخبرة من (1 - إلى أقل من 3 سنوات)، وأن (20.3%) يعمل بخبرة من (3 - إلى أقل من 6 سنوات)، وأن (68.6%) يعمل بخبرة من (6 سنوات فأكثر).

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول ما مستوى معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

الجدول رقم (6): معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

رقم الفقرة	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
1	لدي فكرة عامة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.	4.16	0.979	2
2	أمتلك معلومات عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.08	0.948	4
3	إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار أصبح أمراً ضرورياً للعمل الصحفي.	4.09	0.955	3
4	أتابع توظيف بعض الفضائيات العربية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.42	0.887	1
المتوسط العام		4.19	20.94	

يشير الجدول (6) إلى إجابات عينة الدراسة عن السؤال المتعلق بمستوى معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة (أتابع توظيف بعض الفضائيات العربية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي بلغ (4.42) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.19) وانحراف معياري (0.887)، فيما حصلت الفقرة (لدي فكرة عامة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام) على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.16) وانحراف معياري (0.979) فيما حصلت الفقرة (إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار أصبح أمراً ضرورياً للعمل الصحفي) على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي (4.09) وانحراف معياري (0.955)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت فقرة (أمتلك معلومات عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.948). وبشكل عام يتبين أن مستوى معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني التعرف على السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي

في غرف الأخبار؟

الجدول (7): التعرف على السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

رقم الفقرة	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
5	لدي رغبة في التدريب على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.41	0.938	2
6	أطالب الإدارة بإدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار لمواكبة التطورات الحديثة.	4.17	0.883	4
7	سأعاون مع زملائي لإنجاح استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.20	0.894	3
8	أجد فائدة عملية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.	4.42	0.905	1
المتوسط العام		4.30	0.905	

يشير الجدول (7) إلى إجابات عينة الدراسة عن السؤال المتعلق بسلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة (أجد فائدة عملية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي (4.42) وانحراف معياري (0.905)، فيما حصلت الفقرة (لدي رغبة في التدريب على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار) على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.41) وانحراف معياري (0.938)، وحصلت الفقرة (سأعاون مع زملائي لإنجاح استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار) على المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.20) وانحراف معياري (0.894)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت فقرة (أطالب الإدارة بإدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار لمواكبة التطورات الحديثة) بمتوسط حسابي (4.17) وانحراف معياري (0.883). وبشكل عام يتبين أن مستوى السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني للاستفادة الإيجابية من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث التعرف على الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟

الجدول (8): الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

رقم الفقرة	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
9	تقلل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الكثير من مهام العمل الروتينية	4.27	0.859	1
10	تساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في زيادة الإنتاجية نوعاً وكماً.	4.20	0.858	2
11	تركز تطبيقات الذكاء الاصطناعي انتباه العاملين في غرف الأخبار على القضايا المهمة التي تهم الرأي العام	4.13	0.882	4
12	تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي العاملين على تغطية معظم الأحداث الداخلية.	4.19	0.957	3
13	تزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي من كفاءة العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة	4.20	0.995	2
14	تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الكتابة الإبداعية للعاملين في غرف الأخبار.	4.06	0.833	5
المتوسط العام		4.18	0.897	

يشير الجدول (8) إلى إجابات عينة الدراسة عن السؤال عن التعرف على الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة (تقلل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الكثير من مهام العمل الروتينية) بمتوسط حسابي (4.27) وانحراف معياري (0.859)، وجاءت الفقرتان (تساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في زيادة الإنتاجية نوعاً وكماً) و (تركز تطبيقات الذكاء الاصطناعي انتباه العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.20) وانحراف معياري (0.858) والأولى (تزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي من كفاءة العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.20) وانحراف معياري (0.955)، وجاءت فقرة (تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي العاملين على تغطية معظم الأحداث الداخلية) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.19) وانحراف معياري (0.957)، وجاءت فقرة (تركز تطبيقات الذكاء الاصطناعي انتباه العاملين في غرف الأخبار على القضايا المهمة التي تهم الرأي العام) بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري (0.882)، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاءت فقرة (تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الكتابة الإبداعية للعاملين في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي (4.06) وانحراف معياري (0.833). وبشكل عام يتبين أن مستوى التعرف على الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع ما اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

الجدول (9): اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

رقم الفقرة	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
15	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار له فوائد إيجابية بمواكبة التطورات.	4.08	0.914	3
16	يحقق استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار سبق السرعة في نشر الأخبار.	4.11	0.911	2

رقم الفقرة	السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
17	يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار على إنتاج تقارير إخبارية متميزة.	4.03	0.942	4
18	يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الصحفيين على تجاوز الأخطاء في التحرير مثل الإملائية	4.13	0.934	1
المتوسط العام		4.09	250.9	

يشير الجدول (9) إلى إجابات عينة الدراسة عن السؤال ما اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة (يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الصحفيين على تجاوز الأخطاء في التحرير مثل الإملائية) بمتوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري (0.934) وجاءت الفقرة (يحقق استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار السبق والسرعة في نشر الأخبار) بمتوسط حسابي (4.11) وانحراف معياري (0.911)، وجاءت فقرة (استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار له فوائد إيجابية بمواكبة التطورات) بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.914)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت فقرة (يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار على إنتاج تقارير إخبارية متميزة) بمتوسط حسابي (4.11) وانحراف معياري (0.911). وبشكل عام يتبين أن مستوى اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال ما يظهر في الجداول التالية والتي تبين ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟ أولاً: النوع الاجتماعي للإجابة عن السؤال تم استخدام اختبار ت "Independent Samples T test" لمعرفة الفروقات في الدراسة.

الجدول (10): اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى دلالة
ذكر	47	16.93	127.98	1.269	0.094
انثى	17	35.08	115.88		

من خلال الجدول السابق يتضح: أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لمتغير النوع الاجتماعي. ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى: أن نظرة كل من الذكور والإناث في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار متشابهة بسبب تشابه ظروف العمل والأنظمة والقوانين والإجراءات التي تحكم عملهم.

ثانياً: الفئة العمرية

للإجابة عن السؤال تم استخدام اختبار ف "One Way ANOVA" لمعرفة الفروقات بين المتغيرات.

الجدول (11): اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير الفئة العمرية

مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئة العمرية	
0.234	1.486	124.32	26.27	28	أقل من 30 سنة	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟
		121.26	23.02	27	من 31 - 40 سنة	
		136.67	9.18	9	41 سنة فأكثر	

من خلال الجدول السابق يتضح:

انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير الفئة العمرية.

تعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحثين إذ إن نظرة جميع فئات العاملين العمرية في التلفزيون الأردني تأخذ بعين الاعتبار توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

ثالثاً المؤهل العلمي:

للإجابة عن السؤال تم استخدام اختبار ف "One Way ANOVA" لمعرفة الفروقات بين المتغيرات.

الجدول (12): اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير المؤهل العلمي

مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المؤهل العلمي	
0.124	2.157	125.7	21.6	52	بكالوريوس	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟
		126.6	24.3	10	ماجستير	
		91.5	57.3	2	دكتوراة	

من خلال الجدول السابق يتضح:

أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير المؤهل العلمي.

تعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحثين إذ إن نظرة جميع العاملين بجميع المؤهلات العلمية في التلفزيون الأردني تأخذ بعين الاعتبار توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

رابعاً الوصف الوظيفي:

للإجابة عن السؤال تم استخدام اختبار ف "One Way ANOVA" لمعرفة الفروقات بين المتغيرات.

الجدول (13): اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير الوصف

الوظيفي					
مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الوصف الوظيفي
0.421	0.953	125.77	23.08	42	محرر
		131.40	8.92	10	مندوب صحفي
		113.75	36.63	10	رئيس تحرير
		115.43	31.62	2	مدير
اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟					

من خلال الجدول السابق يتضح:

انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير الوصف الوظيفي.

تعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحثين إذ إن نظرة جميع العاملين بمختلف أوصافهم الوظيفية في التلفزيون الأردني تأخذ بعين الاعتبار توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

خامساً سنوات الخبرة

للإجابة عن السؤال تم استخدام اختبار ف "One Way ANOVA" لمعرفة الفروقات بين المتغيرات.

الجدول (14) اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير سنوات الخبرة

مستوى دلالة	قيمة "ف"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	سنوات الخبرة	
0.165	1.855	110.1	49.3	7	من 1 – إلى أقل من 3 سنوات	اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟
		130.8	15.4	13	من 3 – إلى أقل من 6 سنوات	
		125.3	18.8	44	من 6 سنوات فأكثر	

من خلال الجدول السابق يتضح:

أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لمتغير سنوات الخبرة.

تعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحثين إذ إن نظرة جميع العاملين ممن تتعدّد سنوات خبرتهم العملية في التلفزيون الأردني تأخذ بعين الاعتبار توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

مناقشة النتائج

أثارت الدراسة العديد من التساؤلات وتوصلت إلى عدة نتائج من شأنها المساهمة في حل مشكلة الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها وفرضياتها، وتمثلت هذه النتائج فيما يلي:

1. بينت النتائج أن معرفة القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، كانت معرفة عالية، ويستدل من ذلك على متابعة القائمين بالاتصال للتطورات في بيئة العمل الإعلامي والتقدم الحاصل في تكنولوجيا الإعلام الرقمي، تلتقي هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Stray, 2019) التي أظهرت أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تساهم في مهام إعداد البيانات مثل استخراج البيانات من وثائق متنوعة وربط سجلات قواعد بيانات متنوعة، مما سيؤدي إلى تطوير الصحافة، ولا تتوافق نتائج الدراسة هذه مع دراسة (الخولي، 2020) التي أظهرت نتائجها أن الصحف المصرية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء المتطورة للذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بنسبة متوسطة

كان معظمها في الصحف القومية والخاصة.

2. بينت النتائج ان السلوك المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، كان مرتفعاً، وتؤكد تلك النتيجة أن سلوك العاملين في غرف الأخبار سيكون إيجابياً إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وتلتقي هذه النتيجة مع دراسة (Ali & Hassonh, 2019) التي أظهرت نتائجها أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على تحسين عمل الصحفيين بدلاً من استبدالهم وهذا يعني أن تقنيات الذكاء الاصطناعي لا تشكل أي تهديد للقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية.
3. بينت النتائج أن الأداء المتوقع للقائم بالاتصال في التلفزيون الأردني لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار هو أداء مرتفع، وتشير هذه النتيجة إلى قناعة القائم بالاتصال أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ستكون لها إيجابيات على كم ونوع الأخبار والتقارير. وتلتقي هذه النتيجة مع دراسة (موسى، 2021) التي أظهرت نتائجها أن على الصحفي أن يبذل جهده بالتخلي عن مهامه التي يقوم بها في الصحافة التقليدية، وإيجاد مهام جديدة يكون للذكاء الاصطناعي الدور الأكبر فيها بسبب الدور المستقبلي الكبير الذي سوف يلعبه الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة وأن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار سيحظى بقبول القائمين بالاتصال.
4. بينت النتائج أن اتجاه القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار اتجاه مرتفع، وهو ما يتفق مع فروض النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology التي تهتم بدراسة الاتجاهات والمكونات الخارجية المتمثلة في البيئة المحيطة والإمكانات المتاحة في عقول الناس الذين يقومون باستخدام تطبيقات التكنولوجيا في السياق التنظيمي والمهني، وطوعية الاستخدام. وهذه نتيجة تلتقي مع دراسة (علي ومحمد، 2020) والتي أظهرت أن نسبة (88%) من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون على أن هناك أهمية كبرى لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار التي يعملون بها.
5. أظهرت الدراسة عدم وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تبعاً للمتغيرات الديموغرافية عند مستوى دلالة (0.05)، وتعزى هذه النتيجة إلى تقارب مستويات الثقافة والتحصيل الدراسي والتأهيل، ومواكبة القائمين بالاتصال للمتغيرات في بيئة العمل الإعلامي المتقدم.

التوصيات

- وفقاً للنتائج التي تم التوصل إليها من الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة وكذلك النتائج التي تم الحصول عليها من واقع التحليل الإحصائي للبيانات، توصي الدراسة بالآتي:
1. إجراء المزيد من الدراسات المسحية عن اتجاهات القائمين في الاتصال في القنوات الفضائية الأردنية حول توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.
 2. تنظيم مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني لورش العمل المتخصصة عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وذلك بالتعاون مع الشركات والمؤسسات المتخصصة لغرض تهيئة وإعداد العاملين وإيجاد البيئة المناسبة والمواكبة للتقدم في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإذاعي والتلفزيوني وبوقت مبكر خصوصاً تلك الورش التي توضح للعاملين في غرف الأخبار التحديات المهنية والأخلاقية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
 3. إيفاد عدد من العاملين في غرف الأخبار في التلفزيون الأردني للتدريب في المؤسسات الإعلامية العالمية، والقنوات الفضائية الإخبارية الكبرى في الولايات المتحدة التي تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.
 4. قيام التلفزيون الأردني بتحديث البنى التحتية التي تتناسب مع احتياجات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

شكر لجامعة الشرق الأوسط – وكلية الإعلام التي دعمت هذه الدراسة بالكامل

المصادر والمراجع

- التلفزيون الأردني. (2020). عن التلفزيون الأردني، استرجع الكترونياً من: <https://www.jrtv.gov.jo/about-jordan-tv>
- الخولي، س. (2020). اتجاهات الصحفيين المصيرين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي: دراسة ميدانية. *الدوريات المصرية*، 1(72)، 173 – 101.
- الدبيسي، ع. (2017). دراسات إعلامية في تحليل المضمون. (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- عبد الفتاح، ف. (2016). غرف الأخبار الحديثة تجارب من مصر والعالم. (ط1). مصر: العربي للنشر والطباعة.

- العمارين، ه. (2022). مقابلة معمقة بتاريخ 15.8.2022. مدير أخبار التلفزيون الأردني، التلفزيون الأردني.
- العمرو، أ. (2015). عن التلفزيون الأردني. الموقع الرسمي للتلفزيون الأردني، استرجع من الموقع الإلكتروني: <https://www.jrtv.gov.jo/about-jordan-tv>
- فوال، ن. (1992). قراءة في دراسات القائم بالاتصال. *المجلة الاجتماعية القومية*، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 32(3).
- القاضي، ب. (2021). توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية. *توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية*. (منظمة المجتمع العلمي العربي)، تم الاسترداد من: <https://arsco.org/article-detail-31951-8-0>.
- المرعشلي، ي. (2016). أصول كتابة البحث العلمي ومناهجه ومصادر الدراسات الإسلامية. (ط2). بيروت: دار المعرفة للطباعة والنشر.
- المزاهرة، م. (2010). بحوث الإعلام. (ط1). عمان: دار كنوز للمعرفة والنشر والتوزيع.
- المزاهرة، م. (2018). نظريات الاتصال. (ط2). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- المزاهرة، م. (2020). مناهج البحث الإعلامي. (ط2). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- المناصير، م. (2018). في الذكرى الخمسين لانطلاق التلفزيون الأردني. صحيفة عمون، استرجع من الموقع الإلكتروني: <https://www.ammonnews.net/article/370013>
- موسى، ع.، وعيسى، ع. (2020). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، 19(1)، 1-66.
- موسى، م. (2021). مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي. مركز الجزيرة للدراسات، تم الاسترداد من: <https://studies.aljazeera.net/ar/article/5124>
- وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة. (2020). موجز عن إطار عمل وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة في مجال الذكاء الاصطناعي، (تم الاسترداد من: <https://www.modae.gov.jo/Default/Ar>

References

- Abdel Fattah, F. (2016). *Modern newsrooms: experiences from Egypt and the world*. (1st ed.). Egypt: Al Arabi Publishing and Printing.
- Aissani, R., Abdallah, R. A. Q., Taha, S., & Al Adwan, M. N. (2023, June). Artificial Intelligence Tools in media and journalism: Roles and concerns. In *2023 International Conference on Multimedia Computing, Networking and Applications (MCNA)* (pp. 19-26). IEEE. <https://doi.org/10.1109/MCNA59361.2023.10185738>
- Al-Ammarin, H. (2022). In-depth interview on 8/15/2022. Director of Jordanian Television News, Jordanian Television.
- Al-Amr, A. (2015). *On Jordanian TV*. The official website of Jordan Television, retrieved from the website: <https://www.jrtv.gov.jo/about-jordan-tv>
- Alamzahra, M. (2018). *Communication theories*. (2nd ed.). Oman: Dar Al Masirah for Publishing and Distribution.
- Al-Asi, Ahmad. (2021). *Media experts' assessment of the ethical and professional dimensions of artificial intelligence in digital media: a field study*. Unpublished Master's Thesis, Islamic University of Gaza.
- Al-Dabisi, Abd. (2017). *Media studies in content analysis*. Jordan: Dar Al Masirah for Publishing and Distribution.
- Ali, W., & Hassoun, M. (2019). Artificial intelligence and automated journalism: contemporary challenges and new opportunities. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 5(1), 40-49.
- Al-Kholy, S. (2020). Egyptian journalists' attitudes toward employing artificial intelligence in developing information-rich journalistic content: a field study. *Egyptian Periodicals*, 1 (72), 101-173.
- Al-Manasir, M. (2018). On the fiftieth anniversary of the launch of Jordanian Television. *Ammon Newspaper*, retrieved from the website: <https://www.ammonnews.net/article/370013>.
- Al-Maraachli, Y. (2016). *Principles of writing scientific research and its methods: and sources of Islamic studies*. (2nd ed.). Beirut: Dar Al-Ma'rifa for Printing and Publishing.
- Al-Mazahrah, M. (2010). *Media research*. Oman: Dar Kunooz for Knowledge, Publishing and Distribution.
- Al-Mazharah, M. (2020). *Media research methods*. (2nd ed.). Oman: Dar Al Masirah for Publishing and Distribution.
- Anderson, C. W., Bimber, B., & Davis, R. (2018). Artificial intelligence and the future of journalism. *Digital Journalism*, 6(10), 1230-1250.

- Dierickx, L. (2021). Artificial intelligence and journalism: a race with machines. EQUAL TIMES. (On-Line), available: <https://www.equaltimes.org/artificial-intelligence-and?lang=en#.YNyleeS8aEc>
- Domingo, D., & Paterson, C. (Eds.). (2019). *Making Journalism Smart: The Future of Artificial Intelligence in the Fourth Estate*. Oxford University Press.
- Fawal, N. (1992). Read studies of the communicator. *National Social Journal, National Center for Social and Criminological Research, Cairo*, 32 (3).
- Hwang, Y., Al-Arabiati, M., & Shin, D.-H. (2016). Understanding technology acceptance in a mandatory environment: A literature review. *Information Development*, 32(4), 1266–1283. <https://doi.org/10.1177/0266666915593621>
- Jordanian Television. (2020). *About Jordan TV*, retrieved electronically from: <https://www.jrtv.gov.jo/about-jordan-tv>
- Judge, B. (2021). *Employing artificial intelligence journalism in news organizations. Employing artificial intelligence journalism in news organizations. (Arab Scientific Society Organization)*, Retrieved from: <https://arsco.org/article-detail-31951-8-0>.
- Martins, C., Oliveria, T., & Popovic, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1-13
- Ministry of Digital Economy and Entrepreneurship. (2020). *Summary of the Ministry of Digital Economy and Leadership in Artificial Intelligence's framework*. Retrieved from: <https://www.modee.gov.jo/Default/Ar>
- Moussa, I., & Abdel Fattah, A. (2020). Attitudes of journalists and leaders towards employing artificial intelligence technologies within newsrooms in Egyptian press institutions: an applied study. *Cairo University, Faculty of Information, Public Opinion Research Center*, 19(1), 1-66.
- Musa, M. (2021). The future of electronic journalism in the age of artificial intelligence. *Al Jazeera Center for Studies*. Retrieved from: <https://studies.aljazeera.net/ar/article/5124>
- Pavlik, J. (2016). Cognitive computing and journalism: implications of algorithms, artificial intelligence and data for the news media and society. *Brazilian Journal of Technology, Communication, and Cognitive Science*, 4(2), 1-14.
- Pew Research Center. (2018). Journalism & Media, Audio and Prodcating Fact Sheet, <http://www.journalism.org/fact-sheet/audio-and-prodcasting>
- Robinson, S. (2011). Convergence crises: News work and news space in the digitally transforming newsroom. *Journal of Communication*, 61(6), 1122-1141. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01603.x>
- Schaik, P.V. (2009). Unified theory of acceptance and use for web sites used by students in higher education. *Journal of Educational Computing Research*, 40(20), 229-257.
- Stray, J. (2019). Making artificial intelligence work for investigative journalism. *Digital Journalism*, 7(8), 1076-1097.
- Trends, M (2022). Artificial intelligence in journalism: where is media headed?, *Analytics Insight*. (On-Line), available: <https://www.analyticsinsight.net/artificial-intelligence-in-journalism-where-is-media-headed>
- Ufarte-Ruiz, M. J., Murcia-Verdú, F. J., & Túnuez-López, J. M. (2023). Use of artificial intelligence in synthetic media: first newsrooms without journalists. *Profesional de la información*, 32(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.03>