



## A Survey on the Utilization of Artificial Intelligence Software in Journalistic Editing: Perspectives of Communicators at the Jordan News Agency (Petra)

Saif El Dien Majed Mustafa Swalha<sup>1\*</sup> , Mah'd Ahmad Moh'd Alrajabi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Graduate Researcher, Middle East University, Jordan

<sup>2</sup>Department of Digital Media, Faculty of Media, Middle East University, Jordan

Received: 24/12/2023  
Revised: 15/4/2024  
Accepted: 15/5/2024  
Published online: 10/3/2025

\* Corresponding author:  
[saifswalha@gmail.com](mailto:saifswalha@gmail.com)

Citation: Swalha, S. E. D. M. M., & Alrajabi, M. A. M. (2025). A Survey on the Utilization of Artificial Intelligence Software in Journalistic Editing: Perspectives of Communicators at the Jordan News Agency (Petra) . *Dirasat: Human and Social Sciences*, 52(4), 6437.  
<https://doi.org/10.35516/hum.v52i4.6437>



© 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:** This study aims to explore the perspectives of communicators at the Jordan News Agency (Petra) on the integration of artificial intelligence software into journalistic editing in particular and journalistic work in general. Moreover, the study seeks to evaluate the impact of artificial intelligence software on enhancing and evolving media output at the Jordan News Agency.

**Methodology:** A questionnaire was employed as a tool to collect data from a sample of (102) individuals engaged in press editing at Petra Agency.

**Results:** The study yields several significant findings. Most importantly, it reveals a high level of approval expressed by communicators at the Jordan News Agency (Petra) regarding the utilization of artificial intelligence software in journalistic editing. Additionally, it shows that there is a notable inclination towards employing artificial intelligence software in news coverage of significant and trendy events as well as in measuring public opinion. The findings also highlight the potential of artificial intelligence software to significantly improve and advance news production at the Jordan News Agency (Petra).

**Conclusion:** The study recommends conducting additional research on the practices of international news agencies that utilize artificial intelligence applications in journalistic editing. Such exploration should delve into the professional and ethical standards of journalism in relation to these practices. Moreover, the study advocates the development of a comprehensive plan by the Jordanian News Agency (Petra) to make use of artificial intelligence applications, particularly in the field of journalistic editing.

**Keywords:** trends, communicators, artificial intelligence, Jordan News Agency (Petra).

### اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي (دراسة مسحية)

سيف الدين ماجد الصوالحة<sup>1\*</sup>، مَحْمُودُ أَحْمَدُ مُحَمَّدُ الرَّجَبِي<sup>2</sup>

<sup>1</sup> باحث دراسات عليا، جامعة الشرق الأوسط، الأردن

<sup>2</sup> قسم الإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن

#### ملخص

الأهداف: هدفت هذه الدراسة المسحية إلى معرفة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، والتعرف إلى اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، إضافة إلى التعرف على مدى إسهام تطبيقات برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية.

المنهجية: استخدم الباحثان استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، على عينة مكونة من (102) مفردة من العاملين في التحرير الصحفي في وكالة (بترا).

النتائج: خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها: إن اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي جاءت بدرجة عالية، وكذلك اتجاهات القائم بالاتصال نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث المهمة والساختنة ومعرفة اتجاهات الرأي العام والاهتمام بها. كما أشارت النتائج إلى إمكانية إسهام تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإخباري لوكالة الأنباء الأردنية (بترا) بدرجة عالية.

الخلاصة: أوصت الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات على تجارب بعض وكالات الأنباء الأجنبية، التي تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لقياس تأثيرات تلك البرمجيات على المعايير المهنية والأخلاقية في العمل الصحفي، إضافة إلى وضع خطة متكاملة من وكالة الأنباء الأردنية بترا حول إدخال تطبيقات برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي، لا سيما وأن نتائج الدراسة تشير إلى أن اتجاهات القائم بالاتصال في الوكالة كانت إيجابية وعالية لتقبل التكنولوجيا الجديدة.

الكلمات الدالة: الاتجاهات، القائم بالاتصال، الذكاء الاصطناعي، وكالة الأنباء الأردنية (بترا).

## المقدمة

يشهد العالم ثورة تكنولوجية في مجال الذكاء الاصطناعي، مما أحدث تحولات ملحوظة في مختلف المجالات، بما في ذلك مجال الإعلام والصحافة. وفي هذا الإطار تسعى المؤسسات الإعلامية، ومن ضمنها وكالات الأنباء، إلى مواكبة هذه التطورات من خلال تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف مراحلها، بدءاً من جمع الأخبار وانتهاءً بتحريرها ونشرها.

وتُعدّ وكالة الأنباء الأردنية (بترا) من أعرق وأهم وكالات الأنباء في العالم العربي، وتلعب دوراً محورياً في توفير الأخبار والمعلومات للمجتمع الأردني والعربي. ونظراً لأهمية موضوع تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، تأتي هذه الدراسة للوقوف على اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو هذا التطبيق.

ومن جهة أخرى تشير الدراسات إلى أن العالم سيشهد تحولات رقمية كبيرة خلال السنوات القليلة المقبلة، تشكل منعطفاً كبيراً في حياة البشرية، ويؤثر على مناحي الحياة كافة. (بريك، 2020).

وقد أثار استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الصحفي، عدة تساؤلات عن كيفية استجابة الصحفيين لعمليات توظيف الأتمتة (التشغيل الآلي) التي تقودها الخوارزميات، وصحافة الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، بالإضافة إلى تساؤلات عن مستوى تطبيق المعايير المهنية فيها، ويرى بعض الباحثين أن التطبيقات الجديدة قوبلت أحياناً بسيناريوهات متفائلة، أو متشائمة، وأثارت بشكل علني جدلاً حول التطور الجديد، وهل سيغير محتوى وسائل الإعلام نحو الأفضل، أو للأسوأ، كما كشفت أن توظيف الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي يتطلب فهماً أفضل لكيفية تفاعل الصحفيين مع التكنولوجيا في سياق العمل الإخباري المعاصر. (Schapals & Porlezza, 2020. P118, 119).

وستشهد المؤسسات الإعلامية العربية خلال السنوات القليلة المقبلة، ومن ضمنها المؤسسات الإعلامية الأردنية دخول الذكاء الاصطناعي لقطاع الإعلام، وسيصبح تحولاً ضرورياً وليس نمطاً كمالياً، فالتطور الكبير في شبكات التواصل الاجتماعي ومتغيراتها فيما يخص الرأي العام وتشكيله يحتم على المؤسسات الإعلامية الأردنية أن تعطي قدراً واهتماماً كبيرين لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مجالات عملها كونه سيساعدها على معرفة اتجاهات الرأي العام في وقت مبكر.

## الدراسات المرجعية:

اطلع الباحثان على عدد من الدراسات السابقة، ذات الصلة بالبحث وقسمها إلى دراسات عربية، وأخرى أجنبية، ورتبها من الأحدث إلى الأقدم، وفق الآتي:

### • الدراسات العربية:

- دراسة (راشد، 2024). واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي "دراسة تحليلية ميدانية"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدمت استمارة تحليل مضمون، وأداة تحليل المحتوى الضخم بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي (Big Data)، إضافة إلى الاستبانة، وذلك في ضوء النظرية المؤحدة لقبول التكنولوجيا. وتأتي هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح، وفي إطاره وظفت المسح الشامل لعينة الدراسة من المواقع الصحفية العربية (الدستور الأردنية – الشرق القطري- القاهرة ٢٤ المصرية)، وبلغ حجم الموضوعات (١٥٦٣١٨) موضوعاً، وذلك لتحديد حجم الموضوعات التي ينشرها الذكاء الاصطناعي مقارنة بالعنصر البشري، وتحديد أبرز التخصصات التي تنشر تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، ومدى تقبل الجمهور لهذه الموضوعات، وكذلك مسح القائمين بالاتصال في عينة الدراسة، وجمعت البيانات من خلال الاستبانة لرصد استخدام القائمين بالاتصال لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن الأخبار المنشورة بواسطة العنصر البشري جاءت في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية الموضوعات المنشورة بواسطة الذكاء الاصطناعي. وكشفت الدراسة أن الخبر الصحفي أكثر الأشكال الصحفية المستخدمة في المواقع الصحفية عينة الدراسة، وتبين أن الموضوعات الاقتصادية في مقدمة الموضوعات المنشورة بتقنيات الذكاء الاصطناعي. وأظهرت الدراسة الميدانية أن 51.1٪ من عينة الدراسة يستخدمون صحافة الذكاء الاصطناعي بشكل متوسط. وكشفت عن درجة أهمية تطبيق تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية عينة الدراسة، فأظهرت أن نسبة 33.3٪ يرون أن تطبيقها مهم بدرجة متوسطة، بينما نسبة 28.9٪ يرون أهميتها بدرجة كبيرة، وعن الحصول على دورات في تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية عينة الدراسة، تبين أن نسبة 62.2٪ من عينة الدراسة حصلوا على دورات في تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، ولكن بأشكال مختلفة من التلقي.

دراسة أيمن محمد ابراهيم بريك (2020): اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية.

هدف هذه الدراسة استقصاء اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية في مصر والسعودية،

عبر الوقوف على العوامل المؤثرة في تقبل واستخدام القائمين بالاتصال لهذه التقنيات ومعدلات استخداماتها، وذلك في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنيات المُخْتَلِفَة. وقد اعتمدت الدراسة منهجية البحث المسح ودراسة العلاقات المتبادلة وعينة كرة الثلج، وقد تم إجراء الدراسة على عينة حجمها (143) خلال الفترة من شهر تموز وحتى أيلول 2019، وأظهرت النتائج ما يلي:

أن مستوى استخدام هذه التقنيات جاء منخفضاً بنسبة (34.2%)، ثم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة (33.6%)، ثم بشكل متوسط بنسبة (26.6%)، وأخيراً بشكل مرتفع بنسبة (5.6%).

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 الوصف التحليلي، باستخدام استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة من الصحفيين الذين يعملون في صحف مصرية وخلصت نتائج الدراسة إلى:

أن الصحف المصرية اعتمدت التقنيات الحديثة في العمل الصحفي في عمليات الجمع والتحرير والإخراج والنشر بدرجة كبيرة.

أظهرت النتائج أيضاً أن الصحف المصرية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بشكل عام.

• الدراسات الأجنبية:

**دراسة كומר. (2020): الذكاء الاصطناعي في الصحافة: نعمة أم نقمة.**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في وكالة Xinhua الصينية، وعلى التحديات التي تواجه توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في هذه الوكالة، وقد اعتمدت الدراسة المنهج المسحي وتم أخذ عينة عشوائية مكونة من (25) صحفياً يعملون في الوكالة، وتم عمل مقابلات معمقة لعينة الدراسة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في العمل الصحفي خصوصاً فيما يتعلق بجمع وتحرير البيانات الذي يحدث آلياً دون تدخل الصحفيين المباشر، وهذا يوفر الكثير من الوقت والجهد في العمل الصحفي للوكالة.

أكدت نتائج الدراسة أهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الإشاعات والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.

أشارت النتائج أيضاً إلى أن الذكاء الاصطناعي مكن الوكالة من تطوير شكل جديد من عرض القصص الإخبارية والاعتماد على الواقع الافتراضي في العمل الصحفي.

**دراسة علي وحسون (2019): الذكاء الاصطناعي والصحافة الآلية: تحديات معاصرة وفرص جديدة.**

هدفت هذه الدراسة وصف الوضع الحالي للتقنيات 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 المسحي الوصفي باستخدام الاستبيان، وتوصلت نتائج الدراسة إلى الآتي:

أن 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 يؤثر 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 للقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية.

التعليق على الدراسات السابقة

اهتمت الدراسات السابقة بالذكاء الاصطناعي في الصحافة، واستخدمت المنهج المسحي، وركزت على اتجاهات القائمين بالاتصال، وواقع هذا التوظيف في الصحافة للوصول إلى فهم أفضل لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

وفي المقابل تختلف هذه الدراسات من حيث نطاقها الجغرافي، إذ يركز بعضها على منطقة محددة (مثل العالم العربي) بينما تتناول أخرى نطاقاً عالمياً، وتتركز دراستنا هذه على الأردن، وبينما تختلف الدراسات السابقة من حيث نوعية البيانات التي تم جمعها، حيث تعتمد بعضها الاستبيانات فقط بينما استخدمت دراسات أخرى مقابلات معمقة أو تحليل محتوى، وقد اعتمدت دراستنا الاستبانة باعتبارها أداة جمع البيانات

**مشكلة الدراسة:**

أوضحت تطبيقات الذكاء الاصطناعي معياراً لتقدم عمل المؤسسات الإعلامية في دول العالم، ومنها تحديداً وكالات الأنباء، وبات توظيف الذكاء الاصطناعي يُعد مؤشراً عن حاجة أساسية لمواكبة التحولات الرقمية المتسارعة في مختلف مناحي الحياة، وتنطلق هذه الدراسة لسد فجوة بحثية فيما يتعلق بقياس اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، التي لم يكشف عنها بعد، إذ لا توجد دراسات إعلامية سابقة تناولت الموضوع، وبناءً على معطيات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها، إذ يُعد قبول التكنولوجيا، ونوايا استخدامها من أكبر التحديات التي تواجهها المؤسسات العربية التي ترى أنه مجالٌ جديدٌ لا تمتلك خبرات واسعة عنه.

وعليه تتحدد مشكلة هذه الدراسة على الشكل الآتي:

الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) لتقبل توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، ودورها في الارتقاء بالمنتج الإعلامي.

**أهمية الدراسة:**

تتحدد أهمية هذه الدراسة من خلال مجموعة بنود، هي:

أهمية الذكاء الاصطناعي وتقنياته التي عملت على تحويل التحرير الصحفي في العالم إلى تقنيات وبرمجيات، ما يسهل عمل القائمين عليه. الأهمية الكبيرة التي يتميز بها الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، حيث يعمل على جمع البيانات الضخمة ومعالجتها ويعمل على مساعدة الصحفيين بشكل كبير، ما دفع العاملين بالإعلام العالمي إلى تبنيه في عملهم. أهمية توظيف برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي في المؤسسات الإعلامية الأردنية. التركيز على مواكبة الإعلام المحلي للإعلام العالمي في توظيف برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وللحاق بثورة الإعلام الرقمي التي يشهدها العالم.

**أهداف الدراسة:**

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

التعرف إلى مستوى معرفة القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي. التعرف إلى مدى امتلاك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) لمعلومات عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بوكالات الأنباء العالمية. التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي. التعرف إلى مدى إسهام تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية. التعرف إلى مدى إدراك القائمين بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) لتوفير التسهيلات والتدريب ومعالجة العقبات من قبل المسؤولين في الإدارات العليا لتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

**تساؤلات الدراسة:**

تطرح الدراسة عدداً من التساؤلات، يجاب عنها في نتائج البحث، وهي:

ما مستوى معرفة القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟ إلى أي مدى يمتلك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) لمعلومات عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بوكالات الأنباء العالمية؟

ما اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟ إلى أي مدى يساهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا)؟ هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي والفئة العمرية ومستوى التعليم والوصف الوظيفي وسنوات الخبرة)؟

**حدود الدراسة:**

للدراسة حدود عدة، تتمثل بالآتي:

الحدود البشرية: تتمثل بالقائم بالاتصال.

الحدود المكانية: تشمل وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عمان – المملكة الأردنية الهاشمية.

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

الحدود الموضوعية: تتمثل بمعرفة اتجاهات القائم بالاتصال وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

مصطلحات البحث والتعريفات الإجرائية:

يعرف الباحثان المصطلحات الواردة في البحث وفق الآتي:

الذكاء الاصطناعي:

• اصطلاحاً: "هو العلم الذي يمكن الآلة من القيام بتنفيذ أعمال اعتاد البشر على القيام بها لكن بمزايا تتسم بكونها أسرع، وحجم العمل المنجز أكثر". (الديبسي، 2022، 99).

• إجرائياً: هو مجموعة من التقنيات والتطبيقات الحاسوبية التي يتم استخدامها للقيام بوظائف التحرير الصحفي في غرف الأخبار.

القائم بالاتصال:

• اصطلاحاً: هو "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها". (فوال، 1992، 221).

• إجرائياً: يتحدد القائم بالاتصال إجرائياً بالصحفيين والمحريين العاملين في غرف الأخبار في وكالة الأنباء الأردنية (بترا).

التحرير الصحفي:

• اصطلاحاً: "فن تحويل الأحداث والأفكار والخبرات والقضايا الإنسانية ومظاهر الكون والحياة إلى مادة صحفية مقبولة سواء عند صاحب الثقافة العالية والذكاء الخارق، وصاحب الثقافة المتوسطة والذكاء العادي، وعند رجل الشارع الذي يقرأ ليفهم ويعرف". (الشعراوي، 2020، 78).

• إجرائياً: يتحدد التحرير الصحفي في البحث بالقدرة الكتابية التي يملكها القائم بالاتصال وتمكنه من تحويل الوقائع والأحداث إلى لغة كتابية مفهومة يتم سردها بطريقة تجذب القارئ إليها.

الاتجاه:

• اصطلاحاً: "هو حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي الذي تنتظم من خلاله خبرة الشخص، وتكون ذات أثر توجيهي أو فعّال على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تثير هذا الاتجاه التي قد تكون إيجابية أو سلبية أو محايدة نوعية أو عامة، ويتضمن الاتجاه ثلاثة عناصر هي:

الجانب المعرفي، الجانب الوجداني أو العاطفي، ثم الجانب السلوكي". (سميس، 2005، 58).

• إجرائياً: الاتجاه وفق البحث هو الميول والرغبات للقائمين بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) في وعي وتقبل برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

وكالة الأنباء الأردنية (بترا):

• اصطلاحاً: "هي وكالة الأنباء الأردنية الرسمية، حيث صدرت الإرادة الملكية السامية بتأسيسها في السادس عشر من شهر تموز عام (1965) كدائرة مستقلة من دوائر وزارة الإعلام بعد أن كانت قبل ذلك ومنذ عام (1956) قسماً في دائرة المطبوعات والنشر وهدفها الرئيسي هو استثمار أفضل لرأس المال البشري ورفع كفاءة المنتج الإعلامي". (وكالة الأنباء الأردنية، 2018).

الإطار النظري للدراسة:

النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا:

تعود النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا إلى عام 2003 حيث طوّر (Venkate Morris) النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وتهدف النظرية إلى تفسير نية وسلوك الاستخدام، وتستخدم النظرية النية السلوكية كمؤشر لسلوك استخدام التقنية، وتقترح النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما أن التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام جنباً إلى جنب مع نية الاستخدام. (الخولي، 2020، 146).

**ومن أهم فروض النظرية: (ماهيتاب، 2018، 61-65)**

- يؤثر توقع الأداء على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (النوع، الخبرة، الجنس).
- يؤثر توقع الجهد على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (النوع، السن، الخبرة).
- تؤثر التأثيرات الاجتماعية على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (العمر، النوع، طوعية الاستخدام).
- لا يوجد تأثير للكفاءة الذاتية للحاسوب (التكنولوجيا) على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا.
- تؤثر الظروف المساعدة على الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (العمر، الخبرة) ويكون التأثير على الأشخاص الأكبر سناً وبخاصة مع زيادة الخبرة.

- لا يوجد تأثير للقلق من استخدام التكنولوجيا على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا.
- لا يوجد تأثير للاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا على النية السلوكية للاستخدام.
- تؤثر النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا بشكل إيجابي على الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا.

**الاتجاه:**

الاتجاه هو أسلوبٌ منظم منسق في التفكير، والشعور ورد الفعل تجاه الناس، والجماعات والقضايا الاجتماعية، أو أي حدث في البيئة، وهو حالة من الاستعداد، أو التأهب النفسي، والعصبي تولد تأثيراً فعالاً على استجابة الفرد تساعد على اتخاذ القرارات المناسبة سواء أكان بالرفض أم بالإيجاب فيما يتعرض له من مواقف ومشكلات، ويتأثر بالخبرات، والبيئة الاجتماعية، والثقافية، ووسائل الإعلام دور في التأثير، وفي تشكيل الاتجاهات. (الدبيسي، 2017، 203)

ومن الخصائص التي تميز الاتجاهات، أن الاتجاه يتكون من ثلاثة عناصر هي: المعرفية والانفعالية والسلوكية، كما يتمتع بخاصية تقويمية، مثلاً أن يكون الفرد مُؤيداً أو معارضاً أو محايداً أو موافقاً أو رافضاً...؛ وهذا التقييم يختلف حسب قوة الاتجاه وطبيعته، كما يتكون الاتجاه بالنسبة للقضايا والموضوعات المثيرة للجدل والتي يدور حولها اختلاف في الرأي. (موسى، وبلال، 2019، 99).

**القائم بالاتصال:**

يعرف عادل ضيف القائم بالاتصال من يشارك في العملية الاتصالية لتوصيل الرسالة الإعلامية من خلال وسيلة إعلامية إلى الجمهور، وهو حارس البوابة على طول المسافة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور. (ضيف، 1997، 10).

ويعتبر القائم بالاتصال من الناحية القانونية والأخلاقية مسؤولاً مسؤولية مباشرة عن الرسالة الإعلامية التي يشرف على صياغتها وصناعتها للجمهور.

**التحرير الصحفي:**

المقصود بالتحرير إعداد الرسالة الإعلامية المكتوبة التي تنقل إلى الجماهير عبر الصحيفة أو المجلة بهدف تزويد الجماهير بالأخبار الصحفية والمعلومات السليمة من خلال عملية عرض فنية تساعد الناس على تكوين "رأي صائب" في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل بحيث يُعبّر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم. (بوراس، 2021، 19)

ومن أهم أهداف التحرير الصحفي: (مهدي، 2020، 216)

1. تقديم النصوص الصحفية بلغة سهلة وواضحة.
2. التأكد من المعلومات والآراء المتوافرة.
3. مراعاة الموضوعية في طرح المضامين.
4. تقدير المسافات التي من الممكن النشر فيها.
5. عدم تعارض النصوص الصحفية مع سياسة الوسيلة الإعلامية.
6. وضع النصوص بالشكل الذي يروق للقارئ المُتلقي.
7. إتمام عملية الإخراج الصحفي بشكل سلس وسهل.

**صحافة الذكاء الاصطناعي:**

الصحافة الآلية أو صحافة الذكاء الاصطناعي أو الصحافة الحاسوبية أو الصحافة الخوارزمية هي: التطبيق المتقدم للحوسبة والخوارزميات، والأتمتة الذي يستخدم في جمع الأخبار، وتقييمها، وتكوينها، وعرضها وتوزيعها، فالصحافة الآلية: تطبيق يستخدم في جمع الأخبار آلياً، وتقييمها بواسطة الأدوات التي تساعد على الوصول إلى المعلومات الجديرة بالاهتمام وتصنيفها من منصات شبكات التواصل الاجتماعي وذاكرة التخزين المؤقت للوثائق التي توفر إرشاداتٍ حول مصداقية المحتوى والمساهمين. وتشمل هذه الأدوات تطبيق داتامينر الذي يقدم التنبيهات والنصائح المبكرة للأخبار

العاجلة بالوقت الحقيقي لغرف الأخبار. (الدبيسي. 2022. 103)

وأقر مجلس الوزراء الأردني يوم 12 كانون الأول لعام 2020، السياسة الأردنية للذكاء الاصطناعي، بهدف تنشيط استخدام الذكاء الاصطناعي بالخدمات الحكومية الرقمية والصحة والتعليم والطاقة والمياه والمدن الذكية والقطاعات المالية، إلى جانب توفير الظروف والبيئة المناسبة للذكاء الاصطناعي ليشمل البيئة التشريعية والتنظيمية والتكنولوجية.

وتهدف السياسة الأردنية للذكاء الاصطناعي أيضاً، إلى تحديث البنية التحتية من أجل أن تتناسب مع احتياجات الذكاء الاصطناعي وتوظيف المعرفة من أجل تطوير مختلف القطاعات داخل الدولة.

ويعتمد استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية برمجيات وتقنيات تتمثل بالروبوت، وتقنيات الواقع المعزز، وأتمته الأخبار، وتحليل البيانات الضخمة، وتقنيات التعرف على وجوه الشخصيات، وتقنيات الدردشة الآلية للرد على التعليقات، وتقنية البلوكشين، وتلخيص محتوى الفيديوهات إلى نصوص مختصرة واستخدام تقنيات للتحقق من الأخبار المضللة، والتصحيح التلقائي للأخطاء اللغوية، واستخدام طائرات الدرون لتغطية أحداث الصراعات ما يقلل من المخاطر والخسائر البشرية. (عبد العزيز. 2021. 111)

#### وكالة الأنباء الأردنية (بترا):

صدرت الإرادة الملكية السامية بإنشاء وكالة الأنباء الأردنية (بترا) كدائرة مستقلة من دوائر وزارة الإعلام بتاريخ 16-7-1969، وبدأت الوكالة عند التأسيس بكادرٍ وظيفي متواضع بلغ آنذاك (32) موظفاً منهم (18) صحفياً يقدمون الخدمات الإخبارية عن طريق نشرة أخبار تُطبع باللغتين العربية والإنجليزية مساءً كل يوم، وتوزع على وسائل الإعلام والصحافة والسفارات العربية والأجنبية وبعض الوزارات والمؤسسات الحكومية. وزادت وكالة الأنباء الأردنية (بترا) فترات عملها إلى (18) ساعة يومياً بما في ذلك أيام الجمع والعطل الرسمية، فيما تعمل على مدار الساعة في الأوقات التي تستدعي ذلك وتستخدم في عملها اللغات العربية والإنجليزية، وبلغ عدد المواد الصحفية الموثقة عبر موقعها الإلكتروني عام 2021 ما يقارب (44) ألف مادة صحفية باللغتين العربية والإنجليزية، وبمعدل (120) مادة صحفية يومياً، إلى جانب 11 ألف و297 صورة. (بترا. 2022)

#### منهجية الدراسة:

##### نوع الدراسة ومنهجها:

تُعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدم المنهج فيها المسحي، حيث إن هذا النوع من المناهج يهتم بجمع البيانات والمعلومات التي يمكن تحليلها وتفسيرها؛ من أجل استخلاص استنتاجات وتوصيات.

#### مجتمع الدراسة وعينها:

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في التحرير الصحفي في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، وعددهم 143 صحفياً وصحفية، وتم اختيار عينة قصدية من العاملين في المديريات الصحفية في (بترا)، وهي (مديرية التحرير وأقسامها)، و(مديرية الأخبار وأقسامها)، و(مديرية الصحافة المتخصصة)، وذلك على عينة قصدية قوامها (102) مفردة.

#### أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحثان في جمع البيانات استمارة الاستبيان، حيث صممت استمارة تضمنت عدداً من المحاور للمتغير التابع والمتغيرات المستقلة، وتضمن كل محور عدداً من الأسئلة.

#### 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 (0.888).

#### التحليل الإحصائي

تم جمع البيانات والمعلومات المختلفة، وتنظيم هذه البيانات والمعلومات عن طريق الأرقام والحسابات والعمليات المرتبطة بها؛ بغرض توضيح العلاقات الارتباطية المتداخلة مع بعضها، بشكل يقدم فيه الباحثان عدداً من الاستنتاجات، التي توصل اليها الباحثان إلى الأهداف المنشودة في البحث عبر استخدام برنامج SPSS.

لتحليل البيانات ذات الصلة بأسئلة الدراسة فقد تم إجراء التحليلات التالية:

إيجاد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات استمارة الاستبيان.

إيجاد 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 حدٍ 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:

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

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى للبيدّل} - \text{الحد الأدنى للبيدّل}}{\text{عدد المستويات}}$$

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

وبذلك تكون الدرجة المنخفضة من 1 – أقل من 2.33.

وتكون الدرجة المتوسطة من 2.34 – 3.66.

وتكون الدرجة العالية من 3.67 فأكثر.

10- نتائج الدراسة العملية

الوصف الإحصائي لعينة الدراسة

التوزيع حسب النوع الاجتماعي (ذكر وأنثى)

الجدول (1) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي (ذكر وأنثى)

| المتغيرات       | المستوى | العدد / التكرار | النسبة المئوية |
|-----------------|---------|-----------------|----------------|
| النوع الاجتماعي | ذكر     | 75              | 73.5%          |
|                 | أنثى    | 27              | 26.5%          |
|                 | المجموع | 102             | 100%           |

كما يتضح من الجدول أعلاه، فإن الذكور يمثلون نسبة (73.5٪) من حجم العينة، وإن الإناث يمثلن نسبة (26.5٪).

التوزيع حسب النوع الاجتماعي (ذكر وأنثى)

الجدول (2) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

| المتغيرات     | المستوى        | العدد / التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|----------------|-----------------|----------------|
| الفئة العمرية | أقل من 25 سنة  | 3               | 2.9%           |
|               | من 25 - 35 سنة | 19              | 18.6%          |
|               | 36-46 سنة      | 36              | 35.3%          |
|               | 47 سنة فأكثر   | 44              | 43.1%          |
|               | المجموع        | 102             | 100%           |

كما يتضح من الجدول أعلاه، أن الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) تبلغ نسبة (2.9%) وهم الفئة الأقل في مجتمع الدراسة، وأن الفئة العمرية (من

25 - 35 سنة) تبلغ نسبة (18.6%)، وأن الفئة العمرية (من 36-46) تبلغ نسبة (35.3%)، وأما الفئة العمرية (47 سنة فأكثر) فكانت (43.1%).

## التوزيع حسب المؤهل العلمي

الجدول (3) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

| المتغيرات     | المستوى            | العدد / التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|--------------------|-----------------|----------------|
| المؤهل العلمي | دبلوم متوسط أو أقل | 5               | 4.9%           |
|               | بكالوريوس          | 51              | 50.0%          |
|               | ماجستير            | 32              | 31.4%          |
|               | دكتورة             | 14              | 13.7%          |
|               | المجموع            | 102             | 100%           |

كما يتضح من الجدول أعلاه أن (4.9%) هم من فئة (حملة شهادة دبلوم متوسط أو أقل)، وأن (50%) هم من فئة (حملة شهادة بكالوريوس)، وأن (31.4%) هم من (حملة شهادة الماجستير)، وأن (13.7%) هم من (حملة شهادة الدكتورة).

## التوزيع حسب الوصف الوظيفي

الجدول (4) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوصف الوظيفي

| المتغيرات     | المستوى      | العدد / التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|--------------|-----------------|----------------|
| الوصف الوظيفي | مندوب        | 53              | 52.0%          |
|               | محرر         | 22              | 21.6%          |
|               | سكرتير تحرير | 15              | 14.7%          |
|               | رئيس قسم     | 7               | 6.9%           |
|               | مدير         | 5               | 4.9%           |
|               | المجموع      | 102             | 100%           |

كما يتضح من الجدول أعلاه أن (52%) يشغل وظيفة مندوب وأن (21.6%) يشغل وظيفة محرر وأن (14.7%) يشغل وظيفة سكرتير تحرير، وأن (6.9%) يشغل وظيفة رئيس قسم وأن (4.9%) يشغل وظيفة مدير.

## 10-1-5- التوزيع حسب الوصف الوظيفي

الجدول (5) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

| المتغيرات    | المستوى         | العدد / التكرار | النسبة المئوية |
|--------------|-----------------|-----------------|----------------|
| سنوات الخبرة | من 1 – 5 سنوات  | 14              | 13.7%          |
|              | من 6 – 10 سنوات | 18              | 17.6%          |
|              | من 11 سنة فأكثر | 70              | 68.6%          |
|              | المجموع         | 102             | 100%           |

يتضح من الجدول السابق أن (13.7%) يعمل بخبرة (من 1 – 5 سنوات)، وأن (17.6%) يعمل (بخبرة من 6 – 10 سنوات)، وأن (68.6%) يعمل بخبرة (من 11 سنة فأكثر).

## النتائج المتعلقة بتساؤلات الدراسة:

النتائج المتعلقة في السؤال الأول ما مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟

الجدول (6) معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

| الرقم | السؤال                                                                    | المتوسط | الانحراف المعياري | الترتيب |
|-------|---------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------|---------|
| 1     | لدي فكرة عامة عن تطبيقات برمجيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي. | 3.65    | 0.875             | 1       |

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير يبين جدول (6) أن تقديرات مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي كانت بدرجة متوسطة وجاءت بمتوسط حسابي (3.65) وانحراف معياري (0.875) وهذا يدل على مستوى متوسط من مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

النتائج المتعلقة في السؤال الثاني إلى أي مدى يملك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) معلومات عن توظيف وكالات الأنباء العالمية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟

الجدول (7) مدى امتلاك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) معلومات عن توظيف وكالات الأنباء العالمية لتطبيقات الذكاء

## الاصطناعي في العمل الصحفي

| الرقم         | السؤال                                                                       | المتوسط | الانحراف المعياري | الترتيب |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------|---------|
| 2             | أمتلك معلومات عن توظيف برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.           | 3.38    | 0.771             | 2       |
| 3             | توظف بعض وكالات الأنباء العالمية برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي. | 3.89    | 0.716             | 1       |
| المتوسط العام |                                                                              | 3.64    | 0.744             |         |

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير يبين جدول (7) أن تقديرات مستوى امتلاك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) معلومات عن توظيف وكالات الأنباء العالمية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي كانت بدرجة متوسطة وجاءت بمتوسط حسابي (3.64)، حيث حصلت الفقرة توظف بعض وكالات الأنباء العالمية برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على الترتيب الأول بمتوسط حسابي (3.98) وانحراف معياري (0.744)، وحصلت الفقرة أمتلك معلومات عن توظيف برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (3.38) وانحراف معياري (0.711).

النتائج المتعلقة في السؤال الثالث ما اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟

الجدول (8) اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

| الرقم | السؤال                                                                                                            | المتوسط | الانحراف المعياري | الترتيب |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------|---------|
| 4     | أرغب في التعلم والتدريب على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.                                   | 4.58    | 0.604             | 1       |
| 5     | أشجع الإدارة على استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالة بترا                                   | 4.50    | 0.671             | 2       |
| 6     | أعاون مع زملائي لإنجاح استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالة بترا.                            | 4.06    | 0.865             | 10      |
| 7     | أجد فائدة عملية في استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.                                            | 4.19    | 0.805             | 9       |
| 8     | استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالات الأنباء أصبح أمراً ضرورياً.                            | 4.25    | 0.792             | 6       |
| 9     | استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي له فوائد إيجابية لمواكبة التطورات في تكنولوجيا الإعلام الرقمي. | 4.38    | 0.646             | 3       |
| 10    | تزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من كفاءة العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة            | 4.22    | 0.791             | 7       |
| 11    | يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج تقارير إخبارية متميزة.                         | 4.19    | 0.754             | 8       |
| 12    | يوفر استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الجهد والوقت والمال.                                      | 4.37    | 0.612             | 4       |

| الرقم         | السؤال                                                                                                 | المتوسط | الانحراف المعياري | الترتيب |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------|---------|
| 13            | يساعد استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الصحفيين على ضبط الأخطاء اللغوية والتحريرية. | 4.28    | 0.750             | 5       |
| المتوسط العام |                                                                                                        | 4.30    | 0.729             |         |

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير يبين جدول (8) أن التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي كانت بدرجة عالية وجاءت بمتوسط حسابي (4.30) وانحراف معياري (0.729)، حيث حصلت الفقرة أرغب في التعلم والتدريب على استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي. على الترتيب الأول بمتوسط حسابي (4.58) وانحراف معياري (0.604)، وحصلت الفقرة أشجع الإدارة على استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالة بترا على الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (4.50) وانحراف معياري (0.671)، وحصلت الفقرة استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي له فوائد إيجابية لمواكبة التطورات في تكنولوجيا الإعلام الرقمي على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (4.38) وانحراف معياري (0.646)، وحصلت الفقرة يوفر استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الجهد والوقت والمال على الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (4.37) وانحراف معياري (0.612)، وحصلت الفقرة يساعد استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي الصحفيين على ضبط الأخطاء اللغوية والتحريرية على الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (4.28) وانحراف معياري (0.750)، وحصلت الفقرة استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالات الأنباء أصبح أمراً ضرورياً على الترتيب السادس بمتوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري (0.792)، وحصلت الفقرة تزيد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من كفاءة العاملين في إعداد التقارير الإخبارية المتميزة على الترتيب السابع بمتوسط حسابي (4.22) وانحراف معياري (0.791)، وحصلت الفقرة يساعد استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج تقارير إخبارية متميزة على الترتيب الثامن بمتوسط حسابي (4.19) وانحراف معياري (0.754)، وحصلت الفقرة أجد فائدة عملية في استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على الترتيب التاسع بمتوسط حسابي (4.19) وانحراف معياري (0.805)، وحصلت الفقرة أتعاون مع زملائي لإنجاح استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بوكالة بترا على الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (4.06) وانحراف معياري (0.865).

النتائج المتعلقة في السؤال الرابع إلى أي مدى يسهم تطبيق برمجيّات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا)؟

الجدول (9) مدى إسهام تطبيق برمجيّات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا)

| الرقم         | السؤال                                                                                                                          | المتوسط | الانحراف المعياري | الترتيب |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------|---------|
| 18            | يسهم إدخال برمجيّات الذكاء الاصطناعي في عمل وكالة (بترا) بتجويد منتجها الإخباري                                                 | 4.27    | 0.647             | 1       |
| 19            | يسهم تطبيق برمجيّات الذكاء الاصطناعي في عمل (بترا) بإنتاج تقارير صحفية نوعية ومتخصصة.                                           | 4.14    | 0.704             | 3       |
| 20            | يزيد استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من إنتاج الأخبار والتقارير.                                            | 4.01    | 0.682             | 5       |
| 21            | يساعد استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنشاء قصص إخبارية تعتمد على تحليل البيانات الضخمة.                | 4.29    | 0.669             | 2       |
| 22            | يساعد استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج الأخبار والتقارير الإخبارية المتخصصة تبعاً لتفضيلات القارئ. | 4.07    | 0.721             | 4       |
| 23            | يساعد استخدام برمجيّات الذكاء الاصطناعي على سرد القصص الإخبارية بلغات متعددة.                                                   | 3.99    | 0.711             | 6       |
| المتوسط العام |                                                                                                                                 | 4.13    | 0.689             |         |

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير يبين جدول (9) أن تقديرات مدى إسهام تطبيق برمجيّات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا) كانت بدرجة عالية وجاءت بمتوسط حسابي (4.13)

وانحراف معياري (0.689) حيث حصلت الفقرة يسهم إدخال برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل وكالة (بترا) بتجويد منتجها الإخباري على الترتيب الأول بمتوسط حسابي 4.27 وانحراف معياري (0.647) وحصلت الفقرة يسهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل (بترا) بإنتاج تقارير صحفية نوعية ومتخصصة على الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (4.29) وانحراف معياري (0.669) وحصلت الفقرة يسهم تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في عمل (بترا) بإنتاج تقارير صحفية نوعية ومتخصصة على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (4.14) وانحراف معياري (0.704) وحصلت الفقرة يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على إنتاج الأخبار والتقارير الإخبارية المتخصصة تبعاً لتفضيلات القارئ على الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (4.07) وانحراف معياري (0.721) وحصلت الفقرة يزيد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي إنتاج الأخبار والتقارير على الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (4.01) وانحراف معياري (0.682) وحصلت الفقرة يساعد استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي على سرد القصص الإخبارية بلغات متعددة على الترتيب السادس والأخير بمتوسط حسابي (3.99) وانحراف معياري (0.711).

النتائج المتعلقة في السؤال الخامس هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟ تمت الإجابة على هذا سؤال من خلال ما يظهر في الجداول التالية والتي تبين إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)  $\alpha \leq$  في اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟

#### أولاً: النوع الاجتماعي

للإجابة على السؤال تم استخدام اختبار ت "Independent Samples T test" لمعرفة الفروقات في الدراسة.

الجدول (10) درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

#### لمتغير النوع الاجتماعي (ذكر وأنثى)

| النوع | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "ت" | مستوى دلالة |
|-------|-------|-----------------|-------------------|----------|-------------|
| ذكر   | 75    | 121.08          | 11.86             | 1.055    | 0.869       |
| أنثى  | 27    | 118.44          | 10.37             |          |             |

من خلال الجدول السابق يتضح:

أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي لمتغير النوع الاجتماعي. ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى توافق وجهات نظر الذكور والإناث نحو أهمية تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وذلك بسبب تشابه ظروف العمل والأنظمة والقوانين والإجراءات التي تحكم عملهم.

#### ثانياً: الفئة العمرية

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

الجدول (11) درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

#### لمتغير الفئة العمرية

| الفئة العمرية  | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "ف" | مستوى دلالة |
|----------------|-------|-----------------|-------------------|----------|-------------|
| أقل من 25 سنة  | 3     | 3.06            | 114.33            | 0.576    | 0.632       |
| من 25 - 35 سنة | 19    | 12.26           | 122.79            |          |             |
| 36 - 46 سنة    | 36    | 12.76           | 119.86            |          |             |
| سنة فأكثر 47   | 44    | 10.44           | 120.18            |          |             |

من خلال الجدول السابق يتضح أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي لتغير الفئة العمرية، وتعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحثين حيث إن نظرة جميع فئات العاملين في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) تأخذ هذا الأمر بعين الاعتبار ألا وهو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي.

#### ثالثاً: المؤهل العلمي

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

الجدول (12) درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي

##### متغير المؤهل العلمي

| مستوى دلالة | قيمة "ف" | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | المؤهل العلمي      |                                     |
|-------------|----------|-------------------|-----------------|-------|--------------------|-------------------------------------|
| 0.873       | 0.233    | 124.00            | 12.29           | 5     | دبلوم متوسط أو أقل | اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة    |
|             |          | 119.71            | 11.43           | 51    | بكالوريوس          | الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق   |
|             |          | 120.72            | 12.37           | 32    | ماجستير            | برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل |
|             |          | 120.79            | 10.29           | 14    | دكتوراه            | الصحفي                              |

من خلال الجدول السابق يتضح أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي لتغير المؤهل العلمي، وتعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحثين حيث إن نظرة جميع العاملين بجميع المؤهلات العملية في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) تأخذ بعين الاعتبار أهمية تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي.

#### رابعاً: الوصف الوظيفي

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

الجدول (13) درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي

##### متغير الوصف الوظيفي

| مستوى دلالة | قيمة "ف" | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | الوصف الوظيفي |                             |
|-------------|----------|-------------------|-----------------|-------|---------------|-----------------------------|
| 0.833       | 0.365    | 121.08            | 12.06           | 53    | مندوب         | اتجاهات القائم              |
|             |          | 117.91            | 9.37            | 22    | محرر          | بالاتصال في وكالة الأنباء   |
|             |          | 120.47            | 13.24           | 15    | سكرتير تحرير  | الأردنية (بترا) نحو تطبيق   |
|             |          | 122.71            | 13.20           | 7     | رئيس قسم      | برمجيات الذكاء              |
|             |          | 120.40            | 7.89            | 5     | مدير          | الاصطناعي في التحليل الصحفي |

من خلال الجدول السابق يتضح أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي لتغير الوصف الوظيفي، وتعتبر هذه النتيجة جيدة من وجهة نظر الباحثين حيث إن نظرة جميع فئات الدراسة ووكالة الأنباء الأردنية (بترا) تأخذ بعين الاعتبار أهمية تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحليل الصحفي.

#### رابعاً: سنوات الخبرة

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

## الجدول (14) درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

| لمتغير سنوات الخبرة |       |                 |                   |          |             |
|---------------------|-------|-----------------|-------------------|----------|-------------|
| سنوات الخبرة        | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة "ف" | مستوى دلالة |
| من 1-5 سنوات        | 14    | 9.7             | 122.9             | 0.449    | 0.639       |
| من 6-10 سنوات       | 18    | 14.1            | 120.9             |          |             |
| من 11 سنوات فأكثر   | 70    | 11.2            | 119.7             |          |             |

اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

من خلال الجدول السابق يتضح أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في درجة اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي لمتغير سنوات الخبرة، ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى تقارب وجهات نظر القائمين في الاتصال رغم تباين سنوات الخبرة بينهم، مما يؤكد اهتمامهم بتطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

## نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، التي تجيب على تساؤلات الدراسة، وتمثلت هذه النتائج فيما يلي:

بيّنت نتائج التحليل أن مستوى معلومات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاءت بدرجة متوسطة، ويفسر الباحثان ذلك إلى أن نسبة متوسطة من العاملين في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) لديهم فكرة عن توظيف برمجيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، وهي نسبة تبيّن أن عدداً من العاملين متابعون للتطورات في الإعلام الرقمي، لأن وكالة الأنباء الأردنية (بترا) تنظم دورات وورش عمل مستمرة تتضمن التطورات التكنولوجية في الإعلام لرفع كفاءة العاملين فيها. ولا تلتقي هذه النتيجة مع دراسة (بريك، 2020) التي أظهرت أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي جاء بدرجة مُنخفضة، ودراسة (راشد، 2024) التي أظهرت أن نسبة ٣٣,٣٪ يرون أن تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي مهم بدرجة متوسطة، بينما نسبة ٢٨,٩٪ يرون أهميتها بدرجة كبيرة.

بيّنت نتائج التحليل أن درجة امتلاك القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) معلومات عن توظيف وكالات الأنباء العالمية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاءت بدرجة متوسطة ويعزى ذلك إلى توظيف وكالات الأنباء العالمية لتلك التطبيقات والبرمجيات ما تزال حديثة ولم يمض عليها (7) سنوات. وتلتقي هذه النتيجة مع دراسة (عبد المنعم، 2020) حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحف المصرية اعتمدت التقنيات الحديثة والتكنولوجية في العمل الصحفي.

بيّنت نتائج التحليل أن اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي جاءت بدرجة عالية وهو ما يتفق مع فروض النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا التي تركز على تقبل عقول الناس للاتجاهات والمكونات الخارجية المتمثلة في البيئة المحيطة والإمكانات المتاحة حول طوعية استخدام تطبيقات التكنولوجيا في السياق التنظيمي والمهني. وتلتقي هذه النتيجة مع دراسة (Kumar, 2020) التي أظهرت نتائج الدراسة أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في العمل الصحفي خصوصاً فيما يتعلق بجمع وتحرير البيانات الذي يحدث إلكترونياً دون تدخل الصحفيين المباشر.

بيّنت نتائج التحليل أن مدى إسهام تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء، وتطوير المنتج الإعلامي لوكالة الأنباء الأردنية (بترا) جاءت بدرجة عالية، وتعزى هذه النتيجة إلى إدراك العاملين في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) أهمية تحديث مستلزمات العمل ومواكبة التقدّم التكنولوجي، لما لذلك من إيجابيات على تطوير كمّ ونوع المنتج الإعلامي للوكالة. وتلتقي هذه نتيجة مع دراسة (Ali and Hussam, 2019) التي أشارت إلى 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.

أظهرت الدراسة عدم وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية في اتجاهات القائم بالاتصال في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) نحو تطبيق برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحرير الصحفي تعزى للمتغيرات الديموغرافية عند مستوى دلالة (0.05). ويُعزى ذلك إلى المستويات المتقاربة في الثقافة والتأهيل لأفراد العينة، إضافة إلى مواكبة نسبة جيدة من العاملين للمتغيرات في البيئة التكنولوجية للعمل الصحفي.

## توصيات ومقترحات الدراسة:

بناء على ما تم التوصل إليه من نتائج، توصي الدراسة بالآتي:

وضع خطة متكاملة من وكالة الأنباء الأردنية بترأ حول إدخال تطبيقات برمجيات الذكاء الاصطناعي بالتحليل الصحفي.

إيفاد عدد من العاملين في وكالة الأنباء الأردنية بترأ للتدريب في عدد من المؤسسات الإعلامية الرائدة في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

تنظيم وكالة الأنباء الأردنية بترأ للمزيد من الدورات، وورش العمل المتخصصة عن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وذلك بالتعاون مع الشركات والمؤسسات الإعلامية الرائدة في هذا المجال، مثل وكالة أسوشيتدبرس ووكالة رويترز.

قيام وكالة الأنباء الأردنية (بترأ) بالتنسيق مع الجهات الحكومية للاستفادة من برامج المساعدات والمنح التي يحصل عليها الأردن من بعض الجهات الأجنبية والعربية، وبما يمكنها من إدخال تطبيقات وبرمجيات الذكاء الاصطناعي في عملها الصحفي.

إجراء المزيد من الدراسات حول اتجاهات القائمين في الاتصال في المواقع الإخبارية الأردنية حول توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

قيام وكالة الأنباء بتحديث البنى التحتية التي تتناسب مع احتياجات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

شكرو وتقدير: كل الشكر لجامعة الشرق الأوسط وكلية الإعلام على دعم هذه الدراسة بالكامل.

## المصادر والمراجع

- بريك، أ. (2020). اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT). *مجلة البحوث العلمية*، 53 (2)، 447-526.
- بوراس، م. (2021). فن التحرير الصحفي الرياضي في ظل عولمة الإعلام: دراسة تحليلية مقارنة للخبر الصحفي في الجرائد الرياضية (الهدف، الخبر الرياضي، الشباك). *مجلة الإبداع الرياضي*، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 13 (1).
- الخولي، س. (2020). اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي: دراسة ميدانية. *الدوريات المصرية*، 72 (1)، 101-173.
- الدبسي، ع. (2017). دراسات إعلامية في تحليل المضمون. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- الدبسي، ع. (2022). الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي. الأردن: دار المسيرة للنشر.
- راشد، ر. (2024). واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة تحليلية ميدانية. *جامعة الأزهر، كلية الإعلام*، 69 (2)، 1289-1348.
- سميس، ح. (2005). *نظريات الرأي العام*. القاهرة: الدار الثقافية للنشر.
- الشعراوي، أ. (2020). *مدخل إلى التحرير الإعلامي*. منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- ضيف، ع. (1997). *السياسة التحريرية للصفحات الخارجية بالصحف المصرية*. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، مصر.
- عبد العزيز، إ. (2021). مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 77 (2)، 603-647.
- فوال، ن. (1992). قراءة في دراسات القائم بالاتصال. *المجلة الاجتماعية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة*، 32 (3).
- ماهي، ج. (2018). *دوافع استخدام الشباب الجامعي لمقاطع اليوتيوب التعليمية في التعليم الجامعي الذاتي والإشباع*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- مهدي، ل. (2020). *ما هي أهداف التحرير الصحفي*. مجلة أي عربي، استرجع من الموقع الإلكتروني: <https://e3arabi.com/>.
- موسى، ع.، وعبد الفتاح، أ. (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.
- وكالة الأنباء الأردنية (بترأ). (2022). *معلومات عامة عن بترأ*. استرجع من الموقع الإلكتروني: <http://www.petraneews.gov.jo/arabic/aboutpetra.shtm>.

## References

- Abdel Aziz, E. (2021). The future of using artificial intelligence applications in media institutions and their role in developing news content. *Egyptian Journal of Media Research*, 2(77), 647-603.
- Al-Dabisi, A. (2017). *Media studies in content analysis*. Jordan: Dar Al Masirah for Publishing and Distribution.
- Al-Dabisi, A. (2022). *Digital media and artificial intelligence challenges*. Jordan: Dar Al Masirah Publishing House.
- 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 journalistic content related to information richness: a field study. *Egyptian Periodicals*, 1(72), 101-173.
- Al-Shaarawy, A. (2020). *Introduction to media editing*. Publications of the Syrian Virtual University.
- Boras, M. (2021). The art of sports journalistic editing in light of the globalization of the media: a comparative analytical study of press news in sports newspapers (Al-Hadaf, Al-Khabar Sports, Al-Shabak). *Sports Creativity Journal, Mohamed Boudiaf University of M'sila*, 13(1).
- Brick, A. (2020). Attitudes of communicators towards the use of artificial intelligence techniques in Egyptian and Saudi press institutions: a field study within the framework of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Journal of Scientific Research*, 53(2), 447-526.
- Dhaif, A. (1997). *Editorial policy for external pages in Egyptian newspapers*. Unpublished doctoral dissertation. college of Literature, Zagazig University, Egypt.
- Foal, N. (1992). Read studies of the communicator. *National Social Journal, National Center for Social and Criminological Research, Cairo*, 32(3).
- Jordan News Agency (Petra). (2022). *General information about Petra*. Retrieved from the website: <http://www.petraneews.gov.jo/arabic/aboutpetra.shtm>.
- Kumar, S. (2020). *Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane?* Springer Nature Singapore.
- Mahdi, L. (2020). *What are the goals of journalistic editing?* iArabi magazine, retrieved from the website: <https://e3arabi.com/>.
- Mahitab, J. (2018). *Motivations for university youth's use of educational YouTube clips in university self-education and gratifications*. Unpublished Master's Thesis, Cairo University, Faculty of Information.
- Musa, A., & 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.
- Rashid, R. (2024). The reality of the Arab press in light of artificial intelligence techniques: A field analytical study. *Al-Azhar University, Faculty of Information*, 69(2), 1289-1348
- Schapals, A. K., & Porlezza, C. (2020). Assistance or resistance? Evaluating the intersection of automated journalism and journalistic role conceptions. *Media and Communication*, 8(3), 16-26
- Sumaisim, H. (2005). *Theories of public opinion*. Cairo: Cultural Publishing House.