Dirasat: Human and Social Sciences, Volume 53, No. 6, Supplement 1, 2026, 9435

Deanship of Scientific Research

Employing Artificial Intelligence in Producing Media Content in Jordanian TV Channels

Abdelbaset Ahmad Alabed Alrahman *

Department of Journalism and Digital Media, Faculty of Media, Zarqa University, Jordan.

Received: 23/10/2024
Revised: 3/12/2024
Accepted: 26/12/2024
Published online: 15/1/2026

* *Corresponding author:*
Abdgharaibeh@zu.edu.jo

Citation: Alabed Alrahman, A. A. (2026). Employing Artificial Intelligence in Producing Media Content in Jordanian TV Channels. *Dirasat: Human and Social Sciences*, *53*(6), 9435. https://doi.org/10.35516/Hum.2026.9435

© 2026 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 aimed to determine the degree of utilization of artificial intelligence (AI) techniques in producing media content on Jordanian television channels, the areas of their application, and the factors influencing their adoption.

Method: A survey method was employed, targeting media professionals from Roya TV, Al-Mamlaka TV, and Jordan TV, using an equal quota sample of 210 individuals.

Results: The findings revealed that Jordanian TV channels show significant interest in AI technology and actively use it in media content creation. Fixing linguistic and spelling issues emerged as a primary application of AI. Additionally, AI technologies were found to enhance creativity and innovation in media production, with advanced computers and Internet servers forming the backbone of infrastructure. Channels anticipated using AI to access data and information more efficiently. Social encouragement among colleagues played a significant role in AI adoption, while workers' lack of experience with AI-based visual content creation posed a notable challenge.

Conclusion: The study recommends that Jordanian television channel administrations organize training workshops to equip employees with AI usage skills in media production. Furthermore, providing advanced technical infrastructure, such as virtual studios, is essential due to its cost-effectiveness and ability to save time and effort.

Keywords: Artificial intelligence; media content; Jordanian television; media innovation; technical infrastructure.

توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية

عبد الباسط أحمد خليل العبدالرحمن*

قسم الصحافة والإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الزرقاء، الأردن

ملخّص

الأهداف: هدفت هذه الدراسة لمعرفة درجة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية ومجالات توظيفها، والعوامل المؤثرة عليها.

المنهجية: تم الاعتماد على منهج مسح أساليب الممارسة الإعلامية، بالتطبيق على عيّنة حصصية متساوية قوامها (210) مفردة على الإعلاميين في قناة رؤيا، وقناة المملكة، والتلفزيون الأردني.

النتائج: توصلت الدّراسة إلى أنّ القنوات التلفزيونية الأردنية تهتم بتقنيات الذكاء الاصطناعي، ويقوم الإعلاميون العاملون في هذه القنوات على توظيف هذه التقنيات في إنتاج المحتوى الإعلامي، وأظهرت النتائج أن "تصحيح الأخطاء اللغوية والإملائية" من أهم مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، كما بينت أنّ فوائد توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، هي "تعزيز قيمة الإبداع والابتكار في إنتاج المحتوى الإعلامي"، بينما جاءت عبارة "تتوفر البنية التحتية اللازمة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي من أجهزة حاسوب وخوادم إنترنت ذات كفاءة عالية" كأبرز التسهيلات المتاحة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، أما فيما يتعلق بالجهد المتوقع لتوظيف قنوات تقنيات الذكاء الاصطناعي، فقد كانت "القدرة على الوصول إلى البيانات والمعلومات المطلوبة بشكل أسرع"، بينما جاءت عبارة "يشجع الزملاء بعضهم بعضًا على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي" كأبرز العوامل الاجتماعية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، بينما كانت معوقات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي "قلة خبرة العاملين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج المحتوى الإعلامي".

الخلاصة: يقترح الباحث على الإدارات في القنوات التلفزيونية الأردنية بعقد ورش تدريبية للعاملين فيها، حول كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، والعمل على توفير البنى التحتية التي تدعم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجانب الفني كالاستديوهات الافتراضية؛ لما لها من فوائد على الصعيدين المادي والفني، علاوة على اختصارها للوقت والجهد.

الكلمات الدالة: الذكاء الاصطناعي، المحتوى الإعلامي، التلفزيون الأردني، الابتكار الإعلامي، البنية التحتية التقنية.

مقدمة

بدأ العلماء بدراسة الذكاء الاصطناعي منذ منتصف الأربعينيات من القرن الماضي، في الفترة التي ظهرت فيها الحاجة المُلحّة للبحث عن آلات من الممكن أن تتخذ بعض القرارات وتتفاعل مع البيئة المحيطة بمرونة، ومع زيادة التطور التقني، ازدادت الدراسات المهتمة بهذا المجال، حيث تمت صياغة مفهوم الذكاء الاصطناعي كمصطلح لأول مرة في مؤتمر دارتموث عام (1956)، ورافق هذا المؤتمر ظهور الجيل الأول من أجهزة الحاسوب الرقمية في المختبرات الجامعية (أبوزيد، 2022).

كما ساعد التطور التكنولوجي في الربع الأول من القرن الحادي والعشرين إلى إحداث تحولات كبيرة في مجالات مختلفة، ومن ضمنها مجال الإعلام، الذي شهد العديد من التغيرات والتطورات الملموسة في صناعة المحتوى الإعلامي، وفي الأنماط المتبعة لاستهلاك الوسائط والاحتياجات المجتمعية، وكان لظهور الإنترنت والتقنيات الرقمية، تأثير عميق على المشهد الإعلامي (المرزوقي وعزايزية، 2023)، فأصبح الواقع الرقمي السمة الأساسية في كافة جوانب الحياة العصرية، كما أن تطوره فتح الباب على مصراعيه أمام التحول في أساليب الممارسة الإعلامية، وإسنادها إلى التقنيات الحديثة، ويعد الذكاء الاصطناعي الذي تطور ونما مع نمو شبكات الجيل الخامس جزءًا مهمًا فيها (المتولي وفرحات، 2022).

ومن أبرز المجالات التي استفادت بشكل كبير من هذه التطورات التكنولوجية المتلاحقة هي الصناعة التلفزيونية، فقد فرض هذا التطور الرقمي على القنوات التلفزيونية أساليب جديدة على صعيد الإنتاج التلفزيوني؛ مما جعله يكتسب عمقًا أكبر من الناحيتين الجمالية والتعبيرية، وكانت سببًا في اتجاه المؤسسات الإعلامية نحو توظيف تطبيقاته في غرف الأخبار الصحفية، وإنتاج البرامج التلفزيونية والإذاعية، الأمر الذي ساهم في تنوع المحتوى الإعلامي (Eneizat et al., 2023) و(إسماعيل، 2022).

كما أدى التطور الذي أحدثته تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى التقليل من التكاليف المادية المطلوبة من القنوات التلفزيونية لتقديم محتوى إعلامي جيد، فالمحتوى الإعلامي اليوم لا يتطلب معدات تقنية معقدة وباهظة الثمن، كما ساعد العاملين في القنوات من اختصار الأوقات الطويلة في إنتاج ذلك المحتوى، (المساوي، 2022، ص660). لذا تعد عملية إنتاج المحتوى الإعلامي من أهم المجالات التي تطورت بتطور الذكاء الاصطناعي، والتي قد تؤدي لظهور تقنية اتصالية جديدة، وإعادة تشكيل الجمهور، علاوة على إعادة تشكيل العلاقة بين المرسل والمستقبل؛ ويعود ذلك لاستحداث منصات اتصالية جديدة تتناغم مع أنماط الإعلام الآلي في صناعة المحتوى، مقارنة بالوسائل التقليدية (Eneizat et al., 2024) و(إسماعيل، 2022).

وفي ضوء ما سبق، يظهر أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي أصبح لا غنى عنه في عصرنا الحالي، حيث تؤدي العوامل المتعددة التي تمس هذا المجال دورًا حاسمًا في تحديد نجاح هذه التقنية، ومن خلال فهم هذه العوامل بشكل أفضل، يمكننا تحسين تطبيق الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي، وتحقيق أقصى استفادة من إمكانياته، وعليه فقد جاءت هذه الدراسة للوقوف على العوامل المؤثرة في توظيف الذكاء الاصطناعي في القنوات التلفزيونية والمتمثلة ب(الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثير الاجتماعي، والتسهيلات المتاحة).

مشكلة الدراسة:

على الرغم من التطور الكبير الذي شهده مجال الذكاء الاصطناعي في السنوات الأخيرة، وخاصة في قطاع الإعلام، إلا أن تأثير هذه التكنولوجيا كان أكثر على المحتوى المرئي –القنوات التلفزيونية- في عمليات الإنتاج الإعلامي ((Jamil, 2021؛ فعمل على رفع كفاءة الإنتاج وسرعتة في جميع القنوات التلفزيونية المستخدمة لهذه التكنولوجيا.

وكانت القنوات التلفزيونية الأردنية كباقي القنوات التلفزيونية الأخرى تسعى إلى التقدم في مجال العمل الإعلامي من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المتاحة لهذا المجال، لذلك من المفترض معرفة العوامل المؤثرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في هذه القنوات بهدف إيجاد الحلول التي تساهم في زيادة استخدام هذه التقنيات من أجل تقديم محتوى إعلامي يرضي احتياجات الجمهور ومواكبًا للتطورات العالمية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

1.تقدم الدراسة تصورًا كاملًا للمؤسسات الإعلامية حول العوامل المؤثرة في توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي؛ مما يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي المرئي في القنوات التلفزيونية الأردنية وغيرها، وذلك عبر تطوير أدواتها، واستحداث التقنيات المستخدمة في الإنتاج الإعلامي.

2. تقدم الدراسة حلولاً للمشكلات الفنية التي تعاني منها القنوات الأردنية، مثل: مساحة الاستديوهات، وصعوبة تنفيذ التصاميم، وذلك من خلال تقديم تصور عن المعوقات التي تواجه العاملين في القنوات، وتحولُ دون استخدامهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي.

3. إفادة الصحفيين والفنيين العاملين في مجال الإنتاج التلفزيوني بالجوانب التي يمكن استخدامها في هذا المجال، على جميع الأصعدة، وأهمها تطوير مهاراتهم الإعلامية الرقمية.

أهداف الدراسة:

يتمحور الهدف الرئيس من هذه الدراسة، في معرفة توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية، ويتفرع من هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل بمعرفة:

1. درجة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية.
2. مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية.
3. تأثير كل من العوامل الآتية (الأداء المتوقع، التسهيلات المتاحة، الجهد المتوقع، التأثير الاجتماعي، النية المستقبلية) على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية.
4. المعوقات التي تواجه الصحفيين العاملين في القنوات التلفزيونية الأردنية، لاستخدامهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات التلفزيونية الأردنية.

أسئلة الدراسة:

يتمحور السؤال الرئيس في هذه الدراسة في: ما مدى توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية؟، ويتفرع من هذا السؤال الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل بـ:

1. ما درجة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية؟
2. ما مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية؟
3. ما تأثير الأداء المتوقع على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية؟
4. ما تأثير التسهيلات المتاحة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية؟
5. تأثير الجهد المتوقع على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية؟
6. ما تأثير العوامل الاجتماعية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية؟
7. ما تأثير النية المستقبلية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التفلزيونية الأردنية؟
8. ما المعوقات التي تواجه الصحفيين العاملين في القنوات التلفزيونية الأردنية، لاستخدامهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات التلفزيونية الأردنية؟

فروض الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثير الاجتماعي، التسهيلات المتاحة، النية المستقبلية) تعزى للنوع الاجتماعي.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثير الاجتماعي، التسهيلات المتاحة، النية المستقبلية) تعزى للعمر.
3. ، توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثير الاجتماعي، التسهيلات المتاحة، النية المستقبلية) تعزى لسنوات الخبرة.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثير الاجتماعي، التسهيلات المتاحة، النية المستقبلية) تعزى للقناة التي يعمل بها المبحوثون.

النظرية المستخدمة في الدراسة:

النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology).

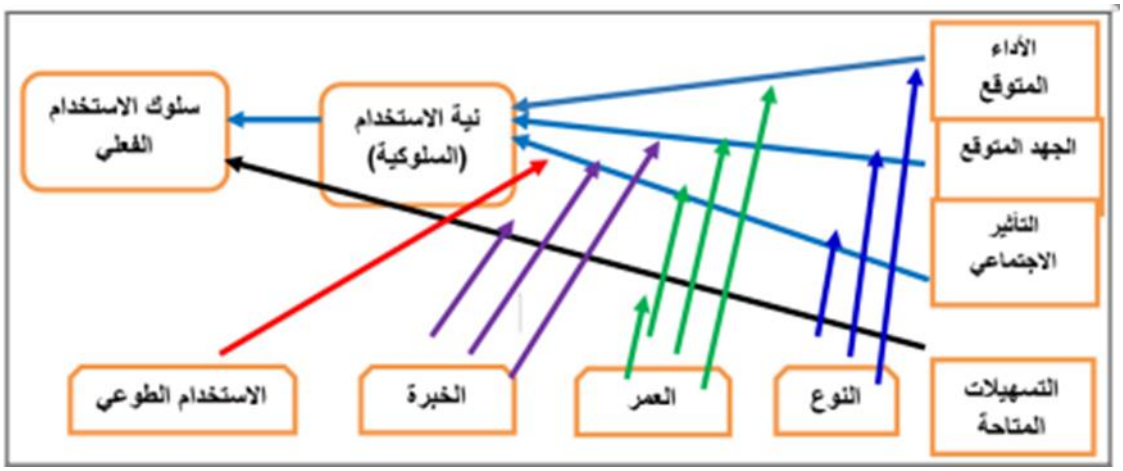
تُعدّ النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، أولى النظريات المستخدمة في نظم المعلومات وتقنيتها، والتي من أهدافها تفسير سلوك استخدام التقنيات الرقمية والنية السلوكية كمؤشر لدرجة استخدام هذه التقنيات، وتعدّ هذه النظرية من النظريات المعتمدة لتفسير قبول نظام المعلومات واستخدامه، ويعد دافيد (Davis) هو المؤسس الحقيقي لهذه النظرية وذلك عام (1989)، حيث ذكر أن عدم قبول المستخدمين للعمل على نظام المعلومات والتكنولوجيا، يعدّ عائقا مهما أمام نجاح هذه النظم (Beamish. 2020).

وفي عام (2003) طور (Venkatesh Morris) وزملاؤه النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، حيث تم بناؤها على ثماني نظريات تتعلق بقبول التكنولوجيا، أفضلها نظرية التصرفات المسببة، وأنموذج قبول التكنولوجيا، ونظرية السلوك المخطط، ونظرية تبني انتشار المستحدثات وغيرها، وتتكون هذه النظرية من أربعة متغيرات أساسية وهي: (الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتاثير الاجتماعي، التسهيلات المتاحة)، وعلاقة هذه المتغيرات

بالنية السلوكية والاستخدام الفعلي للتكنولوجيا (Venkatesh et al., 2003):

1. الأداء المتوقع (Performance Expectancy): هو أحد أهم العوامل الأساسية في النظرية، ويعد مؤشراً على إرادة الأفراد لاستخدامهم أنظمة معينة، وهو ما يشير إلى درجة اعتقادهم بأن هذه الأنظمة سوف تساعدهم على تحسين الأداء الوظيفي وتحقيق المكاسب.
2. الجهد المتوقع (Effort Expectancy): هو ما يشير إلى استيعاب المستخدمين لمدى قدرة التكنولوجيا على أن تكون سهلة وغير معقدة، إذ إنهم يفضلون استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ لتحقيق أهدافهم ليصبحوا أكثر استعدادا لقبولها.
3. التأثير الاجتماعي (Social Influence): يشير إلى إدراك الفرد واعتقاده بأن استخدامه للتكنولوجيا سيعزز صورته الاجتماعية، ويحقق له دعمًا نفسيًا في بيئة العمل، وخصوصًا عندما يشجع المستخدمون الأشخاص الآخرين المهمين بالنسبة لهم على استخدام التكنولوجيا.
4. التسهيلات المتاحة (Facilitating Conditions): تعد إحدى ركائز النظرية، وتعبر عن درجة توقع الفرد بوجود بنية تحتية لبيئة العمل، مثل: الأجهزة المختلفة كالحواسيب، وشبكة الإنترنت (Braghieri, 2019, p. 1450).

وتهدف هذه النظرية إلى تفسير نية استخدام الأفراد للتكنولوجيا وسلوكهم نحوها، حيث تعتبر النية السلوكية مؤشراً لسلوك استخدام التقنية، وتقترح النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي، جميعها تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما أن التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام، جنبًا إلى جنب مع نية الاستخدام (عبد الحميد، 2022)، ويمكن توضيح مفهوم النية السلوكية: بأنها مستوى عزم الشخص على استخدام التكنولوجيا الجديدة فعليًا (Nassuora, 2013).



الشكل (1) أنموذج النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (UTAUT) Venkatesh et al. (2003)

ويشير النموذج السابق إلى أن العلاقة بين كل من: (الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي، والتسهيلات المتاحة)، تختلف باختلاف (النوع الاجتماعي، العمر، الخبرة)، وتؤثر النية السلوكية على الاستخدام الفعلي، وأن العلاقة بين الجهد المتوقع والتأثير الاجتماعي تختلف باختلاف الخبرة، وهناك علاقة بين التأثير الاجتماعي والنية السلوكية باختلاف طوعية الاستخدام، وأخيرًا هناك علاقة بين سلوك الاستخدام الفعلي والتسهيلات المتاحة، التي تختلف باختلاف العمر والخبرة (Beamish, 2020, p. 1543).

الدراسات السابقة:

1. دراسة (عبد الحميد، 2022) سعت الدراسة للكشف عن استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف الرقمية المصرية، والإشكاليات التي تعوق الاستفادة من هذه التطبيقات في المؤسسات الصحفية، من خلال التطبيق على عينة قوامها (149) مفردة من الصحفيين والعاملين في الوظائف والمهام الصحفية المختلفة، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي هي تقنيات الترجمة الآلية، بنسبة بلغت (56.5%)، بينما جاءت عبارة اقتراح وإنشاء القصص الإخبارية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (52.4%)، وجاء التحقق التلقائي من المعلومات في المرتبة الثالثة بنسبة (48.4%)، أما بالنسبة للمعوقات التي تواجه الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، فقد كان أبرزها، عدم اقتناع الصحفيين بأهمية الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي، وضعف البنية التكنولوجية في المؤسسات الصحفية.
2. دراسة (إسماعيل، 2022) هدفت هذه الدراسة للكشف عن التحديات التي تواجه الصحفيين عند استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحف

والمواقع الإخبارية المصرية والتأثيرات الإيجابية والسلبية الناتجة عن ذلك الاستخدام، من خلال التطبيق على عينة حصصية قوامها (66) مفردة من الصحفيين العاملين في الصحف والمواقع الإخبارية المصرية، تم تقسيمها على النحو الآتي، (23) مفردة من الصحفيين العاملين في صحيفة المصري اليوم، و(22) مفردة من الصحفيين العاملين في موقع مصراوي، و(21) مفردة من الصحفيين العاملين في صحيفة القاهرة 24، وخلصت الدراسة إلى أن (94%) من مجموع أفراد العينة وبواقع (62) مفردة، أكدوا بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي ناجحة بدرجة كبيرة جدًا في إنجاز العمل الصحفي، كما توصلت الدراسة إلى أن أبرز التأثيرات السلبية الناتجة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر المبحوثين، أن هذه الصحف والمواقع ستقلل من عدد الصحفيين لديها نتيجة الاعتماد على مثل هذه التتقنيات، وأشارت النتائج إلى أن أبرز التحديات التي تواجهها الصحف والمواقع الإخبارية المصرية على المستوى التقني، تزايد عمليات قرصنة المعلومات، وعدم وجود معايير أخلاقية محددة تضبط عمل صحافة الذكاء الاصطناعي.

3. دراسة (عبد الرزاق، 2022) هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى اهتمام القائمين بالاتصال لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتحديد درجة متابعة الصحفيين لها، ومعرفة العوامل الأكثر تأثيرًا على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخدامها في الوسائل الإعلامية العربية والمصرية،، وبالتطبيق على عينة قوامها بلغت (451) مفردة، وبينت نتائج الدراسة أن رؤساء العمل آخر العوامل الاجتماعية تأثيرًا في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للوسائل الإعلامية المصرية كما أوضحت النتائج أيضًا أن (50.6%)، من العاملين في الوسائل الإعلامية المصرية أكدوا إمكانية تشاركية استخدام الذكاء الاصطناعي مع الوسائل التقليدية، كأبرز عوامل التسهيلات المتاحة.

4. دراسة (عبد اللطيف، 2021) سعت هذه الدراسة للتعرف إلى درجة تبني الصحف المصرية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تحرير وإنتاج الأخبار والموضوعات الصحفية، وذلك باستخدام المنهج المسحي لأساليب الممارسة الإعلامية، وتم تطبيق هذه الدراسة على عينة متاحة قوامها (225) مفردة، من رؤساء التحرير ومعاونيهم من نواب ومديري التحرير ورؤساء الأقسام والصحفيين، العاملين في الصحف المصرية: (كالأهرام، الأخبار، الجمهورية، الوفد، المصري اليوم، الشروق، اليوم السابع)، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أبرز الآثار الإيجابية التي تركتها استخدامات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الصحفي من وجهة نظر المبحوثين، الوصول إلى تنافس شديد في صناعة المحتوى الصحفي، وإعطاء الصحفيين قوة امتلاك أدوات الذكاء الاصطناعي

5. دراسة (خطاب، 2021)، بحثت هذه الدراسة في التحديات التي تواجه الصحفيين في حال محاولة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة، حيث تم الاعتماد على المنهج المسحي؛ من خلال التطبيق على عينة عمدية قوامها (50) مفردة من الخبراء والعاملين في المؤسسات الصحفية المصرية، وتوصلت الدراسة إلى وجود تحديات تتعلق بالعديد من الجوانب، منها تحديات تقنية، كضعف البنية التكنولوجية للاتصالات (ضعف شبكة الإنترنت في العديد من المحافظات المصرية؛ مما يعوق التوسع في استخدام التقنيات الذكية).

6. دراسة (الزعنون ووافي، 2021) هدفت الدراسة إلى معرفة انعكاسات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على مصداقية الصحفيين ومهنيتهم، من خلال التطبيق على القائمين في الاتصال، والعاملين في شبكة الجزيرة الإعلامية ومجموعة (MBC)، وعددهم (62) مفردة من المختصيين في الإعلام الرقمي، وخلصت الدراسة إلى أن أبرز مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسة الإعلامية هي: تتبع الأخبار العاجلة بنسبة بلغت (53.2%)، البحث الآلي بدقة وتزويد الصحفيين بالمعلومات بنسبة بلغت (50%)، وتلها الترجمة بنسبة بلغت (40.3%)، وأثبتت نتائج الدراسة إلى أن استخدامات القائم بالاتصال لتقنيات الذكاء الاصطناعي تنعكس على المصداقية بنسبة (77.7%)، وعلى المهنية بنسبة (81.42%).

7. دراسة (**Yu & Huang** 2021،) هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تصور العاملين في مجال الإعلام، حول تأثير الذكاء الاصطناعي على فرص عملهم؛ وذلك من خلال استخدام منهج المسح للقائم بالاتصال، على عينة قوامها (18) صحفيًا من الجنسية الصينية العاملين في غرف الأخبار بواسطة المقابلات المعمقة، وتوصلت الدراسة إلى أن العاملين في مجال الإعلام أدركوا أن الذكاء الاصطناعي غيَّر المشهد الإعلامي عن طريق تحسين قدرات الصحفيين على التحرير، كما وأظهرت النتائج قدرة الصحفيين على التعامل والتكيف مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

8. دراسة (Túñez-López et al., 2021) سعت الدراسة إلى التعرف على كيفية تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على المحتوى الصحفي في الصحف الإسبانية، والتأثيرات الناتجة عن استخدام تلك التقنيات على العاملين في المؤسسات الصحفية الإسبانية، باستخدام المنهج الوصفي، بإجراء مقابلات معمقة على عينة قوامها (12) مفردة من خبراء الصحافة في الجامعات الاسبانية، وتوصلت الدراسة إلى أن هذه التقنيات ستعمل على الرفع من مصداقية الأخبار، والتقليل من المزيف منها، ويعمل الذكاء الاصطناعي على إعادة تجميع المعلومات بسرعة عالية، وبمحتوى دقيق؛ الأمر الذي يساعد مستخدميها في الوصول إلى ما يسمى بالسبق الصحفي، كما تؤدي هذه التقنيات دورًا مهمًا في معالجة الأخبار والتأكد من صحتها وتاريخ نشرها، ويساعد أيضًا في تحويل المواد الإعلامية الصوتية إلى مواد إعلامية نصيّة.

9. دراسة (Ashraful & Maliha،2020) سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى جاهزية الصحافة في بنغلاديش لاستخدام الذكاء الاصطناعي، وطبيعة هذا الاستخدام، ودرجة تأثير الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي، بالتطبيق على عينة قوامها (120) مفردة، ممّن يدرسون في مجال الاتصال الجماهيري والصحافة، وتوصلت الدراسة إلى أن حوالي (65%) من المبحوثين يستخدمون تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، بينما (17%) لا يستخدمون

تطبيقات الذكاء الاصطناعي، في حين يرى (18%) منهم بعدم وجود أي تأثيرات تذكر سواء تم استخدامها أم لا.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى وصف الظواهر، ودراسة الأحداث والمواقف وتفسيرها وتحليلها، وتحديد الممارسات الشائعة أو السائدة، بهدف التعرف إلى الاتجاهات والمعتقدات عند الأفراد والجماعات؛ من أجل الوصول إلى الاستنتاجات التي تعمل على تصويب الواقع وتحديثه وتطويره (حجاب، 2006) ((Ahmad, 2022، وفي إطار هذا النوع من الدراسات، تم الاعتماد على منهج مسح أساليب الممارسة الإعلامية في المؤسسات التلفزيونية الأردنية، وذلك لأنه المنهج الأنسب الذي يحقق النتائج التي يسعى الباحث للوصول إليها.

مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في القنوات التلفزيونية الأردنية، وهي قناة رؤيا، والمملكة، والتلفزيون الأردني.

عينة الدراسة: تم اختيار مفردات عينة الدراسة بأسلوب العينة الحصصية المتساوية، لجميع الإعلاميين في إنتاج المحتوى الإعلامي في المؤسسات التلفزيونية الأردنية، والبالغ عددهم في التلفزيون الأردني (70) مفردة، وفي قناة المملكة (70) مفردة، وفي قناة رؤيا (70) مفردة.

إجراءات الثبات: تم الاعتماد على برنامج التحليل الاحصائي (SPSS)، من أجل تحديد معامل الثبات (Cronbach Alpha)؛ وذلك بهدف قياس الاتساق الداخلي والثبات لمحاور الاستبانة وعباراتها، ويعتبر معامل كرونباخ ألفا مقبولًا إذا ما وصلت قيمته إلى (60%) فأكثر، حيث تراوحت قيمة كرونباخ ألفا لثبات فقرات أداة الدراسة الحالية بين (78. - 87.).

فصل النتائج

اعتمدت الدراسة في بعض أسئلتها على مقياس ليكرت الخماسي، حيث تعطى كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته، حيث إن طول الفئة في مقياس ليكرت الخماسي يكون وفقًا لما للآتي: (5-1 /5) = 0.79. وهذه القيمة تساوي طول الفئة بين المتوسطات، وبذلك تكون الدرجة منخفضة جدًا (معارض بشدة) من (1.00-1.79)، والدرجة منخفضة (معارض) من (1.80-2.59) والدرجة متوسطة (محايد) من (2.60-3.39)، والدرجة مرتفعة (موافق) من (3.40-4.19)، والدرجة مرتفعة جدًا (موافق بشدة) من (4.20-5.00).

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

الجدول (1): توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي

	الفئة	التكرار	النسبة
الجنس	ذكور	124	59.0
	إناث	86	41.0
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	60	28.6
	من 30 سنة إلى أقل من 40	81	38.6
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	46	21.9
	50 سنة فأكثر	23	10.9
التعليم	دبلوم	15	7.1
	بكالوريوس	114	54.3
	دراسات عليا	81	38.6
الخبرة	أقل من 5 سنوات	59	28.1
	من 5 سنوات - 10 سنوات	55	26.2
	أكثر من 10 سنوات	96	45.7
القناة	التلفزيون الأردني	70	33.3
	قناة المملكة	70	33.3
	قناة رؤيا	70	33.3
	رئيس قسم	14	6.7
طبيعة العمل	مدير تحرير	13	6.2
	معد برامج	18	8.6
	محرر	39	18.6
	مخرج	29	13.8

	الفئة	التكرار	النسبة
	مصور	25	11.9
	مصمم جرافيك	20	9.5
	مراسل صحفي	37	17.6
	أخرى	15	7.1
	المجموع	**210**	**100%**

تشير بيانات الجدول (1) إلى توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديمغرافية التالية: (الجنس، الفئة العمرية، التعليم الخبرة، القناة، طبيعة العمل، حيث يظهر الجدول أن نسبة الذكور بلغت (59%) مقابل (41%) للإناث، وبينت نتائج الجدول أن الفئة العمرية (من 30 سنة إلى أقل من 40) احتلت المرتبة الأولى بين المبحوثين بنسبة بلغت (38.6%)، وفي المرتبة الثانية فئة (أقل من 30 سنة) بنسبة بلغت (28.6%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة (50 سنة فأكثر) وبنسبة بلغت (10.9%)، أما فيما يتعلق بمتغير المستوى التعليمي، حيث جاء من يحملون درجة (البكالوريوس) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (54.3%)، تلاهم مَن يحملون درجة (دراسات عليا) بنسبة بلغت (38.6%)، واحتل المرتبة الأخيرة حاملو درجة (دبلوم) بنسبة بلغت (7.1%). أما بالنسبة لمتغير سنوات الخبرة، حيث يظهر الجدول أن العاملين في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية ممن يمتلكون خبرة (أكثر من 10 سنوات) احتلوا المرتبة الأولى بنسبة بلغت (45.7%)، تلاهم مَن يمتلكون خبرة (أقل من 5 سنوات) بنسبة بلغت (28.1%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء مَن يمتلكون خبرة (من 5 سنوات- 10سنوات) بنسبة بلغت (26.2%)، أما بالنسبة لمتغير القناة التي يعملون بها المبحوثين، حيث قامت الباحث بالاعتماد على العينة الحصصية المتساوية من مستخدمي تقنيات الذكاء الاصطناعي، بواقع (70) مفردة من كل قناة، والتي قام الباحث باعتمادها وفقًا للإمكانيات البحثية من حيث الوقت، وإمكانية الوصول لأفراد المجتمع. أما فيما يتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب متغير المسمى الوظيفي، حيث يظهر الجدول أن فئة (محرر) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (18.6%)، وفي المرتبة الثانية فئة (مراسل صحفي) بنسبة بلغت (17.6%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت (مخرج) بنسبة بلغت (13.8%)، وفي المرتبة الرابعة فئة (مصور) بنسبة بلغت (11.9%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة (مدير تحرير) بنسبة بلغت (6.2%).

أولًا: اهتمام القنوات التلفزيونية الأردنية بتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

- ما درجة اهتمام القناة التي تعمل بها بتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي؟

وللإجابة عن هذا السؤال؛ تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات المبحوثين كما هي موضحة في الجدول الآتي:

الجدول (2): درجة اهتمام القناة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

البدائل	التكرار	النسبة
بدرجة مرتفعة	67	31.9
بدرجة متوسطة	82	39.0
بدرجة منخفضة	50	23.8
غير مهتمة	11	5.2
المجموع	**210**	**100%**

تشير بيانات الجدول (2) إلى أن المبحوثين يرون أن القنوات التلفزيونية الأردنية التي يعملون بها تهتم بتقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة (متوسطة) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (39%)، تلاهم مَن يرون أنها تهتم بها بدرجة (مرتفعة) بنسبة بلغت (31.9%)، تلاهم مَن يرون أنها تهتم بها بدرجة (منخفضة) بنسبة بلغت (23.8%)، فيما يرى (5.2%) أن القنوات التلفزيونية التي يعملون بها غير مهتمة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

وبالنظر إلى نتائج الجدول السابق؛ نرى أن القنوات التلفزيونية الأردنية مهتمة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد يرجع اهتمام القنوات بتطبيقات الذكاء الاصطناعي على اختلافها، إلى ما تقدمه هذه التقنيات من ميزات على عدة مستويات، أهمها ما يتعلق بعمل الصحفيين، وتخفيف أعباء الأعمال الروتينية لديهم والتي تحتاج لوقت وجهد في الإعداد، عدا عن الميزات الأخرى التي تتعلق بالمحتوى الإعلامي، إذ ساهمت هذه التقنيات بتقديم محتوى إعلامي بصري مميز بالشكل والمحتوى، ويرى الباحث أن وسائل الإعلام من أكثر الوسائل التي عليها ملاحقة الركب التكنولوجي؛ لكي تستطيع منافسة غيرها من الوسائل على المستوى المؤسسي، وذلك لتكون قادرة على صناعة محتوى يلبي رغبات الجماهير، واحتياجاتهم المتزايدة والمتغيرة وفقًا للتطور المعرفي والرقمي. وقد بين العديد من مؤسسي نظريات الإعلام الحديثة؛ أن ظهور ابتكارات جديدة يحتم على وسائل الإعلام والقائمين عليها مواكبة هذه

التطورات والمستجدات، والاتجاه نحو تنظيم نفسها لتزيد من فرص بقائها

ثانيًا: توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

- ما درجة توظيفك لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القناة التلفزيونية التي تعمل بها؟

وللإجابة عن هذا السؤال؛ تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين كما هي موضحة في الجدول الآتي:

الجدول (3): درجة توظيف المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

البدائل	التكرار	النسبة	المتوسط العام
بدرجة مرتفعة	66	31.4	
بدرجة متوسطة	92	43.8	**2.07**
بدرجة منخفضة	52	24.8	
المجموع	**210**	**100%**	**درجة متوسطة**

- اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الثلاثي (N=210)

تشير بيانات الجدول (3) إلى درجة توظيف المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، إذ جاءت بدرجة "متوسطة" حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (2.07).

ويقوم المبحوثون بتوظيفها (بدرجة متوسطة) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (43.8%)، تلاهم مَن يقومون بتوظيفها (بدرجة مرتفعة) بنسبة بلغت (31.4%)، وجاء في المرتبة الأخيرة مَن يقومون بتوظيفها (بدرجة منخفضة) بنسبة بلغت (24.8%)، يتضح لدينا أن أكثر من نصف المبحوثين يقومون بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات التلفزيونية الأردنية في إنتاج المحتوى الإعلامي.

وتتفق هذه النتيجة - درجة التوظيف المتوسطة لتقنيت الذكاء الاصطناعي- مع ما جاءت به دراسة (عبد اللطيف، 2021) والتي بينت أن (94.7%) من العاملين في المؤسسات الإعلامية المصرية؛ يعتمدون على تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكلٍ كبير ودراسة (Ashraful & Maliha،2020).

ثالثًا: مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي.

الجدول (4): مجالات توظيف المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
تصحيح الأخطاء اللغوية والإملائية.	3.11	.957	مرتفعة
التحقق من الأخبار المزيفة.	3.10	.928	مرتفعة
ترجمة الموضوعات من لغة إلى أخرى.	3.06	.979	مرتفعة
تطبيقات المونتاج الرقمي.	3.00	.993	مرتفعة
تتبع الأخبار العاجلة.	2.99	1.00	متوسطة
تحويل الصوت إلى نص مكتوب والعكس	2.90	.988	متوسطة
توليد النصوص وكتابة المقالات.	2.89	.972	متوسطة
تحليل البيانات الضخمة وتحويلها إلى رسومات وصور (الانفوجرافيك).	2.81	.969	متوسطة
تطبيقات تعديل الصور.	2.79	1.00	متوسطة
تقنية الواقع الافتراضي أو المعزز (الاستديو الافتراضي).	2.78	1.03	متوسطة

- اعتمد السؤال على مقياس رباعي (N=210)

تظهر بيانات الجدول (4) مجالات توظيف المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية، حيث جاء مجال: (تصحيح الأخطاء اللغوية والإملائية) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.11)، وفي المرتبة الثانية مجال: (التحقق من الأخبار المزيفة) بمتوسط حسابي بلغ (3.10)، وجاء في المرتبة الثالثة مجال: (ترجمة الموضوعات من لغة إلى أخرى) بمتوسط حسابي بلغ (3.06)، وفي المرتبة الرابعة مجال: (تطبيقات المونتاج الرقمي) بمتوسط حسابي بلغ (3.00)، وفي المرتبة الخامسة جاء مجال: (تتبع الأخبار العاجلة) بمتوسط حسابي بلغ (2.99).

وتتفق نتائج هذا الجدول مع ما جاءت به دراسة (الزعنون ووافي، 2021) والتي بينت أن مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسة الإعلامية العربية تمثلت في تتبع الأخبار العاجلة، والبحث الآلي بدقة، وتزويد الصحفيين بالمعلومات والترجمة. ودراسة (Túñez-López et al., 2021) والتي أظهرت أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على الرفع من مصداقية الأخبار والتقليل من المزيف منها، وتختلف نتائج هذا الجدول مع ما جاءت به دراسة (عبد الحميد، 2020) والتي أظهرت أن أكثر تقنيات الذكاء الاصطناعي استخدامًا من قِبل الصحفيين المصريين في العمل الصحفي، هي تقنيات الترجمة الآلية للكتب كأبرز تقنيات المستخدمة.

رابعًا: تأثير عامل الأداء المتوقع على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

الجدول (5): تأثير عامل الأداء المتوقع على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
تعزيز قيمة الإبداع والابتكار في إنتاج المحتوى الإعلامي.	4.24	.832	مرتفعة
تحسين سير العمل داخل القنوات التلفزيونية.	4.11	.822	مرتفعة
إنتاج محتوى إعلامي جذاب بصريًا.	4.10	.785	مرتفعة
الدمج بين الأشكال الإعلامية المختلفة بما يخدم الجماهير ويحقق رغباتهم.	4.10	.785	مرتفعة
فهم تفضيلات الجمهور.	4.03	.754	مرتفعة
إنشاء محتوى إعلامي وربطه بالأرشيف التلفزيوني للقنوات.	4.00	.867	مرتفعة
التخفيض من تكلفة إنتاج المواد الإعلامية.	3.98	.855	مرتفعة
التغلب على التحيز الإعلامي من خلال توفير رؤى قائمة على البيانات والمعلومات.	3.95	.871	مرتفعة
المتوسط الكلي لعامل الأداء المتوقع	**4.06**	**.619**	**مرتفعة**

- اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الخماسي (N=210)

تظهر بيانات الجدول (5) تأثير عامل الأداء المتوقع على توظيف المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية، حيث جاءت عبارة (تعزيز قيمة الإبداع والابتكار في إنتاج المحتوى الإعلامي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.24) وبدرجة مرتفعة، وفي المرتبة الثانية عبارة: (تحسين سير العمل داخل القنوات التلفزيونية) بمتوسط حسابي بلغ (4.11) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في المرتبة الثالثة كلا العبارتين: (إنتاج محتوى إعلامي جذاب بصريًا، الدمج بين الأشكال الإعلامية المختلفة بما يخدم الجماهير ويحقق رغباتهم) بمتوسط حسابي بلغ (4.10) لكل منها وبدرجة مرتفعة، وفي المرتبة الخامسة عبارة: (فهم تفضيلات الجمهور) بمتوسط حسابي بلغ (4.03) وبدرجة مرتفعة، واحتلت عبارة: (التغلب على التحيز الإعلامي من خلال توفير رؤى قائمة على البيانات والمعلومات) المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.95) وبدرجة مرتفعة.

وبالنظر إلى نتائج الجدول نرى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي قادرة على تحسين العمل الصحفي، وارتفاع الفائدة المدركة، وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (إسماعيل، 2022) والتي أظهرت أن (94%) من الصحفيين المصريين أكدوا بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي ناجحة بدرجة كبيرة جدًا في إنجاز العمل الصحفي. ودراسة (Yu & Huang 2021,).

خامسًا: التسهيلات المساعدة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

الجدول (6): التسهيلات المساعدة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
تتوفر البنية التحتية اللازمة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي من أجهزة حاسوب وخوادم إنترنت ذات كفاءة عالية.	3.80	.954	مرتفعة
توفر التقنيات اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مجال عملي	3.77	.987	مرتفعة
تعمل الإدارة العليا للقناة على القيام ببعض التغييرات والإصلاحات الإدارية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي	3.75	.977	مرتفعة
تعمل القناة على إشراكي أنا وزملائي في دورات ومؤتمرات لرفع كفاءتنا في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي.	3.67	1.06	مرتفعة

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
توفر القناة متخصصين في الذكاء الاصطناعي يقدمون المساعدة للصحفيين والإعلاميين عند الحاجة إليها.	3.64	1.07	مرتفعة
المتوسط الكلي لعامل التسهيلات المساعدة	**3.72**	**.879**	**مرتفعة**

- اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الخماسي (N=210)

تظهر بيانات الجدول (6) تأثير عامل التسهيلات المساعدة على توظيف المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية، حيث جاءت عبارة (تتوفر البنية التحتية اللازمة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي من أجهزة حاسوب وخوادم إنترنت ذات كفاءة عالية) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.80) وبدرجة مرتفعة، وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (عبد الرزاق، 2022)، حيث أظهرت الدراسة أن أبرز التسهيلات المتاحة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي؛ هي توافر البنية التحتية. متوسطة.

وتظهر بيانات الجدول السابق؛ أن عامل التسهيلات المساعدة جاء "مرتفعًا"، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لعامل التسهيلات المساعدة (3.72). وعليه يمكننا القول إن العاملين في القنوات التلفزيونية الأردنية يرون أن القنوات التي يعملون بها توفر البنيتين التحتية والتقنية اللازمتين لدعم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي.

سادسًا: تأثير عامل الجهد المتوقع لتوظيف القنوات تقنيات الذكاء الاصطناعي

الجدول (7): تأثير عامل الجهد المتوقع على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
القدرة على الوصول إلى البيانات والمعلومات المطلوبة بشكل أسرع.	4.27	.742	مرتفعة
القيام بعمليات ومهام متعددة ومتنوعة في بعض التقنيات	4.14	.744	مرتفعة
سهولة الاستخدام ومرونة الأدوات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في إنتاج العمل الإعلامي.	4.13	.781	مرتفعة
تقديم مضامين إعلامية صالحة للنشر عبر مواقع متعددة.	4.04	.806	مرتفعة
يمكن الوصول إلى النتائج المطلوبة من تقنيات الذكاء الاصطناعي بسهولة ويسر.	4.03	.855	مرتفعة
لا تحتاج أدوات الذكاء الاصطناعي إلى مختصين للتعامل معها.	3.75	.967	مرتفعة
المتوسط الكلي لعامل الجهد المتوقع	**4.05**	**.641**	**مرتفعة**

- اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الخماسي (N=210)

تظهر بيانات الجدول (7) تأثير عامل الجهد المتوقع على توظيف المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية، حيث جاءت عبارة: (القدرة على الوصول إلى البيانات والمعلومات المطلوبة بشكل أسرع) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.27) وبدرجة مرتفعة، وفي المرتبة الثانية عبارة: (القيام بعمليات ومهام متعددة ومتنوعة في بعض التقنيات) بمتوسط حسابي بلغ (4.14) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة: (سهولة الاستخدام ومرونة الأدوات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في إنتاج العمل الإعلامي.) بمتوسط حسابي بلغ (4.13) وبدرجة مرتفعة، وفي المرتبة الرابعة عبارة: (تقديم مضامين إعلامية صالحة للنشر عبر مواقع متعددة) بمتوسط حسابي بلغ (4.04) وبدرجة مرتفعة، واحتلت عبارة: (لا تحتاج أدوات الذكاء الاصطناعي إلى مختصين للتعامل معها) المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.75)، وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (**Yu & Huang,** 2021) ودراسة (خولي، 2020) وأن العاملين في المجال الصحفي والتي بينت أن العاملين في مجال الإعلام قادرون على التعامل والتكيف مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ويرون أن توظيفها بالعمل الصحفي لا يحتاج إلى جهد كبير.

سابعًا: تأثير العوامل الاجتماعية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

الجدول (8): تأثير العوامل الاجتماعية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
يشجع الزملاء بعضهم بعضًا على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي.	4.14	.846	مرتفعة
يشجعني الأصدقاء على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال عملي لأنهم يستخدمونه في المجالات المختلفة.	4.00	.875	مرتفعة
الزملاء العاملون في المؤسسات الأخرى يشجعونني على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج العمل الإعلامي.	3.88	.888	مرتفعة
تشجع الإدارة العليا في القناة على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي.	3.86	.922	مرتفعة
يشجع رؤساء الأقسام على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي مما يساهم في تيسير المهام.	3.86	.938	مرتفعة
المتوسط الكلي لعامل العوامل الاجتماعية	**3.94**	**.761**	**مرتفعة**

- اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الخماسي (N=210)

تظهر بيانات الجدول (8) تأثير عامل العوامل الاجتماعية على توظيف المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية، حيث جاءت عبارة: (يشجع الزملاء بعضهم بعضًا على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.14) وبدرجة مرتفعة، وفي المرتبة الثانية عبارة: (يشجعني الأصدقاء على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال عملي لأنهم يستخدمونه في المجالات المختلفة) بمتوسط حسابي بلغ (4.00) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة: (الزملاء العاملون في المؤسسات الأخرى يشجعونني على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج العمل الإعلامي) بمتوسط حسابي بلغ (3.88) وبدرجة مرتفعة، واحتلت كلا العبارتين: (تشجع الإدارة العليا في القناة على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، يشجع رؤساء الأقسام على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي مما يساهم في تيسير المهام) المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.86) وبدرجة مرتفعة لكل منها.

واتفقت هذه النتائج مع ما جاءت به دراسة (عبد الرزاق، 2022) إذ أثبتت أن الزملاء في المؤسسة من أبرز العوامل الاجتماعية المؤثرة على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للوسائل الإعلامية المصرية والوسائل العربية، فيما اختلفت مع دراسة (الخولي، 2020) والتي أظهرت أن عامل التأثيرات الاجتماعية تمثل بالتدريب المستمر من قبل الممارسين في الصحيفة.

ثامنًا: تأثير النية المستقبلية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

الجدول (9): تأثير النية المستقبلية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
أرغب بالمشاركة في الدورات التدريبية والفعاليات للتعلم على كيفية التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي.	4.43	.711	مرتفعة
أسعى إلى تطوير مهاراتي في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي.	4.35	.724	مرتفعة
سأحاول خلال الفترة المقبلة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال عملي.	4.32	.770	مرتفعة
ساقوم بتوعية الآخرين بأهمية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي.	4.25	.755	مرتفعة
قد أغير مكان عملي لمؤسسة إعلامية أخرى لأنها توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أكبر من المؤسسة التي أعمل بها.	3.81	1.02	مرتفعة
المتوسط الكلي لعامل النية المستقبلية	**4.23**	**.624**	**مرتفعة**

- اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الخماسي (N=210)

تظهر بيانات الجدول (9) تأثير عامل النية المستقبلية على توظيف المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية، حيث جاءت عبارة: (أرغب بالمشاركة في الدورات التدريبية والفعاليات للتعلم على كيفية التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.43) وبدرجة مرتفعة، وفي المرتبة الثانية عبارة: (أسعى إلى تطوير مهاراتي في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي) بمتوسط حسابي بلغ (4.35) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة: (سأحاول خلال الفترة المقبلة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال عملي) بمتوسط حسابي بلغ (4.32) وبدرجة مرتفعة، واحتلت عبارة: (قد أغير مكان عملي لمؤسسة إعلامية أخرى لأنها توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أكبر من المؤسسة التي أعمل بها) المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.81) وبدرجة مرتفعة.

وتظهر بيانات الجدول السابق أن عامل النية المستقبلية جاء "مرتفعًا"، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لعامل النية المستقبلية (4.23). وهنا يمكننا القول بأن أفراد العينة لديهم نية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي في المستقبل، وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (عبد الرزاق، 2022) والتي أظهرت أن العاملين في الوسائل الإعلامية المصرية والعربية لديهم النية السلوكية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من تلقاء أنفسهم؛ وذلك رغبة في التميز وتطوير مهاراتهم وقدراتهم للوسائل الإعلامية المصرية.

تاسعًا: معوقات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

- يتضح من خلال الجدول التالي إجابات المبحوثين حول معوقات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي.

الجدول (10): معوقات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
قلة خبرة العاملين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج المحتوى الإعلامي في القناة.	4.11	.792	مرتفعة
افتقار المحتوى الإعلامي المنتج عبر الذكاء الاصطناعي للإبداع البشري.	4.10	.791	مرتفعة
الخوف من الذكاء الاصطناعي أن يحل مكان العنصر البشري.	4.09	.862	مرتفعة
نقص الموارد المادية اللازمة للاستثمار بتقنيات الذكاء الاصطناعي.	4.08	.838	مرتفعة
عدم إدراك المؤسسات الإعلامية لأهمية الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي.	4.04	.927	مرتفعة
المساءلة القانونية لاستخدام هذه التطبيقات من قبل المؤسسة التي أعمل بها.	3.89	.926	مرتفعة
عدم اقتناعي في جدوى تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي.	3.71	1.09	مرتفعة
المتوسط الكلي للمعوقات	**4.00**	**.643**	**مرتفعة**

- اعتمد السؤال على مقياس ليكرت الخماسي (N=210)

تظهر بيانات الجدول (10) معوقات توظيف المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية، حيث جاءت عبارة: (قلة خبرة العاملين لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج المحتوى الإعلامي في القناة) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.11) وبدرجة مرتفعة، وفي المرتبة الثانية: (افتقار المحتوى الإعلامي المنتج عبر الذكاء الاصطناعي للإبداع البشري) بمتوسط حسابي بلغ (4.10) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في المرتبة الثالثة: (الخوف من الذكاء الاصطناعي أن يحل مكان العنصر البشري) بمتوسط حسابي بلغ (4.09) وبدرجة مرتفعة، وفي المرتبة الرابعة عبارة: (نقص الموارد المادية اللازمة للاستثمار بتقنيات الذكاء الاصطناعي.) بمتوسط حسابي بلغ (4.08) وبدرجة مرتفعة، وجاءت عبارة: (عدم اقتناعي في جدوى تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي) المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.71) وبدرجة مرتفعة.

وتتفق نتائج هذا الجدول مع ما جاءت به دراسة (عبد الحميد، 2020) والتي أظهرت أن طبيعة الإشكالات التي تواجه العاملين في مجال العمل الإعلامي عدم اقتناعهم بأهمية الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي، واتفقت هذه النتائج أيضًا مع دراسة (خطاب، 2021) والتي أظهرت أن أبرز المعوقات التي تواجه الصحفيين لتوظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي هي ضعف الإمكانات المادية اللازمة وبعض التحديات التقنية تقنية كضعف البنية التكنولوجية للاتصالات.

نتائج الفرضيات:

أولًا: الأداء المتوقع

الجدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للأداء المتوقع وفق المتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة (n=210)

المتغير	الفئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T/ F	الدالة الإحصائية
النوع الاجتماعي	ذكور	3.94	.636	3.56	**.000**
	إناث	4.23	.551		
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	4.21	.596	3.76	**.012**
	من 30 سنة إلى أقل من 40	3.91	.617		
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	4.19	.594		
	50 سنة فأكثر	3.94	.623		
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	4.21	.569	2.34	.099
	من 5 سنوات - 10 سنوات	4.00	.675		
	أكثر من 10 سنوات	4.00	.606		
القناة	التلفزيون الأردني	4.00	.647	.545	.581
	قناة المملكة	4.07	.502		
	قناة رؤيا	4.11	.694		

يشير الجدول (11) إلى الآتي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في الأداء المتوقع لتقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير (النوع الاجتماعي)، وجاءت الفروق لصالح (الإناث).

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في الأداء المتوقع لتقنيات الذكاء الاصطناعي وفق كل من المتغيرين (سنوات الخبرة، القناة).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في الأداء المتوقع لتقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير (الفئة العمرية)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيًا بين المتوسطات الحسابية؛ تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة (LSD) كما هو مبين في الجدول (12).

الجدول (12): المقارنات البعدية بطريقة (LSD) للأداء المتوقع لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومتغير الفئة العمرية

الفئة العمرية (I)	الفئة العمرية (J)	الفرق بين المتوسطات (I-J)	الدلالة الإحصائية
أقل من 30 سنة	من 30 سنة إلى أقل من 40	**.293***	**.047**

* ذات دلالة احصائية عند مستوى **(á ≤0.05)**

يتبين من الجدول (12):

وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى (á ≤0.05) بين (أقل من 30 سنة) من جهة، و(من 30 سنة إلى أقل من 40) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح (أقل من 30 سنة).

ثانيًا: الجهد المتوقع

الجدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للأداء المتوقع وفق المتغيرات الديموغرافية لأفراد (n=210)

المتغير	الفئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T/ F	الدالة الإحصائية
النوع الاجتماعي	ذكور	3.92	.633	3.80	**.000**
	إناث	4.25	.604		
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	4.18	.652	3.33	**.020**
	من 30 سنة إلى أقل من 40	3.93	.673		
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	4.21	.484		
	50 سنة فأكثر	3.88	.675		
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	4.17	.661	1.44	.238
	من 5 سنوات - 10 سنوات	3.99	.648		
	أكثر من 10 سنوات	4.02	.621		
القناة	التلفزيون الأردني	4.05	.616	.464	.629
	قناة المملكة	4.11	.583		
	قناة رؤيا	4.00	.721		

يشير الجدول (13) إلى ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في الجهد المتوقع لتقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير (النوع الاجتماعي)، وجاءت الفروق لصالح (الإناث).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في الجهد المتوقع لتقنيات الذكاء الاصطناعي وفق كل من المتغيرين: (سنوات الخبرة، القناة).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في الجهد المتوقع لتقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير (الفئة العمرية)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيًا بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة (LSD) كما هو مبين في الجدول (14).

الجدول (14): المقارنات البعدية بطريقة (LSD) للجهد المتوقع لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومتغير الفئة العمرية

الفئة العمرية (I)	الفئة العمرية (J)	الفرق بين المتوسطات (I-J)	الدلالة الإحصائية
أقل من 30 سنة	من 30 سنة إلى أقل من 40	**.251***	**.020**
من 40 إلى أقل من 50 سنة	من 30 سنة إلى أقل من 40	**.278***	**.018**

* ذات دلالة احصائية عند مستوى **(0.05≥ á)**

يتبين من الجدول (14):

- وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى (0.05≥ á) بين الفئة (أقل من 30 سنة) من جهة والفئة (من 30 سنة إلى أقل من 40) من جهة، وجاءت الفروق لصالح (أقل من 30 سنة). وبين الفئة (من 40 إلى أقل من 50 سنة) من جهة والفئة (من 30 سنة إلى أقل من 40) من جهة، وجاءت الفروق لصالح (من 40 إلى أقل من 50 سنة).

ثالثًا: العوامل الاجتماعية

الجدول (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للتأثير الاجتماعي وفق المتغيرات الديموغرافية لأفراد (n=210)

المتغير	الفئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T/ F	الدالة الإحصائية
النوع الاجتماعي	ذكور	3.76	.726	3.48	**.001**
	إناث	4.16	.764		
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	4.03	.757	2.41	.067
	من 30 سنة إلى أقل من 40	3.78	.760		
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	4.13	.654		
	50 سنة فأكثر	3.90	.898		
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	4.09	.666	3.18	**.043**
	من 5 سنوات - 10 سنوات	4.02	.861		
	أكثر من 10 سنوات	3.80	.738		
القناة	التلفزيون الأردني	3.83	.801	1.54	.216
	قناة المملكة	3.95	.665		
	قناة رؤيا	4.05	.804		

يشير الجدول (15) إلى ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05≥ á) في العوامل الاجتماعية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير (النوع الاجتماعي)، وجاءت الفروق لصالح (الإناث).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05≥ á) في العوامل الاجتماعية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق كل من المتغيرين (الفئة العمرية، القناة).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05≥ á) في العوامل الاجتماعية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير (سنوات الخبرة)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيًا بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة (LSD) كما هو مبين في الجدول (16).

الجدول (16): المقارنات البعدية بطريقة (LSD) للتأثير الاجتماعي لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة (I)	سنوات الخبرة (J)	الفرق بين المتوسطات (I-J)	الدلالة الإحصائية
أقل من 30 سنة	أكثر من 10 سنوات	*.292	**.020**

* ذات دلالة احصائية عند مستوى **(á ≤0.05)**

يتبين من الجدول (16):

- وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى (á ≤0.05) بين الفئة (أقل من 30 سنة) من جهة، والفئة (أكثر من 10 سنوات) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح (أقل من 30 سنة).

رابعًا: التسهيلات المساعدة

الجدول (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للتسهيلات المساعدة وفق المتغيرات الديموغرافية لأفراد (n=210)

المتغير	الفئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T/ F	الدالة الإحصائية
النوع الاجتماعي	ذكور	3.56	.870	3.18	**.002**
	إناث	3.94	.846		
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	4.00	.809	5.17	**.002**
	من 30 سنة إلى أقل من 40	3.57	.803		
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	3.83	.806		
	50 سنة فأكثر	3.29	1.17		
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	4.07	.713	9.07	**.000**
	من 5 سنوات - 10 سنوات	3.76	.796		
	أكثر من 10 سنوات	3.48	.944		
القناة	التلفزيون الأردني	3.48	.798	4.56	**.012**
	قناة المملكة	3.76	.817		
	قناة رؤيا	3.91	.798		

يشير الجدول (17) إلى ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في التسهيلات المساعدة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وفق متغير (النوع الاجتماعي)، وجاءت الفروق لصالح (الإناث).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في التسهيلات المساعدة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق المتغير (الفئة العمرية)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيًا بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة (LSD) كما هو مبين في الجدول (18).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في التسهيلات المساعدة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير (سنوات الخبرة)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيًا بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة (LSD) كما هو مبين في الجدول (19).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في التسهيلات المساعدة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير (القناة)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيًا بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة (LSD) كما هو مبين في الجدول (20).

الجدول (18): المقارنات البعدية بطريقة (LSD) للتسهيلات المساعدة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير الفئة العمرية

الفئة العمرية (I)	الفئة العمرية (J)	الفرق بين المتوسطات (I-J)	الدلالة الإحصائية
أقل من 30 سنة	من 40 إلى أقل من 50 سنة	.430*	.035
	50 سنة فأكثر	.707*	.011

* ذات دلالة احصائية عند مستوى (á ≤0.05)

يتبين من الجدول (18):

- وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى (á ≤0.05) بين (أقل من 30 سنة) من جهة، وكل من (من 40 إلى أقل من 50 سنة، 50 سنة فأكثر) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح (أقل من 30 سنة).

الجدول (19): المقارنات البعدية بطريقة (LSD) للتسهيلات المساعدة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة (I)	سنوات الخبرة (J)	الفرق بين المتوسطات (I-J)	الدلالة الإحصائية
أقل من 5 سنوات	10 سنوات فأكثر	.594*	.000

* ذات دلالة احصائية عند مستوى (á ≤0.05)

يتبين من الجدول (19):

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) بين الفئة (أقل من 5 سنوات) من جهة، والفئة (سنوات فأكثر) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح (أقل من 5 سنوات).

الجدول (20): المقارنات البعدية بطريقة (LSD) للتسهيلات المساعدة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير القناة

القناة (I)	القناة (J)	الفرق بين المتوسطات (I-J)	الدلالة الإحصائية
قناة المملكة	التلفزيون الأردني	.434*	.013

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05)

يتبين من الجدول (20):

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) بين (قناة المملكة) من جهة، و(التلفزيون الأردني) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح (قناة المملكة).

خامسًا: النية المستقبلية

الجدول (21): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للنية المستقبلية وفق المتغيرات الديموغرافية لأفراد (n=210)

المتغير	الفئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T/ F	الدالة الإحصائية
النوع الاجتماعي	ذكور	4.14	.648	2.45	.015

المتغير	الفئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T/ F	الدالة الإحصائية
	إناث	4.35	.570		
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	4.26	.622	3.86	**.010**
	من 30 سنة إلى أقل من 40	4.06	.681		
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	4.42	.466		
	50 سنة فأكثر	4.36	.577		
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	4.28	.605	.475	.623
	من 5 سنوات - 10 سنوات	4.17	.723		
	أكثر من 10 سنوات	4.23	.576		
القناة	التلفزيون الأردني	4.34	.559	1.70	.184
	قناة المملكة	4.15	.599		
	قناة رؤيا	4.20	.699		

يشير الجدول (21) إلى ما يلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في النية المستقبلية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير (النوع الاجتماعي)، وجاءت الفروق لصالح (الإناث).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في النية المستقبلية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير (الفئة العمرية).

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (á ≤0.05) في النية المستقبلية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغيري (سنوات الخبرة، القناة)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيًا بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة (LSD) كما هو مبين في الجدول (22).

الجدول (22): المقارنات البعدية بطريقة (LSD) للنية المستقبلية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير الفئة العمرية

	الفئة العمرية (J)	الفرق بين المتوسطات (I-J)	الدلالة الإحصائية
من 40 إلى أقل من 50 سنة	من 30 إلى أقل من 40 سنة	**.355***	**.002**
50 سنة فأكثر		**.298***	**.040**

* ذات دلالة احصائية عند مستوى **(á ≤0.05)**

يتبين من الجدول (22):

وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى (á ≤0.05) بين (من 40 إلى أقل من 50 سنة) من جهة، و(من 30 إلى أقل من 40 سنة) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح (من 40 إلى أقل من 50 سنة). وبين الفئة (50 سنة فأكثر) من جهة، و(من 30 إلى أقل من 40 سنة) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح (50 سنة فأكثر).

التوصيات

- إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث حول دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وانعكاسات هذه التكنولوجيا على عمل المؤسسات الصحفية والممارسة المهنية في الوسائل الإعلامية كافة؛ المرئية والمسموعة والمكتوبة.
- نوصي الإدارات في القنوات التلفزيونية الأردنية بعقد ورش تدريبية للعاملين فيها، حول كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي.
- العمل على توفير البنى التحتية التي تدعم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجانب الفني كالاستديوهات الافتراضية، والواقع المعزز؛ لما لها من فوائد على الصعيدين المادي والفني، علاوة على اقتصادها في الوقت والجهد المبذول والتقليل من الأعباء المالية المتعلقة بالديكورات المتعددة في القنوات التلفزيونية.
- توفير الخبراء والمختصين في مجال الذكاء الاصطناعي، لما تحتاجه هذه التقنيات من متخصصين قادرين على التعامل مع أدواتها وتقنياتها المختلفة، بما يخدم العمل الإعلامي، من تحسين للمحتوى، ومساعدة الصحفيين والإعلاميين عند الحاجة.

***التمويل: نشر بدعم (كلي/جزئي) من جامعة الزرقاء/ الأردن.**

المصادر والمراجع

أبو زيد، أ. (2022). الذكاء الاصطناعي وجودة الحكم. *مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية*، 23(4)، 145-176.

إسماعيل، ف. (2022). اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 21(4)، 31-86.

الخولي، س. (2020). اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 72، 101-173.

الزعنون، إ. ووافي، أ. (2021). *اتجاه القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية: دراسة ميدانية*. رسالة ماجستير غير منشور، الجامعة الإسلامية، غزة.

المتولي، هـ. وفرحات، د. (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على محتوي الرسالة الإعلامية بمواقع الصحف الأجنبية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 3(80)، 1495-1503.

المرزوقي، ح. وعزايزية، ع. (2023). الاتجاهات الجديدة للإعلام الرقمي الذكاء الاصطناعي كمحرك للإبتكار الإعلامي. *مجلة الدراسات الإعلامية والإتصالية*، 3(2)، 12-29.

المساوي، م. (2022). رؤية مستقبلية: دور استراتيجيات الاتصالية في صناعة المحتوى الإعلامي في ضوء تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 78، 659-721.

خطاب، أ. (2021). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، 2، 93- 154.

عبدالحميد، م. (2022). معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي واشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، 2، 211-334.

عبد الرزاق، م. (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام. الواقع والتطورات المستقبلية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 81، 1-7

عبداللطيف، م. (2021). تبني المؤسسات الصحفية المصرية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 20(3)، 1-68.

References

Ahmad, A. K. M. (2022). The impact of the use of social networking platforms on the Jordanian voters in the nineteenth Jordanian parliamentary elections during the emerging pandemic of the coronavirus (COVID-19). *Zarqa Journal for Research and Studies in Humanities, 22*(2), 333–350.

Beamish, J. (2020). Success factors in artificial intelligence (AI): Focus on use of AI in journalism (Unpublished master's

thesis). University of Applied Sciences: Business Administration.

Braghieri, M. (2019). Long-form journalism and archives in the digital landscape (Doctoral dissertation, King's College London).

Eneizat, M. F., Halim, H., & Dalib, S. (2023). Determinants of violent behaviour among Jordanian adolescents: The propositions. *SEARCH Journal of Media and Communication Research, 45*.

Eneizat, M., Alrababah, O., & Alnawafah, M. (2024). The mediating role of normative beliefs about aggression on the relationship between violent digital games and students' aggressive behaviour. *Journal of Intercultural Communication, 24*(3). https://doi.org/10.36923/jicc.v24i3.800

Goni, A., & Tabassum, M. (2020). Artificial intelligence (AI) in journalism: Is Bangladesh ready for it? A study on journalism students in Bangladesh. *Athens Journal of Mass Media and Communications, 6*(4), 209–228. https://doi.org/10.30958/ajmmc.6-4-1

Jamil, S. (2021). Artificial intelligence and journalistic practice: The crossroads of obstacles and opportunities for the Pakistani journalists. *Journalism Practice, 15*(10), 1400–1422. https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1788412

Nassuora, A. B. (2012). Students acceptance of mobile learning for higher education in Saudi Arabia. *American Academic & Scholarly Research Journal, 4*(2), 24–30. https://doi.org/10.12785/ijlms/010101

Túñez-López, J. M., Fieiras-Ceide, C., & Vaz-Álvarez, M. (2021). Impact of artificial intelligence on journalism: Transformations in the company, products, contents, and professional profile. *Communication & Society, 34*(1), 177–193. https://doi.org/10.15581/003.34.1.177-193

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Yu, Y., & Huang, K. (2021). Friend or foe? Human journalists' perspectives on artificial intelligence in Chinese media outlets. *Chinese Journal of Communication, 14*(4), 409–429. https://doi.org/10.1080/17544750.2021.1915832.