

الضغوط والتحديات التي تواجه الصحفيين في ظل التحولات التي تشهدها البيئة الاتصالية الرقمية

د . مرالا أحمد محمد عبد الوهاب منصور
أستاذ الإعلام المساعد، قسم علوم الاتصال والإعلام
كلية الآداب، جامعة عين شمس



المستخلص:

فرضت التطورات الحديثة وحالة التطور الدائم على القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية والمنصات الخاصة بالمؤسسات الصحفية حالة من التحولات والضغوط على الصحفيين حيث خلفت منصات التواصل الاجتماعي تقنيات حديثة مثل الكروس ميديا أو ملفات الإعلام المتقاطع وتقنيات الريلز والبث المباشر باستخدام الكاميرا والحامل ثلاثي الأبعاد والاتصال الجيد بالإنترنت والميكروفون اللاسلكي وغيرها من الأدوات، فبعد أن كان استخدام الاثنوجرافية ثم الفيديو جرافيك شائعاً أصبحت ملفات السرد القصصي الرقمي، وملفات الإعلام المتقاطع شائعة الاستخدام للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وجذب اهتمامه، حيث تعتمد تلك الأنماط الصحفية المستحدثة على عناصر الاتصال المرئي لتستفيد من الطبيعة الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي لتتلاءم مع سمات الصحافة والنشر عبر المنصات، كما تنبع مشكلة الدراسة في ظل ما



فرضته التحديات التكنولوجية من تغير أدوات العمل الصحفى، والبعد عن الأعمال الروتينية ومحاولة الوصول لأشكال وأفكار أكثر إبداعية، لذلك تتمثل مشكلة الدراسة الحالية فى الضغوط والتحديات التى تواجه الصحفيين فى ظل التحولات التى تشهدها البيئة الاتصالية الرقمية"، كما تأتى أهمية هذه الدراسة إلى حاجة المكتبة الإعلامية العربية لدراسات وبحوث تتناول التطورات الخاصة بالعمل الصحفى وتوجهات الصحفيين نحوها، كما تربطها بمتغيرات ذات صلة مثل النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAT بالإضافة إلى نظرية رأس المال النفسى وهى نظرية خاصة بعلم النفس والإدارة واستخدمتها بعض الدراسات الأجنبية لرصد طبيعة الضغوط التى يتم ممارستها على الأفراد فى بيئة العمل وتأثيراتها عليهم، وتماشياً مع طبيعة الدراسات البيئية التى تجمع أكثر من تخصص.

وتمثلت أبرز نتائج الدراسة الحالية فى: أن الضغوط المادية تمثل أحد أبرز التحديات التى يواجهها الصحفيون فى البيئة الرقمية، حيث جاءت عبارة "تواجهنى صعوبات فى قلة العائد المادى (ضعف الراتب)" فى مقدمة العبارات ذات المتوسطات الحسابية الأعلى ٢.٨٦٧، تلتها عبارة "لا توجد هيكلية محددة، وتسلسل هرمى وظيفي" ٢.٤٦٠، ثم "عدم وجود معاش / قلة المعاش" ٢.٤٢٠. وتدل هذه النتائج على أن الضغوط المالية تؤثر سلباً على الأداء المهني، وأنها من أكثر الضغوط التى يعانى منها الصحفيون.

أما بالنسبة لضغوط العمل الإداري، فقد سجلت عبارة "ضعف المشاركة فى القرارات المتعلقة بالعمل" أعلى متوسط حسابى ٢.٥٠٧، تلتها عبارة "توجد ضغوط من جانب رؤساء العمل" ٢.٤٤٧، وتبرز النتائج أن الضغوط الإدارية تتمثل فى ضعف التمكين، الضغوط من الرؤساء، غياب الأمن الوظيفي، وتدهور بيئة العمل، حيث بلغ المتوسط الحسابى العام لهذه الضغوط ٢.٥٣٣، مع انحراف معيارى ٧٠١٥.

الكلمات المفتاحية: رأس المال النفسى، البيئة الاتصالية، النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا



The pressures and challenges facing journalists in light of the transformations taking place in the digital communications environment.

Dr .Ralla Ahmed Mohamed Abd El Wahab Mansour

Associate Professor of Media, Department of Media and Communication Sciences, Ain Shams University.

Abstract:

Recent developments and the constant evolution of communication on websites and platforms of journalistic institutions have imposed a state of transformation and pressure on journalists. Social media platforms have created new technologies such as cross-media, reels, and live broadcasting using a camera, a 3D tripod, a good internet connection, a wireless microphone, and other tools. After the use of infographics and then video graphics was common, digital storytelling and cross-media files have become popular to reach the largest number of audiences and attract their attention. These new journalistic styles rely on visual communication elements to benefit from the special nature of social media to suit the characteristics of journalism and publishing across platforms. The problem of the study also stems from the technological challenges imposed by changing journalistic work tools, moving away from routine work, and trying to reach more creative forms and ideas. Therefore, the problem of the current study is represented by the pressures and challenges facing journalists in light of the transformations witnessed by the digital communication environment. The importance of this study also stems from the need of the Arab media library for studies and research that address developments related to journalistic work and journalists' attitudes towards them, and linking them to related variables such as the unified theory. To accept and use technology (UTAT), in addition to the theory of



psychological capital, a theory specific to psychology and management, some foreign studies have used it to monitor the nature of pressures exerted on individuals in the workplace and their effects, in line with the nature of interdisciplinary studies that combine multiple disciplines.

The most prominent results of the current study were: Financial pressures represent one of the most prominent challenges facing journalists in the digital environment. The phrase "I face difficulties due to the lack of financial return (low salary)" topped the list of phrases with the highest mean score of 2.867, followed by "There is no defined structure and job hierarchy" (2.460), and then "No pension/low pension" (2.420). These results indicate that financial pressures negatively impact professional performance and are among the most common pressures experienced by journalists.

As for administrative work pressures, the phrase "Weak participation in work-related decisions" recorded the highest mean score of 2.507, followed by "There is pressure from bosses" (2.447). The results highlight that administrative pressures are manifested in weakness. Empowerment, pressure from superiors, lack of job security, and deteriorating work environment, with the overall arithmetic mean of these pressures reaching 2.533, with a standard deviation of 0.7015.

Key Words: Psychological capital, communication environment, unified theory of technology acceptance and use

مقدمة:

تتسم بيئة العمل الصحفي بالضغوط والتحديات التي تواجه الصحفيين، ولعل هذه الأعباء المهنية والاقتصادية السائدة في المؤسسات الصحفية تؤدي إلى خلق ضغوط العمل والتي بدورها لها بالغ التأثير على أداء الصحفيين بالمؤسسات الصحفية المختلفة؛ إذ لا يمكن لمؤسسة أن تقوم بدورها وتحقق أهدافها إذ لم تقم بالتخفيف من حدة الضغوط التي يتعرض لها الصحفي، حيث يواجه الصحفيون في عالمنا اليوم الكثير من التحديات، حيث فرضت أدواء الذكاء الاصطناعي تحدياً جديداً يضاف إلى سلسلة التحديات التي يواجهها الصحفيون فلم تعد هناك ضغوط اقتصادية وإدارية وسياسية ومجتمعية فقط بل فرضت التكنولوجيا تحدياً إلى الصحافة الرقمية، وأصبح لابد للصحفي من اتقان التطبيقات، والتقنيات الحديثة لمواكبة العصر في ظل ظروف مجتمعية ضاغطة، حيث أشارت العديد من الدراسات الإعلامية إلى أنه على الصحفي مواكبة المنظومة التي يعيش فيها، حيث أعلن الكثير من المؤسسات الصحفية تبنيه لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي رغم عدم وجود أدوات أو بنية تحتية تسهم في تسهيل العمل بتلك الأدوات على الصحفي، كما تتباين المؤسسات من حيث استخدامها لتلك الأدوات، وفقاً لنوع الصحيفة إذا ما كانت مستقلة أو قومية أو خاصة، إلا أن هذا الاتجاه يقاوم بالرفض، والمقاومة أحياناً نتيجة الخوف من تبني التكنولوجيا أو عدم إجادتها استخدامها، كما لفت البعض إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي محاط بالكثير من التحديات منها الأخلاقي والقانوني وغيرها.

وفي عصر منصات الاعلام الرقمي حيث أصبح التطور ضرورة حتمية تفرضها البيئة الرقمية حيث التعامل مع كم هائل من المعلومات والبيانات، وضرورة التدقيق والتوثيق للمعلومات مع الحاجة إلى سرعة النشر لذلك أصبح لدى الصحفي أعباءً تضاف إلى الضغوط التي يواجهها، وأصبح استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي ضرورة حتى يستطيع اللحاق بالركب رغم ارتفاع حجم المسؤوليات التي يواجهها بالإضافة إلى حاجته لإعادة اكتساب ثقة الجمهور مرة أخرى.



مشكلة الدراسة:

فرضت التطورات ،والتقنيات الحديثة، وحالة التطور الدائم على القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية ،والمنصات الخاصة بالمؤسسات الصحفية حالة من التحولات والضغوط على الصحفيين حيث خلفت منصات التواصل الاجتماعي تقنيات حديثة مثل الكروس ميديا أو ملفات الاعلام المتقاطع وتقنيات الريلز ،والبث المباشر باستخدام الكاميرا والحامل ثلاثي الأبعاد والاتصال الجيد بالانترنت، والميكروفون اللاسلكي وغيرها من الأدوات، فبعد أن كان استخدام الانتوجرافية ثم الفيديو جرافيك شائعاً أصبحت ملفات السرد القصصى الرقمي، وملفات الإعلام المتقاطع شائعة الاستخدام للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور ،وجذب اهتمامه، حيث تعتمد تلك الأنماط الصحفية المستحدثة على عناصر الاتصال المرئي لتستفيد من الطبيعة الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي لتتلاءم مع سمات الصحافة ،والنشر عبر المنصات، وتنبع مشكلة الدراسة في ظل ما فرضته التحديات التكنولوجية من تغير أدوات العمل الصحفي والبعد عن الأعمال الروتينية ،ومحاولة الوصول لأشكال ،وأفكار أكثر إبداعية، لذلك تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في الضغوط والتحديات التي تواجه الصحفيين في ظل التحولات التي تشهدها البيئة الاتصالية الرقمية".

الدراسات السابقة:

من خلال مسح التراث العلمي ،وإجراء المسح للبحوث العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة، تنوعت الدراسات والأطروحات التي قدمتها الدراسات السابقة ،والتي اهتمت بكيفية توظيف التقنيات الحديثة كالوسائط المتعددة بشكل عام في المنصات، والمواقع الإخبارية ،وتوظيف تلك التقنيات الحديثة مثل الكروس ميديا والبث المباشر ،واستخدامات البودكاست، حيث فرضت الضغوط والتحديات أن يكون الصحفيون متعدّدو المهارات والمجالات.

المحور الأول: دراسات تناولت استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية:

في مصر ثمة عدد من التوجهات البحثية ذات الصلة التي قدمها مجموعة من الباحثين في مجال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية ، منها من ركز على آليات استخدام الذكاء الاصطناعي، ومنهم من رصد هذا الاستخدام وجدواه في المؤسسات الصحفية ومدى استخدامه في غرف الأخبار، منهم أيضاً من ركز على مستقبل الصحافة والمؤسسات الصحفية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، واستخداماتها منهم أيضاً من ركز على اتجاهات الصحفيين نحو هذا الاستخدام، وجدواه، فعلى سبيل المثال لا الحصر نجد دراسة (أسامة، أمنية ٢٠٢٥م)، والتي هدفت إلى التعرف على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية، وتأثيراتها على عمليات إنتاج المحتوى داخل هذه المواقع في ضوء المخاوف المتزايدة لدى الكثيرين بشأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتنوعة ، وتأثيراتها المختلفة على بيئة العمل الصحفي، وفي ظل تطور الصحف، وتحولها إلى نمط العمل الإلكتروني، وبروز محاولات المواقع الإخبارية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، واعتمدت الدراسة على نموذج قبول التقنية كإطار نظري لها، تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية والتحليلية والتي استخدمت منهج المسح واستخدمت أداة الاستبيان على عينة قوامها ١٠٠ مفردة من القائمين بالاتصال في الأهرام، والأخبار، والوفد، والقاهرة ٢٤، وقد أكدت نتائج الدراسة أن ما يقرب من ثلث أفراد العينة أشاروا إلى أن الصحافة بشكلها التقليدي مصيرها إلى زوال، حيث أكد أغلب أفراد العينة على سيناريو تشاؤمي، وهو زوالها.

بينما ركزت دراسة (صلاح الدين، راشد ٢٠٢٤م) على واقع الصحافة العربية في ظل التقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد اعتمد الباحث على استمارة تحليل المضمون، وأداة تحليل المحتوى الضخم بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي Bigdata، وأداة الاستبانة في ضوء النظرية الموحدة لقبول التقنية، تنتمي الدراسة إلى الدراسات



الوصفية باستخدام منهج المسح، وقد توصلت النتائج إلى أن الأخبار المنشورة بواسطة العنصر البشرى جاءت فى المرتبة الأولى تلاها الأخبار المنشورة بواسطة الذكاء الاصطناعي، وتبين أن الموضوعات الاقتصادية كانت فى مقدمة الموضوعات المنشورة بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن الخبر الصحفى هو أكثر الأشكال الصحفية المستخدمة.

كما قامت دراسة (الأحمدى إبراهيم، فاطمة ٢٠٢٣م) بالتعرف على اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنية الكروس ميديا فى عرض التحقيقات الاستقصائية بالمواقع الإخبارية الصحفية المصرية، وانعكاساتها على جودة المحتوى الصحفى، وذلك من خلال التعرف على مدى تبنى الوسائل والتقنيات التكنولوجية الحديثة فى مجال العمل الصحفى بالمواقع الإخبارية المصرية، ورصد أسباب عدم استخدام تقنية الكروس ميديا فى عرض التحقيقات الاستقصائية بالمواقع المصرية بشكل كبير واعتمدت الدراسة على أداة التحليل الكيفى لمضمون التحقيقات الاستقصائية إلى جانب أداة المقابلة المتعمقة مع القائم بالاتصال، وأكدت النتائج أهمية تبنى الوسائل التكنولوجية الرقمية، وأن أسباب عدم استخدامها بشكل كبير يرجع إلى عدم تأهيل الصحفيين على استخدامها.

وفى سياق متصل هدفت دراسة (ذكى أبو الخير، خالد ٢٠٢٢ م) معرفة رؤية الخبراء والقيادات الصحفية لأساليب توظيف المنصات الإخبارية لتقنية البث المباشر، وتأثيراتها المهنية والاقتصادية حيث فهم النمط الجديد من الممارسات وأساليب توظيفه فى المنصات الإخبارية، وما يحيط به من إشكاليات مهنية، وما يترتب عليه من اقتصاديات، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ٩٦ مفردة بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع عدد من القيادات الصحفية، وقد استخدمت الدراسة نموذج العمل التجارى، ونموذج الأعمال الصحافة الرقمية، ومدخل الممارسة المهنية، وقد أوضحت النتائج الخاصة بالمقابلات مع الخبراء أن الإشكالية الكبرى تكمن فى أن أغلب منصات الإعلام الرقمية

ليس لديها آليات محددة بشأن التعامل مع المنصات الخاصة بالتواصل الاجتماعي، وكيفية الاستفادة منها في زيادة الأرباح بالإضافة إلى غلبة الطابع الترفيهي على محتوى البث المباشر، وهو ما انعكس بالسلب على طبيعة القصص، والموضوعات، وأن سطحية المحتوى المقدم في فيديوهات البث المباشر حسب رؤى الخبراء والقيادات الصحفية هي شيوع الفكر الخاطئ بأن الفيديوهات الأكثر إثارة هي التي تحقق المشاهدات ثانياً: عدم الاهتمام بالتأهيل المهني ثالثاً: عدم الاهتمام بالتقييم المهني، كما أن أغلب القائمين بالبث المباشر من حديثي التخرج بالتالي يتم الدفع بهم إلى الشارع دون تدريب كذلك عدم وعيهم بالمهنية وخضوع أغلب المواقع الالكترونية لسياسات الفيس بوك التي يغلب عليها الطابع التسويقي.

بينما هدفت دراسة (يوسف، محمد عبده محمد ٢٠٢٢م) التعرف على تأثير استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية في تطوير أدائهم المهني، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ٩٥ مبحوثاً من القائمين بالاتصال باستخدام نظرية المسؤولية الاجتماعية، وقد أكدت النتائج أن ٦٤٪ أشاروا إلى أن سرعة انتشار المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ونشر المحتوى من قبل الصفحات والأشخاص غير المتخصصين تعد أسباباً رئيسية وراء انتشار الأخبار دون التحقق من دقتها بينما عبر ٢٤٪ من القائمين بالاتصال عن أن وسائل التواصل الاجتماعي ليست سبباً رئيسياً في انتشار الأخبار غير الدقيقة.

وفي سياق آخر هدفت دراسة (عبد الرحيم، إيمان ٢٠٢٢م) التعرف على توظيف المؤسسات الصحفية لتقنيات، وأدوات الذكاء الاصطناعي في أوقات الأزمات بالتطبيق على جائحة كورونا إضافة إلى إلقاء الضوء على الاختلاف الذي طرأ على غرف الأخبار خلال تلك الأزمة، وذلك بالتطبيق على عينة من الصحفيين في المؤسسات المختلفة، أسفرت النتائج على وجود خلط بين الصحفيين بين الأدوات الخاصة بالذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي، وعدم وجود خوف لدى الصحفيين من تبني أدوات



الذكاء الاصطناعي وأن أغلب الصحفيين قدموا رؤية متشائمة إلى حد ما فيما يتعلق باستخدام المؤسسات الصحفية لأدوات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً.

ونجد أيضاً فى سياق متصل دراسة (محمد إبراهيم بريك، أيمن ٢٠٢٢) والتي هدفت رصد وتحليل وتفسير رؤية عينة من الخبراء فى مجال الإعلام الرقمية نحو مستقبل صناعة الصحافة الرقمية فى ظل الإعلان عن توظيف التقنيات الخاصة بالميت فيرس والتأثيرات التى يمكن أن يحدثها استخدام هذه التطبيقات على الصحافة الرقمية من حيث طبيعة الوسيلة وشكل الرسالة وخصائص القائم بالاتصال والجمهور المستهدف والتغيرات التى يمكن أن تشهدها بيئة الصحافة الرقمية جراء توظيف هذه التقنيات، وذلك فى إطار مدخل استشراف المستقبل Foresight Approach وأداتى الاستبيان والمقابلة المتعمقة بالتطبيق على عينة من الخبراء للوقوف على السيناريوهات المتوقعة، وتوصلت النتائج إلى تأكيد الخبراء عينة الدراسة على أن الصحافة بشقيها الورقى والرقمى تواجه تحديات كبيرة فى ظل التطورات التقنية والتي من بينها الميت فيرس وأنه ليس من المتوقع أن تنضم المؤسسات الصحفية المصرية وأنه على الصحفيين أن يواكبوا هذه التطورات وعلى الصحف أن توفر لهم التدريب اللازم وتشجعهم على استخدام تلك الأدوات وأن أبرز التحديات التى تواجه المؤسسات الصحفية هى التحديات المالية تليها التقنية ثم الإدارية ثم عدم وجود كوادر مدربة وعدم إدراك إدارات الصحف بأهمية التواجد عبر الميت فيرس.

أما دراسة (إبراهيم إسماعيل، فتحى ٢٠٢٢) فقد هدفت أيضاً التعرف على اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي فى تطوير المحتوى الصحفى بالصحف والمواقع المصرية بالتطبيق على كل من المصرى اليوم ومصراوى والقاهرة ٢٤ وذلك للكشف عن واقع توظيف تلك التقنيات والتطبيقات ومعرفة الاتجاهات الإيجابية والسلبية ودور الذكاء الاصطناعي فى تطوير المضمون المقدم بالصحف والمواقع الالكترونية ، حيث تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التى تستهدف وصف

الظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة والتي تتعلق باتجاهات الصحفيين باستخدام أداة الاستبيان بالتطبيق على ٦٦ مفردة من الصحفيين، وتشير نتائج الدراسة إلى أن ٦٠٪ من عينة الدراسة يرى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد في تطوير المحتوى وأن ٢٢٪ أشاروا إلى أن استخدام التقنيات الخاصة بالذكاء الاصطناعي أثرت بالسلب وأدت لانخفاض عدد الصحفيين العاملين بالمؤسسة وأن أهم التأثيرات الخاصة بالذكاء الاصطناعي هي توافر صحفى متميز متعدد المهارات.

أما دراسة (جمال بدوي، محمد ٢٠٢١م) فقد سعى إلى التعرف على كيفية تطبيق صحافة الروبوت وآليات إنتاجها في موقع القاهرة ٢٤ الإخبارى باعتباره أول موقع مصرى يطبق هذا النموذج من تقنيات الذكاء الاصطناعي، اعتمدت الدراسة على منهج المسح واستمارة الاستبيان بالتطبيق على ٤٠ صحفى في موقع القاهرة ٢٤ واستخدمت الدراسة النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدام التقنية، وأكدت نتائجها أهمية تطبيق صحافة الروبوت بقدرتها على إنتاج وتقديم محتوى صحفى أكثر تميزاً من الذى يقدمه الصحفيون وأكثر مصداقية لدى الجمهور وأن موقع القاهرة ٢٤ الإخبارى قد حقق أهدافه من تطبيق صحافة الروبوت بنسبة جيدة واستبعد المبحوثين أن تحل صحافة الروبوت محل الصحفى البشرى فى المستقبل وأن العلاقة بين الآلات والبشر علاقة تكاملية

بينما قامت دراسة (محمد عبد الحميد، عمرو ٢٠٢٠م) برصد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي على إنتاج المحتوى الإعلامي، وعلاقته بمصداقيتها لدى الجمهور من خلال الوقوف على توظيف الذكاء الاصطناعي فى إنتاج المحتوى الإعلامى المنتج بواسطة الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمنتج عبر المحرر البشرى، وقد طبقت الدراسة الميدانية بواسطة التطبيق على عينة عمدية مكونة من ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصرى من متابعى الأخبار الاقتصادية، حيث تعرض المبحوثين لنموذجين للتعطية الإخبارية لتداول أسعار الأسهم بالبورصة أحدهم تمت كتابته بواسطة صحفى بشرى بموقع اليوم السابع والآخر تمت كتابته عن طريق الروبوت (القاهرة ٢٤)، وأكدت



النتائج أن أبرز المجالات التي نجحت بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي (الدرشة الآلية عبر المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي يليها التعامل مع البيانات الضخمة ثم التعرف على وجوه الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي).

أما دراسة (عبد المجيد عبد العزيز منصور، أحمد ٢٠٢١م) فقد سعت إلى تحقيق هدف رئيس تمثل في الكشف عن مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم ٢٠٢١-٢٠٣٠ واستندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على السيناريوهات المتوقعة لمستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي ومدخل نظم المعلومات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأداتى الاستبيان والمقابلات المتعمقة بالتطبيق على عينة قوامها ٥٠ صحفياً من الصحفيين والقيادات من العاملين بالمؤسسات الصحفية، وتوصلت النتائج إلى صياغة السيناريوهات وهى السيناريو التفاؤلى والمرعى والتشاؤمى وأن دوافع استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي فى الصحف تمثلت فى مواجهة انخفاض القرائية للصحف ورقع كفاءة العمل الصحفى للصحفيين ومحاولة زيادة أرباح المؤسسات وتحقيق ترتيب متقدم بين الصحف والمؤسسات والوسائل الإعلامية المنافسة، وقد أوصت النتائج بضرورة الاستفادة بخطوات التصميم المستقبلى لصحافة الذكاء الاصطناعي وإدراجها فى مقررات أقسام، وكليات الإعلام لما لها من تأثير إيجابى على مستقبل الصحافة، ورفع كفاءة المحررين وتشجيعهم على توزيع دائرة مهاراتهم وحضور دورات تدريبية خاصة عن الذكاء الاصطناعي.

كما رصدت أيضاً دراسة (عبد الباقي موسى، عيسى (٢٠٢٠م) اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية، حيث سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس تمثل فى الرصد الكمي، والتفسير الكيفى لتصورات ومواقف الصحفيين العاملين فى غرف الأخبار

، والقيادات الصحفية وتحديد درجة جاهزيتها لتبنى تلك التقنيات ، والمهارات اللازمة للتكيف مع بيئة العمل الجديدة ، واستخدمت الدراسة نظرية نشر الأفكار المستحدثة ، ونموذج قبول التكنولوجيا باستخدام أداة الاستبيان ، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ١٥٠ مفردة من الصحفيين وأكدت النتائج أن ٨٨ ٪ من الصحفيين أكدوا على أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار بالإضافة إلى عدم جاهزية غرف الأخبار لتوظيف الأدوات ، وعدم تبنى أنظمة الجودة إلى المقارنة بين اتجاهات القائمين بالاتصال في مصر والسعودية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية حيث قامت برصد اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية ، وذلك من خلال الوقوف على العوامل المؤثرة في تقبل واستخدام القائمين بالاتصال لهذه التقنيات ومقترحاتهم لتحقيق الاستخدام الأمثل في إطار النظرية الموحدة لقبول ، وقد اعتمد الباحث على منهج المسح ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة واستخدم عينة كرة الثلج حيث تم إجراء الدراسة على عينة قوامها ١٤٣ مفردة ، وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى استخدام هذه التقنيات جاء بشكل منخفض بنسبة ٣٤.٢ ٪ يليها عدم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة ٣٣.٦ ٪ ثم بشكل متوسط بنسبة ٢٦.٦ ٪ وأخيراً بشكل مرتفع ٥.٦ ٪.

وتمثل هدف كل من (عبد الباقي موسى، عيسى، عادل عبد الفتاح، أحمد ٢٠٢٠) في الرصد الكمي والتفسير لتصورات ومواقف الصحفيين العاملين في غرف الأخبار والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف أخبارها وتحديد درجة جاهزيتها لتبنى تلك التقنيات والمهارات اللازمة للتكيف مع بيئة العمل الجديدة، وتمثلت أبرز النتائج في أن نسبة ٨٨ ٪ من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون على الأهمية الكبيرة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار الخاصة بهم إلا أنهم أشاروا إلى عدم جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الأدوات نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها وعدم تبنى أنظمة الجودة وأن من أهم التأثيرات الإيجابية هي توفير بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين وأن



أهم التحديات التي تقف أمام توظيف هذه التقنيات والتكنولوجية ثم التحديات التنظيمية والمؤسسية، فالتحديات الاقتصادية والمهنية والأخلاقية، بينما هدفت دراسة (محمد ربيع، حسين ٢٠١٨) التعرف على التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الالكترونية المصرية واستخدمت الدراسة أداة المقابلة والملاحظة بالتطبيق على (مصر اوى ويلا كورة وأونا والكونسلتو)، وتوصلت النتائج إلى وجود تداخل كبير لدى المحررين في مفهوم صحافة البيانات والوسائط المتعددة وتلك العابرة للوسائط والمنصات، وأن أبرز دوافع انتاج قصص مدعومة بالبيانات هي منافسة الوسائل والمواقع الأخرى ومواكبة المستجدات التكنولوجية.

أما في أفريقيا فتستكشف دراسة (Radoli, L. O. 2024) التباين بين الصور القديمة في غرف الأخبار الأفريقية والتصورات التي فرضها الذكاء الاصطناعي. وتتناول الورقة منظومة القيم لدى قراء/ منتجي الأخبار التقليديين، بالإضافة إلى التكتيكات التي يجب على العاملين في مجال الإعلام تطبيقها للتعامل مع آثار التطورات التي يقودها الذكاء الاصطناعي. كما تُسلط الضوء على كيفية تغيير الذكاء الاصطناعي لصناعة الإعلام، وأهمية رفع مستوى الكفاءة لدى العاملين في مجال الإعلام، وقد أكدت النتائج أنه حتى مع تطور الذكاء الاصطناعي في إنتاج الإعلام، سيكون من الصعب على التكنولوجيا أن تحل محل الصحفيين البشريين بالكامل، وتشير النتائج إلى أنه خلال السنوات العشر الماضية، أثرت تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل كبير على العمليات التكنولوجية وتطورها فيما يتعلق بالصحافة، وفي سياق متصل وتحديداً في نيجيريا تشير دراسة (Oyedeki, O., & Uthman, S. 2024) إلى أن الصحف تستخدم الذكاء الاصطناعي، مما يبشر بتحسين عمليات جمع الأخبار، وإنتاج المحتوى، والتحقق من صحة المعلومات وتدقيقها، وإشراك الجمهور، والفعالية التشغيلية. حيث أنه في نيجيريا، تُتيح بيئة الإعلام الديناميكية فرصاً وصعوباتٍ لدمج الذكاء الاصطناعي، وتؤكد الدراسة مزايا الذكاء الاصطناعي للصحافة النيجيرية، والتي تشمل جمع البيانات وتحليلها آلياً، وإنشاء قصص إخبارية روتينية، وكشف المعلومات المضللة، وتخصيص

توزيع المحتوى، وكفاءة عملية التحرير، كما يتناول صعوبات مثل العضلات الأخلاقية، والقيود التكنولوجية، والآثار على العمالة، وعدم كفاية البنية التحتية، والمشكلات القانونية، وتطبق الدراسة نظرية انتشار الابتكارات وذلك لفهم ديناميكيات تبني الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام النيجيرية. ومن بين المقترحات التي طرحتها الدراسة تحسين البنية التحتية، وزيادة معرفة الذكاء الاصطناعي وقدراته، ووضع معايير أخلاقية نتيجة استخدام الذكاء الاصطناعي، وتشجيع التعاون بين الصحفيين ومتخصصي الذكاء الاصطناعي، وتسعى هذه التكتيكات إلى تحسين فرص الذكاء الاصطناعي مع تقليل عيوبه، مما يضمن استخدامه بمسؤولية ونجاح مع المزيد من الدراسة والتطبيق، وتشير الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يُبشر في الصحافة النيجيرية بمستقبل باهر قد يحدث تغييراً جذرياً في بيئة الإعلام.

وبالنسبة إلى المدرسة الآسيوية فقد استهدفت دراسة (Husnain, M., Imran,) (A., & Tareen, H. K. 2024) (التعرف على نطاق استخدام الذكاء الاصطناعي في التعليم الصحفي، وقد أجرى الاستطلاع على عينة من ١٠٠ طالب من طلاب الاعلام، كما أظهرت نتائج الاستطلاع وجود تفاوت واسع النطاق بين المشاركين حول ما يمكن أن يفعله الذكاء الاصطناعي للصحافة، كما استهدفت الدراسة معرفة آفاق الطلاب المستقبلية في المهن الإعلامية، وقد أشارت النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي (AI) يؤثر على سبعة جوانب عمل تتعلق بالصحافة هي: إدارة البيانات، ومراقبة الاتجاهات وتحديثها، والإثراء التفاعلي، والتحقق من البيانات، والوصول إلى الجمهور المستهدف.

وبالنسبة إلى المدرسة الأوروبية والأمريكية فتناولت مجموعة من الدراسات تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، منها دراسة (Gutierrez-Canada, et al. 2023) والتي أكدت أن دمج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الإعلامية أحدث تغييراً في الروتين المهني، والمواصفات المطلوبة للمنتج الصحفي، ويحتم تسارع تطوير هذه التقنية منذ نهاية عام ٢٠٢٢ ومراجعة هذه الأدوات لتحليل استخداماتها



ومخاطرها، بالإضافة إلى تطبيقاتها المُمكنة في المجال الصحفي، حيث أطلقت OpenAI أداة ChatGPT في نوفمبر ٢٠٢٢، وهي أداة متاحة للجمهور حيث تُعدّ هذه الأداة عنصراً أساسياً في هذه الثورة التكنولوجية، وتقوم هذه الدراسة بتحليل تطبيقات ChatGPT في غرف الأخبار الصحفية وقد شارك في هذا البحث ١٢ صحفياً من مختلف الأعمار والقطاعات، ممن لم يسبق لهم استخدام الأدوات التكنولوجية القائمة على الذكاء الاصطناعي، حيث تهدف الدراسة إلى رصد تطبيقها في غرف الأخبار دون الحاجة إلى تدريب تقني. تُظهر النتائج فائدة هذه الأداة في أتمتة العمليات الميكانيكية، وإعادة كتابة النصوص، وتحليل البيانات، بل وحتى في ابتكار أفكار المحتوى.

وكذلك دراسة (Noain Sánchez, A. 2022) والتي أشارت إلى أنه على مدار العقد الماضي، ازداد انتشار الذكاء الاصطناعي تدريجياً في غرف أخبار وسائل الإعلام ووكالات الأنباء. وقد أثار هذا التوجه المتزايد جدلاً حاداً حول التأثير السلبي على الصحافة، لا سيما على معايير جودة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على المبادئ الأخلاقية، وتقوم الدراسة الحالية على تحليل تطبيق الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، مع التركيز على تأثيره على عمليات صناعة الأخبار، والروتين الإعلامي، وإبراز مزاياه وعيوبه، وأخيراً، وقد أجريت ١٥ مقابلة معمقة في عامي ٢٠١٩ و ٢٠٢١، مع عينة من الصحفيين وغيرهم من المهنيين الإعلاميين، والأكاديميين، وخبراء صناعة الإعلام، ومقدمي التكنولوجيا الذين يقودون العمل في مجال الذكاء الاصطناعي، وتشمل العينة صحفيين من الولايات المتحدة الأمريكية، والمملكة المتحدة، وألمانيا، وإسبانيا. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي سيعزز قدرات الصحفيين من خلال توفير الوقت، وزيادة كفاءة عمليات صناعة الأخبار، وبالتالي زيادة إنتاجية قطاع الإعلام. ومع ذلك، ثمة حاجة أولوية نظراً لنقص المعرفة الملحوظ، وأخيراً ضرورة الرقابة والإشراف المستمرين على العمليات التي يقوم بها الذكاء الاصطناعي.

المحور الثاني: دراسات تناولت الضغوط الاقتصادية والإدارية والمؤسسية التى يعانى منها القائم بالاتصال فى المؤسسات الصحفية بالإضافة إلى الدراسات التى تناولت رأس المال النفسى وتأثيرها على الأفراد فى بيئات العمل.

شهدت بيئة العمل فى المؤسسات الصحفية فى السنوات الأخيرة تحديات متزايدة، لا سيما فى ظل الضغوط الاقتصادية والإدارية والمؤسسية التى أثرت بشكل مباشر على القائمين بالاتصال، والذين يُعدّون الركيزة الأساسية فى عملية إنتاج وتداول المعلومات. وقد تناولت العديد من الدراسات هذه الضغوط، مركزة على آثارها النفسية والمهنية على العاملين فى المجال الإعلامى، خصوصاً فى سياق التغيرات السريعة التى تشهدها البيئة الرقمية.

فى المقابل، اتجهت دراسات أخرى إلى استكشاف مفهوم رأس المال النفسى (Psychological Capital)، كأحد العوامل المساهمة فى تعزيز قدرة الأفراد على التكيف والتغلب على التحديات. وقد أظهرت هذه الدراسات أن ارتفاع مستويات رأس المال النفسى لدى العاملين يمكن أن يساهم فى تحسين أدائهم، وزيادة التزامهم التنظيمى، والحد من التوتر والاحتراق الوظيفى، لا سيما فى بيئات العمل المعقدة والمضغوطة مثل المؤسسات الصحفية.

وبناءً على ما سبق، تبرز أهمية الربط بين هذين الاتجاهين البحثيين: فهم طبيعة الضغوط التى يتعرض لها القائم بالاتصال، وتحليل الدور الذى يمكن أن يلعبه رأس المال النفسى فى التخفيف من آثار تلك الضغوط وتعزيز الأداء المهني.

فى مصر، نجد دراسة (الرفاعى عبد الحليم، منى ٢٠٢٤) والتى استهدفت الكشف عن العلاقة بين رأس المال النفسى وكلاً من عوامل الشخصية الخمس الكبرى وأساليب مواجهة الضغوط، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ١٧١ طالبة من طالبات كلية التربية بجامعة طنطا، وتم تطبيق مقياس رأس المال النفسى ومقياس



العوامل الشخصية الخمس الكبرى ومقياس أساليب مواجهة الضغوط، وتوصلت النتائج إلى وجود ارتباط موجب بين رأس المال النفسى والعوامل الشخصية الخمس الكبرى (الانبساط، الضمير الحي، الانفتاح، المقبولية) باستثناء العلاقة بين رأس المال النفسى والعصابية حيث كانت العلاقة سالبة، كما تبين وجود ارتباط موجب دال إحصائياً بين رأس المال النفسى وأساليب مواجهة الضغوط الإيجابية (كل من التعايش الإيجابى مع الانفعالات والتعايش الإيجابى مع المشكلات)

وبالنسبة للضغوط التى يعانى منها الصحفيون فوجد دراسة (عطية شرف، محمود ٢٠٢٣) التى هدفت إلى تحقيق هدف رئيس، وهو رصد وتوصيف وتحليل الضغوط الاقتصادية والإدارية والمهنية التى يعانى منها الصحفيون وتأثيراتها على بيئة العمل الصحفى بالصحف، وتنتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية معتمدة على منهج المسح وتمثلت عينة الدراسة فى ٢٢١ مفردة من الصحفيين بالمؤسسات القومية والحزبية والخاصة، و أكدت النتائج أن الضغوط التى تهدد المؤسسات تتمثل فى ضغوط السوق الصحفية والإعلامية وتقلباتها الاقتصادية وضغوط المنافسة والتحديات التقنية والتكنولوجية الناتجة عن التطورات السريعة المتلاحقة وأن التحديات والضغوط انعكست على السياسة التحريرية والإدارية للصحف.

كذلك دراسة (حسن محمد الجندي، حنان ٢٠٢٣) والتى استهدفت التعرف على أنواع الضغوط المهنية التى تمارس على الإعلاميين والصحفيين المصريين داخل المؤسسات الخاصة بالعمل الصحفى ومقياس مدى تأثير تلك الضغوط على صحتهم النفسية والجسدية والتعرف على تأثير تلك الضغوط على حياتهم الاجتماعية وأدائهم المهني، وتنتمى الدراسة إلى البحوث الاستطلاعية وتمثلت عينة الدراسة فى ١٢٩ مبحوث منهم ٧٧ صحفى و ٢٤ إعلامى إذاعى و ٢٨ إعلامى تلفزيونى، وتمثلت أدوات الدراسة فى أداة الاستبيان، وقد أكدت نتائج الدراسة أن ٩١.٧٪ من عينة الدراسة

تعرضهم لضغوط نفسية داخل المؤسسات التي يعملون بها وأن تلك الضغوط تؤثر سلباً على أدائهم الوظيفي.

دراسة (محمد بدر محمد، أميرة ٢٠١٨) والتي استهدفت التعرف على العلاقة بين رأس المال النفسي وكل من استراتيجيات الجهد الانفعالي والرضا عن العمل لدى معلمى المرحلة الابتدائية وتحديدًا مسارات التأثير والتأثر بينهم والكشف عن تأثير بعض المتغيرات الديموغرافية والتفاعل بينهما بالتطبيق على عينة مكونة من ٣١٤ معلمًا فى المرحلة الابتدائية، وقد أكدت النتائج وجود تأثيرات سلبية مباشرة وكلية لرأس المال النفسى على استراتيجية الجهد السطحي، ووجود تأثيرات مباشرة وغير مباشرة لرأس المال النفسى على الرضا عن العمل ووجود تأثيرات سلبية مباشرة لاستراتيجية الجهد السطحي على الرضا عن العمل.

وبالنسبة إلى المدرسة العربية، فقد سعت دراسة (على الهني، مريم ٢٠٢٤) إلى التعرف على إمكانية التنبؤ بالتحصيل الأكاديمي لطلاب كلية التربية بجامعة مصراتة من خلال مقياس رأس المال النفسى لديهم واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى الارتباطى للتعرف على العلاقة بين رأس المال النفسى والتحصيل الأكاديمي والتعرف على مستويات رأس المال النفسى والفروق بين الذكور والاناث فى رأس المال النفسى والتعرف على الفروق بين التخصص العلمى والأدبى بالتطبيق على عينة قوامها ٢٢٠ من طلاب و طالبات جامعة مصراتة، وقد أكدت النتائج أن رأس المال النفسى عامل مؤثر للتنبؤ بالتحصيل الأكاديمي، وقد أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة بين رأس المال النفسى والتحصيل الأكاديمي للطلاب، وأن الطلاب لديهم مستوى منخفض من رأس المال النفسى، وأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى رأس المال النفسى لصالح الاناث، وبالنسبة إلى الفروق بين التخصصات العلمية والأدبية فقد جاءت لصالح التخصصات العلمية.



أما دراسة (محمد سالم بن حويل، عبد الله، عمرو كرامة الجريري، صالح ٢٠٢٣) فقد هدفت إلى التعرف على تأثير رأس المال النفسى الإيجابى بأبعاده (الكفاءة الذاتية، الأمل، والتفاؤل) على الأداء الإبداعى بأبعاده الأربعة (الأصالة - الطلاقة الفكرية - حساسية حل المشكلات، المرونة الذهنية) مجتمعة، حيث تم إجراء الدراسة على عينة عشوائية مكونة من (٥٦) مفردة من أعضاء الهيئة التدريسية العاملين لدى كلية العلوم الإدارية، جامعة عدن. ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها وجود إدراك عال لتوافر رأس المال النفسى الإيجابى بأبعاده (الكفاءة الذاتية، ولأمل، والتفاؤل) لدى أعضاء الهيئة التدريسية فى كلية العلوم الإدارية، جامعة عدن بدرجة عالية. ووجود إدراك عال لتوافر الأداء الإبداعى بأبعاده الأربعة (الأصالة - الطلاقة الفكرية - حساسية حل المشكلات، المرونة الذهنية) مجتمعة معاً لدى أعضاء الهيئة التدريسية لكلية العلوم الإدارية، جامعة عدن. كما أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير معنوى ذو دلالة إحصائية لرأس المال النفسى الإيجابى على الأداء الإبداعى لدى كلية العلوم الإدارية، جامعة عدن.

أما دراسة (محمد علي، هيفاء ٢٠٢١) فقد هدفت إلى التعرف على رأس المال النفسى وتأثيره على الابداع الإدارى فى الجامعات الأردنية الخاصة من خلال فحص تأثير رأس المال النفسى بأبعاده (الكفاءة الذاتية، الأمل، التفاؤل، المرونة) على الابداع الإدارى (الحساسية للمشكلات، الاصالة، الطلاقة)، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفى السببى بالتطبيق على عينة قوامها ٢٠٩ مفردة من العمداء ورؤساء الأقسام الأكاديميين ومدراء الوحدات الإدارية والمراكز من ٩ جامعات، وقد أظهرت النتائج أن مستوى تصنيف رأس المال النفسى بالجامعات كان مرتفعاً وأن مستوى الابداع الإدارى كان مرتفعاً أيضاً، بالإضافة إلى وجود تأثير لرأس المال النفسى على الابداع الإدارى وقد أوصت الدراسة بضرورة تبنى رأس المال النفسى فى الجامعات للمساهمة فى رفع الأداء الأكاديمي.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض عدد من الدراسات السابقة الأجنبية والعربية في مجال الضغوط الإدارية والنفسية والمجتمعية التي يواجهها الصحفيون إلى جانب الدراسات التي تناولت الذكاء الاصطناعي وتأثيراته على العمل الصحفي، فقد خرجت الباحثة بمجموعة من المؤشرات ممكن أن نوردها فيما يلي:

- اتفقت أغلب الدراسات السابقة على أهمية أدوات الذكاء الاصطناعي وتحديداً في المجال الصحفي لكنها لم ترصد تطبيقاته بشكل متعمق في المؤسسات الصحفية.
- لوحظ أن أغلب الدراسات اهتمت برصد تصورات الصحفيين لأدوات الذكاء الاصطناعي وهو تصور غير مصحوب بمدى فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية
- تناولت عددًا من الدراسات الضغوط الإدارية والمهنية والاقتصادية التي تواجهها مهنة الصحافة بشكل عام والصحفيين بشكل خاص، حيث أوضحت الدراسات غياب أجواء العمل الملائمة إلى جانب تنوع الضغوط التي تقع على كاهل الصحفيين والإحباط الناتج عن التنافسية رغم اختلاف الإمكانيات المادية لدى كل مؤسسة، بالإضافة إلى تدني الأوضاع المادية للصحفيين إلى جانب مكانتهم الاجتماعية حيث يلجأ الصحفي إلى العمل في أكثر من صحيفة لتوفير نفقات العيش.
- استخدمت أغلب الدراسات منهج المسح إلى جانب أسلوب المقارنة المنهجية، كما أن بعض الدراسات لم تستند إلى أطر نظرية إلا أن الدراسات التي استخدمت أطرًا نظرية استخدمت نماذج مثل قبول التكنولوجيا والنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.



- استخدمت أغلب الدراسات أداة الاستبيان ولم يلجأ الباحثون إلى استخدام أداة المقابلة المتعمقة رغم أهميتها
- اهتمت أغلب الدراسات السابقة بالكشف عن مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي أو في ظل الإعلان عن صحافة الميت فيرس دون الوقوف على رصد حقيقى لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي فى المؤسسات الصحفية المصرية، ودون الوقوف والمقارنة على الفروق بين استخدام الصحافة فى مصر لتقنيات الذكاء الاصطناعي والدول العربية والتي أعلنت عن استخدامها لتلك التقنيات بشكل موسع.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية العلمية:

- شيوع مفاهيم التقنيات الحديثة والتصورات المتعلقة بأن البث المباشر هو مصدر إيرادات.
- ظهور أشكال وتقنيات جديدة يتم توظيفها فى المواقع الالكترونية مثل ملفات الاعلام المتقاطع الكروس ميديا Cross media والبودكاست والبث المباشر وتوظيف كافة أشكال صحافة الفيديو.
- تتبع أهمية الدراسة الحالية من أنها تلقى الضوء على التحديات والضغوط التى تواجه الصحفيين فى ظل التقنيات الرقمية وتغير بيئة العمل الصحفي.
- قلة الدراسات الإعلامية التى أجريت فى هذا المجال، على الرغم من الخطوات الرائدة التى قامت المؤسسات الصحفية باستحداثها والتقنيات التى أتاحها الذكاء الاصطناعي فى كتابة وتحرير الموضوعات الصحفية.

- تأتى هذه الدراسة إلى حاجة المكتبة الإعلامية العربية لدراسات وبحوث تتناول التطورات الخاصة بالعمل الصحفي وتوجهات الصحفيين نحوها، كما تربطها بمتغيرات ذات صلة مثل النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAT بالإضافة إلى نظرية رأس المال النفسى وهى نظرية خاصة بعلم النفس والإدارة واستخدمتها بعض الدراسات الأجنبية لرصد طبيعة الضغوط التى يتم ممارستها على الأفراد فى بيئة العمل وتأثيراتها عليهم، وتماشياً مع طبيعة الدراسات البينية والتى تجمع أكثر من تخصص.

الأهمية التطبيقية والعملية:

- إلقاء الضوء على أهمية حصول الصحفيين على التدريبات اللازمة لتنمية مهارات العمل الصحفي الخاصة بهم.
- إلقاء الضوء على التطورات فى المؤسسات الإعلامية وتحديدًا الصحفية للتعرف على دورها فى خدمة وتطوير العمل الصحفي وخاصة تلك التى تحتوى على تقنيات جديدة.
- تفيد نتائج الدراسة الحالية الصحفيين فى التعرف على واقع استخدامات التكنولوجيا والتقنيات الحديثة وتطبيقات الذكاء الاصطناعى فى المؤسسات الصحفية وذلك لإمدادهم بمعلومات حول واقع المؤسسات الصحفية، مما قد يفيد الصحفيين لتحقيق الشكل الأمثل من الاستفادة.

أهداف الدراسة:

يتبلور الهدف الرئيس للدراسة فى الكشف عن الضغوط والتحديات التى تواجه الصحفيين فى ظل التحولات التى تشهدها البيئة الاتصالية الرقمية، ويتفرع من الهدف الرئيس عدد من الأهداف الفرعية تتمثل فى:



- التعرف على واقع توظيف التقنيات الحديثة فى المؤسسات الصحفية المصرية ومجالات استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي
- رصد الضغوط المؤثرة على أداء الصحفيين فى المؤسسات الصحفية
- رصد تحديات بيئة الاتصال الرقمية الحديثة وتأثيرها على القائم بالاتصال (تكنولوجية-اقتصادية-رقمية-أخلاقية-سياسية)
- رصد آليات مواجهة انتهاكات الخصوصية الرقمية
- رصد آليات جذب الجمهور التى تستخدمها المؤسسات فى البيئة الرقمية
- الوقوف على الصعوبات التى تواجه الصحفيين فيما يتعلق بالبيئة الرقمية
- رصد مقترحات عينة الدراسة نحو تعزيز استخدام التقنيات الحديثة واستخدامات أدوات الذكاء الاصطناعي.
- تطبيق النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا فيما يتعلق بالبيئة الرقمية (الأداء المتوقع- الجهد المتوقع- عوامل اجتماعية- التسهيلات المتاحة)
- الوقوف على تقييم عينة الدراسة للضغوط التى يواجهها الصحفيون فى ظل التحديات التى فرضتها التكنولوجيا
- تحليل طبيعة العلاقة بين تطور طرق عرض المضامين الصحفية واستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي
- رصد المهارات الواجب توافرها والتدريبات التى ينبغى أن توفرها المؤسسات الصحفية للقائم بالاتصال فى ظل التحديات التكنولوجية
- التعرف على نوع الضغوط (مادية-العمل الإداري)
- التعرف على أبعاد رأس المال النفسى (الكفاءة الذاتية- الأمل-التفاؤل-المرونة) المتوفرة لدى الصحفيين

تساؤلات الدراسة:

- ما الضغوط المادية التي يواجهها القائم بالاتصال فى المؤسسات الصحفية المصرية (الخاصة، الحزبية، القومية)؟
- ما ضغوط العمل الإدارى التى يواجهها الصحفيون فى المؤسسات الصحفية؟
- ما التحديات التكنولوجية والاقتصادية والإدارية والأخلاقية والسياسية التى يواجهها الصحفيون فى المؤسسات الصحفية؟
- كيف يقوم الصحفيون بجذب الجمهور باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
- ما آليات التدريب والتأهيل التى توفرها المؤسسات الصحفية للصحفيين العاملين بها؟
- ما الصعوبات التى تواجه الصحفيين والمتعلقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية؟
- كيف يستخدم الصحفيون تقنيات الذكاء الاصطناعي فى المؤسسات الصحفية؟
- كيف يتبنى الصحفيون أبعاد التكنولوجيا داخل المؤسسات الصحفية (الأداء المتوقع-الجهـد المتوقع-العوامل الاجتماعية-التسهيلات المتاحة)؟
- ما أبعاد رأس المال النفسى وتأثيراتها على الصحفيين العاملين فى المؤسسات الصحفية؟
- ما آليات مواجهة انتهاكات الخصوصية الرقمية فى ظل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية؟

محاور المقابلات المتعمقة الموجهة للصحفيين:

- واقع استخدام المؤسسات الصحفية (القومية الحزبية الخاصة) لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- الضغوط المهنية والإدارية والمادية فى ظل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.



- التدريب والتأهيل ودور نقابة الصحفيين المصرية.
- التحديات والأخلاقيات التي تفرضها تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- آليات جذب الجمهور باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وسلوك الجمهور.
- البنية التحتية للمؤسسات الصحفية القومية والحزبية والخاصة.
- مستقبل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية.
- تجارب الدول العربية في مجال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الإطار النظري للدراسة:

النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAT:

Unified Theory of Acceptance and Use of the Technology

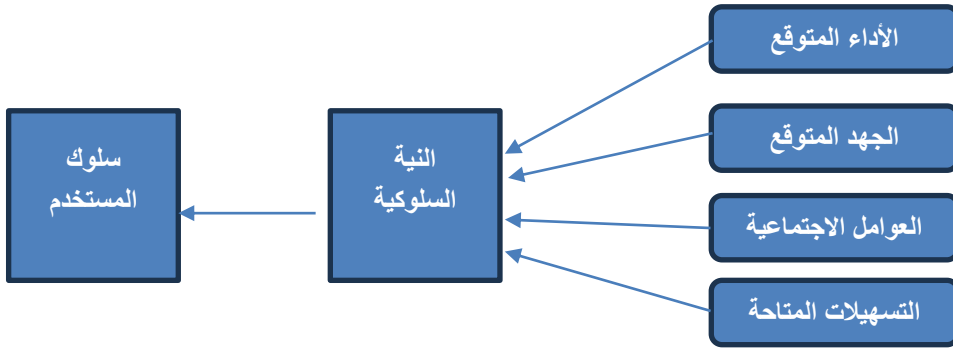
وفقاً ل (Hossain, M. I., et al. 2024) يتكون النموذج من أربعة عناصر رئيسة تتمثل في:

الأداء المتوقع Performance Expectancy ويقصد بالأداء المتوقع ما يتوقع الفرد أن يحققه من جراء استخدام التقنية تحديداً المكاسب المتوقعة التي يحققها مقابل الاستخدام.

الجهد المتوقع Effort Expectancy يقصد به الجهد الذي يقوم به الفرد من خلال استخدام تلك التقنية.

العوامل الاجتماعية Social Influence ويقصد بها مدى إدراك الفرد لأهمية ما يقوم به وسط المجتمع الذي ينتمي إليه واعتقاد الآخرين أن ما يقوم به ضروري وذو جدوى.

التسهيلات المتاحة Facilitating Conditions هي الإمكانيات المتوافرة لدى الفرد ومدى توافرها وإمكانية استخدامها لدى المؤسسة مثل خدمات الانترنت الاشتراك في التطبيقات مدفوعة الثمن مدى وجود افتراضية.



الشكل رقم (١) نموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

توظيف النظرية في الدراسة الحالية:

تستفيد الباحثة من هذه النظرية في الكشف عن آليات ودوافع استخدام وقبول وتبنى التقنيات الحديثة والفائدة المتوقعة من استخدام التقنيات الخاصة بالذكاء الاصطناعي والوقوف على الممارسات التي تفرضها في العمل الصحفي بالمؤسسات الصحفية.

نظرية رأس المال النفسي: Psychological Capital Theory

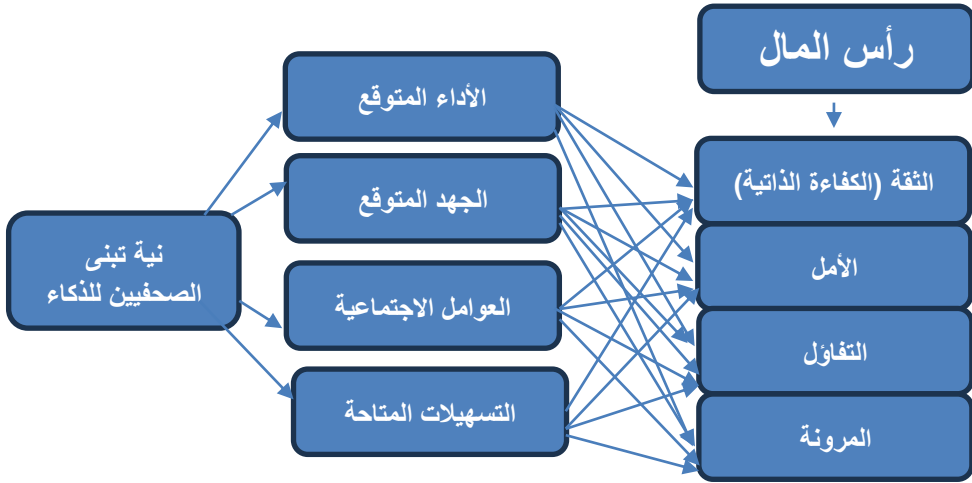
حدد (Luthans, F, et, al. 2007) وهو رائد نظرية رأس المال النفسي، أبعاد رأس المال النفسي والتي تمثلت في:

الفاعلية الذاتية (الكفاءة الذاتية) Self-Efficacy، وهي القدرة على الشعور بالثقة والتحدى بها بشكل يجعل الفرد قادرًا على الإنجاز بدافعية.

التفاؤل Optimism وهي القدرة على الشعور بمشاعر إيجابية وتحفيز نتيجة الشعور بإمكانية حدوث أشياء إيجابية.

الأمل (Hope): وهو الشعور الذي يعتمد على الإحساس بالنجاح وينشأ عن وجود الهدف وإمكانية حدوثه

المرونة (Flexibility): وهى القدرة على المثابرة نحو تحقيق الهدف والقدرة على تقليل المخاطر وأن ما يحدث فى الحياة بما فى ذلك التحديات والصعوبات لها مغزى معين ومحدد مما يجعل الفرد قادراً على المواجهة.



الشكل رقم (٢) يوضح العلاقة بين رأس المال النفسى ونموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وكثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى فى العمل الصحفي.

الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وكثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى فى العمل الصحفي.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وحجم الصعوبات التى تواجههم فيما يتعلق بالبيئة الرقمية.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وحجم الصعوبات التي تواجه الصحفيين فيما يتعلق بالبيئة الرقمية.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الموقع الوظيفي للمبحوثين وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا في العمل الصحفي.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد رأس المال النفسي وضغوط البيئة الرقمية.

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد رأس المال النفسي وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على منهج المسح وذلك لوصف وتحليل الظاهرة الإعلامية موضع الدراسة، ومنهج المسح هو جهد منظم لتقرير وتحليل وتفسير الواقع الراهن حيث جمع البيانات من المبحوثين (الصحفيين)، حيث تقوم الباحثة بإجراء مسح على عينة من الصحفيين في المؤسسات القومية والحزبية والخاصة.

أدوات جمع البيانات:

أداة الاستبيان:

تعتمد الدراسة الحالية على استمارة الاستبيان والتي تقوم على جمع البيانات من العينة (مفردات البحث)، حيث قامت الباحثة بإعداد استمارة استبيان تضمنت مجموعة من المقاييس



أداة المقابلة المتعمقة:

بال تطبيق على عينة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية القومية والحزبية والخاصة من رؤساء التحرير ونوابهم ومدراء التحرير ورؤساء الأقسام العاملين في المؤسسات الصحفية القومية والحزبية والخاصة.

مقاييس الدراسة:

١ - مقياس الضغوط المادية:

تم بناء هذا المقياس من سؤال يتكون من ٥ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد=٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ١١ درجة (٥ : ١٥) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٥ : ٨ درجات.
- المستوى المتوسط من ٩ : ١١ درجة.
- المستوى المرتفع من ١٢ : ١٥ درجة.

٢ - مقياس ضغوط العمل الإداري:

تم بناء هذا المقياس من سؤال يتكون من ٥ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد=٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ١١ درجة (٥ : ١٥) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٥ : ٨ درجات.
- المستوى المتوسط من ٩ : ١١ درجة.
- المستوى المرتفع من ١٢ : ١٥ درجة.

٣- مقياس الكفاءة الذاتية:

تم بناء هذا المقياس من عبارتين، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٥ درجات (٢: ٦) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٢: ٣ درجات.
- المستوى المتوسط من ٤ درجات.
- المستوى المرتفع من ٥: ٦ درجات.

٤- مقياس الأمل:

تم بناء هذا المقياس من عبارتين، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٥ درجات (٢: ٦) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٢: ٣ درجات.
- المستوى المتوسط من ٤ درجات.
- المستوى المرتفع من ٥: ٦ درجات.

٥- مقياس التفاؤل:

تم بناء هذا المقياس من عبارتين، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٥ درجات (٢: ٦) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٢: ٣ درجات.
- المستوى المتوسط من ٤ درجات.
- المستوى المرتفع من ٥: ٦ درجات.



٦- مقياس المرونة:

تم بناء هذا المقياس من عبارتين، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٥ درجات (٢: ٦) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٢: ٣ درجات.
- المستوى المتوسط من ٤ درجات.
- المستوى المرتفع من ٥: ٦ درجات.

٧- مقياس التحديات:

تم بناء هذا المقياس من سؤال يتكون من ١١ عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٢٣ درجة (١١: ٣٣) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ١١: ١٨ درجة.
- المستوى المتوسط من ١٩: ٢٥ درجة.
- المستوى المرتفع من ٢٦: ٣٣ درجة.

٨- مقياس التحديات التكنولوجية:

تم بناء هذا المقياس من ٤ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٩ درجات (٤: ١٢) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٤: ٦ درجات.
- المستوى المتوسط من ٧: ٩ درجات.
- المستوى المرتفع من ١٠: ١٢ درجة.

٩- مقياس التحديات الاقتصادية:

تم بناء هذا المقياس من عبارتين، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٥ درجات (٢: ٦) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٢: ٣ درجات.
- المستوى المتوسط من ٤ درجات.
- المستوى المرتفع من ٥: ٦ درجات.

١٠- مقياس التحديات الأخلاقية:

تم بناء هذا المقياس من عبارتين، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٥ درجات (٢: ٦) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٢: ٣ درجات.
- المستوى المتوسط من ٤ درجات.
- المستوى المرتفع من ٥: ٦ درجات.

١١- مقياس التحديات السياسية:

تم بناء هذا المقياس من ٣ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٧ درجات (٣: ٩) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٣: ٥ درجات.
- المستوى المتوسط من ٦: ٧ درجات.
- المستوى المرتفع من ٨: ٩ درجات.



١٢- مقياس آليات جذب الجمهور:

تم بناء هذا المقياس من سؤال يتكون من ٥ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد=٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ١١ درجة (٥: ١٥) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٥: ٨ درجات.
- المستوى المتوسط من ٩: ١١ درجة.
- المستوى المرتفع من ١٢: ١٥ درجة.

١٣- مقياس آليات التدريب:

تم بناء هذا المقياس من عبارتين، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد=٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٥ درجات (٢: ٦) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٢: ٣ درجات.
- المستوى المتوسط من ٤ درجات.
- المستوى المرتفع من ٥: ٦ درجات.

١٤- مقياس الصعوبات:

تم بناء هذا المقياس من سؤال يتكون من ١٣ عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد=٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٢٧ درجة (١٣: ٣٣) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ١٣: ٢١ درجة.
- المستوى المتوسط من ٢٢: ٣٠ درجة.
- المستوى المرتفع من ٣١: ٣٩ درجة.

١٥ - مقياس استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي:

تم بناء هذا المقياس من سؤال يتكون من ١٧ عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٣٥ درجة (١٧ : ٣٣) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ١٧ : ٢٨ درجة.
- المستوى المتوسط من ٢٩ : ٣٩ درجة.
- المستوى المرتفع من ٤٠ : ٥١ درجة.

١٦ - مقياس الأداء المتوقع:

تم بناء هذا المقياس من ٣ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٧ درجات (٣ : ٩) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٣ : ٥ درجات.
- المستوى المتوسط من ٦ : ٧ درجات.
- المستوى المرتفع من ٨ : ٩ درجات.

١٧ - مقياس الجهد المتوقع:

تم بناء هذا المقياس من ٣ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٧ درجات (٣ : ٩) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٣ : ٥ درجات.
- المستوى المتوسط من ٦ : ٧ درجات.
- المستوى المرتفع من ٨ : ٩ درجات.



١٨ - مقياس العوامل الاجتماعية:

تم بناء هذا المقياس من ٣ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٧ درجات (٣ : ٩) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٣ : ٥ درجات.
- المستوى المتوسط من ٦ : ٧ درجات.
- المستوى المرتفع من ٨ : ٩ درجات.

١٩ - مقياس التسهيلات المتاحة:

تم بناء هذا المقياس من ٣ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٧ درجات (٣ : ٩) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٣ : ٥ درجات.
- المستوى المتوسط من ٦ : ٧ درجات.
- المستوى المرتفع من ٨ : ٩ درجات.

مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في جميع الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية القومية والحزبية والخاصة.

عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة في عينة من ١٥٠ صحفى من العاملين في مختلف المؤسسات الصحفية القومية والحزبية والخاصة، من المؤسسات التالية: أولاً: المؤسسات القومية: الأهرام، الأخبار، الجمهورية، ثانياً: المؤسسات الخاصة: الوطن، المصرى اليوم، اليوم السابع، الدستور، البوابة نيوز، القاهرة ٢٤، ثالثاً: المؤسسات الحزبية: الوفد، الأهالي.

جدول رقم (١) يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير		ك	%	ن	%
النوع	ذكر	٩٧	٦٤.٧	١٥٠	١٠٠.٠
	أنثى	٥٣	٣٥.٣		
الصحيفة	قومية	٤٦	٣٠.٧	١٥٠	١٠٠.٠
	خاصة	٧٨	٥٢.٠		
	حزبية	٢٦	١٧.٣		
العمر	أقل من ٣٠ عامًا	١٩	١٢.٧	١٥٠	١٠٠.٠
	من ٣٠ لأقل من ٤٠ عامًا	٦٠	٤٠.٠		
	من ٤٠ لأقل من ٥٠ عامًا	٤٢	٢٨.٠		
	٥٠ عامًا فأكثر	٢٩	١٩.٣		
الوظيفة	ديسك	٥	٣.٣	١٥٠	١٠٠.٠
	رئيس تحرير	٤	٢.٧		
	رئيس قسم	١١	٧.٣		
	محرر	٩٤	٦٢.٧		
	مخرج	١	٠.٧		
	مدير تحرير	١٥	١٠.٠		
	مصور	٣	٢.٠		
	نائب رئيس تحرير	١٤	٩.٣		
	نائب مدير تحرير	٣	٢.٠		
الخبرة	أقل من ١٠ سنوات	٢٩	١٩.٣	١٥٠	١٠٠.٠
	من ١٠ لأقل من ٢٠ سنة	٦٠	٤٠.٠		
	من ٢٠ لأقل من ٣٠ سنة	٤٢	٢٨.٠		
	٣٠ سنة فأكثر	١٩	١٢.٧		
عضوية النقابة	عضو	١١٩	٧٩.٣	١٥٠	١٠٠.٠
	غير عضو	٣١	٢٠.٧		

قياس صدق وثبات التحليل:

اختبار الصدق والثبات: ويمكن عرضهما كما يلي:

اختبار الصدق: لقياس صدق صحيفة استطلاع رأى المبحوثين؛ استخدم الباحث أسلوب الصدق الظاهري؛ من خلال عرض محتوى الصحيفة على مجموعة من



المحكمين^(١) للتأكد من صلاحيتها للتطبيق، وبعد مراعاة ملاحظات المحكمين بالتصميم النهائي للاستبيان؛ قام الباحث بإجراء اختبار قبلي على (١٠ مبحوثاً) لبيان مدى فهمهم للأسئلة، والمقصود منها، والطريقة الصحيحة للاختيار.

اختبار الثبات: للتحقق من ثبات الاستبيان، تم حساب قيمة معامل ألفا كرون باخ؛ باعتباره مقياساً للاتساق الداخلي بين عبارات أداة جمع البيانات، ويوضح الجدول التالي معامل الثبات لمحاوَر الدراسة:

مقاييس الدراسة وقيمة معامل ألفا كرون باخ لقياس الاتساق الداخلي بين عبارات الاستبانة

معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، ومعامل ارتباط سبيرمان - براون Spearman-Brown Coefficient، ومعامل التجزئة النصفية لجتمان Guttman Split-Half Coefficient؛ للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة

م	المقياس	عدد العبارات	معامل (ألفا كرونباخ)	معامل ارتباط سبيرمان - براون	معامل جتمان (التجزئة النصفية)
١	مقياس الضغوط المادية	٥	٧٤٦.	٧٢٩.	٧٢٩.
٢	مقياس ضغوط العمل الإداري	٥	٧٥٧.	٧٨٠.	٧٦٣.
٣	مقياس أبعاد رأس المال النفسي	٨	٧٢٣.	٧١٤.	٧١٣.
٤	مقياس التحديات	١١	٧٠٧.	٦٨٥.	٦٨١.
٥	مقياس آليات جذب الجمهور	٥	٧٢٩.	٧١٢.	٧٠٦.
٦	مقياس آليات التدريب	٢	٨٦٠.	٨٦٠.	٨٦٠.
٧	مقياس الصعوبات	١٣	٨٥٩.	٧٦١.	٧٦٠.
٨	مقياس استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي	١٧	٨٩٤.	٨٣٧.	٨٣٦.
٩	مقياس قبول التكنولوجيا	١٢	٧٥٣.	٧١١.	٧١١.
	إجمالي مقاييس الدراسة	٧٨	٨٩٦.	٧٤٠.	٧٢٣.

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (٠.٧٠٧) و (٠.٨٩٤)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠.٨٩٦). وتراوحت قيمة معامل ارتباط سبيرمان - براون بين (٠.٦٨٥) و (٠.٨٣٧)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠.٧٤٠)، وتراوحت قيمة معامل جتمان بين (٠.٦٨١) و (٠.٨٣٦)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠.٧٢٣)، وهى قيم مرتفعة تدل على اتساق الاستبيان وثباته.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " (Statistical Package " SPSS (for Social Science). وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنية Scale، وعلى هذا فقد قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التى تلائم كل متغير من هذه المتغيرات وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابى Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، ومعامل ارتباط سبيرمان - براون Spearman-Brown Coefficient، ومعامل التجزئة النصفية لجتمان Guttman Split-Half Coefficient؛ للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطى عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).



- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠٠، ومتوسطة إذا كانت ما بين ٠.٣٠٠ : ٠.٦٠٠، وقوية إذا كانت أكثر من ٠.٦٠٠.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ ٠.٠٥، لاعتبار الفروض ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

النتائج العامة للدراسة:

تتناول الباحثة نتائج الدراسة الميدانية، والتي تمت على عينة من الصحفيين فى المؤسسات الصحفية المختلفة مع مراعاة تمثيلهم لأنواع الصحف المصرية القومية والحزبية والخاصة وقد بلغ عدد أفراد العينة ١٥٠ صحفياً، وقد استغرقت عملية جمع البيانات ستة أشهر من ٢٠٢٤/٨/١٥ وحتى ٢٠٢٥/٢/١٤.

النتائج العامة للدراسة الميدانية:

١- الضغوط المادية التى يعانى منها الصحفيون:

الجدول رقم (١): يوضح الضغوط المادية التى يتكبدها الصحفيين لدى مؤسساتهم الصحفية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						الضغوط المادية
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٧٨٤.	٢.٨٦٧	١٠٠.٠	١٥٠	١.٣	٢	١٠.٧	١٦	٨٨.٠	١٣٢	تواجهنى صعوبات فى قلة العائد المادى (ضعف الراتب)
٦٨١٨.	٢.٤٦٠	١٠٠.٠	١٥٠	١٠.٧	١٦	٣٢.٧	٤٩	٥٦.٧	٨٥	لا توجد هيكلية محددة وتسلسل هرمى وظيفي
٧٤٤٣.	٢.٤٢٠	١٠٠.٠	١٥٠	١٥.٣	٢٣	٢٧.٣	٤١	٥٧.٣	٨٦	قلّة المعاش
٧٩٠٤.	٢.٣٧٣	١٠٠.٠	١٥٠	١٩.٣	٢٩	٢٤.٠	٣٦	٥٦.٧	٨٥	أخشى التسريح من العمل
٩٠٢٤.	١.٨٦٧	١٠٠.٠	١٥٠	٤٨.٠	٧٢	١٧.٣	٢٦	٣٤.٧	٥٢	أعانى من عدم وجود تأمينات اجتماعية



يتضح من نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بالضغط المادية فإن عبارة "تواجهنى صعوبات فى قلة العائد المادى (ضعف الراتب)" فقد كانت ذات أعلى وسط حسابى بلغت قيمته ٢.٨٦٧ تلاها عبارته لا توجد هيكلية محددة وتسلسل هرمى وظيفى حيث بلغ المتوسط الحسابى ٢.٤٦٠ ثم عبارة قلة المعاش والذى بلغت قيمته ٢.٤٢٠، وتشير نتائج الجدول السابق إلى وجود ضغوط مادية على الصحفيين.

وهو ما يتفق مع النتائج التى توصلت إليها (حسن محمد الجندي، حنان ٢٠٢٣) حيث أكدت نتائج دراستها أن ٩١.٧٪ من عينة الدراسة تعرضهم لضغوط نفسية داخل المؤسسات التى يعملون بها وأن تلك الضغوط تؤثر سلباً على أدائهم الوظيفي.

٢-مقياس الضغوط المادية التى يعانى منها الصحفيون:

الجدول رقم (٢): يوضح مقياس الضغوط المادية التى يتكبدتها الصحفيين لدى مؤسساتهم الصحفية.

مقياس الضغوط المادية	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	١٠	٦.٧	٢.٥٠٧	٦٢١٢.
المستوى المتوسط	٥٤	٣٦.٠		
المستوى المرتفع	٨٦	٥٧.٣		
الإجمالي	١٥٠	١٠٠.٠		

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الضغوط المادية كانت الأعلى لدى الصحفيين وذلك بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٥٠٧، انحراف معيارى بلغ ٦٢١٢، مما يعنى معاناة أغلب الصحفيين من ضغوط مادية.

وهو ما اتفق مع ما توصلت إليه دراسة (عطية شرف، محمود ٢٠٢٣) والتى أكدت وجود ضغوط اقتصادية وإدارية والمهنية يعانى منها الصحفيون وتؤثر على بيئة العمل الصحفى بالصحف.

٣- ضغوط العمل الإداري التي يعاني منها الصحفيون:

الجدول رقم (٣): يوضح الضغوط الادارية التي يتكبدھا الصحفيين لدى مؤسساتهم الصحفية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						ضغوط العمل الإداري
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨٢٠٢.	٢.٢٨٠	١٠٠.٠	١٥٠	٢٣.٣	٣٥	٢٥.٣	٣٨	٥١.٣	٧٧	عدم وجود أوقات محددة للعمل
٧٢٤٤.	٢.٤٠٧	١٠٠.٠	١٥٠	١٤.٠	٢١	٣١.٣	٤٧	٥٤.٧	٨٢	تردى بيئة العمل
٦٣١٩.	٢.٥٠٧	١٠٠.٠	١٥٠	٧.٣	١١	٣٤.٧	٥٢	٥٨.٠	٨٧	ضعف المشاركة فى القرارات المتعلقة بالعمل
٧٥٢٥.	٢.٤١٣	١٠٠.٠	١٥٠	١٦.٠	٢٤	٢٦.٧	٤٠	٥٧.٣	٨٦	انعدام الأمن الوظيفي
٧٥٥٦.	٢.٤٤٧	١٠٠.٠	١٥٠	١٦.٠	٢٤	٢٣.٣	٣٥	٦٠.٧	٩١	وجود ضغوط من جانب رؤساء العمل

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بضغوط العمل الإداري فإن عبارة "ضعف المشاركة فى القرارات المتعلقة بالعمل" حازت على أعلى متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٥٠٧، تلاها عبارة "توجد ضغوط من جانب رؤساء العمل" بلغت قيمته ٢.٤٤٧، وتشير النتائج السابقة إلى أن ضغوط العمل الإداري التي يواجهها الصحفيون



تتمثل فى ضعف المشاركة فى القرارات المتعلقة بالعمل والضغط من جانب رؤساء العمل وانعدام الأمن الوظيفى وتردى بيئة العمل وعدم وجود أوقات محددة للعمل.

وهو ما اتفق مع ما توصلت إليه دراسة (عطية شرف، محمود ٢٠٢٣) حيث أكدت النتائج أن الضغوط التى تهدد المؤسسات تتمثل فى ضغوط السوق الصحفية والإعلامية وتقلباتها الاقتصادية وضغوط المنافسة والتحديات التقنية والتكنولوجية الناتجة عن التطورات السريعة المتلاحقة، كذلك ما توصلت إليه دراسة (محمد إبراهيم بريك، أيمن ٢٠٢٢) والتى توصلت نتائجها إلى وجود تحديات كبيرة فى ظل التطورات التقنية حيث أن أبرز التحديات التى تواجه المؤسسات الصحفية هى التحديات المالية تليها التقنية ثم الإدارية.

٤- مقياس ضغوط العمل الإدارى التى يعانى منها الصحفيون:

الجدول رقم (٤): يوضح مقياس الضغوط الادارية التى يتكدها الصحفيين لدى مؤسساتهم الصحفية.

مقياس ضغوط العمل الإدارى	ك	%	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	١٨	١٢.٠	٢.٥٣٣	٧.٠١٥.
المستوى المتوسط	٣٤	٢٢.٧		
المستوى المرتفع	٩٨	٦٥.٣		
الإجمالي	١٥٠	١٠٠.٠		

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بضغط العمل الإدارى فيتضح أن اغلب أفراد العينة من الصحفيين أن ضغوط العمل الإدارى كانت الأعلى من وجهة نظر الصحفيين وذلك بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٥٣٣ وانحراف معيارى بلغ ٧.٠١٥.

٥- أبعاد رأس المال النفسى التى يعانى منها الصحفيون:

الجدول رقم (٥): يوضح أبعاد رأس المال النفسى لدى الصحفيين فى مؤسساتهم الصحفية.

أبعاد رأس المال النفسى	درجة الموافقة								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الكفاءة الذاتية										
أستطيع القيام بجميع المهام المطلوبة منى وانجازها باستخدام أحدث التقنيات فى مجال الإعلام الرقمي	١٠٦	٧٠.٧	٣٣	٢٢.٠	١١	٧.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٣٣	٦١٧٦.
لدى القدرة على تطوير ذاتى وتنظيم وقتى وإدارة ضغوط العمل	١٠٩	٧٢.٧	٢٩	١٩.٣	١٢	٨.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٤٧	٦٢٥٤.
الأمل										
مستقبل الصحافة فى ظل التقنيات والأدوات الرقمية سيساعد فى تسهيل الكثير من المهام	١١٧	٧٨.٠	٣٠	٢٠.٠	٣	٢.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٧٦٠	٤٧٣٢.
تقنيات الذكاء الاصطناعى لن تؤدى إلى استبدال العنصر البشرى أو تقليل العمل البشرى بالمهنة	٨٠	٥٣.٣	٥٤	٣٦.٠	١٦	١٠.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٤٢٧	٦٧٩٠.
التفاؤل										
مجال الصحافة سيصبح واعدًا كما ستزدهر صناعة الصحافة فى المستقبل القريب	٦١	٤٠.٧	٥٤	٣٦.٠	٣٥	٢٣.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.١٧٣	٧٨٣٦.
التكامل بين الوسائط المتعددة سيؤدى إلى فتح آفاق وزيادة فرص عمل للصحفيين	٨١	٥٤.٠	٥٢	٣٤.٧	١٧	١١.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٤٢٧	٦٨٨٨.
المرونة										
أستطيع التعامل مع التقنيات الحديثة وأسعى إلى تعلمها وتطوير ذاتى	١١٠	٧٣.٣	٣٤	٢٢.٧	٦	٤.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٩٣	٥٤٢٨.
فى ظل التكامل بين وسائل الاعلام سأسعى إلى تعلم مهارات كل منها وتطبيقه	١٠٢	٦٨.٠	٤٤	٢٩.٣	٤	٢.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٥٣	٥٣٠٨.



فيما يتعلق بأبعاد رأس المال النفسي، فيتضح أنه بالنسبة إلى البعد الأول "الكفاءة الذاتية" فيتضح أن " لدى القدرة على تطوير ذاتى وتنظيم وقتى وإدارة ضغوط العمل" بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٦٤٧، تلاها عبارة " أستطيع القيام بجميع المهام المطلوبة منى وانجازها باستخدام أحدث التقنيات فى مجال الإعلام الرقمية" بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٦٣٣، أما البعد الثانى "الأمل" فقد حازت عبارة " مستقبل الصحافة فى ظل التقنيات والأدوات الرقمية سيساعد فى تسهيل الكثير من المهام" على أعلى متوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٧٦٠، تلاها عبارة "تقنيات الذكاء الاصطناعى لن تؤدي إلى استبدال العنصر البشرى أو تقليل العمل البشرى بالمهنة" بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٤٢٧، أما فيما يتعلق بالبعد الثالث "التفاؤل" فيتضح أن عبارة " التكامل بين الوسائط المتعددة سيؤدي إلى فتح آفاق وزيادة فرص عمل للصحفيين" حازت على أعلى متوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٤٢٧، تلاها عبارة " مجال الصحافة سيصبح واعدًا كما ستزدهر صناعة الصحافة فى المستقبل القريب" والتي حازت على متوسط حسابى بلغت قيمته ٢.١٧٣، أما فيما يتعلق بالبعد الرابع المرونة فقد حازت عبارة " أستطيع التعامل مع التقنيات الحديثة وأسعى إلى تعلمها وتطوير ذاتي" على متوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٦٩٣ تلاها عبارة " فى ظل التكامل بين وسائل الاعلام سأسعى إلى تعلم مهارات كل منها وتطبيقه" والتي حازت على متوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٦٥٣.

٦- التحديات التي يواجهها الصحفيون (التكنولوجيا/الاقتصادية/الأخلاقية/السياسية):
الجدول رقم (٦): يوضح التحديات التي يواجهها الصحفيون في مؤسساتهم الصحفية.

التحديات	درجة الموافقة								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق				محايد		معارض			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
التحديات التكنولوجية										
توفير كوادر بشرية على دراية بالتقنيات الحديثة	١١٧	٧٨.٠	٢٩	١٩.٣	٤	٢.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٧٥٣	٤٩٠٧.
توفير معدات وآلات للتعامل مع البيئة الرقمية	١١٠	٧٣.٣	٢٩	١٩.٣	١١	٧.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٦٠	٦١١٢.
إعطاء تدريب للقائم بالاتصال حول أدوات الاعلام الرقمي	١١٧	٧٨.٠	٢٢	١٤.٧	١١	٧.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٧٠٧	٥٩٦٩.
إدخال الاستديو الافتراضي إلى المؤسسات الصحفية	١١٣	٧٥.٣	٢٧	١٨.٠	١٠	٦.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٨٧	٥٩٢٣.
تحديات اقتصادية										
عائدات الإعلان لا تحقق المكاسب اللازمة	٨٨	٥٨.٧	٤٨	٣٢.٠	١٤	٩.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٤٩٣	٦٦٣٠.
تكلفة إنتاج المحتوى الرقمي كبيرة نسبيا	٨٢	٥٤.٧	٥٨	٣٨.٧	١٠	٦.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٤٨٠	٦٢٠٩.
تحديات اخلاقية										
انتهاك الخصوصية الرقمية (عدم القدرة على حماية البيانات)	٨٩	٥٩.٣	٥٣	٣٥.٣	٨	٥.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٥٤٠	٥٩٧٩.
القدرة على اختراق المواقع الالكترونية بسهولة	٨٤	٥٦.٠	٥٤	٣٦.٠	١٢	٨.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٤٨٠	٦٤٢١.
تحديات سياسية										
عدم إمكانية التحقق من الأخبار الزائفة	٦٨	٤٥.٣	٤٣	٢٨.٧	٣٩	٢٦.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.١٩٣	٨٢٤٩.
التضليل المعلوماتي واستخدام التقنيات الحديثة في سرعة نشر الشائعات	١٠٠	٦٦.٧	٣٦	٢٤.٠	١٤	٩.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٥٧٣	٦٥٨٩.
استخدام تقنيات التلاعب والتزييف للتلاعب بالصور بحيث تبدو حقيقية	١٠٢	٦٨.٠	٣٤	٢٢.٧	١٤	٩.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٥٨٧	٦٥٧٣.



يتضح من نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بالتحديات التي يواجهها الصحفيون فبالنسبة إلى التحديات التكنولوجية فقد حازت عبارة " توفير كوادر بشرية على دراية بالتقنيات الحديثة" على أعلى وزن نسبي بلغت نسبته ٢.٧٥٣، وهو ما اتفق مع ما توصلت إليه دراسة (عبد الباقي موسى، عيسى ٢٠٢٠) حيث تمثلت أبرز نتائج دراسته في أن نسبة ٨٨٪ من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون على الأهمية الكبيرة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار الخاصة بهم مؤكدين عدم جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الأدوات نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها وعدم تبنى أنظمة الجودة وأن من أهم التأثيرات الإيجابية هي توفير بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين وأن أهم التحديات التي تقف أمام توظيف هذه التقنيات والتكنولوجية.

وبالنسبة إلى التحديات الاقتصادية فقد حازت عبارة " عائدات الإعلان لا تحقق المكاسب اللازمة" على أعلى وسط حسابي بلغت قيمته ٢.٤٩٣، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة (عبد الباقي موسى، عيسى ٢٠٢٠) حيث تمثلت أبرز نتائج دراسته في أن التحديات التنظيمية والمؤسسية ثم التحديات الاقتصادية والمهنية والأخلاقية أكثر ما يواجه المؤسسات الصحفية والصحفيين. وبالنسبة إلى التحديات الأخلاقية فقد حازت عبارة " انتهاك الخصوصية الرقمية (عدم القدرة على حماية البيانات)" على أعلى متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٥٤٠، وبالنسبة للتحديات السياسية فقد حازت عبارة " استخدام تقنيات التلاعب والتزييف للتلاعب بالصور بحيث تبدو حقيقية" على متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٥٨٧.

٦-مقياس التحديات الاقتصادية التي يواجهها الصحفيون:

الجدول رقم (٦): يوضح مقياس التحديات التي يواجهها الصحفيون في مؤسساتهم الصحفية.

مقياس التحديات الاقتصادية	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	٠	٠.٠	٢.٧٦٠	٤٢٨٥.
المستوى المتوسط	٣٦	٢٤.٠		
المستوى المرتفع	١١٤	٧٦.٠		
الإجمالي	١٥٠	١٠٠.٠		

توضح نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بالتحديات الاقتصادية التي تواجه الصحفيين، فأتضح أنه بالنسبة إلى التحديات التي تواجه الصحفيين فقد اتفق المبحوثون من الصحفيين أنها كانت الأعلى لدى الصحفيين.

٧-آليات جذب الجمهور التي يستخدمها الصحفيين:

الجدول رقم (٧): يوضح آليات جذب الجمهور التي يستخدمها الصحفيون في مؤسساتهم الصحفية.

آليات جذب الجمهور	درجة الموافقة								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
معرفة الموضوعات الأكثر جذبًا من خلال جوجل تريند SEO	١٣٧	٩١.٣	١٢	٨.٠	١	٠.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٩٠٧	٣١٤٠.
القدرة على استخدام الوسائط المتعددة	١٣٣	٨٨.٧	١٥	١٠.٠	٢	١.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٨٧٣	٣٧١٨.
الإلمام بفنون وطرق صياغة فنون الاتصال والمعالجات	١٢٤	٨٢.٧	٢٢	١٤.٧	٤	٢.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٨٠٠	٤٦٣٤.
وفرت التكنولوجيا إمكانات كبيرة تتعلق بالحصول على الصور والرسوم والخرائط واستخدام أنماط وقوالب بصرية جديدة	١٢٩	٨٦.٠	١٨	١٢.٠	٣	٢.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٨٤٠	٤١٩٠.
تصوير اللقطات الحية عبر كاميرات الدوران ٣٦٠ درجة والمصور الآلي داخل الاستديو	١٠٣	٦٨.٧	٣٨	٢٥.٣	٩	٦.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٢٧	٥٩٦٩.



يتضح من نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بآليات جذب الجمهور التي يستخدمها الصحفيون فيتضح أن عبارة " معرفة الموضوعات الأكثر جذباً من خلال جوجل تريند " حازت على أعلى وزن نسبي بلغت قيمته ٢.٩٠٧ تلاها عبارة " القدرة على استخدام الوسائط المتعددة" بلغ متوسطها الحسابي ٢.٨٧٣.

٨- آليات التدريب والتأهيل التي يستخدمها الصحفيين:

الجدول رقم (٧): يوضح آليات التدريب التي يستخدمها الصحفيون في مؤسساتهم الصحفية.

آليات التدريب	درجة الموافقة								الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي	
	موافق		محايد		معارض							
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
تتيح المؤسسة التي أعمل بها تدريبات على التقنيات الحديثة المستخدمة	٥٧	٣٨.٠	٣٩	٢٦.٠	٥٤	٣٦.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٠٢٠	٨٦٢٩.		
توفر المؤسسة التي أعمل بها برامج تساعدني على إتقان عملي (عمل فيديو، الاعلام المتقاطعة Cross Media، الفيديو جرافيك، الاتنوجرافية، قوالب السرد الرقمي	٥١	٣٤.٠	٤٦	٣٠.٧	٥٣	٣٥.٣	١٥٠	١٠٠.٠	١.٩٨٧	٨٣٥٣.		

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بالتدريب فقد حازت عبارة " تتيح المؤسسة التي أعمل بها تدريبات على التقنيات الحديثة المستخدمة" على أعلى متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٠٢٠، تلاها عبارة "توفر المؤسسة التي أعمل بها برامج تساعدني على إتقان عملي (عمل فيديو، الاعلام المتقاطعة Cross Media، الفيديو جرافيك، الاتنوجرافية، قوالب السرد الرقمي" على متوسط حسابي بلغت قيمته ١.٩٨٧.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (محمد إبراهيم بريك، أيمن ٢٠٢٢) والتي توصلت إلى أنه على الصحفيين أن يواكبوا التطورات وعلى الصحف أن توفر لهم التدريب اللازم وتشجعهم على استخدام الأدوات الخاصة بالذكاء الاصطناعي.

كذلك ما توصلت إليه نتائج دراسة (ذكي أبو الخير، خالد ٢٠٢٢) والتي أوضحت أن الإشكالية الكبرى التي تواجه المؤسسات تمثلت في عدم الاهتمام بالتأهيل المهني وعدم الاهتمام بالتقييم المهني.

كذلك دراسة (عبد المجيد عبد العزيز منصور، أحمد ٢٠٢١) والتي أوصت نتائجها ضرورة رفع كفاءة المحررين وتشجيعهم على توزيع دائرة مهاراتهم وحضور دورات تدريبية خاصة عن الذكاء الاصطناعي.

كذلك دراسة (الأحمدى إبراهيم، فاطمة ٢٠٢٣) حيث أكدت نتائجها أهمية تبني الوسائل التكنولوجية الرقمية وأن أسباب عدم استخدامها بشكل كبير يرجع إلى عدم تأهيل الصحفيين على استخدامها.

٩- الصعوبات التي تواجه الصحفيين في البيئة الرقمية:

الجدول رقم (٩): يوضح الصعوبات التي تواجه الصحفيون في مؤسساتهم الصحفية.

الصعوبات	درجة الموافقة								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض		الإجمالي			
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
صعوبات تتعلق بملاحقة التطورات الخاصة بالتقنيات الحديثة فى أنظمة التحرير الصحفي	١١٣	٧٥.٣	٣٣	٢٢.٠	٤	٢.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٧٢٧	٥.٣٦.
صعوبات تتعلق بتوفير التمويل اللازم للمؤسسات الصحفية لتوفير التقنيات الحديثة	١٢٢	٨١.٣	٢٣	١٥.٣	٥	٣.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٧٨٠	٤.٨٩٨.



١٠٤	٦٩.٣	٤٠	٢٦.٧	٦	٤.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٥٣	٥٥٥٥.	صعوبات تتعلق بتكيف القائم بالاتصال مع آليات وتقنيات الاعلام الرقمي
٩٦	٦٤.٠	٤٥	٣٠.٠	٩	٦.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٥٨٠	٦٠٥٠.	صعوبات تتعلق بعدم أهمية توظيف التقنيات الحديثة في العمل
٧٨	٥٢.٠	٥٠	٣٣.٣	٢٢	١٤.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٣٧٣	٧٢٨٦.	صعوبة الوصول للمعلومات على بعض المواقع
١٠٠	٦٦.٧	٤٢	٢٨.٠	٨	٥.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦١٣	٥٨٨٣.	صعوبات تتعلق بإعادة هيكلة الوظائف في المؤسسات الصحفية
٨٠	٥٣.٣	٥٣	٣٥.٣	١٧	١١.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٤٢٠	٦٨٨١.	صعوبات تتعلق بضيق الوقت في الوصول للجمهور
٩٦	٦٤.٠	٣٩	٢٦.٠	١٥	١٠.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٥٤٠	٦٧١٩.	صعوبة توفير الأدوات الملائمة مثل الكاميرا الحامل الثلاثي لاستخدامه في التصوير والبيث المباشر
٩٥	٦٣.٣	٤٣	٢٨.٧	١٢	٨.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٥٥٣	٦٤٠٢.	صعوبات تتعلق بتوظيف التقنيات للوصول لجمهور غير محدد وغير واضح في ظل منافسة المنصات للوصول للجمهور
٧٦	٥٠.٧	٤٥	٣٠.٠	٢٩	١٩.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٣١٣	٧٧٨٤.	صعوبات تتعلق بالقدرة على تخزين واسترجاع المعلومات والبحث
٨٢	٥٤.٧	٤٦	٣٠.٧	٢٢	١٤.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٤٠٠	٧٣٢٧.	صعوبات اللغة حيث أن اللغة العربية غير مدرجة ضمن تطبيقات الذكاء الاصطناعي
٨٧	٥٨.٠	٤٩	٣٢.٧	١٤	٩.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٤٨٧	٦٦٢٩.	عدم القدرة على تطوير برمجيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج قصة خبرية كاملة دون تدخل من أي عنصر بشري
٩١	٦٠.٧	٥٠	٣٣.٣	٩	٦.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٥٤٧	٦٠٨٥.	احتمالية حدوث اختراق غير مقصود لحقوق النشر والتأليف والتوزيع الخاصة بمصادر البيانات الأصلية

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بالصعوبات التي تواجه الصحفيين في البيئة الرقمية، فقد حازت عبارة " صعوبات تتعلق بتوفير التمويل اللازم للمؤسسات الصحفية لتوفير التقنيات الحديثة" على أعلى متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٧٨٠، تلاها عبارة " صعوبات تتعلق بملاحقة التطورات الخاصة بالتقنيات الحديثة في أنظمة التحرير الصحفي" بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٧٢٧.

١٠- مقياس الصعوبات التي تواجه الصحفيين في ظل البيئة الرقمية:

الجدول رقم (١٠): يوضح مقياس الصعوبات التي تواجه الصحفيين في مؤسساتهم الصحفية.

مقياس الصعوبات	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	٣	٢.٠	٢.٦٦٧	٥١٣٨.
المستوى المتوسط	٤٤	٢٩.٣		
المستوى المرتفع	١٠٣	٦٨.٧		
الإجمالي	١٥٠	١٠٠.٠		

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بالصعوبات التي تواجه الصحفيين، فقد اتضح أن أغلب الصحفيين يروون ارتفاع الضغوط التي يواجهونها.

١١- مجالات استخدام الصحفيين لأدوات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية:

الجدول رقم (١١): يوضح مجالات استخدام الصحفيين لأدوات الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الصحفية.

مجلات استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي	درجة الموافقة								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض		الإجمالي			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الدردشة الآلية بالمواقع الإلكترونية	٩٣	٦٢.٠	٤٢	٢٨.٠	١٥	١٠.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٥٢٠	٦٧٢٨.
التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها	١٠٨	٧٢.٠	٣٤	٢٢.٧	٨	٥.٣	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٦٧	٥٧٥٤.
"تخصيص المحتوى" عرض المحتوى كى يتلاءم خصيصاً مع احتياجات ومتطلبات المستخدم	١٠٤	٦٩.٣	٤٢	٢٨.٠	٤	٢.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٦٧	٥٢٦٧.



٦٣٦٥.	٢.٥٨٧	١٠٠.٠	١٥٠	٨.٠	١٢	٢٥.٣	٣٨	٦٦.٧	١٠٠	الاعتماد على خاصية الرد المباشر على القراء والمستخدمين عبر منصات التواصل الاجتماعي
٦١٢٩.	٢.٦٥٣	١٠٠.٠	١٥٠	٧.٣	١١	٢٠.٠	٣٠	٧٢.٧	١٠٩	تحويل الملفات النصية إلى صوتية
٦٩١٩.	٢.٥٣٣	١٠٠.٠	١٥٠	١١.٣	١٧	٢٤.٠	٣٦	٦٤.٧	٩٧	استخدام ال Chat Gpt في جمع وتحليل المعلومات وإعادة صياغة الموضوعات بشكل مناسب لطبيعة المعلومات
٧٠٢٣.	٢.٥٠٠	١٠٠.٠	١٥٠	١٢.٠	١٨	٢٦.٠	٣٩	٦٢.٠	٩٣	نشر الأخبار والتقارير بطريقة آلية على الموقع
٦٤٦١.	٢.٥٩٣	١٠٠.٠	١٥٠	٨.٧	١٣	٢٣.٣	٣٥	٦٨.٠	١٠٢	استخدام الأدوات الرقمية للتحقق من صحة المعلومات كالبرمجيات والخوارزميات
٦١٤٦.	٢.٦٤٧	١٠٠.٠	١٥٠	٧.٣	١١	٢٠.٧	٣١	٧٢.٠	١٠٨	التعامل مع تطبيقات ومواقع الكشف عن الأخبار الزائفة
٥٥٥٠.	٢.٦٩٣	١٠٠.٠	١٥٠	٤.٧	٧	٢١.٣	٣٢	٧٤.٠	١١١	توظيف تطبيقات الترجمة الآلية
٥٥١٦.	٢.٧٣٣	١٠٠.٠	١٥٠	٥.٣	٨	١٦.٠	٢٤	٧٨.٧	١١٨	تصحيح الأخطاء الاملائية بشكل أسرع
٦٥٦٤.	٢.٥٩٣	١٠٠.٠	١٥٠	٩.٣	١٤	٢٢.٠	٣٣	٦٨.٧	١٠٣	تقديم مقترحات لعناوين الأخبار الرئيسية والفرعية
٥٦٢٢.	٢.٧٠٧	١٠٠.٠	١٥٠	٥.٣	٨	١٨.٧	٢٨	٧٦.٠	١١٤	تحويل الكلام إلى نص في المؤتمرات الصحفية والمقابلات الإعلامية وحلقات البودكاست
٥٧٦٤.	٢.٧٠٠	١٠٠.٠	١٥٠	٦.٠	٩	١٨.٠	٢٧	٧٦.٠	١١٤	معرفة عادات الجمهور في المشاهدة
٦٢٤٩.	٢.٥٩٣	١٠٠.٠	١٥٠	٧.٣	١١	٢٦.٠	٣٩	٦٦.٧	١٠٠	توظيف تطبيق توجيه المحتوى content recommendation في التسويق الإلكتروني
٦٨٧٢.	٢.٤١٣	١٠٠.٠	١٥٠	١١.٣	١٧	٣٦.٠	٥٤	٥٢.٧	٧٩	استخدام تقنية ال VR
٦٧٣٤.	٢.٣٨٧	١٠٠.٠	١٥٠	١٠.٧	١٦	٤٠.٠	٦٠	٤٩.٣	٧٤	استخدام تقنية ال AR

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بمجالات استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية فقد اتضح أن عبارة " تصحيح الأخطاء الإملائية بشكل أسرع" بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٧٣٣، تلاها عبارة " تحويل الكلام إلى نص في المؤتمرات الصحفية والمقابلات الإعلامية وحلقات البودكاست" بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٧٠٧ تلاها عبارة معرفة عادات الجمهور في المشاهدة بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٧٠٠.

أما دراسة (محمد عبد الحميد، عمرو ٢٠٢٠) فقد أكدت نتائجها أن أبرز المجالات التي نجحت بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي (الدردشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي يليها التعامل مع البيانات الضخمة ثم التعرف على وجوه الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي).

١٢- أبعاد استخدام وتبنى التكنولوجيا في المؤسسات الصحفية

الجدول رقم (١٢): يوضح أبعاد استخدام وتبنى التكنولوجيا في مؤسساتهم الصحفية.

أبعاد تبني واستخدام التكنولوجيا	درجة الموافقة						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الأداء المتوقع Performance expectancy										
تحقيق مكاسب (عائد) نتيجة الأداء	١٠٨	٧٢.٠	٣٦	٢٤.٠	٦	٤.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٨٠	٥٤٧٤.٠
أن يتناسب الأداء المتوقع مع حجم الجهد المبذول	١٠٧	٧١.٣	٤٠	٢٦.٧	٣	٢.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٩٣	٥٠٤٣.٠
يعتقد الأفراد أن استخدامهم للتطبيقات الرقمية مثل شبكات التواصل الاجتماعي ستساعدهم على تحسين في العمل كنقل المعلومات بصورة أسرع من الوسائل التقليدية	١١٢	٧٤.٧	٢٩	١٩.٣	٩	٦.٠	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٦٨٧	٥٨٠٩.٠
الجهد المتوقع Effort expectancy										
تخليص الصحفي من الأعمال الروتينية قدر الإمكان	١١٢	٧٤.٧	٣١	٢٠.٧	٧	٤.٧	١٥٠	١٠٠.٠	٢.٧٠٠	٥٥٢٦.٠



٥٥٩٠.	٢.٦٤٠	١٠٠.٠	١٥٠	٤.٠	٦	٢٨.٠	٤٢	٦٨.٠	١٠٢	سهولة استخدام التقنيات الحديثة من قبل الصحفيين
٧١١١.	٢.٣٨٠	١٠٠.٠	١٥٠	١٣.٣	٢٠	٣٥.٣	٥٣	٥١.٣	٧٧	وجود صعوبات في اتقان العمل مع التقنيات الحديثة
عوامل اجتماعية Social Impact										
٥١١٦.	٢.٦٧٣	١٠٠.٠	١٥٠	٢.٠	٣	٢٨.٧	٤٣	٦٩.٣	١٠٤	أهمية أن يقوم الآخرين باستخدام التقنيات الحديثة
٥١٤٩.	٢.٧٠٠	١٠٠.٠	١٥٠	٢.٧	٤	٢٤.٧	٣٧	٧٢.٧	١٠٩	توافر آليات الإنتاج وقبولها من الآخرين
٦١٤١.	٢.٥٩٣	١٠٠.٠	١٥٠	٦.٧	١٠	٢٧.٣	٤١	٦٦.٠	٩٩	تقدير الآخرين (الرؤساء، الزملاء، الجمهور) لاستخدام الصحفيين للتطبيقات الرقمية
التسهيلات المتاحة Facilitating Conditions										
٥٩٦٩.	٢.٦٢٧	١٠٠.٠	١٥٠	٦.٠	٩	٢٥.٣	٣٨	٦٨.٧	١٠٣	توافر البنية التحتية اللازمة بغرف الأخبار
٦١٧٦.	٢.٦٣٣	١٠٠.٠	١٥٠	٧.٣	١١	٢٢.٠	٣٣	٧٠.٧	١٠٦	توافر الإمكانيات التكنولوجية والتقنية اللازمة
٥٣٥٢.	٢.٧١٣	١٠٠.٠	١٥٠	٤.٠	٦	٢٠.٧	٣١	٧٥.٣	١١٣	استخدام الاعلام الاجتماعى أثناء العمل بالمؤسسات الصحفية

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه بالنسبة إلى أبعاد استخدام وتبنى التكنولوجيا فى المؤسسات الصحفية، فيتضح أنه بالنسبة إلى البعد الأول الأداء المتوقع فيتضح أن عبارة " أن يتناسب الأداء المتوقع مع حجم الجهد المبذول" حازت على أعلى وزن نسبي بلغت قيمته ٢.٦٩٣ ، أما بالنسبة إلى البعد الثانى الجهد المتوقع فيتضح أن عبارة " تخليص الصحفى من الأعمال الروتينية قدر الإمكان" حازت على أعلى متوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٧٠٠ ، أما البعد الثالث العوامل الاجتماعية فيتضح أن عبارة "توافر آليات الإنتاج وقبولها من الآخرين" حازت على أعلى متوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٧٠٠ ، أما البعد الرابع المتمثل بالتسهيلات المتاحة فيتضح أن عبارة " استخدام الاعلام الاجتماعى أثناء العمل بالمؤسسات الصحفية" حازت على أعلى متوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٧١٣ .

١٣- آليات مواجهة انتهاكات الخصوصية الرقمية

الجدول رقم (١٣): يوضح آليات مواجهة انتهاكات الخصوصية الرقمية في مؤسساتهم الصحفية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						آليات مواجهة انتهاكات الخصوصية الرقمية
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٧٤٠١.	٢.٦٢٦٧	١٠٠.٠	١٥٠	٤.٧	٧	٢٨.٠	٤٢	٦٧.٣	١٠١	تتيح المؤسسة التي أعمل بها تدريبات على التقنيات الحديثة المستخدمة
٥٦٤٥٨.	٢.٤٩٣٣	١٠٠.٠	١٥٠	٣.٣	٥	٤٤.٠	٦٦	٥٢.٧	٧٩	توفر المؤسسة التي أعمل بها برامج تساعدني على إتمام عملي (عمل فيديوهات الاعلام المتقاطعة Cross Media، الفيديو جرافيك، الانترجافية، قوالب السرد الرقمي

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بآليات مواجهة انتهاكات الخصوصية الرقمية فيتضح أن عبارة " تتيح المؤسسة التي أعمل بها تدريبات على التقنيات الحديثة المستخدمة" حازت على أعلى متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٦٢٦٧، تلاها عبارة "توفر المؤسسة التي أعمل بها برامج تساعدني على إتمام عملي (عمل فيديو الاعلام المتقاطعة Cross Media، الفيديو جرافيك، الانتوجرافية، قوالب السرد الرقمي" والتي حازت على متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٤٩٣٣.

نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وكثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

١٤- الفروق بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وكثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.



الجدول رقم (١٤): يوضح الفروق بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وكثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
ذكر	٩٧	٢.٧٦٣	٤٧٣٨.	٦١٣.	١٤٨	٥٤١.
أنثى	٥٣	٢.٨١١	٤٤١٠.			

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه فيما يتعلق بالفروق بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين (النوع) وكثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث وذلك لأن قيمة ت بلغت ٠.٦١٣ والقيمة غير دالة عند مستوى معنوية يساوى ٠.٥٤١.

١٥- الفروق بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وكثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

الجدول رقم (١٥): يوضح الفروق بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وكثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وكثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

الصحيفة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
قومية	٤٦	٢.٧٨٣	٤١٧٠.	٢ ١٤٧	١.٢٧٧	٢٨٢.
خاصة	٧٨	٢.٨٢١	٤٤٨٥.			
حزبية	٢٦	٢.٦٥٤	٥٦١٦.			
المجموع	١٥٠	٢.٧٨٠	٤٦١٥.			

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وكثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وذلك لأن قيمة ف تساوى ١.٢٧٧، والقيمة غير دالة عند مستوى معنوية يساوى ٠.٢٨٢.

١٦- الفروق بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وحجم الصعوبات التي تواجههم فيما يتعلق بالبيئة الرقمية.

الجدول رقم (١٦): يوضح الفروق بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وحجم الصعوبات التي تواجههم فيما يتعلق بالبيئة الرقمية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وحجم الصعوبات التي تواجههم فيما يتعلق بالبيئة الرقمية.

النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
ذكر	٩٧	٢.٦٦٠	٥١٨١.	٢٢١.	١٤٨	٨٢٥.
أنثى	٥٣	٢.٦٧٩	٥١٠٤.			

يتضح من نتائج الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وحجم الصعوبات التي تواجههم فيما يتعلق بالبيئة الرقمية، وذلك لأن قيمة ت تساوى ٠.٢٢١، والقيمة غير دالة عند مستوى معنوية يساوى ٠.٨٢٥.

١٧- الفروق بين الموقع الوظيفي للصحفيين وحجم الصعوبات التي تواجههم فيما يتعلق بالبيئة الرقمية.

الجدول رقم (١٧): يوضح الفروق بين الموقع الوظيفي للصحفيين وحجم الصعوبات التي تواجههم فيما يتعلق بالبيئة الرقمية.

الموقع الوظيفي	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
محرر	١٠٣	٢.٦٨٠	٤٨٩٤.	٣ ١٤٦	٢.٩١٧	٠.٣٦.
رئيس قسم	١١	٢.٢٧٣	٧٨٦٢.			
مدير تحرير/ نائب	١٨	٢.٦٦٧	٤٨٥١.			
رئيس تحرير/ نائب	١٨	٢.٨٣٣	٣٨٣٥.			
المجموع	١٥٠	٢.٦٦٧	٥١٣٨.			



يتضح من الجدول السابق أنه فيما يتعلق بالفروق بين الموقع الوظيفي للصحفيين وحجم الصعوبات التي تواجههم فيما يتعلق بالبيئة الرقمية، فيتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية وذلك لأن قيمة F تساوى ٢.٩١٧، والقيمة دالة عند مستوى معنوية يساوى ٠.٠٣٦، وذلك لصالح رؤساء التحرير ونوابهم وهو أمر طبيعي إذ يقع على كاهل القيادات الصحفية عبء التطوير وبالتالي يواجهون العبء الأكبر من الصعوبات.

١٨- الفروق بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وحجم الصعوبات التي تواجه الصحفيين فيما يتعلق بالبيئة الرقمية.

الجدول رقم (١٨): يوضح الفروق بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وحجم الصعوبات التي تواجه الصحفيين فيما يتعلق بالبيئة الرقمية.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وحجم الصعوبات التي تواجه الصحفيين فيما يتعلق بالبيئة الرقمية.

مستوى المعنوية Sig	قيمة F	درجات الحرية df	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	الصحيفة	
٢٨٣.	١.٢٧٢	٢ ١٤٧	٤٩١٥.	٢.٧٣٩	٤٦	قومية	حجم الصعوبات
			٥٢٦٤.	٢.٦٦٧	٧٨	خاصة	
			٥٠٨٤.	٢.٥٣٨	٢٦	حزبية	
			٥١٣٨.	٢.٦٦٧	١٥٠	المجموع	

يتضح من نتائج الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من نمط ملكية المؤسسة الصحفية وحجم الصعوبات التي تواجه الصحفيين فيما يتعلق بالبيئة الرقمية وذلك لأن قيمة F تساوى ١.٢٧٢ والقيمة غير دالة عند مستوى معنوية يساوى ٠.٢٨٣.

١٩- الفروق بين الموقع الوظيفي للمبحوثين وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا.

الجدول رقم (١٩): يوضح الفروق بين الموقع الوظيفي للمبحوثين وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الموقع الوظيفي للمبحوثين وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا.

أبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا	الوظيفة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
الأداء المتوقع	محرر	١٠٣	٢.٦٧٠	٥١٢٤.	٣ ١٤٦	٤٥٤.	٧١٥.
	رئيس قسم	١١	٢.٨١٨	٤٠٤٥.			
	مدير تحرير/ نائب	١٨	٢.٧٧٨	٥٤٨٣.			
	رئيس تحرير/ نائب	١٨	٢.٧٢٢	٥٧٤٥.			
	المجموع	١٥٠	٢.٧٠٠	٥١٤٩.			
الجهد المتوقع	محرر	١٠٣	٢.١٨٤	٥٣٧٧.	٣ ١٤٦	٢.٨٨٨	٠.٣٨.
	رئيس قسم	١١	٢.٥٤٥	٥٢٢٢.			
	مدير تحرير/ نائب	١٨	١.٩٤٤	٥٣٩٣.			
	رئيس تحرير/ نائب	١٨	٢.١١١	٥٨٣٠.			
	المجموع	١٥٠	٢.١٧٣	٥٥٢٦.			
العوامل الاجتماعية	محرر	١٠٣	٢.٦٦٠	٥٥٢٢.	٣ ١٤٦	٣٤٤.	٧٩٤.
	رئيس قسم	١١	٢.٧٢٧	٤٦٧١.			
	مدير تحرير/ نائب	١٨	٢.٦١١	٦٠٧٧.			
	رئيس تحرير/ نائب	١٨	٢.٧٧٨	٥٤٨٣.			
	المجموع	١٥٠	٢.٦٧٣	٥٤٩٥.			
التسهيلات المتاحة	محرر	١٠٣	٢.٦٤١	٥٩١٧.	٣ ١٤٦	١.٣٠٠	٢٧٧.
	رئيس قسم	١١	٢.٨١٨	٤٠٤٥.			
	مدير تحرير/ نائب	١٨	٢.٦١١	٦٠٧٧.			
	رئيس تحرير/ نائب	١٨	٢.٣٨٩	٧٧٧٥.			
	المجموع	١٥٠	٢.٦٢٠	٦٠٩٤.			



يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الموقع الوظيفي للمبحوثين وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا، وذلك بالنسبة إلى كل من (الأداء المتوقع-العوامل الاجتماعية-التسهيلات المتاحة) وذلك لأن قيمة F تساوى ٠.٤٥٤، و ٠.٣٤٤ و ١.٣٠٠ والقيم غير دالة، بينما توجد فروق دالة إحصائية بين الموقع الوظيفي للمبحوثين والجهد المتوقع ذلك لأن قيمة F تساوى ٢.٨٨٨، والقيمة دالة عند مستوى معنوية يساوى ٠.٣٨.

٢٠- الفروق بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا.
الجدول رقم (٢٠): يوضح الفروق بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط ملكية المؤسسة الصحفية وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا في العمل الصحفي.

أبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا	الصحيفة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
الأداء المتوقع	قومية	٤٦	٢.٦٩٦	٥٥٢٦.	٢ ١٤٧	١.٠٢٤	٣٦٢.
	خاصة	٧٨	٢.٧٤٤	٤٦٨١.			
	حزبية	٢٦	٢.٥٧٧	٥٧٧٨.			
	المجموع	١٥٠	٢.٧٠٠	٥١٤٩.			
الجهد المتوقع	قومية	٤٦	٢.١٥٢	٥٥٦٥.	٢ ١٤٧	١.٢٣٣	٢٩٤.
	خاصة	٧٨	٢.٢٣١	٥٣٢٧.			
	حزبية	٢٦	٢.٠٣٨	٥٩٨٧.			
	المجموع	١٥٠	٢.١٧٣	٥٥٢٦.			
العوامل الاجتماعية	قومية	٤٦	٢.٦٣٠	٥٧١٩.	٢ ١٤٧	١.٥٧٣	٢١١.
	خاصة	٧٨	٢.٧٤٤	٤٩٥١.			
	حزبية	٢٦	٢.٥٣٨	٦٤٦٩.			
	المجموع	١٥٠	٢.٦٧٣	٥٤٩٥.			
التسهيلات المتاحة	قومية	٤٦	٢.٤١٣	٧١٧٣.	٢ ١٤٧	٦.٣٣٨	٠.٠٢.
	خاصة	٧٨	٢.٧٨٢	٤١٥٥.			
	حزبية	٢٦	٢.٥٠٠	٧٦١٦.			
	المجموع	١٥٠	٢.٦٢٠	٦٠٩٤.			

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط الملكية وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا، وذلك بالنسبة إلى كل من (الأداء المتوقع-الجهد المتوقع-العوامل الاجتماعية) وذلك لأن قيمة ف تساوى ١.٢٣٣.١.٥٧٨، ١.٢٠٤، والقيم غير دالة، بينما توجد فروق دالة إحصائية بين نمط الملكية والتسهيلات المتاحة ذلك لأن قيمة ف تساوى ٦.٣٣٨، والقيمة دالة عند مستوى معنوية يساوى ٠.٠٢ وذلك لصالح الصحف الخاصة مما يعنى أنها أكثر توفيراً للتسهيلات للصحفيين.

٢١- العلاقة بين أبعاد رأس المال النفسى وضغوط البيئة الرقمية.

الجدول رقم (٢١): يوضح العلاقة بين أبعاد رأس المال النفسى وضغوط البيئة الرقمية.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد رأس المال النفسى وضغوط البيئة الرقمية.

أبعاد رأس المال النفسى		ضغوط البيئة الرقمية	
الكفاءة الذاتية	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	الضغوط المادية	الضغوط الإدارية
		٠.٣٧.-	٠.٩٩.-
		٦٥٦.	٢٢٩.
الأمل	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	١٥٠.	١٥٠.
		٠.٤٦.-	٠.٢٧.-
		٥٨٠.	٧٤٦.
التفاؤل	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	١٥٠.	١٥٠.
		٠.٣٣.-	٠.٧١.-
		٦٨٥.	٣٩٠.
المرونة	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	١٥٠.	١٥٠.
		١١٧.-	١٩٧.-
		١٥٤.	٠.١٥.
		١٥٠.	١٥٠.

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد رأس المال النفسى وضغوط البيئة الرقمية بالنسبة إلى الأبعاد التالية (الكفاءة الذاتية-الأمل-التفاؤل)، بينما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بعد المرونة وضغوط البيئة الرقمية ذلك لأن معامل الارتباط يساوى ١.٩٧، والقيمة دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١٥.



٢١- العلاقة بين أبعاد رأس المال النفسي وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا.

الجدول رقم (٢١): يوضح العلاقة بين أبعاد رأس المال النفسي وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا.

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد رأس المال النفسي وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا.

أبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا				أبعاد رأس المال النفسي	
التسهيلات المتاحة	العوامل الاجتماعية	الجهد المتوقع	الأداء المتوقع		
٠.١٧-	٠.٠٢-	١٧٩.	٠.٣٠-	معامل الارتباط	الكفاءة الذاتية
٨٤٠.	٩٨٢.	٠.٢٩.	٧١١.	مستوى الدلالة	
١٥٠.	١٥٠.	١٥٠.	١٥٠.	العدد	
٠.٠١.	٠.١٧-	١١٤.	٠.٢٣.	معامل الارتباط	الأمل
٩٩٣.	٨٣٢.	١٦٣.	٧٨١.	مستوى الدلالة	
١٥٠.	١٥٠.	١٥٠.	١٥٠.	العدد	
٠.١٢.	١٩٧.	١٢١.	٠.٦٨.	معامل الارتباط	التفاؤل
٨٨٠.	٠.١٦.	١٣٩.	٤٠٩.	مستوى الدلالة	
١٥٠.	١٥٠.	١٥٠.	١٥٠.	العدد	
١١٧.-	٢٨٥.	١١٦.	٠.٤٥.	معامل الارتباط	المرونة
١٥٤.	٠.٠١.	١٥٩.	٥٨٥.	مستوى الدلالة	
١٥٠.	١٥٠.	١٥٠.	١٥٠.	العدد	

يتضح من الجدول السابق أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد رأس المال النفسي (الكفاءة الذاتية) وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا (الجهد المتوقع) وذلك لأن معامل الارتباط يساوي ٠.١٧٩. والقيمة دالة عند مستوى معنوية يساوي ٠.٠٢٩، كما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد رأس المال النفسي (بُعد التفاؤل) وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا (العوامل الاجتماعية) وذلك لأن معامل الارتباط يساوي ٠.١٩٧، والقيمة دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١٦، كذلك توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد رأس المال النفسي (بُعد المرونة) وأبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا (العوامل الاجتماعية) وذلك لأن معامل الارتباط يساوي ٠.٢٨٥، والقيمة دالة عند مستوى معنوية يساوي ٠.٠٠١.

نتائج تحليل SWOT لاستخدام أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات

الصحفية القومية:

تحليل SWOT لاستخدام أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية القومية	
أولاً: نقاط القوة (Strengths) لدى المؤسسات الصحفية القومية: الإدارة: بعض المؤسسات القومية تمتلك خبرات إدارية قادرة على استيعاب التكنولوجيا الجديدة وخاصة في ظل جيل الشباب الذي يعمل بها وجود أقسام للتحويل الرقمي في بعض المؤسسات القومية مثل الأهرام البنية التحتية: بعض المؤسسات القومية تملك سيرفرات، أرشيف إلكتروني، أنظمة CMS تدعم التكامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي. العوامل الاقتصادية: انخفاض تكاليف الإنتاج الرقمي مقارنة بالإنتاج الورقي. إمكانات الذكاء الاصطناعي لخفض التكاليف التشغيلية (أتمتة التحرير، المراجعة اللغوية) وبالتالي الاستغناء عن بعض الوظائف العوامل السياسية: إعلان الحكومة المصرية دعم سياسات التحول الرقمي. التمويل: الإعلان إلى جانب الدعم الحكومي.	ثالثاً: الفرص (Opportunities) الإدارية: التدريب المستمر وإعداد برامج لبناء القدرات الصحفية المدعومة بالذكاء الاصطناعي. البنية التحتية: ظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي المفتوحة المصدر التي يمكن استخدامها بتكاليف أقل. العوامل الاقتصادية: إمكانية تحقيق إيرادات إضافية من خلال نشر محتوى مخصص وتحسين الإعلانات الرقمية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. العوامل السياسية: مبادرات وطنية لدعم التحول الرقمي في الإعلام.
ثانياً: نقاط الضعف (Weaknesses) الإدارية: ضعف ثقافة التغيير والتطوير في بعض المؤسسات القومية فيما يعرف بالحاجة إلى إعادة تغيير ثقافة المؤسسة، والخوف من فقدان الوظائف أو إحلال الذكاء الاصطناعي محل العنصر البشري. مقاومة بعض القيادات الصحفية لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي خوفاً على وظائف المحررين التقليديين. البنية التحتية: نقص الكفاءات الفنية المدربة على الذكاء الاصطناعي. العوامل الاقتصادية: صعوبة تغطية تكلفة شراء أو تطوير تقنيات ذكاء اصطناعي متقدمة مدفوعة. العوامل السياسية: بعض السياسات التقييدية تمنع تبني الأدوات الذكية خوفاً من فقدان السيطرة على المحتوى.	رابعاً: التهديدات (Threats) الإدارية: فقدان التحكم في العملية التحريرية نتيجة الاعتماد الزائد على الذكاء الاصطناعي. البنية التحتية: تهديدات أمنية إلكترونية ناتجة عن استخدام الذكاء الاصطناعي دون تأمين كافٍ. العوامل الاقتصادية: اشتداد المنافسة مع الصحافة الرقمية والشبكات الاجتماعية المدعومة بأنظمة ذكاء اصطناعي متطورة. العوامل السياسية: التشدد في التشريعات المتعلقة بحماية البيانات قد يعيق استخدام بعض أدوات الذكاء الاصطناعي. التمويل: تذبذب الدعم المالي أو توقفه بسبب تغييرات سياسية.



تحليل SWOT لاستخدام أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الخاصة:

تحليل SWOT لاستخدام أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الخاصة	
أولاً: نقاط القوة (Strengths) لدى المؤسسات الصحفية الخاصة: الإدارة: بعض المؤسسات الخاصة تمتلك خبرات إدارية قادرة على استيعاب التكنولوجيا الجديدة وخاصة في ظل جيل الشباب الذي يعمل بها وجود أقسام للتحويل الرقمي في بعض المؤسسات الخاصة أو إعلان تبنيها لتلك التطبيقات مثل القاهرة ٢٤ والمصرى اليوم والوطن واليوم السابع. البنية التحتية: بعض المؤسسات الخاصة تملك سيرفرات، أرشيف إلكتروني، أنظمة CMS تدعم التكامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي. العوامل الاقتصادية: انخفاض تكاليف الإنتاج الرقمي مقارنة بالإنتاج الورقي. إمكانات الذكاء الاصطناعي لخفض التكاليف التشغيلية (أتمتة التحرير، المراجعة اللغوية) وبالتالي الاستغناء عن بعض الوظائف العوامل السياسية: إعلان الحكومة المصرية دعم سياسات التحول الرقمي. التمويل: الإعلان هو الوسيلة الوحيدة أمام المؤسسات الخاصة حيث أنها لا تتلق دعماً مادياً من الحكومة	ثانياً: نقاط الضعف (Weaknesses) الإدارة: ضعف ثقافة التغيير والتطوير في بعض المؤسسات الخاصة فيما يعرف بالحاجة إلى إعادة تغيير ثقافة المؤسسة. مقاومة بعض القيادات الصحفية لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي خوفاً على وظائف المحررين التقليديين. البنية التحتية: تهالك البنية التكنولوجية في بعض المؤسسات نقص الكفاءات الفنية المدربة على الذكاء الاصطناعي. العوامل الاقتصادية: عجز مالي مستمر لدى بعض المؤسسات الخاصة لمواكبة دورها في التطور. صعوبة تغطية تكلفة شراء أو تطوير تقنيات ذكاء اصطناعي متقدمة مدفوعة. العوامل السياسية: بعض السياسات التقييدية تمنع تبني الأدوات الذكية خوفاً من فقدان السيطرة على المحتوى. التمويل: ضعف التمويل الذاتي لتلك المؤسسات الخاصة فهي تعتمد بشكل أساسي على الإعلان.
ثالثاً: الفرص (Opportunities) الإدارة: التدريب المستمر وإعداد برامج لبناء القدرات الصحفية المدعومة بالذكاء الاصطناعي. البنية التحتية: ظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي المفتوحة المصدر التي يمكن استخدامها بتكاليف أقل. العوامل الاقتصادية: إمكانية تحقيق إيرادات إضافية من خلال نشر محتوى مخصص وتحسين الإعلانات الرقمية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. العوامل السياسية: مبادرات وطنية لدعم التحول الرقمي في الإعلام.	رابعاً: التهديدات (Threats) الإدارة: فقدان التحكم في العملية التحريرية نتيجة الاعتماد الزائد على الذكاء الاصطناعي. البنية التحتية: تهديدات أمنية إلكترونية ناتجة عن استخدام الذكاء الاصطناعي دون تأمين كافٍ. العوامل الاقتصادية: اشتداد المنافسة مع الصحافة الرقمية والشبكات الاجتماعية المدعومة بأنظمة ذكاء اصطناعي متطورة. العوامل السياسية: التشدد في التشريعات المتعلقة بحماية البيانات قد يعيق استخدام بعض أدوات الذكاء الاصطناعي. التمويل: تذبذب الدعم المالي أو توقفه بسبب تغييرات سياسية.

تحليل SWOT لاستخدام أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الحزبية:

تحليل SWOT لاستخدام أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الحزبية:	
أولاً: نقاط القوة (Strengths) لدى المؤسسات الصحفية الحزبية: الإدارة: تواجه المؤسسات الحزبية نقصاً حاداً في وجود الخبرات الإدارية القادرة على استيعاب التكنولوجيا الجديدة. عدم وجود أقسام للتحويل الرقمي. البنية التحتية: أغلب المؤسسات الحزبية لا تمتلك بنية تحتية قوية وسيرفرات، أو حتى انترنت يكفل التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي. العوامل السياسية: إعلان الحكومة المصرية دعم سياسات التحويل الرقمي. التمويل: تتلقى المؤسسات الصحفية الحزبية دعماً من الحكومة ولكنه يعتبر قليل نسبياً.	ثانياً: نقاط الضعف (Weaknesses) الإدارية: عدم إمكانية التغيير والتطوير في بعض المؤسسات الحزبية لعدم وجود موارد. البنية التحتية: تهالك البنية التكنولوجية في بعض المؤسسات الحزبية. نقص الكفاءات الفنية المدربة على الذكاء الاصطناعي. العوامل الاقتصادية: عدم إمكانية ضعف رواتب الصحفيين مما يجعل المؤسسات الحزبية غير قادرة على تطوير صحيفها. العوامل السياسية: بعض السياسات التقييدية تمنع تبني الأدوات الذكية خوفاً من فقدان السيطرة على المحتوى.
ثالثاً: الفرص (Opportunities) الإدارية: التدريب المستمر وإعداد برامج لبناء القدرات الصحفية المدعومة بالذكاء الاصطناعي. البنية التحتية: ظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي المفتوحة المصدر والمجانية. العوامل الاقتصادية: إمكانية تحقيق إيرادات إضافية من خلال نشر محتوى مخصص وتحسين الإعلانات الرقمية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. العوامل السياسية: مبادرات وطنية لدعم التحويل الرقمي في الإعلام.	رابعاً: التهديدات (Threats) الإدارية: فقدان التحكم في العملية التحريرية نتيجة الاعتماد الزائد على الذكاء الاصطناعي. البنية التحتية: تهديدات أمنية إلكترونية ناتجة عن استخدام الذكاء الاصطناعي دون تأمين كافٍ. العوامل الاقتصادية: اشتداد المنافسة مع الصحافة الرقمية والشبكات الاجتماعية المدعومة بأنظمة ذكاء اصطناعي متطورة. العوامل السياسية: التشدد في التشريعات المتعلقة بحماية البيانات قد يعيق استخدام بعض أدوات الذكاء الاصطناعي. التمويل: تذبذب الدعم المالي.



نتائج المقابلات المتعمقة مع القائمين بالاتصال:

تم تحليل تساؤلات الدراسة التي تضمنتها المقابلة المتعمقة باتباع إجراءات منهجية وفقاً للخطوات التالية:

- القراءة المتعمقة والدقيقة لإجابات المبحوثين التي تم تدوينها أثناء إجراء المقابلات المتعمقة.
- تصنيف الإجابات حسب المحاور الرئيسة التي تضمنتها المقابلة؛ والتي أجابت بدورها عن تساؤلات الدراسة، وفقاً لأوجه الاتفاق والاختلاف بين إجابات المبحوثين.
- عرض النتائج التي قدمها الخبراء بالإضافة إلى رصد المقترحات التي قدموها.

وفيما يلي عرض لأهم نتائج الدراسة الكيفية وفقاً لمحاور المقابلات المتعمقة كالتالي:

بالنسبة إلى الضغوط والتحديات التي تواجه الصحفيين:

يشير أ. شريف سمير نائب رئيس تحرير الأهرام أن أغلب الصحفيين يواجهون ضغوطاً مادية وإدارية وضغوط تتعلق بالوقت تضطربهم إلى إعادة صياغة الأخبار، وإعادة نشرها مرة أخرى نتيجة ضغوط الوقت، كما أن عائدات الإعلان لا تكفي في تطوير البنى التحتية للصحف، وأن كل المواقع الإلكترونية لديها مشكلة في الإعلانات، كما أن ٨٠٪ من موازنات الدعاية والإعلان تكون لصالح الإعلان على السوشيال ميديا، كما أن البلوجرز كذلك يتم توجيه لهم فلوس الدعاية بعد أن كانت تذهب لصالح المؤسسات الصحفية.

كما تشير أ. نرمين قطب، نائب رئيس قسم التحقيقات بالأهرام أن الصحفيين من الفئات محدودة الدخل حيث لديهم مرتب ثابت ولكنه محدود، حيث يعملون موظفون في المؤسسات، والصحفي يضطر لزيادة دخله

وف سياق متصل يشير أ. **معتز النادى** إلى أن ثمة ضغوط يعانى منها الصحفيون تتنوع ما بين عملية وإدارية واقتصادية، فهو بحاجة دائمة إلى فكرة جديدة يضمن بها المنافسة والحصول على متابعة مستمرة من الجمهور المتلقى فى ظل سرعة العصر الرقمى الذى نعيشه، كما أن هناك أعباء مادية واقتصادية تدفع البعض للعمل فى أكثر من جهة لتوفير مستوى معيشى مناسب قد يتنوع بين العمل فى صحيفة أو موقع مع الانضمام لفريق عمل برنامج إذاعي/ تلفزيوني.. إلخ، حيث تؤدي الضغوط المادية وفقاً للأستاذ **إيهاب نافع نائب رئيس تحرير الجمهورية** على المؤسسات الصحفية إلى التأثير على كاهل الصحفيين، وقد يرتبط ذلك بطبيعة ومهام العمل التى عليهم الانخراط فيها للحصول على ربح مادي من منصات التواصل الاجتماعى وبما يضمن استمرارية مهمته، وهم هنا فى اختبار بين الحفاظ على المهنية دون الانجراف وراء الترنندات، مشيراً إلى أنه يعتقد أن الأعباء مستمرة مع استمرارية العمل وتطورات العصر الرقمى الذى نعيشه، ولكن نجاح الصحفى فى قدرته على مواجهتها والتغلب عليها بالتدريب ومواكبة المستجدات فى ساحة الذكاء الاصطناعي، وهو ما اتفق مع أشار إليه د. محمد ثروت والذى أكد أن الضغوط فى الصحف المطبوعة أكثر بسبب قلة الإعلانات وارتفاع تكلفة الطباعة وقلة التوزيع بسبب التحول للصحف الإلكترونية.

ويؤكد أ. **حسام أبو العلا** مدير تحرير مجلة أكتوبر إلى أن مهنة الصحافة بعد أن كانت من أفضل خمس مهن ذات دخول عالية، أصبحت للأسف لا تحقق دخلاً كما أن المرتبات بعد أحداث ٢٥ يناير ٢٠١١ أصبحت ضعيفة للغاية، حيث كانت الصحافة تعتمد على الإعلانات وواكبتها ظهور الصحافة الإلكترونية، مما عرض الصحافة لخسائر حادة، يذكر حسام أبو العلا أن اللوائح فى المؤسسات القومية غير منصفة للصحفيين وتعطى رؤساء مجالس الإدارة والتحرير صلاحيات مطلقة دون الرجوع للهيئة الوطنية للصحافة والتى أصبح دورها للأسف غير فعال، وهو الأمر الذى أكدته أيضاً أ. أمل خليفة رئيس القسم الدولى والعربى بالأهالى حيث أكدت أن هناك ضغوط مادية وإدارية بسبب توجهات الصحف، وأن الصحف الحزبية تعاني أكثر من غيرها من



قلة الرواتب رغم التمويل الحكومي للصحف الحزبية وتشير إلى أنه منذ عام ٢٠١٤ لم تزد المرتبات.

ويتفق معه د. **على جمال التركي** مدير تحرير موقع البوابة الالكترونى إلى أن صناعة الصحافة تتعرض لأزمة على المستوى العالمى نتيجة أزمات اقتصادية مما يؤدي لوجود ضغوط الأجور والمرتبات وبالتالي تخفيض العمالة تقليل نسخ ورقية والغاءها والاكتفاء بالإلكترونية، كما أن هناك تحديات تكنولوجية ومنافسة مع مواقع التواصل الاجتماعي مع قلة مصادر التمويل، مما يؤثر على الاقتصاد وبالتالي على الاستقرار مع وجود ضغط إضافي مع التقدم يجبر الصحفيين على التطور وتطويعه في إطار عملهم، ويستطرد من قلب المحن تأتي المنح، حيث أصبحت هناك آفاق جديدة أمام الصحفيين، فالتقنيات تساعد على زيادة الإعلانات الصحفي، كما أن الصحف الشامل أو One Man Crew ستسهل عمل الصحفيين، كما أن التحديات الخاصة بالذكاء الاصطناعي منها وجود انحياز عند الحديث عن بعض القضايا أو الموضوعات مثل إسرائيل أو القضية الفلسطينية، نحتاج تطوير البنية التحتية غير قادرة على الاستغلال الأمثل.

يشير أ. **عمرو الأنصارى** إلى أن الظروف الضاغطة اقتصاديًا تجعل الصحف في صراع دائم حول استمراره وهو ما قد يعود ماديًا ولكن بعد فترة وأن الترويج للذات هو الحل الوحيد Personal Branding مع التطور، حيث لا بد من الكتابة بقواعد SEO على سبيل المثال، فعقلية الموظف في المهن الإبداعية قاتلة.

أما أ. **أشرف مفيد** فيشير إلى أنه بالنسبة إلى الضغوط الإدارية التي يواجهها الصحفيين فهي تتمثل في انخفاض الأجور مقارنة بحجم العمل المبذول، خاصة مع الاتجاه المتزايد نحو العمل الحر أو العقود المؤقتة، بالإضافة إلى ضعف المكافآت المادية المقدمة نتيجة لتراجع عائدات الإعلانات التقليدية وتمويل، بالإضافة إلى التكاليف الشخصية التي يتحملها الصحفي في مواكبة التطورات التكنولوجية (مثل

الاشتراك فى دورات تدريبية، اقتناء معدات حديثة، أو حتى شراء برامج تقنية ضرورية، وكذلك زيادة التوقعات الإدارية لتحقيق إنتاجية أعلى دون تقديم الدعم الكافي، والتداخل بين الأدوار الصحفية والإدارية؛ حيث يُطلب من الصحفي فى بعض المؤسسات القيام بمهام تتجاوز عمله الأساسى مثل التحرير الفنى أو إدارة المحتوى الرقمي، كذلك الضغط الناتج عن تسارع الأحداث والسباق المستمر لتغطية الأخبار فى بيئة رقمية تتطلب سرعة ودقة فى آن واحد ومحدودية الدعم المؤسسى فى تطوير مهارات الصحفيين بما يتماشى مع متطلبات العصر الرقمي، مما يضيف عبئاً إضافياً عليهم لتحسين أنفسهم بشكل فردي.

كما يشير أ. أشرف مفيد إلى أن الضغوط المادية والإدارية زادت فى عصر التحول الرقمي واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، فعلى الرغم من أن التقنيات الحديثة جاءت لتسهيل العمل الصحفي، إلا أنها أضافت تحديات جديدة مثل: الحاجة المستمرة لتعلم مهارات وأدوات رقمية متقدمة، مما يضيف عبئاً نفسياً ومالياً، المنافسة العالية بين الصحفيين نتيجة انتشار منصات العمل الحر، مما يجعل الحصول على فرصة عمل ثابتة أصعب من ذي قبل، وزيادة التوقعات بتحقيق السرعة والجودة فى آن واحد، حيث يُتوقع من الصحفي إنتاج محتوى عالى الجودة فى وقت قياسي، باستخدام أدوات ذكاء اصطناعي مثل تحليل البيانات أو التحرير الآلى وتزايد الضغوط الأخلاقية؛ إذ يجب على الصحفي الموازنة بين استخدام الأدوات الرقمية ومراعاة أخلاقيات المهنة فى بيئة رقمية لا تخلو من التضليل.

وفى سياق المقارنة بين مصر والدول العربية الأخرى فيما يتعلق باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي يشير أ. حسام أبو العلا إلى أن عدد كبير لم يوظف التقنيات بشكل جيد إنما الخليج وظفها بشكل أكبر، وأشار إلى أن الضغوط زادت على الصحفيين، حيث أصبح الصحفي لابد له أن يمتلك مهارات التصوير والفيديو والمونتاج، وأنه لا توجد أجهزة حديثة أو انترنت فى المؤسسة التى يعمل بها، وهو مؤشر خطير، حيث أزمات مادية ووجود حاجة للتدريب لأن الفترة الحالية تشهد تطوراً، والجيل القديم من



الصحفيين يعانون من عدم إمكانية التعامل مع التكنولوجيا ، فعلى سبيل المثال دار المعارف غير متاح للصحفيين العاملين بها عمل فيديوهات، حيث تحتاج إلى فئة مدربة ولديها إمكانات مادية. كما أشار إلى أنه لابد من مواكبة التطورات الخطيرة في المهنة فاستخدام الذكاء الاصطناعي يحتاج إلى مهنية عالية وتطبيق ميثاق شرف أخلاقي لمواكبة التطورات في المهنة.

كما يشير د **على جمال التركي** إلى أن الضغط على الصحفيين أصبح يجبرهم على التطور وتطويعه في إطار عملهم، حيث أن الذكاء الاصطناعي يحتاج تدريب مهني يضيف إلى كاهل المؤسسات الصحفية والمجلس الأعلى للتنظيم والإعلام والهيئة الوطنية للصحافة التدريب على الذكاء الاصطناعي.

ويستطرد د سمير محمود مدير تحرير الأهرام، أن المخاوف زادت بشدة بفعل الضغوط المادية مع عدم الإحساس بالأمان الوظيفي أو الإداري والتهديدات بالفصل التعسفي، مشيراً إلى أن العصر الرقمي فرض تحولات جذرية للبقاء في مهنة الصحافة بدونها يبقى الصحفي "مهلك سر" أو يموت.

بالنسبة إلى استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في صياغة الأخبار:

يشير أ. شريف سمير إلى أن الذكاء الاصطناعي هو وسيلة وليس غاية وأن الضحية أصبحت الصحافة، فأساس الصحافة هي اللغة المستخدمة ولا يستطيع أحد امتلاك مهاراتها إلا المتمكن، فمهمة الصحفي هو متابعة الديسك ورئيس القسم ومدير التحرير، كما أنه لا يمكن للذكاء الاصطناعي أن يحل محل الإنسان لأنه مجرد أداة، كما أن الصحفي الروبوت مصطلح شديد الخطورة، فالصحافة مهنة تعتمد على التواصل البشري المباشر والمشاعر فلغة الجسد والتعبيرات لا يمكن أن يحل محلها الصحفي الروبوت، وأن ذلك الكلام كارثة تقضي على أجيال من الصحفيين وغير قابلة للتنفيذ في المجتمعات العربية ومصر وأنه قد يصلح ذلك في المجتمعات المادية مثل الصين وأوروبا وأمريكا، ولكن في مصر لا يمكن، كما أنه لا يوجد اجتهاد في الصياغة وأن

التحول الصحفى والذكاء الاصطناعى هما فلسفة كاملة للتحول، كما أن المواقع الالكترونية تنقل من بعضها البعض دون رؤية مبتكرة، رغم أن الصحافة هى جسر التواصل مع الشارع ومرآة للحقيقة، مشيراً إلى أن الذكاء الاصطناعى سيطر على العقول ومراكز صنع القرار والتوجيه لأن الصحافة قوى ناعمة، والمستخدم يحتاج إلى أن يعاد إليه شغف القراءة، وهو ما لم يعد موجوداً فى الصياغة الصحفية نتيجة نقل المواقع من بعضها البعض فأصبحت المادة الصحفية بلا روح، وأن تحديات صياغة المحتوى المتعلق بالمنصات تستلزم صياغة خبر ملفت ذو متعة بصرية يجذب انتباه القارئ، وأن هذه الكتابة تحتاج إلى "صياغة مكثفة" ليس بها اسهاب، حيث يتراوح الخبر بين ٢٥٠ إلى ٣٠٠ كلمة، فأسلوب صياغة الخبر هو الذى يجذب القارئ.

لا يمكن التخلي عن الورقة والقلم فى مصر، الا أن الصحفى ينبغى أن يكون متوافقاً مع العصر، والمعالجة الصحفية للبيانات وتطوير اللغة والأدوات مثل استخدام الموبايل فى الموبايل وإرسال وإعادة نشر الأخبار، كما يشير أ. إبراهيم الدسوقي رئيس التحرير التنفيذى للأهرام أن التكنولوجيا موظفة بالأساس لتسهيل حياة البشر وأن الذكاء الاصطناعى شكل طفرة وهناك استخدامات مذهلة له مثل (المذيع الروبوت) وأنه لا يشكل تحدياً فمن اخترعه هو الانسان وبالتالي يستطيع تجنب مخاطره، ويشير أ. عمرو الانصارى إلى أن التدقيق الإملائى أصبح بديلاً عن الديسك وأن الاتجاه نحو الصحفى الشامل المحترف الذى يستطيع اختيار الصور المناسبة والتحقق منها واختيار الهاشتاج وفقاً لقنوات التوزيع التى سيتم النشر فيها بما يسمى "التسويق للمحتوى" وتخليق صور بدلا من الصور الأرشيفية والتخلص من رخصة المشاع الإبداعي.

كما أكدت أ. نرمين قطب أن الذكاء الاصطناعى قام بالتحسين من طبيعة عمل الصحفى وساهم فى سرعة أداءه وانه لا بد أن يستخدمها بذكاء دون قص ولصق مؤكدة أن تخليق موضوعات بالكامل أمر غير أخلاقى وأنه يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى ك "مساعد فقط"، مثل تحليل البيانات وتفرغ التسجيلات الصوتية وتلخيص الموضوعات الصحفية، ترجمة النصوص لا لإنتاج محتوى بالكامل، كما تؤكد أنه توجد



فى الأهرام وحدة السوشيال ميديا حيث استديو ومونتاج وتصوير وانتاج فيديوهات
بالكامل وربط بال QR code

آليات ينبغي أن يستخدمها الصحفي فى العصر الرقمى:

اتفق الصحفيون فى المقابلات المتعمقة على أن هناك ثلاثة عناصر لابد من توافرها فى الصحفي فى العصر الرقمى تمثلت في: أولاً لابد أن يكون صحفي مثقفاً، حيث أن الصحفي المثقف هو عملة نادرة كما أن الصحفي فى مصر تحول إلى موظف، كما نفتقد فى مصر مفهوم "الصحفي الشامل"، ثانياً: التدريب على الأساليب المبتكرة والجاذبة فى الكتابة مثل "التكثيف العلمى والنزعة الأدبية"، ثالثاً: التدريب على تنمية القدرات والتطوير، والتوافق على مستجدات العصر والتعامل مع الوكالات والمواقع واللينكات والكتابة بطريقة Story Telling، والتطبيقات المختلفة ورفع الأخبار للنشر وتكمن المشكلة فى عدم المعرفة والاستسلام للقوالب التقليدية، كما أن الصحفي لابد أن يقوم بتقصى الحقائق وعدم القدرة على التكيف مع الواقع.

تحديات استخدام الصحفيين للذكاء الاصطناعى فى المؤسسات الصحفية:

تشير د. **رضوى عبد اللطيف** أنه توجد مشكلة فى انتاج المواد الصحفية باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعى وأنه حتى المؤسسات التى لديها توجه لاستخدام الذكاء الاصطناعى ليس لديها تصور شامل لاستخدام الذكاء الاصطناعى وتطبيقاته، كما أن الصحفيين لا يتم تدريبهم بالشكل الكافى للتعامل مع الذكاء الاصطناعى والتعامل مع مخاطر الذكاء الاصطناعى كما لا توجد قوانين ولوائح لها علاقة باستخدامات الذكاء الاصطناعى، على الرغم من وجود محاولات فردية من الصحفيين فى التدريب على أدوات الذكاء الاصطناعى، كما تشير أ. نرمين قطب فى هذا الصدد إلى أن التدريب على التقنيات الحديثة أصبح ضرورة حتمية وأن قطاع التدريب فى نقابة الصحفيين يلعب دوراً فعالاً للغاية.

واقع استخدام المؤسسات الصحفية المصرية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي:

يشير أ. حسام أبو العلا مدير تحرير مجلة أكتوبر إلى أنه بالنسبة إلى واقع استخدام المؤسسات الصحفية المصرية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي فإن عدد كبير من الصحفيين لم يوظف التقنيات بشكل جيد في مصر وأن الخليج متطور للغاية في هذا الملف، مؤكداً أن التحول الرقمي بدون شك زاد الضغوط على الصحفيين، حيث أن الصحفي أصبح لابد أن يمتلك مهارات التصوير والفيديو، المونتاج، كما أنه لا يوجد أجهزة حديثة وانترنت جيد داخل المؤسسات الصحفية وهو مؤشر خطير يضاف إلى الأزمات المالية التي تعاني منها الصحف، كما توجد حاجة لتدريب الصحفيين، فالجيل القديم من الصحفيين يعاني من عدم إمكانية التعامل مع التكنولوجيا.

كما تشير رضوى عبد اللطيف إلى أنه في مصر حتى المؤسسات الصحفية التي ادعت استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل كامل لا تقوم بذلك، كما أن المشكلة لا تكمن في الإمكانيات المادية إنما في كيفية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، فهو لا يحتاج إلى تكلفة مادية كبيرة، وقد اختلف معها شريف سمير الذي يرى أن المؤسسات الصحفية تفتقد إلى البنى التحتية التي تؤهلها لاستخدام الذكاء الاصطناعي واتفق معه عمرو الانصارى أن الذكاء الاصطناعي يحتاج إلى تكلفة وبنى تحتية ، وتستطرد رضوى أنه لابد من فهم عميق للخوارزميات والتطبيقات لأنه لا توجد تدريبات متخصصة للصحفيين، ويتفق معها أشرف مفيد والذي أشار إلى أنه بالنسبة إلى واقع استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي فإن الكثير من المؤسسات الصحفية لا تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراحل العمل الصحفي، وللعلم الاستخدام ما زال محدوداً في بعض المؤسسات بسبب ضعف البنية التحتية أو نقص الكوادر المؤهلة للتعامل مع هذه التقنيات، حيث يحتاج الصحفيون تدريباً مهنيًا مكثفًا، حيث أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يتطلب مهارات جديدة مثل فهم البرمجيات الحديثة، التعامل مع البيانات، والتعرف على كيفية دمج التكنولوجيا مع العمل الصحفي.



كما يؤكد أ. محمود عبد اللطيف نائب رئيس تحرير الوفد أن واقع المؤسسات الحزبية في مصر لا يتم استخدام ولم يطبق بالشكل الأمثل الا أنه مع الوقت ستقرضه الساحة، وأن الصحف القومية تستخدم بعض الشيء الا أن المؤسسات الخاصة قد تكون أكثر استخداماً له تمنحه دعماً قليلاً، حيث تعاني المؤسسات من أزمات مالية طاحنة، كما أنه لا يوجد تدريب للصحفيين وأنهم كى يطوروا ذاتهم يقومون بتحمل ضغوط تتمثل في التدريب في مراكز بمقابل مادي، وأن الذكاء الاصطناعي هو أداة تهديد وأن التجارب العربية متقدمة، وتتفق معه أ. أمل خليفة رئيس القسم الدولي والعربي بالأهالي حيث تؤكد أنه لا توجد إمكانيات لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحف الحزبية وأن فرص الصحفيين للنجاة في الصحف الحزبية أصبحت شبه معدومة بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١.

كما صنف عمرو الانصارى استخدام المؤسسات للذكاء الاصطناعي بالنادر وأن نسبة استخدام المؤسسات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أقل من ٥٪، أما الصحافة الحزبية حدث ولا حرج ومتعطل وأنه لا توجد تجارب مكتملة، وأن القاهرة ٢٤ ومصر اوى وهى تجارب غير مكتملة مثل "القبس"

ويؤكد كذلك د. حسام الضمرانى أنه بالنسبة للتقنيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي التوليدي حتى اللحظة لا تتجاوز كونها تقنيات مجانية مثل الدردشة الآلية أو التي توفرها محركات البحث أو وحدات مجانية مفتوحة المصدر، مشيراً إلى أنها ضيقة، وأن الصحافة الدولية تستخدم وحدات خاصة بها باستخدام محلى البرامج والصحفيين مثل واشنطن بوست مثل تحليل الصور والاجتماع مع المحررين لمعرفة احتياجاتهم وتصميم أدوات وفق احتياجاتهم غير مفتوحة المصدر، وأن كل ما أشيع عن تجارب غير حقيقية، وأن محركات البحث المستخدمة في المؤسسات هي أدوات مجانية تساعد على تطوير الأفكار ووضع معالجات حديثة وجديدة ومحاو كثره وأنه لابد للمؤسسات أن تطور ذاتها مثل استخدام تحليل المشاعر وال Meta Analysis والتحليل الشبكي، ولا

يوجد محلل بيانات بالتالى لا يستطيع فهم أولويات الجمهور وهو ما يفسر وجود ملايين المتابعين وغيرها لا يوجد كذلك التفاعل، ولا يوجد فهم لطبيعة الخوارزميات .

يشير محمود عبد اللطيف إلى أن استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعى لابد أن يتم حسابها وفقاً للتكلفة والصيانة والتحديث / Cost / Maintenance / Update.

بينما أشار معتر نادى أنه لا يمكن تحديد مدى استخدام المؤسسات الصحفية لتقنيات الذكاء الاصطناعى وذلك لأن الأمر يقتضى العمل على إجراء دراسة تحليلية وتطبيقية على المؤسسات لمعرفة الإجابة على السؤال.. وكيفية إعداد كوادرها لضمان تقديم العمل بأفضل صورة ممكنة من خلال تلك المستحدثات فى عالم الذكاء الاصطناعى الذى بات لغة مؤثرة تحتاج إلى سرعة التعلم والمواكبة.

أما د. محمد ثروت فقد أشار إلى أن هناك توجه لدى المواقع الصحفية الالكترونية نحو استخدام صحافة الذكاء الاصطناعى، وتطبيقات الواقع الافتراضى، أو ما تسمى بصحافة الجيل السابع والصحافة الغامرة وصناعة عالم ما بعد المشاعر، لكنها تتم حالياً بشكل قليل بناء على طلب المعلن فى مجالات العقارات أو الترفيه، مثل إعلانات كمبوند سكنى ضخمة، يريد جذب شريحة أو الأماكن السياحية الكبرى مثل المتحف المصرى الكبير وتكون موجهة لشريحة معينة لديها كاميرات ميتا فيرس، وذلك يتطلب وجود ميزانيات كافية، حيث يبلغ سعر نظارة الواقع الافتراضى من ١٠ إلى ٢٥ دولار حسب كل نوع واستخداماته، و يتطلب هذا النوع أيضاً استديو مجهز يسمى استديو ميتا فيرس، وقد استخدمنا فى نشرة أخبار تلفزيون اليوم السابع (ويب تى فى ٧) هذا النوع من الصحافة فى صورة لقاءات المذيع مع ضيف، لكن نسعى لتوظيف صورة تليفزيونية متكاملة من الميت فيرس، مؤكداً إلى أنه داخل مؤسسته الصحفية وداخل صالة التحرير المدمجة (ديجيتال نيوز روم)، يستخدمون المذيع الآلى أو روبوتات المحادثة الآلية، وكان مستأجراً وتكلفة الروبوت بين ٢٢ ألف دولار، وأن هناك شكل



أكثر استخداما للذكاء الاصطناعي يتمثل في كتابة موضوعات تعتمد على تطبيقات كتابة المحتوى مثل ChatGPT، وتحسين محركات البحث SEO، واستخدام تطبيقات الميت فيرس في جولة افتراضية للموقع أو خريطة الموقع، مؤكداً أن توفر المؤسسة التي يعمل بها توفر برامج تساعد على إتمام العمل.

ويشير أ. أشرف مفيد إلى أنه غالباً ما تعاني الصحف التقليدية من ضعف في البنية التحتية الرقمية، مما يجعلها أقل كفاءة في التكيف مع متطلبات العصر الحديث. التحديات تشمل: نقص الاستثمارات في تحديث المعدات والبرمجيات، ضعف في تدريب الكوادر البشرية للتعامل مع التقنيات الحديثة، غياب استراتيجيات التحول الرقمي في بعض المؤسسات، بالتالي، يمكن القول إن البنية التحتية بحاجة إلى تطوير جذري لتمكين الصحف من المنافسة في السوق الرقمي وتحقيق الاستدامة لإعلام وتضعه ضمن شعب وأقسام النقابات المهنية، كما يؤكد أشرف مفيد أن عائدات الإعلان شهدت تحولاً كبيراً بسبب التقنيات الحديثة حيث أن استخدام الذكاء الاصطناعي ساعد المؤسسات على تحسين استهداف الإعلانات بناءً على بيانات الجمهور. ومع ذلك تتمثل الإيجابيات في تقنيات الذكاء الاصطناعي والتي زادت من كفاءة الإعلانات الرقمية، ورفعت من معدلات العائد على الاستثمار..

بالتالي، المكاسب متوقعة لكن تحتاج الصحف إلى استراتيجيات متطورة لاستغلال التكنولوجيا بشكل كامل.

ضغوط استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية:

تشير د. رضوى عبد اللطيف أن هناك تحدى يواجه الصحفيين في المؤسسات الصحفية وهو مقاومة رؤساء العمل، فالإنسان الذى لا يعرف يحكم بشكل متعطرس وبالتالي يواجه الصحفيون تحدى كبير الا وهو عدم قبول الرؤساء فى العمل تقبل استخدام الذكاء الاصطناعي خشية التطور الذى يؤدي إلى الاستغناء عن الصحفيين واستبدالهم، ويتفق معها إبراهيم الدسوقي مشيراً إلى تجربته فى الأهرام فى بداية

التسعينات تم استخدام أجهزة الماكينتوش في مؤسسة الأهرام، حيث كانت هناك مقاومة شديدة من الصحفيين، إلا أن النفس البشرية تألف ما تقوم به، ولذلك لابد من الإصرار ووضع خطة عملية لأن من لم يلحق بالذكاء الاصطناعي كأداة مساعدة سيتم استبداله (من لا يلحق بالركب يتم لفظه)، كذلك اتفق معها عمرو الأنصارى أن تكلفة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا تحتاج لإمكانات مادية وأن السبب الرئيس هو القيادات التي ليس لديها المعرفة أو الرغبة (افتقاد الرغبة في التطوير)، وعدم وجود كفاءة وفكر.

في مصر نسيء استخدام كل ما هو جديد، فالطالب يتحايل بدلاً من أن يجتهد يستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي بدلاً من أن يتعامل معه كعنصر مساعد وهو ما يعطل ملكاته ومواهبه، وعلى الجانب الآخر هناك فئة قليلة تحسن استخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي فهو يوفر مراحل كثيرة، فليست كل المواقع لديها القدرة على توفير العدد الكافي من المحررين للقيام بالمهام المختلفة في كل مرحلة لتوفير مراحل كثيرة، فليست كل المواقع لديها القدرة على توفير العدد الكافي من المحررين للقيام بالمهام المختلفة في كل مرحلة.

ويشير أ. أشرف مفيد أنه من ضمن التحديات التي تواجه استخدام المؤسسات للذكاء الاصطناعي هي المنافسة مع عمالقة التكنولوجيا مثل "جوجل" و"فيسبوك" وهو ما جعل الصحف تواجه صعوبة في تحقيق مكاسب مستقلة كبيرة.

سلوك المستخدم وتأثيره على قبول المنتج الصحفي الذي يقدمه الصحفيون في المؤسسات الصحفية:

تشير د. رضوى عبد اللطيف إلى أن سلوك الجمهور تغير منذ ظهور التيك توك، حيث الفيديوهات القصيرة ومقاطع الريلز Reels التي لا تتجاوز الستين ثانية، حيث أصبح قارئاً كسولاً للغاية، فسلوك المستخدم أصبح يستهويه مقاطع الصوت والفيديوهات والصور والأرقام وخاصة في الخمس سنوات الأخيرة، كما أن كل منصة لها التحليلات الخاصة بها Analytics فمثلاً في منصة رويترز اتضح أن الفيديوهات الأقل من دقيقة



هى الأعلى فى نسب المشاهدة، كما أن "شخصنة المحتوى" هى الاتجاه المستخدم الآن فى العالم وهو ما يطبق خوارزميات وأدوات الذكاء الاصطناعى للوصول لفهم دقيق للجمهور وتحديد دقيق للجمهور المستهدف، المستقبل فى التفاعلية وكأن المحتوى مخصص للشخص مثل: "الإعلان التفاعلي"، حيث البحث فى دائرة اهتمامات الجمهور والحصول على رجع صدق Feedback، كما أن اللغة العربية كانت عائقاً بالنسبة لاستخدام تطبيقات Chat GPT والتطبيقات المماثلة إلى أنه أصبح هناك تطور وقام المبرمجون بتحديث البرنامج وإدراج اللغة الغربية وقد تم حل المشكلة بنسبة ٨٥% والجدير بالذكر أن Chat GPT ذكاء اصطناعى توليدي، حيث أن الآلة تدريب على توليد النصوص ولا تنتظر إدخال البيانات لُخرج استجابة بل تظهر الاستجابة وفقاً لتصوراتها حيث أصبح قادراً على توليد النصوص الصور والاصوات وخلق أشياء من العدم

التعليم والتدريب والتأهيل فى المؤسسات الصحفية على تطبيقات الذكاء الاصطناعى:

وبالنسبة إلى قيام المؤسسات التعليمية بتضمين مناهج ومقررات تستخدم الذكاء الاصطناعى وصحافة الموبايل، فقد اتفقت كل من رضوى عبد اللطيف مع إبراهيم الدسوقي فى أن الاختيار الملائم والمتوافق لتطبيقات الذكاء الاصطناعى فى المؤسسات الصحفية هو الحل الأمثل، فمثلاً يمكن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعى المجانية وأدواته مع مراعاة قواعد المهنة وتوثيق المعلومات قبل استخدامها، فالمشكلة كذلك تكمن فى الصحفيين وليس الأدوات كما أن الجمهور يتهم الصحفيين الذين يستخدمون الذكاء الاصطناعى أحياناً بالتدليس دون وعى وكنتيجة طبيعية لعدم تضمين مقررات التربية الإعلامية فى الجامعات.

ويشير محمد ثروت إلى عدد من المقترحات منها: أن توفر مجالس إدارات المؤسسات الإعلامية ميزانيات تمكن من استخدام وتوظيف صحافة الميت فيرس، وأن تقدم تدريبات متخصصة فى إعلام الميت فيرس وتتوسع فى إنشاء أستوديوهات مجهزة

وقبل ذلك التوسع فى تدريس مادة الميث فيرس، وأن توافق نقابات الصحفيين والإعلاميين على الاعتراف بهذا النوع من الإعلام وتضعه ضمن شعب وأقسام النقابات المهنية، كما يشير أشرف مفيد إلى أن التدريب يفتح آفاقاً جديدة للصحفيين للعمل فى مجالات غير تقليدية مثل صحافة البيانات، إنتاج المحتوى التفاعلي، وإدارة الإعلام الرقمي، لكن هذا يعتمد بشكل أساسى على رغبة الصحفيين فى تطوير أنفسهم واستثمار وقتهم فى تعلم هذه الأدوات.

ويشير أ. حسام أبو العلا إلى أنه فى دار المعارف مجلة أكتوبر غير متاح عمل فيديو، حيث تحتاج إلى شباب مؤهل بالإضافة إلى إمكانات مادية، حيث أن البنية التحتية ضعيفة بسبب الإهمال الشديد، حيث انهيار كامل وضعف ميزانيات ومرافق مهدمة وغرف الصحفيين متواضعة والخدمات ضعيفة، حيث تحتاج إلى ترميم خاصة مع تراجع الإعلان.

تجارب الدول الأخرى فى مجال الذكاء الاصطناعي:

تشير رضوى عبد اللطيف إلى أنه فى الامارات تستخدم المؤسسات الصحفية آليات متقدمة منذ عشر سنوات، أما مصر فهى تعد متأخرة فى استخدام الذكاء الاصطناعي، كما أن القنوات العربية مثل Sky news والجزيرة والصحف مثل البيان الإماراتية والشرق والاتحاد ووكالات الأنباء مثل الكويتية وبلومبرج Bloomberg، تستخدم الذكاء الاصطناعي، كما أن "العربية" بدأت وتنبأت باستخدام أدوات تم تصميمها خصيصاً لقناة "العربية" حيث تم خلق أدوات تميزها فى السوق مثل "تمارا" أول انسان آلى يحلل ويؤرشف الأخبار، كما أعربت رضوى عبد اللطيف عن عدم وجود تجارب مصرية حقيقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي وأن ما هو موجود مجرد محاولات غير حقيقية وفردية، كذلك اتفق معهم عمرو الانصارى والذى قال أن من ضمن التجارب الفريدة هى "القبس الكويتية".



كما اتفق معه د. حسام الضمراني والذي أكد أن موقع "الشرق الأوسط" أعلنوا أنهم سيتحولون لـ Aggregator و"العين" الامارتية، أعلنت أنها ستستخدم مبرمجين ومحللو بيانات تتعلق بالتعلم العميق، وأن الصحافة العربية أكثر تطوراً وأن الصحافة المصرية في حالة الثبات وأن الدول العربية سبقت مصر ووضعت استراتيجيات لاستخدام الذكاء الاصطناعي ولديهم من الأدوات ما يمكنهم من التطور مؤكداً أن الحوسبة الكمية "الكمومية" أكثر تطوراً وتقوم بمعالجات لملايين من العمليات اللحظية وهو ما يتناسب مع البيئة الرقمية، حيث أعلنت ٣ دول استخدامها وهي الامارات وقطر والبحرين.

يتفق محمود عبد اللطيف مع رضوى في ذلك مشيراً إلى أن المواقع العربية مثل سكاي نيوز والعربية تستخدم الذكاء الاصطناعي بأفضل صورة ممكنة مثل استخدام الفيديو الافتراضي لإعطاء انطباع للمستخدم أنه داخل الحدث وكأنه يقف وسط الدبابات كذلك قنوات مثل: القاهرة الإخبارية تحاول التطوير ولكن التطوير مكلف للغاية.

ويشير عمرو الانصاري إلى أن الهند والصين والولايات المتحدة الأمريكية هما الأفضل كتجارب لاستخدام الذكاء الاصطناعي وأن تجربة استخدام "القبس" حيث عرض ملخصات للقراء حسب اهتماماته Customized، تعتبر التجربة الأفضل في الوطن العربي.

مستقبل المؤسسات الصحفية المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي:

يشير معتز نادى إلى أن معرفة مدى استخدام التقنيات الحديثة في المؤسسات الصحفية يحتاج إلى دراسة بحثية دقيقة ومعقدة لتخرج بنتائج ذات قيمة وتوصيات يمكن الاعتماد عليها، وذلك من خلال استقصاء طبيعة عمل المؤسسات على اختلاف ملكيتها وتوجهاتها ومعرفة مدى استخدامها لتلك التقنيات من عدمه، للحصول على أرقام وافية تشرح وتكشف التفاصيل، مشيراً إلى أن الصحف بلا تدريب وتعلم مستمر.. يعنى أنه سيكون خارج نطاق الزمن ولا يتطور مع مستحدثاته، وأنه كلما كان الصحفى مؤهلاً

ومدربا ويمتلك ناصية المهنية التي تسمح له بالعمل فى بيئة مشجعة كلما زادت فرص نجاحه، مؤكداً على أن استخدام التقنيات الحديثة ليس بالضرورة أن تتحقق المكاسب من خلال إعلانات التقنيات الحديثة، لأن الأمر يرتبط بعدة أمور من بينها ساعات المشاهدة وعدد المتابعين ومعدل التفاعل معها فى حالة الفيديوهات على سبيل المثال لا الحصر، وبالتالي سيخضع الأمر للتقييم المستمر من حيث المحتوى والخطة المستهدفة للحصول على نسبة معينة من المتابعين لحساب المنصة الإعلامية، وكلها محددات تخضع لأهمية وجود فريق تحريرى وتقنى متمكن وله مهارة ورؤية لدى تلك المؤسسات يضمن تحقيق تلك الميزة المعتمدة على تحقيق الأرباح، وأنه يمكن جذب الجمهور من خلال المحتوى المهني الذي يقدم معلومة فى شكل قصصى سيضمن جذب المتابعين على الساحة الرقمية، مشيراً إلى أن المؤسسة التي يعمل بها تتيح وتشجع أى فكرة مهنية يمكن تقديمها للجمهور المستهدف، مشيراً إلى أنه لا شك أن تطوير البنية التحتية لدى المؤسسات عملية ضرورية لضمان سرعة مستجدات هذا العالم المتطور.

بالنسبة إلى التحديات الأخلاقية، يشير أشرف مفيد إلى أن التحديات التي تواجه الصحفيين فى ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، فتتمثل فى الدقة والمصادقية حيث الاعتماد على خوارزميات تحرير الأخبار قد يؤدي إلى نشر معلومات غير دقيقة، كذلك التحيز الرقمي والمتمثل فى خوارزميات الذكاء الاصطناعي والتي قد تعكس تحيزات معينة بناءً على البيانات التي تم تدريبها عليها، الخصوصية: التعامل مع بيانات الجمهور يطرح أسئلة حول انتهاك الخصوصية، التوازن بين السرعة والدقة: السباق لتقديم الأخبار أولاً باستخدام أدوات تقنية قد يؤدي إلى تسرع فى التحقق من صحة المعلومات، مؤكداً أن هذه التحديات تتطلب من الصحفيين الالتزام بأخلاقيات المهنة، والتأكد من أن استخدامهم للتكنولوجيا يعزز مصداقية العمل الصحفى وليس العكس، وهو ما أكدته معتز نادى والذي أشار إلى أن التحدى الأبرز الذى يواجه الصحفيين هو النقل من دون تدقيق وعدم الإشارة إلى الاعتماد على الذكاء الاصطناعي.



وهو ما أكده أيضاً د محمد ثروت والذي أكد على وجود تحديات أخلاقية تتمثل فى كثرة الأخبار والصور والفيديوهات المضللة والمزيفة، ضعف الأسلوب السردى وتشابه القصص الصحفية، لأنها منقولة من برامج ذكاء اصطناعى موحدة، وفى سياق متصل يشير أ. حسام أبو العلا إلى أن هناك تحديات أخلاقية خطيرة بسبب الذكاء الاصطناعى، حيث لابد من وجود مهنية عالية وميثاق شرف أخلاقى لمواكبة التطورات فى المهنة.

كما يؤكد د سمير محمود إلى أنه فيما يتعلق بالتحديات التى تواجه الصحفيين فى عصر الذكاء الاصطناعى فتتمثل فى استخدام تقنيات التزييف العميق والاختباس والتلاعب بالصور بتقنيات فائقة يصعب تمييزها.

بالنسبة إلى آليات جذب الجمهور التى تستخدمها المؤسسات الصحفية فى البيئة الرقمية، فيشير أشرف مفيد إلى أن المؤسسات الصحفية أصبحت تعتمد على: التخصيص الشخصى: توفير محتوى يتناسب مع اهتمامات كل مستخدم بناءً على تحليل بياناته، التفاعل المباشر: عبر وسائل التواصل الاجتماعى والبت المباشر للأحداث، الإعلام المتعدد الوسائط: استخدام تقنيات مثل الفيديوها التفاعلية، الإنفو جرافيك، والبودكاست لجذب شرائح متنوعة، القصص الإخبارية المصغرة: صياغة محتوى مختصر ومؤثر يناسب الجمهور الذى يفضل استهلاك الأخبار بسرعة، مؤكداً أنه للأسف المؤسسات الصحفية فى مصر لا توفر مثل هذه البرامج المتمثلة فى برامج الإعلام المتقاطعة (Cross Media) على الرغم من أهمية هذه البرامج حيث أنها تساعد على: إنتاج محتوى موحد يمكن نشره عبر منصات مختلفة، تعزيز التكامل بين الوسائط التقليدية والرقمية، تحسين التفاعل مع الجمهور عبر تقديم محتوى غنى ومتعدد الأبعاد، كما يتفق معه فى هذا الصدد د سمير محمود حيث أكد أنه بالنسبة إلى آليات الجذب التى تستخدمها الصحف والمواقع الالكترونية فإنها تتمثل فى تقنيات الكروس ميديا والمالتى ميديا والبودكاست والجرافيكس، مؤكداً أن المنصات الرقمية لا تحتاج إلى إمكانات ضخمة ولا ببنى تحتية.

خاتمة الدراسة:

تُظهر نتائج الدراسة الحالية أن الضغوط المادية تمثل أحد أبرز التحديات التي يواجهها الصحفيون في البيئة الرقمية، حيث جاءت عبارة "تواجهني صعوبات في قلة العائد المادي (ضعف الراتب)" في مقدمة العبارات ذات المتوسطات الحسابية الأعلى ٢.٨٦٧، تلتها عبارة "لا توجد هيكلية محددة وتسلسل هرمي وظيفي" ٢.٤٦٠، ثم "عدم وجود معاش / قلة المعاش" ٢.٤٢٠. وتدل هذه النتائج على أن الضغوط المالية تؤثر سلبًا على الأداء المهني، وأنها من أكثر الضغوط التي يعاني منها الصحفيون.

أما بالنسبة لضغوط العمل الإداري، فقد سجلت عبارة "ضعف المشاركة في القرارات المتعلقة بالعمل" أعلى متوسط حسابي ٢.٥٠٧، تلتها عبارة "توجد ضغوط من جانب رؤساء العمل" ٢.٤٤٧، وتُبرز النتائج أن الضغوط الإدارية تتمثل في ضعف التمكين، الضغوط من الرؤساء، غياب الأمن الوظيفي، وتدهور بيئة العمل، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذه الضغوط ٢.٥٣٣، مع انحراف معياري ٧٠.١٥.

وفيما يتعلق بأبعاد رأس المال النفسي، فقد جاء بُعد الكفاءة الذاتية في المقدمة، حيث حصلت عبارة "لدى القدرة على تطوير ذاتي وتنظيم وقتي وإدارة ضغوط العمل" على متوسط ٢.٦٤٧، تلتها عبارة "أستطيع القيام بجميع المهام باستخدام أحدث التقنيات" ٢.٦٣٣، أما في بُعد الأمل، فقد حازت عبارة "مستقبل الصحافة في ظل التقنيات الرقمية واعد" على متوسط ٢.٧٦٠، وفي بُعد التفاؤل كانت العبارة "التكامل بين الوسائط المتعددة يزيد فرص عمل الصحفيين" الأعلى بمتوسط ٢.٤٢٧. وبالنسبة لبُعد المرونة، حصلت عبارة "أستطيع التعامل مع التقنيات الحديثة وأسعى لتعلمها" على أعلى متوسط بلغت نسبته ٢.٦٩٣.

أما التحديات التي تواجه الصحفيين، فكانت التحديات التكنولوجية الأبرز متمثلة في نقص الكوادر المتخصصة ٢.٧٥٣، والتحديات الاقتصادية الأبرز متمثلة في ضعف عائدات الإعلان ٢.٤٩٣، أما بالنسبة لآليات جذب الجمهور، كانت "معرفة الموضوعات



الأكثر جذبًا عبر "Google Trends" الأعلى بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٩٠٧، تلاها "استخدام الوسائط المتعددة" ٢.٨٧٣.

وفيما يخص الصعوبات، تمثلت أبرزها في نقص التمويل لتوفير التقنيات الخاصة بالذكاء الاصطناعي وتطبيقاته ٢.٧٨٠، تلتها صعوبات مواكبة التطورات التقنية ٢.٧٢٧.

وبالنسبة إلى مجالات استخدام الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي، فقد حازت عبارة "تصحيح الأخطاء الإملائية بشكل أسرع" على متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٧٣٣، ثم "تحويل النص المسموع إلى نص مكتوب" على متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٧٠٧.

كما أوضحت النتائج أن بُعد الأداء المتوقع من التكنولوجيا حاز أعلى متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٦٩٣، والجهد المتوقع حاز على متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٧٠٠، والعوامل الاجتماعية حازت على متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٧٠٠، والتسهيلات المتاحة مثل استخدام الإعلام الاجتماعي حازت على متوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٧١٣.

وفيما يخص الفروق الديموغرافية بين أفراد عينة الدراسة الميدانية من الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية، لم تُسجل فروق دالة بين الذكور والإناث أو بين أنماط ملكية المؤسسة فيما يتعلق بكثافة استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، بينما ظهرت فروق دالة بين الموقع الوظيفي والصعوبات المرتبطة بالبيئة الرقمية لصالح رؤساء التحرير ونوابهم.

كما لم تظهر فروق دالة في أبعاد القبول الموحد للتكنولوجيا باستثناء بُعد التسهيلات المتاحة، الذي كان لصالح الصحف الخاصة.

أخيراً، أظهرت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطية دالة بين ضغوط البيئة الرقمية وكل من الكفاءة الذاتية، الأمل، والتفاؤل، بينما وجدت علاقة دالة بين المرونة والضغوط الرقمية. كما وجدت علاقات دالة بين الكفاءة الذاتية والجهد المتوقع، وبين التفاؤل والعوامل الاجتماعية، وكذلك بين المرونة والعوامل الاجتماعية.

مراجع الدراسة:

المراجع العربية:

- إبراهيم إسماعيل، فتحى (٢٠٢٢)، "اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي فى تطوير المحتوى الصحفى بالصحف والمواقع المصرية"، دراسة ميدانية لمواقع المصرى اليوم، مصراوي، القاهرة 24"، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد (21)، العدد الرابع، أكتوبر-ديسمبر.
- الأحمدي إبراهيم، فاطمة (٢٠٢٤)، "اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تقنية الكروس ميديا فى عرض التحقيقات الاستقصائية بالمواقع الإخبارية الصحفية المصرية وانعكاساتها على جودة المحتوى الصحفى، دراسة تطبيقية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد (٨٥)، أكتوبر -ديسمبر.
- أسامة، أمنية. (٢٠٢٥)، "تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى المواقع الإخبارية المصرية وتأثيراتها على عمليات انتاج المحتوى داخل هذه المواقع"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2025
- جمال بدوي، محمد (٢٠٢١)، "آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت فى مصر فى ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، دراسة حالة على موقع القاهرة 24 الإخباري"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد ٢٠٢١، العدد ٧٥، أبريل.
- حسن محمد الجندي، حنان (٢٠٢٣)، "تأثير صدمات العمل داخل المؤسسات الإعلامية على سلامة الصحة النفسية والجسدية للإعلاميين والصحفيين، دراسة تطبيقية، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام، العدد 41، أبريل، يونيو.
- ذكى أبو الخير، خالد (٢٠٢٢) "رؤية الخبراء والقيادات الصحفية لاساليب توظيف المنصات الإخبارية لتقنية البث المباشر وتأثيراتها المهنية والاقتصادية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (٣٩)، أكتوبر-ديسمبر.
- الرفاعى عبد الحليم، منى (٢٠٢٤) "رأس المال النفسى وعلاقته بعوامل الشخة الكبرى واساليب مواجهة الضغوط النفسية لدى طلبة الجامعة"، مجلة العلوم المتقدمة للصحة



- النفسية والتربية الخاصة، وحدة النشر العلمي كلية التربية، جامعة طنطا، المجلد ٣، العدد ٢، أبريل.
- صلاح الدين، راشد (٢٠٢٤)، "واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، دراسة تحليلية وميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٦٩، جزء ٢، كلية الاعلام، جامعة الأزهر.
- عبد الباقي موسى، عيسى، عادل عبد الفتاح، أحمد (2020)، اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية، المجلد (٩)، العدد (١)، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.
- عبد الرحيم، إيمان (٢٠٢٢)، "توظيف المؤسسات الصحفية لتقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في أوقات الأزمات...كورونا نموذجًا"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، عدد (٢٤)، الجزء الثالث، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- عبد المجيد عبد العزيز منصور، أحمد. (٢٠٢١)، "مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم في الفترة من ٢٠٢١ حتى ٢٠٣٠، دراسة استشرافية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٥٨، الجزء الثالث، يوليو.
- عبده محمد يوسف، محمد (٢٠٢٢)، "أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الاعلام الرقمية في تطوير أدائهم المهني، دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، العدد ٣٣.
- عطية شرف، محمود (٢٠٢٣)، "الضغوط الاقتصادية والإدارية والمهنية المؤثرة على أوضاع الصحفيين في المؤسسات الصحفية المصرية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ٢٥، المجلد ٢٠٢٣، يناير.
- على الهني، مريم (٢٠٢٤)، "الاسهام النسبي لرأس المال النسبي في التنبؤ بالتحصيل الأكاديمي لدى عينة من طلاب كلية التربية، جامعة مصراته"، مجلة الانسانيات والعلوم التطبيقية، جامعة بنى وليد، مجلد ٩، عدد ٣.
- محمد إبراهيم بريك، أيمن (٢٠٢٢)، تطبيقات الميت فيرس وعلاقتها بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية، دراسة استشرافية خلال العدين القادمين، 2022-2024، المجلة المصرية لبحوث الاعلام.
- محمد إبراهيم بريك، أيمن، (٢٠٢٠) "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية: دراسة ميدانية في

إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "UTAUT" ، ع (٥٣)، ج (٢)، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر.

- محمد بدر محمد، أميرة . (٢٠١٨) "رأس المال النفسي وعلاقته بكل من استراتيجيات الجهد الانفعالي والرضا عن العمل لدى معلمى المرحلة الابتدائية"، المجلة المصرية للدراسات النفسية، مجلد ٢٨، العدد ١٠٠.

- محمد ربيع، حسين (٢٠١٨)، "التوجهات الحديثة فى تقديم المضمون الصحفى بالمواقع الالكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة فى إنتاج القصة الصحفية المدعومة بالبيانات"، بحث مقدم للمؤتمر الدولى الرابع والعشرين: "نحو تجسيد الفجوة بين الإعلام والجمهور"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام.

- محمد سالم بن حويل، عبد الله، عمرو كرامة الجريرى صالح (٢٠٢٣)، " أثر الرأس المال النفسى الإيجابى فى الأداء الإبداعى لعينة من أعضاء الهيئة التعليمية لكلية العلوم الإدارية لدى جامعة عدن- اليمن"، مجلة دراسات مالية محاسبية وجبائية ، المجلد ٣، العدد ١.

- محمد عبد الحميد، عمرو (٢٠٢٠) ، "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعى فى إنتاج المحتوى الإعلامى وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري"، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٥٥، ج ٥، أكتوبر.

- محمد علي، هيفاء، (٢٠٢١)، " أثر رأس المال النفسى على الابداع الإدارى فى الجامعات الأردنية الخاصة فى مدينة عمان"، ماجستير إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.

المراجع الأجنبية:

- Gutiérrez-Caneda, B., Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2023). AI application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology. *Profesional de la Información*, 32(5).
- Hossain, M. I., Jamadar, Y., Alam, M. K., Pal, T., Islam, M. T., & Sharmin, N. (2024). Exploring the Factors Impacting the Intention to Use Metaverse in the Manufacturing Industry Through the Lens of Unified Technology Acceptance Theory. In *Research*,



Innovation, and Industry Impacts of the Metaverse (pp. 43-61). IGI Global.

- Husnain, M., Imran, A., & Tareen, H. K. (2024). Artificial intelligence in journalism: Examining prospectus and obstacles for students in the domain of media. *Journal of Asian Development Studies*, 13(1), 614-625.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel psychology*, 60(3), 541-572.
- Noain Sánchez, A. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: The perception of experts, journalists and academics, *Comunicacion y Sociedad*, 35(3):105-121.
- Oyedepi, O., & Uthman, S. (2024). Opportunities and Challenges of Adopting AI in Journalism in Nigeria. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 10, 21-28.
- Radoli, L. O. (2024). Shifting imageries: Artificial intelligence and journalism in African legacy media. In *Proceedings of the 35th International RAIS Conference on Social Sciences and Humanities* (pp. 1-11). Scientia Moralitas Research Institute.

بلغ عدد المقابلات المتعمقة نحو ١٤ مقابلة مع عدد من القيادات فى المؤسسات الصحفية:

إبراهيم الدسوقي، رئيس التحرير التنفيذى للأهرام

أشرف مفيد، رئيس تحرير بوابة مصر الان وعضو لجنة التدريب بالمجلس الأعلى للإعلام

أمل خليفة، رئيس القسم الدولى والعربى بالأهالى

إيهاب نافع، نائب رئيس تحرير الجمهورية

حسام أبو العلا، مدير تحرير مجلة أكتوبر



حسام الضمراني، الكاتب الصحفي بمؤسسة روز اليوسف وعضو لجنة الاعلام بالمجلس القومى للثقافة

رضوى عبد اللطيف، صحفية ومحاضر فى الاعلام الرقى والذكاء الاصطناعى ومدير مركز أخبار اليوم للتدريب

سمير محمود، نائب رئيس تحرير الاهرام

شريف سمير، نائب رئيس تحرير الأهرام

على جمال التركي، مدير تحرير موقع البوابة الالكترونى

عمرو الأنصاري، مدير التحرير الرقى فى مجلة روز اليوسف ومستشار المركز الدولى للصحفيين ومدرّب فى نقابة الصحفيين

محمد ثروت، مدير تحرير اليوم السابع

محمود عبد اللطيف، نائب رئيس تحرير الوفد

معتز النادى، صحفى ومنتج محتوى وخبير ومدرّب متخصص فى الاعلام الرقى

نرمين قطب، نائب رئيس قسم التحقيقات بالأهرام

تم عرض صحيفة استطلاع رأى المبحوثين على المحكمين التالى أسمائهم(تم ترتيبهم أبجدياً):

أ.د. أبو بكر الصالحى، أستاذ بكلية الإعلام جامعة النهضة بنى سويف

أ.د. أسماء عزام، أستاذ الصحافة بكلية الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادى

أ.د. سماح المحمدى، أستاذ الصحافة، بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ.د. عبد الجواد سعيد، أستاذ الإعلام وعميد كلية الاعلام، جامعة المنوفية السابق

أ.م.د.منى هاشم، الأستاذ المساعد بكلية الاعلام، جامعة بنى سويف

أ.م.د.مى موسى، الأستاذ المساعد بقسم علم النفس، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

أ.م.د.هويدا عزوز، الأستاذ المساعد بكلية الاعلام، جامعة المنوفية.

