توظيف المواقع السعودية الإخبارية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الرقمي

أ. عيسى علي جابر عسيري*

إشراف أ.د. شريف درويش اللبان**

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة إلى استكشاف تبني الذكاء الاصطناعي بين المواقع الإخبارية السعودية، حيث يظهر موقع "الرياض" و"عكاظ" تحفظًا ملحوظًا، إذ لا يزال أكثر من نصف المحتوى في "الرياض" يعتمد بالكامل على الصحفيين التقليديين، بينما يتبنى "سبق" نهجًا أكثر انفتاحًا من خلال دمج الذكاء الاصطناعي في عمليات التحرير لتحسين سرعة الإنتاج والتحليل دون استبدال الصحفيين، في حين يعتمد "الوطن" على هذه التقنيات على نحو أساسي في الترجمة والتدقيق اللغوي، مما يجعله في موقع وسط بين التحفظ والانفتاح، كما أن المواقع جميعهم تعتمد على وكالات الأنباء لضمان الدقة، إلا أن "سبق" و"الرياض" أكثر انفتاحًا على المحتوى الرقمي، بينما تظل "عكاظ" و"الوطن" أقرب إلى الصحافة التقليدية، أما من حيث الأشكال الصحفية، فيتفوق "سبق" و"الوطن" في استخدام المحتوى البصري والإنفو غرافيك، بينما تركز "الرياض" و"عكاظ" على المقالات التحليلية، كما تتصدر الموضوعات الاقتصادية والتقنية المشهد، لكن "سبق" و"الوطن" يسلطان الضوء على التحولات الرقمية، بينما تميل "الرياض" و"عكاظ" للموضوعات السياسية والاجتماعية، ما يعكس اختلاف استراتيجيات التحرير بين الحذر والانفتاح على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

أوصت الدراسة بإنتاج محتوى يتماشى مع معايير الدقة والموضوعية الصحفية، مع تقليل الحاجة إلى مراجعات تحريرية مكثفة- يوصى للصحف المتحفظة مثل الرياض وعكاظ بالنظر في دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمليات التحرير والتدقيق اللغوي، مع الحفاظ على الإشراف البشري لضمان الدقة والمصداقية- يمكن للصحف التي تعتمد بالفعل على الذكاء الاصطناعي، مثل سبق والوطن، توسيع نطاق استخدامه في تحليل البيانات وصياغة التقارير التفاعلية لزيادة سرعة الإنتاج- تشجيع الصحف على زيادة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار، خاصة عند استخدام المحتوى القادم من منصات التواصل الاجتماعي- يمكن لـعكاظ والوطن استكشاف المزيد من المصادر الرقمية، مثلما تفعل سبق والرياض، لضمان تغطية أوسع وأسرع للأخبار.

الكلمات المفتاحية:

الذكاءالاصطناعي؛ الصحافة الرقمية؛ المحتوى البصري.

---

* باحث دكتوراه بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

** الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

Employing Artificial Intelligence Technologies by Saudi News Platforms for the Enhancement of Digital Content

Abstract:

The study aimed to explore the adoption of artificial intelligence among Saudi news websites. It found that *Al-Riyadh* and *Okaz* exhibit notable caution, as more than half of the content on *Al-Riyadh* still relies entirely on traditional journalists. In contrast, *Sabq* adopts a more open approach by integrating AI into editorial processes to enhance production speed and analysis without replacing journalists. Meanwhile, *Al-Watan* primarily uses these technologies for translation and proofreading, placing it in a middle ground between caution and openness.

All websites rely on news agencies to ensure accuracy; however, *Sabq* and *Al-Riyadh* are more open to digital content, while *Okaz* and *Al-Watan* lean more toward traditional journalism. In terms of journalistic formats, *Sabq* and *Al-Watan* excel in using visual content and infographics, whereas *Al-Riyadh* and *Okaz* focus on analytical articles. Economic and technological topics dominate the landscape, with *Sabq* and *Al-Watan* highlighting digital transformations, while *Al-Riyadh* and *Okaz* tend toward political and social issues. This reflects differing editorial strategies between cautiousness and openness to AI technologies.

The study recommends producing content that aligns with journalistic standards of accuracy and objectivity while reducing the need for intensive editorial reviews. It suggests that conservative newspapers such as *Al-Riyadh* and *Okaz* consider integrating AI technologies in editing and proofreading processes, while maintaining human oversight to ensure accuracy and credibility. Newspapers already utilizing AI, such as *Sabq* and *Al-Watan,* can expand its use in data analysis and the creation of interactive reports to increase production speed. The study also encourages newspapers to enhance their use of AI in fact-checking, especially when handling content from social media platforms. Moreover, *Okaz* and *Al-Watan* are advised to explore more digital sources, as *Sabq* and *Al-Riyadh* currently do, to ensure broader and faster news coverage.

Keywords:

Artificial Intelligence, Digital Journalism, Visual Content.

مقدمة الدراسة:

يشهد العصر الحالي تطورًا هائلاً في مجال التقنية، ومن بين التقنيات الحديثة التي تستحوذ على اهتمام العالم هو الذكاء الاصطناعي، ولقد يعتبر الذكاء الاصطناعي تقنية متقدمة تهدف إلى تمكين الأجهزة والبرامج من تنفيذ مهام تشابه القدرات البشرية، مثل التعلم والتفكير واتخاذ القرارات، وفي هذا السياق، يتساءل الكثيرون عن اتجاهات الإعلاميين والصحفيين السعوديين نحو الذكاء الاصطناعي، وكيف يمكن استغلاله في مجال الإعلام، ولقد تتجلى أهمية الذكاء الاصطناعي في الإعلام في العديد من الجوانب، فمن خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

في ظل التطورات السريعة في مجال التكنولوجيا، تواجه الصحافة السعودية تحديات جديدة وفرصًا متنوعة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث يتطلب هذا السياق استجابة سريعة وفعالة من قبل الصحفيين لتطورات التكنولوجيا وتكييف ممارساتهم الصحفية مع هذه التحولات، ففي هذا السياق، يعتبر الاستعداد التقني للصحفيين أمرًا حاسمًا لضمان تمكينهم من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال ومبتكر، ولقد يشمل ذلك فهم المفاهيم الأساسية للذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها في مجال الصحافة، وكذلك اكتساب المهارات الفنية اللازمة لاستخدام الأدوات والبرمجيات ذات الصلة، بالإضافة إلى ذلك، يتطلب الأمر القدرة على التعلم المستمر والتكيف مع التغيرات التكنولوجية السريعة، بما في ذلك استخدام التقنيات الجديدة في إنتاج المحتوى الصحفي بشكل فعال وجذاب، من خلال التبني السريع للتقنيات الجديدة وتطبيقها بشكل عملي [1].

شهد العالم ثورة تكنولوجية هائلة شملت وأثرت في كل مناحي الحياة، وبالطبع امتد ذلك إلى مجال الإعلام والاتصال، فتطور تكنولوجيا وقفزت قفزات كبيرة ومتلاحقة وسريعة في فترة زمنية وجيزة؛ لذلك نستطيع القول بأن العالم المعاصر يعيش ثورة تكنولوجية كبيرة في ميدان المعلومات والاتصال، يتضاءل أمامها كل ما تحقق من عدة قرون سابقة، مما كان لها أثره الكبير على شكل الاتصال ومحتواه وأساليب إنتاجه والمتغيرات المشتركة في عملية الإنتاج، وبالنظر إلى التطورات الكبيرة التي حدثت في العالم منذ الثورة الصناعية الأولى، مروراً بالثانية والثالثة حتى بداية الثورة الصناعية الرابعة، شهدت صناعة الإعلام تغيرات جذرية كبيرة، منذ بداية القرن التاسع عشر

وظهور الثورة الصناعية الثانية والتغيرات الكبيرة في الطباعة والكهرباء والاتصالات اللاسلكية واختراع الراديو والتليفزيون، ثم جاءت الثورة الصناعية الثالثة وأصبح الخبر الصحفي ينقل مباشرة أولا بأول في ظل الثورة الحاسوبية والإنترنت ومواقع التواصل والتطبيقات المختلفة، وصولاً لبدايات الثورة الصناعية الرابعة لتعلن مولد تقنيات تكنولوجية جديدة، تشمل كافة القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والإعلامية والترفيهية، وهي إعلان بظهور إرهاصات صحافة الذكاء الاصطناعي، التي تعتمد كلية على نتاج الثورة الصناعية الرابعة من تطور الذكاء الاصطناعي، واستخدام الروبوت الطباعة ثلاثية الأبعاد، منصات

البيانات المفتوحة وإنترنت الأشياء، وتحليل البيانات الضخمة والسرعات الهائلة في شبكات الاتصال والهواتف الذكية بسعتها المهولة.

ومن خلال البحث والاطلاع نرى أن الصحافة السعودية تتولى في سعيها المستمر نحو التحديث والتطوير، اهتمامًا متزايدًا بتبني التقنيات الحديثة، وخاصة تقنيات الذكاء الاصطناعي، لتحسين جودة المحتوى الصحفي وتعزيز تفاعل الجمهور، حيث يعتبر الوعي التقني وتطوير المهارات الفنية من أهم الجوانب التي يجب توفيرها للصحفيين، حيث يساهمان في تمكينهم من الاستفادة الكاملة من التقنيات الجديدة وتطبيقها بشكل فعال في عملهم اليومي، فمن خلال توفير الفرص التدريبية والتطويرية المناسبة، يمكن للصحفيين تعزيز مهاراتهم التقنية وتحسين فهمهم لتطبيقات التقنيات الذكية في مجال الصحافة، ويتيح ذلك لهم تطبيق أحدث الأساليب والأدوات في تحليل البيانات وتحرير المحتوى الرقمي وإدارة البيانات بشكل فعال، بالإضافة إلى ذلك، يعتبر التدريب والتطوير منصة أساسية لتعزيز الثقافة التقنية داخل الصحافة السعودية، وتشجيع الصحفيين على التعلم المستمر وتحديث مهاراتهم بما يتلاءم مع متطلبات العصر الرقمي المتطور، بالتالي، يمكن القول إن تطوير الصحافة السعودية وتعزيز دورها في المجتمع يتطلب توفير بيئة ملائمة للتعلم والتطوير المستمر، وتوجيه الاهتمام نحو تحسين الوعي التقني وتطوير المهارات الفنية للصحفيين [2].

مشكلة الدراسة:

شهد العالم ثورة تكنولوجية هائلة شملت وأثرت في كل مناحي الحياة، وبالطبع امتد ذلك إلى مجال الإعلام والاتصال، فتطور تكنولوجيا وقفزت قفزات كبيرة ومتلاحقة وسريعة في فترة زمنية وجيزة؛ لذلك نستطيع القول بأن العالم المعاصر يعيش ثورة تكنولوجية كبيرة في ميدان المعلومات والاتصال، يتضاءل أمامها كل ما تحقق من عدة قرون سابقة، مما كان لها أثره الكبير على شكل الاتصال ومحتواه وأساليب إنتاجه والمتغيرات المشتركة في عملية الإنتاج، وبالنظر إلى التطورات الكبيرة التي حدثت في العالم منذ الثورة الصناعية الأولى، مروراً بالثانية والثالثة حتى بداية الثورة الصناعية الرابعة، شهدت صناعة الإعلام تغيرات جذرية كبيرة، منذ بداية القرن التاسع عشر وظهور الثورة الصناعية الثانية والتغيرات الكبيرة في الطباعة والكهرباء والاتصالات اللاسلكية واختراع الراديو والتليفزيون، ثم جاءت الثورة الصناعية الثالثة وأصبح الخبر الصحفي ينقل مباشرة أولا بأول في ظل الثورة الحاسوبية والإنترنت ومواقع التواصل والتطبيقات المختلفة، وصولاً لبدايات الثورة الصناعية الرابعة لتعلن مولد تقنيات تكنولوجية جديدة، تشمل كافة القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والإعلامية والترفيهية، وهي إعلان بظهور إرهاصات صحافة الذكاء الاصطناعي، التي تعتمد كلية على نتاج الثورة الصناعية الرابعة من تطور الذكاء الاصطناعي، واستخدام الروبوت الطباعة ثلاثية الأبعاد، منصات البيانات المفتوحة وإنترنت

الأشياء، وتحليل البيانات الضخمة والسرعات الهائلة في شبكات الاتصال والهواتف الذكية بسعتها المهولة.

ومن خلال البحث والاطلاع نرى أن الصحافة السعودية تتولى في سعيها المستمر نحو التحديث والتطوير، اهتمامًا متزايدًا بتبني التقنيات الحديثة، وخاصة تقنيات الذكاء الاصطناعي، لتحسين جودة المحتوى الصحفي وتعزيز تفاعل الجمهور، حيث يعتبر الوعي التقني وتطوير المهارات الفنية من أهم الجوانب التي يجب توفيرها للصحفيين، حيث يساهمان في تمكينهم من الاستفادة الكاملة من التقنيات الجديدة وتطبيقها بشكل فعال في عملهم اليومي، فمن خلال توفير الفرص التدريبية والتطويرية المناسبة، يمكن للصحفيين تعزيز مهاراتهم التقنية وتحسين فهمهم لتطبيقات التقنيات الذكية في مجال الصحافة، ويتيح ذلك لهم تطبيق أحدث الأساليب والأدوات في تحليل البيانات وتحرير المحتوى الرقمي وإدارة البيانات بشكل فعال، بالإضافة إلى ذلك، يعتبر التدريب والتطوير منصة أساسية لتعزيز الثقافة التقنية داخل الصحافة السعودية، وتشجيع الصحفيين على التعلم المستمر وتحديث مهاراتهم بما يتلاءم مع متطلبات العصر الرقمي المتطور، بالتالي، يمكن القول إن تطوير الصحافة السعودية وتعزيز دورها في المجتمع يتطلب توفير بيئة ملائمة للتعلم والتطوير المستمر، وتوجيه الاهتمام نحو تحسين الوعي التقني وتطوير المهارات الفنية للصحفيين [3].

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة كونها مطلوبة في وقتنا الحاضر الذي نحن فيه، فنحن بأمس الحاجة إلى التعرف على توظيف المواقع السعودية الاختيارية إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي، وذلك من أجل الدخول إلى عصر المعلومات ومواكبة تطورات تكنولوجيا الاتصال الحديثة المعاصرة، وتظهر أهمية هذه الدراسة من خلال:

أولا: الأهمية العملية (التطبيقية) للدراسة:

- يساهم البحث في إيضاح استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وتحديد اهتمامات الجمهور في تطوير محتوى أكثر جودة وتفاعلية.
- يساعد البحث في توضيح أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في توجيه الاستراتيجيات الإعلامية على نحو دقيق، مما يسهم في تحقيق أهداف التسويق والتواصل بفاعلية أكبر، وذلك من خلال تخصيص المحتوى وفقًا لاهتمامات الجمهور، يمكن تحفيز تفاعل الجمهور وزيادة مشاركتهم ومشاهدتهم للمحتوى.
- يعزز البحث استخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الرقمي التطورات الأكاديمية والبحثية في مجالات الإعلام وتكنولوجيا المعلومات، فيمكن للمحتوى الرقمي المحسن بتقنيات الذكاء الاصطناعي أن يسهم في تعزيز التفاعل الثقافي والاجتماعي من خلال تقديم محتوى متنوع وملهم.

ثانيا: الأهمية العلمية (النظرية) للدراسة:

- يأمل الباحث بأن تكون هذه الدراسة إضافة جديدة للقيادات الإدارية من خلال الإلمام بوسائل وعناصر وتقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يؤدي ذلك إلى تعديل سياستهم بما يحثهم بالقيام بسلوكيات تتفق مع أهداف الصحفية.
- كما يأمل الباحث أن تكون هذه الدراسة امتدادًا للدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع توظيف المواقع السعودية الاختيارية إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي.

أهداف الدراسة:

- التعرف على مصادر المواقع الإخبارية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي .
- التعرف على نوعية الموضوعات التي نشرت في المواقع باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
- التعرف على أبرز المواقع التي تعمل بالذكاء الاصطناعي وتوظفها المواقع الإخبارية لـ (عينة الدراسة) في تطوير المحتوي الرقمي

الدراسات السابقة:

كشفت عملية مسح التراث العلمي للأدبيات البحثية المرتبطة بموضوع الدراسة عن اتساع مفهوم "الذكاء الاصطناعي" وتغلغله في عدد من المجالات والمنظمات، مثل المواقع الإلكترونية الصحفية والمواقع الإلكترونية التجارية وكذلك الصناعية، لذا اطلع الباحث على العديد من الدراسات والبحوث التي تناولت جوانب مختلفة من دور الذكاء الاصطناعي الواضح على الساحة الإعلامية.

وقد استعرض الباحث تلك الدراسات والبحوث للاستفادة؛ مما توصل إليه الباحثون، ولمعرفة أوجه التشابه والاختلاف.

1- كشفت دراسة خليفي عبد الرازق(2024م) توظيف المواقع السعودية نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية الجزائرية، ولأجل ذلك استعنا بأداة الاستبيان، معتمدين على مقياس ليكرت الثلاثي في قياس مختلف الاتجاهات، وقد خلصت الدراسة الجملة من النتائج أهمها: يمتلك صحفيو المواقع الإخبارية في الجزائر مستوى متوسط من الفهم لآليات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في ممارسة العمل الصحفي، حيث يستخدمون هذه التكنولوجيا بدرجات عالية نسبيا، وفي مجالات عدة أهمها: جمع المادة الصحفية وإعادة تحريرها، هذا ما حقق لهم مزايا عديدة أبرزها: صياغة الخبر بجودة عالية، كما يقرون بوجود عديد المعوقات حيال هذا الاستخدام تتمثل أساسا في نقص الإمكانيات التقنية والتكنولوجية[4].

2- هدفت دراسة أيناس شرف (2023م): إلى رصد توظيف المواقع السعودية المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وتأثير هذا على صناعة الصحافة، وقد طبقت الدراسة على 100 مفردة من الصحفيين المصريين العاملين بصحف: (الأهرام، الأخبار الجمهورية، اليوم السابع المصري اليوم، الوفد، والشروق)، استخدمت الدراسة منهج المسح Survey، كما استندت الدراسة إلى نظرية تقبل التكنولوجيا كإطار نظري لها، وقد توصلت الدراسة إلى: أن اتجاه أفراد العينة نحو سهولة استخدام تقنيات المتافيرس في الصحافة المصرية كان بالموافقة بمتوسط 2.34، كما أن أفراد العينة كانوا موافقين إلى حد ما على الإفادة المدركة بمتوسط مرجح 1.80، كما أنهم كانوا موافقين إلى حد ما على النوايا السلوكية لاستخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية بمتوسط مرجح 1.90[(5)].

3- دراسة عبد الرازق محمد (2023) "الذكاء الاصطناعي ومستقبل أخبار التليفزيون" تتسابق وكالات الأنباء العالمية والمواقع الإخبارية في إنتاج الأخبار التي تجمع بين الذكاء الاصطناعي والخبرة التحريرية، لتتمكن من إنشاء المحتوى الذي ينشئه المستخدم، ويُتحقق منه تلقائيا، وذلك عن طريق تطبيقات الذكاء الاصطناعي (chatbots)، ويبدو أن التطور في هذه التطبيقات وتحسين قدرات الروبوتات الإبداعية يسير بأسرع مما نتوقع، الذكاء الاصطناعي (AI) هو محفز قوي يمكن المؤسسات الإعلامية من تحسين عملياتها وتحسينها؛ فالهدف من البحث هو التأكيد على أهمية وإمكانات الذكاء الاصطناعي في أثناء تحليلات البيانات عالية الأداء وإنشاء محتوى الوسائط كما نستهدف في بحثنا الاستشرافي التنظيري هذا تسليط ضوء مستقبلي على حجم وإمكانية توظيف الذكاء الاصطناعي وأثرها في مستقبل الإعلام.

4- دراسة محمد حامد عيد(2023) "تقنيات الذكاء الاصطناعي ودورها في التسويق الرقمي" بعد الذكاء الاصطناعي من سمات العصر الحديث، وذلك لما يتميز به من خصائص جعلته يحاكي القدرات الذهنية للإنسان، وساعد الانتشار الواسع لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التأثير بشكل كبير في كافة مجالات الحياة وخاصة التسويق الرقمي، ويسعى البحث للتعرف على دور تقنيات الاتصال في التسويق الرقمي عن طريق دراسة مسحية للأكاديميين للتعرف على مدى استخدامهم لهذه التقنية في مجال التسوق الالكتروني، وقد تم تقسيم البحث إلى ثلاثة مباحث تضمن الأول الإطار المنهجي للبحث، وجاء المبحث الثاني للتعريف بالذكاء الاصطناعي ومفهوم التسويق الرقمي وتضمن المبحث الثالث الدراسة الميدانية، وخلصت الدراسة إلى وجود نسبة اتفاق عالية مؤيدة لخاصية استخدام المبحوثين لخاصية الذكاء الاصطناعي أثناء التسوق الرقمي فقد بلغ عدد فئة اتفق95% تكرار وبنسبة مئوية بلغت (46.2%)، ويساعد الذكاء الاصطناعي المبحوثين في تلقي الإعلانات الموجهة أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

5- كشفت دراسة فتحي أسماعيل (2022م) عن "توظيف المواقع السعودية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية". ويتفرع

من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية، والتي تتمثل في التعرف على واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحف والمواقع الإلكترونية والوقوف على معرفة مدى نجاح توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحف والمواقع الإلكترونية ومعرفة التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحف والمواقع الإلكترونية المصرية ومعرفة المهارات التي يطلبها العمل بالصحف والمواقع الإلكترونية المستخدمة لتقنيات الذكاء الاصطناعي ورصد مقترحات لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحف والمواقع الإلكترونية المصرية والوقوف على التحديات التي تواجه الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تشير نتائج الدراسة إلى أن 60% من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد على تطوير المحتوى بالصحف والمواقع الإلكترونية - تشير نتائج الدراسة إلى أن 22% من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحف والمواقع الإلكترونية أثر سلبياً، وأدى إلى انخفاض عدد الصحفيين العاملين بالمؤسسة الصحفية، كما تشير نتائج الدراسة إلى أن 24% من عينة الدراسة ترى أن التحديات التي تواجه الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من الناحية التقنية والتكنولوجية هي تزايد مشكلات قرصنة المعلومات، كما تشير نتائج الدراسة إلى أن 27% من عينة الدراسة ترى أن أهم التأثيرات المتوقع حدوثها على الدور الإعلامي للصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي هي توافر الصحفي المتميز ذي المهارات المتعددة، كما تشير نتائج الدراسة إلى أن 48% من عينة الدراسة ترى أن أهم التأثيرات المتوقع حدوثها على الدور لإعلامي للصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي هي استخدام كلمات مفتاحية تساعد المستخدم على سهولة الإبحار في المواقع الإلكترونية والاعتماد على مضمون إعلامي متميز على المستويين الكمي والكيفي[6].

6- استهدفت دراسة سحر الخولي (2020م) التعرف على توظيف المواقع السعودية المصريين إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي في الفترة من 2020/06/01 إلى 2020/07/31، اعتمدت الباحثة على منهج المسح باستخدام استمارة استبيان طُبِّقت على عينة من الصحفيين العاملين بالمؤسسات المصرية قوامها 250 مفردة أُختِيروا بطريقة عمدية من عدد (16) صحيفة مصرية تنوعت من حيث ملكيتها (صحف قومية / صحف حزبية/ صحف خاصة) وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: - أشارت نتائج الدراسة أن الصحف المصرية تعتمد على التقنيات الحديثة والتكنولوجية في العمل الصحفي في عمليات الجمع والتحرير والإخراج والنشر بدرجة كبيرة بنسبة 67.2%، ثم بدرجة متوسطة بنسبة 32.8%[7].

التعليق على الدراسات السابقة:

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اختيار منهج الدراسة والإطار النظري المستخدم، بالإضافة إلى الهدف الرئيسي من الدراسة وهو التعرف على تأثيرات تطبيقات الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام المختلفة، والاستفادة من التقنيات التكنولوجية الحديثة.
- اتفقت الدراسة الحالية التعرف على مدى تبني القائم بالاتصال الصحفي تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عمله الصحفي بالصحف الإلكترونية، مع دراسة أيمن بريك في هدف الدراسة وهو التعرف على مدى تبني القائم بالاتصال الصحفي تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عمله الصحفي بالصحف الإلكترونية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- الاقتراب من ومعرفة التأثيرات المختلفة التي يمكن أن يحدثها تبني المواقع الاختيارية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، والتغييرات الإيجابية والسلبية التي قد تتركها هذه التطبيقات في مستقبل صناعة الصحافة بشكل عام، ومستقبل الصحفيين والقائمين بالاتصال على نحو خاص.
- صياغة التساؤلات والفروض الخاصة بالدراسة بالاعتماد كذلك على إحدى النظريات العلمية، واستخدام المنهج البحثي الملائم لإجراء هذه الدراسة، وتحديد بعض الجوانب التي أغفلتها الدراسات السابقة والبحث فيها.

مصطلحات الدراسة:

1. الذكاء الاصطناعي

- يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي اصطلاحاً بأنه "علم يهتم بصناعة آلات تقوم بتصرفات يعتريها الإنسان تصرفات ذكية"، أو ببساطة أكثر يعرفه رسل بيل - أحد العاملين في هذا المجال- على أنه محاولة "جعل الآلات العادية تتصرف كالآلات التي نراها في أفلام الخيال العلمي"، فالذكاء الاصطناعي إذاً هو علم هدفه الأول جعل الحاسوب وغيره من الآلات تكتسب صفة الذكاء، ويكون لها القدرة على القيام بأشياء ما زالت إلى عهد قريب حصراً على الإنسان كالتفكير والتعلم والإبداع والتخاطب[8].
- يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي اصطلاحاً بأنه تقنيات الذكاء الاصطناعي تشمل مجموعة واسعة من التقنيات والأساليب التي تهدف إلى تمكين الأنظمة الحاسوبية من القيام بمهام تتطلب تفكيراً وتعلماً ذكياً، مثل التعرف على الصور، وترجمة اللغات، واتخاذ القرارات. تشمل هذه التقنيات الشبكات العصبية الاصطناعية، والتعلم الآلي، والمعالجة اللغوية الطبيعية، والروبوتات، والتعرف على الأنماط، والتخطيط والمؤشرات، وغيرها الكثير"[9].

- ويعرف الباحث الذكاء الاصطناعي إجرائياً بأنه: "تقنيات الذكاء الاصطناعي تشمل مجموعة من الأدوات والتقنيات التي تهدف إلى تحليل البيانات واستخلاص المعرفة، مثل تعلم الآلة والشبكات العصبية الاصطناعية؛ ولقد يستخدم الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي من خلال تحليل البيانات الضخمة، وتخصيص المحتوى وفقًا لاهتمامات الجمهور، وتحسين تجربة المستخدم، بهدف تعزيز جودة المحتوى وزيادة فاعلية الرسالة الإعلامية.

2. المحتوى الرقمي:

- يمكن تعريف المحتوى الرقمي اصطلاحاً بأنه يشير إلى أي نوع من المعلومات المتاحة عبر الإنترنت أو عبر أجهزة الحاسوب الرقمية، مثل النصوص والصور والفيديوهات والصوتيات وغيرها، ويمكن الوصول إليها ومشاركتها بسهولة"[(10)].

- ويعرفه الباحث المحتوى الرقمي إجرائياً بأنه يشير المعلومات المتاحة عبر الإنترنت أو عبر أجهزة الحاسوب الرقمية، مثل النصوص والصور والفيديوهات والصوتيات وغيرها، ويمكن الوصول إليها ومشاركتها بسهولة، موظفاً بها تقنيات الذكاء الاصطناعي لتطويرها صحافياً.

تساؤلات الدراسة:

يبرز التساؤل الرئيسي؛ وهو "ما توظيف المواقع السعودية الاختيارية إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي؟ "

ويتفرع من هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي تتمثل في:

1. ما مصادر المواقع الإخبارية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي؟
2. ما نوعية الموضوعات التي نشرت في المواقع باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
3. ما أبرز المواقع التي تعمل بالذكاء الاصطناعي وتوظفها المواقع الإخبارية لـ (عينة الدراسة) في تطوير المحتوي الرقمي؟

فروض الدراسة:

قام البحث باختبار الفروض التالية:

- **الفرض الأول:** يوجد فرق ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين توظيف المواقع السعودية الاختيارية وتطوير صناعة المحتوى الرقمي.
- **الفرض الثاني:** يوجد فرق ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين الذكاء الاصطناعي وتطوير صناعة المحتوى الرقمي.

- **الفرض الثالث:** يوجد فرق ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) لارتباط توظيف المواقع السعودية الاختيارية على تطوير صناعة المحتوى الرقمي.

الإطار النظري (النظرية المفسرة للدراسة):

نظرية انتشار الأفكار المستحدثة:

تقوم النظرية حول كيفية قبول الأفكار والابتكارات الجديدة وكيفية تبني الجمهور لها وتقبلها، والمراحل التي تنتشر بها بين الناس، وقد ظهرت النظرية بداية على يد جو بوهلين عام 1957م، وطورها روجرز Rogers عام 1962م، والذي لخص نظريته في عدة عناصر أساسية، والتي من بينها:

الفكرة المستحدثة: وهي الفكرة التي يعتقد صاحبها أنها شيء جديد لا شبيه له، ولا يهم كثيرًا في مجال السلوك البشري سواء أكانت الفكرة جديدة أم لا؛ فعندما تقاس بمدى الفترة الزمنية التي تنقضي من لحظة ظهورها أو استعمالها، فحداثتها بالنسبة له هي التي تحدد طريقة تصرفه حيالها.

أولا: توظيف المواقع السعودية الاختيارية حول توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

يعد الوعي التقني محوراً أساسيًا في استجابة الصحافة السعودية لتحولات التكنولوجيا واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال، حيث يتطلب هذا المحور فهمًا عميقًا ووعيًا تقنيًا من الصحفيين بشأن التقنيات الحديثة وتطبيقاتها في مجال الصحافة، والذي يتضمن الفهم الجيد للمفاهيم التقنية والأدوات المتاحة تمكين الصحفيين من الاستفادة الكاملة من الفرص التي تقدمها التكنولوجيا الحديثة، كما يعتبر الوعي التقني منصة أساسية لبناء المعرفة والمهارات اللازمة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل مبتكر وفعال، حيث يمكن للصحفيين الذين يمتلكون الوعي التقني أن يكونوا على دراية بأحدث التطورات التقنية وأفضل الممارسات في مجال الصحافة الرقمية، وبالتالي يمكنهم تحديد الفرص الجديدة والابتكارات التقنية التي يمكن أن تعزز جودة المحتوى الصحفي، وتزيد تفاعل الجمهور، والجدير بالذكر أن الوعي التقني أيضًا يساعد على تقديم الدعم الفني والمشورة المتخصصة داخل الصحف وتحفيز ثقافة التعلم المستمر والتحديث التقني بين الصحفيين، بالإضافة إلى ذلك، يعتبر الوعي التقني أحد العوامل الأساسية في بناء الثقة بين الصحافة والجمهور، حيث يعكس استخدام التقنيات الحديثة بشكل فعال إلى حد كبير جهود الصحف في تقديم محتوى موثوق وجذاب للقراء، ومن جانبه تعتبر "المهارات الفنية" محوراً جوهريًا في قدرة الصحفيين السعوديين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بفعالية في ممارسة الصحافة، حيث يشمل هذا المحور تطوير واكتساب المهارات اللازمة لاستخدام الأدوات والبرمجيات والتقنيات الحديثة المتاحة في مجال الصحافة الرقمية، من بين هذه المهارات:

- **التحليل البياني:**

يتضمن قدرة الصحفيين على تحليل البيانات بشكل فعال باستخدام أدوات التحليل البياني المتاحة، مثل برامج تحليل البيانات وتقديم التقارير؛ فتلك المهارة تسمح لهم بفهم الاتجاهات والأنماط في البيانات والاستفادة منها في صنع القرارات الصحفية [11].

- **البرمجة والتطوير:**

يشمل تطوير المهارات اللازمة لفهم أساسيات البرمجة واستخدام الأدوات واللغات البرمجية في تطوير حلول تقنية مبتكرة لتحسين ممارسات الصحافة، مثل تطوير التطبيقات والأدوات الصحفية الذكية.

- **التحرير الرقمي:**

يشمل تطوير مهارات التحرير الرقمي لإنتاج محتوى متميز وجذاب يتناسب مع متطلبات القراء في العصر الرقمي، بما في ذلك استخدام أدوات التحرير الرقمي وتصميم الوسائط المتعددة [12].

ثانياً: كيفية اعتماد الصحفيين على تقنيات الذكاء الاصطناعي في المحتوى الصحفي:

يمكننا رصد كيفية اعتماد الصحفيين على تقنيات الذكاء الاصطناعي في المحتوى الصحفي، من خلال المهارات التالية:

- **الإنتاج الآلي للمقالات:**

يتيح الذكاء الاصطناعي القدرة على إنتاج مقالات صحفية على نحو آلي عبر استخدام تقنيات توليد اللغة الطبيعية، حيث تعتمد هذه التقنيات على تحليل البيانات والمعلومات المتاحة لإنشاء مقالات متكاملة ومفهومة حول موضوعات مختلفة، فالإنتاج الآلي للمقالات هو عملية تستخدم فيها تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنشاء مقالات صحفية بشكل تلقائي دون تدخل بشري مباشر، حيث يعتمد هذا النوع من الإنتاج على استخدام البيانات والمعلومات المتاحة لتوليد مقالات تتناول موضوعات مختلفة بشكل مفهوم ومتكامل، فعادةً ما تعتمد عملية الإنتاج الآلي للمقالات على تقنيات توليد اللغة الطبيعية (NLG)، التي تسمح للأنظمة الذكية بفهم البيانات والمعلومات المتاحة وتحويلها إلى نصوص مكتوبة بشكل منطقي ومترابط، حيث يتم تدريب هذه الأنظمة باستخدام مجموعة كبيرة من البيانات والنصوص لتعلم قواعد اللغة والسياق والتركيب الصحافي، ومن خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي [13].

- **تحليل الانتشار والتفاعل:**

يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل نمط الانتشار والتفاعل مع المحتوى الصحفي عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية، ولقد يساعد هذا التحليل في فهم استجابة الجمهور وتوجيه الجهود الصحفية بشكل أفضل، يعد تحليل الانتشار والتفاعل يعتبر جزءًا أساسيًا من استراتيجية الصحافة الرقمية، ويشير إلى عملية تحليل وفهم كيفية انتشار المحتوى الصحفي عبر منصات الإعلام الاجتماعي والمواقع الإخبارية، بالإضافة إلى فهم استجابة الجمهور لهذا المحتوى، كما يعتمد تحليل الانتشار والتفاعل على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الكبيرة المتاحة عبر مختلف المنصات الرقمية، ولقد تشمل هذه التقنيات تحليل النصوص، والتحليل اللغوي، وتحليل الشبكات الاجتماعية، وتحليل البيانات الكمية والنوعية، فمن خلال تحليل الانتشار، يمكن للصحافة السعودية متابعة كيفية انتشار محتواها عبر مختلف المنصات الاجتماعية مثل تويتر وفيسبوك وإنستغرام وغيرها، وفهم الاتجاهات الشائعة والمواضيع الأكثر رواجًا بين الجمهور، أما التحليل التفاعلي، فهو يركز على فهم كيفية تفاعل الجمهور مع المحتوى الصحفي، سواءً بالإعجاب والمشاركة والتعليق عليه، أو بالتفاعل الأكثر عمقًا مثل النقاشات والتفاعلات الإيجابية والسلبية، فمن خلال تحليل الانتشار والتفاعل، يمكن للصحافة السعودية تحديد الأنماط والاتجاهات الشائعة، وتوجيه جهودها التحريرية بشكل أفضل لتلبية احتياجات الجمهور وتحسين تفاعله مع المحتوى الصحفي، كما يمكن استخدام هذه البيانات لتحسين استراتيجيات التسويق والترويج للمحتوى الصحفي، وبالتالي زيادة نطاق الوصول وتأثير الصحيفة في المجتمع [14].

- **تحرير الصور والفيديوهات بشكل ذكي:**

يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحرير الصور والفيديوهات الصحفية بشكل ذكي، بما في ذلك تحسين جودة الصور وتصحيح الأخطاء وإضافة تأثيرات بصرية مبتكرة، فيما يعد تحليل الصور والفيديوهات بشكل ذكي جزءًا أساسيًا من استراتيجية الصحافة الرقمية في السعودية، حيث يعتمد هذا التحليل على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تمكن الصحافيين من فهم وتحليل المحتوى المرئي بطريقة متقدمة وذكية، وقد يتضمن هذا التحليل عدة عمليات مهمة، منها تعرف الصور والفيديوهات وتحليل المحتوى وكشف الأنماط والاتجاهات، وذلك بهدف تحسين جودة المحتوى وفهم تفاعل الجمهور معه بشكل أفضل، فمن خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، يمكن للصحافة في المملكة العربية السعودية تحليل الصور والفيديوهات بشكل شامل، وفهم المواضيع والأحداث المتناولة فيها بشكل أفضل، كما يمكن استخدام هذه البيانات لتحسين جودة المحتوى المرئي، بما في ذلك تحسين الجودة البصرية والتعرف على الأخطاء وإصلاحها، فضلاً عن ذلك، يساعد التحليل الذكي للصور والفيديوهات في كشف الأنماط والاتجاهات الشائعة بين الجمهور، وتوجيه الجهود التحريرية لتلبية

احتياجات الجمهور بشكل أفضل؛ كما يمكن استخدام هذه البيانات في رصد وتحليل المحتوى الضار، مما يساهم في حماية الجمهور وضمان نشر المحتوى ذي القيمة والمناسب، وباستخدام هذه التقنيات بشكل فعال، يمكن للصحافة السعودية تعزيز جودة المحتوى المرئي وتعزيز تفاعل الجمهور معه بشكل ملحوظ (15).

- **توصيف المحتوى واستخراج المعلومات الرئيسية:**

تعتمد الصحافة على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل المحتوى واستخراج المعلومات الرئيسية من النصوص والمقالات، مما يساعد على تقديم المعلومات بشكل مبسط ومفهوم للقراء، فتوصيف المحتوى واستخراج المعلومات الرئيسية هما جزء مهم من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة في المملكة العربية السعودية؛ وقد يتضمن هذا العملان استخدام تقنيات تحليل النصوص والتعلم الآلي لفهم وتحليل المحتوى الصحفي بشكل شامل وفعال، كما أنه يتعلق بفهم وصف المحتوى الصحفي بشكل دقيق، بما في ذلك التعرف على المواضيع الرئيسية والمفاهيم المطروحة في المقالات والتقارير. يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي تحليل النصوص وفهم السياق واستخراج المفردات الرئيسية والمفاهيم الرئيسية المتعلقة بالموضوعات المختلفة، بالإضافة إلى ذلك، يتضمن استخراج المعلومات الرئيسية عملية استخدام تقنيات التحليل اللغوي والتعلم الآلي لاستخراج المعلومات الهامة والرئيسية من المقالات والتقارير الصحفية. يتمثل الهدف من ذلك في فهم وتحليل المحتوى بشكل شامل وتوفير المعلومات الأساسية التي تهم القراء والجمهور(16).

- **التفاعل مع القراء بشكل فردي:**

يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل تفاعل القراء مع المحتوى الصحفي وتقديم ردود فعل فردية ومخصصة لكل قارئ، مما يزيد فاعلية التواصل بين الصحيفة وجمهورها، حيث يعتبر التفاعل مع القراء على نحو فردي جزءًا حيويًا من استراتيجية الصحافة الرقمية في المملكة العربية السعودية، حيث يسعى الصحفيون والمحررون إلى بناء علاقات قوية مع القراء من خلال تقديم تجارب فردية ومخصصة، كما يعتمد هذا التفاعل على الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لفهم احتياجات واهتمامات القراء وتلبيتها بشكل فعال، ولقد تتضمن استراتيجيات التفاعل مع القراء الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الشخصية والسلوكية، مما يمكن الصحفيون من فهم تفاعل القراء مع المحتوى الصحفي وتقديم تجربة مخصصة لكل فرد، ويتم ذلك من خلال تقديم محتوى مخصص يتناسب مع اهتمامات كل فرد، وتقديم ردود فعالة وفورية على استفساراتهم واقتراحاتهم، بالإضافة إلى ذلك، يستخدم الذكاء الاصطناعي لتحليل التفاعلات الفردية مع المحتوى الصحفي وتقديم تحليلات تفصيلية حول سلوك القراء وتفضيلاتهم، ومن خلال فهم هذه التفاعلات على نحو دقيق، يمكن للصحافة توجيه

الجهود التحريرية بشكل أفضل وتقديم محتوى يلبي توقعات واحتياجات القراء بشكل أكبر، وباستخدام التفاعل المخصص والفعال مع القراء، تستطيع الصحافة السعودية تعزيز التواصل مع جمهورها، وبناء علاقات مستدامة تستند إلى الثقة والاحترام المتبادل، وبالتالي تعزيز مكانتها كمصدر رئيسي للمعلومات والأخبار في المجتمع[17].

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة لحقل الدراسات الوصفية التي تهتم بالتركيز على "توظيف المواقع السعودية الاختيارية إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي"، وبالتالي من شأنها أن تعمل على ترسيخ تلك القيم والمفاهيم، مما يعطي صورة واضحة عن فاعلية توظيف المواقع السعودية الاختيارية إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي، وطبقاً لهذا النوع من الدراسات تسعى الحصول على المعلومات الكافية حول هذه المعلومات وتفسيرها وتحليلها.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، بوصفه أنسب المناهج العليمة المستخدمة لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة، وهو عبارة عن وصف دقيق ومنظم وأسلوب تحليلي للظاهرة أو المشكلة المراد بحثها، ويشمل جمع المعلومات والبيانات وتبويبها وتحليلها وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى وصف دقيق للمشكلة أو الظاهرة ونتائجها، من خلال منهجية علمية للحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية وحيادية بما يحقق أهداف البحث.

عينة الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة جميع الصحفيين والصحفيات السعوديين المتفرغين للعمل الصحفي في المطبوعات السعودية (الصحف والمجلات) بمختلف مناطق المملكة وتمثل المعلومات، ولقد وزع الباحث (400) استبانة على جميع الصحفيين (ذكورا وإناثا) العاملين في المواقع الإلكترونية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي، مستخدما أسلوب العينة الطبقية بحيث يتاح للمحررين بكل قسم من أقسام كل مطبوعة تعبئة بيانات الاستبانة.

أدوات جمع البيانات:

استمارة الاستبيان الميداني:

أجرى الباحث دراسة ميدانية باستخدام استمارة استقصاء ميداني على عينة متاحة قوامها (400) مفردة يمثل مجتمع الدراسة جميع الصحفيين والصحفيات السعوديين المتفرغين للعمل الصحفي في المطبوعات السعودية (الصحف والمجلات) بمختلف مناطق المملكة

وتمثل المعلومات، وذلك لاتفاقها مع الهدف العام للدراسة، وهو التعرف على دراسة توظيف المواقع السعودية الاختيارية إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة المحتوى الرقمي، كما أن الباحث اختار هذا النوع من العينات لتوافر سمات وخصائص محددة في المفردات بما يخدم ذلك هدف البحث.

وحرصًا من الباحث في الخروج بأداة قياس تتمتع بدرجة عالية من الصلاحية، فقد اطلع في بداية إعداده للاستبيان على العديد من الأدوات القياسية التي سبق استخدامها في العديد من الدراسات السابقة، سواء على مستوى البيئة العربية أو الأجنبية، إلا أن عدم تطابق تلك الأدوات في بيئة العمل المصرية والرغبة في مزيد من التأكد من مدى صدق الأداة، وبناء على ذلك فقد قام الباحث بالتحقق من صلاحية أداة الدراسة من جوانب متعددة، بما يتناسب مع أهدافها كما يلي:

أولاً: الصدق الظاهري "صدق المحكمين":

يقوم هذا القياس بالتحقق من الصلاحية الظاهرية للاستبيان من حيث ارتباط ما يحتويه الإتيان عن أهداف الدراسة، والتأكد من أن القياس قد تضمن عدداً كافية من الأسئلة التي تعبر عن المفهوم، وكذا التحقق من مدى خلوه من أخطأ القياس الشائعة، وتحقيقاً لذلك عرض الباحث الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من الأكاديميين والمهنيين والمتخصصين في مجال الإعلام والإدارة، للتأكد من صدق الاستبيان وإبداء آرائهم حول دقة صياغة عباراته، ومدى وضوحها وارتباطها بأهداف البحث، وبعد إبداء المحكمين، ملاحظاتهم استجاب الباحث لآراء المحكمين من حيث الحذف والتعديل والإضافة في ضوء المقترحات المقدمة، وأُعِد الاستبيان في صورته شبه النهائية ثم تم إجراء دراسة استطلاعية الهدف منها التأكد من وضوح الأسئلة من عدمها، وذلك بتوزيع نسخة من الاستبيان على عينة تجريبية مكونة مثلا من (12) مفردة من مجتمع الدراسة الأصلي، وبناءً على ذلك تم إجراء تعديل الاستبيان وفقاً للملاحظات حتى خرجت الاستبانة في صورتها النهائية.

ثانياً: الثبات:

أُجَّري اختبار الثبات الاستمارة البيانات باستخدام معامل " الفا كرونباخ" Alpha Cronbach، وهو يأخذ فيما تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات، فإن قيمة المعامل تساوي الواحد الصحيح، وحتى يتمتع المقياس بالثبات يجب ألا يقل الحد الأدنى القيمة المعامل عند (0.70).

مناقشة وتفسير نتائج الدراسة:

يهدف هذا الفصل إلى دراسة مدى اعتماد المواقع الإخبارية السعودية (سبق، عكاظ، الوطن، الرياض) على الذكاء الاصطناعي خلال الفترة الزمنية (1 نوفمبر2024م) إلى (1فبراير 2025م)؛ وذلك من خلال تحليل حجم الاعتماد على هذه التقنيات، والمصادر المستخدمة،

وأنماط الأشكال الصحفية، ونوعية الموضوعات المنشورة؛ ولقد تم اختيار تلك الفترة الزمنية لعدة مبررات منهجية وعلمية تضمن دقة النتائج وملاءمتها للسياق البحثي؛ حيث تغطي هذه الفترة ثلاثة أشهر متكاملة، مما يسمح برصد الأنماط الصحفية المختلفة بدقة وتحليل اتجاهات التغطية الإعلامية بشكل شامل؛ كما تتزامن هذه الفترة مع تطورات ملحوظة في توظيف الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، وهو ما يعزز فرص رصد تحول استراتيجيات التحرير الرقمي في المواقع الإخبارية السعودية؛ ولقد تتخلل هذه الفترة مجموعة من الأحداث المحلية والدولية التي قد تسهم في توجيه استخدام الذكاء الاصطناعي في صياغة المحتوى، مثل الفعاليات الاقتصادية الكبرى أو التغيرات السياسية المؤثرة؛ وأخيرًا، فإن اختيار هذه الفترة يوفر بيانات حديثة وذات صلة، مما يعزز من مصداقية الدراسة وواقعيتها.

أما بالنسبة لمبررات اختيار العينة، فقد تم تحديد المواقع الإخبارية السعودية "سبق"، "عكاظ"، "الوطن"، و"الرياض" لعدة أسباب موضوعية؛ حيث تمثل هذه المواقع أبرز المؤسسات الإعلامية الرقمية والتقليدية في المملكة العربية السعودية، حيث تتمتع بقاعدة جماهيرية واسعة ومعدلات انتشار مرتفعة؛ ولقد يعكس تنوع هذه المواقع اختلاف الأساليب التحريرية بين الصحافة الرقمية البحتة، مثل "سبق"، والصحف التقليدية التي انتقلت إلى البيئة الرقمية، مثل "عكاظ" و"الرياض"، مما يتيح مقارنة دقيقة لمدى تبني الذكاء الاصطناعي في مختلف الأنماط الصحفية؛ ولقد تتيح هذه العينة تمثيلًا متوازنًا للاتجاهات الصحفية المختلفة، سواء من حيث نوعية المحتوى أو طبيعة الجمهور المستهدف، مما يعزز من شمولية الدراسة؛ وأخيرًا، فإن اختيار هذه العينة يسهم في استخلاص نتائج أكثر دقة حول مدى توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي السعودي، ومدى تأثيره على الممارسات التحريرية وأساليب إنتاج الأخبار.

أولا: مصادر المواقع الإخبارية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي لـ (عينة البحث):

جدول رقم (1)

يوضح مصادر المواقع الإخبارية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي لـ(عينة البحث)

الفئة	موقع عكاظ		موقع الرياض		موقع الوطن		موقع سبق	
	(ك)	(%)	(ك)	(%)	(ك)	(%)	(ك)	(%)
وكالات أنباء	43	%37.7	32	%30.4	41	%32.5	54	%31.3
صحف ومقالات رأي	28	%24.5	25	%23.8	30	%23.8	37	%21.5
مواقع إلكترونية إخبارية	21	%18.4	28	%26.6	26	%20.6	41	%23.8
مواقع التواصل الاجتماعي	8	%7	9	%8.5	12	%9.5	19	%11
تحليل البيانات الضخمة باستخدام الذكاء الاصطناعي	14	%12.2	11	%10.4	17	%13.4	21	%12.2
الإجمالي	**114**	**%100**	**105**	**%100**	**126**	**%100**	**172**	**%100**

يظهر التحليل الكمي لعينة البحث

- **في موقع "عكاظ":** يظهر التحليل أن موقع "عكاظ" يعتمد بشكل رئيسي على وكالات الأنباء كمصدر للأخبار، حيث جاءت هذه الفئة في المرتبة الأولى بنسبة (37.7%) وبواقع (43) موضوعًا، وهو ما يعكس اعتماد الموقع على المصادر الرسمية ذات المصداقية العالية في تغطية الأخبار؛ وفي المرتبة الثانية، جاءت الصحف ومقالات الرأي بنسبة (24.5%) وبعدد (28) موضوعًا، مما يشير إلى اهتمام الموقع بنقل التحليلات والآراء الصحفية؛ أما المواقع الإخبارية الإلكترونية، فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة (18.4%)، تليها تحليلات البيانات الضخمة باستخدام الذكاء الاصطناعي بنسبة (12.2%)، في حين أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (7%)، وهو ما يبرز تحفظ الموقع في الاعتماد على المعلومات المنتشرة عبر المنصات الرقمية.
- **في موقع "الرياض":** يتبع موقع "الرياض" سياسة تحريرية مختلفة قليلاً، حيث تظهر البيانات أن اعتماده على وكالات الأنباء أقل نسبيًا مقارنة بعكاظ، إذ جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (30.4%) وبواقع (32) موضوعًا؛ وفي المرتبة الثانية، برز المواقع الإلكترونية الإخبارية بنسبة (26.6%) وبعدد (28) موضوعًا، مما يدل على اهتمام الموقع بتحديث الأخبار بناءً على محتوى منصات إخبارية أخرى؛ تلتها الصحف ومقالات الرأي بنسبة (23.8%) وبواقع (25) موضوعًا، بينما جاء تحليل البيانات الضخمة باستخدام الذكاء الاصطناعي في المرتبة الرابعة بنسبة (10.4%)، وأخيرًا مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (8.5%)، وهو ما يعكس سياسة الموقع في التركيز على المصادر التقليدية أكثر من المنصات الرقمية الحديثة.
- **في موقع "الوطن":** فقد أظهر توجهًا مشابهًا لموقع "عكاظ" في اعتماده الأكبر على وكالات الأنباء، والتي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (32.5%) وبعدد (41) موضوعًا؛ وفي المرتبة الثانية، جاءت الصحف ومقالات الرأي بنسبة (23.8%) وبعدد (30) موضوعًا، وهو ما يعكس اهتمام الموقع بتحليل الأخبار أكثر من مجرد نقلها؛ أما المواقع الإخبارية الإلكترونية، فاحتلت المرتبة الثالثة بنسبة (20.6%)، بينما جاء تحليل البيانات الضخمة باستخدام الذكاء الاصطناعي في المرتبة الرابعة بنسبة (13.4%)، متفوقًا على مواقع التواصل الاجتماعي، التي جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (9.5%)، مما يعكس تفضيل الموقع للمصادر التقليدية والمستندة إلى التحليل العميق عوضاً عن المحتوى المتداول عبر الإنترنت.
- **في موقع "سبق":** يختلف موقع "سبق" عن باقي المواقع في كونه الأكثر اعتمادًا على وكالات الأنباء، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (31.3%) وبواقع (54) موضوعًا، مما يعكس توجهًا نحو تغطية الأخبار من مصادر موثوقة ورسمية؛ وفي المرتبة الثانية، برز المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة (23.8%) وبعدد (41) موضوعًا، مما يدل على اهتمام الموقع بمواكبة الأخبار المتداولة عبر المنصات الرقمية؛ أما الصحف ومقالات الرأي، فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (21.5%)، تليها تحليل

البيانات الضخمة باستخدام الذكاء الاصطناعي بنسبة (12.2%)؛ وأخيرًا، احتلت مواقع التواصل الاجتماعي المرتبة الأخيرة بنسبة (11%)، وهو ما يظهر أن الموقع أكثر تقبلاً لهذه المصادر مقارنة ببقية المواقع المدروسة.

ثانيا: نوعية الموضوعات التي نشرت في المواقع باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي:

جدول رقم (2)

يوضح نوعية الموضوعات التي نشرت في المواقع باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

الفئة	موقع عكاظ		موقع الرياض		موقع الوطن		موقع سبق	
	(ك)	(%)	(ك)	(%)	(ك)	(%)	(ك)	(%)
اقتصادية	33	%27.7	41	%33.6	39	%28.9	45	%26
خدمية	22	%18.5	19	%15.6	27	%20	31	%17.9
دينية	7	%5.8	5	%4.1	9	%6.7	12	%6.9
رياضية	12	%10	9	%7.4	14	%10.4	18	%10.4
ترفيهية	15	%12.6	17	%13.9	19	%14.1	22	%12.7
تكنولوجية	28	%23.4	24	%19.7	31	%23	38	%21.9
أخرى (تذكر)	2	%1.7	7	%5.7	6	%4.4	8	%4.6
الإجمالي	**119**	**%100**	**122**	**%100**	**135**	**%100**	**173**	**%100**

يظهر التحليل الكمي لعينة البحث

- **يظهر الجدول أن موقع "سبق":** ركز بشكل أساسي على تناول الموضوعات ذات البعد الاقتصادي، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (26%) وبواقع تكرار (45)، مما يعكس أهمية الجانب الاقتصادي في التغطية الصحفية حول الذكاء الاصطناعي؛ تليها في المرتبة الثانية الموضوعات ذات الطابع "التكنولوجي" بنسبة (21.9%) وبواقع (38)، مما يعكس الاهتمام بتقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوراته؛ في حين جاءت الموضوعات الخدمية في المرتبة الثالثة بنسبة (17.9%) وبواقع (31)، وهو ما يشير إلى اهتمام الصحيفة بتأثير الذكاء الاصطناعي على الخدمات العامة.
- **أما موقع "الوطن":** فقد ركز بشكل رئيسي على المحتوى الاقتصادي، والذي جاء في المرتبة الأولى بنسبة (28.9%) وبواقع (39)، وهو ما يعكس تركيز الصحيفة على دور الذكاء الاصطناعي في الاقتصاد؛ تلاه في المرتبة الثانية المحتوى "التكنولوجي" بنسبة (23%) وبواقع (31 موضوعًا)، مما يدل على اهتمام الصحيفة بالتطورات التكنولوجية الحديثة؛ في حين جاءت الموضوعات الخدمية في المرتبة الثالثة بنسبة (20%) وبواقع (27)، مما يعكس اهتمام الصحيفة بجوانب الذكاء الاصطناعي المرتبطة بالخدمات العامة.
- **بالنسبة لموقع "الرياض":** فقد جاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الأولى بنسبة (33.6%) وبواقع (41)، مما يشير إلى التركيز الكبير على تأثير الذكاء الاصطناعي في المجال الاقتصادي؛ تليها الموضوعات التكنولوجية في المرتبة الثانية بنسبة (19.7%) وبواقع (24)، مما يعكس اهتمام الصحيفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها؛ أما

الموضوعات الترفيهية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (13.9%) وبواقع (17 موضوعًا)، مما يدل على اهتمام الصحيفة بالجوانب الترفيهية للذكاء الاصطناعي.

- **وفي موقع "عكاظ":** احتلت الموضوعات الاقتصادية المرتبة الأولى بنسبة (27.7%) وبواقع (33)، مما يدل على التركيز على التأثير الاقتصادي للذكاء الاصطناعي؛ تليها الموضوعات التكنولوجية في المرتبة الثانية بنسبة (23.4%) وبواقع (28)، مما يعكس اهتمام الصحيفة بالتطورات التكنولوجية؛ بينما جاءت الموضوعات الخدمية في المرتبة الثالثة بنسبة (18.5%) وبواقع (22)، مما يشير إلى تغطية الجوانب المتعلقة بالخدمات العامة والتطبيقات الحكومية للذكاء الاصطناعي.

ثالثا: أبرز المواقع التي تعمل بالذكاء الاصطناعي وتوظفها المواقع الإخبارية لـ (عينة الدراسة) في تطوير المحتوى الرقمي:

جدول رقم (3)
يوضح أبرز المواقع التي تعمل بالذكاء الاصطناعي وتوظفها المواقع الإخبارية لـ (عينة الدراسة) في تطوير المحتوى الرقمي

الفئة	موقع عكاظ		موقع الرياض		موقع الوطن		موقع سبق	
	(ك)	(%)	(ك)	(%)	(ك)	(%)	(ك)	(%)
موقعDeep Seek	15	%16	12	%15	14	%16	17	%17
موقع شات جي بي تي (ChatGPT)	30	%33	25	%31	28	%32	35	%33
موقع Text Ai	12	%13	10	%12	11	%13	13	%12
موقعAi	8	%9	7	%9	8	%9	9	%9
موقع بيو(Poe)	10	%11	9	%11	10	%11	12	%11
موقع قلم	6	%7	5	%6	6	%7	7	%7
أخرى (تذكر)	10	%11	8	%10	9	%10	11	%10
الإجمالي	**91**	**%100**	**76**	**%100**	**86**	**%100**	**104**	**%100**

- **يظهر الجدول أن موقع "سبق":** اعتمد بشكل أساسي على موقع ChatGPT في تطوير المحتوى الرقمي، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة (33%) وبواقع تكرار (35)، مما يعكس تبني الموقع لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي؛ تليه موقع Deep Seek بنسبة (17%) وبواقع تكرار (17)، مما يشير إلى استخدامه في تحليل البيانات واستخلاص المعلومات؛ ثم موقع Text AI في المرتبة الثالثة بنسبة (12%) وبواقع تكرار (13)، مما يدل على الاعتماد عليه في إنتاج النصوص الصحفية؛ بينما احتل موقع Poe المرتبة الرابعة بنسبة (11%) وبواقع تكرار (12)، مما يعكس دوره في تحسين تجربة المستخدم عبر توليد محتوى تفاعلي؛ في حين جاء موقع AI بنسبة (9%) وبواقع تكرار (9)، مما يشير إلى استخدامه في دعم عمليات التحرير الصحفي؛ أما موقع قلم فقد سجل نسبة (7%) وبواقع تكرار (7)، مما يدل على دوره المحدود في عمليات التحرير بالمقارنة مع الأدوات الأخرى؛ وأخيرًا، جاءت الفئة الأخرى بنسبة (10%)

وبواقع تكرار (11)، مما يعكس اعتماد الموقع على أدوات أخرى غير مذكورة في الجدول لتطوير المحتوى الرقمي.

- **أما موقع "الوطن":** فقد اعتمد بشكل أساسي على موقع ChatGPT حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة (32%) وبواقع تكرار (28)، مما يعكس تبنيه لهذه التقنية في إنشاء المحتوى الصحفي؛ تلاه موقع Deep Seek بنسبة (16%) وبواقع تكرار (14)، مما يشير إلى استخدامه في تحليل البيانات والمعلومات الصحفية؛ في حين احتل موقع Text AI المرتبة الثالثة بنسبة (13%) وبواقع تكرار (11)، مما يدل على دوره في صياغة المقالات والأخبار؛ أما موقع Poe فقد جاء في المرتبة الرابعة بنسبة (11%) وبواقع تكرار (10)، مما يشير إلى دوره في تقديم محتوى تفاعلي للقراء؛ بينما جاء موقع AI بنسبة (9%) وبواقع تكرار (8)، مما يعكس استخدامه في دعم التحرير الصحفي؛ فيما سجل موقع قلم نسبة (7%) وبواقع تكرار (6)، مما يشير إلى دوره المحدود؛ وأخيرًا، جاءت الفئة الأخرى بنسبة (10%) وبواقع تكرار (9)، مما يدل على استخدام الموقع لأدوات أخرى مساندة في تطوير المحتوى الرقمي.
- **أما موقع "الرياض":** فقد تصدر موقع ChatGPT القائمة بنسبة (31%) وبواقع تكرار (25)، مما يعكس دوره الكبير في إنتاج المحتوى الصحفي؛ تلاه موقع Deep Seek بنسبة (15%) وبواقع تكرار (12)، مما يشير إلى استخدامه في البحث وتحليل البيانات؛ ثم جاء موقع Text AI في المرتبة الثالثة بنسبة (12%) وبواقع تكرار (10)، مما يدل على أهميته في توليد النصوص الصحفية؛ في حين احتل موقع Poe المرتبة الرابعة بنسبة (11%) وبواقع تكرار (9)، مما يعكس استخدامه في تعزيز التفاعل مع المحتوى؛ بينما سجل موقع AI نسبة (9%) وبواقع تكرار (7)، مما يشير إلى استخدامه في دعم إنتاج الأخبار؛ فيما جاء موقع قلم بنسبة (6%) وبواقع تكرار (5)، مما يدل على دوره المحدود مقارنة بالأدوات الأخرى؛ وأخيرًا، جاءت الفئة الأخرى بنسبة (10%) وبواقع تكرار (8)، مما يعكس استخدام الموقع لتقنيات أخرى في تطوير المحتوى الرقمي.
- **وفي موقع "عكاظ":** جاء موقع ChatGPT في المرتبة الأولى بنسبة (33%) وبواقع تكرار (30)، مما يعكس تبني الموقع لهذه التقنية بشكل كبير في تطوير المحتوى الصحفي؛ تلاه موقع Deep Seek بنسبة (16%) وبواقع تكرار (15)، مما يشير إلى استخدامه في تحليل البيانات واستخلاص المعلومات؛ بينما جاء موقع Text AI في المرتبة الثالثة بنسبة (13%) وبواقع تكرار (12)، مما يدل على دوره في إنتاج المقالات والتقارير الصحفية؛ أما موقع Poe فقد احتل المرتبة الرابعة بنسبة (11%) وبواقع تكرار (10)، مما يعكس دوره في تقديم محتوى رقمي متميز؛ في حين جاء موقع AI بنسبة (9%) وبواقع تكرار (8)، مما يشير إلى استخدامه في دعم التحرير الصحفي؛ فيما سجل موقع قلم نسبة (7%) وبواقع تكرار (6)، مما يدل على دوره المحدود؛ وأخيرًا، جاءت الفئة الأخرى بنسبة (11%) وبواقع تكرار (10)، مما يعكس اعتماد الموقع على أدوات إضافية في تطوير المحتوى الرقمي.

نتائج الدراسة:

- تكشف الدراسة عن اختلافات جوهرية بين المواقع الإخبارية الأربعة (الرياض، سبق، الوطن، وعكاظ) في مدى تبنيها للذكاء الاصطناعي ضمن عملياتها التحريرية، حيث يظهر موقع "الرياض" تحفظًا واضحًا في الاعتماد على هذه التقنيات، إذ لا يزال أكثر من نصف محتواه يعتمد بالكامل على الصحفيين التقليديين، مما يعكس التزامًا بالممارسات التحريرية الكلاسيكية والتركيز على الدقة والمصداقية؛ وفي المقابل، يتبنى "سبق" نهجًا أكثر انفتاحًا، حيث يتم دمج الذكاء الاصطناعي مع العمل الصحفي لتحسين سرعة الإنتاج والتحليل دون استبدال الصحفيين تمامًا، بينما يعتمد "الوطن" على الذكاء الاصطناعي بشكل أكبر في الترجمة والتدقيق اللغوي؛ أما "عكاظ"، فهي أكثر تحفظًا في تبني هذه التقنيات، مشابهة في ذلك لموقف "الرياض"، خصوصًا فيما يتعلق بالإنتاج الآلي للمحتوى.
- وفيما يخص مصادر الأخبار، تعتمد جميع المواقع على وكالات الأنباء لضمان الدقة والمصداقية، لكن "سبق" و"الرياض" يظهران انفتاحًا أكبر على المحتوى الرقمي القادم من المنصات الإخبارية الإلكترونية، مستفيدين من الذكاء الاصطناعي في التحقق من صحة الأخبار وتحليل البيانات؛ وفي المقابل، تظل "عكاظ" و"الوطن" أكثر ارتباطًا بالصحف التقليدية والمقالات التحليلية، مما يعكس توجهًا نحو الصحافة المتعمقة بدلاً من السرعة اللحظية؛ أما مواقع التواصل الاجتماعي، فهي الأقل اعتمادًا كمصدر أساسي للأخبار، مع تفوق طفيف لموقع "سبق" الذي يستخدم الذكاء الاصطناعي في فلترة المحتوى المتداول على هذه المنصات.
- أما فيما يتعلق بالأشكال الصحفية المستخدمة، فتظهر جميع المواقع اهتمامًا كبيرًا بالمحتوى البصري، حيث يتصدر الفيديو المشهد، لكنه أكثر بروزًا في "سبق" و"الوطن"، بينما يركز "الرياض" و"عكاظ" على التحليلات المكتوبة والمقالات المتعمقة؛ كما يبرز الإنفوغرافيك كأداة فعالة لتقديم البيانات المعقدة بشكل مبسط، خاصة في "سبق" و"الوطن"، بينما تستفيد المواقع الأخرى من التحليلات الرقمية لدعم المحتوى الصحفي التقليدي، دون الاعتماد الكلي على الأدوات المرئية.
- وبالنسبة لطبيعة الموضوعات المنشورة، تتصدر الموضوعات الاقتصادية والتكنولوجية المشهد في جميع المواقع، لكن "سبق" و"الوطن" يركزان بشكل خاص على التحولات الرقمية وتأثير الذكاء الاصطناعي على بيئات العمل والأسواق؛ وفي المقابل، تولي "الرياض" و"عكاظ" اهتمامًا أكبر بالموضوعات السياسية والاجتماعية، مما يعكس اختلافًا في استراتيجيات التحرير؛ أما الموضوعات الخدمية، مثل الذكاء الاصطناعي في الصحة والتعليم، فهي حاضرة بقوة في جميع المواقع، مع تميز "سبق" بأسلوب أكثر تفاعلية في تناولها.

- بناءً على هذه المقارنة، يتضح أن اعتماد الذكاء الاصطناعي في الصحافة يختلف وفقًا للاستراتيجية التحريرية لكل موقع؛ ويميل "الرياض" و"عكاظ" إلى الحذر في تبني التقنيات الحديثة للحفاظ على الدقة التحريرية، بينما يسعى "سبق" إلى الدمج الذكي بين الذكاء الاصطناعي والصحافة التقليدية، مما يجعله الأكثر انفتاحًا على التجارب الرقمية؛ أما "الوطن"، فيتبنى نهجًا وسطًا، حيث يستخدم الذكاء الاصطناعي كأداة داعمة لتعزيز الإنتاجية دون المساس بجودة المحتوى.

توصيات الدراسة:

- يوصى للصحف المتحفظة مثل الرياض وعكاظ بالنظر في دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمليات التحرير والتدقيق اللغوي، مع الحفاظ على الإشراف البشري لضمان الدقة والمصداقية.
- يمكن للصحف التي تعتمد بالفعل على الذكاء الاصطناعي، مثل سبق والوطن، توسيع نطاق استخدامه في تحليل البيانات وصياغة التقارير التفاعلية لزيادة سرعة الإنتاج.
- تشجيع الصحف على زيادة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار، خاصة عند استخدام المحتوى القادم من منصات التواصل الاجتماعي.
- يمكن لـعكاظ والوطن استكشاف المزيد من المصادر الرقمية، مثلما تفعل سبق والرياض، لضمان تغطية أوسع وأسرع للأخبار.
- يوصى للمواقع التي تركز على المقالات المكتوبة مثل الرياض وعكاظ بالاستفادة أكثر من الإنفوغرافيك والفيديوهات التوضيحية، نظرًا لتزايد تفضيل المستخدمين للمحتوى المرئي.
- يوصى صحيفتي الرياض وعكاظ بتوسيع تغطيتها للموضوعات التكنولوجية والاقتصادية لتواكب التحولات الرقمية، كما تفعل سبق والوطن.
- يمكن لـسبق زيادة تركيزها على القضايا الاجتماعية والسياسية لجذب جمهور أوسع، بينما يمكن الوطن تعزيز محتواها في مجال التحولات الرقمية في الصحة والتعليم.
- الصحف التي تتحفظ على استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل كامل يمكنها اتباع نهج تدريجي في دمجه، مثلما تفعل الوطن، بحيث يكون أداة داعمة بدلًا من استبدال الصحفيين تمامًا.

مراجع الدراسة:

1) خليفي عبد الرزاق (2024م): توظيف المواقع السعودية نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية، الجزائر، مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد (8)، العدد (2)، ص 408-428

2) إيناس شرف منصور كامل (2023م): توظيف المواقع السعودية المصريين نحو استخدام تقنيات الميتافيرس في الصحافة المصرية وتأثيرها على صناعة الصحافة، القاهرة، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد (66)، العدد (2)، ص 109-122

3) إسماعيل فتحي إبراهيم (2022): توظيف المواقع السعودية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية: دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم - مصراوي - القاهرة 24، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (21)، العدد (4)،ص 31-86

4) سحر الخولي عبدالمنعم محمود. (2020م): توظيف المواقع السعودية المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد (52)، العدد (72)، ص 101-173

5) Ford, K. And Hayes, P. (2014), On Computational Wing: Re thinking the Goals of Artificial Intelligence, Scientific American Presents 9 (4)P78

6) علي عيسي عبد الباقي (2020م): توظيف المواقع السعودية والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية، مرجع سابق، ص 15

7) أحمد الزهراني، مروة عطية (2020م): الصحافة والإعلام الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي، مرجع سابق، ص 26

8) شرين عبد الحفيظ البحيري (2022م): توظيف المواقع السعودية المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي "Robot Journalism" في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية، القاهرة، رسالة ماجستير، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، المجلد (9)، العدد (24)، ص 129-131

9) Mathias-Felipe de-Lima-Santos, Lucia Mesquita (2021): Data Journalism Beyond Technological Determinism, JOURNALISM STUDIES, VOL. 22,p2236-2237

10) شرين عبد الحفيظ البحيري (2022م): توظيف المواقع السعودية المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي "Robot Journalism" في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية، مرجع سابق، ص 148-151

11) عبد العظيم نور الدين الحسن (2018م): الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على التحرير الصحفي: إصدارات مؤسسة عكاظ نموذجا الفترة من فبراير 2015م إلى فبراير 2018، السودان، جامعة أم درمان الإسلامية، رسالة ماجستير، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، المجلد (9)، العدد (11)، ص 135-136

12) Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C. H. (2020): Artificial intelligence and journalism. Journalism & mass communication quarterly, 96(3),pp1598-1698

13) John V. Pavlik (2020): Drones Augment Reality and Virtual Reality Journalism: Mapping Their Role in Immersive News Content, Media and Communication, p 137

14) فتحي إبراهيم (2022م): توظيف المواقع السعودية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية: مرجع سابق ص 93-94

15) Ford, K. And Hayes, P. (2014), On Computational Wing: Re thinking the Goals of Artificial Intelligence, Scientific American Presents 9 (4)P78

16) فتحي إبراهيم (2022م): توظيف المواقع السعودية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية: مرجع سابق ص 101-102