مجلة جامعة فلسطين التقنية للأبحاث

بين الذكاء البشري والاصطناعي: مستقبل المهارات الإعلامية في ظل التحول الرقمي

Between Human and Artificial Intelligence: The Future of Media Skills in the Context of Digital Transformation

فاطمة نور حجاوي*[1]
Fatima Nour Hijjawi [1]
[1] باحثة، فلسطين
[1]Researcher, Palestine

المستخلص: هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة استخدام طلاب الإعلام لأدوات الذكاء الاصطناعي المساعدة في توليد المواد الإعلامية، كما وركزت الدراسة على قياس تأثير تكرار استخدام هذه الأدوات الذكية على المهارات الإعلامية بين الطلاب، تحديداً المهارات المرتبطة بالكتابة والصياغة الإخبارية، التحرير اللغوي، والتحليل النقدي والإعلامي، إلى جانب المهارات المرتبطة بالإنتاج الصوتي (الإذاعي)، المونتاج، وتحرير الصور. كما وقدمت الدراسة رؤية الطلبة حول بعض الانعكاسات الأخرى المترتبة على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، كالتشابه في المحتوى والأفكار، وتراجع نسبة الثقة بالإنتاج الإعلامي. ولإجراء هذه الدراسة وجمع البيانات المطلوبة، قامت الباحثة بتوزيع استبانة إلكترونية على عينة قصدية مكونة من (99) طالب وطالبة من تخصص تكنولوجيا الإعلام في جامعة فلسطين التقنية "خضوري" - فرع طولكرم، وباستخدام برنامج SPSS تم إجراء مجموعة من الاختبارات الإحصائية الازمة للتأكد من ثبات الاستبانة والحصول على نتائج الدراسة التي أكدت على وجود ارتفاع عام في استخدام طلبة الإعلام لأدوات الذكاء الاصطناعي عند إنتاج المواد الإعلامية بنسبة بلغت 74.8% ، وبيّنت النتائج، أن تكرار استخدام هذه الأدوات والاعتماد عليها أكثر من مرة تسبب في تراجع بعض المهارات الإعلامية بين طلبة الإعلام، حيث جاءت غالبية تقديرات العينة بدرجة الموافقة عن تأثر مهاراتهم الإعلامية خاصة المهارات المتعلقة: بالتحرير والصياغة، ككتابة الأخبار، والمقالات، والتحقيقات الصحفية. كما وأوصت الدراسة على ضرورة توعية الطلاب بتأثير هذه الأدوات على مهاراتهم، والتركيز على دعم وتشجيع الطلبة على تنمية مهاراتهم الإعلامية بالتدريب والممارسة المستمرة.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، المهارات الإعلامية، طلاب الإعلام.

Abstract : The study aimed to identify the degree to which media students use artificial intelligence tools to assist in generating media content. The study also focused on measuring the impact of the repeated use of these smart tools on media skills among students, specifically the skills related to writing and news formulation, linguistic editing, and critical and media analysis, in addition to skills related to audio (radio) production, montage, and photo editing. The study also presented students' views

*البريد الإلكتروني للباحث الرئيسي: fatimahijjawi@gmail.com

regarding other repercussions resulting from the use of artificial intelligence tools, such as similarity in content and ideas, and a decline in confidence in media production. To conduct this study and collect the required data, the researcher distributed an electronic questionnaire to a purposive sample consisting of (99) male and female students majoring in Media Technology at Palestine Technical University – Khadouri, Tulkarm Branch. Using the SPSS program, a set of statistical tests was conducted to ensure the reliability of the questionnaire and to obtain the results of the study, which confirmed a general increase in the use of artificial intelligence tools by media students when producing media content, with a rate reaching 74.8%. The results showed that the repeated use and reliance on these tools led to a decline in some media skills among media students, as the majority of the sample's responses agreed on the impact on their media skills, especially those related to editing and formulation, such as writing news reports, articles, and journalistic investigations. The study also recommended the need to raise students' awareness about the impact of these tools on their skills and to focus on supporting and encouraging students to develop their media skills through continuous training and practice.

Keywords: Artificial Intelligence, Media Skills, Media Students.

1 المقدمة

مع التقدم التكنولوجي السريع ودخول العالم في عصر الثورة الرقمية، برزت تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الساحة العالمية بقدرات ومهارات تحاكي إلى حد كبير المهارات الإنسانية منها، فاستطاعت هذه التطبيقات أن تُحدث تغيراً كبيراً على كافة مجالات الحياة، مسجلةً بدايةً جديدةً وتحولاً جذرياً في المفاهيم وفي آلية إنجاز المهام، وطريقة تقديم الخدمات للمواطنين. ففي مجال الإعلام، برزت وتميزت أدوات الذكاء الاصطناعي المساعدة في عملية توليد وإنتاج المضامين الإعلامية، مقدمةً خدماتٍ رقميةٍ سريعة لها القدرة على صياغة النصوص الإخبارية، أو حتى صناعة المواد المرئية أو المسموعة منها، وإمكانياتٍ فائقةٍ في مجال تحليل المضامين الإعلامية بكفاءة وفاعلية. فكانت هذه الخصائص سبباً في اتجاه العديد من المؤسسات الإعلامية نحو استخدام هذه الأدوات؛ لتسريع عملية إنجاز المهام في غرف تحرير الأخبار وضمان شمولية تغطية الأحداث، في خطابٍ حقيقيٍ يعكس مكانة أدوات الذكاء الاصطناعي وقوتها التي بدأت تأخذ مقعداً محاذياً ينافس الصحفيين والإعلاميين من ذوي الخبرة والاختصاص (Biswal & Gouda,2020).

ومع انتشار أدوات الذكاء الاصطناعي أكثر فأكثر واندماجها عبر المجتمعات، بدأ القطاع التعليمي وفي مقدمته مؤسسات التعليم العالي يتجه نحو إعادة تشكيل مناهجه التعليمة وممارساته الإدارية لينتقل من الأنظمة التقليدية القديمة إلى الأنظمة الرقمية الحديثة، فَأدرجت العديد من الجامعات تخصصات ومواد دراسية تتناول استخدامات الذكاء الاصطناعي، وكيفية توظيفه للحصول على مخرجات أفضل(Johnson et al., 2023) .

وفي فلسطين، ظهر اهتمام واسع بدمج التكنولوجيا الرقمية والمتطورة في مختلف التخصصات الجامعية، فأطلقت جامعة فلسطين التقنية -خضوري بكالوريوس الذكاء الاصطناعي، وفي جامعة النجاح أعلنت عن برنامج ماجستير الذكاء الاصطناعي، وفي الجامعة العربية الأمريكية في جنين أقامت كلية الذكاء الاصطناعي وعلم البيانات، وهذا الاهتمام لم يكن فقط مقتصراً على مجالات الهندسة والبرمجيات، حيث توجهت العديد من التخصصات الأخرى وكان من بينها تخصصات الصحافة وتكنولوجيا الإعلام إلى طرح مواد أو إضافة ودمج مواد تعليمية حول الأدوات الرقمية الحديثة، لبيان كيفية استخدامها، وتوظيفها للخروج بمحتوى إعلامي يتمتع بمستوى عالٍ من الكفاءة والجودة. وعليه أصبحت هذه الأدوات أكثر انتشاراً واستخداماً بين الطلبة الجامعيين، لاسيما طلاب تخصص الإعلام.

2 مشكلة الدراسة

إن المهارات التي يتمتع بها الإنسان وتميزه عن غيره من الأفراد، تُكتسب ويتم تطويرها بالتعليم والتدريب والممارسة المستمرة، ولكن، وسط عالمٍ رقميٍ متسارع، تغزوه أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، بات استخدام طلبة الإعلام لهذه الأدوات أمراً بديهياً، فالسهولة والسرعة التي منحتها هذه الأدوات جعلتها جزءاً لا يتجزأ من العملية الإنتاجية الإعلامية. وعليه، شكل استخدام هذه الأدوات والاعتماد المتكرر عليها عوضاً عن الممارسة وتنمية المهارات، تخوفاً حقيقياً حول مستقبل الأجيال الإعلامية القادمة في فلسطين من حيث كيفية اندماجهم مع هذه الأدوات الذكية الحديثة، وتأثير هذه التطبيقات على تفكيرهم ومهاراتهم. وبناء على ما سبق، ركزت مشكلة الدراسة على فهم تأثير الاستخدام المتكرر لأدوات الذكاء الاصطناعي على المهارات الإعلامية، من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي المتمثل في: ما مدى تأثير الاعتماد والاستخدام المتكرر لأدوات الذكاء الاصطناعي المساعدة في انتاج المواد الإعلامية على المهارات الإعلامية لدى طلبة تخصص الإعلام؟

3 أهمية الدراسة

تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية **من الناحية النظرية**، لأن الدراسات المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي وتحديداً في مجال إنتاج المواد الإعلامية قليلة، وفي غالبيتها تركز على الجانب الإيجابي لهذه الأدوات. حيث ستساهم نتائج هذه الدراسة في تقديم إضافة علميةٍ ومرجع يمكن استخدامه لاحقاً في الدراسات ذات الصلة بإنتاج المواد الإعلامية المستندةِ على خوارزميات الأدوات الحديثة، وأبعاد هذه الأدوات على القدرات والمهارات الإعلامية.

أما من الناحية التطبيقية، تقدم نتائج هذه الدراسة رؤية توجيهيه لكل من الجامعات، الأكاديميين، الإعلاميين، وطلبة الإعلام أنفسهم، نحو إعادة النظر في اساليب استخدامات أدوات الذكاء الاصطناعي، عَبر فهم أبعادها الإيجابية منها والسلبية، ووضع خطط دراسية ورؤية تراعي كيفية تطبيق ودمج هذه الأدوات واستخدامها بطريقة صحيحة، بحيث تكون هذه الأدوات عامل مساعد ومطور لمهارات الطلبة لا سبباً في تراجعها وضعفها. وبناءً على ما سبق تمثلت أهداف الدراسة في:

1. معرفة مدى استخدام الطلاب لأدوات الذكاء الاصطناعي تحديداً الأدوات المساعدة في إنتاج المضامين الإعلامية.
2. بيان أبعاد الاستخدام المتكرر لأدوات الذكاء الاصطناعي على مهارات الطلاب وعلى ما ينتجونه من مواد إعلامية.
3. تقديم رؤية توعوية هامة للطلاب، وأصحاب الاختصاص، والأكاديميين، تبيّن تأثيرات استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي على مستخدميها، خصوصاً في مرحلة التعلم واكتساب المهارات.

4 فرضيات الدراسة

1. لا يعتمد طلبة الإعلام بدرجة كبيرة على مساعدة أدوات الذكاء الاصطناعي عند انتاجهم للمواد الإعلامية المتمثلة في: (كتابة الأخبار، التقارير الإخبارية، المقالات، التحقيقات الصحفية، انتاج المواد الإذاعية والمرئية، عمليات التحليل والنقد الإعلامي، التحرير والتأكد من صحة وسلامة اللغة العربية).
2. لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) ما بين استخدام طلبة الإعلام المتكرر لأدوات الذكاء الاصطناعي وما بين درجة تأثر مهاراتهم الاعلامية وقدراتهم المتمثلة في: (كتابة الأخبار، صياغة التقارير، المقالات، التحقيقات الصحفية، انتاج المواد الإذاعية والمرئية، التحليل النقدي الإعلامي، والفصاحة اللغوية والتدقيق النحوي).

3. لا يرتبط استخدام طلبة الإعلام لأدوات الذكاء الاصطناعي عند إنتاج المواد الإعلامية مع احتمالية وامكانية تشابه أفكارهم ومحتواهم الإعلامي مع أقرانهم الأخرين عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).
4. لا يوجد ارتباط دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) ما بين اعتماد الطلبة على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية وما بين مستوى ثقتهم بجودة المحتوى الإعلامي الذي ينتجونه بأنفسهم بدون هذه الأدوات.
5. لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد المتكرر لطلبة الإعلام على أدوات الذكاء الاصطناعي وما بين شعور الطلاب بتراجع المحتوى الإعلامي الابداعي الذي يقدمونه عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).
6. لا توجد علاقة ارتباطية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدام طلاب الإعلام لأدوات الذكاء الاصطناعي في انتاج المضامين الإعلامية وما بين اعتبار الطلاب أن هذه الأدوات تشكل تهديد مستقبلي لمهاراتهم الإعلامية في المستقبل.

5 حدود الدراسة

الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة من بداية شهر شباط لعام 2025 واستمرت حتى شهر أيار لعام 2025.
الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة في حدود جامعة فلسطين التقنية -خضوري تحديداً فرع طولكرم.
الحدود البشرية: تمثلت الحدود البشرية في طلاب تخصص تكنولوجيا الإعلام في جامعة فلسطين التقنية "خضوري" فرع طولكرم.

6 الإطار النظري للدراسة.

6.1 المهارات الإعلامية

تعرف المهارة لغوياً حسب معجم الأنطولوجيا العربية لجامعة بيرزيت على أنها من "مصدر مهَرَ" والمهارة هي: " القدرة على أداء عمل بحذّق وبراعة". أما المهارات الإعلامية فهي عبارة عن: المهارات، والمعارف، والخبرات التي يجب توافرها بالشخص الذي يعمل كصحفي أو في مجال الإعلام؛ لكي يستطيع القيام بأدواره ومهامه بالشكل المطلوب (عقوني، 2024).

من أهم المهارات الإعلامية التي لا بد أن يتمتع بها أي صحفي (عقوني، 2024):

1. المهارات المرتبطة بالتحرير والكتابة الصحفية بكافة أشكالها وأنماطها، فلا بد على الصحفي أن يجيد مهارة كتابة الأخبار، والتقارير، والمقالات، التحقيقات الصحفية.
2. مهارات لُغوية: تُعنى بالقدرة على تحرير النصوص بلغة سليمة خالية من أية أخطاء نحوية أو لغوية، وبتعبير واضح ودقيق.
3. مهارات البحث والتحري: وهي تتمثل في أن يكون الصحفي قادر على البحث، والوصول لمصادرة متنوعة للحصول على المعلومة الصحيحة التي تخدم موضوع البحث.
4. المهارات التقنية: ترتبط بالقدرة على استخدام الحاسوب وأدواته المختلفة في عملية كتابة النصوص وتحريرها، مثل: برامج تصميم الجرافيك، مونتاج الفيديو، إدارة الصوت وتنقيته.
5. المهارات الاجتماعية والاتصالية: يقصد بها قدرة الصحفي على إقامة تواصل فعّال كتابي أو مع الآخرين، مع القدرة على إنشاء قاعدة بيانات واسعة للتواصل مع كافة أطراف المجتمع.

يعتمد تطوير المهارات الصحفية على عملية القراءة المستمرة، وعبر تغذية العقل بالمراجع والمعارف في شتى المجالات، وكما يساهم التدريب المستمر، وحضور الحلقات النقاشية، والورشات، والندوات الصحفية على تنمية مهارات الصحفي، مع التأكيد على أهمية الممارسة المستمرة والتطوير الذاتي؛ لتمكين الصحفي من القيام بمهامه بشكل أسرع وأكثر إتقان (عقوني، 2024)، فالصحفي، يعتمد على المهارات الإعلامية في إنشاء وتكوين الإنتاج الإعلامي، سواء أكان هذا الإنتاج صُحفياً، أو إذاعياً، أو تلفزيونياً، أو إعلانياً، أو رقمياً (Insight Studios, n.d.). ومن الجدير بالذكر، أن هذه الدراسة تحديداً ركزت على المهارات الإعلامية المرتبطة بالمهارات والقدرات الخاصة بالتحرير والكتابة، ومهارات التحليل، والانتاج المرئي والمسموع.

6.2 الذكاء الاصطناعي في مجالات الصحافة والإعلام

يشير مفهوم الذكاء الاصطناعي إلى "القدرة على التحكم في أجهزة الروبوت أو الأجهزة الرقمية باستخدام جهاز حاسوب يقلد ويحاكي العمليات الحركية والذهنية التي تقوم بها الكائنات المتطورة كالإنسان" (معهد الدراسات المصرفية، 2021). وبحسب الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (2024) يعتبر الذكاء الاصطناعي أحد المجالات المنبثقة عن التطور الحاصل في علم الحاسب الآلي، ويتكون الذكاء الاصطناعي من أنظمة مبرمجة بخوارزميات وتقنيات معينة تُمكنُّها من القدرة على توليد وإنتاج محتوى، ومع إمكانية القيام بعمليات التفكير والتنبؤ، فهو "قدرة الآلة على التصرف مثل البشر أو القيام بأفعال تتطلب ذكاء". فيما أشار راسل (2024) في كتابه بعنوان "ذكاء اصطناعي متوافق مع البشر" أن سمة الذكاء هي التي تميز البشر في هذه الدنيا، وأن الإنسان العاقل أو الذكي، هو الذي تكون أفعاله محققة لغاياته التي يسعى لها، وهكذا هي الآلات تكون ذكية إذا استطاعت أن تحقق الغايات البشرية، فالآلات لا غايات لها مثل البشر.

أثّرَ الذكاء الاصطناعي على العديد من التخصصات، ويعتبر الإعلام أحد أهم المجالات التي يتوقع أن يحقق الذكاء الاصطناعي فيها تطوراً كبيراً، فبعد انتشار جائحة كورونا توجهت العديد من المؤسسات الإعلامية إلى دمج الذكاء الاصطناعي في عملية توليد المحتوى الإعلامي، منها: وكالة الأنباء الصينية "شينخوا" التي لجأت إلى تقديم بث لمذيع افتراضي من خلال دمج صوت المذيع الأصلي مع شخصيته الافتراضية، لَحِقها أيضاً صعود المذيعة الكورية "كيم" ذات الجنسية الكورية إلى جانب شخصيتها الافتراضية، وبدأت تدريجياً تدخل مصطلحات جديدة لعالم الصحافة والإعلام مثل: صحافة الروبوتات، والصحافة الذكية، وغيرها من المصطلحات الحديثة (العمادي، 2023)، ومنذ ذلك الحين بدأت عملية اندماج الذكاء الاصطناعي تحتل دوراً أكبر لِتَظهر على الساحة الإعلامية بتقنيات أكثر تطوراً، وأكثر محاكاة للإنتاج الذي تولده العقول البشرية، بل وأكثر تفوقاً في بعض الأحيان. وهنا، بدأت الشركات البرمجية الكبرى تتنافس في الإعلان عن أدوات الذكاء الاصطناعي والتطبيقات الرقمية المساعدة في إنتاج المحتوى الإعلامي، فكان من الأدوات المختصة لكتابة النصوص: ChatGPT، Rytr، AI Shortly، أما لمونتاج الفيديو: Synthesia، Lumen5، Designs.ai، ولتحرير الصوت وإنتاجه: Podcastle، Otter.ai، والقائمة تمتلئ بأسماء العديد من الأدوات والتطبيقات الأخرى المساعدة في توليد المحتوى الإعلامي.

6.3 الدراسات السابقة

مع دخول أدوات الذكاء الاصطناعي مجال الإعلام، بدأ العديد من الباحثين يذهبون نحو دراسة تأثيرات الذكاء الاصطناعي في عدة تخصصات ومواضيع متنوعة، ولكن ما زالت الأبحاث بشكل عام قليلة ولا تغطي كافة الفجوات البحثية. فركزت غالبية الدراسات السابقة على مستقبل الإعلاميين، وعلى مدى إمكانية أن تَحلَّ هذه الأدوات مكان العقل البشري، ومكان كل من يعمل في مجال الإعلام، فركز الباحث فتحي شمس الدين (2022) في دراسته بعنوان: "استشراف مستقبل الإعلاميين في مصر في ظل عصر الذكاء الاصطناعي ونمط إعلام الروبوت"، حول فكرة أن أدوات الذكاء الاصطناعي ستكون ضرورة حتمية في المستقبل، وأن لهذه الأدوات تأثيرات إيجابية تساهم في رفع كفاءة الإنتاج

وزيادة أرباح المؤسسات الإعلامية. فيما أشار الحازمي (2025) في نتائج دراسته حول تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ومستقبل مهنة الإعلام والمطبقة على عينة من الإعلاميين السعوديين، أن 60% من إجمالي العينة يستخدمون بشكل دائم أدوات الذكاء الاصطناعي، سواء في إنتاج المحتوى أو في عمليات تحرير النصوص، حيث أكدت غالبية مفردات العينة على أن أدوات الذكاء الاصطناعي ساهمت في تحسين جودة المحتوى ورفع مستوى الكتابة، ورأت عينة الدراسة وجوب سعي الإعلاميين الجاد نحو تطوير مهاراتهم في الكتابة؛ لمواكبة التطورات التكنولوجية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي. فيما أكدت مي عبد الرزاق (2022) خلال دراستها التطبيقية على القائمين بالاتصال في الوسائل الإعلامية المصرية والعربية، حول مدى اهتمام القائمين بالاتصال من أفراد العينة على متابعة أخبار الذكاء الاصطناعي، وتأييدهم لمدى قدرة هذه التقنيات الحديثة على محاكاة السلوك البشري، حيث رأى أفراد العينة أن من أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي، تلك المرتبطة بتحويل النصوص لبيانات مرتبة ومنظمة، والمرتبطة بعمليات الترجمة، والروبوتات الآلية المستخدمة في عملية التحرير وتقديم الأخبار، حيث أكد أفراد العينة على دور هذه الأدوات في تطوير الآداء المهني العام في المستقبل.

إن جميع هذه الدراسات ركزت أكثر على مستقبل الإعلاميين في ظل ظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي، والأهم من هذا، أنها اهتمت بالامتيازات التي يمنحها استخدام الذكاء الاصطناعي عند استخدامه لتوليد المواد الإعلامية من: سرعة في انجاز الأخبار، التحرير الدقيق، وغيرها من المهام التي أعربت فيها الدراسات الأخرى عن مدى سرعة ومهنية الذكاء الاصطناعي في إنجازها، ولكن جميع هذه الدراسات لم تُشر إلى أبعاد هذه التقنيات، وتأثيرها على المهارات الإعلامية المتعارفة عليها في عالم الإعلام، كما أن هذه الدراسات لم تولِ اهتمام بمعاني التميز والإبداع في العمل الإعلامي، وضرورة الاختلاف والابتعاد عن انتاج نسخ وعقول متشابه تحكمها خوارزميات الآلة، وهذا تحديداً ما ركزت عليه الباحثة عند إجراء هذه الدراسة.

6.4 نظرية الحتمية التكنولوجية

لطالما رأى الباحث إينيس وتلميذه ماكلوهان أن عملية الاتصال خلال التاريخ البشري قد عبرت من خلال عدة مراحل وتطورات ارتبطت بشكل مباشر بالتطور التاريخي لوسائل الإعلام، التي اعتبرها كلا الباحثان هي الطريقة الأساسية لكتابة تاريخ الحضارة الإنسانية، فأشار ماكلوهان وإينيس إلى تاريخ بداية الحضارة بمرحلة "الاتصال الشفهي" ، ثم جاء "الاتصال السطري" المعتمد على حاسة العين فقط، ثم عاد "الاتصال الشفهي" مرة أخرى مع ظهور التلفزيون والسينما، وزاد "الاتصال الشفهي" أكثر فأكثر في القرن العشرين الذي أطلق عليه اسم "عصر الدوائر الإلكترونية". فرأى كلا الباحثان أن هذه التغيرات التي حدثت في كل عصر من العصور كان للوسائل الإعلامية المساهمة والدور الأساسي في تشكيل مجتمعاتها، حيث أكد ماكلوهان على أن وسائل الإعلام ليست مجرد أدوات عادية تقوم بنقل المعلومات فحسب بل هي التي تحدد نوعية العالم الموجود وشكله، وهذا هو ما يسمى "بالحتمية التكنولوجية" (تواتي، 2013).

تعود أفكار نظرية الحتمية التكنولوجية للعالم مارشال ماكلوهان الذي أكد على وجود علاقة ارتباطية ما بين الأدوات الرقمية الحديثة والمجتمعات التي تنشأ فيها، وهنا يقدم ماكلوهان صورة الإنسان على أنه شخص غير مستقل بفكره، وكيانه، واختياره؛ لكونه يتعرض لوسائل تكنولوجية ورقمية حديثة قادرة على أن تسيطر على حواسه وسلوكه، وأن هذه الحتمية التكنولوجية من الممكن السيطرة عليها أو الحدّ من تأثيرها في حال معرفة وإدراك معلومات كافية عن الوسيلة الإعلامية، حيث يصبح الفرد عند معرفة معلومات عن الوسيلة لديه قدرة السيطرة أو تقليص الحتمية التي تفرضها الوسيلة.

يرى مكلوهان أن سبب الحتمية الأساسي، هو تجاهل الأفراد والمجتمعات لما يحدث من حولهم (المزاهرة، 2018). وهنا، يشدد ألبرت ماكلوهان على أن "الوسيلة هي الرسالة" وأن الوسيلة، وهي التي تلعب الدور في عملية التأثير، وإحداث تغيير

في أفكار الأفراد، وأن مضمون الوسيلة على اختلاف أنواعه وموضوعاته ليس الأساس في عملية التأثير، إنّما الوسيلة الإعلامية بما تتسم به من خصائص مختلفة تؤثر بشكل واضح على السلوكيات البشرية (ماكلوهان، 1975).

وعليه سيركز البحث على فهم انعكاسات نظرية الحتمية التكنولوجية على الدراسة، من خلال معرفة مدى لجوء الأفراد -الطلبة- إلى الاندماج بالثورة الرقمية كحتمية لا مفر منها، عبر قياس درجة استخدام الطلاب لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين الإعلامية، والنظر في تأثير حتمية هذه الأدوات الرقمية وأثرها على سلوك ومهارات الطلبة وقدراتهم خلال إنتاج المواد الإعلامية.

7 المنهجية / الطريقة والاجراءات

تتمثل إجراءات الدراسة الحالية وطريقتها في الآتي:

7.1 منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في وصف الظاهرة وفهم الظروف المحيطة بها مع توضيح الأسباب التي أدت لحدوثها، كما اعتمد البحث على أسلوب البحث الكمي التحليلي المستند على جمع معلومات، وترقيمها، وتحليلها بالأساليب الإحصائية باستخدام برنامج SPSS؛ للحصول على نتائج يمكن من خلالها الإجابة على أسئلة وفرضيات الدراسة.

7.2 مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع البحث في جميع الطلبة الملتحقين بتخصص تكنولوجيا الإعلام في جامعة فلسطين التقنية "خضوري" فرع طولكرم/ فلسطين. وكانت عينة البحث عبارة عن عينة قصدية من طلبة تخصص تكنولوجيا الإعلام لمختلف المستويات الدراسية في الجامعة، حيث تمكنت الباحثة من الوصول إلى 99 طالب وطالبة خلال إجراء هذه الدراسة.

7.3 أداة الدراسة

استخدم في عملية جمع البيانات أداة الاستبانة الإلكترونية؛ لتسهيل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من أفراد عينة البحث، وتم بناء أسئلة الاستبانة بعد مراجعة الأدبيات والاستفادة من الدراسات السابقة والتطوير عليها للخروج بنموذج يتلاءم مع غايات الدراسة والأهداف التي تسعى لقياسها.

فتكونت الاستبانة من ثلاثة أقسام، ارتبط القسم الأول تمثل في طرح أسئلة تُعنى بخصائص العينة الديموغرافية، فيما تمثل القسم الثاني بمجموعة من الأسئلة المغلقة حول طبيعة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، أما في القسم الثالث، استخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة الموافقة من عدم الموافقة لأفراد العينة، حيث تم اعتماد ثلاثة محاور رئيسية وقياسها بمجموعة من الفقرات، تمثلت المحاور في أولاً: قياس استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية، ثانياً: قياس مدى تأثر المهارات الإعلامية نتيجة الاعتماد المتكرر على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية من: (الكتابة والتحرير بمختلف أشكالها، الإنتاج الصوتي والفيديو وتعديل الصور، التحليل النقدي والإعلامي)، وثالثاً: قياس بعض الانعكاسات المترتبة على استخدام الطلبة لأدوات الذكاء الاصطناعي ورؤيتهم من حيث تأثر: (الإبداع الإعلامي، مستوى الثقة بجودة المحتوى الإعلامي المنتج من قبلهم، تشابه المحتوى والأفكار).

جدول (1) محاور الدراسة

الرقم	المحور	الفقرات
1	استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية	9-1
2	تأثر المهارات الإعلامية نتيجة الاعتماد المتكرر على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية	16-10
3	الانعكاسات الأخرى المترتبة على استخدام الطلبة لأدوات الذكاء الاصطناعي ورؤيتهم	21-17

تم اعتماد التوزيع التالي المذكور في الجدول أدنا (2) في عملية تصحيح فقرات أداة الدراسة واستخراج النتائج الخاصة بمقياس ليكرت الخماسي بناء على مفتاح التصحيح المذكور في الجدول (3):

جدول (2) عملية التصحيح الخاصة بمقياس ليكرت

أو افق بشدة	أو افق	محايد	لا أو افق	لا أو افق بشدة
5	4	3	2	1

جدول (3) مفتاح التصحيح لمقياس ليكرت

الدرجة	الوسط الحسابي
منخفضة جداً	1.80-1.0
منخفضة	2.61-1.81
متوسطة	3.42-2.62
عالية	4.23-3.43
عالية جداً	5.0-4.24

صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة

للتأكد من صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة، تم عرض الاستبانة على مجموعة من الأكاديميين المتخصصين في مجال الإعلام والتعديل على صياغتها، كما ولجأت الباحثة لتطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية (قبلية) مكونة من 15 مفردة من الدراسة، وعبر برنامج Spss تم إجراء اختبار قوة الارتباط بين درجة كل فقرة من فقرات الاستبانة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي له، حيث أثبت نتائج معامل بيرسون الموجودة في الجدول أدناه أن جميع الفقرات دالة احصائياً وتعبر عن قوة صدق الاتساق الداخلي لمحاور الاستبانة.

جدول (4) معامل ارتباط بيرسون لمحاور أداة الدراسة

المحور الأول: استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الإعلامية			
رقم العبارة	العبارة	قيمة معامل بيرسون	Sig
1	الأولى	0.748**	00.00

2	الثانية	0.766**	00.00
3	الثالثة	0.810**	00.00
4	الرابعة	0.773**	00.00
5	الخامسة	0.625**	00.00
6	السادسة	0.535**	00.00
7	السابعة	0.352**	00.00
8	الثامنة	0.479**	00.00
9	التاسعة	0.625**	00.00

المحور الثاني: المهارات الإعلامية المتأثرة بسبب الاعتماد المتكرر على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية

رقم العبارة	العبارة	قيمة معامل بيرسون	Sig
10	الأولى	**0.898****	00.00
11	الثانية	**0.881****	00.00
12	الثالثة	**0.901****	00.00
13	الرابعة	**0.765****	00.00
14	الخامسة	**0.880****	00.00
15	السادسة	**0.516****	00.00
16	السابعة	**0.494****	00.00

المحور الثالث: **محور الانعكاسات الأخرى المترتبة على تكرار استخدام الطلبة لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية**

رقم العبارة	العبارة	قيمة معامل بيرسون	Sig
17	الأولى	**0.853****	00.00
18	الثانية	**0.820****	00.00
19	الثالثة	**0.923****	00.00
20	الرابعة	**0.751****	00.00
21	الخامسة	**0.882****	00.00

اختبار ثبات المحاور باستخدام معامل ألفا كرونباخ

للتأكد من ثبات أداة الدراسة، لجأت الباحثة لإجراء اختبار ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الدراسة حيث بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ للمحور الأول المتعلق بالاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية المكون من تسع فقرات ب 0.79، كما وبلغت قيمة ألفا كرونباخ للمحور الثاني المكون من سبع فقرات ب 0.88، والمحور الثالث المكون من خمس فقرات بلغت فيه قيمة ألفا كرونباخ ب 0.90، حيث أن قيمة ألفا كرونباخ في كافة المحاور تعكس موثوقية وثبات الأداة والجدول رقم (5) أدناه يوضح قيم معاملات الثبات لمجالات الدراسة:

جدول (5) اختبار ثبات الفقرات الداخلية لمحاور الاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ

الرقم	المحور	عدد فقرات المحور	معامل ألفاكرونباخ
1	المحور الأول	9	0.795
2	المحور الثاني	7	0.882
3	المحور الثالث	5	0.90

8 عرض النتائج

في هذا القسم تناول البحث تحليل البيانات والنتائج التي تم الحصول عليها من أداة الدراسة.

8.1 الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

جدول (6) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الرقم	الجنس	التكرار	النسبة المئوية
1	ذكر	9	9.1
2	أنثى	90	90.9
#	**الدرجة الكلية**	**99**	**100**

حسب الجدول أعلاه، يتضح أن نسبة تمثيل الإناث من أفراد العينة قد بلغت 90.9%، فيما بلغت نسبة الذكور 9.1% فقط، حيث أظهرت النتائج أن نسبة مشاركة الإناث في الدراسة كانت هي الغالبة على عينة الدراسة. وبعد البحث تبين أن السبب يعود لارتفاع عدد الإناث المسجلين لتخصص تكنولوجيا الإعلام في خضوري مقارنة بأعداد الذكور.

جدول (7) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

الرقم	العمر	التكرار	النسبة المئوية
1	**أقل من 20**	**47**	**47.5**
2	**25-20**	**52**	**52.5**
3	**أكبر من 25**	**0**	**00**
#	**الدرجة الكلية**	**99**	**100**

يتضح من خلال الجدول رقم (7) أن توزيع أفراد العينة من حيث العمر قد بلغ ما نسبته 52.5% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 20-25 سنة، أي أكثر من نصف أفراد العينة، فيما بلغت نسبة الأفراد الذين أعمارهم تقل عن 20 سنة ب 47.5% وهي أيضاً نسبة قريبة من النصف، فيما لم تسجل العينة أية حالة لفئة الأعمار الأكبر من 25 سنة.

جدول (8) يوضح توزيع العينة حسب السنة الجامعية

الرقم	السنة الجامعية	التكرار	النسبة المئوية
1	سنة أولى	36	36.4
2	سنة ثانية	34	34.3
3	سنة ثالثة	23	23.2
4	سنة رابعة	6	6.1
#	**الدرجة الكلية**	**99**	**100**

يشير الجدول رقم (8) إلى أن أفراد العينة والبالغة عددهم 99 طالب وطالبة موزعين حسب السنة الدراسية بنسبة 36.4% كطلاب سنة أولى، يليها طلاب السنة الثانية والذين شكلوا ما نسبته 34.3%، فيما مَثّلَ طلاب السنة الثالثة 23.2% من أفراد العينة، أما طلاب السنة الرابعة شكلوا أقل نسبة، تمثلت ب 6.1% فقط من أفراد العينة.

8.2 الوصف العام لكيفية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بين طلبة الإعلام

تم في هذا القسم توضيح النتائج المتعلق بالاستخدام العام لأدوات الذكاء الاصطناعي من قبل أفراد العينة.

جدول (9) يوضح اجابة الطلبة حول استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي

الرقم	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم، استخدمها	93	93.9
2	لا استخدمها	6	6.1
#	**الدرجة الكلية**	**99**	**100**

يبين الجدول أعلاه، أن ما نسبته 93.9% من أفراد العينة سبق لهم أن استخدموا أدوات الذكاء الاصطناعي، وهي نسبة مرتفع جداً، فيما بلغ نسبة عدم مستخدمي أدوات الذكاء الاصطناعي ب 6.1% فقط وهي نسبة قليلة مقابل عدد المستخدمين لها.

جدول (10) يظهر الساعات اليومية لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي من قبل الطلاب

الرقم	عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
1	أقل من ساعة	32	32.3
2	ساعة إلى ساعتين	48	48.5
3	ساعتين إلى ثلاث ساعات	10	10.1
4	أكثر من ثلاث ساعات	9	9.1
#	**الدرجة الكلية**	**99**	**100**

أظهرت نتيجة الإحصائيات أن 48.5% من الطلاب يستخدمون يومياً أدوات الذكاء الاصطناعي ما بين ساعة إلى ساعتين، وتبين في ذات الوقت، أن 32.3% من الطلاب يستخدمونها يومياً بمعدل أقل من ساعة، فيما بلغ نسبة الطلاب الذين يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي بمعدل ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة 10.1%، بينما شكل المستخدمون لأدوات الذكاء الاصطناعي بمعدل أكثر من ثلاث ساعات يومياً ما نسبته 9.1% فقط.

جدول (11) مدى معرفة الطلاب بأدوات الذكاء الاصطناعي المساعدة في إنتاج المواد الإعلامية

الرقم	مدى المعرفة	التكرار	النسبة المئوية
1	ضعيفة	5	5.1
2	متوسط	20	20.2
3	جيدة	46	46.5
4	ممتازة	28	28.3
#	**الدرجة الكلية**	**99**	**100**

حسب التحليلات الإحصائية تبيّن أن 46.5% من أفراد العينة عبروا عن معرفتهم الجيدة بأدوات الذكاء الاصطناعي المتعلقة بإنتاج المضامين الإعلامية، وما نسبته 28.3% من الأفراد وجدوا أنهم يتمتعون بمعرفة ممتاز، وما نسبته 20.2% من أفراد العينة يجدون أن معرفتهم متوسطة بهذه الأدوات، فيما مَثّل الطلاب الذين يجدون أن معرفتهم ضعيفة بهذه الأدوات ما نسبته 5.1%.

جدول (7) نسبة استخدام الطلبة لأدوات الذكاء الاصطناعي المرتبطة بإنتاج المواد الإعلامية

الرقم	نسبة الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
1	لا أستخدمها أبدًا	4	4.0
2	أقل من 50%	30	30.3
3	50%	41	41.4
4	أكثر من 50%	24	24.2
#	**الدرجة الكلية**	**99**	**100**

خلال الجدول أعلاه، تبين أن 41.4% من أفراد العينة يُقدّرون درجة استخدامهم لأدوات الذكاء في إنتاج المواد الإعلامية ب 50 %، فيما يُقدّر 30.3%من الأفراد نسبة استخدامهم لهذه الأدوات بأقل من 50% خلال إنتاجهم المواد الإعلامية، وبينما يرى 24.2% من الأفراد أن نسبة استخدامهم تقدّر بأكثر من 50%، في حين ظهر أن 4% أفراد من العينة فقط، لا يستخدمون هذه الأدوات أبداً.

جدول (12) الحرص على متابعة التطورات لأدوات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.

الرقم	متابعة التطورات	التكرار	النسبة المئوية
1	**نعم**	**87**	**87.9**
2	**لا**	**12**	**12.1**
#	**الدرجة الكلية**	**99**	**100**

نستنتج من الجدول أعلاه أن ما نسبته 87.9% من أفراد العينة مهتمون بالاطلاع على التطورات الحاصلة على أدوات الذكاء الاصطناعي خصوصاً الأدوات المتعلقة بمجال الإعلام وإنتاج مضامينه، فيما عبر 12.1% من أفراد العينة عن عدم اهتمامهم بمتابعة هذه التطورات.

8.3 المحور الأول: استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي خلال إنتاج المواد الإعلامية

تم في هذا المحور الإشارة إلى التكرارات والنسب المئوية المرتبطة بكل فقرة من فقرات المحور الأول المرتبط بنسبة استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين الإعلامية.

الجدول (13) محور استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية.

الرقم	الفقرة	متوسط	انحراف	مستوى الاستخدام
1	الجأ لأدوات الذكاء الاصطناعي لمساعدتي على كتابة الأخبار وصياغتها.	4.16	00.88	مرتفعة
2	عند كتابتي للتقارير الإعلامية استخدم مساعدة أدوات الذكاء الاصطناعي في عملية الصياغة.	4.22	00.85	مرتفعة جداً
3	استخدم أدوات الذكاء الاصطناعي عند كتابة التحقيقات الصحفية بأشكالها المختلفة.	4.11	00.95	مرتفعة
4	ألجأ لأدوات الذكاء الاصطناعي في مساعدتي على كتابة المقالات الإعلامية.	4.18	00.86	مرتفعة
5	استخدم أدوات الذكاء الاصطناعي في عملية التأكد النحوي وتدقيق الأخبار لغوياً.	4.32	00.81	مرتفعة جداً

6	أذهب لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الصوتية الازمة لعملي.	3.50	1.15	مرتفعة
7	أتعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الصور وتعديلها.	2.46	1.08	منخفضة
8	أعتمد على أدوات الذكاء الاصطناعي في مونتاج الفيديوهات الإعلامية.	2.77	1.15	متوسطة
9	استخدم خلال إنجازي لمهامي، التحليل النقدي والإخباري الذي تقدمه أدوات الذكاء الاصطناعي.	3.98	00.81	مرتفعة
#	**الدرجة الكلية**	**3.74**		

يتضح من الجدول أعلاه أن الطلاب يعتمدون بشكل مرتفع على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنجاز المهام المتعلقة بكتابة الأخبار، كتابة التقارير الإعلامية، التحقيقات الصحفية، والمقالات الصحفية، وفي عمليات التدقيق اللغوي، والتحليل النقدي حيث بلغت متوسطات اعتمادهم على أدوات الذكاء الاصطناعي على الترتيب (4.16، 4.22، 4.11، 4.18، 4.32) وهي متوسطات متقاربة جداً وتعبر عن الموافقة والموافقة التامة، فيما تبيّن أن استخدام أفراد العينة لأدوات الذكاء في إنتاج وتسجيل المواد الصوتية بمتوسط حسابي بلغ (3.50)، وهو يعتبر استخدام متوسط ويكاد أن يكون مرتفع، بينما ظهر انخفاض في اعتماد الطلاب على أدوات الذكاء الاصطناعي في المهام الإعلامية المتعلقة بتحرير وإنتاج الصور أو الفيديو، حيث بلغت متوسطات استخدامها على الترتيب (2.46، 2.77). وعليه أظهرت نتائج العينة أن المتوسط الكلي العام لمحور "اعتماد الطلاب على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية" ب 3.74 وهو يُعبّر عن مستوى مرتفع من الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي خصوصاً الأدوات المساعدة في عمليات التحرير والصياغة.

8.4 المحور الثاني: تأثر المهارات الإعلامية بسبب الاعتماد المتكرر على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية

تم في هذا المحور الإشارة إلى التكرارات والنسب المرتبطة بفقرات المحور الثاني المرتبط بنسبة تأثير الاعتماد المتكرر واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي على مهارات الطلبة في إنتاج المضامين الإعلامية المختلفة.

الجدول (14) محور تأثير الاستخدام المتكررة لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية على المهارات.

الرقم	الفقرة	متوسط	انحراف	مستوى التأثر
1	تأثرت مهارتي في كتابة الأخبار وصياغتها وتراجعت مع الاعتماد المتكرر على صياغة أدوات الذكاء الاصطناعي.	3.68	1.13	مرتفعة
2	أجد أن قدرتي على صياغة التقارير الصحفية قلت مع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي المساعدة في توليد النصوص.	3.59	1.17	مرتفعة
3	أرى أن مهارتي في كتابة المقالات الصحفية تراجعت مع اعتمادي على مساعدة أدوات الذكاء الاصطناعي.	3.59	1.16	مرتفعة
4	أصبحت لا أستطيع صياغة التحقيق الصحفي بدون اللجوء لمساعدة من قبل أدوات الذكاء الاصطناعي المولدة للنصوص.	3.72	1.02	مرتفعة جداً
5	تراجعت قدراتي على التفكير والقيام بعمليات التحليل الإعلامي والنقدي مع استخدامي المتكرر لأدوات الذكاء الاصطناعي.	3.56	1.20	مرتفعة
6	أشعر أن إنتاج المواد الصوتية باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي تسبب في تراجع المهارات الصوتية الإعلامية التي أتمتع بها.	2.72	1.11	متوسط

7	أرى أن لجوئي لأدوات الذكاء الاصطناعي في مونتاج الفيديوهات بشكل أسرع تسبب في نسياني لبعض مهاراتي التقليدية في المونتاج.	2.56	1.08	منخفض
#	**الدرجة الكلية**	**3.35**		

من خلال الجدول أعلاه، نجد أن المتوسط الحسابي لغالبية فقرات المحور الثاني قد سجل أعلى من 3.50، وهذا يشير إلى تأثير لأدوات الذكاء بدرجة أعلى من المتوسط، وقريبة من أن تكون مرتفعة على بعض المهارات الإعلامية بين الطلاب، خصوصاً مهارات: صياغة الأخبار، كتابة التقارير، والمقالات، التحقيق الصحفي، والتحليل النقدي والإعلامي، حيث سجلت جميعها متوسط حسابي بلغ أعلى من النصف، ما عدا مهارة الصوت والمونتاج، فقد سجلت متوسط حسابي أقل من النصف تمثل في 2.72 لمهارة الصوت و2.56 لمهارة المونتاج، وهذا يدل على عدم التأثر الكبير لهاتين المهارتين تحديداً بأدوات الذكاء الاصطناعي. كما أظهر الجدول، أن مهارات الطلبة في العموم قد تأثرت نتيجة الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية، فبلغ المتوسط العام لمحور تأثر المهارات ب 3.35، وهو أعلى من النصف بقليل، حيث أظهرت النتائج أعلاه تفاوت آراء الطلاب حول تأثر مهاراتهم، ولكن كان الاتجاه الأكبر للطلاب نحو وجود تأثير كبير لأدوات الذكاء الاصطناعي على مهاراتهم.

8.5 المحور الثالث: الانعكاسات الأخرى المترتبة على استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية.

يركز هذا المحور على فهم الانعكاسات الأخرى المترتبة على استخدام طلاب الإعلام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية وشعورهم من حيث فقدان الثقة بمستوى أدائهم الإعلامي، تشابه الأفكار، تراجع الإبداع.

الجدول (15) محور تأثير الاستخدام المتكررة لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية على مهاراتهم.

الرقم	الفقرة	متوسط	انحراف	مستوى الانعكاس
1	عند استخدامي لأدوات الذكاء الاصطناعي، تتشابه أفكاري وما أقدمه من محتوى إعلامي، مع الطلاب الآخرين	4.36	0.95	مرتفعة جداً
2	عند استخدامي لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي تزيد ثقتي أكثر بمستوى جودة المحتوى المقدم.	4.05	1.04	مرتفعة
3	أشعر بأن بالمحتوى الإعلامي الذي تقدمه أدوات الذكاء الاصطناعي أكثر إبداعاً من المحتوى الذي أقدمه بنفسي بدون مساعدة هذه الأدوات.	3.92	1.17	مرتفعة جداً
4	أرى أن الاستخدام المتكرر لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، يسبب تراجع في تنمية إبداع الطلاب في تخصص الإعلام	4.23	1.07	مرتفعة جداً
5	اعتقد أن أدوات الذكاء الاصطناعي تشكل تهديد على فقدان الطلاب لمهارات الإعلامية التقليدية على المدى البعيد	3.76	1.15	مرتفعة
#	**الدرجة الكلية**	**4.06**		

يظهر من خلال الجدول رقم (15)، أن متوسط استجابة أفراد العينة بلغ 4.36 للذين يجدون أن أفكارهم ومحتواهم يتشابه إلى حد كبير مع أقرانهم الآخرين عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، كما بيّن الجدول أن ثقة الطلاب

بمستوى المحتوى الذي يقدمونه تزداد أكثر مع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في توليد المواد الإعلامية بمتوسط حسابي بلغ 4.05، وهذا يدل على قلة ثقة الطلاب الكبيرة بجودة المحتوى الإعلامي الذي يقدمونه بأنفسهم.
وفي هذا الصدد، بلغ المتوسط الحسابي للطلاب الذين يجدون أن المحتوى الإعلامي الذي تقدمه أدوات الذكاء الاصطناعي أكثر إبداعاً من المحتوى الذي يقدمونه بأنفسهم بدون مساعدة هذه الأدوات ب 3.92، وهو مؤشر مرتفع أيضاً، فيما أكد أكثر من نصف أفراد العينة بمتوسط حسابي بلغ 4.23 على أن الاستخدام المتكرر لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، سبب تراجعاً في تنمية إبداعهم في تخصص الإعلام، كما وبينت النتائج أن غالبية الطلاب بمتوسط حسابي بلغ 3.76 يعتبرون أدوات الذكاء الاصطناعي تشكل تهديداً لمهارات الإعلامية التقليدية، وقد تُسَبب بفقدانها على المدى البعيد. فيما شكل متوسط جميع فقرات المحور الثالث 4.06 وهو متوسط مرتفع إلى مرتفع جداً، وهذا يؤكد على انعكاسات أدوات الذكاء الاصطناعي على طلبة الإعلام.

8.6 اختبار معامل الارتباط

في هذا القسم أجرت الباحثة اختبار بيرسون (تحليل معامل الارتباط)، لمعرفة مدى وجود علاقة ارتباطية ودالة احصائياً بين مفردات الدراسة، بهدف الحصول على إجابة حول فرضيات الدراسة.

جدول (16) يوضح توزيع العينة حسب السنة الجامعية

الرقم	فحص العلاقة ما بين كل من	معامل الارتباط (r)	Sig. (tailed)
1	العلاقة ما بين الاستخدام المتكرر لأدوات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على المهارات الإعلامية	0.459**	0.00
2	العلاقة بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وتشابه الأفكار بين الطلبة	0.566**	0.00
3	العلاقة ما بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وما بين ثقة الطلاب بمستوى جودة المحتوى الإعلامي الذي يتم توليده.	0.820**	0.00
4	العلاقة بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وما بين شعور الطالب أن المحتوى المقدم من قبل هذه الادوات أكثر إبداعاً من الذي يقدمونه بأنفسهم بدون اللجوء لهذه الأدوات.	0.606**	0.00
5	العلاقة ما بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وما بين شعور الطلاب بتراجع تنمية إبداعهم في تخصص الإعلام.	0.751**	0.00
6	العلاقة ما بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وما بين اعتبار الطلاب أن هذه الأدوات تشكل تهديد مستقبلي على المهارات الإعلامية التقليدية على المدى البعيد	0.882**	0.00

بناءً على الجدول أعلاه، أظهر اختبار بيرسون وجود علاقة ارتباطية موجبة ما بين استخدام الطلاب لأدوات الذكاء الاصطناعي وما بين تأثر مهاراتهم الإعلامية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (r=0.459) . كما تبيّن أيضاً وجود علاقة ارتباطية موجبة بين متغير استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وما بين تشابه أفكار الطلبة وما يقدمونه من مواد إعلامية فتمثلت قيمة معامل بيرسون (r=0.566)، وظهر من خلال الاختبار، وجود علاقة ارتباطية موجبة ما بين استخدام الذكاء الاصطناعي وما بين زيادة ثقة الطلاب بجودة المحتوى الذي يقدمونه، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (r=0.820)، وفي هذا السياق، أكدت نتيجة معامل بيرسون (r=0.606) على وجود علاقة ارتباطية قوية موجبة ما بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وما بين رؤية الطلاب للمحتوى المقدم من قبل هذه الادوات أكثر إبداعاً من الذي يقدمه الطالب بنفسه بدون اللجوء لهذه الأدوات.

ومن خلال البيانات الخاصة بنفس الجدول، ظهر وجود علاقة ارتباطية قوية ما بين متغير استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وما بين شعور الطلبة بتراجع تنمية الإبداع لديهم، حيث سجلت قيمة معامل بيرسون (r=0.751)، كما كشف اختبار بيرسون عن وجود علاقة ارتباطية موجبة ما بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وما بين شعور الطلبة بأن هذه الأدوات تشكل تهديداً على فقدان مهاراتهم الإعلامية التقليدية على المدى البعيد (r=0.882).

9 مناقشة النتائج:

1. أظهرت نتائج الدراسة التي تم إجرائها على عينة من طلاب تخصص تكنولوجيا الإعلام في جامعة خضوري فرع طولكرم، وشارك فيها 99 طالب وطالبة، أن 93.9% من الطلاب يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي، وهي نسبة مرتفعة جداً وتقارب إلى أن تصل لكافة أفراد العينة وهي نسبة تدل على الاهتمام بهذه التقنيات الحديثة وعلى الرغبة باستخدامها. فيما أظهرت ساعات الاستخدام اليومي لأدوات الذكاء الاصطناعي، تفاوتاً بين أفراد العينة، فعبر ما يقارب نصف أفراد العينة بنسبة تقدر ب 48% عن تراوح عدد ساعات استخدامهم اليومية لأدوات الذكاء الاصطناعي ما بين ساعة إلى ساعتين، حيث تأتي هذه النتائج كمؤشر حقيقي يعبر عن درجة الاستخدام والاعتماد المرتفع على هذه الأدوات يومياً من قبل الطلاب.

2. بيّنت نتائج التحليل عند سؤال الطلبة عن نسبة معرفتهم بأدوات الذكاء الاصطناعي، أن أفراد العينة بنسبة 46.5% يُقدّرون مستوى معرفتهم بأدوات الذكاء الاصطناعي المساعدة والمختصة بإنتاج المضامين الإعلامية بالمستوى الجيد، وبالمستوى الممتازة بنسبة 28.3%، وهذا مؤشر يعكس وعي الطلبة بفائدة ومزايا هذه الأدوات الحديثة ودورها في تسريع عملية الانجاز. وفي هذا الصدد عبر41.4% من الطلاب عن اعتمادهم على أدوات الذكاء الاصطناعي المنتجة للمواد الإعلامية بنسبة 50% عند توليد المواد الإعلامية، وهي تعبر عن مدى لجوء الطلبة لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية.

3. أظهرت استجابات أفراد العينة بنسبة 87.9% عن اهتمامهم بمتابعة التطورات التي تطرأ على أدوات الذكاء الاصطناعي، خصوصاً تلك المرتبطة بإنتاج المضامين الإعلامية وهذا جميعه يؤكد على رغبة الطلاب واهتمامهم باستخدام الأدوات الرقمية الحديثة وبمتابعة كل ما هو جديد في عالم الذكاء الاصطناعي، خصوصاً الشقّ المتعلق بالجانب الإعلامي.

4. أظهرت نتائج الدراسة أن الطلاب يعتمدون على أدوات الذكاء الاصطناعي بدرجة عالية جداً في عمليات التحرير والصياغة المتعلقة بكتابة الأخبار، المقالات، التقارير، التحقيقات الصحفية، وكتابة التحليلات النقدية والإعلامية، وحتى أنهم يستخدمونها في عملية تدقيق النصوص لُغوياً والتأكد من سلامتها وصحتها. ومع ذلك أظهرت نتائج ذات العينة، اعتماد الطلاب بنسبة أقل على أدوات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الصوتية أو المرئية منها كالفيديو والصور مقارنة بالاعتماد الكبير الذي ظهر في عمليات التحرير والصياغة. وعليه، شكل المتوسط الحسابي العام لمحور استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية ب 3.74، وهو متوسط مرتفع، وهذا يعني **رفض الفرضية الصفرية الأولى المتمثلة في:** لا يعتمد طلبة الإعلام على مساعدة أدوات الذكاء الاصطناعي بدرجة كبيرة في (كتابة الأخبار، التقارير، المقالات، التحقيقات الصحفية، انتاج المواد الإذاعية والمرئية، عمليات التحليل والنقد الإعلامي، صحة اللغة العربية).

5. عبّر الغالبية الكبرى من أفراد العينة عن تأثر وتراجع مهاراتهم في صياغة الأخبار نتيجة الاعتماد المتكرر على الأدوات الذكية، وكذلك الأمر بالنسبة للمهارات والقدرات المرتبطة بصياغة التقارير الإعلامية، المقالات، والتحقيقات الصحفية، وحتى مهارة التحليل النقدي والإعلاميّ، حيث أشارت متوسطات استجابة الطلاب المرتفعة على ضعف هذه المهارات بسبب الاستخدام المتكرر لأدوات الذكاء الاصطناعي. فيما سجلت متوسطات

استجابة الطلاب انخفاض تأثر مهاراتهم الصوتية أو مهاراتهم في المونتاج مع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، وربما هذا يعود أصلاً إلى الاستخدام المنخفض من قبل الطلاب لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الفيديو والصوت مقارنة بالمواد الإعلامية الأخرى. ولكن بشكل عام، بلغ المتوسط العام لكامل المحور المرتبط بتأثر المهارات الإعلامية بسبب الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي ب 3.35، وهو يعد مؤشر متوسط ويقارب إلى أن يكون مرتفعاً، ويؤكد على مدى تأثير الأدوات الرقمية الذكية على المهارات الإعلامية بين الطلاب.

6. أكدت نتائج الدراسة وتحليل اختبار بيرسون على وجود علاقة ارتباطية ايجابية خطية ما بين استخدام المتكرر لأدوات الذكاء الاصطناعي وما بين تراجع المهارات الإعلامية لدى الطلاب، وهذا **يعني رفض الفرضية الصفرية الثانية** التي نصت على: عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين استخدام طلبة الإعلام المتكرر لأدوات الذكاء الاصطناعي ومدى تأثر المهارات الإعلامية لديهم.

7. جاءت مؤشرات متوسطات استجابة أفراد العينة للمحور الثالث المرتبط بانعكاسات أدوات الذكاء الاصطناعي معبراً عن ارتفاع واضح في التأثر لدى الطلاب، حيث عبر متوسط غالبية أفراد العينة ب (3.36) عن مدى تشابه أفكارهم مع أقرانهم الآخرين، وهذا يؤكد على مدى تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي في بناء نُسخ وعقول متشابه، لا تختلف فيما بينها بالأفكار والآراء. وفي هذا الصدد، بيّنت نتائج الاختبارات الاحصائية أيضاً، وجود علاقة ارتباطية قوية ما بين استخدام الذكاء الاصطناعي وما بين تشابه الأفكار، **وهذا يعني دحض الفرضية الثالث** التي تنفي وجود علاقة بين استخدام أدوات الذكاء وما بين تشابه الأفكار بين الطلاب.

8. عبّرَ أفراد العينة بمتوسط حسابي مرتفع بلغ 4.05 على أن استعمالهم لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي تسبب في رفع ثقتهم بالمحتوى الإعلامي الذي يقدمونه في حال اعتمادهم على هذه الأدوات، كما أيدّ الطلاب بمتوسط حسابي عالي وصل إلى 3.92، أن المحتوى الإعلامي الذي تقدمه أدوات الذكاء الاصطناعي أكثر إبداعاً من المحتوى الذي يقدمونه بأنفسهم بدون مساعدة أدوات الذكاء، وهذا يعكس مدى ضعف وتراجع ثقة الطلاب بقدراتهم ومهاراتهم الإعلامية، ويدل أيضاً على مدى ارتباطهم واعتمادهم المفرط على هذه الأدوات.

9. أظهر المتوسط الحسابي الذي بلغ 4.23 لأفراد العينة تأكيدهم على أن أدوات الذكاء الاصطناعي تساهم في تراجع تنمية الإبداع لديهم، كما وأكد تحليل معامل بيرسون الذي أظهر وجود علاقة ارتباطية قوية ما بين الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية وما بين زيادة ثقة الطلاب بالمحتوى الذي يقدمونه عند اللجوء لهذه الأدوات. وظهر أيضاً في نتائج الدراسة، وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الطلبة لأدوات الذكاء وما بين تراجع تنمية الإبداع لديهم. وتأتي هذه النتائج **مخالفة للفرضية الرابعة والخامسة التي** ترى عدم وجود علاقة بينهما.

10. جاء متوسط استجابات الطلاب ليؤكد على أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي من وجه نظر الطلاب تشكل تهديد على مهاراتهم الإعلامية التقليدية على المدى البعيد، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية قوية بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وما بين اعتبارها مهدد حقيقي للمهارات التقليدية على المدى البعيد، **وهذا يخالف الفرضية الصفرية السادسة.**

11. جميع نتائج الدراسة تؤكد على التأثير الكبير لأدوات الذكاء الاصطناعي سواء على مستوى المهارات أو على مستوى التميز بالأفكار والإبداع، أو على مستوى ثقة الطلاب بما يقدمونه من مواد إعلامية بدون اللجوء لهذه الأدوات، وتبين هذه النتائج توافقها مع ما جاء في نظرية الحتمية التكنولوجية، حيث أظهرت النتائج، حتمية أدوات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها المرتفع على الطلاب الذين اتجهوا نحو استخدامها، فتبين أن اعتمادهم المفرط والمتكرر عليها ساهم في إحداث تغيرات على مستوى تفكيرهم، مهاراتهم، وثقتهم، وهذا ما أكدت عليه نظرية الحتمية التكنولوجية

حول تأثير الأدوات الحديثة على الأفراد، وعلى سلوكهم، وتصرفاتهم وعلى حتمية هذه الأدوات التي لا مفر منها إلا بالاندماج معها واستخدامها وفهمها للتخفيف من درجة تأثيرها على الإنسان.

10 التوصيات

إن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي ليس بالشيء الخاطئ، لكن الاعتماد المتكرر عليها وأخذ المحتوى حرفياً عن أدوات الذكاء الاصطناعي حتى بدون محاولة التفكير أو الإبداع في إنتاج المحتوى يسبب ضعف المهارات الأساسية، وهنا توصي الباحثة بضرورة القيام بدراسات تتضمن كيفية الاندماج والاستخدام المنضبط والصحيح لأدوات الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية، بحيث تكون داعمة للعملية التعليمية والانتاجية الإعلامية بدون أن تسبب في فقدان أو تراجع الإبداع أو المهارات الأساسية لدى طلاب كلية الإعلام، وهذا ما أكد عليه ماكلوهان حول نظرية الحتمية التكنولوجية حين أشار إلى أن فهم واستيعاب هذه الأدوات الحديثة يساهم في تقليل حتميتها وتأثيرها لأنه يصبح الشخص أكثر إدراكاً لهذه الأدوات بحيث يكون هو المطوع لها ويسخرها لخدمته ولمساعدته، لا مطيعاً لها ولما تنتجه من خوارزميات.

11 الخاتمة

في الختام لا بد لنا أن نفهم أن أبعاد أدوات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها، لأنه في حال لم نأخذ خطوة حقيقية وصحيحة لن يتوقف التأثير عند حدود تأثر المهارات فقط، بل سيمتد ليشمل أبعاد أخرى، وسيصل إلى حد التأثير على عملية بناء الأجيال الإعلامية القادمة، وتحديداً الإعلاميين الفلسطينيين المكلفين بحراسة الرواية والقضية الفلسطينية، والتعبير عنها بأفضل صورة ممكنة، وعلية، لابد من أخذ نتائج هذه الدراسة كمؤشر حقيقيّ، والعمل بخطة تفهم حيثيات هذه الأدوات وتراعي الاستخدام الصحيح لها، فاليوم يَعتَبر المجتمع أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي يعكس مفاهيم الرقي، والتحضر، ومواكبة التطور والتكنولوجيا، الأمر الذي تسبب في الذهاب والتوجه السريع نحوها بدون التفكير أو النظر إلى نشأتها، أو كيفية عملها ولصالح من تعمل. لذلك، يدعو هذا البحث كافة الاشخاص ذوي العلاقة للمساهمة في حفظ الأجيال الإعلامية الفلسطينية من عشوائية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، فهذه الأدوات مهما بلغت من الذكاء، والتطور، والقوة لا تستطيع أن ترى أو تفهم البعد الإنساني الذي تحمله الرسالة الإعلامية الفلسطينية، فهي في نهاية المطاف أدوات لا يمكنها التميز أو التفريق بين الخبر العاجل أو الخبر المؤلم.

12 قائمة المراجع

12.1 المراجع العربية

تواتي، نور الدين (2013). ماكلوهان مارشال... قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم. *مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 5(10)، 177-190.

جامعة بيرزيت. (دون تاريخ). مهارة. الأنطولوجيا العربية. تم الاسترجاع في 13 أبريل 2025، من https://2h.ae/wIED

الحازمي، مبارك. (2024). مستقبل الإعلاميين في ظل الذكاء الاصطناعي. *مجلة البحوث الإعلامية*، 80، 1–54.

راسل، ستيوارت .(2023) .ذكاء اصطناعي متوافق مع البشر: حتى لا تفرض الآلات سيطرتها على العالم (ترجمة مصطفى محمد فؤاد، وأسامة عبد العليم). القاهرة: مؤسسة هنداوي. (نُشر أصلاً في 2019).

شمس الدين، فتحي. (2022). رؤية القائم بالاتصال لمستقبل الإعلاميين في عصر الذكاء الاصطناعي: إعلام الروبوت نموذجًا. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، 24(2)، 1–50.

عبد الرحمن، غادة. (2022). دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المهارات الإبداعية للإعلاميين: دراسة ميدانية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 18.(1)

عبد الرزاق، مي. (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: الواقع والتطورات المستقبلية.. دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 81(1)، 1-74.

عقوني، محمد. (2024). *مهارات الصحافة والإعلام* [كتاب إلكتروني]. مكتبة نور. https://www.noor-book.com/

ماكلوهان، مارشال. (1975). *كيف نفهم وسائل الاتصال* (ترجمة: خليل صابات، محمد محمود الجوهري، السيد محمد الحسيني، وسعد لبيب؛ تقديم ومراجعة: خليل صابات). دار النهضة العربية، القاهرة.

المزاهرة، منال هلال. (2018). *نظريات الاتصال*(ط1). عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

معهد الدراسات المصرفية. (2021). إضاءات: الذكاء الاصطناعي .السلسلة 13، العدد 4. الكويت. https://kibs.edu.kw/wp-content/uploads/2021/10/March-2021-Artificial-Intelligence.pdf

الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي. (2024). الذكاء الاصطناعي (سلسلة الذكاء الاصطناعي التنفيذيين، الإصدار الثالث).https://2h.ae/sanR

12.2 المراجع الأجنبية

Biswal, S. K., & Gouda, N. K. (2020). Artificial intelligence in journalism: A boon or bane? In S. K. Bhoi, D. K. Jena, P. K. Mallick, & M. S. Obaidat (Eds.), *Optimization in machine learning and applications* (pp. 155–167). Springer.

Insight Studios. (n.d.). *Media production*. Retrieved April 13, 2025, from https://insightstudios.sa/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%A7%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A/

Johnson, C. C., Walton, J. B., Strickler, L., & Elliott, J. B. (2023). Online teaching in K-12 education in the United States: A systematic review. *Review of Educational Research, 93*(3), 353–411.