

اتجاهات النخبة الإعلامية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل

الإذاعي (دراسة ميدانية لبعض الإذاعات في مدينة بنغازي وهي وكالة الأنباء الليبية وإذاعة بنغازي المحلية وإذاعة صوت بنغازي) من 1-6-2026 الى 30-6-2026

هند بوبكر عيسى القناشي _ كلية الإعلام – جامعة بنغازي

remaxhosamphone1@gmail.com

DOI <https://doi.org/10.36602/famj.2026.23.13>

تاريخ النشر: 2026/8/18

تاريخ القبول: 2026/8/3

تاريخ الاستلام: 2026 /7./3

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة الى رصد اتجاهات النخبة الإعلامية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي في مدينة بنغازي، وسعت الدراسة الى الكشف عن اهم التحديات والمقترحات المستقبلية التبنى الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت أسلوب المسح من خلال استخدامها الاستبان الالكترونية كاداة لجمع البيانات من عينة مكونة من (29) اعلاميا من مختلف قنوات الاذاعية وهي (إذاعة بنغازي محلية – وكالة الأنباء الليبية- إذاعة صوت بنغازي) في مدينة بنغازي

توصلت الدراسة الى عدد من النتائج كشفت ان جاهزية المؤسسات لتطبيق الذكاء الاصطناعي ما تزال متوسطة، حيث اتسمت الآراء بالحياد بشأن توفر البنية التحتية، كما جاءت التسهيلات المتاحة ضمن المستوى المتوسط مع وجود بعض الجوانب الضعيفة، بينت النتائج وجود تحديات بشرية وتنظيمية أمام توظيف الذكاء الاصطناعي، تمثلت في نقص الكفاءات المتخصصة (75.8%)، وضعف البرامج التدريبية، ووجود ممانعة داخل بعض أقسام الإذاعات تجاه تبني هذه التقنيات (72.4%)، إضافة إلى أن وجود سياسات رقمية واضحة لتنظيم استخدامها جاء بدرجة متوسطة.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي – الإعلام – الإذاعة – التحول الرقمي

Media Elites' Attitudes Toward the Employment of Artificial Intelligence Applications in Radio Broadcasting: A Field Study of Selected Radio Stations in the City of Benghazi: Study Sites: The Libyan News Agency, Benghazi Local Radio, and Sawt Benghazi Radio.

.Hind Boubakr Issa Al-Qanashi, Faculty of Media, University of Benghazi.

Abstract.

This study aimed to examine the attitudes of media professionals toward the use of Artificial Intelligence (AI) applications in radio broadcasting in the city of Benghazi. It also sought to identify the major challenges and future proposals for adopting AI in radio broadcasting. The study employed the descriptive research method and adopted the survey approach, using an electronic questionnaire as the data collection instrument. The study sample consisted of 29 media professionals from various broadcasting institutions, namely Benghazi Local Radio, the Libyan News Agency, and Sawt Benghazi Radio, all located in the city of Benghazi.

The study reached several findings. It revealed that the readiness of media institutions to implement AI remains at a moderate level, as respondents expressed neutral views regarding the availability of the necessary infrastructure, while the available facilitating conditions were also rated as moderate, with some aspects identified as weak. The findings further indicated the existence of human and organizational challenges hindering the adoption of AI, including a shortage of specialized AI professionals (75.8%), insufficient training programs, and resistance within some radio departments to adopting these technologies (72.4%). In addition, the existence of clear digital policies regulating the use of AI was found to be at a moderate level.

Keywords: Artificial Intelligence (AI); Media; Radio Broadcasting; Digital Transformation.

المقدمة:

الإعلام بصفة عامه والعمل الإذاعي بصفة خاصة شهد في العالم ثورة هائلة بفضل التطورات التقنية وما أحدثته الثورة الرابعة التي تسعى لطمس الحدود بين البشر والآلة حيث ادي ذلك الى ظهور الإعلام بشكل جديدا يتعامل فيه مع الذكاء الاصطناعي ويتأثر ويأثر فيه، أن هذه التطورات تقود الى إحداث تغييرات جوهرية في آليات العمل الإذاعي ومخرجاته واحداث ثورة في العمل الإذاعي.

هذه التقنيات أصبحت تتطور يوما بعد يوم وتحدث بما فيها من تحويل النصوص الي صوت وتحرير الصوتي و الواقع الافتراضي والمعزز والروبوتات وتوليد اللغة بشكل الطبيعية والبيانات الضخمة وبرامج الذكاء الاصطناعي وتحليل تفاعل وردود الجمهور عبر الخوارزميات الي اخرها من تطورات تم استخدامها في العمل الإعلامي والاذاعي، والتي تساهم بشكل كبير في الحياة اليومية بما توفره من خدمات وتحسينات تساعد القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الاذاعية على صياغة الرسائل الإعلامية وفقا لرغبة الجمهور المستمعين، لذلك فان التطورات التقنية في العمل الإذاعي أصبحت ابرز محركات التطوير والتغيير والابتكار في الوقت الحالي لما تقدمه من تسهيلات في العمل الإذاعي من اختصار للوقت والجهد وتجسيد للواقع بفضل التقنيات الرقمية، تساهم في تشكيل بيئات إنتاجية اكثر تنوعا وابداعيا وتقديم خيارات ذات كفاءة وسرعة ودقة عالية ، وتمهد الطريق لما يمكن ان نسميه بالإبداع التكنولوجي الموجه

من هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على اتجاهات النخبة الإعلامية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، ومحاولة كشف التحديات التي تعيق ها التبنّي، والفرص التي يتيحها التطور التكنولوجي للممارسة العمل الإذاعي، حيث تختبر الدراسة كيفية فهم وتفاعل الإذاعيين مع هذه التقنيات ، وتسلط الضوء على التغييرات التي طرأت في دور الإذاعي نتيجة لتبني المتزايد لهذه التقنيات، وكيف يؤثر ذلك على مستقبل الإذاعة و رصد فرص الاستفادة المستقبلية، بما يساهم في صياغة توصيات عملية تعزز من قدرة الإذاعات المحلية على مواكبة التطور الرقمي العالمي.

الدراسات السابقة:

شهد مجال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته المتعددة تنامياً ملحوظاً في الحقل الأكاديمي خلال الآونة الأخيرة، ولا سيما في الدراسات الإعلامية التي ركزت على تطوير العمل الإذاعي. وفي هذا الإطار، تستعرض الباحثة جملة من الدراسات السابقة التي صُنفت ضمن محورين رئيسيين: يتقصى المحور الأول آليات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإذاعية ورصد اتجاهات القائم بالاتصال نحوها، بينما يركز المحور الثاني على استشراف مستقبل العمل الإذاعي في ظل هذه التقنيات، ملقياً الضوء على تداعياتها وانعكاساتها على مختلف المستويات المهنية والهيكلية.

المحور الأول: آليات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإذاعية ورصد اتجاهات القائم بالاتصال نحوها

تناولت دراسة عصام وأنيس (سنة 2024) إشكالية دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإذاعات الجزائرية، بالتطبيق على إذاعي سكيكدة وقسنطينة. وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي لجمع البيانات عبر صحيفة استقصاء وُزعت على عينة قصدية شملت (42) مبحوثاً. وتوصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج المحورية، أبرزها أن إدراك الإعلاميين لجاهزية مؤسساتهم نحو التحول الرقمي الذكي لا يزال عند المستوى المتوسط. وفيما يتعلق بالممارسة المهنية، أظهرت الدراسة انحسار استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجالات محدودة، تصدرتها أنظمة الرد الآلي لإدارة العلاقة مع المستمعين (بلفحري، قروط، 2024).

جاءت دراسة سمر علي حسن محمد (سنة 2023) إلى رصد اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، حيث وظفت الباحثة منهج المسح كمياً وكيفياً وأسلوب المقارنة المنهجية وكذلك أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة، استخدمت نظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (112 مفردة) بواقع 54 من النخبة الإعلامية و58 من النخبة الأكاديمية، اشارت الدراسة الي توقع 73.2% من عينة الدراسة الي انتشار المضمون الصحفي الذي يعتمد علي الوسائط المتعددة والذكاء الاصطناعي مع تراجع المضمون التقليدي، تراجع دور الصحفي البشري وبروز دور

المبرمجين والمطورين كأبرز التأثيرات السلبية المتوقعة، وجاء تمكن المؤسسات الصحفية من تغطية الأحداث في مناطق النزاع دون تعرض الصحفيين للخطر وكذلك الفورية في نشر الاخبار في مقدمة التأثيرات الإيجابية المتوقعة عند توظيف الذكاء الاصطناعي (محمد، 2023). جاءت دراسة بشري الحمداني (سنة 2024) للتعرف على دور تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثير ذلك على عملهم المهني ودوره في الحد من نشر الاخبار الزائفة، وقد استخدمت الباحثة العينة العمدية للصحفيين العراقيين وكان عددهم 251 مفردة وقد استخدمت الباحثة النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، كان من ابراز نتائجها ان استخدام الذكاء الاصطناعي يسهل العمل الصحفي ويسرع وصول المعلومة بأكثر من شكل، وساهم في تحويل النصوص لبيانات مختلفة الاشكال (الحمداني، 2024).

جاءت دراسة سارة يوسف الزباني (سنة 2025) لاستقصاء عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير البرامج الاذاعية من خلال دراسة ميدانية على العاملين بإذاعي مصراته وليبيا الوطنية وكانت العينة تعددها 60 مفردة، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي واستخدمت الباحثة الاستبيان لجمع البيانات وتحليلها ومعرفة مستويات المعرفة والتحديات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الإذاعي، توصلت النتائج ان استخدام الفعلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي مزال محدود بالرغم من انهم يمتلكون معرفة جيد حول استخدامه ، كما كشفت نتائج قصور في البيئة التحتية التقنية ونقص الكفاءات البشرية المؤهلة، اوصت الدراسة بضرورة صياغة سياسة رقمية واضحة مع برنامج التدريبات لتطوير بنية تقنية تواكب تحولات العالمية مع الحفاظ على التوازن بين الابداع البشري والابتكار التقني (الزباني، 2025).

المحور الثاني: استشراف مستقبل العمل الإذاعي والإعلامي في ظل توظيف الذكاء الاصطناعي

اتجهت هذه الدراسات إلى استشراف مستقبل العمل الإذاعي والإعلامي في ظل توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودور هذه التطبيقات في تغيير مسار الإذاعة التقليدية وتأثيرها على الإذاعيين وما يواجهه المهنة من تحديات أخلاقية ومهنية في ظل هذه التطبيقات التكنولوجية.

كشفت دراسة إنجي لطفي (سنة 2021) المتعلقة بمستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية أن عدم تطور البنية التحتية كان أكبر تحديات المستقبلية التي تواجه المؤسسات الإعلامية عند توظيف الذكاء الاصطناعي، توصلت الدراسة الى ضرورة احداث تكامل بين البشر والآلة وتدريب جيل جديد من الإعلاميين قادرين على توظيف هذه التقنيات مع الاستعانة بالمطورين والمبرمجين (لطفي، 2021).

كشفت دراسة نجم عبد الله الراشد (سنة 2024) كيفية تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي وكيفية تأثيرها على صناعة الإعلام في مستقبل، كما اشار الباحث ان التكنولوجيا المعلومات تساهم في تشكيل بيئة رقمية جديدة وتساهم في تحسين جودة المحتوى وتبسيط العمليات الإنتاجية، واعتمدت البحث على منهجية بحثية شاملة واستبيان الالكتروني، وتوصي الدراسة بضرورة الاهتمام العاملون بتقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة المحتوى وتبسيط العمليات الإنتاجية(الراشدي، 2024).

كشفت دراسة خالد لراة (لسنة 2023) حول تأثير الذكاء الاصطناعي على هوية الوظيفة للإعلام ، ومستقبل مهنة الاعلام في ظل بروز الذكاء الاصطناعي حيث ركز الباحث على سؤال واحد هل ستلجأ المؤسسات الإعلامية مستقبلا الى الاستغناء عن صحافيها واستبدالهم بالروبوتات والتقنيات الذكاء الاصطناعي لصناعة محتوياتها الإعلامية؟ وقد توصل الباحث الى عدة نتائج أهمها ليس بالإمكان الجزم ان الأدوات الذكاء الاصطناعي سوف تحل محل الصحفي في عملية الإنتاج الإعلامي بل بينهم هي علاقة تكاملية، توصلت الدراسة الى ان استخدام الذكاء الاصطناعي وتقنياته في بعض حالات ينتج معلومات ناقصة ومتحيزة لجهة معينة وهذا قد يخل بأخلاقيات المهنة(لراة، 2023).

جاءت دراسة تهاني القماطي (لسنة 2026) هدفت التعرف على اتجاهات النخبة الإعلامية في مدينة مصراته نحو توظيف التقنيات الذكاء الاصطناعي في العملية الإعلامية، سعت للكشف عن اهم التحديات والمقترحات المستقبلية لتبني هذه التقنيات؛ أظهرت النتائج ان معظم المشاركين لديهم اتجاهات إيجابية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي، وخلصت الدراسة ان توظيف الذكاء الاصطناعي أصبح ضرورة مهنية(القماطي، 2026).

تعقيب على الدراسات السابقة

اعتمدت اغلب الدراسات على النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا سعدت هذه النظرية على نشر الأفكار المستحدثة والحتمية التكنولوجية أصبحت كمدخل أساسي اعتمدت عليها اغلب الدراسات السابقة.

اعتمد اغلب الباحثين في دراساتهم على منهج الوصفي واستخدم المسح لعينة الدراسة من الإعلاميين، وركزوا على الشق الميداني في دراساتهم في رصد اتجاهات الإعلاميين تجاه الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، بينما تم إهمال جانب التحليلي.

اعتمدت اغلب دراسات على الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة.

ان اغلب الدراسات قدمت رؤى مختلفة بشأن مستقبل توظيف الذكاء الاصطناعي بعضها إيجابي متفائل بالمستقبل للعمل الإعلامي والإذاعي.

مشكلة الدراسة

في ظل الثورة التكنولوجية المتسارعة، برز الذكاء الاصطناعي كواحد من أبرز التحولات الرقمية التي تهدف لمحاكاة القدرات الذهنية البشرية عبر الآلات، وقد فرضت هذه التقنيات واقعاً جديداً على المؤسسات الإعلامية، دفعها نحو ضرورة تبني أدوات الذكاء الاصطناعي لتطوير مفاهيم وقيم مهنية تواكب العصر، مما أدى إلى تحولات جوهرية في بنية العمل الإذاعي، وانطلاقاً من ذلك تتمحور مشكلة الدراسة الحالية حول استقصاء اتجاهات النخبة الإعلامية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإذاعية الليبية، بالتطبيق على وكالة الأنباء الليبية وإذاعة بنغازي المحلية وصوت بنغازي.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة من الناحية العملية استجابة حادة في المكتبة الإعلامية الإذاعية الليبية لدراسات وبحوث تتناول توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي. جاءت أهمية هذه الدراسة من خلال انها تقدم اطار نظريا يركز على تقنيات الذكاء الاصطناعي باعتبارها احد أنماط الإعلامية الجديدة التي جاءت استجابة لتطورات الحداثة في مجال الإعلام. من الناحية التطبيقية تأتي هذه الدراسة لرصد اتجاهات النخبة الإعلامية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، ورصد انعكاساتها على الممارسة المهنية، والوقوف على اتجاهاتهم نحو إيجابيات وسلبيات توظيف النخبة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي .

أهداف الدراسة:

المهدف الرئيس:

يتمثل المهدف الرئيس للدراسة في " رصد اتجاهات النخبة الإعلامية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، ورصد انعكاساتها على الممارسة المهنية."

الأهداف الفرعية:

التعرف على الاتجاهات (الإيجابية والسلبية) المترتبة على دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في المنظومة الإذاعية.

التعرف على مدى أهمية توظيف التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء الإذاعي.

الكشف عن أبرز مجالات ونماذج استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي الحالية داخل المؤسسات الإعلامية محل الدراسة.

قياس تأثير متغيرات النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) على تشكيل اتجاهات النخبة نحو تبني التقنيات الذكية.

الكشف عن وجهة نظر الباحثين لملامح مستقبل التحديات التي توجه الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي.

رصد المقترحات النخبة الإعلامية لتحقيق التوظيف الأمثل لأدوات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإذاعية.

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيس:

"ما اتجاهات النخبة الإعلامية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، وما الانعكاسات المترتبة على ذلك؟"

التساؤلات الفرعية:

ما طبيعة التأثيرات (الإيجابية والسلبية) المتوقعة لدمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بنية العمل الإذاعي من وجهة نظر النخبة؟

ما مدى إدراك النخبة الإعلامية لأهمية وجدوى تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الممارسة الإذاعية؟

ما أبرز المجالات والوظائف الإذاعية التي يمكن إسنادها لتطبيقات الذكاء الاصطناعي حالياً ومستقبلاً؟

ما مدى تأثير متغيرات النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) (توقعات الأداء، الجهد، التأثير الاجتماعي، التسهيلات) في تشكيل اتجاهات النخبة نحو هذه التقنيات؟

ما هي الرؤية الاستراتيجية للنخبة الإعلامية حول مستقبل العمل الإذاعي في ظل التوسع في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

ما درجة الانتشار المتوقعة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإذاعية خلال المدى الزمني المنظور؟

ما هي المقترحات والرؤى التي تقدمها النخبة لتعظيم الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الإذاعي الليبي؟

الإجراءات المنهجية:

نوع ومنهج الدراسة

اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي بأسلوب المسح الميداني، فهو يلائم دراسة الظواهر الإعلامية وتحليل العلاقات بين متغيراتها، ويساعد هذا المنهج على المسح كميًا وكيفيًا للظاهرة محل الدراسة وجمع البيانات كميًا وكيفيًا عن ظاهره لفهم واقع توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من النخبة الإعلامية العاملة في المؤسسات الليبية الرسمية داخل مدينة بنغازي في القنوات المسموعة (إذاعة بنغازي محلية - وكالة الأنباء الليبية - إذاعة صوت بنغازي) تتكون من مدراء القنوات ونوابهم وسكرتارية ورؤساء الأقسام والمعددين والمذيعين ومحررين ورئيس التحرير ومراسل الصحفي وأصحاب الخبرة، تتكون العينة من العينة العمدية قوامها (29اعلاميا)

أدوات جمع البيانات:

استخدمت هذه الدراسة صحيفة الاستقصاء الإلكترونية الذي تم إرساله للمبحوثين من قنوات المسموعة، تم إرسالها إلى عينة الدراسة وهي عينة عمدية قوامها (29اعلاميا) في قنوات (إذاعة بنغازي محلية - وكالة الأنباء الليبية - إذاعة صوت بنغازي) حيث تم إرسال صحيفة الاستقصاء من خلال البريد الإلكتروني ومجموعات الواتس إلى المبحوثين، تمثل المد الزمني لتطبيق الدراسة في الفترة من بداية شهر يونيو 2026 إلى نهاية شهر يونيو 2026

النظرية المفسرة للبحث:

اعتمدت الدراسة على نظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا كمدخل نظري التي أسسها العالم davis عام 1989م، تطورت هذه النظرية على يد venkatash وزملائه في عام 2003م، تهدف هذه النظرية الى فهم وتفسير نية وسلوك الاستخدام ومدي تقبل استخدام الافراد للأدوات التقنية الحديثة، ومدي قبولها من قبل القنوات والمؤسسات الاعلامية، تتكون هذه النظرية من أربع عناصر هي:

التسهيلات المتاحة يتعلق هذا العنصر بمد توفر الإمكانيات اللازمة لاستخدام التطبيقات الرقمية والتقنية كتوفر الانترنت والحواسيب والهواتف الحديثة وغيرها من التقنيات الحديثة، حيث يقصد بها هنا مدى اعتقاد الفرد بان البنية التحتية والتطبيقات موجودة لدى المؤسسة او الفرد هل تناسب هذا التطور الحديث (البديري وكاظم، 2025).

العوامل الاجتماعية يقصد الي أي مدي يعتقد الافراد ان الآخرون يقدرّون استخدامهم لتقنيات والتطبيقات الرقمية كرؤسائهم ومدراهم وزملائهم والجمهور يقدرّون تعاملهم مع هذه التطبيقات الذكية.

الجهد المتوقع يقصد به سهولة استخدام التقنيات، قد يقارن الإعلاميين الجهد والوقت المبذول لاستخدام التقنيات الرقمية لتحقيق غرض معين مقارنة مع الوسائل الاعلام التقليدية.

الأداء المتوقع يقصد به مكسب المتوقع عند الأداء الوظيفة من خلال استخدامهم للتقنية الذكية، أي هي الفائدة المرجوة من وراء استخدام التطبيقات الذكاء الاصطناعي، يعتقد ان الإعلاميين عند استخدام التقنيات والتطبيقات الذكية فهي تساعدهم في تسهيل وتحسين أدائهم في العمل الإذاعي (إبراهيم، 2022).

الإطار المعرفي:

اهداف من استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي:

تهدف التطبيقات الذكاء الاصطناعي الى تحقيق عدد من الأهداف الرئيسية في العمل الإذاعي،
منها:

تنفيذ المهام المعقدة بسرعة ودقة عالية دون تدخل بشري مستمر، حيث تولد الاخبار بشكل آلي
دون تدخل بشري، تقديم حلول لمشكلات لا يستطيع العنصر البشري التعامل معها بنفس
السرعة والدقة.

تحسين جودة العمل الإذاعي في مختلف المجالات عبر تحليل واتخاذ القرارات الذكية، واستخدام
تقنيات متقدمة لكشف عن الاخبار الزائفة ومكافحة التضليل الإعلامي.

من خلال المساعدة الذكية تدعم الأشخاص في اتخاذ القرارات وإدارة الأعمال عبر وكلاء رقميين
او روبوتات ذكية حيث تساعدهم في اعداد التقارير المالية والاخبار العاجلة، تجعل المؤسسة
تدخل المنافسة بسرعة التحديث.

تساعد التقنيات على دفع عجلة الابتكار من خلال قدرتها على اكتشاف أنماط جديدة وتحليل
معطيات ضخمة، التحقق من صحة الاخبار واستخدام تقنيات متقدمة لكشف الاخبار الزائفة
ومكافحة التضليل الإعلامي.

تحليل المشاعر وفهم توجهات الجمهور تجاه موضوعات معينة ودعم اتخاذ القرارات التحريري
وتفاعل مع الجمهور من خلال روبوتات المحادثة التي تقدم الدعم الفوري وتجييب على استلثهم
(عبدالله، 2019).

التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي:

العمل الإذاعي في المؤسسة يواجه صعوبة في البنية التحتية التقنية، وضعف الكفاءات البشرية
القادرة على التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي بفعالية.

يستطيع الذكاء الاصطناعي تكوين محتوى مزيف لا يمكن التميز بينه وبين الواقع، وأصبح قضية
نزوير المحتوى والفيديوهات المزيفة يهدد ثقة الجمهور بالإعلام.

تخشى المؤسسات الإعلامية ان تحل التطبيقات الرقمية محل المذيعين والمحررين في جمع وصياغة الأخبار وهذا راجع الي الخوف من تراجع الدور البشري للإذاعي، يرجع ذلك الى مدي مصداقية المصدر وشفافية الإنتاج (متولي وجمعة، 2022).

التعريفات الإجرائية للدراسة:

يعرف الاتجاه اجرائيا بانه ذلك السلوك أو الشعور أو استعداد النفسي الذي يبيده الإعلاميين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي انطلاقا من معارفهم المكتسبة نحو التقنية.

الاتجاه في لغة من فعل اتجه اتجاها أي قصد توجهه، اتخذ وجهة له (قماطي، 2026).

النخبة الإعلامية هي الفئة المختارة من العاملين في الإذاعات بمدينة بنغازي، وتشمل المذيعين والمحررين ورؤساء التحرير.

الذكاء الاصطناعي يرتبط مفهوم الذكاء الاصطناعي بالذكاء المرتبط بالأجهزة الرقمية أو الإلكترونية مثل الروبوتات، الكمبيوتر، الأجهزة الخلوية.

مصطلح الذكاء الاصطناعي يشير الي الأنظمة أو الأجهزة التي تحاكي الذكاء البشري لأداء المهام حيث تحسن من نفسها من خلال معلومات التي تجمعها استفادت الإذاعة المسموعة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي من خلال تقنيات البث الصوتي البودكاست وتقنيات الواقع الافتراضي تقنية الواقع المعزز تقنيات الروبوت المذيع (الزياني، 2025).

التوظيف هي العملية التطبيقية التي يتم من خلالها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جانبيين العملي والمنهجية في كافة مراحل العمل الإذاعي من الإعداد الى البث

العمل الإذاعي هو العمل المسموع الذي يهدف الى تقديم البرامج المسموع التي تبث عبر الأثير او المنصات الرقمية للجمهور المستمعين داخل ليبيا (15)

إجراءات الصدق والثبات:

حساب ثبات المقياس باستخدام اختبار ألفا كرونباخ

المقياس	العبارات	ألفا كرونباخ	الصدق الذاتي
ثبات المقياس ككل	71	.879	.938

تشير نتائج اختبار الثبات والصدق إلى أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، حيث بلغ معامل ألفا كرونباخ (0.879)، كما بلغ معامل الصدق الذاتي (0.938) مما يؤكد صلاحية الأداة وموثوقيتها للاستخدام في الدراسة.

مقياس الدراسة وتفسير المتوسطات الحسابية

اعتمدت الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي لتحديد درجة استجابة أفراد العينة على عبارات الاستبانة، حيث تم إعطاء كل استجابة وزناً رقمياً يتراوح بين (1-5)، بحيث يمثل الرقم (1) درجة عدم الموافقة بشدة، بينما يمثل الرقم (5) درجة الموافقة بشدة. ولتفسير المتوسطات الحسابية الناتجة عن استجابات أفراد العينة، تم تحديد طول الفئة من خلال حساب المدى للمقياس، ثم تقسيمه على عدد الفئات، وذلك بهدف تحديد الحدود الفاصلة بين مستويات الاستجابة المختلفة.

وبناءً على ذلك، تم اعتماد التصنيف الآتي لتفسير المتوسطات الحسابية: إذا تراوح المتوسط الحسابي بين (1.50-1.00) فإن مستوى الاستجابة يكون منخفضاً جداً، ومن (1.51-2.33) يكون منخفضاً، ومن (2.34-3.15) يكون متوسطاً، ومن (3.16-3.97) يكون مرتفعاً، بينما يعد المتوسط الذي يبلغ (3.98) فأكثر مرتفعاً جداً، وقد تم استخدام هذا التصنيف للحكم على مستوى توافر متغيرات الدراسة وأبعادها، والمتمثلة في: الجهد المتوقع، الأداء المتوقع، التأثير الاجتماعي، التسهيلات المتاحة، النية السلوكية، التأثيرات الإيجابية المتوقعة، والتأثيرات السلبية المتوقعة، وكذلك لتفسير نتائج المحاور المختلفة وفقاً لمستوى استجابات أفراد العينة.

تصحيح مقياس الدراسة

الوصف	الوزن	القياس	المتغيرات وأبعادها	الوسط المرجح
منخفض جداً	1	غير موافق بشدة	الجهد المتوقع، الأداء المتوقع، التأثير الاجتماعي، التسهيلات المتاحة، النية السلوكية، التأثيرات الإيجابية والسلبية المتوقعة	≤ 1.50
منخفض	2	غير موافق		1.51 – 2.33
متوسط	3	محايد		2.34 – 3.15
مرتفع	4	موافق		3.16 – 3.97
مرتفع جداً	5	موافق بشدة		3.98+

مجالات الدراسة:

المجال المكاني: قمنا بإجراء هذه الدراسة على الإذاعات وهي راديو بنغازي محلي ووكالة الأنباء الليبية وصوت بنغازي، حيث تم اختيارهم كنموذج من المؤسسات الإعلامية داخل مدينة بنغازي.

المجال البشري: لقد تم توزيع الاستمارات على أفراد العينة وهم الإعلاميين في الإذاعات في بنغازي وهي راديو بنغازي المحلية ووكالة الأنباء الليبية وصوت بنغازي والذي بلغ عددهم (29) إعلامي

المجال الزمني: امتدت الدراسة لهذا الموضوع من 2026-6-1 إلى 2025-6-30.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: البيانات الأولية:

الجدول (1) يبين العينة حسب الجنس

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	14	48.3
إناث	15	51.7
المجموع	29	100

يتضح أن الاناث يشكلون النسبة الأكبر من العينة (حوالي أكثر من نص المشاركين) مما يشير الي مشاركة أكبر للإناث في الدراسة محل البحث.

الجدول (2) يبين توزيع العينة حسب الفئة العمرية

العمر	التكرار	النسبة المئوية
من 25 سنة إلى اقل من 35 سنة	10	34.5
من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة	10	34.5
45 سنة فأكثر	9	31
المجموع	29	100

الفائتين العمرية (من 25 سنة الي اقل من 35 سنة) و (من 35 سنة الي اقل من 45 سنة)هي الأكثر تمثيلاً، مما يعكس ان اغلب المستجيبين في سن العمل الفعلي داخل القنوات الاذاعية.

الجدول (3) يبين توزيع العينة حسب المؤهل الدراسي

المؤهل التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
جامعي	23	79.3
دراسات عليا (ماجستير – دكتوراة)	6	20.7
المجموع	29	100

يتضح ان اغلب المشاركين يحملون المؤهل الجامعي، أي تشير الي ان معظم العينة الدراسة من فئة الإعلاميين ذوي المؤهل الجامعي الأساسي.

الجدول (4) يبين توزيع العينة حسب سنوات الخبرة

الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 10 سنوات	13	44.8
من 10 إلى أقل من 20 سنة	8	27.6
سنة فأكثر	8	27.6
المجموع	29	100

يتضح ان اغلب المشاركين لديهم خبرة اقل من عشرة سنوات في مجال الإذاعي، مما يشير الى مشاركة الفئة ذات الخبرة اقل من عشرة سنوات في الدراسة محل البحث.

الجدول (5) يبين توزيع العينة حسب المؤسسة

المؤسسة	التكرار	النسبة المئوية
راديو بنغازي المحلي	4	13.8
راديو وكالة الانباء الليبية	18	62.1
راديو صوت بنغازي	7	24.1
المجموع	29	100

يتضح ان اغلب المشاركين من راديو وكالة الانباء الليبية، مما يشير مشاركة المبحوثين في راديو وكالة الانباء الليبية أكثر من قنوات الاخر.

الجدول (6) يبين توزيع العينة حسب طبيعة العمل

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
مذيع	5	17.2
معد برامج	4	13.8
مهندس صوت	4	13.8
إداري	9	31
مخرج	3	10.3
وظائف مشتركة	4	13.8
المجموع	29	100

يتضح ان فئة الإداريين تشكل النسبة الأكبر من العينة (نحو 31%)، تليها فئة المذيعين (نحو 17.2%)، ثم فئات الأخرى بنسبة متساوية وهي فئة معديين البرامج ومهندسين صوت ووظائف اخر بنسبة (13.8)، جاء المخرجين اقل نسبة (حوالي 10.3)، مما يشير الي تعدد الأدوار داخل الإذاعات الإعلامية ، تظهر تمثيلا متوازنا للعاملين في مجالات الإدارية ،ومجالات التحرير، والانتاج الإعلامي.

الجدول (7) يبين مستوى اهتمام عينة الدراسة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسة التي تعمل بها

ما مستوى أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسة التي تعمل بها؟	التكرار	النسبة المئوية
غير مهم تماما	2	6.9
مهم إلى حد ما	15	51.7
مهم جدا	12	41.4
المجموع	29	100

يتفق حوالي (51.7) من فئة مهم الى حد ما على أهمية الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية اخذت أكبر نسبة من عينة الدراسة، بينما جاءت في المرتبة الثانية مهم جدا بنسبة (حوالي 41.4)، مما يشير الى الاهتمام بالذكاء الاصطناعي بدرجة كبيره في المؤسسات محل الدراسة.

الجدول (8) يبين مدى معرفة عينة الدراسة بمفهوم الذكاء الاصطناعي

المعرفة بمفهوم الذكاء الاصطناعي لدى عينة الدراسة	التكرار	النسبة المئوية
لا أوافق بشدة	0	0
لا أوافق	2	6.9
محايد	4	13.8
موافق	20	69.0
أوافق بشدة	3	10.3
المجموع	29	100

تتفق عينة الدراسة على معرفة المفهوم الذكاء الاصطناعي جاءت بموافق أكبر نسبة بحوالي (69.0%)، بينما جاءت النسب الأخرى أقل، مما يشير أن أغلب عينة الدراسة لها معرفة مسبقة بمفهوم الذكاء الاصطناعي.

الجدول (9) يبين مدى تحسن أداء في الإذاعات من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي

الذكاء الاصطناعي يمكن أن يحسن من أداء الإذاعات	التكرار	النسبة المئوية
لا أوافق بشدة	0	0
لا أوافق	0	0
محايد	4	13.8
موافق	18	62.1
أوافق بشدة	7	24.1
المجموع	29	100

من خلال بيانات السابق يتفق حوالي (62.1%) على أن الذكاء الاصطناعي يحسن من أداء في الإذاعات جاءت في المرتبة الأولى بينما جاءت أوافق بشدة في مرتبة الثانية يعني حوالي ثلثي العينة، مما يعكس تجربة إيجابية عملية مع أدوات الذكاء الاصطناعي.

الجدول (10) يبين وعي المؤسسات بأهمية الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته

النسبة المئوية	التكرار	الوعي لدى المؤسسات بأهمية الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته
0	0	لا أوافق بشدة
0	0	لا أوافق
27.6	8	محايد
31.0	9	موافق
41.4	12	أوافق بشدة
100	29	المجموع

تفق حوالي (41.4) من عينة الدراسة على الوعي المؤسسات بأهمية الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته فكانت أوافق بشدة هي أكبر نسبة ، بينما جاءت نسبة موافق في مرتبة الثانية مما يشير الى وعي المؤسسات بأهمية الذكاء الاصطناعي بدرجة كبيرة في المؤسسات محل الدراسة.

الجدول (11) مدي امتلاك الإذاعات محل الدراسة بنية التحتية كافية للعمل الإذاعي بالذكاء الاصطناعي

النسبة المئوية	التكرار	الإذاعة تمتلك بنية التحتية من الذكاء الاصطناعي كافية للعمل الإذاعي
0	0	لا أوافق بشدة
0	0	لا أوافق
51.7	15	محايد
27.6	8	موافق
20.7	6	أوافق بشدة
100	29	المجموع

تشير النتائج ان غالبية افراد العينة كانت آراؤهم محايدة بنسبة (51.7) بواقع 15 مفردة حيث تشير هذه النسبة الى عدم وجود اتفاق او رفض واضح بشأن توفر البنية التحتية اللازمة لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإذاعات محل الدراسة، في حين جاءت فئة (موافق) في المرتبة الثانية بنسبة (27.6) وبعدد (8)، وتليها فئة (أوافق بشدة) بنسبة (20.7) وبعدد مفردات

(6)، في حين لم تسجل فئتا (لا أوافق) و (أوافق بشدة) أي استجابة بنسبة (0%)، نجد أن هذه النتائج تشير الى وجود توجه إيجابي نسبي نحو الاعتقاد بتوافر البنية التحتية، الا ان ارتفاع نسبة الحياد يعكس عدم وضوح مستوي جاهزية الإذاعات او تفاوت الإمكانيات التقنية بينها.

الجدول (12) يبين نقص الكفاءات المتخصصة في التقنيات الذكاء الاصطناعي في قنوات محل الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	نقص في الكفاءات المتخصصة في التقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات المسموعة
0	0	لا أوافق بشدة
0	0	لا أوافق
24.1	7	محايد
51.7	15	موافق
24.1	7	أوافق بشدة
100	29	المجموع

أوضحت النتائج أن 75.8% من أفراد العينة يوافقون على وجود نقص في الكفاءات المتخصصة في تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل الإذاعات، ان هذا النقص في الخبرات والكفاءات المتخصصة يمثل تحديا كبيرا امام تبني هذه التقنيات

الجدول (13) يبين توفر دورات تدريبية متخصصة في الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسة محل الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	توفر دورات تدريبية متخصصة في الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسة
10.3	3	لا أوافق بشدة
24.1	7	لا أوافق
27.6	8	محايد
20.7	6	موافق
17.2	5	أوافق بشدة
100	29	المجموع

أظهرت النتائج في الجدول رقم (13) ان 20.7% من المشاركين يوافقون على توفر دورات تدريبية متخصصة في الذكاء الاصطناعي داخل مؤسساتهم، بينما جاءت نسبة 27.7% محايد وهو ما يعكس عدم استفادة بعض الإعلاميين من دورات التدريب، في حين عبر 24.1% عن عدم موافقتهم مما يؤكد على ان هناك فجوة في إتاحة برامج التدريب على تقنيات الذكاء الاصطناعي بين قنوات الاذاعية.

الجدول (14) يبين استخدام تقنيات تحرير صوت ذكية بشكل فعلي

استخدام تقنيات تحرير صوت ذكية بشكل فعلي	التكرار	النسبة المئوية
لا أوافق بشدة	3	10.3
لا أوافق	7	24.1
محايد	9	31
موافق	8	27.6
أوافق بشدة	2	6.9
المجموع	29	100

أوضحت النتائج أن استخدام تقنيات تحرير الصوت الذكية جاءت أكبر نسبة فيه للمحايد بنسبة 31% مما يوضح ان استخدام هذه التقنية لا يزال محدوداً لدى هؤلاء الباحثين، إذ بلغت نسبة الموافقين 27.6% هذا يدل على اعتماد ملحوظا علي هذه التقنيات، وجاءت مقابل 24.1% من لا يوافقون، وهو ما يعكس ان هذه المبحوثين لا يستخدمون هذه التقنيات او تفتقر الى البنية اللازمة لتطبيقها.

الجدول (15) يبين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي مثل تحويل النص الي صوت في قنوات محل البحث

استخدام أدوات مثل تحويل النص الى صوت في قنوات المسموعة محل البحث	التكرار	النسبة المئوية
لا أوافق بشدة	5	17.2
لا أوافق	5	17.2
محايد	8	27.6
موافق	6	20.7
أوافق بشدة	5	17.2
المجموع	29	100

تشير البيانات في الجدول (15) نسبة الحياد جاءت اعلي 27.6% مما يدل علي عدم المعرفة لهذه التقنية او محدودية تجاربهم لها، في مقابل عبر 20.7% علي موافقتهم ، وعبر 17.2% عبرو عن موافقتهم بشدة ، وهو ما يعني ان المجموع الكلي للمؤيدين 37.9% وهي نسبة تشير الي انتشار متوسط لهذه الأدوات، في مقابل عبر 17.2% عن عدم الموافقة ، و 17.2% عدم الموافقة بشدة وهو ما يعكس ان هؤلاء المبحوثين لا يستخدمون هذه الأدوات او قنواهم تفتقر لهذه البرامج

الجدول (16) يبين استخدام الذكاء الاصطناعي في الإذاعة محل الدراسة في كتابة السكريبتات او وضع الأخبار تلقائيا

النسبة المئوية	التكرار	استخدام الذكاء الاصطناعي في الإذاعة التي اعمل بها في كتابة السكريبتات أو ووضع الأخبار تلقائيا
6.9	2	لا أوافق بشدة
6.9	2	لا أوافق
51.7	15	محايد
20.7	6	موافق
13.8	4	أوافق بشدة
100	29	المجموع

كشفت النتائج هذا الجدول رقم (16) أن 51.7% من أفراد العينة كانوا اغلبهم محايدين مما يوضح ان استخدام هذه التقنية غير متوفر في قنواهم او عدم معرفتهم بهذه التقنية او ، بينما جاءت نسبة الموافقين 20.7% والموافقين بشدة 13.8% مجموع هذه 34.5% مما يشير الي ان نسبة تبني جاءت محدود نسبيا لهذه الممارسة ، بينما جاءت نسبة لا يوافقون بشدة ولا يوافقون متساوية بقيمة 6.9% مما يدل علي ان المبحوثين يعتمدون علي الأسلوب التقليدي في انتاج الاخبار وكتابة السكريبتات.

الجدول (17) يبين مدى تمكن تقنيات الذكاء الاصطناعي في المساعدة من تقليل عبء العمل الإذاعي اليومي

النسبة المئوية	التكرار	تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعدتني في تقليل من عبء العمل الإذاعي اليومي
0	0	لا أوافق بشدة
10.3	3	لا أوافق
27.6	8	محايد
44.8	13	موافق
17.2	5	أوافق بشدة
100	29	المجموع

أوضحت النتائج أن 44.8% من المبحوثين موافقين على هذه التقنية تساعدهم في تقليل عبء العمل، بينما جاءت 17.2% نسبة أوافق بشدة لتبلغ نسبة المؤيدين الكلية 62% وهي نسبة كبيرة تشير الى ان التأثير الإيجابي للتقنية لم يشمل كل الإعلاميين من أفراد العينة، بينما نسبة الحياد عند 27.6%. تدل على محدودية تطبيقاتها وعدم ملائمة للفوائد التقنية بشكل مباشر، جاءت نسبة غير موافقة 10.3% مما يشير الى ان هناك مبحوثين يرون ان التطبيقات الذكاء الاصطناعي لم تخفف من أعباء العمل الإذاعي..

الجدول (18) مدي ممانعة بعض الأقسام الإذاعة من تبني التقنيات الذكاء الاصطناعي في قنوات محل الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	ممانعة بعض الأقسام بالإذاعة تجاه تبني التقنيات الذكاء الاصطناعي في قنواتها
0	0	لا أوافق بشدة
0	0	لا أوافق
27.6	8	محايد
51.7	15	موافق
20.7	6	أوافق بشدة
100	29	المجموع

أظهرت النتائج أن المشاركون يوافقون بنسبة 51.7% ، وبينما يوافقون بشدة بنسبة 20.7% وهو ما يجعل نسبة المؤيدين جاءت 72.4% من أفراد العينة مما يعكس بوجود ممانعة داخل

بعض أقسام الإذاعات تجاه تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي يدل على وجود تحديات تعيق تبني هذه التقنيات، اما نسبة الحياد فكانت 27.6% يدل هذا على عدم وضوح موقفهم تجاه التقنية الذكية او تفاوتها بين الأقسام، بينما لا أوافق ولاوافق بشدة جاءت بدون قيمة مما يعني هذا يدل على ان قنوات المسموعة لا توجه ممانعة تذكر .

الجدول (19) يبين تواجد سياسة رقمية واضحة في الإذاعات من عدمها حول الذكاء الاصطناعي

النسبة المئوية	التكرار	لا تواجد سياسة رقمية واضحة في الإذاعات من عدمها حول الذكاء الاصطناعي
0	0	لا أوافق بشدة
17.2	5	لا أوافق
34.5	10	محايد
48.3	14	موافق
0	0	أوافق بشدة
100	29	المجموع

توضح النتائج أن 48.3% من أفراد العينة يرون ان لا تواجد سياسة رقمية واضحة لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي مما يعني ان مايقارب نصف المبحوثين يرون ان لا توجد اطار استراتيجي في هذا الاطار ، في حين كانت نسبة الحياد مرتفعة (34.5%)، مما يعكس عدم الاطلاع على السياسات الرقمية المنظمة لاستخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإذاعية او غموضها ، بلغت نسبة غير موافقين 17.2% مما يشير الى ان القنوات تمتلك سياسات رقمية واضحة او على الأقل ملامح أساسية لإدارة هذه القنوات.

الجدول (20) يبين الاعلاميين المؤهلين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإذاعات محل الدراسة

الإعلاميين المؤهلين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإذاعات	التكرار	النسبة المئوية
لا أوافق بشدة	0	0
لا أوافق	5	17.2
محايد	9	31.0
موافق	9	31.0
أوافق بشدة	6	20.7
المجموع	29	100

أوضحت النتائج أن 51.7% من أفراد العينة يرون أن الإعلاميين مؤهلون بدرجة مقبولة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهو ما يعكس مستوى ثقة مقبولا من الثقة الذاتية في هذا المجال، وبلغت نسبة الحياد 31% مما قد يعكس عدم الثقة الكاملة أو محدودية الخبرة العملية، بينما نجد أن غير الموافقين كانت حوالي 17.2% مما يعكس أن هناك شريحة من المبحوثين تري في أنفسهم غير جاهرين ولا مهابة لاستخدام هذه التقنيات، وهو ما يستدعي أن هذه الفئة تحتاج تدريب وتأهيل إضافية.

ثانياً: محاور الدراسة:

الجدول (21) المحور الأول: الجهد المتوقع

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الرتبة
1	2.59	.628	51.8	متوسط	2
2	2.72	.591	54.4	متوسط	1
3	2.38	.775	47.6	متوسط	4
4	2.48	.738	49.6	متوسط	3
5	2.48	.738	49.6	متوسط	3
6	2.59	.628	51.8	متوسط	2
المعدل العام للمحور	2.5402	.47488	متوسط		

تشير النتائج الجهد المتوقع الى ان تقديرات افراد العينة لمحور الجهد المتوقع كانت ضمن المتوسط أي يعني ان افراد العينة يرون ان استخدام النظام او التقنية يتطلب جهدا متوسطا.

الجدول (22) المحور الثاني: الأداء المتوقع

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الرتبة
1	2.69	.604	53.8	متوسط	2
2	2.76	.577	55.2	متوسط	1
3	2.55	.686	51	متوسط	4
4	2.55	.736	51	متوسط	4
5	2.62	.622	52.4	متوسط	3
المعدل العام للمحور	2.6345	.51843	متوسط		

يتفق افراد الدراسة على ان لديهم توقعات متوسطة بشأن استخدام التقنية في تحسين الأداء ولكن لم تصل تقديراتهم الى المستوى المرتفع، هذا وان دال يدل على ان هناك قناعة لديهم معتدلة بالفوائد التي يمكن ان تحققها التقنية في بيئة العمل.

الجدول (23) المحور الثالث: التأثير الاجتماعي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الرتبة
1	2.48	.574	49.6	متوسط	4
2	2.69	.541	53.8	متوسط	1
3	2.62	.622	52.4	متوسط	2
4	2.62	.622	52.4	متوسط	2
5	2.59	.628	51.8	متوسط	3
المعدل العام للمحور	2.6000	.46291	متوسط		

تعكس النتائج أن أفراد العينة لديهم درجة متوسطة من الاتفاق مع عبارات محور التأثير الاجتماعي، مما يشير إلى أن التأثير الاجتماعي موجود لكنه ليس مرتفعاً، وأن العوامل الاجتماعية محل الدراسة تمارس تأثيراً متوسطاً على أفراد العينة.

الجدول (24) المحور الرابع: التسهيلات المتاحة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الرتبة
1	2.31	.712	46.2	منخفض	3
2	2.31	.712	46.2	منخفض	3
3	2.59	.682	51.8	متوسط	2
4	2.59	.628	51.8	متوسط	2
5	2.69	.541	53.8	متوسط	1
المعدل العام للمحور	2.4966	.47994	متوسط		

تشير النتائج إلى أن مستوى التسهيلات المتاحة يُعد متوسطاً، مع وجود تفاوت بين بنود المحور حيث نجد أن بعض الجوانب بتقييم متوسط، في حين برزت جوانب أخرى بمستوى منخفض، هذا يشير إلى الحاجة إلى تعزيز بعض التسهيلات وتحسينها بما يسهم في رفع مستوى الاستفادة منها لدى أفراد عينة الدراسة.

الجدول (25) المحور الخامس: النية السلوكية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الرتبة
1	2.62	.728	52.4	متوسط	5
2	2.79	.491	55.8	متوسط	2
3	2.69	.604	53.8	متوسط	4
4	2.72	.528	54.4	متوسط	3
5	2.83	.468	56.6	متوسط	1
المعدل العام للمحور	2.7310	.43843	متوسط		

تشير النتائج إلى أن أفراد العينة يمتلكون نية سلوكية متوسطة تجاه موضوع الدراسة، حيث جاءت جميع عبارات المحور ضمن المستوى المتوسط ومع تقارب في المتوسطات الحسابية، وهو ما يعكس وجود اتجاه إيجابي بدرجة متوسطة دون أن يصل إلى مستوى مرتفع.

الجدول (26) المحور السادس: التأثيرات الإيجابية المتوقعة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الرتبة
1	2.38	.820	47.6	متوسط	5
2	2.52	.738	50.4	متوسط	4
3	2.66	.553	53.2	متوسط	3
4	2.79	.491	55.8	متوسط	1
5	2.69	.541	53.8	متوسط	2
6	2.69	.541	53.8	متوسط	2
المعدل العام للمحور	2.6207	.48365	متوسط		

جاءت النتائج إلى أن أفراد العينة يتوقعون تأثيرات إيجابية بدرجة متوسطة، حيث جاءت جميع عبارات المحور ضمن المستوى المتوسط ومع تقارب في المتوسطات الحسابية هذا يعكس وجود توقعات إيجابية تجاه موضوع الدراسة، ولكن إلا أنها لم تصل إلى مستوى مرتفع.

الجدول (27) المحور السابع: التأثيرات السلبية المتوقعة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الرتبة
1	2.45	.736	49	متوسط	6
2	2.69	.604	53.8	متوسط	2
3	2.72	.528	54.4	متوسط	1
4	2.66	.553	53.2	متوسط	3
5	2.55	.736	51	متوسط	5
6	2.62	.622	52.4	متوسط	4

المعدل العام للمحور	2.6149	.46313	متوسط
---------------------	--------	--------	-------

أن أفراد العينة يتوقعون تأثيرات سلبية بدرجة متوسطة، حيث جاءت جميع عبارات المحور ضمن المستوى المتوسط، مع تقارب في المتوسطات الحسابية، مما يعكس وجود إدراك معتدل للتأثيرات السلبية المحتملة المرتبطة بموضوع الدراسة، دون أن يصل هذا الإدراك إلى مستوى مرتفع.

الجدول (28) المحور الثامن: اتجاهات العينة نحو توظيف الذكاء الاصطناعي

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الرتبة
1	1.97	.778	39.4	منخفض	11
2	2.03	.865	40.6	منخفض	8
3	2.24	.689	44.8	منخفض	6
4	2.34	.721	46.8	متوسط	5
5	2.10	.900	42	منخفض	7
6	2.62	.622	52.4	متوسط	1
7	2.52	.688	50.4	متوسط	3
8	2.34	.721	46.8	متوسط	5
9	2.00	.926	40	منخفض	10
10	2.41	.733	48.2	متوسط	4
11	2.55	.686	51	متوسط	2
المعدل العام للمحور	2.2853	.38241	منخفض		

تشير النتائج إلى أن اتجاهات أفراد العينة نحو توظيف الذكاء الاصطناعي جاءت منخفضة، وهو ما يعكس وجود تحفظ أو محدودية في تبني توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي أو القبول بها لدى أفراد العينة. ورغم حصول عدد من العبارات على مستوى متوسط، فإن انخفاض المتوسط العام للمحور يشير إلى أن الاتجاه العام لا يزال منخفضاً، هذا تحفظ قد يستدعي تعزيز الوعي، وتوفير التدريب، وتحسين البيئة الداعمة لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بما يسهم في رفع مستوى تقبلها واستخدامها.

الجدول (29) يبين درجة الانتشار المتوقعة لتوظيف الذكاء الاصطناعي

النسبة المئوية	التكرار	درجة الانتشار المتوقعة لتوظيف الذكاء الاصطناعي
3.4	1	لم تنتشر
31	9	إلى حد ما
65.5	19	كبيرة
100	29	المجموع

تتفق أفراد العينة على أن يميلون إلى الاعتقاد بأن توظيف الذكاء الاصطناعي سيشهد انتشاراً واسعاً خلال الفترة المقبلة، وهو ما يعكس إدراكاً متزايداً لأهمية هذه التقنيات وإمكاناتها في تطوير مجالات العمل الإذاعي المختلفة، رغم وجود نسبة محدودة ترى أن مستوى الانتشار سيكون متوسطاً أو غير متحقق.

الجدول (30) يبين رؤية العينة لمستقبل العمل الإذاعي في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

النسبة المئوية	التكرار	رؤية العينة لمستقبل العمل الإذاعي في ظل توظيف الذكاء الاصطناعي
13.8	4	سلي
6.9	2	لم يحدث تأثير
79.3	23	إيجابي
100	29	المجموع

وصلت النتائج أن الاتجاه الغالب لدى أفراد العينة يتمثل في التفاؤل بمستقبل العمل الإذاعي في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ويرى معظم المشاركين أن هذه التقنيات ستؤدي دوراً إيجابياً في تطوير القطاع الإذاعي، وبالتالي ما يعكس ارتفاع مستوى الثقة في إمكانات الذكاء الاصطناعي وقدرته على دعم العمليات الإعلامية وتحسين الأداء، مع بقاء نسبة محدودة تبدي تحوفاً من آثاره أو لا تتوقع أن يكون له تأثير ملموس.

الجدول (31) ملامح مستقبل توظيف تطبيقات الذكاء في العمل الإذاعي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	النتيجة	الرتبة
درجة الانتشار المتوقعة لتوظيف الذكاء الاصطناعي	2.62	.561	52.4	متوسط	2
روية العينة لمستقبل العمل الإذاعي في ظل توظيف الذكاء الاصطناعي	2.66	.721	53.2	متوسط	1
[تراجع مكانة الإذاعي البشري نتيجة الاعتماد على الروبوت الإذاعي]	2.04	.838	40.8	منخفض	7
[انتشار الروبوت الإعلامي وتراجع فكرة الاعتماد على الإذاعي البشري]	2.00	.770	40	منخفض	8
[تعليم وضبط الروبوت الإعلامي على القيم المهنية للإعلام لإنتاج مضمون مناسب]	2.25	.752	45	منخفض	6
[تراجع الطابع الإبداعي والإنساني في اللقاء الإذاعي مع طغيان الطابع الإخباري]	2.50	.638	50	متوسط	3
[تطور الإذاعة التقليدية بالتوازي مع تطور الإذاعة الذكاء الاصطناعي]	2.39	.737	47.8	متوسط	5
تراجع مضمون الإذاعة	2.43	.690	48.6	متوسط	4
المعدل العام للمحور	2.2679	.49967	منخفض		

توضح النتائج أن أفراد العينة يتبنون رؤية حذرة تجاه ملامح مستقبل توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، حيث جاء التقييم العام منخفضاً ورغم وجود توقعات متوسطة بشأن انتشار هذه التقنيات والنظرة الإيجابية لمستقبل العمل الإذاعي. كما تعكس النتائج اعتقاداً بأن الذكاء الاصطناعي سيؤدي دوراً داعماً للعمل الإذاعي أكثر من كونه بديلاً كاملاً للإعلامي البشري، مع استمرار أهمية العنصر الإنساني في العملية الإعلامية.

الجدول (32) مقترحات لتحقيق توظيف أمثل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
15.2	26	1- إنشاء وحدات خاصة بتدريب الإعلاميين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية
13.5	23	2- إضافة ميزانية في المؤسسات الإعلامية بحيث تتمكن من خلالها من توفير التقنيات اللازمة للإذاعة الذكاء الاصطناعي
14	24	3- لتعاون مع مطوري تطبيقات الإذاعة المسموعة بالذكاء الاصطناعي بغرض تعليم الإذاعي الروبوت القيم المهنية المختلفة مثل المصدقية والموضوعية والدقة وغيرها
14	24	4- إنشاء وحدات خاصة بالإذاعة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإذاعية المختلفة لانتاج محتوى مميز يشكل آلي
14	24	5- ضبط المعايير المهنية والأخلاقية للموضوعات الإذاعية المنتجة بواسطة الذكاء الاصطناعي
14.6	25	6- تدريس مقررات حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل للطلاب في كليات الإعلام
14.6	25	7- إنشاء وحدات خاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في كليات الإعلام لتدريب الطلاب على التعامل معها
100	171	المجموع

تشير النتائج إلى وجود توافق كبير بين أفراد العينة حول أهمية تبني مجموعة متكاملة من الإجراءات تشمل التدريب، والتأهيل الأكاديمي، وتوفير البنية التقنية، وتعزيز الجوانب المهنية والأخلاقية، بما يساهم في تحقيق توظيف أكثر كفاءة وفعالية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي.

خلاصة النتائج الدراسة:

أولا النتائج الميدانية للدراسة:

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية مجموعة من النتائج المتعلقة بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، ويمكن عرضها على النحو الآتي:

أظهرت النتائج ارتفاع مستوى إدراك أفراد العينة لأهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، حيث رأى 51.7% أنه مهم إلى حد ما، و 41.4% أنه مهم جدًا.

بينت النتائج أن 79.3% من أفراد العينة يمتلكون معرفة جيدة بمفهوم الذكاء الاصطناعي، كما يرى 72.4% أن المؤسسات الإعلامية لديها وعي بأهميته وتطبيقاته.

أظهرت النتائج أن 86.2% من أفراد العينة يعتقدون أن الذكاء الاصطناعي قادر على تحسين أداء الإذاعات وتطوير الإنتاج الإعلامي.

كشفت النتائج أن جاهزية المؤسسات لتطبيق الذكاء الاصطناعي ما تزال متوسطة، حيث اتسمت الآراء بالحياد بشأن توفر البنية التحتية، كما جاءت التسهيلات المتاحة ضمن المستوى المتوسط مع وجود بعض الجوانب الضعيفة.

بينت النتائج وجود تحديات بشرية وتنظيمية أمام توظيف الذكاء الاصطناعي، تمثلت في نقص الكفاءات المتخصصة (75.8%)، وضعف البرامج التدريبية، ووجود ممانعة داخل بعض أقسام الإذاعات تجاه تبني هذه التقنيات (72.4%)، إضافة إلى أن وجود سياسات رقمية واضحة لتنظيم استخدامها جاء بدرجة متوسطة.

أوضحت النتائج أن مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي لا يزال محدودًا إلى متوسط، سواء في تحرير الصوت، أو تحويل النص إلى صوت، أو كتابة السكريبتات والأخبار بصورة آلية، مما يعكس محدودية التطبيق العملي لهذه التقنيات.

أظهرت النتائج أن 62% من أفراد العينة يرون أن الذكاء الاصطناعي أسهم في تقليل عبء العمل اليومي، كما يرى 51.7% أن الإعلاميين مؤهلون بدرجة مقبولة لاستخدام تطبيقاته.

بينت نتائج محاور نموذج قبول التكنولوجيا أن جميع المحاور جاءت بدرجة متوسطة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (2.49-2.73)، وشملت الجهد المتوقع، والأداء المتوقع، والتأثير الاجتماعي، والتسهيلات المتاحة، والنية السلوكية، والتأثيرات الإيجابية، والتأثيرات السلبية، مما يشير إلى وجود مستوى متوسط من تقبل الذكاء الاصطناعي وإدراك فوائده وتحدياته.

أظهرت النتائج أن محور اتجاهات العاملين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي جاء في المرتبة الأخيرة وبدرجة منخفضة، بمتوسط حسابي (2.2853)، مما يعكس وجود تحفظ نسبي تجاه الاستخدام الفعلي لهذه التقنيات رغم إدراك أهميتها.

أوضحت النتائج وجود نظرة مستقبلية إيجابية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي، حيث توقع 65.5% من أفراد العينة انتشاره بصورة كبيرة في العمل الإذاعي مستقبلاً، كما رأى 79.3% أن مستقبل العمل الإذاعي في ظل الذكاء الاصطناعي سيكون إيجابياً، في حين جاء تصورهم لملامح التحول المستقبلي العميق بدرجة منخفضة، خاصة فيما يتعلق بإحلال الروبوت الإعلامي محل الإذاعي البشري.

بينت النتائج أن تحقيق التوظيف الأمثل للذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي يتطلب التركيز على تدريب الكوادر الإعلامية، وإدراج مقررات الذكاء الاصطناعي في كليات الإعلام، وإنشاء ثانياً: النتائج العامة للدراسة

في ضوء النتائج الميدانية، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج العامة، أهمها:

وجود إدراك لدى أفراد العينة لأهمية الذكاء الاصطناعي وإمكاناته المستقبلية في تطوير العمل الإذاعي، إلا أن مستوى الاستخدام الفعلي والاتجاهات الحالية نحوه ما تزال بحاجة إلى مزيد من الدعم.

وجود فجوة بين التوقعات المستقبلية الإيجابية تجاه انتشار الذكاء الاصطناعي وبين مستوى الاستعداد الحالي لتوظيفه، حيث يتوقع أفراد العينة انتشار هذه التقنيات بدرجة كبيرة، بينما جاءت اتجاهاتهم الحالية نحو استخدامها منخفضة.

ينظر أفراد العينة إلى الذكاء الاصطناعي باعتباره أداة مساندة للعمل الإذاعي أكثر من كونه بديلاً عن العنصر البشري، حيث لم تحظ عبارات إحلال الروبوت الإعلامي محل الإذاعي البشري بدرجات مرتفعة.

يمثل نقص التدريب والتأهيل المتخصص أحد أبرز التحديات أمام توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإذاعية.

تؤكد النتائج أهمية الجمع بين التطور التقني والحفاظ على القيم المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامي، خاصة فيما يتعلق بالمصداقية والدقة والموضوعية.

يتطلب مستقبل العمل الإذاعي في ظل الذكاء الاصطناعي تطوير مهارات الإعلاميين ورفع قدرتهم على التعامل مع الأدوات الذكية بدلاً من النظر إليها كمنافس للعنصر البشري.

ثالثاً: توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة، توصي الدراسة بما يلي:

ضرورة إنشاء برامج تدريبية متخصصة للعاملين في المؤسسات الإذاعية لتعريفهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وطرق استخدامها في مختلف مراحل الإنتاج الإذاعي.

إدخال مقررات دراسية متعلقة بالذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في كليات وأقسام الإعلام لإعداد جيل من الإعلاميين القادرين على التعامل مع التقنيات الحديثة.

إنشاء وحدات أو أقسام متخصصة بالذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية لمتابعة التطورات التقنية وتوظيفها في إنتاج المحتوى الإذاعي.

توفير الميزانيات والإمكانات التقنية اللازمة لتبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإذاعية.

وضع أطر ومعايير مهنية وأخلاقية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإذاعي، بما يضمن الحفاظ على المصداقية والموضوعية والمسؤولية الإعلامية.

تعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية ومطوري تقنيات الذكاء الاصطناعي لتطوير أدوات تتناسب مع احتياجات العمل الإذاعي العربي.

التأكيد على أهمية التكامل بين الإعلامي البشري والذكاء الاصطناعي، بحيث تستخدم التقنيات الحديثة لدعم الإبداع البشري وليس استبداله.

إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية حول تأثير الذكاء الاصطناعي على وظائف الإعلاميين، ومستقبل المهن الإعلامية في ظل التحول الرقمي.

قائمة المراجع

- 1- بلفحري، م، & قروط، ع. (2024). إشكالية دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإذاعات الجزائرية (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة سكيكدة، الجزائر). ص ص. 21-22-23-215.
- 2- محمد، س. (2023). اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (84)، الجزء الثاني، ص ص. 932-933، 956.
- 3- الحمداي، ب. (2024). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المهارات الإعلامية. المجلة الدولية لعلوم الإعلام والاتصال، المجلد (1)، العدد (2). ص ص. 283-288.
- 4- الزباني، س. (2025). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير البرامج الإذاعية. مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة الزيتونة، ليبيا. ص 246.
- 5- لطفي، إ. (2021). مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد (2021)، العدد (77)، أكتوبر 2021، ص ص. (603-657).
- 6- الراشد، ن. (2024). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام. المجلة الدولية للبحوث العلمية، العدد (7)، الإصدار (3)، يوليو 2024. ص 65.

- 7- لراة، خ. (2023). مستقبل مهنة الإعلام في ظل بروز الذكاء الاصطناعي: هل ستستغني المؤسسات الإعلامية عن صحفييها؟ مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد (3)، يونيو 2023، ص ص. (66-50)
- 8- القماطي، ت. (2026). اتجاهات النخبة الإعلامية في مدينة مصراتة نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العملية الإعلامية. مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة الزيتونة، ليبيا، العدد، (18)، ص. (338)
- 9- البدري، س، وحسن، س. (2025). تقييم الصحفيين العرب لدور توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في ضوء قبول نظرية قبول واستخدام التكنولوجيا. مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد (33)، العدد (5)، ص. (151)
- 10- إسماعيل، ف. (2022). اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (21)، العدد (4)، الجزء الأول، أكتوبر/ديسمبر 2022، ص. (50)
- 11- عبد الله، أ. (2019) الذكاء الاصطناعي: ثورة في تقنيات العصر. القاهرة: دار الفكر العربي. ص 23-25
- 12- متولي، ه، وجمعة، د. (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على محتوى الرسالة الإعلامية بمواقع الصحف الأجنبية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (80)، يوليو/سبتمبر 2022، الجزء الثاني، ص. (1505)