



بسم الله الرحمن الرحيم

Omdurman Islamic University Journal for  
Human Sciences (OIUJ)-(HUSC)  
مجلة جامعة أم درمان الإسلامية للعلوم الإنسانية و  
الاجتماعية



2026 Jan; 22(1):365- 395

<https://journal.oiu.edu.sd/index.php/oij>  
<https://doi.org/10.52981/oij>

ISSN: 5361-1858

رجب 1447هـ

## توظيف الذكاء الاصطناعي في فن كتابة التقارير الإعلامية في منظمات العمل

د. حليمه الحبيب ادم عمر 1

الأستاذ المشارك . علاقات عامة . جامعة الملك عبد العزيز . السعودية . جدة

البريد الإلكتروني: Haaomar@kau.edu.sa

للاستشهاد بهذا المقال:-

د. حليمه الحبيب ادم عمر ، توظيف الذكاء الاصطناعي في فن كتابة التقارير الإعلامية في منظمات العمل، مجلة جامعة أم درمان الإسلامية

ISSN: 5361-1858

<https://doi.org/10.52981/oij.v1i2.1726>

### مستخلص البحث:

الذكاء الاصطناعي أنظمة متمكنة من أداء المهام بجودة عالية من التطور والخوارزميات والبرمجة الحاسوبية التي تحلل البيانات والتعلم أو عمل قرارات أو التنبؤات، ويمكن أن يصنف الذكاء الاصطناعي الى عدة فروع أولها التعلم وثانيها معالجة اللغة الطبيعية وثالثاً الكمبيوتر ورابعاً الروبوتات ويستخدم لأتمتة المهام والإجراءات .

تناولت الدراسة توظيف الذكاء الاصطناعي في توليد التقارير الإعلامية ومدى إستقادت منظمات الأعمال من هذه التقنية من خلال دراسة إستشرافية لكتابة فن ومهارات التقارير الإعلامية للمنظمة ، تم استخدام المنهج الوصفي الإستكشافي وتم تطبيق الدراسة علي عينة عمدية او قصدية من ممارسي العلاقات العامة في بعض الجامعات الحكومية . توصلت الباحثة الي عدد من النتائج منها أظهرت الدراسة الوعي بأهمية الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية ومن فوائد الذكاء الاصطناعي تحسين فن الكتابة وتقديمها بالصوت والفيديو .

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاصطناعي ، الخوارزميات ، الأتمتة ، التقارير الإعلامية ، منظمة العمل .

## Abstract:

Artificial intelligence (AI) refers to systems capable of performing tasks with high quality through development, algorithms, and computer programming that analyze data, learn, make decisions, or provide predictions. Artificial intelligence can be classified into several branches: first, learning; second, natural language processing; third, computing; and fourth, robotics. It is used to automate tasks and procedures.

The study addressed the employment of artificial intelligence in generating media reports and the extent to which business organizations benefit from this technology through a prospective study on the art and skills of writing media reports for organizations. The descriptive–exploratory method was used, and the study was applied to a purposeful sample of public relations practitioners in some public universities. The researcher reached a number of conclusions, including that the study showed awareness of the importance of artificial intelligence in writing media reports. Among the benefits of artificial intelligence are improving the art of writing and presenting it through audio and video.

### مقدمة الدراسة :

يعمل الذكاء الاصطناعي على أتمتة المهام الإعلامية وتغيير العديد من الصناعات وأصبح بالإمكان توظيف الذكاء الاصطناعي في كتابة فن التقارير الإعلامية كما تساعد خوارزميات معالجة اللغة الطبيعية وساعد في تطوير أساليب كتابة التقارير وتحليل البيانات مما ساعد في تحسين جودة المحتوى وتقليل الأخطاء ورفع كفاءة العمل .

خلق الذكاء الاصطناعي طفره في مجال التقارير الإعلامية لتقديم تقارير إعلامية داعمة لمنظمات الأعمال ( عامر, 2021). كما يستخدم في تطوير وتحسين كل جوانب الإبداع في الكتابات الإعلامية تحليلاً وشكلاً ومضموناً مما يُمكن الخوارزميات تحديد العناصر لفهم أعمق للجماهير ( عبد الحميد 2020 )

### هدفت الدراسة الى :

1. الى معرفة أهمية التقرير وأنواعه ومجالاته .
2. هل يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال إعداد التقارير الإعلامية .
3. مميزات التقارير المنتجة بالذكاء الاصطناعي وكيف يمكن تحسينها .
4. تحديات ومعوقات الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي في مجال كتابة التقارير الإعلامية
5. مستقبل التقارير عبر الذكاء الاصطناعي.

6. ما المشكلات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير .

7. أبرز أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في كتابة التقارير الإعلامية .

8. تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة التقارير الإعلامية.

### الذكاء الاصطناعي:

الذكاء الاجتماعي (كاملي ، 2021) هو مجموعة من التقنيات والأنظمة التي تهدف إلى من خلال التمكين الأجهزة الحاسوبية من محاكاة قدرات الذكاء البشري لتطوير نماذج وبرامج تقنية قادرة على تحليل البيانات وتفسيرها.

**التقارير الإعلامية :** التقرير هو عبارة عن مستند مباشر وقصير لهدف معين وجمهور مستهدف ومحدد وبتطرق التقرير لموقف أو أزمة وبالتالي يقدم القرارات المستقبلية حيالها والتقرير يطلق عليه أوراق الحقائق، التقرير الإعلامي أو التحليلي تحتوي على معلومات ودراسة مشكلة وإيجاد الحل لها وتشتمل على كل الأعمال والفعاليات داخل المنظمة .

### الخوارزميات:

الإسم منسوب الى العالم أبو جعفر محمد بن موسى الخوارزمي، إكتشفها في القرن التاسع الميلادي وتعنى كلمة الخوارزمية (algorithm) هي خطوات الرياضية والمنطقية المتسلسلة لحل مشكلة أو إجراء عملية حسابية وسميت هدية الإسلام للحضارة الرقمية .

### منظمة العمل:

تمثل كيان فردي أو جماعي تمارس أنشطة إقتصادية مفيدة للأفراد والمجتمع، لتحقيق الأرباح. **أتمتة :** هي استخدام الحاسبات والبرمجيات من أجل تأمين سير الإجراءات بطريقة سليمة إذاً هي تطبيق الآلات للمهام التي كان يؤديها البشر (عامر ، 2021).

### مشكلة الدراسة :

لعبت التقنية دوراً كبيراً في تطوير العمل الإعلامي مما جعل نعت هذا القرن بقرن الإعلام وتقنياته الرقمية مما أدى تحسين العمل تخطيطاً وتنفيذاً وتنظيماً بطريقة ملهمه وأساليب ذكية ، سعت الباحثة الى تسليط الضوء على إمكانية توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في التقارير الإعلامية ومعرفة التقنيات الحديثة التي ساعدت في الكتابة الرقمية مروراً إلى الذكاء الاصطناعي وتقديم تقارير بمهنية لإثراء التقارير الإعلامية و مراحل الإعداد مع زيادة الإبداع والمهارات الفنية لتقديم تقارير إعلامية مما يجعلها أكثر تطوراً وتحسين القدرات لمُعدي التقارير الإعلامية بمنظمات العمل. تمكنت الباحثة من وضع وصياغة مشكلة

الدراسة ماهي أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في كتابة التقارير الإعلامية في منظمات العمل.

### أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية .:

1. تهدف هذه الدراسة لمعرفة دور التطبيقات والأدوات الذكاء الاصطناعي التي تم توظيفها في كتابة التقارير الإعلامية وتقييم إمكانياته في إعداد التقارير وتطبيق أساسيات القواعد للكتابة .
2. معرفة السلبيات والإيجابيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في صناعة التقارير الإعلامية .
3. إستكشاف أهمية التقارير الإعلامية ومجالاتها وأنواعها .
4. معرفة تحديات دمج الذكاء الاصطناعي في مجال كتابة التقارير الإعلامية .
5. إستشراف مستقبل إستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام .
7. تحليل مميزات التقارير عبر الذكاء الاصطناعي .
8. تقييم التقارير الإعلامية وكفاءتها وتأثيراتها.
9. كشف نظرة المبحوثين لمستقبل التقارير الإعلامية في ظل الذكاء الاصطناعي .

### الأهمية العلمية :

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع نفسه الذى يتسم بحدائته للأدب الإعلامي لتحقيق فهم توظيف إستخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى الإعلامى للتقارير والكشف عن جودة وتقييم جودة التقارير الإعلامية وأثرها على كفاءتها داخل المنظمة .

1. كشف أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي لكتابة التقارير الإعلامية في منظمات العمل من أجل التميز والجودة .ولقد أهتمت المملكة العربية السعودية بالذكاء الاصطناعي في كل القطاعات مما نتج هيئة سعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) 29/12/1440هـ

2. عرضت الباحثة تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجالات كتابة التقارير وبفنيات عالية .

### الأهمية العملية :

3. استعرضت الدراسة تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيراتها على كتابة التقارير وتأثيرها على تطور المهارات والقدرات الكتابية .

4. كما يتميز البحث بتوفير معلومات عن محتوى التقارير من وجهة نظر معدى التقارير الإعلامية وتحسين جودتها بواسطة الذكاء الاصطناعي .

## الأهمية العلمية :

- تفتح هذه الدراسة آفاقاً لدراسات التقارير الإعلامية من زوايا وأبعاد أخرى .
- . الدراسة كشفت عن توظيف أدوات الذكاء الإصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية وإستشراف المستقبل لها

## سبب إختيار الموضوع

موضوع التقارير الإعلامية من المواضيع النادرة في البحوث العربية ويعكس أهمية مواكبة التقنية وفوائدها في تطوير إنتاج المحتوى الإعلامي والعلاقات العامة ومواكبة تطورات الذكاء الإصطناعي ، وتظل التقارير الإعلامية أداة حيوية لنقل المعلومات والتأثير في الرأي وأضاف أبعاداً في سرعة الإنتشار وتنوعها . ويمكن تحليل البيانات الكبيرة ويمكن التصنيف الآلي والتنبؤات بالإتجاهات المستقبلية وتشير الباحثة إلى أنه يخدم التاريخ والمستقبل وتقديم رؤى إستراتيجية للمنظمات .

أسئلة الدراسة :1. كيف نوظف الذكاء الإصطناعي لكتابة التقارير الإعلامية .

2. ما أهم مجالات وأشكال وأنواع التقارير .

3. ماهى التحديات التي تواجه منظمات العمل عند دمج الذكاء الإصطناعي في مجال كتابة التقارير الإعلامية .

4. ما أدوات وتطبيقات الذكاء الإصطناعي لكتابة التقارير الإعلامية .

5. كيف يمكن للذكاء الإصطناعي ان يساعد في مستقبل التقارير الإعلامية في ظل التحولات الرقمية

6. كيف يمكن للذكاء الإصطناعي تحسين دقة موضوعات التقارير الإعلامية .

7. كيف نرى مستقبل توظيف الذكاء الإصطناعي في التقارير الإعلامية .

8. ما مميزات الذكاء الإصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية.

9. كيف يؤثر الذكاء الإصطناعي على جودة المحتوى للتقارير الإعلامية ومصادقيتها .

10. مامدى التأثيرات الإجتماعية والأخلاقية والقانونية لإستخدام الذكاء الإصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية .

11. كيف يؤثر الذكاء الإصطناعي على تطوير إستراتيجيات التواصل الإعلامي داخل منظمة العمل

## حدود الدراسة :

الحدود الموضوعية : توظيف أدوات وتطبيقات الذكاء الإصطناعي في كتابة التقرير الإعلامي

الحدود النوعية : الممارسين المهنيين بإدارة العلاقات العامة بالجامعات الحكومية بالمملكة العربية السعودية

حدود الزمانية : إمتدت الدراسة على مدار شهرين يناير وفبراير 2025م

جدول يوضح متغيرات الدراسة

المتغير التابع	المتغير الوسيطة	المتغير المستقل
الكفاءة المهنية	العمر الجنس	استخدام العينة بالجامعات

نظرية الدراسة :

تستند هذه الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على نظرية إستبدال الوظائف بالذكاء الإصطناعي AI job Replacement Theory

طورت هذه النظرية بواسطة هوانغ وراست عام 2018 م وكان ميلاد لنظرية إستبدال الوظائف بالذكاء الإصطناعي هذه النظرية تقسم الى أربع مستويات لقياس الذكاء الإصطناعي محل الأعمال البشرية وتنقسم مستويات الذكاء الإصطناعي الى أربعة أقسام وهي كالآتي :

1. الذكاء الميكانيكي. 2. الذكاء التحليلي. 3. الذكاء الحدسي. 4. الذكاء العاطفي .

المبادئ الأساسية للنظرية:

أولاً : تطوير الذكاء البشري والذكاء الإصطناعي وتحديداً أربعة من الذكاء الإصطناعي المذكورة ويتم معالجتها بالطريقة التي يجب أن تقرر بها المنظمة بين البشر الآلة لتقديم الخدمة الذكاءات الأربعة.

ثانياً: يحدث إستبدال وظائف الإصطناعي بشكل أساسي على مستوى المهمة بدلاً من مستوى الوظيفة وقد يحل الذكاء الإصطناعي بعض الأعمال البشرية ومستقبلاً يستولى على جميع المهام الوظيفية .

ثالثاً: يحدث إستبدال المهام بدءاً بالمهام الميكانيكية والانتقال الى مستويات الأعلى للذكاء الإصطناعي ويكون قادر على تحديد النظرية المهام الميكانيكية والعاطفية من خلال تحديد آليات إستبدال الذكاء

الإصطناعي . ويمكن أن نستنتج أن الطرق المبتكرة آخذة في الظهور والحنمية وبذلك يكون حجم إستبدال الوظائف أكثر أهمية. يمكن إسقاط النظرية على وظيفة الإعلام والعلاقات العامة تحرير البيانات وعمل قوائم

الوسائط والصور والفيديوهات وتحويلها إلى نصوص وهذا يمثل الذكاء الميكانيكي . تم الإعتماد على أفكار هذه النظرية للطلاع على الرؤية المستقبلية لمعرفة مدى ممارسة (فن كتابة التقارير الإعلامية ) مهنتهم في

ظل الذكاء الإصطناعي ووجهة نظر العينة في مواكبة التطورات في إستبدال التقارير التقليدية بالحديثة .

يمكن تطبيق النظرية على كتابة التقارير الإعلامية لما لها من فوائد مهنية ( ساعد ، 2020).

**منهج الدراسة:** تعد الدراسة من البحوث الوصفية التي تهتم بجمع المعلومات لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة، هدفت الدراسة للتعرف على إدراك ممارسي العلاقات العامة لدور الذكاء الإصطناعي في مواكبة تطوير كتابة التقارير الإعلامية، منهج الدراسة هو المنهج الإستكشافي الوصفي الذي يستخدم للتحقيق في مشكلة للحصول على فهم أفضل، فهي إستكشافية لكونها من البحوث التي تسهم في تسليط الضوء على توظيف الذكاء الإصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية بمنظمات العمل في البيئة العربية والدول يبدأ الباحث بفكرة عامة ويستخدم الدراسة كوسيلة لتحديد محاور البحث المستقبلية، بالإضافة إلى أداة المقابلة المبحوثين والحصول على المعلومات.

**مجتمع الدراسة والبحث:** مجتمع البحث في هذه الدراسة هو ممارسي العلاقات العامة في بعض الجامعات السعودية الحكومية وبلغ عددهم 30 مفردة تم إختيار عينة عمدية وهي تعرف بالعينة القصدية يتم إختيار العينة الأنسب من وجهة نظر الباحث لتحقيق أهداف الدراسة وان هذا البحث يفتح الباب لآفاق متنوعة من الدراسات عن التقارير الإعلامية الرقمية .

#### أداة جمع المعلومات :

صممت الباحثة صحيفة الإستقصاء لجمع البيانات وتشتمل مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة التي تمثل التكامل على إدراك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات السعودية لتطبيقات الذكاء الإصطناعي ودورها في تطور كتابة التقارير الإعلامية في بعض الجامعات السعودية الحكومية، وقد تمت صياغة الأسئلة وفقاً لمحاور ترتبط بمشكلة وأهداف الدراسة بغية الوصول لإجابات دقيقة.

#### محور خصائص العينة :

جدول رقم (1) يوضح خصائص العينة الديمغرافية

المتغيرات	الفئات	التكرار	%
الجنس	ذكر	22	73,3
	أنثي	8	26,7
	<b>المجموع</b>	<b>30</b>	<b>100</b>
التعليم	بكالوريوس	20	66,6
	دراسات عليا	10	33,7
	<b>المجموع</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

العمر	30-20	5	16,6
	40-31	10	33,4
	50-41	10	33,4
	أكثر من 50	5	16,6
	<b>المجموع</b>	<b>30</b>	<b>100</b>
الخبرة	اقل من 5 سنوات	5	16,6
	10-5	8	26,7
	15-11	14	46,7
	أكثر من 15	3	10,0
	<b>المجموع</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

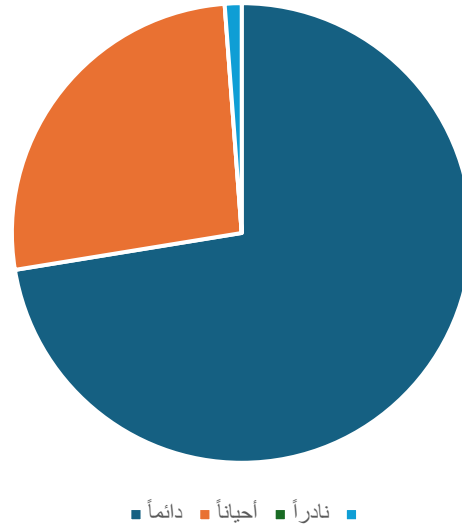
يكشف الجدول أعلاه أهم خصائص ومواصفات المبحوثين على النحو الآتي :

- من حيث النوع جاءت نسبة الذكور بـ 73,7% في المرتبة الأولى، مقابل 27,3% وتشير هذه النسبة الى خصوصية المرأة وتمكين المرأة في الرؤية 2030م .
- من حيث العمر تساوت نسبة الأعمار من 31 و 50 في نسبة 33.4% وتمثل ثلثي العينة وهذا يشير لترابط الأجيال تقنياً ومواكبة فنياً ومهنيًا.
- تساوت فئة سن الشباب مع الفئة الأكبر سناً مما يؤكد أن الكبار أثبتوا جدارتهم في متابعة ومواكبة التقنيات الحديثة وأنهم قادرين على مسايرة التطورات ومواكبتها .
- من حيث الخبرة تمتلك العينة خبرات جيدة من (11-14) النسبة الأعلى للعينة ومن خمس سنوات الى عشرة سنوات بنسبة 26,7% وجاءت نسبة الخبرة أقل من خمس سنوات بنسبة 16,6% أما نسبة أكثر من 15 سنة كانت 10% هذه النسبة تؤكد وجود الهرمية للقمة للمهنية والكفاءة.
- محور استخدام أفراد العينة للذكاء الاصطناعي .

جدول رقم (2) يمثل استخدام وإهتمام أفراد العينة للذكاء الاصطناعي

نسبة %	التكرار	إستخدام أفراد العينة للذكاء الاصطناعي
73,3	22	دائماً
26,7	8	أحياناً
0	0	نادراً
100	30	المجموع

إستخدام أفراد العينة للذكاء الاصطناعي



يتضح من الجدول السابق ما يلي :

. تبين نتائج الجدول أعلاه النسبة الأولى إن الغالبية العظمى من عينة الدراسة يستخدمون الذكاء الاصطناعي بنسبة 73.3% وهي نسبة كبيرة ومرتفعة وهذا دليل على أن استخدام الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير أصبح ضرورة ماثله وملحة في المجال الإعلامي هذه النتيجة دعمتها بيانات المقابلة أن هناك كثيراً من التطبيقات سيصبح مستقبلاً ضروري في بيئة العمل الإعلامية والعلاقات العامة هذه النتيجة اتفقت مع دراسة (سمر، 2023) التي توصلت إلي وجود اهتمام من قبل المبحوثين وإنه يمثل مستقبل .  
. أما النسبة الثانية 26,7% من العينة يستخدم الذكاء الاصطناعي أحيانا وتشير الباحثة يمكن لهؤلاء من التدريب حتى تصقل تلك المهارات طالما هم يستخدموها فقط إعطاء جرعات تقنية أكبر .

**عينة الدراسة :** العينة العمدية أو القصدية هي طريقة أخذ عينات يتم فيها تشكيل عدد من التجمعات أو الطبقات من مجموعات مختلفة من السمات في مجموعة دراسية ويتم أخذ عينة من الأفراد المنتمين إلى كل مجموعة ، مما يساهم في تحسين النتائج وجودتها والتوزيع المتكامل من أجل الحصول على نتائج موثوقة من خلال التخصصات والخبرة تم توظيف الاختيارات التالية : النسب المئوية والتكرارات ، وتمثل هذه الدراسة متخصصة ونادرة والعينة تمتلك الخبرة والمهارات اللازمة للمشاركة في هذه الدراسة وتعتبر الخيار الأمثل ، تم إعداد تصميم الإستبانة بالطريقة المنهجية ، تم تصميم الإستبانة إلكترونياً وتم إرسال الرابط للمبحوثين عبر وسائل التواصل الإجتماعية ومجموعة الواتس Whatsapp بمساعدة صديقاتي .

### ثانياً : المقابلة :

عرفت المقابلة إنها مقابلة بين الباحث ومجموعة من الأشخاص للحصول الى معلومات أو حقائق أو مواقف بعينها تمت المقابلات عبر الجوال مع مجموعة مكونة من 10 من المهتمين بالإعلام من أجل تحقيق أهداف الدراسة كلاً على حدة ، إتمدت الباحثة على هذه الأداة بشكل ثانوي لدعم بيانات الإستبيان وتم تفريقها عند الحاجة لها كما تم إستخدام عينة كرة الثلج Snowball Sampling وهي أن يحدد الباحث خصائص بعينها للعينة لتحقيق أهداف الدراسة ويطلب من كل مشترك أن يقترح مشاركاً آخر له نفس الخصائص إستخدمت الباحثة هذه العينة لأنها في حدود مكانية محددة أي أن أفراد العينة موزعون على الجامعات السعودية جامعة الملك عبد العزيز ، جامعة أم القرى ، جامعة الملك فيصل ، جامعة حائل ، جامعة الملك خالد ، جامعة الإمام محمد بن سعود ويستطيع ان يستفيد من زملائه في بيئة العمل لكي يجمع معلومات بشكل من التوسع التدريجي .

### الدراسات السابقة :

موضوع الذكاء الاصطناعي شكل إهتماماً واسعاً في العديد من الدراسات الإعلامية في كل العالم العربي والغربي ونذكر بعضاً منها .

دراسة الأولى (مروة محمود إبراهيم الخولاني 2022) قدمت الدراسة مقترح تنفيذ لتفعيل الرقمنه الذكية لمواكبة الثورة الرابعة بالجامعات المصرية ، إمتدت الدراسة على المنهج الوصفي لدمج الذكاء الصناعي في منظمات الجامعات المصرية توصلت الدراسة الى وجود علاقة إيجابية لدعم إستخدام الذكاء الاصطناعي وتبني رؤى جديدة بغية الوصول الى تطورات ذات جودة عالية لمواجهة تطورات الذكاء الاصطناعي .

الدراسة الثانية ( سمر عبد الحليم 2023)

يوجد إهتمام من ممارسي العلاقات العامة في الحصول على المتعلقة لأنه يمثل المستقبل والنشر والاختبار والتسويق ، وتؤكد نتائج فروض الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين مستوى معلومات ممارسي العلاقات العامة عن الذكاء الاصطناعي على التقييم الإيجابي لدوره في التسويق والحملات الإعلانية .

الدراسة الثالثة :

دراسة (Gouda &Others2020) تستعرض تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة والإعلان التحديات التي تطرحها على أنشطة العلاقات العامة ونظراً لأن منظمات الأعمال تحافظ على سرية إبتكاراتها في مجال الذكاء الاصطناعي وترى الباحثة أن للذكاء الاصطناعي تهديدات أخلاقية مثل الإحتيال والسرقة والوصول الى المعلومات الشخصية كما يجب الإنتباه إلى الأخلاقيات المهنية حتى لانصاب بالعمى الأخلاقي.

الدراسة الرابعة :

(عزمى 2021) هدفت الدراسة إلى الكشف عن إتخاذ دارسي الإعلام نحو إستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي تنتمي هذه الدراسة الى الوصفية طبقت على عينة عمدية بإستخدام الإستبان ، توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج والتوصيات .

الدراسة الخامسة :

دراسة الشمري (2021) هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الذكاء الاصطناعي والمفاهيم المستقبلية وأهم العناصر الفاعلة في صناعة المحتوى الإعلامي ومستقبله ، إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وإعتمدت على أداة المقابلة وتوصلت الدراسة الى وجود قوانين وتشريعات لحماية الجنس البشري وحقوقه من سلوك الآلات .

بإستقراء الدراسات السابقة يمكن إستخلاص العديد من المؤشرات على النحو الآتي .:

- طبقت الدراسات على عينات من ممارسي العلاقات العامة والخبراء والأكاديميين في مجال الإعلام والذكاء الاصطناعي وتنوعت أدواتها في جمع البيانات ما بين الكمية والكيفية وتباينت المناهج ما بين المسحي والوصفي.

. حققت الباحثة إستفادة على المستوى المعرفي والمنهجي في تحديد متغيرات الدراسة وبلورة موضوع التقارير الإعلامية الذكية نظراً لحدائته .

. من خلال الدراسات السابقة حددت الباحثة المنهجية للبرامج والأدوات والتطبيقات للذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية والمنهج المستخدم .

التعقيب على الدراسات السابقة :

1. إنفقت دراستي مع بعض الدراسات السابقة في أهدافها في توظيف الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والتقارير .

2. تشابهت دراستي في المنهج المستخدم وإستخدام برنامج التحليل الإحصائي .

3. إختلفت دراستي من حيث تحديد مجتمع الدراسة التي إعتمدت على الممارسين لكتابة التقارير الإعلامية في بعض الجامعات بالمملكة العربية السعودية .

4 . إستفادت الباحثة من عينة كرة الثلج في المقابلات وتجميع معلومات .

**أدوات جمع المعلومات :**

سعت الدراسة الى جمع البيانات للإجابة على التساؤلات على أداتين هما استمارة الإستبيان والمقابلة وعينة كرة الثلج . أولاً: أداة الاستبيان : يستخدم في الدراسات الإعلامية لجمع المعلومات من مجتمع البحث في هذه الدراسة تم تصميم الإستبانة وتساؤلات البحث وأهدافه والأخذ بآراء وتوجيهات عينة المقابلة وكرة الثلج تضمنت الإستبانة عدداً من الأسئلة تم توزيعها على عدة محاور .

. محور عينة الدراسة التي تستخدم الذكاء الاصطناعي .

. محور توظيف الذكاء الاصطناعي لكتابة التقارير الإعلامية . في الجامعات السعودية .

. محور أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي .

. محور فوائد إستخدام الذكاء الاصطناعي .

. محور مجالات وأشكال الذكاء الاصطناعي .

. محور مميزات الذكاء الاصطناعي .

. محور تحديات الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية .

. محور مستقبل الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية .

**صدق وثبات الاستبيان :**

**الصدق والثبات :**

. اختبار الصدق ( validity )

يقصد به صدق المقياس المستخدم ودقتها تم عرض الإستبيان على مجموعة من الدكاترة المختصين في مجال الإعلام والخبراء وتم إجراء بعض التعديلات والإقتراحات .

. اختبار الثبات Reliability:

تم تطبيق إختبار الثبات على عينة تمثل 10% بعد أن حكمت الإستهانة ثم أعادت الباحثة تطبيق الإختبار مرة ثانية على 5% من عينة الدراسة بعد أسبوعين من الإختبار الأول مما أكد ثبات الإستمارة ومدى صلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج .

#### 1. الصدق الظاهري (صدق المحكمين )

أساليب المعالجة الإحصائية :

قامت الباحثة بتحليل وتفرغ الإستهبان من خلال برنامج SPSS وتم إستخدام الإختبارات الاحصائيات الاتية :

- النسب المئوية والتكرارات .

- معامل إرتباط بيرسون لقياس صدق الفقرات.

المعالجات الإحصائية للبيانات :

فرغت البيانات البرنامج الإحصائي (SPSS)

الإطار المعرفي أو خطة البحث :

في سياق متصل تمكن الذكاء الإصطناعي من إنتاج المحتوى الإعلامي بطريقة محسنة وذات جودة عالية ووفر كثيراً من الجهد والوقت لإنتاج تقارير إعلامية ومعلومات مما يبشر بمستقبل لخدمة الإعلام مع التقنية الرابعة لإحداث تحولات وتطورات في الإنتاج الإعلامي وتوصيله للجمهور بشكل دقيق وسريع .

#### المبحث الأول

مفهوم التقرير وأهميته وأنواعه وكيفية إعداده ومجالاته. وخصائصه وسماته .

مفهوم التقرير :

هو مستند رسمي ونوع من فنون الكتابة الإعلامية وأداة أساسية لنقل المعلومات والأحداث وتحليلها مصبوغة بمعلومات واضحة ومختصرة مستهدفة جماهير معينة لإيصال أهداف ، مع ذكر الوقائع والحقائق تحتوى التقارير على معلومات دقيقة لتحليل مشكلة أو موقف وتوفير معلومات جيدة ومنظمة ومرئية ويمكن تقديم توصيات لإتخاذ قرارات مستقبلية لصالح المنظمة والتقرير الإعلامي يشتمل على وثيقة مكتوبة أو مسموعة وعبر الذكاء الإصطناعي أصبحت بصرية واقعية وموضوعية متضمنة للتحليلات والنتائج .

أهمية التقارير الإعلامية :

- نقل المعلومات والحقائق إلى الجماهير بشأن القضايا السياسية والإقتصادية والإجتماعية .

- تحقيق الشفافية عبرها يمكن تسليط الضوء على القضايا الهامة لتحقيق الشفافية في المجتمع المعنى مثل

الفساد وإنتهاك حقوق الإنسان، وتوجد العديد من الأنليات المعاصرة والتفاعلية وأن إستمرارية عمل المنظمات

بتطور إلى تسويق والخدمات (طاهاات .2016ص 18) ويمكن للجمهور المستهدف من تملك المعلومة (فقيه، 2024،60).

. الإعلام والتوعية يساهم التقرير في رفع المستوى التوعوي لدى الجماهير في القضايا البيئية والتعليم والصحة وغيرها .

. تحليل الحدث : بعضها لا يشتمل على الخبر بل يشتمل على التحليلات والتفسيرات وصولاً إلى النتائج. وقد أحدث الإعلام الرقمي تغيرات في وجود الإستمرارية والسرعة (بدر الدين ،2016ص18).  
خصائص التقارير الإعلامية :

1. إتباع الموضوعية والحيادية ، وإتباع الحيادية معتمدة على الحقائق والوقائع دون الآراء .
2. دقة المعلومات ، يجب أن تكون المعلومة داخل التقرير صحيحة ومختصرة.
3. الوضوح أن يكون مفهوماً في معانيه ومرتباً ومنظماً.
4. أن يكون مفصلاً أي يشتمل على عرض شامل مع تفاصيل تسمح للقراء بفهم السياق العام .
5. التوقيت أن يتزامن التقرير مع الاحداث الآنية .
6. لابد من مصادر موثقة وتوثيقاً لكل المعلومات .
7. تنظيم مبتكر ومنظم وبشكل منطقي وسلس ابتداءً بالعنوان والمقدمة ثم التفاصيل والإقتراحات والتوصيات ثم الخاتمة .

أنواع التقارير الإعلامية وتجد العديد من التقارير نذكر منها :

1. التقرير الإخباري يغطي مجموعة من الأحداث السياسية إضافة تحليل أو رأى مثل الكوارث الطبيعية والجرائم .
2. التقرير التحليلي يحلل ويفسر المواضيع موضعاً لكل المسببات والنتائج .
3. التقرير المصور يتم إستخدام الصور والفيديوهات مع النصوص التوضيحية.
4. التقرير الإستقصائي مهمته كشف الحقائق المخفية أو التحقق في قضايا ببحوث موثقة والتحقيق بشكل عميق لكشف المخفي للممارسات غير القانونية وكشف الفساد والجريمة .
5. التقارير الخاصة تتعلق بموضوعات يومية غير مستعجلة أو تقارير في المناسبات أو الأعياد أو قضية ثقافية أو رياضية أو إجتماعية .

خطوات التقارير الإعلامية :

1. جمع الحقائق والمعلومات من مصادر موثقة .

2. التحقق من دقة المعلومات المجمعة .
  3. إتباع التسلسل المنطقي في كتابة التقرير .
  4. يجب مراجعة وخلوه من الأخطاء اللغوية والإملائية والمعلوماتية .
  5. بعد الانتهاء يجب نشره على وسائل الاعلام .
- يجب أن يتضمن هيكل التقرير الإعلام على الآتي :
1. صفحة العنوان 2. الملخص التنفيذي 3. فهرس المحتويات 4. المقدمة 5. الشروط المرجعية. 6. حل مشكلة التقرير. 7. النتائج والحلول 8. الخاتمة والتوصيات 9. المراجع /الببليوغرافيا.
- أهمية الذكاء الإصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية :
1. الكفاءة والسرعة : من خلال المعلومات المتاحة يمكن للذكاء الإصطناعي إنشاء تقارير بسرعة وكفاءة عالية رغم الكميات الضخمة من البيانات .
  2. المقدرة لمعالجة البيانات الضخمة : يمكن معالجة المعلومات الضخمة مما يمكن الذكاء الإصطناعي معالجتها بشكل أسرع وأدق من البشر .
  3. تقرير تلقائي : يمكن للذكاء الإصطناعي كتابة التقارير بشكل تلقائي مبني على إدخال المعلومات المدخلة مما يساعد على إستمرارية الإنتاج والتحديث للتقرير .
  4. التحليل العميق : من خلال توظيف الذكاء الإصطناعي أضحي تحليل النصوص بعمق وفهم السياق بدقة عالية مما يجعل التقارير دقيقة وأكثر إحترافاً .

#### المبحث الثاني

توظيف أدوات وتطبيقات الذكاء الإصطناعي في كتابة التقرير الإعلامي .

1. أحدثت الذكاء الإصطناعي ثورة في إنتاج المحتوى الإعلامي وتحسينه جودة وتميزا في شتى مجالات الحياة العملية والعلمية من خلال تحليل البيانات تستخدم أدوات الذكاء الإصطناعي لتحليل لبيانات والمعلومات لاستخراج الأنماط وتضمينها في التقرير ( بونية ن1993،ص 45).
2. توليد محتوى تطبيقات الذكاء الإصطناعي قادر على إنتاج توليد نصوص تلقائياً بناءً على إدخال معطيات توظف لكتابة تقارير توفير الجهد والوقت.
3. تحسين الكتابة بأدوات الكتابة التلقائية تستخدم أدوات الذكاء لتحسين جودة الكتابة وتقديم الإقتراحات اللغوية وتصحيح الأخطاء الإملائية والنحوية وكذلك تحسين الأسلوب.

4. تخصيص المحتوى للذكاء الاصطناعي إمكانية تفضيلات الجمهور من أجل تقديم محتوى متخصص تتفق مع إهتمام الجمهور ويزيد من التفاعل مع التقارير .

5. تحليل المشاعر تستخدم أدوات تحليل المشاعر لفهم ردود أفعال الجماهير ناحية موضوع معين لصياغة تقرير مناسب للاهتمامات

6. توليد المخططات وتوليد الرسوم البيانية .

مرت الكتابة الرقمية بتطورات وتحولات في الوسائل والأساليب للكتابة والتواصل وفيما يلي تطور مراحل الكتابة الرقمية :

1. البداية على الالة الكاتبة (القرن 19- 20).

2. الكتابة بواسطة الحاسب الألى (سبعينات وثمانينيات القرن العشرين).

3. برامج معالجة النصوص الحديثة (تسعينات القرن الماضى ).

4.الانترنت والتدوين ( أواخر التسعينات ).

5. تطورات الهواتف الذكية (2000-2010).

6. الكتابة على المنصات والشبكات الاجتماعية (2010- الحاضر ).

7. الكتابة التفاعلية والذكاء الاصطناعي (2020الحاضر).

8. المستقبل التطورات مستمره مع الواقع الافتراضى والواقع المعزز والكتابة بواسطة الصوت وليس البورت والتعرف على الصوت وقد تصبح أكثر تطوراً.

ساعدت الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها في التسرع فى تطور التقارير الإعلامية مما أدى الى تحليل البيانات وتوليداً للنصوص وتصحيح الأخطاء الاملائية والنحوية وتحسين المحتوى الإعلامى وجودته وتوجد العديد من الأدوات والتطبيقات التي يمكن أن تستخدمها في كتابة التقارير الإعلامية ويستخدم الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية لجمع البيانات من مصادر مختلفة وحية وتحليل هذه البيانات بتقنية معالجة اللغة الطبيعية ثم مرحلة اعداد التقرير بناءً على الخوارزميات لتوليد نصوص متزامنة ،ويمكن التحديث التلقائي عند ظهور معلومات حديثة مستنطقه عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي .

أولاً : أدوات الكتابة التلقائية (AlcontentGenerators) ( نجم الدين واخرون ، ص40). Cht

GPT(openAI) يمكن توليد النصوص تلقائياً في التقارير الإعلامية ويمكن كتابة الملخصات والإفتتاحيات والمقالات والتقارير الإخبارية.

. JasperAI: هذه أداة لكتابة المحتوى وتولد محتويات تتناسب مع كل المواضيع وفنون الكتابة

Copy ai توفر هذه الأداة انشاء المحتوى الإعلامي تلقائياً مما يؤدي الى ابتكار نصوص بطريقة ابتكارية وفنيات عالية .

ثانياً : أدوات تحسين النصوص (TextEnhancement)

Grammarly : تقوم هذه الالة بالتدقيق لغويا للتقارير الإعلامية مما يؤدي الى جودة مهارة الكتابة وتصحيح الأخطاء النحوية والاملائية .

ProWritingAid : تقوم بالفحص العميق للغة وتمنع التكرارات وأي مشكلة في النصوص .

ثالثاً : أدوات تلخيص النصوص (TextSummarizationTools)

SummarizeB : تستخدم لاستخلاص الأفكار الطويلة وتلخيصها وتقديمها بصورة مختصرة .

SMMRY : أداة لتقليص الحجم الكبير الى نقاط رئيسية سهلة الفهم .

رابعاً : أدوات تحليل النصوص وتحليل المشاعر (SENTIMENTa nalysis TOOLS)

أداة قوية لتحليل المشاعر وكيفية تفاعل الجماهير مع الموضوعات وتحديد الاتجاهات وردود الفعل على التقارير .

خامساً: أدوات التعرف على الصور والفيديو Image&VideoRecognitionTOOLS

أداة تستخدم للتعرف على الصور والفيديوهات وتحليل محتواها كما تستخدم جوجل الذكاء الاصطناعي (GOOgleVison AI) لتحديد محتوى الصور والفيديوهات بدقة عالية ويتم اختيار التقارير الإعلامية المناسبة .

سادساً : أدوات للترجمة عالية الدقة (AI POWERedTranslation TOOLS) لترجمة التقارير الإعلامية

الى عدة لغات بسهولة ويسر . (محمد، 2005، ص43)

سابعاً : أدوات توليد العناوين ( HEADLINE Generation Tools)

توليد عناوين جذابة وبطرق سريعة وجذابة يتناسب مع المحتوى والسياق الإعلامي وتقديم عنوان مبتكر ومضمون جاذب للتقرير الإعلامي .

ان أدوات الذكاء الاصطناعي قوية لتحسين الدقة والفعالية في كتابة التقارير الإعلامية ومحتواها وتحليل البيانات والمشاعر من اجل جودة عالية.

أدوات كتابة تقرير بالذكاء الاصطناعي

توجد العديد من الأدوات يمكن استخدامها ومنها : (القريني، 2004، ص42)

PiKtochart 1

2. Smodin AI Writer

3. Aithor

4. CHatGPT

5. Grammarl

مستقبل التقارير الإعلامية بواسطة الذكاء الاصطناعي : (عبد المعطى ، 2022 ، ص11)

مستقبل التقارير الإعلامية بتوظيف الذكاء الاصطناعي مستقبلاً واعد ومحوري بهيمنتته على الابتكار والإنتاج للمحتوى الإعلامي بجودة عالية ومنها ما يلي :

1. تحسين تقنية معالجة اللغة الطبيعية (NLP) لفهم النصوص بعمق وإنتاج تقارير بصورة دقيقة وواقعية .
2. التفاعل مع الجماهير :سيتطور الذكاء الاصطناعي ليتفاعل مع الجمهور ،
3. التكامل مع الصحفيين لمساعدتهم في عدة مهام .
4. تشير عينة المقابلة الى ان مستقبل كتابة التقارير بالذكاء الاصطناعي سوف تحدث هندسة في الإنتاج والمحتوى الإعلامي .

5. إزالة التحيز البشري لتقديم تقارير موضوعية مستندة على الحقائق والبيانات كما سيكون له القدرة على تكيف سلوك الجمهور مثل تتبع الاهتمامات والتفاعل مع المحتوى توفر تقنية الذكاء الاصطناعي فوائد متعددة من حيث الدقة والسرعة
6. في المستقبل يمكن دمج الذكاء الاصطناعي مع تقنيات الوسائط المتعددة مثل الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) من أجل إنشاء تجارب إعلامية ومشاهدة التقارير في بيئة ثلاثية الابعاد . ( نهى الاسودى ، ص515)ش

تحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في كتابة فن التقارير الإعلامية :

1. الافتقار الى الابداع لايمكن للذكاء إضافة البعد الإنساني والتعبير العاطفي أو التحليلات المعقدة .ويعتمد على البيانات المدخلة سلباً وإيجاباً.
2. القدرة على معالجة السياق والمشاعر ويواجه الذكاء الاصطناعي صعوبة في فهم السياق أو الموضوع خاصة العواطف أو النوايا من التصريحات والأفعال لا يستطيع الذكاء الاصطناعي التمييز بين اللغة الرمزية او المجازية او اللغة الحرفية مما قد يؤثر على دقة التقارير
3. القضايا الأخلاقية يجب تطبيق الرقابة البشرية لضمان نزاهة التقارير هذه من إجابات عينة المقابلة في التحديات الماثلة التطبيقية لأن المعلومات حساسة وتتطلب تعاملًا مع الخصوصية .

5. التحيزات الخوارزمية الذكاء الاصطناعي يعتمد على البيانات الصحيحة من إعداد تقارير موضوعية .
6. التفاعل مع الجمهور يتطلب التقرير الإعلامي نقل المعلومات والذكاء الاصطناعي يفتقر إلى المقدرة على إجراء ديناميكي مثل البشر كما أجاب أحد عينة المقابلة .
- مقترحات عينة الدراسة عن التقارير بالذكاء الاصطناعي .
1. يجب استخدام الذكاء الاصطناعي كمساعد وليس بدليل وإضافة اللمسات الإنسانية

### المبحث الثالث

الدراسة الميدانية :

نتائج الدراسة الميدانية :

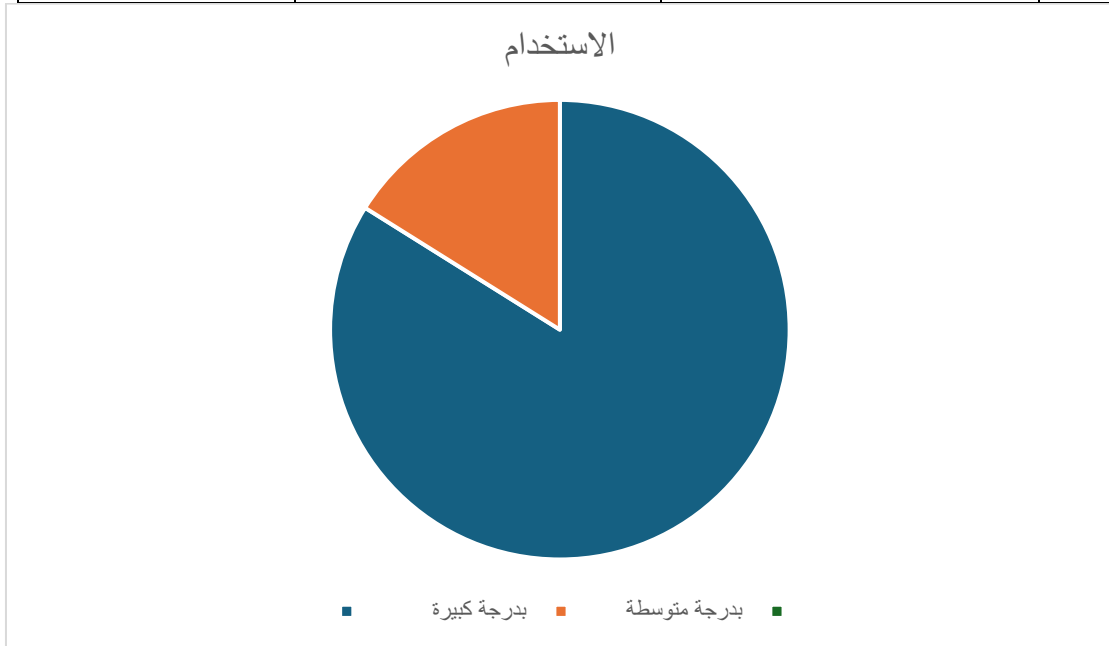
يتناول هذا الجزء الدراسة الميدانية لعينة ممارسي العلاقات العامة بالجامعات السعودية حول اعداد التقارير الإعلامية واشتمل على عدة محاور .

محور استخدام عينة الدراسة للذكاء الاصطناعي

جدول رقم ( 3 ) يوضح عينة الدراسة :

جدول رقم ( 3 ) يوضح استخدام العينة للذكاء الاصطناعي للتقرير الإعلامية

الرقم	الاستخدام	تكرار	نسبة %
1	بدرجة كبيرة	26	83.9
2	بدرجة متوسطة	4	16.1

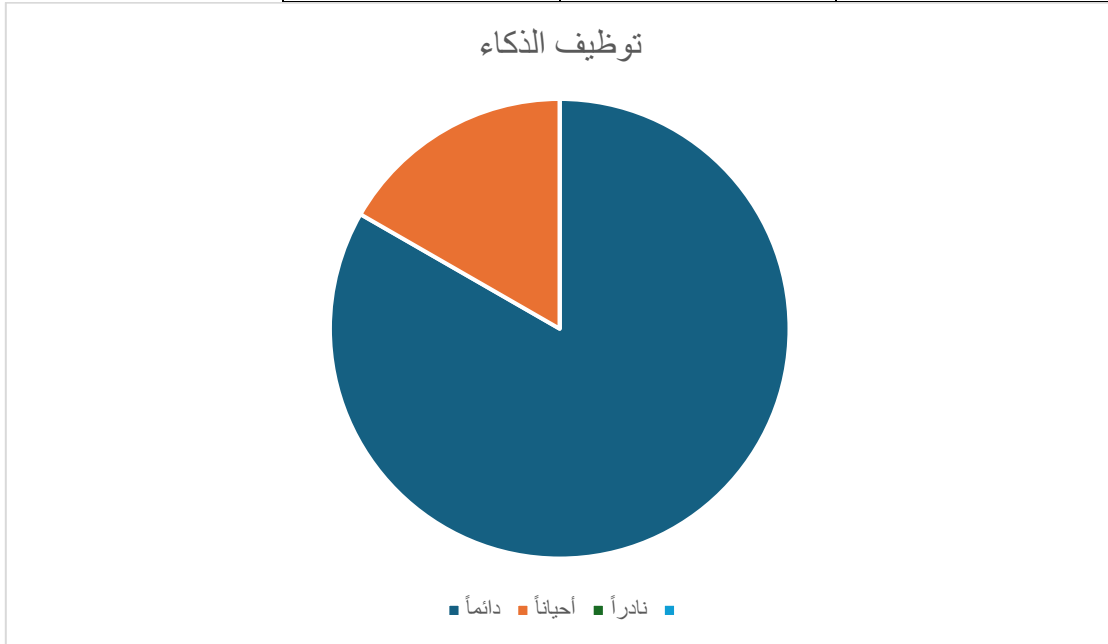


تكشف المعلومات الإحصائية للجدول أعلاه وجود استخدام كبير للذكاء الاصطناعي هذه النتيجة بنسبة 83,9% دعمتها بيانات المقابلة أن هناك إهتمام كبير من قبل الجامعات بإقامة تدريب مستمر لأنها ستصبح ضرورة ملحة لمسايرة التطورات التقنية لذلك لابد من نظره إستباقية واستعداد مهني لكونه يمثل مستقبل للإعلام ، جاء النسبة الثانية بنسبة 16,1% أي تمثل نسبة ضعيفة للإستخدام وتضيف عينة المقابلة وكرة الثلج أن إستخدام الذكاء الاصطناعي يعزز الإنتاج ودقة أداء العمل ويساهم في تحسن العمل .

محور توظيف الذكاء الاصطناعي في الجامعات السعودية

جدول رقم (4) يوضح توظيف الذكاء الاصطناعي في الجامعات السعودية للتقارير الإعلامية

النسبة %	التكرار	توظيف الذكاء
83.3	25	دائماً
16.7	5	أحياناً
0	0	نادراً
100	30	المجموع



تكشف المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه أن توظيف الذكاء الاصطناعي

جدول يوضح توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية بنسبة 83,3% وتعتبر نسبة كبيرة مقارنة مع أحيانا بنسبة 16,7% وأشارت عينة المقابلة ان الجامعات تتابع الأبحاث العالمية

وتفاعلاتها بالإضافة للتطورات وربطها بالمناهج والطلاب وتشير الباحثة الى ان هناك اهتمام بالجامعات لكتابة التقارير لانه سيصبح ضرورة في بيئة العمل ويجب مواكبته من أجل تسهيل العمل وسرعته .

جدول(5) يوضح أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في التقارير الإعلامية

أهمية التوظيف	تكرار	نسبة %
1. مهم بدرجة كبيرة	20	66.3
2. مهم الى حد ما	8	26.7
3. غير مهم	0	0
4. محايد	3	7
المجموع	30	100

تدعم نتائج الجدول السابق الذي يشير الى ان عينة الدراسة أجمعت بنسبة 6603 على أهمية استخدام الذكاء الاصطناعي وانه سيصبح من التخصصات في جامعات مثل العالم الغربي وهذا يوضح أهميته في أنظمة العمل وإذ اضفنا النسبة الأولى مهم بدرجة كبيرة الى مهم الى حد ما تصبح النسبة 93 وهذا مؤشر على إهتمام وعى وتطور العينة بمسايرة التطورات التقنية واهمية كتابة التقارير بواسطة الذكاء الاصطناعي وتشير الباحثة الى ان الذكاء الاصطناعي امر مهمما لأنه يزيد من السرعة والكفاءة والتفاعل السريع مع الأحداث ومحدثة بشكل دورى ، اما عينة المقابلة وكرة الثلج اضافت بان الذكاء الاصطناعي بعض التطبيقات يمكنها التحليل وتقديم تنبؤات مستقبلية ويجب على كل منظمات العمل مواكبة العصر الرقمي .

جدول رقم (6) يوضح مستوى الذكاء الاصطناعي الموظف في كتابة التقارير الإعلامية

نوع الذكاء الاصطناعي	تكرار	نسبة %
1. الذكاء الميكانيكي	15	50.0
2. ذكاء تحليلي	5	18.3
3. ذكاء حدسى	5	18.3
4. ذكاء عاطفى	5	18.3
المجموع	30	100

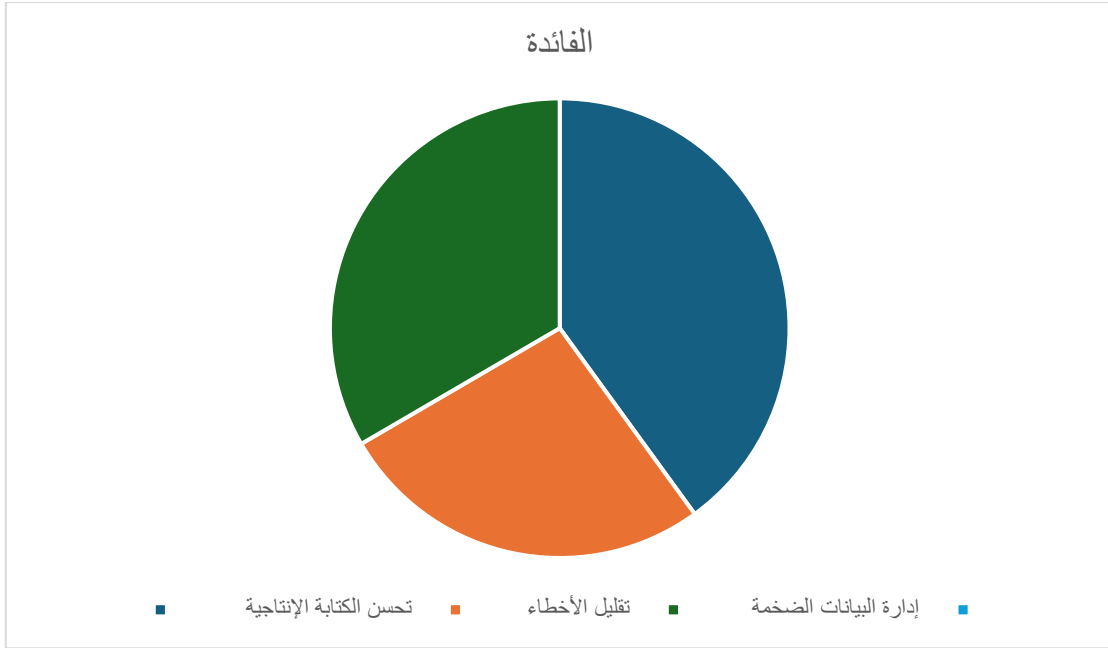
من الجدول أعلاه نلاحظ الاتى :

ان نسبة الذكاء الميكانيكي هي الأولى بنسبة 50% وهو نسبة من مستويات الذكاء الاصطناعي وهو المقدر لمعالجة الموضوعات المادية والاشياء وفهمها وتتجلى في المهارات الحسية واليدوية والحركية وهذا يؤكد ان الذكاء الاصطناعي له تأثير على معالجة البيانات وتحويلها الى أصوات او نصوص مع إمكانية الترجمة وتحويل النصوص الى فيديوهات .

تلاقت المستويات الثلاثة في نسبة 18,3% مما يؤكد اهميتهما الثلاث كل هذه المستويات تحتاج الى مهارات مهنية واخلاقية فمثلا الذكاء التحليلي يقوم بتحليل الاتجاهات السياسية والاقتصادية وكتابة تقارير مبنية على التحليل ، وتشير الباحثة الى ان احد فروع الذكاء الإصطناعي المدعومة بالذكاء العاطفي تستطيع ان تميز وتحدد مشاعر الخوف والغضب والسعادة والحزن بواسطة التفاعل مع الأجهزة الذكية كما يستطيع ان يتعرف الوجه بكمرة وبرمجيات لتحديد تعابير الوجه التي تعكس المشاعر كطما يمكنه تحليل الصوت وإيقاعات لمعرفة العواطف .المختلفة

جدول رقم (7) يوضح فوائد استخدام الذكاء الاصطناعي في كتابة فن التقرير الاعلامي في المنظمة

النسبة %	التكرار	الفائدة
40	12	1. تحسن الكتابة الإنتاجية
26,6	8	2. تقليل الأخطاء
33.4	10	3. إدارة البيانات الضخمة
100	30	المجموع



من بيانات الجدول السابق يتضح :

حسب بيانات الاستبانة والمقابلة ظهرت أوجه الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي تشير الباحثة هنا الى قبول المبتكر حسب نظرية قبول التكنولوجيا

1. الفائدة الأولى لاستخدام الذكاء الاصطناعي ونسبة 12% من العينة يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين كتابة التقرير سواء من الناحية الموضوعية او الشكلية ويجعل التقارير اكثر فعالية ودقة وكفاءة ويساعد على تحليل البيانات بعمق عبر أتمتة المهام الروتينية .

2. جاءت نسبة إدارة البيانات الضخمة في المرتبة الثانية بنسبة 10% مما يؤكد على أهمية تحليل والتنبؤات كما يقلل من الأخطاء ويوفر التكاليف هذا ما اتفق مع عينة المقابلة

3. حصلت نسبة تقليل الأخطاء البشرية على نسبة 8% من العينة وذلك بتحسين الكفاءة وتعزيز الابتكار والتقليل من الأخطاء ومعالجة التحديات والمهام الخطرة والتنبؤ بالجودة والدقة. وعلى حسب نتائج المقابلات اكدوا ان الذكاء الاصطناعي يحسن من كفاءة العمل والتقليل من الأخطاء من خلال الاتمته والوصول الى الدقة وتحليل البيانات كما يمكن إعداد تقاري بعدة لغات من أجل تقديم محتوى أكثر جودة وموثوقية مما يجعل هذه التقنية أداة قوية في صناعة التقارير الإعلامية .

محور مجالات واشكال الذكاء الاصطناعي في التقارير الإعلامية

جدول رقم (8) يوضح اهم مجالات واشكال الذكاء الاصطناعي

النسبة %	التكرار	المجال
16,6	5	1- تنوع الشكل والمحتوى
33,3	10	2- تقارير تفاعلية
16,6	5	3- التقارير الاستشرافية
33,3	10	4- تقارير صوتية ومرئية
100	30	المجموع

من الجدول أعلاه نلاحظ الآتي :

1. تكشف المعطيات الأحصائية للجدول أعلاه أن أشكال الذكاء والتقارير التفاعلية الصوتية ومرئية على نسبة 10% كنسبة أولى يمكن للذكاء الاصطناعي من تحليل تفاعل الجمهور مع المحتوى ويمكن تقديم ملاحظات فلقد استطاع الذكاء الاصطناعي تحويل الكتابة الى فديوهات كما يستطيع الذكاء استخدام الحوار لإنشاء أنظمة تفاعلية تشبه الحوار الإنساني .

2. اشتركت تنوع الشكل والمحتوى والتقارير الاستشرافية بنسبة 5% يستطيع الذكاء الاصطناعي ان يقدم تقارير ذات محتوى بدقة وكفاءة واشكال جذابة متنوعة مقروءة ومسموعة ومرئية كما ان التقارير الاستشرافية تمثل الاحداث المتوقعة او المتخيل حدوثها اى تصور لتحليل او تنبؤ بالمستقبل . علق احد عينة المقابلة ان التقارير الإعلامية بواسطة الذكاء الاصطناعي يجمع بين الماضي والمستقبل و الأعوام القادمة سوف تشهد مجموعة من التطورات التقنية التي تدهش البشرية .

محور مميزات الذكاء في التقارير الإعلامية

جدول رقم (9) يوضح مميزات الذكاء الاصطناعي للتقارير الإعلامية

النسبة %	التكرار	الميزة
26,6	8	1- سرعة انتشار التقارير والشفافية
40,0	12	2- التحليل العميق للبيانات والحياد
20,0	6	3- انتاج تقارير متعددة الوسائط
13,4	4	4- تحليل التوجهات المستقبلية والتنبؤات
100	30	المجموع

من استقراء الجدول السابق نقرأ الآتي:

- نرى ان التحليل العميق والحياد استحوذ على اعلى نسب 40% حيث يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي اعداد تقارير تحليلي البيانات بشكل شامل ومعقد ويعتمد على تقنيات متقدمة مثل التعلم الآلي والتنبؤات المستقبلية وتحليل الأنماط وتشير عينة المقابلة بالحيادية والموضوعية ميزة اصيلة للتقارير الإعلامية .  
- سرعة انتشار التقارير والشفافية حصلت على النسبة الثانية 26,6 حيث تتمكن أداة الذكاء الاصطناعي من جمع المعلومات من مصادر متعددة وتحليلها والتأكد من صحتها وفحصها ومراجعة الأخبار والتحقق منها وتوفيرها بشكل سريع وفعال وشفاف بوضوح دون إخفاء للحقائق .

. حصلت انتاج تقارير عبر الوسائط المتعددة ودمج النصوص مع الوسائط والصور على نسبة 20% والرسوم ويمكن للذكاء دمج الصور والنصوص والفيديوهات والرسوم البيانية بطريقة متكاملة وجذابة وتفاعلية .

. اما تحليل المستقبل والتنبؤات جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 4% تشير الباحثة الى ضعف نسبة مما يعنى عدم الثقة في هذه التقنية او عدم المعرفة

من ابرز الميز للتقارير بواسطة الذكاء الاصطناعي الدقة والتحليل المتقدم والسرعة والكفاءة والتحليل المتعدد الأبعاد والتقارير التفاعلية والتقليل من التحيزات البشرية هذه المميزات تجعل الذكاء أداة قوية في هذا المجال مما يساعد منظمات في تأدية عملها وتشير الباحثة لضعف النسبة ربما لعدم انتشار العمل لاتخاذ قرارات أسرع وأفضل أشار عينة المقابلة وكرة الثلج ان الذكاء الاصطناعي يمكن ان يتنبأ بالمستقبل بناءً على البيانات لكنها ليست بشكل دقيق 100% لكن ستتحسن هذه الدقة بمرور الزمن .

محور يوضح تحديات الذكاء الاصطناعي في التقارير الاعلامية .

جدول (10) يوضح تحديات الذكاء الاصطناعي

النسبة %	التكرار	التحدي
16,6	5	1- القدرة على معالجة السياق والمشاعر
40,0	12	2- الابداع والتفكير النقدي
13,4	4	3- التحيزات الخوارزمية
30,0	9	4- الاحتياجات الأخلاقية والقانونية
100	30	المجموع

يكشف الجدول السابق

تنوع التحديات في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية ان مهارة التفكير النقدي والابداع هي مهارة أساسية لعصر التقنية وحازت على النسبة الأولى بنسبة 40% وتعد هذه التقنية اكثر المهارات المطلوبة لأنها تساعد على تحليل المعلومات وإن تطبيق التفكير النقدي والأبداع على التقارير يتطلب فن التصميمي والتدريب بشكل مدروس وإستخدام أساليب جديدة مثل رسوم بيانية تفاعلية ، والتفكير النقدي هو تحليل منطقي متوازن يتبنى منهجا نقديا ، واجابة عينة المقابلة يستطيع الذكاء الإصطناعي ان يحقق مستوى عال من الإبداع والتفكير النقدي في كتابة التقاريرلكن يتطلب اشرافا بشريا .

. اما المرتبة الثانية 30% كانت عن التحديات الأخلاقية والقانونية تتمثل في نها قضايا أساسية يجب التعامل معها بحذر خاصة مع تزايد إنتاج المحتوى هذه التحديات بين القضايا المتعلقة بالخصوصية والشفافية والحقائق وصولا الى المسؤولية القانونية ، فالتحديات منها حقوق الملكية والعدالة والمساواة والذكاء الاصطناعي والأتمتة والخصوصية وحماية البيانات ، تشير الباحثة ان هذه التحديات تتطلب قوانينا واطراً أخلاقية لضمان التقدم التقني وحقوق المجتمع والأفراد

. اما النسبة الثالثة كانت 16,6% وهي القدرة على معالجة السياق والمشاعر ويتمتع الذكاء الإصطناعي بقدرات في تحليل المشاعر للنصوص أو الصور بإستخدام اللغة الطبيعية (NLP) والتعلم العميق حيث يتعرف على الحزن والغضب القدرة على معالجة السياق والمشاعر من تحديات الذكاء الإصطناعي منها معالجة السياق اللغوي لتحديد المعنى الصحيح والسياق الثقافي والسياق الزمني رغم ذلك ومع التقدم التقني سوف تتجاوز هذا التحدي مع تحسن تقنية الخوارزميات والتعلم العميق .

. أما التحيزات الخوارزمية جاءت في المرتبة الأخيرة يحدث التحيز الخوارزمي من تؤدي الأخطاء المنهجية لخوارزميات التعلم الألى إلى نتائج تمييزية وغير عادلة غالباً ما يعكس التحيزات الإقتصادية والإجتماعية والعرقية أو الجنسية . مما يؤدي إلى فقدان الثقة في أنظمة التقنية ،تشير الباحثة إلي أن تصميم الخوارزميات بعناية يجنب التحيزات من خلال البيانات.

## محور مستقبل الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية

جدول رقم (11) يوضح رؤية العينة لمستقبل الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير

النسبة	تكرار	ربما	لا	نعم	الذكاء الاصطناعي
80,3	20	0	0	25	1- يطور كتابة التقارير التفاعلية
80	24	0	0	24	2- توليد تقارير تلقائية
66.6	20	0	0	20	3- الإمتة والذكاء الاصطناعي
93,3	0	0	28	0	4- كتابة التقارير الذكية

يتبين من الجدول أعلاه ما يأتي .:

من استقراء الجدول نرى كتابة التقارير الذكية في المرتبة الأولى بنسبة 93,3 إن تطور الخوارزميات يعطى البرمجيات أن تضمن التقارير مجموعة من النصائح أو التوصيات بناء على البيانات والتحليل . التقارير التفاعلية اخذت المرتبة الثانية بنسبة 80,3% بفضل تقدم الواقع المعزز والافتراضي أصبحت

التقارير الإعلامية حيث يمكن للمستخدم التفاعل مع البيانات

قدم المبحوثين مجموعة من الرؤى التي تعزز مستقبل الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية ان الذكاء الاصطناعي يطور كتابة التقارير بنسبة الأمر الذي يؤدي الى جودتها هذا ما أكده عينة المقابلة ان الذكاء الاصطناعي أضاف مهارات للمحتوى فناً وتقنيةً وإبداعاً .

. اما توليد تقارير توليدية جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 80% يستطيع الذكاء الاصطناعي توليد تقرير فور حدوث الأحداث المهمة أما إزالة التحيز البشري أكدت نتائج المقابلات ان التقارير الإعلامية بالذكاء الاصطناعي لا تلغى وظيفة البشر نهائياً بل تكون مكملات لبعضهما في المهام وهذا ما أتفق مع نتيجة الإستبيان بنسبة 93,3 أنه لا تلغى الوظيفة البشرية . ان بعض المهام يمكن إستبدالها والبعض الآخر لا يمكن إستبداله هذا ما اتفق مع رأى عينة المقابلات .

. توفير تقنيات الذكاء الاصطناعي في كل منظمات العمل لمواكبة الثورة الرابعة .

. توفير فرص التدريب لتأهيلهم على تقنيات الذكاء الاصطناعي وكتابة التقارير الإعلامية .

. الامر الذي يساهم في ترقية المستوى المهني والإداري والتخطيط السليم للمستقبل .

. لا بد من صياغة تشريعات ومواثيق من اجل استخدام امثل لتقنية الذكاء الاصطناعي في مجال كتابة التقارير الإعلامية .ويرى احد افراد المقابلة ان الذكاء الاصطناعي يمثل مستقبل مظلم للتقنية الرقمية في كل المجالات و تطوير الخوارزميات باستمرار.

المرتبة الرابعة أخذت نسبة 66,6% الأتمتة والذكاء الاصطناعي هما عاملان مهمان تجمع بين الذكاء الاصطناعي وتقنية التعلم الآلي والشبكات العصبية الاصطناعية لإنشاء أنظمة قادرة على محاكاة الذكاء البشري ويمكن كتابه التقارير آلياً ويمكن أتمتة كتابة التقارير بناءً على البيانات المدخلة مثلاً توليد تقرير بدون تدخل بشري ، والأتمتة والذكاء الاصطناعي يعلمان لتحويل الصناعات والعمليات لتحسين الكفاءة وزيادة الإنتاجية وتقديم الحلول مع مراعاة القيم الأخلاقية . تشير عينة المقابلات أن مستقبل التقارير الإعلامية سيكون مليئاً بالفرص والتحديات وسيغير الذكاء الاصطناعي طبيعة العمل وخاصة العمل الإعلامي والمحتوى وسيركز على الجوانب الإبداعية ودقتها .

#### مقترحات الدراسة :

توظيف الذكاء الاصطناعي لكتابة التقارير الإعلامية سوف تفتح مجالات لتحسين الكفاءات والجودة ونذكر بعضاً من هذه المقترحات وأهمها يلي .:

1. تحليل تأثيرات الذكاء الاصطناعي على موثوقية ودقة التقارير الإعلامية .
2. تقديم دراسات عن الذكاء الاصطناعي في الكتابة الإعلامية المؤتمتة .
3. دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على المهنية الأخلاقية .
4. فوائد الذكاء الاصطناعي والإبتكارات في أساليب الكتابة .

#### النتائج :

. أظهرت الدراسة الوعي التام بأهمية توظيف تطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية لأن توظيف الذكاء أصبح واقعاً وليس إفتراضاً .

. الجامعات السعودية تستخدم الذكاء الاصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية .

. للذكاء الاصطناعي أهمية كبيرة بنسبة 66% في كتابة التقارير الإعلامية .

. كشفت الدراسة عن المميزات والتحديات والأخلاقيات والتشريعات للذكاء الاصطناعي .

. أكثر أنواع الذكاء الاصطناعي المستخدم في كتابة التقارير هو المستوى الميكانيكي .

. الذكاء الاصطناعي يؤدي الي تحسين كتابة فن التقارير الإعلامية وسرعتها ويقلل من الأخطاء

. من أهم أشكال ومجالات الذكاء الإصطناعي في كتابة التقارير الإعلامية لها القدرة علي كتابة تقارير تفاعلية وصوتية ومرئية .

. من مميزات الذكاء الإصطناعي القدرة علي التحليل العميق للبيانات وبحيادية .

. من تحديات الذكاء الإصطناعي الإبداع والتفكير النقدي في كتابة التقارير الإعلامية .

. من ناحية رصدت الباحثة الجوانب الأخلاقية والتشريعية في كتابة التقارير الإعلامية بواسطة الذكاء

الإصطناعي وتشير الدراسة الى المتابعة الدقيقة حتى لا يفلت المستوى الأخلاقي وتنفيذ العقوبات بصورة

صارمة .

والتوصيات :

توصية بحثية وأكاديمية :

1. التوسع في الدراسات الميدانية الإلتزام باخلاقيات الذكاء الإصطناعي واخلاقيات الإعلام والشفافية لتحقيق المسؤولية القانونية .

. لابد من التعاون بين الإعلام وعلوم الحاسوب والقانون والمهنية والتشريعية لفهم الأبعاد المهنية والتشريعية والتقنية .

2توصية مهنية للمؤسسات الإعلامية :

. الذكاء الإصطناعي أداة مساندة .

.مراجعة المحتوي وبشريا

. تدريب الصحفيين مع وضع سياسات تحريرية تتناسب مع التطور .

3. توصية أخلاقية وتشريعية :

. تعزيز مبدأ الشفافية .

. وضع أسس قانونية وتنظيمية .

. مكافحة التحيزات والخوارزميات الغير عادلة .

رابعاً توصية تقنية :

. ابتكار نماذج لغوية متخصصة إعلامية .

. دمج الذكاء الاجتماعي مع أنظمة التحقق من الأخبار لمحاربة الأخبار الزائفة .

. هذه الدراسة تنبثق منها عدة دراسات فرعية مازال الحقل العربي والأفريقي متعطش لتلك الدراسات .

المراجع :

1. كامل ، حاتم ، 2020، كيف سيغير الذكاء الاصطناعي صناعة المحتوى في الاعلام والتسويق الرقمي  
www//htt:
2. عامر، فتحى ،(2021)، الذكاء الاصطناعي والإعلام الجديد ، القاهرة : العربي للنشر والتوزيع .
3. عامر ، فتحى ، المرجع السابق ، صفحة 102
4. وحيد ، رجاء ، دويدرى ، البحث العلمي ، أساسيات النظرية وممارساته العلمية ، ط1لبنان 2000،  
ص325.
5. محمد ، مروة، و الخولانى ، إبراهيم .تفعيل الرقمنة الذكية بالجامعات المصرية في ضوء الثورة الصناعية  
الرابعة ، المجلة المصرية التربوية ، سوهاج ، كلية التربية .
6. عبد الحليم ، سمر ، 2023، إدراك ممارسي العلاقات العامة لدور الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء  
التسويق الرقمي ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان العدد23 .
8. عبد الحميد ، أسماء ، عزمي ، أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي لمنظمات الاعمال ،المجلة العلمية ،  
كلية التجارة ، جامعة دمياط .
- 9.الشمري ، علاء ،مكى ، الإعلام المرئي في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي ، مجلة الآداب ، جامعة ،  
بغداد ،2021.
- 11.طاهات، زهير ،ياسين ، سيكولوجية العلاقات العامة والاعلان . ط2 دار الزهرية للنشر والتوزيع ،عمان  
، 2016 .
12. بدر الدين ، احمد ، إبراهيم ، الإعلام الجديد تأثيره ودوره في التوعية الأمنية مؤتمر التوعية الأمنية  
بالتعاون مع جامعة نايف للعلوم الأمنية 2016.
13. محمد، عبد الحميد، إبراهيم توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي ، مجلة  
البحوث الإعلامية . كلية الإعلام ، جامعة الأزهر .
14. الان بونييه ، الذكاء الاصطناعي واقعة ومستقبل ، ترجمة على صبري فرغلى ، سلسلة عالم المعرفة  
ص15.123
15. الحميدي نجم الدين عبد الله واخرون،(بدون سنة ) نظم المعلومات ، مدخل معاصر .
16. الهادي محمد (2005) التعليم الإلكتروني عبر شبكة الويب ، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ط1

17. سعد غنام ناصر القريني ،البحث النوعي الاستراتيجيات وتحليل البيانات ، مطابع دار جامعة الملك سعود للنشر ط1.
18. شيماء عبد العاطي سعيد صابر ، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك 2022، المجلة العلمية لبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال ، المجلد 12 العدد 12 .
19. الحربي ،عائض ، ،مرزوق ، توظيف تقنية الذكاء الاصطناعي في بيئة الانتاج التلفزيوني ،2020، مجلة علوم الاتصال 2023، العدد1.
20. نهى الاسودى ، إنعكاس توظيف الذكاء الإصطناعي على الكفاءة المهنية للقائم بالإتصال في العلاقات العامة المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة العدد 24 ،2022.