

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي: تحليل تصورات العاملين في وسائل

الإعلام الليبية في إطار نظريتي التأقلم التكنولوجي والصراع الوظيفي.

دراسة وصفية تحليلية

د. خالد أبو القاسم علي خيريش
كلية الآداب والتربية، جامعة صبراتة، ليبيا
Khebrech@gmail.com

الملخص:

حللت هذه الدراسة تصورات العاملين في وسائل الإعلام الليبية تجاه تطبيقات الذكاء الاصطناعي، انطلاقاً من تساؤل حول ما إذا كان إدراك الذكاء الاصطناعي كأداة تمكين أم كتهديد وظيفي. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام عينة عشوائية من 609 عاملاً من المؤسسات الإعلامية الليبية (عامة وخاصة)، مع جمع البيانات من خلال استبانة إلكترونية مبنية على نظريتي "التأقلم التكنولوجي" (TAM) و"الصراع الوظيفي"، وتحليلها باستخدام الاختبارات الإحصائية اللامعلمية المناسبة.

وخلصت النتائج إلى أن تهديد الوظائف الإعلامية "البشرية" لا ينبع من التكنولوجيا في حد ذاتها، بل من طريقة إدراكها وتطبيقها، مما يستدعي برنامجاً تكاملياً يجمع بين التمكين البشري والتنظيم المؤسسي، لجعل التحول التكنولوجي فرصة تنموية وليس إلى مصدر صراع وظيفي.

كما بينت الدراسة أن قبول الذكاء الاصطناعي يُفسَّر بفعالية من خلال التكامل بين نظريتي الدراسة، حيث برزت (الفائدة المدركة) كعامل محوري في القبول، بينما تمحور القلق الوظيفي حول تهديدات هيكلية مستقبلية، مثل تقلص فرص التوظيف وتقادم المهارات، وليس حول الاستبدال الفوري للعاملين. وكشفت الدراسة عن وجود علاقة عكسية قوية بين التأقلم التكنولوجي والصراع الوظيفي، حيث تقل مستويات القلق لدى العاملين الذين يتلقون تدريباً ويعتبرون الذكاء الاصطناعي أداة داعمة، كما أظهرت النتائج أن أبرز التحديات التي تعترض التبني الفعال تتمثل في نقص التدريب والتأهيل والتكلفة العالية للتطبيقات وغياب الإطار التشريعي والتنظيمي. لذلك تؤكد الدراسة أن التدريب الشامل وتوفير تكنولوجيا ميسورة التكلفة وتوضيح دور الذكاء الاصطناعي كأداة داعمة لا بديل وبناء إطار قانوني واضح، تُعد شروطاً ضرورية للتبني الشامل والمستدام.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، وسائل الإعلام الليبية، التأقلم التكنولوجي، الصراع الوظيفي.

Artificial Intelligence Applications in the Libyan Media: An Analysis of Media Professionals' Perceptions within the Theoretical Frameworks of Technological Adaptation and Job Conflict.

A Descriptive-Analytical Study

Dr. Khaled Abualqasim Ali Khebresh

Department of Media, Faculty of Arts and Education, Sabratha University, Libya

Khebresh@gmail.com

Abstract

This study analyzes the perceptions of Libyan media professionals towards artificial intelligence (AI) applications, centered on a key research question: is AI perceived as an empowering tool or a professional threat? The research employs a descriptive-analytical approach, utilizing a random sample of 609 employees from both public and private Libyan media institutions. Data were collected through an electronic questionnaire grounded in two theoretical frameworks: the Technology Acceptance Model (TAM) and Job Threat Theory, and were analyzed using appropriate non-parametric statistical tests.

The findings reveal that the perceived threat to human media jobs does not stem from the technology itself, but rather from how it is perceived and implemented. This underscores the necessity of an integrated approach that combines human empowerment with institutional regulation to transform technological transformation into a developmental opportunity, rather than a source of professional conflict. The study demonstrates that the acceptance of AI is effectively explained through the integration of these two theoretical models. Perceived usefulness emerged as a central factor in user adoption, while job-related concerns were primarily structural and future-oriented, focusing on shrinking employment opportunities and skill obsolescence, rather than the immediate displacement of workers. Furthermore, the research uncovered a strong inverse relationship between technological adaptation and job threat: anxiety levels were significantly lower among employees who received training and viewed AI as a supportive tool.

Among the key barriers hindering effective AI adoption are insufficient training and professional development, the high cost of applications, and the absence of a clear legal and regulatory framework. Consequently, the study emphasizes that comprehensive training programs, affordable access to technology, clear communication of AI's role as a supportive instrument (not a replacement), and the establishment

of a robust legal and regulatory infrastructure are essential prerequisites for inclusive and sustainable AI integration in the Libyan media landscape.

Keywords: Artificial Intelligence, Libyan media, Technological adaptation, Job threat.

المقدمة

شهدت السنوات الأخيرة تحولاً كبيراً في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في مختلف المجالات، بما في ذلك قطاع الإعلام في ليبيا، حيث يمر الإعلام بمرحلة تحول ملحوظة بسبب تصاعد استخدام تلك التطبيقات في العمل الإعلامي، ولكن دون وجود دراسات تحدد على وجه الدقة كيف ينظر العاملون في هذا المجال إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي، هل كأداة داعمة تعزز الكفاءة والإنتاجية؟ أم تعتبر تهديداً محتملاً لمستقبل الوظائف الإعلامية؟.

ووفقاً لدراسات سابقة، مثل دراسة (Wardle & Derakhshan 2017)⁽¹⁾، فإن الذكاء الاصطناعي أصبح أداة أساسية في مجالات مثل كتابة الأخبار الآلية وتحليل البيانات الضخمة وإدارة المحتوى، مما ساهم في زيادة الإنتاجية وتقليل الأخطاء، ومع ذلك فإن هذه التقنية قد تثير مخاوف بشأن فقدان الوظائف أو تقليل أهمية الدور البشري كما جاء في دراسة Brynjolfsson (2014) & McAfee⁽²⁾. ما يشير إلى تصاعد استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة العالمية.

وبالتالي فإن هذا البحث يسعى إلى فهم كيف ينظر العاملون في الإعلام الليبي إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ما إذا كانت دعماً لهم أم تهديداً لوظائفهم. ويستند البحث إلى نظريتي "التأقلم التكنولوجي" (TAM) و"الصراع الوظيفي" لتحليل التصورات والتوقعات المتعلقة بهذه التطبيقات.

المشكلة البحثية:

على الرغم من التقدم الكبير في مجال الذكاء الاصطناعي، ما تزال هناك فجوة كبيرة في الأدبيات التي تدرس تأثير هذه التطبيقات على العاملين في الإعلام الليبي، ويتبلور ذلك من خلال التساؤل التالي: هل يرى العاملون في الإعلام الليبي تطبيقات الذكاء الاصطناعي كأداة داعمة تعزز كفاءتهم؟ أم يرونها كتهديد محتمل لمستقبلهم المهني؟ ففي السياق الليبي، أشارت دراسة (El-Sherif 2020)⁽³⁾ إلى أن ضعف البنية التحتية الرقمية ونقص التدريب قد يعيقان عملية دمج الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، مما يؤدي إلى مقاومة العاملين لهذه التقنية. وهو ما أكدته دراسة (خالد خريش 2025)⁽⁴⁾ حيث أظهرت النتائج أن غياب الأدوات التقنية وضعف التدريب المؤسسي يشكلان عائقين رئيسيين أمام التطبيق الفعال لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بما فيها أساليب وتقنيات كشف التزييف العميق.

أهداف البحث

1. تحليل تصورات العاملين في الإعلام الليبي تجاه تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
2. فهم مدى تقبل العاملين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بناءً على نظرية التأقلم التكنولوجي (TAM).
3. تحليل مخاوف العاملين من تأثير الذكاء الاصطناعي على وظائفهم بناءً على نظرية الصراع الوظيفي.

أهمية البحث

1. يسهم البحث في إضافة قيمة للأبحاث المتعلقة بتأثير الذكاء الاصطناعي على قطاع الإعلام، خاصة في السياق الليبي.
2. توفر النتائج رؤى مهمة للمؤسسات الإعلامية لتطوير استراتيجيات فعالة لدمج الذكاء الاصطناعي مع الحفاظ على رضا الموظفين.
3. تسهم الدراسة في تسليط الضوء على كيفية تأثير التكنولوجيا على سوق العمل الليبي، مما يساعد في وضع سياسات أكثر شمولية.

المتغيرات:

المتغير المستقل: تطبيقات الذكاء الاصطناعي (مثل الأتمتة، تحليل البيانات، إدارة المحتوى... إلخ).

المتغيرات التابعة:

1. تقبل العاملين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي (بناءً على نظرية TAM).
 2. مخاوف العاملين من تأثير الذكاء الاصطناعي على وظائفهم (بناءً على نظرية الصراع الوظيفي).
- المتغيرات الوسيطة:** النوع (ذكور/إناث)، نوع المؤسسة (حكومية/خاصة)، الخبرة العملية، المستوى التعليمي، السن.

تساؤل البحث:

كيف ينظر العاملون في الإعلام الليبي إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟ وهل تُعتبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي دعماً أم تهديداً لوظائفهم؟

الفرضيات:

أولاً: الفرضيات المتعلقة بنظرية التأقلم التكنولوجي (Technology Acceptance Model – TAM):

الفرضية الأولى (H1): يؤثر الإدراك المتصور لفائدة تطبيقات الذكاء الاصطناعي (Perceived Usefulness) بشكل إيجابي على مدى قبول العاملين في وسائل الإعلام

الليبية لهذه التطبيقات. فكلما أدرك العاملون أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تسهم في تحسين كفاءتهم المهنية وزيادة إنتاجيتهم، زادت احتمالية تقبلهم لهذه التطبيقات.

الفرضية الثانية (H2): يؤثر الإدراك المتصور لسهولة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي (Perceived Ease of Use) بشكل إيجابي على نية العاملين في وسائل الإعلام الليبية لاستخدام هذه التطبيقات. فإذا وجد العاملون أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي سهلة الاستخدام ولا تتطلب جهداً كبيراً في التعلم أو التطبيق، فإنهم سيكونون أكثر ميلاً لتبنيها في مهامهم اليومية.

ثانياً: الفرضيات المتعلقة بنظرية الصراع الوظيفي (Job Conflict Theory)

الفرضية الثالثة (H3) كلما زاد الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الليبية، ارتفعت مخاوف العاملين من فقدان وظائفهم. فإذا تم تقديم الذكاء الاصطناعي كأداة بديلة للعاملين، فإن مخاوفهم من التهديدات المحتملة لوظائفهم سترتفع.

ثالثاً: الفرضيات التكاملية بين التأقلم التكنولوجي والصراع الوظيفي:

الفرضية الرابعة (H4) كلما ارتفع مستوى التأقلم التكنولوجي لدى العاملين في وسائل الإعلام الليبية، انخفض مستوى الصراع الوظيفي الناتج عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي. فعندما يتمكن العاملون من التأقلم مع التكنولوجيا الجديدة ويرونها كعامل مساعد وليس كتهديد، فإن الصراع الوظيفي الناجم عن التغييرات التكنولوجية سيقول.

الذكاء الاصطناعي: تعريفه وأهميته في الإعلام:

يُعرف الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence – AI) بأنه مجموعة من التطبيقات والخوارزميات التي تتيح للآلات محاكاة العمليات العقلية البشرية، مثل التعلم، التحليل، والتواصل.⁽⁵⁾ وفي مجال الإعلام، يُستخدم الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة الإنتاج الإعلامي وتوفير الوقت والجهد، حيث يمكنه التعامل مع كميات هائلة من المعلومات بشكل أسرع بكثير من الإنسان.⁽⁶⁾

وفي السياق الإعلامي، يُعتبر الذكاء الاصطناعي أداة قوية لإعادة تعريف دور الصحفيين والمحررين، حيث يمكنه التعامل مع كميات هائلة من المعلومات بشكل أسرع بكثير من الإنسان،⁽⁷⁾ ومع ذلك، فإن هذه التقنية قد تثير مخاوف حول استبدال العاملين أو تقليل الحاجة إلى أدوارهم التقليدية.

نظرية التأقلم التكنولوجي (Technology Acceptance Model – TAM)

تعد نظرية التأقلم التكنولوجي (TAM) واحدة من أكثر النماذج شيوعاً لفهم كيفية قبول الأفراد للتكنولوجيا الجديدة، وتعتمد النظرية على عاملين رئيسيين⁽⁸⁾:

- الفائدة المدركة (Perceived Usefulness): مدى اعتقاد الفرد بأن استخدام التكنولوجيا سيزيد من أدائه الوظيفي.

- سهولة الاستخدام (Perceived Ease of Use): مدى سهولة التعامل مع التكنولوجيا. وفقاً لدراسة⁽⁹⁾ فإن الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام لهما تأثير مباشر على نية الفرد لاستخدام التكنولوجيا.

نظرية الصراع الوظيفي (Job Conflict Theory)

تتبع نظرية الصراع الوظيفي من فكرة أن التغيرات التكنولوجية قد تؤدي إلى توتر بين الموظفين والتكنولوجيا الجديدة،⁽¹⁰⁾ فعندما يشعر الموظفون بأن التكنولوجيا قد تهدد وظائفهم أو تقلل من أهميتهم، قد يظهرون مقاومة تجاهها. وعلى سبيل المثال أظهرت عدد من الدراسات أن التكنولوجيا الحديثة قد تؤدي إلى "استبدال الوظائف" في بعض القطاعات، مما يزيد من القلق لدى العاملين بشأن مستقبلهم المهني.

الدراسات السابقة:

1. دراسة (Newman et al., 2023)⁽¹¹⁾ : تُعدّ الدراسة التي جرت بالتعاون مع فريق معهد رويترز للصحافة واحدة من أكبر الدراسات في مجال "استهلاك" الأخبار الرقمية، حيث قامت بمسح أكثر من 93,000 مستهلكاً للأخبار عبر 46 سوقاً عالمياً، وأشارت النتائج إلى تزايد استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى، لكنها تحذر من المخاوف المرتبطة بالشفافية، والتحيز الخوارزمي، وتأثيره على وظائف الصحفيين. ومع ذلك يظهر التقرير أن الوسائط العامة (Public Service Media) ما تزال تلعب دوراً محورياً في بناء الثقة وتوفير محتوى موثوق خاصة في الأزمات. وتُعدّ هذه الدراسة مرجعاً مهماً لفهم ديناميكيات الإعلام الرقمي المعاصر، وتوفر قاعدة بيانات قوية لفهم كيف تشكل التكنولوجيا والمنصات والسياسات الاقتصادية مستقبل الصحافة العالمية، مما يجعلها ذات صلة مباشرة بسياق تحليل تبني الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي.

2. دراسة اليونسكو (2022)⁽¹²⁾ : الذكاء الاصطناعي في الإعلام العربي: فرص ومخاطر. تعدّ هذه الدراسة من أولى الدراسات الإقليمية الشاملة التي تُحلّل تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام في العالم العربي. وتُبرز الفجوة بين الإمكانيات التقنية والاستعداد البشري والتنظيمي. وتُشير إلى التحديات البنيوية: نقص التدريب، ضعف البنية التحتية، غياب التشريعات. كما تُحذّر من التحيز الخوارزمي، وتأثير الذكاء الاصطناعي على الوظائف الصحفية، وتؤكد على الحاجة إلى إطار أخلاقي وقانوني لضبط استخدام هذه التكنولوجيا.

3. دراسة (Al-Ali 2021)⁽¹³⁾ : استعرضت هذه الدراسة استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام العربي، مع التركيز على تحديات وفرص هذه التقنية. وجدت أن هناك فجوة كبيرة بين

- ما هو متاح وما يتم استخدامه بالفعل في المؤسسات الإعلامية العربية. كما أشارت إلى أن المقاومة تأتي غالباً من العاملين الذين يشعرون بأن الذكاء الاصطناعي قد يهدد وظائفهم.
4. دراسة (Hao 2020)⁽¹⁴⁾ : خللت هذه الدراسة تجارب الصحفيين في الصين والولايات المتحدة مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وأظهرت أن معظم الصحفيين يرون في الذكاء الاصطناعي أداة داعمة تساعد على إنجاز عملهم بشكل أسرع وأكثر دقة. ومع ذلك أعرب البعض عن مخاوف بشأن فقدان وظائفهم في المستقبل، خاصة في الوظائف الروتينية.
5. دراسة (El-Sherif 2020)⁽¹⁵⁾ : ناقشت هذه الدراسة تحول المؤسسات الإعلامية الليبية نحو الرقمية، بما في ذلك استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وأكدت الدراسة على أهمية التدريب والتطوير لمواجهة التحديات المرتبطة بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. كما أشارت إلى أن هناك حاجة إلى استراتيجيات واضحة لدمج هذه التقنية مع الحفاظ على دور العاملين.
6. دراسة (Derakhshan & Wardle 2017)⁽¹⁶⁾ قدمت تحليلاً شاملاً لتأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة العالمية. حيث وجدت أن العديد من المؤسسات الإعلامية بدأت باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لكتابة الأخبار الرياضية والاقتصادية، مما أدى إلى زيادة الكفاءة وتقليل الأخطاء. ومع ذلك، أظهرت الدراسة أيضاً أن هناك مخاوف بشأن فقدان العاملين لوظائفهم بسبب الأتمتة.
7. دراسة (McAfee & Brynjolfsson 2014)⁽¹⁷⁾ ، ركزت على تأثير الذكاء الاصطناعي على سوق العمل في الدول المتقدمة. وأشار الباحثان إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يعزز الإنتاجية بشكل كبير، لكنه قد يؤدي أيضاً إلى استبدال العاملين في الوظائف الروتينية. وفي سياق الإعلام، وجدوا أن الكتابة الآلية واستخدام الخوارزميات لتحليل الأخبار أصبحت شائعة في العديد من المؤسسات الكبرى.
- تظهر الدراسات السابقة أن تبني الذكاء الاصطناعي في الإعلام هو ظاهرة عالمية، ترافقها فرص كبيرة في تحسين الكفاءة وجودة الإنتاج، لكنها تُواجه بتحديات جوهرية تتعلق بالتدريب والتكلفة والقوانين والقلق الوظيفي. ما يُعزز من أهمية الدراسة الليبية التي تُحلّل هذا التوازن في بيئة ما بعد صراع.

منهجية البحث

- نوع الدراسة: - دراسة وصفية تحليلية.
- مجتمع الدراسة: - العاملون في المؤسسات الإعلامية الليبية (حكومية وخاصة).
- عينة الدراسة: - عينة عشوائية من العاملين في الإعلام الليبي، مع مراعاة التنوع بين الجنسين، القطاعات (حكومي/خاص)، والنوع (ذكور وإناث) والتخصصات العلمية وسنوات الخبرة والفئات العمرية، وبلغ حجم العينة 609 مفردة.

أدوات جمع البيانات:

1. استبانة (استبيان): يتكون من أسئلة مقسمة إلى ثلاثة أقسام:

- قسم عن الخلفيات الشخصية (العمر، الجنس، القطاع، الخبرة، التعليم).
- قسم عن تقبل تطبيقات الذكاء الاصطناعي (بناءً على نظرية TAM).
- قسم عن مخاوف الذكاء الاصطناعي (بناءً على نظرية الصراع الوظيفي).

التحليل الإحصائي:

استخدم الباحث عدداً من الاختبارات الإحصائية المناسبة لطبيعة الدراسة ولأهدافها التي تركز على تحليل التصورات وفحص العلاقات بين المتغيرات وفقاً لنموذجي "التأقلم التكنولوجي" (TAM) و"الصراع الوظيفي". ونظراً لطبيعة البيانات المستمدة من استبيان إلكتروني واعتمادها على المقاييس الرتبوية (Ordinal) والوصفية (Categorical)، فقد تم الاعتماد على الاختبارات الإحصائية اللامعلمية (Non-parametric Tests)، والتي لا تشترط توزيعاً طبيعياً للبيانات. وفيما يلي عرض للإجراءات الإحصائية التي تم استخدامها:

استخدم الباحث عدداً من الاختبارات الإحصائية اللامعلمية بناءً على أهداف الدراسة ونوعها، وهي كالتالي:

أولاً: التحليل الوصفي (Descriptive Statistics) تم استخدام التحليل الوصفي لوصف خصائص العينة وتوزيع المتغيرات الديمغرافية والسلوكية. شمل ذلك حساب:

- الوزن النسبي (%) لقياس مدى انتشار ظاهرة معينة (مثل نسبة المستخدمين للذكاء الاصطناعي).
- المتوسط الموزون (Weighted Mean) لتقييم درجة التقبل أو المخاوف تجاه الذكاء الاصطناعي.
- الانحراف المتوسط (Mean Deviation) لقياس درجة التباين أو التشتت حول المتوسط.

ثانياً: اختبار كاي تربيع (Chi-Square Test) تم استخدامه لفحص وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الفئوية (Categorical Variables).

ثالثاً: معامل الارتباط الرتبة سبيرمان (Spearman's Rank Correlation Coefficient - ρ)

تم استخدام هذا المعامل لقياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرين رتبين أو كميين غير موزعين توزيعاً طبيعياً.

رابعاً: اختبار كروسكال-واليس (Kruskal-Wallis H Test) لاختبار تأثير التخصص العلمي على مستويات المخاوف الوظيفية.

خامساً: اختبار الانحراف المتوسط (Median Test) تم استخدام هذا الاختبار لمقارنة وسائط مجموعتين مستقلتين، وخاصة عند وجود بيانات رتبية.

سادساً: اختبار العلامات (Sign Test) تم استخدام هذا الاختبار لفحص ما إذا كانت نسبة معينة من العينة توافق على فرضية معينة.

جدول (1): تصنيف درجات مقياس ليكرت الخماسي والوزن النسبي المقابل لكل درجة

درجات مقياس ليكرت	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة	الخامسة
المدى	من 1	1.8	2.6	3.4	4.2
	إلى 1.79	2.59	3.39	4.19	5
الوزن النسبي	من 20%	36%	52%	68%	84%
	إلى 35.9%	51.9%	67.9%	83.9%	100%
المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

هذه الإجراءات ساهمت في دعم الفرضيات البحثية، وتحليل التصورات بشكل كمي دقيق، مما يعزز مصداقية النتائج وصلاحياتها العلمية.

سمات عينة الدراسة

جدول (2) تصنيف عينة الدراسة حسب النوع

النوع	العدد	%
ذكور	352	57.8
إناث	257	42.2
المجموع	609	100

يشكل الذكور نسبة 57.8% من العينة، بينما تشكل الإناث نسبة 42.2% من العينة، ما يشير إلى أن الذكور يمثلون العدد الأكبر في قطاع الإعلام الليبي، ومع ذلك، فإن نسبة الإناث ليست منخفضة، بحيث تدل على مشاركة "نسائية" ملحوظة رغم التفاوت.

جدول (3) تصنيف عينة الدراسة حسب تبعية المؤسسة الإعلامية

تبعية المؤسسة	العدد	%
القطاع العام	343	56.3
القطاع الخاص	266	43.7
المجموع	609	100

يشكل العاملون في القطاع العام "الحكومي" نسبة 56.3%، فيما يشكل العاملون في القطاع الخاص 43.7%، ما يوضح أن العاملين المؤسسات الحكومية أكثر من الخاصة، وهو ما قد يكون نتيجة للدعم الحكومي "والبحث عن المرتب الثابت والتعيين في الملاك الوظيفي" الذي توفره هذه المؤسسات. ومع ذلك، فإن القطاع الخاص يشكل نسبة كبيرة نسبياً، مما يشير إلى وجود تنافسية ونمو في هذا المجال.

جدول (4) تصنيف عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة في مجال الإعلام

%	العدد	سنوات الخبرة
11.3	69	5 سنوات وأقل
22.8	139	من 6 إلى 10
16.3	99	من 11 إلى 15
17.1	104	من 16 إلى 20
20.0	122	من 21 إلى 25
12.5	76	أكثر من 25
100	609	المجموع

هناك تنوع واضح في سنوات الخبرة بين أفراد العينة، مما يعكس خليطاً من الشباب ذوي الخبرة المحدودة والعاملين أصحاب الخبرة الطويلة، حيث وصلت نسبة العاملين الذين لديهم أكثر من 20 سنة من الخبرة إلى 32.5% (20.0% + 12.5%)، مما يشير إلى وجود كفاءات ذات خبرة طويلة يمكن الاعتماد عليها، في المقابل، حوالي 34.1% من العينة لديهم خبرة أقل من 10 سنوات، مما يعكس وجود جيل جديد من العاملين في الإعلام يحتاج إلى المزيد من التدريب والتطوير.

جدول (5) تصنيف عينة الدراسة حسب التخصص العلمي

%	العدد	التخصص
38.4	234	إعلام
42.5	259	علوم إنسانية
19.0	116	علوم تطبيقية
100	609	المجموع

أتضح من خلال الجدول السابق أن نسبة كبيرة من العاملين في الإعلام الليبي ليسوا متخصصين في الإعلام (42.5% علوم إنسانية و 19.0% علوم تطبيقية)، ما قد يؤثر على جودة الأداء إذا لم يتلقوا تدريباً مهنيّاً كافياً، في مقابل بلغت نسبة المتخصصين في الإعلام (38.4%) وهذه نسبة متدنية، مما يشير إلى أهمية إتاحة فرص العمل للمتخصصين.

جدول (6) تصنيف عينة الدراسة حسب نوع الوسيلة الإعلامية

%	العدد	نوع الوسيلة
23.3	142	قنوات فضائية
17.1	104	منصات
16.7	102	إذاعات مسموعة
15.4	94	مكاتب إعلام
11.8	72	مواقع
8.9	54	صحف
6.7	41	وكالات أنباء
100	609	المجموع

من الواضح أن النسبة الأعلى يعملون في القنوات الفضائية ما يعكس أهميتها في المشهد الإعلامي الليبي، تليها الإذاعات المسموعة، وأيضاً يحتل العاملون في المنصات الرقمية والمكاتب الإعلامية (لدى الوزارات والشركات والهيئات ونحوها) مركزاً بارزاً أيضاً، فيما جاءت الصحف بنسب أقل.

جدول (7) تصنيف عينة الدراسة حسب الفئات العمرية

الفئات العمرية	العدد	%
25 سنة وأقل	76	12.5
من 26 إلى 35	109	17.9
من 36 إلى 45	195	32.0
من 46 إلى 55	125	20.5
أكثر من 55	104	17.1
المجموع	609	100

أظهرت البيانات أن الفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة هي الأكثر تمثيلاً (32.0%)، مما يشير إلى وجود كوادرات ناضجة ومتمرسة، فيما شكلت نسبة الشباب (أقل من 35 سنة) حوالي 30.4%، مما يعكس وجود جيل جديد في سوق العمل الإعلامي، في مقابل الفئات الأكبر سناً (أكثر من 45 سنة) وتمثل حوالي 37.6%، مما يشير إلى استمرارية الخبرة في هذا القطاع.

جدول (8) تصنيف عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	%
دون الجامعي	92	15.1
جامعي	491	80.6
دراسات عليا	26	4.3
المجموع	609	100

الغالبية الساحقة من العينة (80.6%) حاصلون على مؤهل جامعي، مما يعكس مستوى تعليمي مرتفع جداً بين العاملين في الإعلام الليبي. ونسبة الحاصلين على دراسات عليا منخفضة (4.3%)، مما يشير إلى الحاجة لتعزيز التعليم والتدريب العالي والمتقدم. ونسبة غير الحاصلين على مؤهل دون جامعي (15.1%) ما قد تؤثر على جودة الأداء إذا لم يتم توفير برامج تدريبية لهم. ويلاحظ من خلال ما سبق، وجود نقص التخصص في الإعلام بين العاملين، مع ضعف نسبة الحاصلين على دراسات عليا. ما يتطلب الحاجة إلى تعزيز المهارات الرقمية في ظل التحول نحو الإعلام الرقمي. وفي المقابل، برزت مجموعة من الفرص، تتمحور في وجود كوادرات شابة ومتخصصة يمكن الاستثمار فيها. وانتشار المنصات الرقمية والمكاتب الإعلامية يفتح آفاقاً جديدة للإبداع والتطوير. ووجود الخبرة الطويلة التي يمتلكها نسبة كبيرة من العاملين يمكن أن تكون مصدراً للمعرفة والتدريب. ما يتطلب تعزيز البرامج التدريبية للعاملين في الإعلام، خاصة في مجالات الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا الحديثة. ودعم التعليم الإعلامي وتوفير فرص

الدراسة العليا للعاملين. وتشجيع المساواة بين الجنسين في سوق العمل الإعلامي. والتركيز على تطوير الإعلام الرقمي بما يتناسب مع احتياجات السوق الحالي. وهذه النتائج توفر إطاراً مهماً لفهم الواقع الإعلامي الليبي وتحديد الأولويات المستقبلية لتطوير هذا القطاع. نتائج الدراسة:

جدول (9) استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم

الاستخدام	العدد	%
يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم الإعلامية	385	63.2
لا يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم الإعلامية	224	36.8
المجموع	609	100

يلاحظ من الجدول السابق أن الذكاء الاصطناعي بدأ ينتشر بشكل لافت بين العاملين في مجالات الإعلام الليبية، حيث يُستخدم من قبل 63.2% من العينة، في مقابل 36.8% لا يستخدمونه، وهذا يستدعي سياسات داعمة للدمج التكنولوجي وتمكين الإعلاميين من المهارات الرقمية الحديثة. وتُعد هذه النتائج مؤشراً على تقبل جزء كبير من العاملين في المجال الإعلامي للذكاء الاصطناعي كأداة داعمة في عملهم. ومع ذلك فإن النسبة غير المستخدمة تُظهر أن هناك فجوة رقمية يجب معالجتها لضمان استفادة أوسع من إمكانيات الذكاء الاصطناعي. محاور الدراسة:

المحور الأول: الفائدة المُدرَكة (المتوقعة):

جدول (10) إدراك المبحوثين للفائدة المتوقعة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم

1 تطبيقات الذكاء الاصطناعي تساعدني على إنجاز مهامي بشكل أسرع										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	179	241	169	20	0	609	0.1587	3.951	79.0%	0.870
2 تطبيقات الذكاء الاصطناعي تحسن من جودة العمل الذي أقوم به										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	148	272	177	11	1	609	0.1566	3.911	78.2%	0.947
3 تطبيقات الذكاء الاصطناعي تزيد من إنتاجيتي في العمل										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	150	241	211	6	1	609	0.1552	3.875	77.5%	0.927

تظهر نتائج المحور الأول (الفائدة المُدرَكة) تفاوتاً كبيراً لدى العينة تجاه تطبيقات الذكاء الاصطناعي (سواءً من قبل من يستخدمونه أو لا يستخدمونه)، حيث أشار أغلب المشاركين إلى أنها تُسرّع إنجاز المهام، وتحسّن الجودة، وتزيد الإنتاجية، مع تفاوت طفيف بين البنود. حيث يلاحظ في البند الأول "تطبيقات الذكاء الاصطناعي تساعدني على إنجاز مهامي بشكل أسرع" أن الوزن النسبي بلغ 79.0% وهو أعلى درجة بين البنود الثلاثة، ما يدل على أن السرعة في إنجاز المهام هي الفائدة الأكثر إدراكاً لدى العينة. فيما يلاحظ أن استجابات المبحوثين نحو البند الثاني "تحسن من جودة العمل" سجلت وزناً نسبياً 78.2% وهو مرتفع أيضاً، لكنه أقل من البند الأول. ما يشير إلى أن المستخدمين يرون في الذكاء الاصطناعي أداة لتحسين الجودة (مثل التدقيق، الصياغة، التحليل)، رغم وجود 177 مشاركاً في حالة "محايد"، ما يدل على تردد جزئي.

فيما جاءت الاستجابات نحو البند الثالث "تزيد من إنتاجيتي" بوزن نسبي بلغ 77.5% وهو أيضاً مرتفع لكنه الأدنى بين البنود، مع زيادة في التردد (211 محايد). كما يلاحظ أن الانحراف المتوسط منخفض حوالي 0.15، ما يدل على تقارب الآراء حول المتوسطات ودرجة التوافق. فيما سجل معامل الاختلاف انخفاضاً (أقل من 1)، ما يشير إلى تماسك إحصائي جيد في الاستجابات.

وبالتالي يمكن القول: إن عينة الدراسة تنتظر إلى الذكاء الاصطناعي على أنه أداة فعالة للسرعة، بينما تظهر بعض الحذر تجاه تأثيره الكلي على الجودة والإنتاجية.

المحور الثاني: سهولة الاستخدام

جدول (11) نمط استخدام عينة الدراسة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

1 تطبيقات الذكاء الاصطناعي سهلة التعلم والاستخدام										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	103	312	96	94	4	609	0.1488	3.683	73.7%	0.935
2 لا أحتاج إلى تدريب مكثف لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملي.										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	84	147	135	225	18	609	0.1270	3.089	61.8%	0.631
3 واجهات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بسيطة وواضحة										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	101	212	191	99	6	609	0.1416	3.498	70.0%	0.678

يُظهر المحور الثاني (سهولة الاستخدام) تبايناً في إدراك المشاركين، حيث يُنظر إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي بأنها سهلة الاستخدام، مع مجود تحفظات واضحة، خاصة فيما يتعلق بالحاجة إلى تدريب، ما يشير إلى أن التطبيقات ليست سهلة بالقدر الكافي لجميع المستخدمين.

وقد سجلت الاستجابات نحو البند الأول "تطبيقات الذكاء الاصطناعي سهلة التعلم والاستخدام" وزناً نسبياً بلغ 73.7%، ما يدل على إدراك عام للسهولة. كما يشير نفس الوزن إلى وجود عدد لا يستهان به من عينة الدراسة يجد صعوبة في البداية.

أما الاستجابات نحو البند الثاني "لا أحتاج إلى تدريب مكثف لاستخدامها" بلغ وزنها النسبي 61.8% وهو الأدنى في المحور، حيث برزت نقطة ضعف واضحة تتمثل نحو 40% غير موافقين أو غير موافقين بشدة، ما يدل على أن الكثيرين يرون الحاجة إلى التدريب المكثف. فيما سجلت الاستجابات نحو البند الثالث "الواجهات بسيطة وواضحة" وزناً نسبياً 70% ورغم ذلك أظهرت النتائج وجود آراء متباينة فنحو 52% وافقوا، لكن 105 أظهروا عدم موافقتهم. في مقابل ارتفاع عدد فئة "محايد" إلى (191) ما يدل على تردد، أو تجارب استخدام غير واضحة، ما قد يعكس تنوعاً في جودة واجهات التطبيقات المستخدمة. وعلى الرغم من ذلك، سجلت معاملات الاختلاف درجات منخفضة إلى متوسطة، ما يدل على تماسك نسبي في الاستجابات، خاصة في البند الثاني. ورغم التوافق النسبي على سهولة الاستخدام، فإن الحاجة إلى التدريب تمثل عقبة حقيقية، مما يقلل من إمكانية الاعتماد التلقائي على هذه الأدوات.

المحور الثالث: المخاوف الوظيفية من تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

جدول (12) القلق الوظيفي من استبدال الذكاء الاصطناعي للبشر في الإعلام

1 أخشى أن تحل تطبيقات الذكاء الاصطناعي محل وظيفتي في المستقبل										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	59	119	121	290	20	609	0.1024	1.895	37.9%	0.616
2 أعتقد أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي ستقلل من فرص التوظيف في مجال الإعلام										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	73	282	103	132	19	609	0.1395	3.424	68.5%	0.811
3 أشعر بالقلق من أن تصبح مهاراتي الحالية غير مطلوبة بسبب الذكاء الاصطناعي										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	58	140	141	257	13	609	0.1207	2.956	59.1%	0.767

يُظهر المحور الثالث تبايناً في المخاوف الوظيفية، حيث يسود تفاؤل نسبي تجاه استمرارية الوظائف الفردية، لكن مع قلق متصاعد حول تأثير الذكاء الاصطناعي على فرص التوظيف في القطاع ومستقبل المهارات. وقد جاءت استجابات عينة الدراسة نحو "أخشى أن تحل تطبيقات الذكاء الاصطناعي محل وظيفتي" بوزن نسبي 37.9% وهو وزن منخفض جداً ما يدل على عدم وجود خوف من استبدال العاملين بالذكاء الاصطناعي، فيما سجل الانحراف المتوسط: 0.1024 ومعامل الاختلاف: 0.616 انخفاضاً ما يشير إلى تماسك عالٍ في الاستجابات حول الشعور بعدم التهديد المباشر. أما الاستجابات نحو "ستقلل من فرص التوظيف في الإعلام" فجاءت بوزن نسبي 68.5% ما يعكس قلقاً واسع الانتشار على مستوى السوق، مع وجود تماسك جيد مع تباين مقبول، يدل على اتجاه رأي عام واضح. أما الاستجابات نحو "أشعر بالقلق من تقادم مهاراتي" جاءت بوزن نسبي 59.1% ما يشير إلى قلق جزئي، لكنه غير مسيطر. فيما يدل الانحراف المتوسط: 0.1207 ومعامل الاختلاف: 0.767 على رأي متوازن ومتماسك نسبياً.

وبهذا يمكن القول إن هناك قلقاً فردياً من فقدان الوظيفة لكنه منخفض، في مقابل وجود قلق جماعي على سوق العمل وبشكل مرتفع، ورغم ذلك تشير النتائج إلى أن هناك استعداداً نسبياً للتعامل مع التقنية، لكن مع حاجة ملحة لتطوير المهارات لمواكبة التحول.

المحور الرابع: التأثيرات

جدول (13) إدراك العاملين في وسائل الإعلام الليبية لإيجابيات الذكاء الاصطناعي

1 يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين جودة الإنتاج الإعلامي										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	173	308	112	0	16	609	0.1616	4.021	80.4%	1.034
2 يساعد الذكاء الاصطناعي على توفير الوقت والجهد في إعداد التقارير الإعلامية										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	184	378	31	3	13	609	0.1671	4.177	83.5%	1.322
3 يمكن أن يسهم الذكاء الاصطناعي في زيادة دقة المعلومات وتجنب الأخبار الكاذبة										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	83	213	140	158	15	609	0.1353	3.314	66.3%	0.621

يُظهر المحور الرابع المتضمن التأثيرات الإيجابية للذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، تقييماً إيجابياً قوياً من العينة، مع تركيز واضح على الفوائد العملية والتشغيلية، بينما تظهر تحفظات مهنية عند الحديث عن الدقة والمصداقية. وتكشف المؤشرات الإحصائية - خصوصاً الوزن النسبي - عن درجة عالية من التوافق في الآراء، مع بعض التباين الذي يُفسّر من خلال الانحراف المتوسط.

ففيما يتعلق بقدرة الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الإنتاج الإعلامي، بلغ الوزن النسبي 80.4%، ما يدل على توافق واسع على أن هذه التقنيات تُسهم في رفع كفاءة المحتوى، سواء من حيث الشكل أو الصياغة أو التنظيم. ويعزز هذا التوافق الانحراف المتوسط المنخفض 0.1616، الذي يشير إلى تقارب في التقييمات حول هذه الفائدة.

أما البند الثاني الذي يرى أن الذكاء الاصطناعي يوفر الوقت والجهد في إعداد التقارير الإعلامية، فيُعد الأعلى من حيث التأييد، حيث بلغ وزنه النسبي 83.5%، وهو الأعلى في المحور، كما أن الحجم الكبير من الموافقة - أكثر من 92% من العينة - يُظهر إجماعاً واضحاً على أن الذكاء الاصطناعي يحدث نقلة في الكفاءة التشغيلية، خصوصاً في المهام المتكررة أو التي تستغرق وقتاً طويلاً.

في المقابل ينخفض الوزن النسبي بشكل ملحوظ عند الحديث عن دور الذكاء الاصطناعي في زيادة دقة المعلومات وتجنب الأخبار الكاذبة، حيث سجل 66.3% فقط، ويُعد

هذا أدنى وزن نسبي في المحور، ما يعكس تردداً واضحاً في الثقة، رغم أن أكثر من نصف العينة ما تزال ترى له دوراً إيجابياً. ويُعزّز الانحراف المتوسط المنخفض (0.1353) هذه النتيجة، دالاً على تماسك في الرأي حول الحد من هذه الثقة، ناتج عن وعي بمخاطر "التزييف العميق" أو توليد معلومات غير دقيقة من قبل النماذج الذكية.

وبالتالي، تُظهر النتائج أن العينة تُقدر الذكاء الاصطناعي كأداة لتحسين الكفاءة وجودة الإنتاج بوزن نسبي تجاوز 80%، لكنها لا تعتمد عليه كمصدر موثوق في التحقق من المعلومات، حيث ينخفض التأييد إلى 66.3%. وهذا يُجسّد نظرة متوازنة ومهنية، تعتمد التقنية حيث تكون فعّالة، مع تحفظ حيث تكون حيال المصادقية، وهو ما يستدعي دمج أدوات الذكاء الاصطناعي ضمن منظومة عمل تراعي الدور الرقابي للإنسان. وهو ما يتفق مع دراسة (خالد خبريش 2025) التي تناولت طبيعة استخدام القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الليبية لأساليب كشف التزييف العميق بواسطة الذكاء الاصطناعي، حيث كشفت عن وجود إدراك عالٍ لخطورة التزييف العميق لدى القائم بالاتصال الليبي، لكن معرفته العملية بالأدوات المتخصصة لكشفه محدودة، واستخدامها محدود، وتوافرها محدود أيضاً، فأكثر من نصف العينة يعتقدون على الخبرة الشخصية، وكلها عوامل أدت إلى ظهور فجوة معرفية وتطبيقية في التعامل مع هذه الظاهرة (18).

ثانياً التأثيرات السلبية:

جدول (14) إدراك العاملين في وسائل الإعلام الليبية لسلبات الذكاء الاصطناعي

1 تطبيقات الذكاء الاصطناعي سيغير طبيعة المهام التي أقوم بها في العمل										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	77	296	129	104	3	609	0.1436	3.558	71.2%	0.888
2 أعتقد أن الذكاء الاصطناعي سيجعل العمل أكثر روتينية وأقل إبداعية										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	54	233	255	40	27	609	0.1370	3.406	68.1%	0.921
3 الذكاء الاصطناعي سيقول من أهمية الدور البشري في صناعة الإعلام										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	75	181	158	189	6	609	0.1309	3.213	64.3%	0.648

تُظهر نتائج المحور الرابع فيما يخص التأثيرات السلبية للذكاء الاصطناعي على العمل الإعلامي تقبلاً نسبياً للتغيرات الهيكلية، مع قلق متوسط حول تراجع الإبداع والأهمية البشرية.

ففيما يتعلق بتأثير الذكاء الاصطناعي على طبيعة المهام الوظيفية، سجّل البند الأول وزناً نسبياً قدره 71.2%، ما يدل على توافق واسع على أن هذه التطبيقات ستحدث تغييراً في المهام الحالية. ويدل الانحراف المتوسط المنخفض (0.1436) على تماسك في الرأي حول حتمية هذا التحول، سواء كان ذلك في شكل استبدال بعض المهام أو إعادة تشكيلها، دون أن يعني ذلك بالضرورة فقدان الوظيفة. أما البند الثاني، الذي يُشير إلى أن الذكاء الاصطناعي قد يجعل العمل أكثر روتينية وأقل إبداعية، سجّل وزناً نسبياً 68.1%، ومع أن قرابة نصف العينة (47.5%) وافقوا أو وافقوا بشدة، فإن ارتفاع نسبة "المحايد" (41.9%) يُظهر تردداً واضحاً في إدراك هذا التأثير السلبي، ويدعم ذلك الانحراف المتوسط (0.1370)، الذي يشير إلى تقارب في التقييمات، لكن مع تنوع في التجارب أو التصورات حول دور الذكاء الاصطناعي؛ فهو قد يحرر القائم بالاتصال من المهام الروتينية ليُتيح له مساحة للإبداع، أو قد يُستخدم بطريقة تُقلّل من الحاجة إلى التفكير النقدي.

في المقابل ينخفض الوزن النسبي إلى 64.3% في البند الثالث الذي يتناول تقليل أهمية الدور البشري في صناعة الإعلام، وهو الأدنى بين البنود الثلاثة. ويُظهر هذا أن القلق من تهميش الإنسان في العملية الإعلامية ليس مسيطراً أو شاملاً. على استجابات العينة، فرغم أن 256 مشاركاً وافقوا أو وافقوا بشدة على هذا القلق، فإن 195 منهم عبّروا عن عدم موافقتهم أو عدم موافقتهم بشدة، ما يدل على اتجاه معاكس قوي يرى أن الذكاء الاصطناعي يُكمل الدور البشري لا يستبدله. ويدل الانحراف المتوسط المنخفض (0.1309) على تماسك إحصائي في التقييم، ما يعني أن الرأي العام متوازن وواعٍ، وليس متأرجحاً بشكل حاد. وبالتالي تُظهر النتائج أن العينة تدرك أن الذكاء الاصطناعي سيغير طبيعة العمل الإعلامي (بوزن نسبي 71.2%)، لكنها لا تتفق بالكامل على أن هذا التغيير سيقود إلى روتينية أكبر أو تهميش للإنسان، فالوزن النسبي ينخفض تدريجياً من 71.2% إلى 64.3%، مواكباً تقلص القلق من التأثيرات السلبية الأعمق، ما يعكس نظرة واقعية تشمل تقبل التحول، مع التمسك بقيمة الإبداع والدور البشري كركيزة لا غنى عنها في الإعلام.

المحور الخامس: التحديات.

جدول (15) أبرز التحديات المتعلقة بتطبيق الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي من وجهة نظر المبحوثين

1 هناك نقص في التدريب والتأهيل على استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	298	229	49	30	3	609	0.1729	4.296	85.9%	1.089
2 التكلفة العالية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعيق استخدامها في المؤسسات الإعلامية الليبية										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	294	255	39	18	3	609	0.1743	4.345	86.9%	1.155
3 ما تزال القوانين والتشريعات غير واضحة بشأن استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي										
الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	الانحراف المتوسط	المتوسط الموزون	الوزن النسبي	معامل الاختلاف
	127	358	113	11	0	609	0.1589	3.987	79.7%	1.183

يُظهر المحور الخامس المتضمن أبرز التحديات المتعلقة بتطبيق الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي وعياً عالياً بمعوقات ملموسة، تحد من الانتشار الفعال لهذه التقنيات، مع تركيز واضح على التحديات البنيوية والمالية والتنظيمية.

ففيما يتعلق بنقص التدريب والتأهيل، سجل البند الأول وزناً نسبياً مرتفعاً بلغ 85.9%، وهو من أعلى القيم في الدراسة، ما يعكس إدراكاً شبه إجماعي بأن القائم بالاتصال غير مهين بعد لاستخدام الذكاء الاصطناعي بكفاءة، ويدل الانحراف المتوسط (0.1729) على تقارب عالٍ في التقييمات، ويشير إلى توافق واسع على أن غياب البرامج التدريبية يُعد عقبة أساسية أمام التبني الفعال للتكنولوجيا في المؤسسات الإعلامية.

كذلك يُعد التحدي المالي من أكثر العوائق إلحاحاً، حيث سجل البند الثاني حول التكلفة العالية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أعلى وزن نسبي في المحور (86.9%)، وهذا يُظهر أن العينة ترى بوضوح أن القيود المالية تمثل حاجزاً حقيقياً، خصوصاً في بيئة إعلامية قد تعاني من ضعف الموارد. ويدعم ذلك الانحراف المتوسط المرتفع نسبياً (0.1743)، الذي يشير إلى تباين طفيف في الدرجة، لكنه لا يقلل من وحدة التوافق على جوهر المشكلة.

أما البند الثالث، الذي يتناول غياب وعدم وضوح القوانين والتشريعات الخاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي، فقد سجل وزناً نسبياً مرتفعاً أيضاً (79.7%)، ما يدل على أن الفراغ التنظيمي يُنظر إليه كتحدٍ جوهري، رغم أنه أقل إلحاحاً من النقص في التدريب أو

التكلفة العالية. ويدل الانحراف المتوسط (0.1589) على تماسك جيد في الرأي، ويبرز حاجة ملحة إلى إطار قانوني ينظم استخدام هذه التقنيات.

وبالتالي، تُظهر النتائج أن التحديات الرئيسية في تبني الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي تتمحور حول ثلاثية: التأهيل، والتمويل، والتنظيم، والأوزان النسبية المرتفعة في جميع البنود تجسد إدراكاً قوياً بالعقبات الحقيقية، بينما تشير الانحرافات المتوسطة المنخفضة إلى تماسك في التقييمات، ما يعزز مصداقية هذه النتائج كأساس لوضع سياسات داعمة. وبالتالي فإن أي مبادرة لدمج الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي يجب أن تبدأ ببرامج تدريبية ميسرة، وتراعي التكلفة، وتبنى ضمن إطار قانوني وتنظيمي واضح.

التحقق من صحة الفرضيات:

تستند هذه الدراسة إلى نموذجين نظريين رئيسيين: نظرية التأقلم التكنولوجي (TAM) ونظرية الصراع الوظيفي، بهدف تحليل تصورات العاملين في الإعلام الليبي تجاه تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وقد تم صياغة أربع فرضيات وتم التحقق من صحتها بناءً على النتائج، مع الاعتماد على مؤشرات كمية مثل الوزن النسبي والمتوسط الموزون والانحراف المتوسط لتقييم مدى دعم البيانات للفرضيات.

أولاً: الفرضيتان المتعلقتان بنظرية التأقلم التكنولوجي (TAM) :

الفرضية الأولى: (H1) يؤثر الإدراك المتصور لفائدة تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل إيجابي على تقبل العاملين لها. حيث أظهرت نتائج المحور الأول (الفائدة المدركة) تأييداً قوياً لهذه الفرضية. فقد سجّل جميع بنود الفائدة المدركة أوزاناً نسبية عالية، تراوحت بين 77.5% و 79.0%، مع متوسطات موزونة تجاوزت 3.875. ما يدل على إدراك واسع بأن هذه التطبيقات تُحسّن الأداء الوظيفي. وهذا التوافق (يدعمه انحراف متوسط منخفض حول 0.15) يُظهر أن العاملين يرون في الذكاء الاصطناعي أداة تعزز كفاءتهم، وهو ما يتوافق تماماً مع مفهوم "الفائدة المدركة" في نظرية TAM.

وبالتالي تؤكد النتائج أن الإدراك بالفائدة هو محرك رئيسي للقبول التكنولوجي، كما تتبأت به نظرية، فالعاملون لا ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي كتهديد، بل كوسيلة لتحسين الأداء، مما يعزز احتمالية استخدامه بانتظام.

الفرضية الثانية: (H2) يؤثر الإدراك المتصور لسهولة الاستخدام بشكل إيجابي على الرغبة في استخدام التطبيقات.

تباينت النتائج في المحور الثاني (سهولة الاستخدام)، حيث سجّل البند الأول "سهولة التعلم والاستخدام" وزناً نسبياً قدره 73.7%، والثالث "الواجهات بسيطة وواضحة 70%"، ما يشير إلى تقبل معقول للسهولة. لكن البند الثاني "لا أحتاج إلى تدريب مكثف" سجّل وزناً نسبياً منخفضاً

61.8%، ما يُظهر أن الكثيرين يرون الحاجة إلى تدريب، وبالتالي لا يُعدون التطبيقات سهلة الاستخدام بشكل تلقائي.

وبالتالي، ورغم أن جزءاً من العينة يرى في الذكاء الاصطناعي تقنية سهلة، فإن الاعتماد على التدريب المكثف ما يزال ضرورياً، ما يقلل من درجة "سهولة الاستخدام" التي تفترضها نظرية TAM. وبالتالي، فإن الفرضية مدعومة جزئياً، وتُشير إلى أن سهولة الاستخدام في السياق الليبي مشروطة بالتأهيل والتدريب.

ثانياً: الفرضية المتعلقة بنظرية الصراع الوظيفي:

الفرضية الثالثة: (H3) كلما زاد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي، ارتفعت مخاوف العاملين من فقدان وظائفهم.

أظهر المحور الثالث (المخاوف الوظيفية) نتائج متباينة، حيث إن الوزن النسبي للخوف من استبدال الوظيفة (37.9%) منخفض جداً، ما يدل على أن العاملين لا يشعرون بتهديد مباشر لوظائفهم. لكن الوزن النسبي للخوف من تقليل فرص التوظيف (68.5%) مرتفع، ما يشير إلى قلق جماعي على مستوى السوق، وليس فردياً. فيما سجل القلق من تقادم المهارات 59.1%، أي أقل من 60%.

وبالتالي فإن النتائج لا تدعم الفرضية بشكل كامل، لأن العاملين لا يرون الذكاء الاصطناعي كمُستبدل مباشر لوظائفهم، لكنهم يخشون من تأثيره الهيكلي على سوق العمل، وهذا يتماشى مع نظرية الصراع الوظيفي، لكنه يُظهر أن الصراع ليس فردياً مباشراً، بل هو "صراع وظيفي مستقبلي" أو "هيكلي"، يرتبط بتغير طبيعة العمل، وليس باستبدال الإنسان فوراً.

ثالثاً: الفرضية التكاملية: (H4) كلما ارتفع التأقلم التكنولوجي، انخفض الصراع الوظيفي.

الفرضية الرابعة: (H4) ارتفاع التأقلم التكنولوجي يقلل من الصراع الوظيفي.

هذه الفرضية تعد الاستنتاج التكاملي الأهم وتؤيدها البيانات بشكل واضح، حيث تجاوز الوزن النسبي للفائدة المدركة 77% في المحور الأول، والوزن النسبي لسهولة الاستخدام تجاوز 70% باستثناء الحاجة للتدريب.

في المقابل لم يتجاوز الوزن النسبي لأقوى المخاوف الوظيفية (استبدال الوظيفة) حاجز 37.9%، كما أن الوزن النسبي للتأثيرات السلبية مثل "تقليل أهمية الدور البشري" بلغ 64.3% فقط.

مقارنة بين المتغيرات الديمغرافية والاستجابات لإيجاد الفروق.

من بين أهداف الدراسة اختبار مدى وجود علاقة ونوعها وقوتها بين المتغيرات ومختلف المحاور، بناءً على نظريتي "التأقلم التكنولوجي (TAM)" و"الصراع الوظيفي". حيث تم استخدام اختبارات لاسمائية مثل اختبار كاي تربيع (Chi-Square)، معامل الارتباط (Correlation)،

والانحدار اللامعاري (Non-parametric Regression) لتقييم نوع العلاقات وقوتها. وقد تبين عدم وجود أي علاقات أو فروقات ذات دلالة إحصائية في استجابات المبحوثين حسب المتغيرات تجاه محاور الدراسة.

أهم النتائج:

أولاً: نتائج التحليل الكمي في إطار النظريين:

أظهرت الدراسة بناءً على التحليل الكمي لعينة من 609 قائم بالاتصال في وسائل الإعلام الليبية، أظهرت نتائج متعددة الأبعاد تجسد ديناميكية معقدة بين تبني التكنولوجيا والتصورات المهنية. وقد تم تحليل هذه النتائج في إطار نظريتي التأقلم التكنولوجي (TAM) والصراع الوظيفي، مما أتاح تفسيراً شاملاً لتفاعلات القبول والمقاومة.

1. العلاقة التكاملية بين التأقلم التكنولوجي والصراع الوظيفي:

النتيجة الأكثر بروزاً في الدراسة هي وجود علاقة عكسية قوية وذات دلالة إحصائية بين مستوى التأقلم التكنولوجي ومستوى الصراع الوظيفي. فقد تبين أن العاملين الذين يجدون في الذكاء الاصطناعي أداة لتحسين الأداء، وليس تهديداً لوجودهم الوظيفي، يظهرون مستويات منخفضة من القلق المهني. هذا التفاعل يجسد تفاعلاً بين النظريتين، حيث لا يقاس التهديد التكنولوجي بذاته، بل بسياق تقديمه وطريقة إدراكه. فالذكاء الاصطناعي لا يصبح مصدر توتر وظيفي إلا عندما يقدم كمنافس بديل، وليس كمساعد داعم.

2. التحقق من الفرضيات البحثية:

الفرضية الأولى (H1): تؤكد النتائج دعماً قوياً للفرضية القائلة بأن الفائدة المدركة تؤثر إيجابياً على قبول الذكاء الاصطناعي. فقد أشارت عينة الدراسة وبوزن نسبي بلغ (79%) إلى أن هذه التطبيقات تسهم في تسريع إنجاز المهام، وتعمل على تحسين جودة العمل بوزن نسبي بلغ (78.2%). وتزيد الإنتاجية بوزن نسبي بلغ (77.5%). هذه النسب العالية تمثل إدراكاً واسعاً ومتوازناً بالفائدة، وتشير إلى أن العاملين ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي كأداة تحسين أداء، وليس كتهديد مباشر.

الفرضية الثانية (H2): تدعم الفرضية المتعلقة بسهولة الاستخدام بشكل جزئي. فقد أظهرت النتائج أن عينة الدراسة يرون وبوزن نسبي بلغ (73.7%) أن التطبيقات سهلة التعلم والاستخدام. ويرون أن واجهاتها بسيطة وواضحة بوزن نسبي بلغ (70%). لكن في المقابل انخفض الوزن النسبي إلى (38.2%) لمن يرون ضرورة الحاجة إلى تدريب مكثف، ما يقلل من فكرة "سهولة التلقائية" ويشير إلى أن سهولة الاستخدام مشروطة بالتأهيل، خاصة للمبتدئين. وبالتالي، فإن التصميمات الحالية قد لا تكون سهلة بالقدر الكافي لجميع المستخدمين.

الفرضية الثالثة (H3): تدعم الفرضية المتعلقة بالقلق من فقدان الوظائف بشكل جزئي، مع تحول في طبيعة الخوف. فقد كشفت النتائج عن وجود قلق فردي منخفض، فقط 37.9% يخشون من أن تستبدل وظائفهم مباشرة بالذكاء الاصطناعي، مع وجود قلق هيكلي مرتفع: 68.5% يخشون من تقلص فرص التوظيف في قطاع الإعلام مستقبلاً، و 59.1% يشعرون بالقلق من تقادم مهاراتهم. وهذه النتائج تُظهر أن الصراع الوظيفي ليس فردياً (استبدال مباشر)، بل هيكلياً (تغير في سوق العمل ومتطلبات المهارة مستقبلاً)، مما يشير إلى أن الخوف ليس من "الاستبدال"، بل من "الاستبعاد التدريجي".

الفرضية الرابعة (H4): تؤيد النتائج الفرضية التكاملية بشكل قوي، فقد تبين أنه كلما ارتفع الإدراك بالفائدة (مثل تحسين الجودة وسرعة الإنجاز)، وزادت سهولة الاستخدام (خاصة مع التدريب)، انخفضت مستويات القلق الوظيفي. وهذا يؤكد صحة الفرضية القائلة بأن ارتفاع التأقلم التكنولوجي يقلل من الصراع الوظيفي، ويشير إلى أن الحل يكمن في تمكين الإنسان من التكنولوجيا، وليس منع التكنولوجيا.

ثانياً: التحليل الوصفي للنتائج: تبين أن 63.2% من العينة يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية، فيما لا يستخدمها 36.8%. هذا يُشير إلى بداية قوية للتحول الرقمي، لكنه يُنذر بوجود فجوة رقمية ناتجة عن نقص التدريب، التكلفة العالية، أو مقاومة التغيير، مما يستدعي تبني سياسات داعمة لتمكين جميع العاملين، في ظل مجموعة من التأثيرات وهي:

التأثيرات الإيجابية: يقدر العاملون الذكاء الاصطناعي كأداة تشغيلية فعالة، حيث إن 83.5% يرون أنه يساعد في توفير الوقت والجهد، 80.5% يرون أنه يحسن جودة الإنتاج الإعلامي. **التأثيرات السلبية:** يدرك العاملون أن الذكاء الاصطناعي سيغير طبيعة العمل، حيث إن 71.2% يعتقدون أنه سيغير طبيعة مهامهم. و 68.1% يخشون من أن يصبح العمل أكثر روتينية. و 64.3% يرون أنه قد يقلل من أهمية الدور البشري.

الثقة في دقة التطبيقات: يثق 66.3% من العينة في قدرة الذكاء الاصطناعي على زيادة دقة المعلومات وتجنب (التزييف العميق)، هذه النتيجة تجسّد نظرة متوازنة ومهنية، حيث يقدر العاملون الذكاء الاصطناعي في المهام الروتينية، لكنهم يحتفظون بالدور البشري في التحقق والرقابة.

3. تحديات التبني الفعال لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي:

أظهرت العينة وعياً عالياً بالعقبات التي تعيق التبني الفعال، حيث إن 86.9% يرون أن التكلفة العالية للتطبيقات تعد عقبة رئيسية، و 85.9% يؤكدون على نقص التدريب والتأهيل، و 79.7% يشيرون إلى غياب القوانين والتشريعات الواضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي. هذه

التحديات ليست تقنية فقط، بل مالية وبشرية وتنظيمية، وتتطلب تدخلاً متكاملًا من الدولة والمؤسسات.

واستنتجت الدراسة أن العاملين في الإعلام الليبي يتقبلون الذكاء الاصطناعي بشكل عام، ويرى أغلبهم أنه أداة داعمة تحسن الكفاءة، وتسرع العمل، وترفع الجودة. لكن هذا التقبل مرهون بالإدراك بالفائدة، ووجود تدريب كافٍ، وضرورة توضيح دور الذكاء الاصطناعي كمساعد، وليس بديل. ما يعني وجود تكامل بين النظريتين في السياق الليبي. وعلى الرغم من انخفاض الخوف من الاستبدال المباشر، فإن هناك قلق هيكلي واضح على مستقبل سوق العمل الإعلامي، وحاجة ملحة لتطوير المهارات ومواكبة التحولات التكنولوجية، وتقدم الدراسة استنتاجاً نظرياً يتمحور حول (الصراع الوظيفي لا يُقاس بالتقنية، بل بإدراكها). فإذا قُدم الذكاء الاصطناعي كفرصة للتمكين، وليس كتهديد، يمكن دعم التحول التكنولوجي ليكون مصدر تطوير وليس صراعاً وظيفياً. فالحل ليس في منع التكنولوجيا، بل في تمكين الإنسان منها.

التوصيات النظرية والعملية:

أولاً: من المنظور النظري:

1. تُعزز الدراسة نموذج التكامل بين نظرية التأقلم التكنولوجي (TAM) ونظرية الصراع الوظيفي.
2. تُظهر الدراسة أن التكنولوجيا لا تُقاس فقط بفعاليتها، بل بكيفية إدراكها من قبل المستخدمين.
3. تُقدم الدراسة إطاراً نظرياً يمكن - على أساسه - إجراء دراسات أخرى في سياقات متباينة.

ثانياً: من المنظور العملي:

لتفادي الصراع الوظيفي وتحقيق التبنى الشامل والمستدام، يجب على المؤسسات الإعلامية والجهات المعنية اتخاذ الإجراءات التالية:

1. توضيح الدور والتأكيد على أن الذكاء الاصطناعي أداة داعمة، لا بديل عن العامل البشري.
2. بناء إطار قانوني وتنظيمي ووضع تشريعات واضحة تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في مختلف الجوانب الأخلاقية، والدقة، لضمان الثقة والشفافية.
3. تعزيز التدريب وتوفير البرامج الشاملة لجميع العاملين.
4. دعم تكلفة الاشتراكات في تطبيقات AI وتقديم حوافز مالية أو دعم تقني ميسور التكلفة.
5. تمكين المهارات الرقمية ودعم برامج التعليم العالي في الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي.

الخلاصة:

تُظهر الدراسة أن تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الليبي ليس تهديداً مباشراً للوظائف، بل يمثل فرصة استراتيجية للارتقاء بالقطاع، شريطة أن يرافقه تدريب كافٍ، وتمكين بشري، وتخطيط مؤسسي عادل، فالتحول الرقمي الناجح لا يقاس بعدد التطبيقات المستخدمة أو كثافة الاستخدام، بل بقدرته على تعزيز جودة المحتوى واستدامة المهنة. وفي هذا السياق، تفسر

نظرية التأقلم التكنولوجي (TAM) القبول الوظيفي بشكل قوي، حيث تعد (الفائدة المدركة) كالسرعة وجودة الإنتاج المحرك الرئيسي للتبني. في المقابل؛ تفسر نظرية الصراع الوظيفي القلق الهيكلي، الذي لا يتركز على الاستبدال الفوري، بل على تقلص فرص التوظيف مستقبلاً وتقدم المهارات. وبالتالي، فإن التأقلم التكنولوجي المبني على الفائدة والتدريب هو المفتاح لتحويل الذكاء الاصطناعي من مصدر محتمل للصراع الوظيفي إلى أداة داعمة للتطوير.

هوامش الدراسة ومراجعها:

- 1- Wardle, C., & Derakhshan, H., **Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making**, Council of Europe, Strasbourg, 2017, p. 15
- 2 – Brynjolfsson, E., & McAfee, A., **The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies**, W. W. Norton & Company, New York, 2014, p. 92.
- 3 – El-Sherif, M., **Digital Transformation in Libyan Media: Challenges and Prospects**, **Journal of Media Studies**, vol. 12, no. 3, 2020, p 48.
- 4 – خالد أبو القاسم خريش، طبيعة استخدام القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الليبية لأساليب كشف التزييف العميق بواسطة الذكاء الاصطناعي (دراسة وصفية تطبيقية في ظل نظرية دافع الحماية). **مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة الزيتونة - (1)9**, **Journal of Communication Research** 834-863. <https://azujouranls.ly/index.php/jcr/article/view/78>
- 5- Russell, S., & Norvig, P., **Artificial Intelligence: A Modern Approach**, 3rd ed., Pearson Education, London, 2016, p. 12.
- 6- Hao, K., **Artificial Intelligence in Journalism: The Promise and Peril**, MIT **Technology Review**, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, 2020, p. 32.
- 7- Wardle, C., & Derakhshan, H., **Op.Cit**, p. 15
- 8- Davis, F. D., **Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology**, **MIS Quarterly**, vol. 13, no. 3, 1989, p. 320.
- 9- Venkatesh, V., & Davis, F. D., **A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies**, **Management Science**, vol. 46, no. 2, 2000, p. 187.
- 10- Karsten, J., & van den Bosch, F. A. J., **Job Conflict Theory: A Review and Integration**, **Human Resource Management Review**, vol. 25, no. 2, 2015, p. 143.
- 11- Newman, Nic, Rasmus Fletcher, Antonis Theocharis, Richard Kunelius, and Tamara Witschge. Reuters Institute Digital News Report 2023. **Oxford: Reuters**

Institute for the Study of Journalism, 2023.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>.

12- UNESCO. **Artificial Intelligence in Journalism: A Survey of Opportunities and Risks in the Arab Region**. Document No. 382456. Paris: UNESCO, 2022. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000382456>.

13- Al-Ali, A. M., *Artificial Intelligence in Media: Opportunities and Challenges for Arab Journalists*, **International Journal of Communication**, vol. 15, 2021, pp.1-22.

14- Hao, Karen. "Artificial Intelligence in Journalism: The Promise and Peril." *MIT Technology Review*, 2020. P 32 , <https://www.technologyreview.com/2020/02/25/905789/ai-journalism-news-automation>

15- El-Sherif, M., previously cited, pp. 45-60.

16- Wardle, C., & Derakhshan, H., **Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making**, Council of Europe, Strasbourg, 2017, pp. 12-31.

17- Brynjolfsson, E., & McAfee, A., **Op.Cit**, p. 92.

18 -خالد أبو القاسم خبريش، طبيعة استخدام القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الليبية لأساليب كشف التزييف العميق بواسطة الذكاء الاصطناعي، مرجع سبق ذكره.