

اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحف الإلكترونية

إعداد

أ.لمياء فتحى مصطفى الجندى
باحثة دكتوراة بكلية الاداب جامعة دمنهور

**مجلة الدراسات التربوية والانسانية، كلية التربية، جامعة دمنهور،
المجلد السابع عشر - العدد الرابع - لسنة 2025**

اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحف الإلكترونية

أ.لمياء فتحى مصطفى الجندى

الملخص

هدفت الدراسة التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستندت في بنائها النظري على نظرية قبول واستخدام التكنولوجيا وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية وطبقت على عينة بلغت (120) من العاملين في المؤسسات الصحفية واستخدمت الاستبانة كأداة لها، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاءت إيجابية، بينما تباينت قدراتهم على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة المجال الصحفي وتطويره ما بين مرتفعة ومتوسطة ، وأن القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية يمتلكون رؤية واضحة لمستقبل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الصحفي.

كما أشارت النتائج الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير سنوات الخبرة فيما يتعلق ببعد درجة الانتشار المتوقعة لتطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في المستقبل القريب، وبعد مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بينما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير سنوات الخبرة فيما يتعلق ببعد درجة أهمية التوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاصطناعي ، القائمين بالاتصال، الصحف الإلكترونية

Communicators' Attitudes Towards Employing Artificial Intelligence in electronic journalism

BY

Lamiaa Fathy Mostafa Elgendy

ABSTRACT

The study aimed to identify the attitudes of communication professionals toward the use of artificial intelligence in journalistic work. The study relied on the survey method and was theoretically based on the Technology Acceptance and Use Theory. It is a descriptive study applied to a sample of (120) workers in journalistic institutions, using a questionnaire as a tool.

The results of the study indicated that the attitudes of communication professionals in journalistic institutions toward employing artificial intelligence technologies in journalistic work were positive. However, their abilities to utilize AI technologies in serving and developing the journalistic field varied between high and medium. Additionally, communication professionals in journalistic institutions have a clear vision for the future use of AI technologies in the journalistic work environment.

The results also showed statistically significant differences in the responses of the study sample members attributed to the variable of years of experience concerning the expected extent of the spread of AI journalism applications in journalistic work in the near future, as well as the areas of employing AI technologies in journalistic work. However, the study found no statistically significant differences in the responses of the study sample members attributed to the variable of years of experience concerning the perceived importance of employing AI in journalism.

Keywords:

Artificial Intelligence, Communication Professionals, Online Newspapers

المقدمة

يشهد العقد الثالث من القرن الحالي تحولات جذرية في صناعة الإعلام العالمي، تفرضها الثورة الرقمية المتسارعة وتقنيات الذكاء الاصطناعي التي أعادت تشكيل مفاهيم العمل الصحفي التقليدي، ومحركاً أساسياً لإعادة تشكيل المشهد الإعلامي، ففي ظل الانفجار المعلوماتي وتراجع ثقة الجمهور في الوسائل الإعلامية التقليدية، أصبحت المؤسسات الصحفية أمام تحدٍ وجودي يتطلب إعادة اختراع نفسها رقمياً.

وقد أدى التطور المتسارع في تقنيات التعلم الآلي ومعالجة اللغات الطبيعية إلى ظهور أدوات ذكية قادرة على تحرير النصوص الصحفية، وتحليل البيانات الضخمة، وإنتاج التقارير الآلية، بل وحتى التنبؤ بالاتجاهات الإخبارية واهتمامات القراء. هذه التطورات لم تعد مجرد إمكانيات مستقبلية، بل أصبحت واقعاً تطبيقياً تتسابق المؤسسات الإعلامية الكبرى على توظيفه لتعزيز قدرتها التنافسية في سوق إعلامي يتسم بالتشبع والتنافس الشديد.

وتشير بيانات المؤشر العالمي لصحافة الذكاء الاصطناعي لعام (2023) بأن المؤسسات الإعلامية والصحفية الأمريكية والأوروبية الأكثر تطوراً وتطبيقاً للذكاء الاصطناعي وقد أتمت دمج الذكاء الاصطناعي في صميم عملياتها الإنتاجية وتمكنت من تعظيم الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين العمليات الصحفية وتسريعها، بينما المؤسسات العربية لاتزال تتحسس خطواتها الأولى.

وفي هذا السياق العالمي المتغير، تأتي هذه الدراسة لاستكشاف واقع التحول التكنولوجي في المؤسسات الصحفية المصرية، حيث تشير الملاحظات الأولية إلى وجود فجوة رقمية واضحة بين الأداء المحلي والممارسات العالمية. فبينما تتبنى المؤسسات الدولية ما يعرف بـ "صحافة الذكاء الاصطناعي" **Artificial Intelligence Journalism** كحلقة طبيعية في تطور الصناعة الإعلامية، لا تزال المؤسسات المصرية في مرحلة التردد والتجريب، مما يثير تساؤلات بحثية ملحة حول أسباب هذا التأخر وآثاره على مستقبل المهنة؛ فعلى الرغم من بيانات المؤشر العربي للاقتصاد الرقمي (2024) تشير إلى تقدم مصر عن غيرها من الدول العربية في مجالات التحول الرقمي إلا أن هذا التقدم لا ينعكس بذات القوة على القطاع الصحفي مما جعلنا نتساءل ما موقع الصحافة

الإلكترونية المصرية من التحول الرقمي وتبنى تقنيات الذكاء الاصطناعي ، خاصة أن غالبية الدراسات السابقة تؤكد أن المؤسسات الصحفية المصرية لا تزال في مرحلة التجريب أو التخطيط لتبنى التقنيات التكنولوجية الحديثة، وفي الوقت الذي تشهد فيه المؤسسات الإعلامية العالمية تطبيقاً واسعاً لتقنيات مثل "المحررين الآليين" و"أنظمة التوصيل الذكية" وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي، تواجه نظيراتها المصرية تحدياً وجودياً حقيقياً يتمثل في ضرورة مواكبة هذا التطور أو المخاطرة بفقدان قدرتها التنافسية في السوق الإعلامي.

ولتحقيق فهم دقيق للواقع كان لابد من دراسة اتجاهات القائمين بالاتصال – كونهم العنصر البشري الأساسي في العملية الإعلامية – نحو تبني واستخدام هذه التقنيات المتطورة. فالنجاح في تطبيق أي تكنولوجيا جديدة لا يتوقف فقط على توفر الإمكانيات المادية والتقنية، بل يعتمد بشكل حاسم على مدى تقبل الأفراد لهذه التكنولوجيا ورغبتهم في التفاعل معها وتوظيفها في أنشطتهم المهنية اليومية .

فهذه الدراسة تأتي في وقت حاسم، حيث تقف الصحافة العربية عموماً والمصرية خصوصاً على مفترق طرق بين التمسك بالأساليب التقليدية أو الانخراط الجاد في عصر الذكاء الاصطناعي. والخيار الذي ستتخذه المؤسسات الصحفية اليوم سيحدد إلى حد كبير موقعها في المشهد الإعلامي العالمي خلال العقود القادمة. من هنا تأتي أهمية فهم اتجاهات القائمين بالاتصال، باعتبارهم الفاعل الأساسي في عملية التغيير والتطوير.

مشكلة الدراسة:

يشهد عالمنا المعاصر حالة من التزاحم التقني والتراكم المعلوماتي وتوجه عالمي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومع تراجع الإقبال الجماهيري على المحتوى الصحفي سواء في الوسيط الورقي أو الإلكتروني وتدنى مستوى استهلاك المحتوى الصحفي الأمر الذى دفع المؤسسات الإعلامية والمنصات الإخبارية الى تطبيق الاتجاهات الحديثة المبتكرة لتعزيز قدرتها التنافسية في ضوء "العوامل الدلالية الأربعة" وهى (الأتمتة- اختصار الوقت – التقارب في الوجودين الفعلي الرقمي – التوصيلية في كل مكان) تلك الدلالات التي وفرتها تقنيات الذكاء الاصطناعي.

لنقطع وسائل الإعلام الدولية أشواطاً كبيرة نحو تفعيل ودمج الذكاء الاصطناعي لتطوير خدماتها الرقمية، بينما في وطننا العربي لا زالت في مراحلها التجريبية إذ تُعد حديثة على البيئة الصحفية المصرية ليصبح أمر تعميمها يتوقف على مدى وضوح طرق تطبيقها، بل ولن يتأتى التطبيق الموسع لتقنيات الذكاء الاصطناعي إلا بإيمان القائمين على العمل الصحفي بأهمية تلك التقنيات متأثراً بعدة عوامل أهمها المنفعة المدركة، الجهد المبذول، التسهيلات المتاحة... وغيرها.

من هنا، تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤل الرئيسي: "ما اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحف الإلكترونية، وما العوامل المؤثرة في تقبلهم واستخدامهم لهذه التقنيات؟" خاصة أن الذكاء الاصطناعي قد يساهم في تغيير طبيعة العمل الصحفي، مثل التحرير الآلي، وتحليل البيانات، وتوليد الأخبار، مما يستدعي معرفة مدى استعداد العاملين في المجال لتقبل هذه الأدوات أو مقاومتها.

بهدف تقديم فهم شامل للظاهرة محل الدراسة وتوفير توصيات عملية للمؤسسات الصحفية لتحسين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والمساهمة في تطوير الصحافة الرقمية في العالم العربي. أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من محاولتها رصد واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الإلكترونية المصرية، في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة عالمياً، مع التركيز على مدى التغير الذي طرأ على هذا الواقع مقارنة بالدراسات السابقة. كما تنقسم الأهمية إلى شقين رئيسيين: نظري وتطبيقي، وذلك على النحو التالي:

أ- الأهمية النظرية:

- تتبع أهمية الدراسة من إلقاء الضوء على أحد الموضوعات الهامة والحديثة في مجال الإعلام، وهو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية ومعرفة اتجاهات القائمين بالاتصال نحوه، حتى تستطيع المؤسسات الصحفية من اللحاق بركب الرقمنة وبالتالي القدرة على المنافسة القوية مع المؤسسات الصحفية العربية والعالمية.

- تتأمل جهود المؤسسات الصحفية العالمية بتطوير أنظمتها وبنيتها الأساسية باستخدام التكنولوجيا الحديثة ومنها تقنية الذكاء الاصطناعي النابعة من إيمان تلك المؤسسات بأن ينطلق التطوير من

فكرة التحديث في أنظمة العمل الصحفي لتأتى تلك الدراسة لطرح واقع المؤسسات الصحفية المصرية ومدى تطوير بنيتها في ضوء التطورات التكنولوجية الحديثة.

- على الرغم من وجود بعض الدراسات السابقة التي تناولت استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة المصرية، إلا أن الدراسة الحالية تأتي كمرصد حديث لمدى تغير هذا الواقع، خاصة في ظل التطورات السريعة التي يشهدها الذكاء الاصطناعي وتأثيره على صناعة الإعلام.

أ-الأهمية التطبيقية

- قد تُفيد نتائج الدراسة المؤسسات الصحفية المصرية في تقييم وضعها الحالي مقارنةً بالمؤسسات العالمية، وتحديد نقاط القوة والضعف في بنيتها التكنولوجية.
- قد تُفيد نتائج الدراسة المؤسسات الصحفية المصرية في تحديد معوقات تبني الذكاء الاصطناعي وفرص تطويره، لتعزيز قدرتها التنافسية أمام المؤسسات العالمية.
- تُقدم توصيات عملية للقائمين على إدارة المؤسسات الصحفية لاستخدام الذكاء الاصطناعي بشكل أمثل، سواء في تحرير المحتوى أو إدارته.
- تساعد في توجيه القائمين بالاتصال (الصحفيين والإداريين) لفهم اتجاهات التحول الرقمي وضرورة التكيف معها.

أسئلة الدراسة: سعت الدراسة للإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما طبيعة اتجاهات القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟
2. ما مدى قدرة القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة المجال الصحفي وتطويره؟
3. ما رؤية القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية لمستقبل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الصحفي؟
4. ما مدى تأثير متغيرات النوع (ذكور/ إناث) وسنوات الخبرة (5سنوات — من 5 إلى 10 سنوات- من 10 سنوات فأكثر) في رؤية عينة الدراسة لـ (طبيعة الاتجاهات نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وقدرتهم عليه، ورؤيتهم لمستقبله؟

أهداف الدراسة:

- سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس وهو التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو
توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؛ ويندرج منه مجموعة أهداف فرعية ممثلة في:
1. رصد اتجاهات القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
 2. الكشف عن مدى قدرة القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة المجال الصحفي وتطويره.
 3. التعرف على رؤية القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية لمستقبل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الصحفي.
 4. بيان مدى تأثير متغيرات النوع وسنوات الخبرة في رؤية عينة الدراسة لـ (طبيعة الاتجاهات نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وقدرتهم عليه، ورؤيتهم لمستقبله).
- فروض الدراسة:

سعت الدراسة إلى اختبار مدى صحة الفروض الآتية

1. **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بن القائمين بالاتصال من حيث اتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية تبعاً لمتغير النوع.
2. **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال من حيث اتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية تبعاً لمتغير عدد سنوات الخبرة.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية **Descriptive Studies** التي تستهدف دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقاتها والعوامل المؤثرة في ذلك، وتقوم الدراسة الوصفية على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية

معينة أو عدة فترات، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول بأسبابها أو التحكم فيها، وذلك بغض النظر عن وجود فروض سببية محددة مسبقاً.

وتعتمد الدراسة على منهج الدراسات المسحية *Survey Method* الذي يعد من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية، والتي يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة المدروسة من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، وذلك من خلال جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، ويمكن حدوث ذلك عن طريق مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها، وهو أكثر المناهج الملائمة لأغراض الدراسة.

وفى إطار ما سبق، استندت الدراسة لاستخدام مسح عينة من القائمين بالاتصال بهدف التعرف على مدى توظيف القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية للذكاء الاصطناعي في مجال العمل الصحفي.

النظرية الموجهة للدراسة:

اعتمدت الدراسة في مدخلها النظري على " النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا " (The unified theory of acceptance and use of technology UTAUT)

أعدت النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها UTAUT لدراسة نظم وتقنية المعلومات في قطاع الإعلام مثل المؤسسات الصحفية، وتهدف هذه النظرية إلى تفسير نية وسلوك الاستخدام، وتستخدم النظرية النية السلوكية كمؤشر لسلوك استخدام التقنية، وتقترح النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما أن التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام جنباً إلى جنب مع نية الاستخدام.

يعد نموذج قبول التكنولوجيا من النماذج الموثوقة لتفسير قبول واستخدام نظم المعلومات؛ حيث تم اختياره بشكل واسع على العديد من العينات ذات الأحجام والأوضاع المختلفة، كما أن 86% من الدراسات التي درست تقبل وسائل كل من التعليم التقليدي والتعليم الذاتي استخدمت هذا النموذج ويعد العالم دافيز Davis هو المؤسس الحقيقي لنموذج قبول التكنولوجيا عام 1989 حيث أشار إلى أن عدم قبول المستخدمين للعمل على نظم المعلومات والتكنولوجيا يعتبر عائقاً مهماً أمام نجاح هذه

النظم، كما أثبت أن فهم وإجابة لماذا يختار الناس قبول أو رفض أي تكنولوجيا يعد من أكبر تحديات الباحثين في مجال أنظمة المعلومات والتكنولوجيا، خلال السنوات الماضية احتل نموذج قبول التكنولوجيا المرتبة الأولى بين النماذج التي تحاول تفسير نجاح وفشل تقبل نظم المعلومات والتكنولوجيا، وتم اختبار ذلك النموذج تجريبياً بشكل واسع ومكثف مما أدى إلى الاعتقاد بقوته ومصداقيته واعتماده من قبل المجتمع الأكاديمي، وبالرغم من نجاح ذلك النموذج، فإنه لم يتم الاتفاق فيه على المتغيرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر على المتغيرين الرئيسيين المقترحين من جانب دافيز Davis وهما: المنفعة المتوقعة، وسهولة الاستخدام.

ويسعى نموذج UTAUT إلى توضيح ما إذا كانت الاختلافات الفردية (النوع، السن، الخبرة، طوعية الاستخدام) تؤثر على قبول واستخدام التقنية.

ويمكن تحديد فروض النظرية في:

(1) يؤثر توقع الأداء على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (النوع والخبرة والسن)

(2) يؤثر توقع الجهد على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (النوع و السن والخبرة) تؤثر التأثيرات الاجتماعية على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (العمر والنوع والخبرة وطوعية الاستخدام)

(3) لا يوجد تأثير للكفاءة الذاتية للكمبيوتر (التكنولوجيا) على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا.

(4) تؤثر الظروف المساعدة على الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا من خلال المتغيرات الوسيطة (العمر والخبرة)، ويكون التأثير على الأشخاص الأكبر سناً وبخاصة مع زيادة الخبرة.

أداة الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة ولحاجتها إلى تحديد اتجاهات الصحفيين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي استعانت الدراسة باستبانة، حيث تتطلب الدراسة إلى:

المرحلة الأولى: كأداة لجمع المعلومات التي تستهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية. (1) أما **المرحلة الثانية:** فتكمن في تصور الباحثة لتقسيم استمارة الاستبيان وما يشتق منها إلى عدداً من المحاور الآتية؛ وهي:

1. المحور الأول: طبيعة اتجاهات القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

2. المحور الثاني: مدى قدرة القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة المجال الصحفي وتطويره.

3. المحور الثالث: رؤية القائمة بالاتصالات في المؤسسات الصحفية لمستقبل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الصحفي.

عينة الدراسة:

- عينة من الصحفيين قوامها 120 صحفي الذين يعملون في الصحف الإلكترونية .
 - مبررات اختيار الباحث لعينة الدراسة:
- توصلت الدراسة الاستكشافية إلى أن الصحف الإلكترونية تتوجه لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام.
- حدود الدراسة:**

- **الحد الموضوعي:** اتجاهات الصحفيين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
 - **الحد البشري:** عينة من الصحفيين الذين يعملون في الصحف الإلكترونية .
 - **الحد المكاني:** الصحف الإلكترونية في مصر.
 - **الحد الزمني:** تم إجراء الدراسة في خلال عام 2025 حيث تم توزيع صحيفة الاستبيان وجمعها ومن ثم مناقشتها والتعليق عليها.
- مصطلحات الدراسة:**

(1) محمد عبد الحميد: البحث في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 213.

- **الاتجاهات:** هو تنظيم الفرد لبعض العمليات النفسية، تظهر محصلتها في سلوكه الفعلي والذي يعبر بدوره عن وجهة نظره حول موضوع معين من الموضوعات مهما كان نوعه، معبرا عن اتجاهه بالتأييد أو بالرفض أو حتى بالمحايدة، بطريقة تحكمية يمكن قياسها بإعطاء درجات لهذه الموافقة أو المعارضة أو المحايدة. (2)
- **القائم بالاتصال:** هو الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها
- **يُعرف القائم بالاتصال في الصحافة بأنه:** أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية، ويتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي من محررين ومصورين ورسامين وأيضا متخصصين بالإخراج، حيث يتخذون الصحافة مهنة لهم يمارسونها على سبيل الاحتراف، ومما سبق يمكن تعريف القائم بالاتصال بأنه أي شخص داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات، ومكلف بمسؤولية ما، في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية، بدءا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير. وتتفق الباحثة مع هذا المفهوم. (3)
- **الذكاء الاصطناعي:** هو علم يبحث في السلوك الذكي لغير الكائنات الحية، وهو سلوك وخصائص معينة تتسم بها البرامج الحاسوبية تجعلها تحاكي القدرات الذهنية البشرية وأنماط عملها. من أهم هذه الخصائص القدرة على التعلم والاستنتاج ورد الفعل على أوضاع لم تبرمج في الآلة (4).
- **صحافة الذكاء الاصطناعي "AI Journalism":** هي أشمل وأكبر من مجرد الاعتماد على روبوت في صناعة الخبر، بل صحافة الذكاء الاصطناعي هي حقبة جديدة من الإعلام، تسعى خلالها وسائل الإعلام وصناعة الإعلام إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والثورة

(2) Daniel J O'Keefe: 2002 "Persuasion: Theory and Research". London: SagePublication. p.6.

(3) إيمان صالح (2016) : الرضا الوظيفي عند القائم بالاتصال "إذاعة قالة نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة 8 ماي 1945 قالة، الجزائر، ص 15.

(4) مصطفى، خلوف محمود. (2017): بيئة العمل وتأثيرها على القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية: دراسة ميدانية مقارنة على العاملين في وكالات

الأنباء المحلية. مجلة أفاق للعلوم. 2(8)، ص 7.

الصناعية الرابعة على أكمل وجه في جميع مراحل صناعة الإعلام، وصناعة الخبر، وحتى في عناصر العملية الإعلامية كاملة

➔ **تعرف الباحثة الذكاء الاصطناعي في الصحف الإلكترونية إجرائياً بأنه:** توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؛ لتبسيط مجموعة متنوعة من العمليات بدءاً من تتبع الأخبار العاجلة وجمع البيانات وتفسيرها والتحقق من صحة المحتوى عبر الإنترنت، وصولاً لإنتاج المحتوى الإعلامي ونشره دون تدخل بشري مما يسمح للصحفيين بالتركيز على المجالات التي تتطلب عملاً أكثر تفصيلاً.

ثانياً: الدراسات السابقة:

البحث العلمي ليس بوليد اللحظة إنما يعنى إضافة ما هو جديد إلى ما سبق التوصل إليه، ومن هذا المنطلق قامت الباحثة بعمل مسح للتراث العلمي للدراسة المقترحة للوقوف على أهم المرتكزات الفكرية والمنطلقات المنهجية والجوانب النظرية الخاصة بموضوع الدراسة لتبدأ بداية منهجية مؤطره وسليمة، وقد رصدت الباحثة عدداً من الدراسات المتعلقة التي تناولت استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، وستعرض الباحثة أهمها كما يلي:

استهدفت دراسة **راشد صلاح الدين راشد (2024)** والمعنونة بـ " **واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ دراسة تحليلية ميدانية** " التعرف على واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، واعتمدت على استمارة تحليل المضمون وأداة تحليل المحتوى الضخم بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي، وذلك في ضوء النظرية المؤحدة لقبول التكنولوجيا. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح، وفي إطاره وظفت المسح شامل لعينة الدراسة من المواقع (الصحفية العربية) الدستور الأردنية - الشرق القطري - القاهرة ٢٤ المصرية، وبلغ حجم الموضوعات ١٥٦٣١٨ موضوعاً، وذلك لتحديد حجم الموضوعات التي ينشرها الذكاء الاصطناعي مقارنة بالعنصر البشري، وتحديد أبرز التخصصات التي تنشر تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، ومدى تقبل الجمهور لهذه الموضوعات، وكذلك مسح القائمون بالاتصال في عينة الدراسة، وجمعت البيانات من خلال الاستبانة لرصد استخدام القائمون بالاتصال لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها أن الأخبار المنشورة بواسطة العنصر البشري جاءت في

المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت الموضوعات المنشورة بواسطة الذكاء الاصطناعي وكشفت الدراسة أن الخبر الصحفي أكثر الأشكال الصحفية المستخدمة في المواقع الصحفية عينة الدراسة، وتبين أن الموضوعات الاقتصادية في مقدمة الموضوعات المنشورة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.⁵

سعت دراسة ماجدة عبد المرضى محمد (2023) التي حملت عنوان " اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني ؛ دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي وتقنياته في إنتاج المضامين المتخصصة المختلفة وعلاقة ذلك بمستقبل تطوير الأداء المهني المتخصص في مصر والوقوف على مدى وعى المؤسسات الصحفية لأهمية توظيف هذه التقنيات كما يرى الصحفيين المتخصصين والتعرف على مدى استخدامهم لهذه التقنيات وتبنيهم لها ومستوى رضاهم عنها وتقييمهم لها كل حسب مجال تخصصه واتجاههم نحو التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام هذه التقنيات في مجال العمل الصحفي المتخصص وكذلك العوامل المؤثرة في تقبل واستخدام الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومقترحاتهم لتحقيق الاستخدام الأمثل لهذه التقنيات في مجال العمل الصحفي المتخصص، وتنتمي هذه الدراسة الي الدراسات الوصفية الاستكشافية، ووظفت الدراسة منهج المسح ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 120 مفردة من الصحفيين المتخصصين في عدد من المؤسسات الصحفية المصرية المختلفة (قومية، حزبية خاصة) وكذلك المواقع الإلكترونية المتخصصة واستهدفت الدراسة وقد عكست النتائج رؤية الصحفيين المتخصصين ووعيهم بأهمية توظيف تقنيات الذكاء في العمل الصحفي والفائدة المتوقعة حدوثها من استخدامها في إنتاج المضامين المتخصصة مثل تتبع الاخبار بشكل أسرع وأكثر دقة وتطوير انتاج المحتوى الصحفي المتخصص وزيادة مساحة التفاعل مع الجمهور وتقليل عبء وضغوط العمل الصحفي عن العنصر البشري.⁶

⁵ راشد صلاح الدين راشد (2024) : واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي : دراسة تحليلية ميدانية ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، ص ص 1289

1348:

⁶ ماجدة عبد المرضى محمد (2023) : اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني ؛ دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، 25 (3)، ص ص 1-66.

توصلت دراسة محمد رضا حبيب (2023) المعنونه بـ " إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية " ⁷ استهدفت الدراسة التعرف على إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية، وتعد من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح، وطبقت على عينة عشوائية بسيطة بلغت (١٥٠) مفردة من الصحفيين بالمؤسسات الصحفية المصرية القومية الحزبية الخاصة، وتوصلت المجموعة من النتائج أهمها: أن نسبة 68% من عينة الدراسة يرون أهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وأن نسبة 44% يعتمدون على تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة متوسطة بينما 38% يعتمدون عليها بصورة كبيرة جدا ،كما توصلت الدراسة الى أن نسبة 96 % من عينة الدراسة ترى ان من أهم أسباب اعتماد المؤسسة "التنوع في إنتاج محتوى صحفي متميز ومختلف مما يساعد في مواجهة تراجع التوزيع.

كشفت دراسة فتحى إبراهيم اسماعيل (2022) بعنوان "اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية؛ دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم- مصراوي- القاهرة 24" ⁽⁸⁾ عن " اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية "، وتنتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدم منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد استخدم الباحث نظريتي انتشار الافكار المستحدثة، والنظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا على عينة قوامها 66 صحفي بمواقع المصري اليوم- مصراوي- القاهرة 24، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن 60 ٪ من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعدت في تطوير المحتوى بالصحف والمواقع الإلكترونية، بينما يرى 22٪ من عينة

⁷ محمد رضا حبيب (2023): إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 25، (3)، ص ص 351- 395.

⁸ فتحى إبراهيم اسماعيل (2022): اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم- مصراوي- القاهرة 24، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، 21، (4)، 31- 86.

الدراسة أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحف والمواقع الإلكترونية أثر سلبياً وأدى إلى انخفاض عدد الصحفيين العاملين بالمؤسسة الصحفية في حين أن 24% من عينة الدراسة ترى أن التحديات التي تواجه الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من الناحية التقنية والتكنولوجية هي تزايد مشكلات قرصنة المعلومات، كما تشير نتائج الدراسة إلى أن 27% من عينة الدراسة ترى أن أهم التأثيرات المتوقعة حدوثها على الدور الإعلامي للصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي هي توافر الصحفي المتميز ذي المهارات المتعددة.

وجاءت دراسة **مي عبد الرازق (2022)** بعنوان " تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام ؛ الواقع والتطورات المستقبلية دراسة تطبيقية على الصحفيين بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية " ⁹وسعت الى التعرف على اتجاهات الصحفيين نحو تبني واستخدام الذكاء الاصطناعي وتأثير ذلك على واقع ممارساتهم الإعلامية ومحاولة استقرار مستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام ، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي و استخدمت الاستبيان والمقابلة المقننة كأدوات لجمع البيانات على عينة قوامها 451 مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية العربية .وقد اعتمدت على توظيف النظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها يتابع المبحوثين الأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بمعدل مرتفع كما أشار المبحوثين الى أن الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على محاكاة السلوك البشري ، وجاءت المجالات الأكثر استخداماً للذكاء الاصطناعي المجال التسويقي يليه المجال الإعلامي وأخيراً المجالي الإداري والفني

سعت دراسة **محمد جمال بدوي (2021)** بعنوان "آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي؛ دراسة حالة على موقع القاهرة 24 الإخباري"⁽¹⁰⁾، لتحقيق هدف رئيس يتمثل في التعرف على كيفية تطبيق صحافة الروبوت وآليات

⁹ مي عبد الرازق (2022): تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام ؛ الواقع والتطورات المستقبلية دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية ، المجلة

المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 81(1)، ص ص 74-1 .

¹⁰ محمد جمال بدوي (2021): "آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.. دراسة حالة على موقع القاهرة 24 الإخباري، المجلة

المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 75، ص ص 120-47.

إنتاجها في موقع القاهرة 24 الإخباري، باعتباره أول موقع مصري يطبق هذا النموذج من تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتعرف لى الفائدة أو القيمة التي أضافتها للموقع، والكشف عن الممارسات الجديدة التي فرضتها، والوقوف على طبيعة العلاقة بين صحافة الروبوت والصحفيين البشريين، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح، واستمارة الاستبيان، في جمع البيانات من عينة عشوائية من الصحفيين بموقع القاهرة 24 الإخباري، كما استخدمت الدراسة النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية. وتوصلت الدراسة إلي جملة من النتائج أهمها: أهمية تطبيق صحافة الروبوت في المواقع الصحفية المصرية، لتمييزها بالقدرة على إنتاج مادة صحفية قيمة وبصورة بها مصداقية عالية لدى الجمهور، وتأثيرها الايجابي على البعدين المهني والأخلاقي للعمل الصحفي، وأن موقع القاهرة 24 الإخباري قد حقق أهدافه من تطبيق صحافة الروبوت بنسبة جيدة، ويستبعد المبحوثون أن تحل صحافة الروبوت محل الصحفي البشري في المستقبل؛ وحول طبيعة العلاقة بين صحافة الروبوت والصحافة البشرية يؤكدون من واقع تجربتهم أنها علاقة تكاملية إلى حد كبير.

رصدت دراسة أسماء محمد عرام (2021) التي حملت عنوان "مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي؛ صحافة الروبوت نموذجاً" (11) واقع مستقبل الصحفيين في ظل صحافة الروبوت، وتنتمي هذه الدراسة إلى النمط الاستطلاعي أو الاستكشافي مستخدمة المنهج الاستشرافي واعتمدت على أداة المقابلة العميقة وكانت عينة الدراسة 30 مفردة من الصحفيين والإعلاميين، وأشارت نتائج تلك الدراسة إلى أن غياب الخصائص البشرية في الروبوت الصحفي هي التي تدفع الفرق الصحفية لتعيين موضوعات يمكن أن نصفها بأنها واقعية بالنسبة لكتاب الروبوت، كما أشارت إلى أن عينة الدراسة تشعر بالقلق بشأن مستقبل الصحافة عندما تستطيع الروبوتات التدخل لأداء "نفس" المهام.

هدفت دراسة إسماعيل موسى الزعنون (2021) بعنوان "اتجاهات الصحفيين في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية

¹¹ أسماء محمد مصطفى عرام (2021): مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي... صحافة الروبوت نموذجاً"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 56.

والمهنية - دراسة ميدانية⁽¹²⁾ إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية، وتنتمي إلى البحوث الوصفية، وفي إطارها استخدمت المنهج الوصفي المسحي، باستخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، معتمدةً على صحيفة الاستقصاء والمقابلة المعمقة كأداتين للدراسة، كما وظفت الدراسة نظرية القائم بالاتصال "حارس البوابة"، ونظرية انتشار المبتكرات، ونظرية ترتيب الأولويات "الأجندة". وكانت عينة الدراسة الصحفيين العاملين في أقسام الإعلام الرقمي في شبكة الجزيرة الإعلامية، ومجموعة MBC الإعلامية عينة للدراسة، معتمداً أسلوب المسح الشامل للقائمين بالاتصال فيهما، حيث بلغ عددهم (62) صحفياً، بينهم مخرجين ومصورين وفنيين، فيما تمثلت عينة المقابلة المعمقة في المختصين في مجال التقنيات الحديثة للإعلام الرقمي خبراء في مجال الذكاء الاصطناعي بلغ قوامها (5) مفردات. وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج منها أن أبرز أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يوظفها القائم بالاتصال في العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية العربية كانت أدوات البحث الآلي مثل أداة مساعد جوجل بنسبة 56.5 %، يليها أدوات كشف المحتوى المزيف بنسبة 48.4 %، يليه التصوير الآلي مثل الطائرة المسيرة "درون" بنسبة 40.3 %، بينما من أبرز مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسة الإعلامية كانت تتبع الأخبار العاجلة بنسبة 53.2 %، يليها البحث الآلي بدقة وتزويد الصحفيين بالمعلومات بنسبة 50 %، يليه الترجمة الآلية بنسبة 45.2 %، ينعكس توظيف الذكاء الاصطناعي من قبل القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية على المصداقية بنسبة 77.7 %، وينعكس على المهنية الإعلامية بنسبة 81.42 %.

هدفت دراسة كيم Daewon Kim, Suwon Kim (2021) بعنوان " نموذج لقبول المستخدم لصحافة الروبوت⁽¹³⁾ إلى اكتشاف قبول المستخدمين للمقالات الإخبارية التي كتبها الروبوت، ومعرفة مدى شعورهم من حيث العوامل النفسية والثقافية التي تؤثر عليهم، وهل يستمرون في قراءة المقالات الإخبارية التي ينتجها الصحفيون الروبوت، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن

¹² اسماعيل موسى الزعنون (2021): اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة.

⁽¹³⁾ Daewon Kim, Suwon Kim, A model for user acceptance of robot journalism: Influence of positive disconfirmation and uncertainty avoidance, Theses PhD degree, School of Media Communication, Korea University, Technological Forecasting and Social Change, Vol 163, February 2021, p1204

المستخدمين وجدوا حالة من الارتياح والشعور النفسي الإيجابي عند قراءتهم للمقالات المكتوبة بواسطة الصحفيين الروبوت.

هدفت دراسة **هند يحيى عبد المعطي (2021)** حملت عنوان "**دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث**"⁽¹⁴⁾ التعرف على إمكانية الحفاظ على حياة الصحفيين أثناء الأزمات والكوارث، وإرسال أخبار الكوارث والأزمات للقراء فوراً باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي، وابتكار طرق تقنية وتكنولوجية جديدة لتغطية أحداث الأزمات والكوارث بدون وجود الصحفي في موقع الكارثة أو الأزمة للحفاظ على حياته. وتنتمي الدراسة إلى **البحوث الوصفية والاستشرافية**، حيث استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، واعتمدت على **المقابلة المتعمقة** كأداة لجمع المعلومات، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (7) مفردات من المختصين بمجال الذكاء الاصطناعي تمت مقابلتهم خلال الفترة من 2020/8/10م إلى 2020/9/15م، واعتمدت الدراسة على **نظرية انتشار المبتكرات**. وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج منها أنه يمكن للصحفي استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي أثناء الكوارث والأزمات بهدف تأمين حياته، وتوفير وقته وجهده، ومراقبة أماكن صعب الوصول إليها، والإنذار المبكر جداً قبل حدوث أي خطر في أي مكان.

وقد اتضحت أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة؛ كما يلي:

استفادت الباحثة من الأطر المعرفية للدراسات السابقة في تحديد الأهمية الخاصة بالذكاء الاصطناعي ودوره في تطوير العمل الصحفي، حيث قدمت تلك الدراسات إطاراً معرفياً عن الذكاء الاصطناعي، وكيفية تأثير العمل الصحفي بالتقنيات الحديثة في مجالات الجمع والتحرير والكتابة الصحفية، وقد أسهمت في تحديد بعض الأبعاد المعلوماتية المهمة التي تستغرق شطراً من الإطار المعرفي لهذه الدراسة، حيث مثلت الدراسات السابقة رصيذاً علمياً زاخراً استمدت منه الباحثة الرؤية العلمية السليمة لموضوع الدراسة، كما أفادت الباحثة في التعرف على معايير المدخل النظري الخاص بالنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وهو النموذج الذي اعتمدت عليه الدراسة، وقد ساعدت

(14) هند يحيى عبد المعطي (2021): "دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث، مجلة البحوث الإعلامية، جامعه الأزهر، كلية الاعلام، العدد 56، الجزء 4.

تلك الدراسات الباحثة على تكوين رؤية واضحة نحو المشكلة البحثية من حيث تحديدها وصياغتها والإطار العام لها، والمساعدة في تحديد المنهج العلمي المناسب لموضوع الدراسة وتحديد الأدوات المناسبة لجمع البيانات، تحديد عينة الدراسة الميدانية، والإفادة منها في تصميم استمارة الاستبيان، أفادت الباحثة من هذه الدراسات في تحديد تساؤلات الدراسة الحالية وفروضها التي تعتمد على تحليل عناصر النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، كما أسهمت، ووضع إطار عام لما يجب أن تكون عليه الدراسة وما يمكن أن تضيفه في معرفة المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الرجوع إليه.

النظرية المفسرة للدراسة

النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

The unified theory of acceptance and use of technology

أعدت النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها UTAUT لدراسة نظم وتقنية المعلومات في قطاع الإعلام مثل المؤسسات الصحفية، وتهدف هذه النظرية إلى تفسير نية وسلوك الاستخدام، وتستخدم النظرية النية السلوكية كمؤشر لسلوك استخدام التقنية، وتقترح النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما أن التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام جنباً إلى جنب مع نية الاستخدام.

يعد نموذج قبول التكنولوجيا من النماذج الموثوقة لتفسير قبول واستخدام نظم المعلومات؛ حيث تم اختباره بشكل واسع على العديد من العينات ذات الأحجام والأوضاع المختلفة، كما أن 86 % من الدراسات التي درست تقبل وسائل كل من التعليم التقليدي والتعليم الذاتي استخدمت هذا النموذج ويعد العالم دافيز Davis والمؤسس الحقيقي لنموذج قبول التكنولوجيا عام 1989 ، حيث أشار إلى أن عدم قبول المستخدمين للعمل على نظم المعلومات والتكنولوجيا يعتبر عائقاً مهماً أمام نجاح هذه النظم، كما أثبت أن فهم وإجابة لماذا يختار الناس قبول أو رفض أي تكنولوجيا يعد من أكبر تحديات الباحثين في مجال أنظمة المعلومات والتكنولوجيا، وخلال السنوات الماضية احتل نموذج قبول التكنولوجيا المرتبة الأولى بين النماذج التي تحاول تفسير نجاح وفشل تقبل نظم المعلومات والتكنولوجيا، وتم اختبار ذلك النموذج تجريبياً بشكل واسع ومكثف؛ مما أدى إلى الاعتقاد بقوة ومصداقيته واعتماده من قبل المجتمع الأكاديمي، وبالرغم من نجاح ذلك النموذج، فإنه لم يتم الاتفاق

فيه على المتغيرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر على المتغيرين الرئيسيين المقترحين من جانب دافيز Davis، وهما: المنفعة المتوقعة، وسهولة الاستخدام. ويسعى نموذج UTAUT إلى توضيح ما إذا كانت الاختلافات الفردية (النوع، السن، الخبرة، طوعية الاستخدام) تؤثر على قبول واستخدام التقنية. وقد أكدت نتائج العديد من الأبحاث درجة ثقة عالية في نتائج الدراسات التي اعتمدت النظرية بشكل عام ونموذج قبول التكنولوجيا بشكل خاص، الأمر الذي أكسبه قبولاً واسعاً لدى أغلب الباحثين، فقد اعتمد على تلك النظرية لشرح سلوك الاستخدام في عدد من التخصصات حيث أظهرت البحوث أنها قادرة على تفسير 70% من التباين في النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا و 40% من التباين في استخدام التكنولوجيا.¹⁵

لذا يعد هذا النموذج من أقوى النماذج التي تتعامل مع قبول المستخدمين للتعامل مع التكنولوجيا المستجدة.

و يفترض النموذج بأن تقبل أي تكنولوجيا يركز على عاملين رئيسيين هما :-

■ **الفائدة المتوقعة (Usefulness Perceived) PU** ، والتي يقصد بها " الدرجة التي يعتقد الشخص أن استخدامه لنظام معين سيساعده على تحسين أدائه الوظيفي " .

■ **سهولة الاستخدام المتوقعة (Use Of Ease Perceived) PEU** والتي يقصد بها " الدرجة التي يعتقد فيها الشخص أن استخدامه لنظام معين سيكون بأقل جهد ممكن "¹⁶

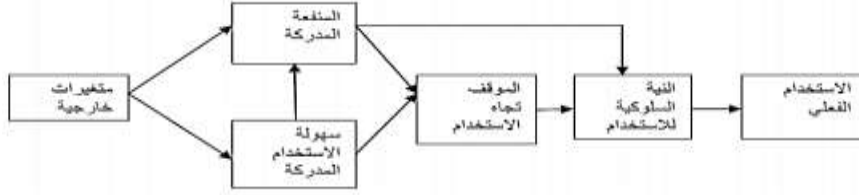
وهذان المتغيران يؤثران على **عامل تابع** وهو الميل السلوكي أو **النية السلوكية للاستخدام Use to Intention Behavioral**، ويكون هذان المتغيران المبنيان على الاعتقاد بمثابة عاملين وسيطين يؤثران على النية السلوكية ويتأثران بعوامل خارجية **variables External** أخرى، حيث تؤثر هذه العوامل الخارجية على النية السلوكية بشكل غير مباشر عن طريق الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام المتوقعة ، ويفترض Davis أن موقف المستخدم تجاه تقنية معينة هو المحدد الرئيسي

¹⁵ الشهراني، حامد علي (2019) : العوامل المؤثرة على تقبل طلاب جامعة الملك خالد استخدام تطبيق الواتس آب في دعم العملية التعليمية في ضوء النظرية الموحدة لتقبل

التكنولوجيا UTAUT المجلة التربوية . ج 64، ص 183.

¹⁶ Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319 - 340.

عما اذا كان المستخدم سيستخدم التقنية بالفعل أم يرفضها.¹⁷ ويوضح الشكل رقم (1) النسخة



الأصلية لنموذج تقبل التكنولوجيا.

شكل رقم (1) : نموذج تقبل التكنولوجيا

ثم قام ديفيس بتعديل النموذج، وافترض أن المنفعة المدركة لها تأثير مباشر في الاستخدام الفعلي للنظام ، وأنه يوجد تأثير مباشر لخصائص النظام في موقف المستخدم دون الحاجة إلى الاعتماد الفعلي للنظام، ثم تطور النموذج لاحقاً ليتضمن النية السلوكية للاستخدام كمتغير يتأثر مباشرة بالمنفعة المدركة، ويتوسط الاستخدام الفعلي، والموقف ثم قام باختبار التعديل الثاني للنموذج، وأظهرت النتائج، تجاه الاستخدام وجود تأثير قوي بين النية السلوكية للمستخدم والاستخدام، حيث اعتبرت المنفعة المدركة ذات تأثير أكبر من تأثير سهولة الاستخدام المدركة في النية السلوكية ، وأن سهولة الاستخدام والمنفعة المدركة لهما تأثير مباشر في النية

عوامل النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا¹⁸

1. الأداء المتوقع Performance Expectancy :

ويقصد به الدرجة التي يعتقد الأفراد أن استخدامهم للتقنية سوف يؤدي إلى تحقيق مكاسب في الأداء الوظيفي،¹⁹ ويمكن أيضاً أن ينظر إلى هذا باعتباره الفائدة المدركة من استخدام التقنية، وهذا العامل سيكون محورياً؛ لأنه إذا كان العاملون في المجال الصحفي والإعلامي يعتقدون أن سهولة استخدامهم للتطبيقات الرقمية مثل (شبكات التواصل الاجتماعي - فيس بوك وتويتر واتساب - وغيرها)

¹⁷ Telematics and Products Sohn, K., & Kwon, O. Technology Acceptance Theories and Factors Influencing Artificial Intelligence-based Intelligent

101324. Informatics (2019).

¹⁸ عليا هاني حسن الحويطي ، مرجع سابق ، ص ص 24: 26.

¹⁹ Extending the Unified Theory of: Viswanath Venkatesh, James Y. L. Thong & Xin Xu, (2012) Consumer Acceptance and Use of Information Technology

.MIS Quarterly, 36(1), pp. 157-178, Acceptance and Use of Technology

سيساعدهم على تحسين أدائهم في العمل، كنقل المعلومات بصورة أسرع من الوسائل التقليدية، مما تعود بالنفع على أدائهم الوظيفي.

2. الجهد المتوقع Effort Expectancy:

ويقصد به سهولة استخدام التقنية فعلى سبيل المثال قد يقارن الصحفيون الجهد والوقت الذين يبذلان لاستخدام التطبيقات الرقمية لتحقيق غرض معين، مقارنة بوسائل أخرى كوسائل الإعلام التقليدية، ويرتبط بذلك العنصر ضرورة تضافر مجموعة من العوامل والتي تشمل المتعة المتوقعة من استخدام التكنولوجيا، والثقة في استخدام تلك التكنولوجيا في العمل الإعلامية.²⁰، أيضًا اتجاه وعزم الصحفيين والعاملين في مجال الإعلام نحو تقبل تلك التكنولوجيا واستخدامها في مهامهم الوظيفي²¹

3. العوامل الاجتماعية Social impact.

ويقصد بها إلى أي مدى يعتقد الأفراد أهمية أن الآخرين يعتقدون أنه ينبغي عليهم استخدام التقنية، ويوضح ذلك ما إذا كان الصحفيون يتوقعون أن يقدر الآخرون (كالرؤساء والزعماء والجمهور أن وغيرهم) استخدامهم للتطبيقات الرقمية، وفي هذا السياق أشار Han أن العوامل الاجتماعية المدركة (Perceived Sociability) لها دور كبير في ثقة العاملين في التكنولوجيا التي يتم استخدامها داخل بيئة العمل.²²

4. التسهيلات المتاحة Facilitating Conditions

ويقصد بها مدى اعتقاد الفرد بأن البنية التحتية والتقنية اللازمة لدعم التقنية موجودة لدى الفرد، ويتعلم هذا المتغير بتوفر الإمكانيات اللازمة لاستخدام التطبيقات الرقمية كتوفر المعرفة وحاسب أو هواتف ذكية، وخدمات إنترنت، أو سماح المؤسسة باستخدام الإعلام الاجتماعي أثناء العمل.²³

²⁰ Chiemeké, S.C., & Ewuekpae, A. E., (2011). A conceptual framework of a modified unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) Model with
Retrieved 21/4/2021 from: „Nigerian factors in E-commerce adoption, International Research Journals, 2(12), pp. 1719-1726

<http://www.interesjournals.org>

²¹ Sangseok You & Qiaoning Zhang, (2020). Review of Personality in Human Robot, Lionel P. Robert, Rasha Alahmad, Connor Esterwood, Sangmi Kim
Interactions: Foundations and Trends in Information Systems, Computer Science, 4, p.107

²² Viswanath Venkatesh, Fred D. Davis, (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies, anagement
from <https://pubsonline.informs.org> 2021/4/26p. 187, Retrieved (2)46, Science

²³ Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B & Davis, F.D., (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View, MIS Quarterly, 27(3),
454-453.p

وإلى جانب العوامل الأربعة السابقة والتي تشكل العناصر الأساسية للنظرية، هناك عوامل أخرى لها تأثير غير مباشر على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا، وهي:

الاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا : والمقصود به رد فعل المستخدم نحو استخدام النظام، ويشمل أربعة عوامل هي (الاتجاه نحو السلوك، الدوافع الداخلية، التأثير نحو الاستخدام، التأثير) **كفاءة النظام :** ويقصد به القدرة على إنجاز الوظيفة باستخدام النظام دون مساعدة الآخرين.

متوسط العمر المتوقع للأداء : يعرف (2003) al et Venkatesh .متوسط العمر المتوقع لأداء بأنه "مدى اعتقاد الشخص بأن استخدام نظام من شأنه أن يعزز أدائه الوظيفي". يشير متوسط الاداء المتوقع إلى أن الصحفيين يجدون أو يتوقعون بأن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي مفيدة لهم بسبب سماتها التي تعزز عمليات إنتاج المحتوى الخبرى .

متوسط العمر المتوقع للجهد : ويقصد به "الدرجة التي يعتقد بها الشخص بأن استخدام نظام معين سيكون ختاليتا من الجهد العقلي " وهذا يعني السهولة المتصورة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

أوجه الإفادة من هذه النظرية في الدراسة

سوف تمكن النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الباحث من تفسير اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي، مع إمكانية التنبؤ بطبيعة ذلك الاستخدام مستقبلا ، وذلك بناء على عدد من المتغيرات، وهي:

□ **متغير الأداء المتوقع:** وهذا المتغير سيكون محوريًا في هذه الدراسة؛ لأنه إذا كان الصحفيون المصريون عينة الدراسة يعتقدون أن استخدامهم تقنيات الذكاء الاصطناعي يساعدهم على تحسين مهاراتهم وقدراتهم الصحفية داخل المؤسسة بما يعود بالنفع عليهم وعلى أدائهم، فإن ذلك الأمر قد يؤدي إلى إيجاد نية سلوكية لاستخدام هذه التطبيقات، ومن ثم قيامهم بالفعل بتوظيفها في عملهم الصحفي.

□ **متغير الجهد المتوقع:** ويعني أن الصحفيين المصريين عينة الدراسة إذا ما قارنوا بين التكلفة والوقت والجهد المتوقع في الطرق التقليدية لتجميع المادة الصحفية وكتابتها وتصحيحها وإخراجها، والتكلفة والوقت والجهد المتوقع في العمل الصحفي من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي تبين مدى

توفير هذه التطبيقات للتكلفة والوقت والجهد، إلى جانب سهولة استخدام الوسائل المتاحة والدقة وسهولة اكتشاف الأخطاء اللغوية والسرعة في الأداء، كل هذه العوامل تساعد على أخذ نية التطبيق الفعلي لتلك التقنيات.

□ **متغير العوامل الاجتماعية:** ويمكن توضيح ذلك المتغير بأنه إذا كان الصحفيون عينة الدراسة يتوقعون أن الآخرين مثل الدولة والعاملين بالمؤسسة الصحفية من زملائهم والإدارة على قدر كبير من الاستعداد لتوظيف مثل هذه التقنيات ربما يكون له تأثير على طبيعة ومعدل استخدامهم لها في العمل الصحفي.

□ **متغير التسهيلات المتاحة:** ويتعلق ذلك المتغير بمدى توفير الإمكانيات المختلفة اللازمة لاستخدام الصحفيين عينة الدراسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وتطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي مثل توفير الإمكانيات المادية من أنظمة حاسوبية متطورة وإمكانيات توظيف الذكاء الاصطناعي ودورات تدريبية مستمرة والعقلية المستنيرة القائمة على إدارة المؤسسات.

- تحديد بناء الدراسة، والفروض، والتساؤلات، وكذلك أداة جمع البيانات..
- تفسير وشرح أسباب استخدام أو عدم استخدام الصحفيين المصريين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الصحفية، وذلك بناء على عدد من المتغيرات، منها التسهيلات المتاحة، الجهد المتوقع، الفائدة المدركة، القلق، العوامل الاجتماعية .

الاطار المعرفي للدراسة

تعريف صحافة الذكاء الاصطناعي:

تعد صحافة الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence Journalism من المصطلحات الحديثة في الدراسات الإعلامية، حيث بدأ استخدامها بالتزامن مع ذبوع استخدام مصطلح الذكاء الاصطناعي، وقد شاع مرتبطاً بالدعوة لدراسة كيفية توجيه الحاسوب والآلة لأداء مهام تحاكي أداء الإنسان بشكل أفضل، وتسعى تلك الدعوة لاستخلاص رؤية جديدة من هذا النظام التقني تسهم في دفع عجلة تقدم الإعلام، ومنذ أن صاغ محمد عبد الظاهر مصطلح صحافة الذكاء الاصطناعي كمصطلح أكاديمي* وباتت الدراسات النظرية الإعلامية في دأب مستمر لوضع تعريف جامع مانع لمصطلح "صحافة الذكاء الاصطناعي"، وبالرغم من حداثة تلك الدراسات إلا أن هناك محاولات عدة للباحثين الأكاديميين لتعريف هذا المصطلح اختلفت باختلاف المرجعيات الفكرية والثقافية لهم، إلا أنهم انقسموا ليعبروا عن تيارين فكريين، لكل منهما رؤيته وتعريفه للمصطلح، وستقسم الباحثة محاولات تعريف صحافة الذكاء الاصطناعي طبقاً لأهم الرؤى والأفكار المطروحة التي استند إليها كل تيار في نظرتة لصحافة الذكاء الاصطناعي.

يرى أتباع التيار الأول أن الذكاء الاصطناعي يمثل تقنيات أو أدوات للممارسة الصحفية،

تساعد الصحفيين على أداء مهامهم على أكمل وجه وذلك بتقليص عيوب الذكاء البشري سواء الثقافي أو البيولوجي مثل (النسيان - محدودية القدرة - التحيز... الخ) وغيرها من العيوب التي أستخدم الذكاء الاصطناعي لمواجهتها، ولا يمكن جعله يمثل لون جديد من ألوان الصحافة، وقد استند أصحاب هذا التيار إلى كون الذكاء الاصطناعي يضم سلسلة تطبيقات لم تنفصل بنائياً أو وظيفياً عن الممارسة المهنية والإعلامية التقليدية في الصحافة؛ بل حسننها، كما أن العمل الصحفي يركز في المقام الأول على الإبداع والابتكار؛ ولا يزال الذكاء الاصطناعي رغم تطوره يفتقر إلى الإبداع البشري، بالرغم من

* بالرغم من أن المؤسسات الإعلامية الأجنبية لها سبق في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وكانت كذلك الدراسات الأجنبية لها سبق في الدراسة الأكاديمية لتأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام ومن ثم الصحافة إلا أن تلك الدراسات لم تعتمد مصطلح صحافة الذكاء الاصطناعي حتى تبني مجموعة باحثين عرب ذلك المصطلح منهم محمد عبد الظاهر وذلك منذ نهاية عام 2018 تميزا لها عن صحافة الروبوت التي ذاع استخدامها الأكاديمي حيث صاغ محمد عبد الظاهر مصطلح صحافة الذكاء الاصطناعي مؤكداً على أن صحافة الروبوت هي جزء بسيط من ثورة صحافة الذكاء الاصطناعي. وتلاه عبد الكريم علي الديبسي. (انظر):

- رفعت محمد البديري (2021): صحافة الذكاء الاصطناعي، النخبة للنشر والتوزيع.
- عبد الكريم الديبسي (2023): صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، 31(3).
- محمد عبد الظاهر (2019): المرجع السابق

براعته في كتابة ما يمكن تسميتها بالموضوعات الواقعية، إلا أنه لا يمكنه إضفاء البعد الإنساني أو العاطفي على المقال فلا يستطيع توجيه محتوى يخاطب وجدان القارئ ومشاعره، كما أنه يفتقر القدرة على التمييز وفهم الفوارق البسيطة (مثل فك رموز الكلمات والتعرف على الدلالات المختلفة للمفردات اللغوية خاصة مفردات اللغة العربية)، مما يجعل مهنة الصحافة مهنة بشرية بمساعدة آلية.

أما أتباع التيار الثاني: فيمثلون التيار الوسطي، إذ يرون أنها وسيلة أحدثت ثورة وفرضت مرحلة اتصالية بمعالم جديدة، لتمثل لون من ألوان الصحافة إلا أنها لن تتمكن من أن تحل محل الصحفيين فهي تعزز من عمل الصحفيين وتسهم في إعادة هيكلة مهاراته البشرية "restructure for the human skills"، وتعزيز المهارات البشرية الديناميكية "Dynamic human skills" وليس استبدالهم، بل إن الذكاء الاصطناعي سيعمل جنباً إلى جنب مع البشر وسيتعايشان تحت مظلة الاعلام الهجين، وقد يؤكد على تلك النظرة ما يعكسه تاريخ الصحافة فهي دائماً في حالة انتقالية اذ تنتقل دائماً من مرحلة لأخرى؛ كانتقالها من مرحلة الصحافة التقليدية إلى مرحلة الصحافة الإلكترونية، ومن ثم مرحلة الصحافة الذكية وكانت لكل مرحلة معالمها التي لم تجعلها تقضى على ما سبقها بل أضافت إليها.

من أهم محاولات تعريف صحافة الذكاء الاصطناعي والتي تنتمي للتيار الأول وقد عرف مات كارلسون Matt Carlson بأنها " مجموعة العمليات الخوارزمية التي تحول البيانات إلى نصوص إخبارية سرديّة مع انعدام التدخل البشري ما عدا التدخل البرمجي الأولي" (عندما يقوم المبرمجون بكتابة الأكواد)²⁴.

بينما مال عمرو عبد الحميد إلى استخدام مصطلح الصحافة الآلية وعرفها بأنها "الاعتماد على خوارزميات توليد اللغة الطبيعية التي تدعمها تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحويل البيانات تلقائياً إلى قصص إخبارية سواء نصوص أو صور وفيديوهات وبيانات ثم توزيعها عبر المنصات الرقمية"²⁵ ويعرف الخبيران كاسويل، ودور Caswell, & Door صحافة الذكاء الاصطناعي بأنها مجموعة من الأدوات

²⁴ محمد الأمين موسى (2012): مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، لباب، مركز الجزيرة للدراسات، 138.11.

²⁵ عمرو محمد عبد الحميد، مرجع سابق، 2817.

والتقنيات التي تقوم بإنشاء المحتوى والقصص الإخبارية بشكل آلي بالاعتماد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي، بحيث أن يكون المحتوى الإخباري الذي تم إنتاجه بمتابعة المبرمجين المشغلين الذين طوروا هذه الخوارزميات للاستفادة منها في مجال الإعلام"²⁶

وقد اقترب من هذا التعريف ما أشار إليه أيمن بريك إلى أن صحافة الذكاء الاصطناعي تشير بوضوح إلى "استخدام الذكاء الاصطناعي (مثل البرمجيات أو الخوارزميات أو الروبوتات) لإنشاء محتوى إخباري آلياً مع تدخل من قبل المبرمجين الذين طوروا هذه الخوارزميات للاستفادة منها في مجال صناعة الإعلام"²⁷ وتبنى إسماعيل موسى تعريف الذكاء الاصطناعي في الصحافة بأنه "يشمل توظيف وإدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؛ بهدف تبسيط مجموعة متنوعة من العمليات بدءاً من تتبع الأخبار العاجلة وجمع البيانات وتفسيرها والتحقق من صحة المحتوى عبر الإنترنت، وصولاً لإنتاج المحتوى الإعلامي، مما يسمح للصحفيين بالتركيز على المجالات التي تتطلب عملاً أكثر تفصيلاً"²⁸

وقد قدمت شرين عبد الحفيظ عبد القادر تعريف لصحافة الذكاء الاصطناعي بأنها "هي تلك الصحافة التي تعتمد على الامكانيات الزاخرة المتعلقة بالتقنيات المتقدمة من الشبكات العصبية العميقة والتعلم الآلي ومعالجة اللغة الطبيعية وتوليد اللغة الطبيعية والتلخيص التلقائي والرؤية الحاسوبية وغيرها بحيث تجعل المؤسسات الإخبارية تحت التأهيل وتحقيق الاستفادة القصوى من تقنيات الذكاء الاصطناعي للقيام بالعديد من المهام التي تشكل سلسلة متطورة من تقنيات الذكاء الاصطناعي"²⁹

²⁶ OPINIO JURIS in ,Related to the Press Monti, Automated Journalism and Freedom of Information Ethical and Legal Problems

Vol. 1, n. 1/2018 ISSN 2281-5147 (p. 2). ,Comparatione Studies in Comparative and National Law

²⁷ أيمن بريك (2020): اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية: دراسة

ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. (UTAUT)، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة

الأزهر، 53 (2)، 462

²⁸ إسماعيل موسى محمد الزعنون (2021): اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل

الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية

بغزة، 82.

²⁹ شرين عبد الحفيظ البحيري (2022): اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي المصرية في إنتاج المحتوى

الصحفي بالصحف المصرية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 24، 144.

محاولات التيار الثاني: ترى صحافة الذكاء الاصطناعي لن تحل محل الصحفي البشري

محاولة محمد عبد الظاهر مؤسس مصطلح صحافة الذكاء الاصطناعي إذ يرى أن صحافة الذكاء الاصطناعي تمثل "حقبة جديدة من الإعلام تسعى من خلالها المؤسسات الصحفية وصناع الصحافة إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتقنيات الثورة الصناعية الرابعة على أكمل وجه في جميع مراحل صناعة الصحافة وصناعة الخبر وحتى في عناصر العملية الاتصالية كاملة".³⁰ كما عرفها بأنها "كل ما يتعلق بنقل المحتوى الإعلامي للجمهور بأي وسيلة تعتمد على تقنيات الثورة الصناعية الرابعة في صناعة هذا المحتوى، أو نقله أو إعادة انتشاره أو الحد منه"³¹. وقد اتفق تعريف رفعت البدري مع التعريف السابق إذ يرى بأنها "تعد حقبة جديدة من الإعلام تتضافر مع تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، وتخلق أدوات إعلامية جديدة وتصيغ محتوى إعلامياً أكثر تأثيراً وتحافظ على تنوع الجمهور، وتلبي طموحاته، وتصنع قنوات اتصالية لتبادل الآراء وردود الأفعال بصورة تفاعلية مستمرة على مدار 24 ساعة"³²

وتختلف الدراسة مع التيارين السابقين إذ ترى أن صحافة الذكاء الاصطناعي إنما تمثل صحافة قائمة بذاتها، تعتمد بشكل كلي على الذكاء الاصطناعي دون أي تدخل بشري، وستحتل الساحة الإعلامية مستقبلاً؛ وقد يرجع ذلك إلى أن تاريخ الصحافة يعكس قدرتها على الموائمة مع الواقع التطوري، فإذا تطور الذكاء الاصطناعي وتفوق على الذكاء البشري، كما هو متوقع من الذكاء الاصطناعي الفائق، ليصير استخدامه في الصحافة ليس مجرد أداة مساعده إنما سيمثل تحدي وجودي للصحافة يضمن بقائها في ميدان التنافس، وما يعكسه المشهد الصحفي المعاصر من سرعة اندماج تقنيات الذكاء الاصطناعي بمهنة الصحافة وإحداثها العديد من التغيرات سواء في جمع الأخبار أو إنتاجها أو توزيعها³³، لتمثل بيئة جديدة لممارسة الصحافة فرضت أساليب مهنية جديدة، مما

³⁰ محمد عبد الظاهر (2019): صحافة الذكاء الاصطناعي: الثورة الصناعية الرابعة وإعادة هيكلة الإعلام، القاهرة، دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع، 57-60.

³¹ أحمد جمال، "مستقبل الإعلام العربي على كف روبرت"، موقع صحيفة العرب، تاريخ النشر: ٢٢/١/٢٠٢١ م، تاريخ المشاهدة: 2022/12/10 م، الرابط: <https://alarab.co.uk>

³² رفعت البدري (2021): صحافة الذكاء الاصطناعي هل تساعد الصحفيين أم تهدد وجودهم، ص83.

*كشفت السنوات الخمس الأخيرة تغييراً جذرياً مهد لما يسمى بويب 3 وهو الجيل التالي لتكنولوجيا الإنترنت، ويعتمد بشكل كبير على تعلم الآلة والذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا البلوك شين، ويهدف إلى إنشاء مواقع وتطبيقات ويب مفتوحة تقدم فهماً محسناً للبيانات، والآن

يجعلنا نرى أن صحافة الذكاء الاصطناعي ستكون لون جديد من ألون الاتصال بين البشر و الآلة يستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة ويقدم كافة قوالب العمل الصحفي بالإضافة إلى قوالب أخرى جديدة ستبتكر وتفرضها طبيعته الرقمية، مما ينبأ بأن الاعتماد الكلى على الذكاء الاصطناعي دون تدخل بشري مسألة وقت، ومن المتوقع حدوث تحولات معرفية وفكرية ومهنية في عالم الصحافة؛ اذ ستصبح غرف الأخبار تدار بالصحفي الافتراضي.

وتعرف الدراسة صحافة الذكاء الاصطناعي بأنها: "هي لون من ألوان الصحافة تعتمد كلياً على تقنيات الذكاء الاصطناعي (من أدوات، تطبيقات تقنيات، وخوارزميات)، لصناعة المحتوى الخبري المؤتمت المنتج تلقائياً دون تدخل بشري بل بديلاً له؛ لتصير الآلة هي القائم بالاتصال في المؤسسة الصحفية".

من هنا يمكن أن نستخلص أن مصطلح صحافة الذكاء الاصطناعي مصطلح مظهري عام يتضمن متصلاً واسعاً من الدلالات والمعاني تمتد من:

- القدرة على امتلاك واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والبرامج الرقمية، وإنتاج المحتوى الصحفي.

- القدرة على المشاركة الهادفة والفعالة في "المجتمعات المعرفية الرقمية" وتحقيق الانصهار الرقمي.

وتتداخل دلالات مصطلح "صحافة الذكاء الاصطناعي"، مع دلالات مصطلحات عديدة ذات علاقة مثل:

● صحافة الروبوت (صحافة الذكاء الاصطناعي المجسمة) ROBOT

تكشف الأدبيات النظرية عن ظهور مصطلح الصحافة الروبوتية* قبل ظهور مصطلح صحافة الذكاء الاصطناعي، إلا أن البعض يستخدم المصطلحين للإشارة إلى معنى واحد بالرغم من وجود فرق جوهري بين الذكاء الاصطناعي وعلم الروبوتات وهو " الذكاء"؛ ففي علم الروبوتات؛ يقوم الروبوت بتنفيذ تسلسل محدد من التعليمات البرمجية التي تم تصميمها مسبقاً لأداء مهام تتسم بالتكرار، وتستخدم الروبوتات أجهزة استشعار للتفاعل مع العالم المادي ولكن يجب برمجتها لأداء مهمة محددة وقادرة على الحركة³⁴ فذكائها يحاكي سلوك البشر وتصرفاته³⁵، بينما تقوم برامج الذكاء الاصطناعي بمحاكاة الذكاء البشري واستنساخ إدراكه وتفكيره.

فصحافة الروبوت هي نوع من الصحافة يؤدي الروبوتات مهامها بما في ذلك الكتابة والتحرير والنشر بطرق آلية طبقاً لما تم برمجتها عليها ويمكنها تنفيذ المهام بشكل مستقل أو شبه مستقل، بالرغم من أنها تعتمد على إحدى تقنيات الذكاء الاصطناعي إلا أنها تُستخدم في الموضوعات التي لا تحتاج إلى تحليل عميق.³⁶

وقد عرفتها شرين عبد الحفيظ بأنها " الصحافة التي يتم فيها؛ انتاج المحتويات الصحفية مثل المقالات الصحفية والأخبار الإخبارية وغيرها، من خلال حزمة بيانات ضخمة ومتعددة بواسطة البرمجيات المعقدة المرتبطة بإحدى تقنيات الذكاء الاصطناعي حيث يتم تحليل تلك البيانات آلياً بسرعة قياسية دون تدخل العنصر البشري تعرف بصحافة الجيل السابع (G7)Journalism).³⁷ ليتضح ان صحافة الروبوت هي عملية يقوم بها الروبوت الآلي لفحص المعلومات بشكل مستقل وإنتاج محتوى إخباري وفقاً للخوارزميات المبرمجة من قبل البشر، أما صحافة الذكاء الاصطناعي،

* يعود اختراع الروبوت الإعلامي إلى المدرس السويدي "سفيركير جوهانسون" فمن خلال البرنامج التقني "Lsjbot" تمكن من إعادة صياغة المحتويات المكتوبة عبر إدخال بعض البيانات، ونجح في إنتاج أكثر من 2.7 مليون نص مكتوب على موقع ويكيبيديا، وذلك عن طريق الاعتماد على الحسابات الخوارزمية وبعض التعديلات التي تُحلل البيانات إلى قصص إخبارية في مجالات مختلفة كالرياضة والطقس والاقتصاد وغيرها.

<https://smtcenter.net/archives/slider/>

³⁴ أميرة شحاته: " الفرق بين تقنية الذكاء الاصطناعي والروبوتات.. اعرف أوجه الاختلاف " <https://www.youm7.com/>

³⁵ محمد جمال بدوي (2021): آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي؛ راسة حالة على موقع القاهرة 24 الإخباري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 75، 69.

³⁶ أسماء محمد مصطفى عرام (2021): مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي؛ صحافة الروبوت نموذجاً، مجلة البحوث الإعلامية،

جامعة الأزهر، 58 (4)، 1696.

³⁷ شرين عبد الحفيظ، مرجع سابق، ص 144.

فهي تقوم بجمع وتحليل الأخبار وإنتاج تقارير أكثر تفصيلاً من خلال تزويد البرمجيات ببيانات ضخمة ليتم تحليلها والتعلم الآلي منها، والاستفادة منها في إنتاج أخبار ومقالات وتقارير بسرعة قياسية دون الاعتماد على العامل البشري، وهذا يعني أن الصحافة الذكية يمكنها فهم معنى البيانات المعقدة واستخلاص المعلومات المهمة، وتحليل نمط القراءة الخاص بكل صحفي واقتراح محتوى مناسب، لذا تختلف صحافة الروبوت وصحافة الذكاء الاصطناعي عن بعضها البعض كما تم إيضاحه.

الصحافة الآلية (Automated Journalism)

التي تعرف أيضاً "بصحافة الأتمتة" Automated Journalism التي تعتمد على خوارزميات توليد اللغة الطبيعية التي تدعمها تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقنياته لتحويل البيانات تلقائياً إلى قصص إخبارية سواء نصوص أو صور وفيديوهات وبيانات ثم توزيعها عبر المنصات الرقمية.³⁸ فكما أشار محمد بدوى بأن الصحافة الآلية هي "عمليات حسابية تقوم بتحويل البيانات إلى نصوص سردية إعلامية ذات تدخل بشري محدود أو بدون تدخل بشري"³⁹

بينما عرّفها مات كارلسون (Matt Carlson) بـ "العمليات الخوارزمية التي تقوم بتحويل البيانات إلى نصوص إخبارية سردية مع انعدام التدخل البشري ما عدا التدخل البرمجي الأولي" (عندما يقوم المبرمجون بكتابة الأكواد)⁴⁰.

وتختلف الصحافة الآلية المؤتمتة عن صحافة الذكاء الاصطناعي إذ تنتج محتوى إخباري بشكل تلقائي وبطريقة تقليدية معتمدة على الحسابات الآلية والقوالب المعدة مسبقاً، بينما صحافة الذكاء الاصطناعي تنتج محتوى إخباري متطور بطريقة ذاتية ومتطورة مستفيدة من المعلومات التي يقوم بجمعها.

■ صحافة الخوارزميات (Algorithmic Journalism)

³⁸ عمرو محمد محمود عبد الحميد (2020): توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور

المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (55)، (5)، 2817.

³⁹ محمد جمال بدوى، مرجع سابق، ص71

⁴⁰ ياسر الربيعي: "مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي"

<https://clay-board.com/archives/84095>

يمكنُ تعريفها على أنها "خوارزمية تحول البيانات إلى نصوص سردية ذات طابع إخباري بتدخل بشري محدود"؛ مثل استخدام الأدوات التكنولوجية والذكىة في عملية إنتاج الأخبار، كعرفة الموضوع الأكثر تداولاً (Trend) على تويتر في بلد ما.⁴¹

تشارك صحافة الخوارزميات وصحافة الذكاء الاصطناعي في استخدام التكنولوجيا والحواسيب في تحليل البيانات وصياغة المحتوى الصحفي؛ ومع ذلك هناك بعض الاختلافات بينهما:⁴²

- صحافة الخوارزميات تعتمد على استخدام خوارزميات وبرامج حاسوبية لجمع وتحليل المعلومات والبيانات الإخبارية وتوليد الخبر بطريقة تلقائية وتدخل بشري محدود، وكذلك صحافة الذكاء الاصطناعي إلا أن الذكاء الاصطناعي يمكنها التنبؤ والتفاعل مع القراء.

- صحافة الخوارزميات تهتم بجمع وتحليل البيانات الإحصائية وتوليد الخبر بشكل سريع ودقيق، بينما تتفوق عليها صحافة الذكاء الاصطناعي حيث يمكنها جمع وتحليل البيانات المرتبطة بالتفاعلات الاجتماعية وقدرتها على إنشاء محتوى يتفاعل مع القراء.

- صحافة الخوارزميات يمكنها توليد الخبر بشكل مستمر دون تعب، ولكنها قد تفتقر إلى الجانب الإنساني المهم في الصحافة؛ بينما صحافة الذكاء الاصطناعي يمكن أن تستفيد من الأفكار والمهارات الإبداعية والشعور بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية التي يتمتع بها الصحفيون المحترفون لتوليد محتوى صحفي أكثر جودة وتحليلاً.

مما سبق يمكن القول ان الصحافة الخوارزمية تمثل الصورة الأولية لصحافة الذكاء الاصطناعي. أهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

من المؤكد أن الذكاء الاصطناعي أهميته التي تنعكس على المراحل الثلاث لإنتاج المحتوى الصحفي والتي تتمثل في مرحلة جمع البيانات، مرحلة كتابة المحتوى، مرحلة نشر المحتوى وسنعرض أهميته في كل مرحلة.⁴³

⁴¹ عثمان أمكور: " عمالقة التقنية والذكاء الاصطناعي ومستقبل الصحافة"

<https://www.journalistsupport.net/article.php?id=377599>

⁴² انظر

⁴³ انظر

(1) مرحلة جمع البيانات واكتشاف المحتوى الإخباري: وهي مرحلة ما قبل انتاج المحتوى الصحفي؛ وفيها يتم جمع المعلومات والبيانات اللازمة لكتابة الأخبار وإعداد المحتوى الصحفي ويمكن الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة لأداء العديد من المهام أهمها:

- تنفيذ المهام الصحفية الروتينية: بدأت تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالاستحواذ على العمل البسيط الذي كان يقوم به الصحفيون سابقًا، فأصبحت كتابة البيانات الصحفية والأخبار الترفيحية وأخبار خدمات الطوارئ مؤتمتة ⁴⁴، مما يسهم في تحرير الصحفي من أداء المهام الروتينية وتجعله أكثر قدرة على المنافسة بخلق صحافة أكثر ابداعًا. ⁴⁵
- سرعه تنفيذ مهام معقدة: فتقنيات الذكاء الاصطناعي لها القدرة على تحسين أداء العمل الصحفي المتعلق بترتيب النصوص وتصنيفها وصياغتها و تحليل كميات هائلة من البيانات والمعلومات بسرعة كبيرة و تستخدم تقنيات البيانات الضخمة لتجميع وتحليل الأحداث والأخبار والمعلومات من مصادر متعددة لتوليد تقارير شاملة، كذلك تستخدم تقنيات التعلم الآلي ومعالجة اللغة الطبيعية لتحليل النصوص الكبيرة كالمقالات والأخبار وتحليلها لإيجاد المعلومات الرئيسية؛ مما يجعلها قادرة على تنفيذ المهام المعقدة بشكل أسرع من الإنسان الطبيعي وبشكل أفضل من البشر في بعض الأحيان. ⁴⁶
- تسريع وتحسين عمليات البحث والتحليل: فما توفره تقنيات الذكاء الاصطناعي حيث محركات البحث المختلفة اذ تساعد الصحفيين في البحث وجمع المعلومات بشكل أسرع وأكثر دقة، كما يمكنه تحليل البيانات وتعيين الأولويات بناءً على الأهمية والجدوى. ⁴⁷
- إمكانية عمل جدولة آلية للمحتوى: يمكن لمستخدمي الأجهزة التي تعمل بهذه التقنية أن يقوموا بعمل جدولة لنشر ومشاركة البوستات أو الأخبار والمعلومات التي يرغبون في نشرها

محمد الأمين: مرجع سابق، 137

⁴⁵ عواد صلاح الدين (2023): توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلاني، رقمنة، مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، 3 (2)، 8.

Seth C. Lewis & Oscar Westlund. (2015). "Big Data and Journalism: Epistemology, expertise, economics, and ethics". *Journal*

Digital Journalism Vol 3, Issue 3:.

سهير الشربيني: إدارة الناخبين: كيف تساعد استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال السياسي؟

<https://www.interregional.com><https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2014.976418>

<https://al-ain.com/article/towards-artificial-intelligence-techniques-media>⁴⁷

بشكل تلقائي، وبالتالي يمكنك أن تقوم بإنجاز الأعمال المرتبة بشكل مسبق، ومن ثم سيعمل الجهاز على نشرها ومشاركتها خلال مواعيد زمنية دقيقة يحددها المستخدم.⁴⁸

- تحليل الاتجاهات والمشاعر: يمكن للذكاء الاصطناعي مراقبة وتحليل الاتجاهات العامة والمشاعر على وسائل التواصل الاجتماعي والصحف وغيرها من المصادر، مما قد يساهم في تحديد الموضوعات ذات الاهتمام العام ومراقبة تفاعل الجمهور مع الأخبار.⁴⁹
- الوصول إلى أماكن يصعب الوصول إليها: بفضل مميزات تقنيات الذكاء الاصطناعي، يمكن للإعلاميين أن يقوموا بزيارة أماكن لا يمكنهم أن يقوموا بزيارتها بأنفسهم؛ كزيارة الأماكن الخطيرة وميادين الحروب، مناطق انتشار الأوبئة وغيرها لتغطية الأخبار بسهولة، ومن أهم تلك التقنيات الطائرات بدون طيار التي تنقل الأحداث صوت وصورة وكذلك الروبوتات.⁵⁰
- كشف الأخبار الزائفة: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يلعب دورًا في اكتشاف الأخبار المضللة والكاذبة ومراقبة الشبكات والمصادر المشبوهة عن طريق إخضاعها للتحليل والمقارنة للتحقق من صحتها، مما يساهم في تعزيز جودة المحتوى.⁵¹

وقد أكدت نتائج عدد من الدراسات على أهمية الذكاء الاصطناعي في تلك المرحلة منها دراسة (Santosh Kuma، 2020) التي أكدت على أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في العمل الصحفي، خاصة فيما يتعلق بجمع وتحليل المعلومات والبيانات الذي يحدث إلكترونيًا ودون التدخل المباشر من قبل المحررين من خلال تقنية تعلم الآلة، كما أكدت على أهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الإشاعات والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها على مواقع التواصل.⁵²

⁴⁸ هبه الله نصر مصطفى (2024): دور وكلاء الذكاء الاصطناعي في تحقيق الأمن الصحفي في الحروب الهجينة بالتطبيق على عملية حارس الجران الإسرائيلية، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، ج، ص 212

⁴⁹ حمزة السيد حمزة خليل (2021): توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الفعلي لأزمة جائحة فيروس كورونا، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 20(2)، 168.

⁵⁰ هند يحيى عبد المهدى عبد المعطى (2021): دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث: دراسة استشرافية، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 65، (4)، 1847: 1849.

⁵¹ <https://www.siyassa.org.eg/News/19674.aspx>

⁵² Boon or Bane?" Springer Nature Singapore santosh Kumar Biswal (2020). " Artificial Intelligence in Journalism: A

استنادًا لما سبق ترى الدراسة الحالية أن استخدام الصحافة للذكاء الاصطناعي في مرحلة البحث عن الخبر ويمكن تسميته " بالذكاء المعزز " حيث يساعد الذكاء الاصطناعي الصحافة في تجميع البيانات وفهمها من خلال رصد الأحداث فور وقوعها، وترجمة مصادر الأخبار الأجنبية وتحويل الصوت إلى نص، وجمع المشاركات ذات الصلة من وسائل التواصل الاجتماعي، والبحث ضمن القصص والتقارير والسجلات المؤرشفة للعثور على معلومات إضافية، مما يعززها ويزيدها عمقًا.

(2) مرحلة إنتاج المحتوى الصحفي: في تلك المرحلة يتم فيها الاستعداد لكتابة الأخبار بعد التحقق من صدق المعلومات وجمع وتحليل البيانات وتحويل النصوص إلى البيانات مما يساهم في إنتاج كمية هائلة من القصص الإخبارية، كما تساعد تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي على اختيار الصور ومعالجتها لاستكمال بناء المحتوى الصحفي والتي تُظهر الإبداع البشري، بالإضافة إلى ذلك يستخدم الذكاء الاصطناعي لتنفيذ المهام التالية:

- الرد على الاستفسارات: فباستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل (البحث الذكي - تحليل اللغة الطبيعية -.. إلخ)، يمكن لمحررات البحث الذكية أن توفر إجابات دقيقة وشاملة على أسئلة الصحفيين والكتاب كما يساعدهم في العثور على المعلومات والإجابات الصحيحة بسرعة ودقة، مما يمكنهم من توفير المحتوى المهم والدقيق والتفاعل مع القراء بشكل أفضل.⁵³
- إمكانية إنشاء محتوى متكامل معلوماتيًا: يمكن للذكاء الاصطناعي وما يتيح من برامج الكتابة الذاتية من إنشاء تقارير ومقالات صحفية وتحريرها تلقائيًا؛ استنادًا إلى البيانات والمعلومات الموجودة وتوليد القصص الإخبارية تلقائيًا*.
- تقديم محتوى صحفي للقراء برؤية متوازنة، من خلال تحديد القصص العاجلة والرائجة، وتحديد وجهات النظر المتعددة، ثم دمج وجهات النظر هذه معًا في موضوع صحفي، مما يوفر للقراء فرصة النظر لأفكار مختلفة عن معتقداتهم.⁵⁴

⁵³ <https://fastercapital.com/arabpreneur>.

⁵⁴ , Adriana Gonçalves (2024) : Artificial Intelligence in Journalism: A Ten-Year Retrospective of Scientific Articles (2014-2023) ,

<https://doi.org/10.3390/journalmedia5030056>

- تحسين عمليات التحرير والكتابة: يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين عمليات التحرير والكتابة من خلال مساعدة الصحفيين في تحرير المقالات والتدقيق اللغوي وتصحيح الأخطاء الإملائية والنحوية، والترجمة الآلية السريعة للأخبار على مستوى عالمي بشكل دقيق، بالإضافة إلى إمكانية الاستفادة من الطباعة ثلاثية الأبعاد، والتصوير الرقمي وإنتاج الرسوم المعلوماتية (الإنفو جرافيك) وكذلك تقنيات الواقع الافتراضي، ويرى المحللون أن تلك الخاصية تفيد في كتابة التقارير الواقعية التي تعتبر فيها معياري السرعة والحجم مؤشرات مهمة⁵⁵.
 - إمكانية التحويل الصوتي: حيث يمكن للذكاء الاصطناعي من تحويل المقالات إلى أحاديث صحفية وقراءتها بصوت عال مثل ما طبقته قناة BBC على موقعها الإخباري بالتعاون مع شركة MICRO-SOFT حيث أنشئت NEW SOUNDPROGRAM حيث أنتج صوتاً اصطناعياً ونبرة طبيعية وتعبيراً واضحاً للكلمات⁵⁶.
 - إمكانية التصنيف الرقمي للمحتوى: يمكن للذكاء الاصطناعي تخصيص المحتوى للجمهور المستهدف طبقاً لاهتماماته وتنسيقه في قوالب مناسبة له.
 - إدخال البيانات: يمكن للذكاء الاصطناعي التعرف على النص المطبوع أو المكتوب وتحويله إلى بيانات رقمية، مما يقلل من الأخطاء اليدوية ويوفر الوقت⁵⁷.
 - القدرة على التلخيص التلقائي: يمكن للذكاء الاصطناعي أن تقوم بتلخيص الأفكار المفتاحية المهمة من بين مجموعة كبيرة من المعلومات والبيانات بسهولة.
- وقد أكدت نتائج دراسة (فتحي إبراهيم إسماعيل، 2022)⁵⁸ أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد في تطوير المحتوى بالصحف والمواقع الإلكترونية، واتفقت تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (سحر عبد المنعم الخولي، 2020) على أن توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء

⁵⁵ عبد الغني زغنون وآخرون (2023): مستقبل وسائل الإعلام ظل صحافة الروبوت، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة

الجزائر، 8(1)، 954.

⁵⁶ شرين عبد الحفيظ: مرجع سابق، ص 146.

⁵⁷ حسام الدين فياض: "في الذكاء الاصطناعي ومستقبل البشرية (رؤية تحليلية - نقدية)

<https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=784518>

⁵⁸ فتحي إبراهيم إسماعيل (2022): مرجع سابق.

الاصطناعي يساهم في تطوير المضامين الصحفية، بينما أكدت دراسة (إنجي عبد العزيز، 2021) أن تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تساهم في تطوير مهارات الصحفيين والتدريب على التعامل مع تلك التطبيقات الجديدة، وكيفية تصميم الخوارزميات وتحديثها، واستخدام برامج مخصصة لتوظيفها في العمل الصحفي ليس فقط في العملية التحريرية والمراجعة ولكن أيضًا من خلال الكتابة بشكل مباشر في بعض المحتويات.⁵⁹

وترى الدراسة أن استخدام الذكاء الاصطناعي بتلك المرحلة يجعل الذكاء الاصطناعي يقوم بدور "الفاعل" حيث التحقق من صحة الأخبار، واقتراح تصحيحات نحوية وتحسينات في الصياغة، وتخصيص مقالات لمجموعة متنوعة من شرائح الجمهور المختلفة، بل وكتابة محتوى صحفياً كاملاً، كما هو الحال مع تقنية GBT.

3) مرحلة ما بعد الإنتاج (النشر والتوزيع): مرحلة نشر المحتوى بعد اعداده سواء على موقع الصحيفة الرسمية أو عبر الوسائل الاتصالية الجديدة، وفي تلك المرحلة يتم استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل الأخبار ووضع علامات على الأخبار المهمة تلقائياً، بحسب تصنيف الموضوعات بحيث يتسنى للقراء الذين يتابعون عادة مواضيع مشابهة العثور على محتوى في دائرة اهتمامهم، ويستخدم الذكاء الاصطناعي في تلك المرحلة للقيام بمهام عدة أبرزها:

- توزيع القصص الإخبارية: تقوم المؤسسات الصحفية بإنشاء روبوتات وأدوات لتتبع محفوظات القراءة والتوصية بالقصص للمستخدمين، مثل استخدام مؤسسة بلومبيرج للذكاء الاصطناعي في عملية توزيع القصص بتطبيقها على الهاتف، والذي ينتج ملخصات لأهم القصص، ويتم تحديثها يدوياً أو في كل مرة يتم فيها فتح التطبيق، حيث يتم تحديد استراتيجية لتوزيع القصص على المنصات وفقاً لتفاعل المستخدمين مع المحتوى.⁶⁰

⁵⁹ إنجي عبد العزيز (2021): مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 77، 617.

⁶⁰ Southern, L. How The Times of London increased digital subscribers 19% in a year? Digiday. Retrieved on 14/4/2021 from: <https://bit.ly/3ve2mj>

- تحسين تجربة القراءة: يمكن للذكاء الاصطناعي مراقبة عادات القراءة مما يمكنه من توفير تجربة قراءة أفضل للجمهور من خلال تحسين عرض المقالات وتخطيطها وتوفير تصنيفات واقتراحات مخصصة وفقاً لاهتمامات كل فرد.⁶¹
- تحسين عملية الاتصال مع القراء: إذ تستخدم بعض الصحف الإلكترونية تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين عملية التواصل بالقراء وذلك من خلال:⁶²
 - نظام التوصية الذكي Smart Recommendation System: يقوم بتحليل سلوك القراء على الموقع الإلكتروني وتقديم مقترحات تناسب مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم.
 - توليد العناوين بالذكاء الاصطناعي AI-Generated Headlines: يستخدم الذكاء الاصطناعي لتوليد عناوين مثيرة للاهتمام وتجذب انتباه القراء.
 - الدردشة المباشرة مع Chatbots: يتم استخدام الدردشة المباشرة للاتصال مع القراء والإجابة على استفساراتهم باستخدام Chatbots الآليين.
 - تحليل البيانات Data Analysis: يتم تحليل البيانات الخاصة بالقراء وتفضيلاتهم من خلال الذكاء الاصطناعي، والتي يمكن استخدامها لتحسين المحتوى وجذب المزيد من الجماهير.
 - جمع وتنظيم المحتوى الصحفي: فاستخدام تقنيات محركات البحث يوفر المعلومات للجمهور بطريقة أسهل وأسرع.

⁶¹ <https://www.linkedin.com/pulse/%D8%AE%D8%B7%D9%88%D8%A7%D8%AA>

⁶² انظر: -

<https://fastercapital.com/arabpreneur/%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%A8%D9%84-A.html> -

<https://www.sap.com/mena-ar/products/technology-platform/cloud-analytics/what-is-predictive-analytics.html> -

<https://www.snabusiness.com/article/1684906-%D9%8A%D9%85%D9%> -

<https://annabaa.org/arabic/mediareports/35343> -

سحر عبد المنعم الخولى (2022): استراتيجيات الصحف الإلكترونية المصرية لتحسين محركات البحث علاقته بمعايير نشر المضامين الصحفية،

المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، جامعه الأهرام الكندية، 29، 81.

- أيمن بريك، مرجع سابق، 465: 466.

- زيادة إيرادات المؤسسات الصحفية: سواء من خلال تحسين الحملات التسويقية الإعلانية بها، وتوفير احتياجات المتلقي وبالتالي زيادة عدد الزيارات والمشاهدات لمواقعها الإلكترونية وخفض تكاليف التسويق مع تحسين العائد على الاستثمار⁶³.
- التحليل المتقدم والتنبؤات: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يوفر تحليلات متعمقة للبيانات وتوليد توقعات وتنبؤات حول المستقبل، مما يمكن الصحافة من اتخاذ قرارات استراتيجية أكثر ذكاءً وتوجيه تغطياتها بشكل أفضل.
- إدارة التعليق على المحتوى: يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا مهمًا في إدارة التعليق على المحتوى فهي تتطلب مراقبة، ومعالجة العديد من التعليقات التي يقدمها المستخدمون، حيث يمكن للذكاء الاصطناعي أن يقوم بتصنيف وتحليل المحتوى (غير لائق أو مسيء) التعرف على تعليقات السباب والتلاعب والتضليل. وبهذه الطريقة، يساعد الذكاء الاصطناعي في إنشاء بيئة آمنة وموثوقة على المنصات الرقمية.
- أي أن في تلك المرحلة يمكن للصحافة استخدام الذكاء الاصطناعي "التفاعلي" حيث يمكنه من الدردشة مع القراء (روبوتات الدردشة) والردّ على الاستفسارات، والذكاء التنبؤي، مما يجعل تقنيات الذكاء الاصطناعي مثالية لمهنة الصحافة.

وقد لخص بريك أهم ما يميز استخدام الذكاء الاصطناعي بالصحافة والتي يمكن تقسيمها إلى ما

يلي:⁶⁴

■ أهمية فنية

- إنتاج الأخبار القصيرة بشكل آلي في الموضوعات المعتمدة على البيانات الإحصائية.
- تتبع الأخبار العاجلة وتنبيه الصحفيين بالمعلومات الجديدة ذات الصلة بموضوع ما.
- إجراء بحث بشكل أسرع وأدق، وربط المعلومات بسرعة وكفاءة، وتحويلها إلى أشكال بيانية⁶⁵

⁶³ غادة موسي، مرجع سابق، 384.

⁶⁴ محمد إبراهيم بريك (2020): اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية

والسعودية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، 53 (2)، 464

⁶⁵ شريف درويش اللبان (2019) : مداخل جديدة لتطوير صناعة المحتوى الصحفي (2-3)، تم الاطلاع بتاريخ 2023/11/6

<https://acrs.albawabhnews.com/41446:available>

- تحليل البيانات الضخمة BIG DATA.
- جودة الكتابة التي تجعل القصة الخبرية صالحة للنشر الفوري (باعتبار أن الخوارزميات مستندة إلى أجود الممارسات البشرية في مجال الكتابة والتحرير الصحفي)⁶⁶.
- أتمتة المهام البسيطة والمتكررة، وروبوتات المحادثة، التعرف على الوجه.
- التصحيح الإملائي والنحوي والأسلوبي للغة بشكل تلقائي.
- فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق، واكتشاف الأخبار الزائفة.⁶⁷
- قدرة أنظمة الذكاء الاصطناعي على دعم الكوادر الصحفية الإدارية والتحريرية، إضافة إلى اختبار قدراتها وتقييم أداء العاملين فيها من حيث الإنتاج والعمل وهذا ما يعرف بالكفاءة والفاعلية بينه⁶⁸
- توسيع التغطية الإعلامية في بعض المناطق التي لا يستطيع الصحفيون الوصول إليها كمناطق الحروب، والأوبئة.
- أهمية اقتصادية⁶⁹
- أخطاء أقل في مخرجات output The in Errors Fewer .
- انخفاض التكاليف Savings Cost
- القدرة على العمل المتواصل والإنتاج المضاعف للعمل الصحفي.

⁶⁶ محمد الأمين موسى (2021): مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية، 11، 139.

⁶⁷ على فرجاني (2021): التقنيات الرقمية وتطبيقاتها في الإعلام الذكاء الاصطناعي وإدارة المحتوى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 136.

⁶⁸ هدى ميثم: صحافة الذكاء الاصطناعي: آفاق جديدة في الإعلام، تم الاطلاع بتاريخ 2023/10/26 <https://www.skytechtech.com>

⁶⁹ انظر:-

- أيمن بريك، مرجع سابق، ص 464.

- هالة أحمد الحسيني وآخرون (2024): الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في المؤسسات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 28

- نورة مرياي وآخرون (2024): الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار... الابتكار الصناعي في مواجهة الإبداع الصحفي في (الذكاء الاصطناعي رؤى

متخصصة، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية، برلين، ألمانيا، 195: 196.

- توفير 20% من الوقت للصحفيين.

- جذب الجمهور وجذب مجموعة من المعلنين.

- مساعده المؤسسة الصحفية على مضاعفة أرباحها؛ وذلك من خلال قدرتها على تمييز القارئ وقدرته على التسجيل في اشتراك مدفوع شهرياً أو سنوياً على منصتها الإلكترونية وإشعاره بإعلانات صممت خصيصاً لاهتماماته من أجل الدفع والاشتراك مجدداً

تحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

أكدت نتائج العديد من الدراسات على أن استخدام الذكاء الاصطناعي يسهم بشكل ملحوظ على تطوير المضامين الصحفية وتعزيز المحتوى الصحفي بل وتطوير مهارات الصحفيين، وبالرغم من ذلك إلا أن الواقع كشف عن أن العديد من التحديات التي أُلقت بظلالها على الانتقال من البيئة الرقمية إلى البيئة الذكية وحدث من انتشار استخدام الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية عامة والمصرية بصفة خاصة، ويمكن تقسيمها على النحو التالي:

التحدي الأول: التحديات التقنية التكنولوجية

■ ضعف مستوى الفهم اللغوي

من أحد التحديات الرئيسية التي تواجه الذكاء الاصطناعي في الصحافة هو قدرته على فهم وتحليل المعلومات بشكل صحيح، فعلى الرغم من تطور النماذج اللغوية والبرمجة اللغوية العصبية بتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدية، إلا أن الذكاء الاصطناعي لا يزال يعاني من صعوبة في فهم اللغة الطبيعية، وتفسير العواطف والمعاني العميقة المرتبطة بالنصوص الصحفية وهو ما يميز الصحفيون البشر عن الذكاء الاصطناعي فهم يعتمدون على مهاراتهم في تحليل اللغة وفهم المعاني والتلاعب بالكلمات لكتابة مقالات فعّالة، فالصحافة تحتاج إلى الحس الإبداعي والتحليل العميق. وقد يؤثر

ضعف الفهم اللغوي سلباً في قدرة الذكاء الاصطناعي على

- التمييز بين المعلومات الصحيحة والمعلومات الزائفة، حيث عدم القدرة على التحقق من أصالة الخبر أو البيانات وهذا يؤثر سلباً على مصداقية الأخبار التي يتم توليدها.

- ضعف فهم البيانات غير المنظمة.

- نزع القدسية الإبداعية: فعلى الرغم من أن الذكاء الاصطناعي يوفر البيئة التي تحفز الإبداع لدى الصحفيين كما أكدت عليه دراسة (موسي وعبد الفتاح، 2020)، إلا أنها تفتقر إلى الإبداع الذي يعد المفهوم الأساسي في الصحافة وقد أرجع البعض ذلك إلى كون الخوارزميات الخاصة بتوليد الأخبار الآلية تتبع مجموعة من القواعد المحددة مسبقاً وبالتالي لا يمكنها الابتكار وهذا ما توصلت إليه دراسة (Mohamed، Waleed، 2019)، كما توصلت نتائج دراسة (أمل محمد خطاب، 2021) إلى أن نتائج الذكاء الاصطناعي يزيد من كمية الأخبار وليس جودتها وأرجعت ذلك لضعف برمجة الأسلوب القصصي.

إلا أن الدراسة ترى أن الواقع الحالي يكشف عن تطور كبير وملحوظ بقدرات الذكاء الاصطناعي الإبداعية بالدمج بين عقلانية التكنولوجيا ورمزية الكتابة الصحفية، وقد توافر ذلك بتقنية GPT، حيث تم تطويره بطريقة تشبه كثيراً لغة البشر في السرد، والالتزام بالقواعد الكتابية، كما يمكنه تأليف الموسيقى والمسرحيات والروايات ومقالات وكتب، مما يؤكد على أن مجال الذكاء الاصطناعي في تطور سريع جداً.

■ عدم توافر البيانات: إذ تعتمد فاعلية عمل صحافة الذكاء على التدفق المستمر للبيانات المنتظمة وبدون تلك البيانات يبقى دورها محدوداً، إذ لا يمكنها تغطية الموضوعات التي لا تتوفر عنها بيانات هيكلية أو بيانات تكون رديئة الجودة.⁷⁰ لا تستطيع الخوارزميات توليد الشعور العام المطلوب لإلهام ردود القراء العاطفية مثل الضحك والتعليق على حادث ما، لذلك لا تزال المهارات التحليلية والابداع والتفاعل الاجتماعي التواصل الفعال مع القراء، ميزة يتفوق بها الصحفيون عن الذكاء الاصطناعي.

■ ضعف الوعي الذاتي: فالذكاء الاصطناعي لا يملك القدرة على تفسير مخرجاته.

■ ضعف القدرة على التمييز بين الاخبار الحقيقية والاخبار المضللة: فعلى الرغم من أن الذكاء الاصطناعي يمتلك القدرة على توليد النصوص والتقارير بشكل سريع وفعال، إلا أنه لا يزال يفتقر إلى القدرة على تحليل وتقييم المعلومات والمصادر بنفس الطريقة التي يقوم بها الصحفي البشري هذا

⁷⁰ على جبري: "أهمية الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام" <https://m.annabaa.org/arabic/mediareports/35343>

يعني أنه قد يكون عرضة للتلاعب وانتشار المعلومات غير الموثوقة والتضليلية الزائفة News Fake، مما قد يعيق الاعتماد الكلى على الذكاء الاصطناعي بالصحف خاصة ان الصحافة ترتكز على المصادقية.

وترى الدراسة تعليقاً على ما سبق أن هناك تقنيات قادرة على التمييز ودحض المعلومات منها (خوارزمية الذئب الرمادي - FAKEDETECTOR) وغيرها من الخوارزميات والتقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي التي تسهم في الكشف عن الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة⁷¹، فالذكاء الاصطناعي سلاح ذو حدين فهو يستخدم لمواجهة الأخبار الكاذبة ويمكن استخدامه في إنتاج أخبار كاذبة ومحتوى مضلل أو متحيز.

■ **التحيز :** التحيز في الذكاء الاصطناعي هو أحد التحديات الرئيسية التي تواجه هذا المجال، وله عدة صور منها:

- **تحيز البيانات:** قد تحتوي البيانات المستخدمة في تدريب نماذج الذكاء الاصطناعي على تحيزات غير مقصودة، مثل التحيزات العرقية أو الجندرية أو الاجتماعية مما يؤدي إلى قرارات متحيزة وغير عادلة.

- **تحيز الخوارزميات:** قد تحتوي الخوارزميات نفسها على تحيزات مدمجة، خاصة إذا تم تصميمها أو تدريبها من قبل أشخاص لديهم تحيزات أو وجهات نظر معينة.

■ **تحيز التعلم الآلي:** قد تتأثر خوارزميات التعلم الآلي بالتحيزات الموجودة في البيانات، حيث قد تتعلم الخوارزميات أنماطاً متحيزة أو غير دقيقة.

■ **تحيز التفسير:** قد يكون من الصعب تفسير قرارات الذكاء الاصطناعي، مما قد يؤدي إلى تحيزات غير مقصودة. فعندما لا يكون من الواضح لماذا اتخذت الخوارزمية قراراً معيناً، مما قد يؤدي إلى الشك أو عدم الثقة في النظام.

⁷¹ ممدوح عبدالله مكاوي (2020): الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي: دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من 2016 - 2020. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، م ج 19، ع 2، 254: 268.

■ **تحيز التطبيق:** قد يؤدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في سياقات مختلفة إلى تحيزات غير متوقعة، فقد تختلف نتائج خوارزمية معينة اعتمادًا على السياق الثقافي أو الاجتماعي، مما قد يؤدي إلى نتائج غير عادلة أو متحيزة.

التحدي الثاني: التحديات الاقتصادية: - 72

- **الإمكانات غير المتكافئة:** فالواقع يكشف عن أن المؤسسات الإعلامية الكبرى يمكنها توفير، بل وبناء الذكاء الاصطناعي الخاصة بها، على العكس من المؤسسات الإعلامية الصغرى ويرجع ذلك إلى ارتفاع التكلفة والخبرة التقنية.

- **ضعف البنية التحتية الرقمية:** وضعف خدمة الإنترنت وأحياناً انعدامها.
- **نقص الميزانيات والدعم المالي:** المخصص سواء لتطوير البنية التحتية أو للتدريب المهني للصحفيين.
- **قلة الزائرين للمواقع الإخبارية نتيجة تزايد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي،** يؤدي إلى تراجع الإعلانات.

- **ارتفاع تكاليف شراء الأجهزة والأنظمة الذكية.** 73

التحدي الثالث: التحديات الأخلاقية: -

غياب البنية التحتية القانونية وعدم وجود أخلاقيات محددة لصحافة الذكاء الاصطناعي تلك تُعد واحدة من أبرز التحديات أمام استخدام الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية ، فتلك التقنيات يؤخذ عليها: - 74

■ **عدم احترام حقوق الطبع والنشر** وحقوق الملكية الفكرية عند استخدام المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي، حيث يتم استخدام المواد المحمية بحقوق الطبع والنشر لإنتاج محتوى جديد و"التحويل" دون السماح أو دفع المبالغ المخصصة لها⁷⁵.

⁷² محمد جمال بدوي ، مرجع سابق ، 70.

⁷³ شيماء عبد العاطي سعيد صابر (2022): اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك

المصرية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، 12(12)، 358.

⁷⁴ فدوى سعد البوادرى (2021): "التحديات الأخلاقية والاقتصادية للذكاء الاصطناعي" ، <https://www.alarabiya.net>

⁷⁵ Okiyi & Nsude:2019, pp157-158

■ **دعم الخيارات المتناقضة:** لما كان الذكاء الاصطناعي بتطبيقاته المتنوعة مجموعة نماذج رياضية تعتمد على الأنماط اللغوية المتطورة فيبدو عجزه اما المواقف أو المسائل التي لا تخلو من الاختيارات الاخلاقية والاحكام القيمية.

■ **الخصوصية:** يتم استخدام البيانات والمعلومات التي يشاركها المستخدمون في تدريب هذه النماذج. لذا، يمكن مشاركة الأسرار التجارية القيمة، ما يؤدي عن غير قصد إلى انتهاكات في قوانين الامتثال والخصوصية وبالإضافة إلى ذلك، فإن إنشاء وتبادل محتوى الأعمال يجب أن يلتزم بالمطالبات الصارمة للامتثال وخصوصية البيانات.

لذلك يمكن أن تنتج الخوارزميات نتائج غير متوقعة، تحتوي على أخطاء من جهة ومن جهة أخرى إذا حدث خلل بالنظام قد يقوم بتقديم معلومات غير دقيقة، خاصة وإن كان المسؤول عن ذلك لا يمتلك الخبرة.

وهذا ما أكدت عليه نتائج العديد من الدراسات أنه إذا ما تم برمجة الذكاء الاصطناعي بشكل غير صحيح أو عن طريق عناصر غير مدربة؛ فإنه سوف يؤدي بالتأكيد إلى خلل وتقديم معلومات غير صحيحة. وذلك ما كشفت عنه نتائج دراسة (أسماء عرام، 2021) وهذا ما لم يتفق مع دراسة (2020) Leave Susan والتي أشارت إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي قد مكّنهم من التعرف على التحيزات والإشاعات.

■ **غياب ضوابط المساءلة القانونية** عند حدوث أخطاء في صحافة الذكاء الاصطناعي.

■ **انعدام الشفافية:** يشير مصطلح الشفافية إلى الانفتاح حول طريقة جمع البيانات واستخدامها، بالإضافة إلى تجنب البيانات غير الضرورية وتعد أمر هام لضمان ثقة القارئ، ويرى البعض أن عدم الشفافية مرتبط بالذكاء الاصطناعي، إذ يتعلق الأمر بصعوبة فهم كيفية اتخاذ الذكاء الاصطناعي قراراته إذ لا يتمكن المستخدمون من معرفة الأساس الدقيق لما يقوم به النظام، كذلك يصعب على المستخدمين التحقق من النظام بحثًا عن التحيزات أو الأخطاء. وبالتالي يصعب على المستخدمين التحكم في النظام أو تعديله، وقد يرجع ذلك إلى كون أنظمة الذكاء الاصطناعي غالبًا ما تكون معقدة للغاية بحيث يصعب فهمها حتى من قبل مطوري النظام. سبب آخر هو أن أنظمة الذكاء الاصطناعي غالبًا ما تستند إلى خوارزميات غير شفافة، وقد يرجع ذلك إلى كون أنظمة الذكاء الاصطناعي غالبًا ما تكون مملوكة أو تدار من قبل شركات أو حكومات لا ترغب في

الكشف عن كيفية عملها، مما يثير مخاوف بشأن سلامة وخصوصية البيانات التي تستخدمها هذه الأنظمة.⁷⁶

■ **قرصنة المعلومات وغياب الخصوصية والأمان:** فحينما يستخدم الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات وتوليد المحتوى، فإنه يتعرض لمخاطر الاختراق وسرقة المعلومات الحساسة. مما يستوجب ضرورة أن تتخذ المؤسسات الإعلامية إجراءات أمنية قوية لحماية البيانات وضمان سلامتها، وهذا ما أكد عليه كل من (محمد إسماعيل ياسين، 2015) و(فتحي إبراهيم إسماعيل، 2022) أن سليات الاستعانة بالذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي السرقة المهنية والسطو على إنتاج الصحفيين.

رابعاً: التحديات المهنية: -

قد حددها د عبد الكريم عبد الكريم على الديبسي

-زيادة القصص الإخبارية: هناك مخاوف من أن زيادة القصص الإخبارية المتاحة قد تؤدي إلى زيادة المعلومات، أو ما يسمى طوفان المعلومات وستزيد كمية الأخبار المتاحة، وإغراق المستخدمين بالكثير من المعلومات.

-المصادقية: جمهور وسائل الإعلام لا يمكنه التحقق من جميع الأحداث بنفسه، مما يجعل المصادقية من السمات الحيوية في عمل الصحافة، وقد برزت إشكالية أحكام المصادقية التي تطلق على اختيار الجمهور للمحتوى المعد آلياً من وسائل الإعلام. ومن هنا نشأ مفهوم الصحافة المدمجة ليمثل تطوراً جديداً، حيث يتم استكمال المحتوى الآلي من قبل الصحفيين البشر

-تواجه صحافة الذكاء الاصطناعي صعوبات تطوير معالجة اللغة العربية الطبيعية، لفهم اللهجات العربية، والفصحى الحديثة، وذلك لاختلاف اللغة العربية عن اللغات الأخرى بسبب بنيتها الغنية، والمعقدة التي تتطلب من النظام الخوارزمي التعامل معها على كل مستوى لغوي.

- تحويل الجمهور إلى سلعة: انتقلت وسائل الإعلام من نشر المحتوى إلى الجمهور، إلى تحويل الجمهور إلى سلعة وبيعها إلى المعلنين.

⁷⁶ Faroldi, F.L.G. Risk and artificial general intelligence. *AI & Soc.* (2024) <https://doi.org/10.1007/s00146-024-02004-z>

- السعي لتحقيق الأرباح والمردود الاقتصادي: لا يمثل توجه المؤسسات الإخبارية نحو تنفيذ الأتمتة بدافع تحقيق الربح مشكلة في حد ذاته، نظراً لأن المؤسسات الإخبارية تعمل لكسب الأرباح، لكن الخطورة تكمن فيما إذا اعتبرت الأرباح السبب الرئيس لاستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، فقد يكون لها تداعيات حيث سيكون الشغل الشاغل لها هو تحقيق المردود الاقتصادي، وليس المخاوف الأخلاقية وآثارها الاجتماعية.

- تأثير من يملك ناصية إنتاج الذكاء الاصطناعي: حيث تعتمد معظم التطبيقات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار على المنح المقدمة من شركات التكنولوجيا الكبرى مثل؛ الفيسبوك وجوجل مما يثير المخاوف بشأن تأثيرات، وسيطرة جهات التمويل على تصميم المعايير الأخلاقية لتلك التطبيقات.

- غيرت الأتمتة علاقات الصحفيين مع الجمهور، إذ ساعد استخدام الخوارزميات في مراقبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وما ينشروه من محتوى ومكنت تلك الخوارزميات الصحفيين من إنشاء جمهور يعتمد على الخوارزميات بما يتماشى مع اهتمامات المنافذ الإخبارية.

- مقترحات لتحقيق الاستخدام الأخلاقي الأمثل للذكاء الاصطناعي:

● التحقق من مصدر البيانات: يجب التحقق من مصادر البيانات وجودتها، والتأكد من عدم وجود تحيزات أو تمييز غير مقصود في البيانات المستخدمة بالنظام الذي يعمل بواسطة الذكاء الاصطناعي.

● التقييم المستمر: بحيث يجب تحديث وتعديل النظام الذي يعتمد تشغيله على تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل مستمر بناءً على النتائج والتحليلات الجديدة

● شفافية النتائج: من الضروري أن يكون استخدام الذكاء الاصطناعي شفافاً جداً، ويجب توضيح كيفية جمع ومعالجة البيانات واستخدامها بشكل آمن وفعال، وكذلك كيفية اتخاذ القرارات والتنبؤات والتحليلات، ويمكن تحقيق الشفافية من خلال إضافة واضحة للمعلومات المتعلقة بالبيانات والخوارزميات ومصادر التدريب.

● الاهتمام بالخصوصية: بالطبع من الضروري حماية خصوصية البيانات ومنع الاستخدام غير المشروع أو غير المصرح به لها، ولابد من توضيح كيفية جمع وحفظ ومشاركة البيانات.

● **العدالة والمساواة:** لا يُمكن الحديث عن أخلاقيات الذكاء الاصطناعي من دون تأكيد أهمية تحقيق العدالة والمساواة في الاستخدام؛ إذ من الضروري توفير الفرص المتساوية للجميع في استخدام هذه التقنية الأكثر تطوراً، وعدم تمييز أي شخص أو مجموعة بناءً على العرق أو الجنس أو الدين؛ أو الجنسية أو الطبقة الاجتماعية.

● **النهج الهجين:** حيث يتم الدمج والموازنة بين الذكاء الاصطناعي والذكاء البشري، وقد أوصى عبد الكريم الدببسي بضرورة صياغة مفهوم جديد في صحافة الذكاء الاصطناعي هو "حارس البوابة الخوارزمية" لمراعاة المسؤولية الاجتماعية، والمعايير المهنية والأخلاقية.

يتضح مما سبق أن نماذج الذكاء الاصطناعي هي أدوات قوية يمكن أن تساعد الصحفيين، لكنها ليست بديلاً عن الخبرة البشرية والتفكير النقدي، بل وتطلب استخدام نماذج الذكاء الاصطناعي بشكل فعال توازناً بين الفهم التقني حيث فهم (الخوارزميات، ودراسة عناصر البرمجة والإحصائيات المتقدمة والاحتمالات، ومعالجة الجوانب المتعلقة بالهندسة اللغوية، وفحص مدى جودة البيانات) والمهارات الصحفية.

● نتائج الدراسة الميدانية:

نتائج الدراسة الميدانية

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة الميدانية وفقاً لأسئلتها والأهداف التي سعت لتحقيقها وذلك من خلال ما يلي:

نتائج الإجابة عن السؤال الأول الذي نص على ما يلي: ما طبيعة اتجاهات القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟.

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال عدة محاور على النحو التالي:

أولاً: العوامل التي ساعدت على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي:

جدول (1) العوامل التي ساعدت على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

م	العامل	التكرار	%	الترتبة
1	الاتجاه العام للمؤسسة الصحفية التي أعمل بها نحو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها	42	35.00	2
2	توافر الإمكانيات المادية لمؤسستك لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي	4	3.33	4
3	تتوافر داخل المؤسسة إدارة مختصة بتوظيف الذكاء الاصطناعي تساعد على إنجاح التجربة	21	17.50	3
	قلة عدد الصحفيين بالمؤسسة مما دفع لاستخدام الذكاء الاصطناعي	77	64.17	1

يوضح جدول رقم (5) العوامل التي ساعدت على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث ((ن=120) حيث جاءت العوامل وفق الترتيب التالي قلة عدد الصحفيين بالمؤسسة مما دفع لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المرتبة الأولى بنسبة (64.17%)، وفي المرتبة الثانية الاتجاه العام للمؤسسة الصحافية التي أعمل بها نحو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها بنسبة (35.0%)، وفي المرتبة الثالثة تتوافر داخل المؤسسة إدارة مختصة بتوظيف الذكاء الاصطناعي تساعد على إنجاح التجربة بنسبة (17.5%)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة توافر الإمكانيات المادية لمؤسستك لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة (3.33%).

ثانياً: الهدف وراء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي:

جدول (2) الأهداف وراء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

م	الهدف وراء توظيفك لتقنيات الذكاء الاصطناعي	التكرار	%	الرتبة
1	رفع مستوى كفاءة المحتوى الصحفي	84	70	1
2	السرعة والدقة	84	70	2
7	توفير الوقت والجهد	84	70	3
5	التحقق من صحة البيانات	49	40.83	4
6	زيادة الإنتاج الصحفي	42	35	5
8	التخلص من الأعمال الروتينية	42	35	6
4	تحليل البيانات	35	29.17	7
3	مراقبة مركز البيانات والحصول على مصادر جديدة	14	11.67	8

يوضح جدول رقم (6) الأهداف وراء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث ((ن=120) حيث جاءت الأهداف وفق الترتيب التالي رفع مستوى كفاءة المحتوى الصحفي في المرتبة الأولى بنسبة (70.0%)، وفي المرتبة الثانية السرعة والدقة بنسبة (70.0%)، وفي المرتبة الثالثة توفير الوقت والجهد بنسبة (70.0%)، وفي المرتبة الرابعة التحقق من صحة البيانات بنسبة (40.83%)، وفي المرتبة الخامسة زيادة الإنتاج الصحفي بنسبة (35.0%)، وفي المرتبة السادسة التخلص من الأعمال الروتينية بنسبة (35.0%)، وفي المرتبة السابعة تحليل البيانات بنسبة (29.17%)، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة مراقبة مركز البيانات والحصول على مصادر جديدة بنسبة (11.67%).

ثالثاً: الدافع وراء استخدام لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي:

جدول (3) الدافع وراء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

م	الدافع	التكرار	%	المرتبة
1	أشعر بدافعية قوية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي رغبة في التميز وتطوير مهاراتي	70	58.33	1
3	أميل لاستخدام الذكاء الاصطناعي مواكبة للتغير العالمي	56	46.67	2
5	أرى أن توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي يساعد الصحفي على التفرغ للكتابة الإبداعية	56	46.67	3
7	أرى أن توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي مفيد للجمهور وللصحفي	56	46.67	4
8	أعتقد أن إيجابيات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي تفوق كثيراً سلبياته	56	46.67	5
6	أثق في قدرة الذكاء الاصطناعي على تطوير العمل الصحفي	35	29.17	6
2	لدي قناعة بأفضلية الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي عن الطرق المعتادة	21	17.50	7
4	استخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي لأن المؤسسة الصحفية قد فرصته	0	0.00	8

يوضح جدول رقم (3) الدافع وراء استخدامك لتقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث (ن=120) حيث جاءت الدوافع وفق الترتيب التالي أشعر بدافعية قوية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي رغبة في التميز وتطوير مهاراتي في المرتبة الأولى بنسبة (58.33%)، وفي المرتبة الثانية أميل لاستخدام الذكاء الاصطناعي مواكبة للتغير العالمي بنسبة (46.67%)، وفي المرتبة الثالثة أرى أن توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي يساعد الصحفي على التفرغ للكتابة الإبداعية بنسبة (46.67%)، وفي المرتبة الرابعة أرى أن توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي مفيد للجمهور وللصحفي بنسبة (46.67%)، وفي المرتبة الخامسة أعتقد أن إيجابيات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي تفوق كثيراً سلبياته بنسبة (46.67%)، وفي المرتبة السادسة أثق في قدرة الذكاء الاصطناعي على تطوير العمل الصحفي بنسبة (29.17%)، وفي المرتبة السابعة والأخيرة لدي قناعة بأفضلية الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي عن الطرق المعتادة بنسبة (17.5%).

رابعاً: طبيعة الاتجاهات نحو توظيف تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في المستقبل القريب:

جدول (4) طبيعة الاتجاه نحو توظيف تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في المستقبل القريب

م	الاتجاه نحو توظيف تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في المستقبل القريب	التكرار	%	الرتبة
2	أتوقع حدوث تكامل واندماج بين عمل الصحفي البشري وصحافة الذكاء الاصطناعي في إنتاج الموضوعات المختلفة	98	81.67	1
3	تساعد صحافة الذكاء الاصطناعي الصحفيين للتفرغ لنمط الكتابة الإبداعية مع تولى الذكاء الاصطناعي أتمتة المهام الصحفية التقليدية	70	58.33	2
4	تحدث وفرة في الإنتاج الصحفي؛ نتيجة الاعتماد على تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي	70	58.33	3
6	أتوقع زوال نظام العمل الصحفي التقليدي والتحول الى نظام أكثر حداثة ومرونة لإدارة المحتوى الصحفي الذكي	49	40.83	4
10	أعتقد أن الاعتماد على تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي يفقد المضمون مصداقيته فضلاً عن قلة التفاعلية	35	29.17	5
8	أشعر بالقلق من استخدام تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي نتيجة التعقيدات التقنية الخاصة بها	28	23.33	6
9	أخشى من عدم قدرتي على مواكبة التطور التكنولوجي المتسارع في تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي	28	23.33	7
1	تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي لا تتناسب مع المجتمع العربي عامة ومصر خاصة ولن يستمر استخدامها طويلاً	14	11.67	8
5	توفر المؤسسات الصحفية كافة الإمكانيات اللازمة لاستخدام تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي	14	11.67	9
7	أعتقد أن الذكاء الاصطناعي سيحاكي السلوك البشري بصورة تامة في القيام بكافة المهام الصحفية	7	5.83	10

يوضح جدول رقم (4) الاتجاه نحو توظيف تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في المستقبل القريب من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث (ن=120) حيث جاءت الاتجاهات نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المستقبل القريب وفق الترتيب التالي أتوقع حدوث تكامل واندماج بين عمل الصحفي البشري وصحافة الذكاء الاصطناعي في إنتاج الموضوعات المختلفة في المرتبة الأولى بنسبة (81.67%)، وفي المرتبة الثانية تساعد صحافة الذكاء الاصطناعي الصحفيين للتفرغ لنمط الكتابة الإبداعية مع تولى الذكاء الاصطناعي أتمتة المهام الصحفية التقليدية بنسبة (58.33%)، وفي المرتبة الثالثة تحدث وفرة في الإنتاج الصحفي؛ نتيجة الاعتماد على تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي بنسبة (58.33%)، وفي المرتبة الرابعة أتوقع زوال نظام العمل الصحفي التقليدي والتحول الى نظام أكثر حداثة ومرونة لإدارة المحتوى الصحفي الذكي بنسبة (40.83%)، وفي المرتبة الخامسة أعتقد أن الاعتماد على تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي يفقد المضمون مصداقيته فضلاً عن قلة التفاعلية بنسبة (29.17%)، وفي المرتبة السادسة أشعر بالقلق من استخدام تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي نتيجة التعقيدات التقنية الخاصة بها بنسبة

(23.33%)، وفي المرتبة السابعة أخشى من عدم قدرتي على مواكبة التطور التكنولوجي المتسارع في تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي بنسبة (23.33%)، وفي المرتبة الثامنة تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي لا تتناسب مع المجتمع العربي عامة ومصر خاصة ولن يستمر استخدامها طويلا بنسبة (11.67%)، وفي المرتبة التاسعة توفر المؤسسات الصحفية كافة الإمكانيات اللازمة لاستخدام تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي بنسبة (11.67%)، وفي المرتبة العاشرة والأخيرة أعتقد أن الذكاء الاصطناعي سيحاكي السلوك البشري بصورة تامة في القيام بكافة المهام الصحفية بنسبة (5.83%).

يتضح من نتيجة الإجابة عن السؤال الأول أن طبيعة اتجاهات القائمين على الاتصال في المؤسسات الصحفية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاءت إيجابية وتبين ذلك من خلال رؤيتهم للعوامل التي ساعدت على توظيفهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وذلك من خلال الاتجاه العام للمؤسسة الصحفية التي أعمل بها نحو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها، وتوافر الإمكانيات المادية لمؤسستك لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي، وما يتوافر داخل المؤسسة إدارة مختصة بتوظيف الذكاء الاصطناعي تساعد على إنجاح التجربة، وقلة عدد الصحفيين بالمؤسسة مما دفع لاستخدام الذكاء الاصطناعي.

كما اتضحت إيجابية اتجاهاتهم نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من خلال رؤيتهم للهدف من توظيفها في العمل الصحفي، والذي تمثل في رفع مستوى كفاءة المحتوى الصحفي، والسرعة والدقة، وزيادة الإنتاج الصحفي، وتوفير الوقت والجهد، ومراقبة مركز البيانات والحصول على مصادر جديدة، وتحليل البيانات.

نتيجة الإجابة عن السؤال الثاني الذي نص على ما يلي: ما مدى قدرة القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة المجال الصحفي وتطويره؟

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال ما يلي:

أولاً: أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في العمل الصحفي.

جدول (5) أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في العمل الصحفي

م	أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها	التكرار	%	المرتبة
7	التصحيح الإملائي التلقائي	63	52.50	1

1	تقنية إدارة المحتوى	56	46.67	2
2	تقنية الترجمة الآلية	56	46.67	3
4	اقتراح وإنشاء القصص	49	40.83	4
16	إدماج الوسائط المتعددة في الإعلام الرقمي	49	40.83	5
3	تقنيات الكشف عن المحتوى المزيف	42	35.00	6
13	استخدام تقنية GPT في كتابة المقالات	42	35.00	7
15	استخدام تقنية QR أو ما يعرف برمز الاستجابة السريعة في الأخبار والموضوعات الصحفية	42	35.00	8
8	العمل على تحويل المقالات النصية إلى صوتية	35	29.17	9
14	استخدام الذكاء الاصطناعي في الكلمات المفتاحية seo	35	29.17	10
12	الرد على الجمهور "بوت الدردشة"	28	23.33	11
6	قراءة الأخبار بصورة آلية على الجمهور	21	17.50	12
5	تقنية التعرف على الوجه	14	11.67	13
9	التصميم الجرافيكي	14	11.67	14
10	المونتاج الصحفي الآلي	14	11.67	15
11	تقنية التصوير الصحفي الآلي (الدورن)	14	11.67	16
17	(أخرى تذكر) تدريب الموظفين والمؤسسات وبيع الخدمات وتقديم الاستشارات حول تأسيس اقسام التسويق داخل النشاط وإدارة الموقع الالكتروني والتطبيقات	7	5.83	17

يوضح جدول رقم (5) أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث (ن=120) حيث جاءت اهم التقنيات وفق الترتيب التالي التصحيح الإملائي التلقائي في المرتبة الأولى بنسبة (52.5%)، وفي المرتبة الثانية تقنية إدارة المحتوى بنسبة (46.67%)، وفي المرتبة الثالثة تقنية الترجمة الآلية بنسبة (46.67%)، وفي المرتبة الرابعة اقتراح وإنشاء القصص بنسبة (40.83%)، وفي المرتبة الخامسة إدماج الوسائط المتعددة في الإعلام الرقمي بنسبة (40.83%)، وفي المرتبة السادسة تقنيات الكشف عن المحتوى المزيف بنسبة (35.0%)، وفي المرتبة السابعة استخدام تقنية GPT في كتابة المقالات بنسبة (35.0%)، وفي المرتبة الثامنة استخدام تقنية QR أو ما يعرف برمز الاستجابة السريعة في الأخبار والموضوعات الصحفية بنسبة (35.0%)، وفي المرتبة التاسعة العمل على تحويل المقالات النصية إلى صوتية بنسبة (29.17%)، وفي المرتبة العاشرة استخدام الذكاء الاصطناعي في الكلمات المفتاحية seo بنسبة (29.17%)، وفي المرتبة الحادية عشر الرد على الجمهور "بوت الدردشة" بنسبة (23.33%)، وفي المرتبة الثانية عشر قراءة الأخبار بصورة آلية على الجمهور بنسبة (17.5%)، وفي المرتبة الثالثة عشر تقنية التعرف على الوجه بنسبة (11.67%)، وفي المرتبة الرابعة عشر التصميم الجرافيكي بنسبة (11.67%)، وفي المرتبة الخامسة عشر المونتاج الصحفي الآلي بنسبة (11.67%)، وفي المرتبة

السادسة عشر ال تقنية التصوير الصحفي الآلي (الدورن) بنسبة (11.67%)، وفي المرتبة السابعة عشر والأخيرة (أخرى تذكر) تدريب الموظفين والمؤسسات وبيع الخدمات وتقديم الاستشارات حول تأسيس اقسام التسويق داخل النشاط وإدارة الموقع الالكتروني والتطبيقات بنسبة (5.83%).

ثانياً: أهم مجالات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

جدول (6) أهم مجالات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

م	العبارة	الترتيب	المجموع	المتوسط/ الدرجة	الترتيب	5	4	3	2	1
1	صياغة القصص الصحفية بشكل آلي	ك	120	2.775	3	15	21	26	38	20
		%	%100.0	متوسطة		%12.5	%17.5	%21.7	%31.7	%16.7
2	التغطية الصحفية في مناطق النزاعات والخطر واستخدام طائرات الدرون في مناطق الخطر	ك	120	2.6667	4	22	20	19	14	45
		%	%100.0	متوسطة		%18.3	%16.7	%15.8	%11.7	%37.5
3	تطبيقات الدردشة الآلية مع الجمهور	ك	120	2.6083	5	19	7	41	14	39
		%	%100.0	متوسطة		%15.8	%5.8	%34.2	%11.7	%32.5
4	حذف التعليقات التي تتضمن المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة والمعلومات غير الالفة	ك	120	3.375	2	33	27	26	20	14
		%	%100.0	متوسطة		%27.5	%22.5	%21.7	%16.7	%11.7
5	تخصيص محتوى محدد للأفراد يتوافق مع رغباتهم عبر المنصات الرقمية	ك	120	3.6417	1	40	32	27	7	14
		%	%100.0	كبيرة		%33.3	%26.7	%22.5	%5.8	%11.7

يوضح الجدول السابق أهمية مجالات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي، وذلك في ضوء التوزيع الإحصائي وفقاً للوزن النسبي ومستوى الموافقة على العبارة والرتبة، حيث يشير الجدول إلى:

أكثر العبارات التي تعكس أهمية مجالات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي، جاءت في:

-الترتيب الأول: تخصيص محتوى محدد للأفراد يتوافق مع رغباتهم عبر المنصات الرقمية، بوزن

نسبي(3.6417) وهي درجة كبيرة. في حين كانت أقل العبارات التي تعكس أهمية مجالات

توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي، جاءت في:

-الترتيب الخامس: تطبيقات الدردشة الآلية مع الجمهور، بوزن نسبي(2.6083) وهي درجة

متوسطة.

تشير نتائج الإجابة عن السؤال الثاني لتباين قدرة القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة المجال الصحفي وتطويره ما بين مرتفعة ومتوسطة، واتضح ذلك من خلال تحديدهم أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يمكنهم استخدامها في العمل الصحفي، وأهم أهم الموضوعات الصحفية التي يمكنهم إنتاجها واسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي والأشكال الفنية التي منهم إنتاجها بواسطة هذه التقنيات، بالإضافة لتحديد أهم المجالات التي يمكنهم من خلالها توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

نتيجة الإجابة عن السؤال الثالث الذي نص على ما يلي: ما رؤية القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية لمستقبل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الصحفي؟

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال ما يلي:

أولاً: مقترحات تعزيز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي مستقبلاً:

جدول (7) مقترحات تعزيز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي مستقبلاً

م	المقترح لتعزيز الاستفادة	التكرار	%	الرتبة
2	تدريب الصحفيين وتطوير مهاراتهم بما يتماشى مع متطلبات الذكاء الاصطناعي	105	87.50	1
1	توفير البنية التقنية اللازمة لتقنيات الذكاء الاصطناعي	92	76.67	2
4	إدماج خبراء التكنولوجيا في المؤسسات الإعلامية للاستفادة منهم في تطوير العمل الصحفي	91	75.83	3
5	وضع ميثاق شرف لصحافة الذكاء الاصطناعي	85	70.83	4
6	الاستفادة من خبرات الصحف الإلكترونية العالمية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	84	70	5
3	تقليل الفجوة بين الصحفيين والتقنيين	49	40.83	6
7	الايان بقدرة الشباب ذوى الخبرة في التكنولوجيا وأصحاب المؤسسات الفردية ومجلات صيانة الكمبيوتر بها عباقرة يقدرو بطورو المؤسسات دي بس لازمهم فرصة وكمان فلترة وتختار الأنسب اللي فاهم .. ودى عايزة خطة من شوية شباب خبراء كده يتوفر لهم المكان والزمان والدعم العادل وهنوصل للإبداع	7	5.83	7

يوضح الجدول السابق المقترح لتعزيز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي مستقبلاً من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث (ن=120) حيث جاءت المقترحات وفق الترتيب التالي تدريب الصحفيين وتطوير مهاراتهم بما يتماشى مع متطلبات الذكاء الاصطناعي في المرتبة الأولى بنسبة (87.5%)، وفي المرتبة الثانية توفير البنية التقنية اللازمة لتقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة (76.67%)، وفي المرتبة الثالثة إدماج خبراء التكنولوجيا في المؤسسات الإعلامية للاستفادة منهم في تطوير العمل الصحفي بنسبة (75.83%)، وفي المرتبة الرابعة وضع ميثاق شرف لصحافة الذكاء الاصطناعي بنسبة (70.83%)، وفي المرتبة الخامسة الاستفادة من

خبرات الصحف الإلكترونية العالمية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة (70.0%)، وفي المرتبة السادسة تقليل الفجوة بين الصحفيين والتقنيين بنسبة (40.83%)، وفي المرتبة السابعة والأخيرة الايمان بقدرة الشباب ذوى الخبرة في التكنولوجيا وأصحاب المؤسسات الفردية ومحلات صيانة الكمبيوتر بها عابرة يقدرو يطورو المؤسسات دي بس لازمهم فرصة وكمان فلترة وتختار الأنسب اللي فاهم. .. ودى عايزة خطة من شوية شباب خبراء كده يتوفر لهم المكان والزمان والدعم العادل وهنوصل للإبداع بنسبة (5.83%).

ثانياً: أهم التأثيرات المتوقعة حدوثها على الدور الإعلامي للصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي:

جدول (8) أهم التأثيرات المتوقعة حدوثها على الدور الإعلامي للصحف والمواقع الإلكترونية

المصرية في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي

م	التأثيرات المتوقعة حدوثها على الدور الإعلامي للصحف والمواقع الإلكترونية المصرية	التكرار	%	الرتبة
1	ستسهم صحافة الذكاء الاصطناعي على تطوير المضمون الإعلامي	98	81.67	1
3	ستساعد الصحفي على تنوع مهاراته وتنمية قدراته	91	75.83	2
5	تزايد التنافسية بين الصحف الإلكترونية لامتلاك الذكاء الاصطناعي	84	70.00	3
2	زيادة مقروئية المواقع الإلكترونية لزيادة اعتمادها على تقنيات الذكاء الاصطناعي	70	58.33	4
6	الذكاء الاصطناعي سيساعد على تقوية موقف المؤسسة الصحفية المالي	49	40.83	5
4	سيقتصر الاعتماد على صحفيين محترفين ذوي خبرات بتقنيات الذكاء الاصطناعي	35	29.17	6

يوضح جدول رقم (8) التأثيرات المتوقعة حدوثها على الدور الإعلامي للصحف والمواقع الإلكترونية المصرية من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث (ن=120) حيث جاءت التأثيرات وفق الترتيب التالي ستسهم صحافة الذكاء الاصطناعي على تطوير المضمون الإعلامي في المرتبة الأولى بنسبة (81.67%)، وفي المرتبة الثانية ستساعد الصحفي على تنوع مهاراته وتنمية قدراته بنسبة (75.83%)، وفي المرتبة الثالثة تزايد التنافسية بين الصحف الإلكترونية لامتلاك الذكاء الاصطناعي بنسبة (70.0%)، وفي المرتبة الرابعة زيادة مقروئية المواقع الإلكترونية لزيادة اعتمادها على تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة (58.33%)، وفي المرتبة الخامسة الذكاء الاصطناعي سيساعد على تقوية موقف المؤسسة الصحفية المالي بنسبة (40.83%)، وفي المرتبة السادسة والأخيرة سيقتصر الاعتماد على صحفيين محترفين ذوي خبرات بتقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة (29.17%).

(أ) الفروق في استجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير النوع:

أولاً: النتائج الخاصة بالفروق بين استجابات أفراد العينة على درجة أهمية التوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي، بحسب متغير النوع الاجتماعي (ذكر - أنثى)، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول (9) يوضح نتائج اختبار التاء لعينتين مستقلتين $t - test$ لإظهار دلالة الفروق على درجة أهمية التوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي، حسب متغير النوع (ن=120).

المتغير	النوع الاجتماعي	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
درجة أهمية التوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي	ذكر	74	3.122	0.964	0.448	0.655 غير دالة
	أنثى	46	3.043	0.868		

يتضح من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي (ذكر - أنثى)، بالنسبة للسؤال الأول الخاص (درجة أهمية التوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي)، حيث جاءت قيمة (ت)، (0.448)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

ثانياً: النتائج الخاصة بالفروق بين استجابات أفراد العينة على درجة الانتشار المتوقعة لتطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في المستقبل القريب، بحسب متغير النوع الاجتماعي (ذكر - أنثى)، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول (10) يوضح نتائج اختبار التاء لعينتين مستقلتين $t - test$ لإظهار دلالة الفروق على درجة الانتشار المتوقعة لتطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في المستقبل القريب، حسب متغير النوع (ن=120).

المتغير	النوع الاجتماعي	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
درجة الانتشار المتوقعة لتطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في المستقبل القريب	ذكر	74	3.324	0.685	0.680	0.498 غير دالة
	أنثى	46	3.239	0.639		

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي (ذكر - أنثى)، بالنسبة للسؤال الثاني الخاص بدرجة الانتشار المتوقعة

لتطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في المستقبل القريب، حيث جاءت قيمة (ت)، (0.680)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

ثالثاً: النتائج الخاصة بالفروق بين استجابات أفراد العينة على مجالات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي، بحسب متغير النوع الاجتماعي (ذكر - أنثى)، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول (11) يوضح نتائج اختبار التاء لعينتين مستقلتين t - test لإظهار دلالة الفروق على مجالات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي، حسب متغير النوع (ن=120).

المتغير	النوع الاجتماعي	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
مجالات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي	ذكر	74	14.095	3.793	-	001
	أنثى	46	16.630	4.678	3.252	دالة

يتضح من الجدول (19) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي (ذكر - أنثى)، بالنسبة للسؤال الثالث، حيث جاءت قيمة (ت)، (-3.252)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

رابعاً: النتائج الخاصة بالفروق بين استجابات أفراد العينة التأثيرات الإيجابية والسلبية التي ربما تحدث عند توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، بحسب متغير النوع الاجتماعي (ذكر - أنثى)، والجدول التالي يبين ذلك:

(ب) الفروق في استجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير سنوات الخبرة:

أولاً: النتائج الخاصة بالفروق بين استجابات أفراد العينة على مدى الموافقة على درجة أهمية التوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي بحسب متغير سنوات الخبرة (5 سنوات - من 5 إلى 10 سنوات - من 10 سنوات فأكثر)، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول (12) نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه لإظهار دلالة الفروق بين استجابات أفراد

العينة المستفتاة نحو درجة أهمية التوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي للاستبانة حسب متغير

سنوات الخبرة (ن=120)

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
درجة أهمية التوظيف صحافة الذكاء	بين المجموعات	3.650	2	1.825	2.172	0.119 غير دالة
	داخل المجموعات	98.341	117	841.		
	المجموع	101.992	119			

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
الاصطناعي						

يتضح من الجدول (34) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً لسنوات الخبرة، حيث بلغت قيمة الفاء، بالنسبة للسؤال الأول، (2.172)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

ثانياً: النتائج الخاصة بالفروق بين استجابات أفراد العينة على مدى الموافقة على درجة الانتشار المتوقعة لتطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في المستقبل القريب بحسب متغير سنوات الخبرة (5 سنوات - من 5 إلى 10 سنوات - من 10 سنوات فأكثر)، والجدول التالي يبين ذلك:

ثالثاً: النتائج الخاصة بالفروق بين استجابات أفراد العينة على مدى الموافقة على مجالات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي بحسب متغير سنوات الخبرة (5 سنوات - من 5 إلى 10 سنوات - من 10 سنوات فأكثر)، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول (13) نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه لإظهار دلالة الفروق بين استجابات أفراد العينة المستفتاة نحو مدى أهمية مجالات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي للاستبانة حسب متغير سنوات الخبرة (ن=120)

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
مجالات توظيف	بين المجموعات	1068.977	2	534.489	54.450	0.000 دالة
صحافة الذكاء	داخل المجموعات	1148.489	117	9.816		
الاصطناعي	المجموع	2217.467	119			

يتضح من الجدول (37) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً لسنوات الخبرة، حيث بلغت قيمة الفاء، بالنسبة للسؤال الثالث، (54.450)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05). ولتعرّف اتجاه دلالة الفروق وفقاً لسنوات الخبرة ؛ تم استخدام اختبار "LSD" للمقارنات الثنائية البعدية، كما يوضحه الجدول التالي:

نتائج الدراسة

توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج يمكن إيجازها على النحو التالي:

● أن طبيعة اتجاهات القائمين على الاتصال في المؤسسات الصحفية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاءت إيجابية وتبين ذلك من خلال رؤيتهم للعوامل التي ساعدت على توظيفهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وذلك من خلال الاتجاه العام للمؤسسة الصحفية التي أعمل بها نحو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها، وتوافر الإمكانيات المادية لمؤسستك لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي، وما يتوافر داخل المؤسسة إدارة مختصة بتوظيف الذكاء الاصطناعي تساعد على إنجاح التجربة، وقلة عدد الصحفيين بالمؤسسة مما دفع لاستخدام الذكاء الاصطناعي، كما اتضحت إيجابية اتجاهاتهم نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من خلال رؤيتهم للهدف من توظيفها في العمل الصحفي، والذي تمثل في رفع مستوى كفاءة المحتوى الصحفي، والسرعة والدقة، وزيادة الإنتاج الصحفي، وتوفير الوقت والجهد، ومراقبة مركز البيانات والحصول على مصادر جديدة، وتحليل البيانات.

● تباين قدرة القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة المجال الصحفي وتطويره ما بين مرتفعة ومتوسطة، واتضح ذلك من خلال تحديدهم أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يمكنهم استخدامها في العمل الصحفي، وأهم أهم الموضوعات الصحفية التي يمكنهم إنتاجها واسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي والأشكال الفنية التي منهم إنتاجها بواسطة هذه التقنيات، بالإضافة لتحديد أهم المجالات التي يمكنهم من خلالها توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

● أن القائمين بالاتصالات في المؤسسات الصحفية يمتلكون رؤية واضحة لمستقبل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الصحفي، تبينت من خلال تقديمهم مقترحات إيجابية لتعزيز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي مستقبلاً، ووضوح التأثيرات الإيجابية المتوقع حدوثها على الدور الإعلامي للصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي وأنها تراوحت ما بين مرتفعة ومتوسطة،

وعلى النقيض من ذلك رؤيتهم للسلبيات المتوقع حدوثها بأنها تراوحت ما بين متوسطة وضعيفة.

• عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع فيما يتعلق بدرجة الانتشار المتوقعة لتطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في المستقبل القريب، ومجالات توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي.

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير سنوات الخبرة فيما يتعلق ببعد درجة الانتشار المتوقعة لتطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في المستقبل القريب.

• عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير سنوات الخبرة فيما يتعلق ببعد درجة أهمية التوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي.

ثانياً: توصيات الدراسة:

- في ضوء نتائج الدراسة يمكن للباحثة التوصية بما يلي:
- تكثيف البرامج والدورات التدريبية للعاملين في المجال الصحفي على اكتساب المهارات والكفايات المطلوبة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- توفير البنية التحتية المطلوبة بالمؤسسات الصحفية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بهذه المؤسسات.
- الانفتاح على الخبرات المتقدمة في مجال توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من خلال الابتعاث للدول التي تضم هذه الخبرات وكذلك استقدام الخبراء منها لنقل تجاربهم.
- عقد شراكات مع الجهات المتخصصة في مجال الذكاء الاصطناعي لتقديم الدعم المطلوب لتعزيز توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- تشكيل لجنة متخصصة من الخبراء والمتخصصين لدراسة المعوقات التي تحول دون توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ووضع الأطروحات الملائمة للتغلب عليها.
- اشتراك المؤسسات الصحفية في المؤتمرات التي تنظمها الجامعات والمؤسسات المتخصصة في مجال الذكاء الاصطناعي لتعميم الاستفادة وتبادل الخبرات.

- تخصيص ميزانية مناسبة لتعزيز توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
 - تقديم الدعم المادي والمعنوي المتطلب لتعزيز استخدام العاملين في المؤسسات الصحفية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
 - عقد شراكات مع ممثلي المجتمع المحلي لتقديم الدعم المتطلب لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- ثالثاً: مقترحات الدراسة:

- تقترح الباحثة بعض الدراسات المستقبلية المرتبطة بموضوع دراستها على النحو التالي:
- تصور مقترح لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في ضوء خبرات بعض الدول.
- الكفايات المهنية المطلوبة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ومدى تمكن العاملين بالمؤسسات الصحفية منها.
- تصور مستقبلي من وجهة نظر الخبراء للحد من المخاطر المحتملة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وجودة الأداة المهني للعاملين في المؤسسات الصحفية.
- العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ودافعية الإنجاز لدى العاملين في المؤسسات الصحفية.
- مستوى جمهور المؤسسات الصحفية عن واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

5. إبراهيم على بسيوني (2024): الإعلام والذكاء الاصطناعي الممارسات والتأثيرات، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية.
6. أحمد الزهراني (2020): الصحافة كمهنة في العالم العربي واتجاهات الصحفيين نحوها في عصر الإعلام الجديد، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة الملك عبد العزيز، مجلد ٢٨، عدد ٤.
7. أحمد سعد على البرعي (2022): تطبيقات الذكاء الاصطناعي والروبوت من منظور الفقه الإسلامي، مجلة دار الإفتاء المصرية، (48).
8. أحمد عبد الحكيم عامر: " تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لفرص توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؛ دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب.
9. أحمد على الزهراني (2022): ثني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، (1)5، 17.
10. أحمد مصطفى معوض محرم (2022): استخدامات الذكاء الاصطناعي ؛ استخداماً تقنية التزييف العميق في قذف الغير نموذجاً؛ دراسة فقهية مقارنة معاصرة، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، (39).
11. أسامة الحسيني (2002): لغة لوجو، مكتبة ابن سينا للنشر والتوزيع، الرياض.
12. إسراء صابر عبد الرحمن (2021): واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية؛ دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 33، 269.
13. أسماء السيد محمد وآخرون (2020). تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستقبل تكنولوجيا التعليم، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة.

14. أسماء محمد مصطفى عرام (2021): "مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي... صحافة الروبوت نموذجًا"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج56، ص ص 1831-1879.
15. إسماعيل شكري (2020): الذكاء الاصطناعي ونماذج الجهة البلاغية، مجلة جامعه بابل للعلوم الإنسانية، 28(8).
16. إسماعيل محمد حجاج (2021): أثر استخدام وسائل الذكاء الاصطناعي على تطوير التسويق الإلكتروني. دراسة تطبيقية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، 1 (4)
17. إسماعيل موسى محمد الزعنون (2021): اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية؛ دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة.
18. أمل محمد خطاب (2020): استخدام تطبيقات الإعلام الغامر في المواقع الصحفية الإلكترونية وتأثيرها في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية: دراسة شبه تجريبية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 55 (3).
19. أمل محمد خطاب (2022): استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؛ دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 22، 96.
20. أمل منتصر، إيمان طاهر عباس (2024): اتجاهات الجمهور المصري نحو تكنولوجيا وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 23 (2)، 4.
21. إنجي عبد العزيز (2021): مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 77، 617.

22. أيمن محمد إبراهيم بريك (2020): اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية؛ دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 53(2).
23. إيهاب خليفة (2020): الذكاء الاصطناعي مستقبل الحياة البشرية في ظل التطورات التكنولوجية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
24. خالد ميار الإدريسي (2011): نقد قيم ما بعد الحداثة: نحو ترميم الذات الإنسانية، ندوة سؤال الأخلاق والقيم في عالمنا المعاصر، الرابطة المحمدية لعلماء المغرب.
25. دعاء فتحي سالم (2021): فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طالب الإعلام التربوي: الفيس بوك أنموذجا، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 20 (3).
26. رزق سعد علي (2023): استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات في الكشف عن الجرائم، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، 1569.
27. رشا عبد المجيد أبو شميلة (2013): فاعلية برنامج قائم على الذكاء الاصطناعي لتنمية التفكير الاستدلالي والتحصيل الدراسي في مبحث تكنولوجيا المعلومات لدى طالبات الحادي عشر بغزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة.
28. رشيد ناظم حسن وآخرون (2023): تدقيق التحيز في الذكاء الاصطناعي في ضوء اطار عمل تدقيق الذكاء الاصطناعي لمعهد المدققين الداخليين؛ دراسة نظرية تحليلية، مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة، 467-429، (1)6.
29. سحر عبد المنعم الخولى (2020): "اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تنوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي.. دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعه القاهرة، كلية الاعلام، المجلد 2021، العدد 72، ص ص 101-173.

30. شرين عبد الحفيظ البحيري (2022): اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي المصرية في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 24، 144.
31. شرين محمد أحمد عمر (2023): تقبل الشباب المصري لاستخدام تقنية Chat GPT كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي - دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 66(1).
32. عائشة عبد الهادي (2023): الذكاء الاصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
33. عبد الغنى زغنوف وآخرون (2023): مستقبل وسائل الإعلام ظل صحافة الروبوت، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة الجزائر، 8(1).
34. عبد الكريم الدبسي (2023): صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، 31(3).
35. على الفرجاني (2023): صحافة الذكاء الاصطناعي والبيئة الاعلامية الرقمية الجديدة، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة.
36. على فرجاني (2021): التقنيات الرقمية وتطبيقاتها في الإعلام الذكاء الاصطناعي وإدارة المحتوى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
37. عمار سعد الله (2019): أهمية الذكاء الاصطناعي في تطوير التعليم، تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه
38. عمرو محمد محمود عبد الحميد (2020): توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصادقته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الاعلامية، كلية الاعلام، جامعة الأزهر، العدد 55، الجزء 5، ص ص 2797 - 2860.
39. عواد صلاح الدين (2023): توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلاني، رقمنة، مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، 3(2).

40. عوضين فايق (2022): استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي بين المشروعات وعدم المشروعات، المجلة الجنائية القومية، ٦٥(1).
41. عيسي عبد الباقي وآخرون (2020): "اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية دراسة تطبيقية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 19، العدد 1، 1-60.
42. فايق عوضين (2022): استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي بين المشروعات وعدم المشروعات، المجلة الجنائية القانونية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 65(1).
43. فتحي إبراهيم إسماعيل (2022): اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم - مصرأوي- القاهرة 24، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 4(21).
44. مجدي الداغر (٢٠٢١): اتجاهات النخبة نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الإلكترونية وانعكاساته على دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر، دراسة ميدانية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ٣٣(٣).
45. محمد إبراهيم بريك (2020): اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، 53 (2).
46. محمد جمال بدوي (2021): آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي؛ راسة حالة على موقع القاهرة 24 الإخباري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
47. محمد جمال هداش وآخرون (2021): نظم المعلومات المالية والمصرفية، دار اليازوري العلمية، العراق.
48. محمد حافظ كريم (2023): أثر تطبيق تقنيات نظم الذكاء الاصطناعي على شفافية التقارير المالية في ضوء الإصدارات المهنية المعاصرة: دراسة تطبيقية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة جامعة دمياط، 4(2).

49. محمد طول وآخرون (2023). أساسيات حول الذكاء الاصطناعي- إطار مفاهيمي، بحث منشور في ملتقى بعنوان" الذكاء الاصطناعي كضمان لجودة التعليم العالي والبحث العلمي"، الجزائر.
50. محمد عبد الحميد: البحث في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
51. محمد عبد الظاهر (2019): صفحة الذكاء الاصطناعي: الثورة الصناعية الرابعة وإعادة هيكلة الإعلام، القاهرة، دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع.
52. محمد عبد الظاهر (2020): نموذج عبد الظاهر للاتصال في صحافة الذكاء الاصطناعي، مؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والاستشراف.
53. معجم الذكاء الاصطناعي، مجلة رسالة اليونسكو- سبتمبر 2018م.
54. معمري مروة (2023): تطبيق الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي فرص كبرى وتحديات أكبر، مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، 30(30).
55. ممدوح عبدالله مكاوي (2020): الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي: دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من 2016 - 2020 . المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 19(2)، 254: 268.
56. الميتمي، معين صالح (2023): دراسة إماراتية تكشف أبرز مخاطر التزييف العميق عبر الذكاء الاصطناعي
57. نفين معمر (2020): دور بيئة العمل الداخلية في تطوير الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف الفلسطينية اليومية - دراسة ميدانية، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، مجلد 7، عدد 2.
58. نور عيسى مسودى (2020): اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو الأبعاد الوظيفية والمهنية لصحافة الروبوت، رسالة ماجستير منشورة، كلية الإعلام، جامعة البترا.
59. نورة مرياي وآخرون (2024): الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار... الابتكار الصناعي في مواجهة الإبداع الصحفي في (الذكاء الاصطناعي رؤى متخصصة، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية، برلين، ألمانيا.

60. هند يحيى عبد المهدى عبد المعطى (2021): دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة
أثناء الأزمات والكوارث؛ دراسة استشرافية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة
القاهرة، 65، (4).

ثانياً: المراجع الأجنبية:

61. Adriana Gonçalves (2024) : Artificial Intelligence in Journalism: A Ten-Year Retrospective of Scientific Articles (2014-2023) , <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030056>
62. Aljazairi, Sena, Robot Journalism: Threat or an Opportunity, Master thesis, School of Humanities, (Orebro University, Sweden, 2016), p. 4, (Visited on 20 May 2018):<https://www.diva.portal.org/smash/get/diva2:938024/FULLTEXT01.pdf>
63. Aljohani, N.B., Albliwi, S. (2022). Impacts of Applying Artificial Intelligence on Decision-Making Quality: A Descriptive Study in Saudi Arabian Private Sector Organizations. International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies, 13(5), 13A5T, 1-14. <http://TUENGR.COM/V13/13A5T.pdf> DOI: 10.14456/ITJEMAST.2022.104
64. AL-Qusi, A. S (2010). Using of artificial intelligence application for development of learning and education process. AL-Mansour Journal, 14 (1), p.39.
65. Anantrasirichai, N., Bull, D. (2022) . Artificial intelligence in the creative industries: a review .Artif Intell Rev 656–589 ,55 <https://doi.org/10.1007/s10462-021-10039-7>
66. Andreas Graefe, “Guide to Automated Journalism,” Columbia Journalism School, Tow Center for Digital Journalism, (January 2016): 17, “accessed February 4, 2021”. <https://bit.ly/3ofRs92>
67. Andreas Kaplan and Michael Haenlein. (2019). “Siri, Siri, in my hand: Who’s the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence”. Kelley School of Business, Indiana University. Elsevier Inc. Business Horizons, 62, pages 15—25. Retrieved from: <https://www.elsevier.com/locate/bushor>
68. Andreas Veglis and Charalampos Bratsas: Towards a Taxonomy of Data Journalism, Journal of Media Critiques, Vol. 3, No. 11, 2017, pp: 109-121.
69. Andrey Miroshnichenko(2020), AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? (The Answer Is “Yes”), Journal Information (Switzerland), vol 9 , issue 7, 2020, pp 183.
70. Beenish Javed, (2020), Success Factors in Artificial Intelligence (AI) - Focus on Use of AI in Journalism, Unpublished Master’s thesis, (UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business Administration (MBA), PP.4-67
71. Braghieri, Marco (2019). "Long-form journalism and archives in the digital landscape", University of London, King's College (United Kingdom).
72. Brezina, Corona(2019). Artificial Intelligence and You. The Rosen Publishing Group, Inc,
73. Brigitte Tousignant, (2020), A Hybrid Analysis of the State of Automated Journalism in Canada: Current Impact and Future Implications for Journalists and Newsrooms, Unpublished Master’s Thesis, (Montreal, Quebec, Canada, Concordia University, Department of Journalism).

- 74.Conti, D.; Cattani, A.; di Nuovo, S.; di Nuovo, A. (2019), “Are Future Psychologists Willing to Accept and Use a Humanoid Robot in Their Practice? Italian and English Students”” Perspective. *Front. Psychol*,10, p.2.
- 75.Daewon Kim,Suwon Kim, A model for user acceptance of robot journalism: Influence of positive disconfirmation and uncertainty avoidance, Theses PhD degree , School of Media Communication , Korea University, Technological Forecasting and Social Change, Vol 163,February 2021,p1204
- 76.Daniel J O’Keefe. (2002): “Persuasion: Theory and Research”. London: SagePublication, p.6.
- 77.Di Nuovo, A.; Conti, D.; Trubia, G.; Buono, S.; di Nuovo, S. (2018),“Deep learning systems for estimating visual attention in robot-assistedtherapy of children with autism and intellectual disability. *Robotics*, 7,p. 25.
- 78.Evan Hamilton: Open for Reporting: An Exploration of Open Data and Journalism in Canada, Unpublished Master Thesis, Faculty of Information, University of Toronto, 2015
- 79.Faroldi, F.L.G. Risk and artificial general intelligence .*AI & Soc* .(2024) <https://doi.org/10.1007/s00146-024-02004-z>