

# إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية

د. محمد رضا حبيب\*

## ملخص الدراسة:

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 لمجموعة من النتائج أهمها:

-غالبية الصحفيين المصريين -عينة الدراسة- يرون أهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

-غالبية الصحفيين المصريين-عينة الدراسة- يرون "سلبية" التأثيرات التي يحدثها استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية.

-أظهرت النتائج تعدد الإشكاليات (المهنية، الأخلاقية، التنظيمية) التي يثيرها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، من أبرزها: صعوبة فهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي للمشاعر الإنسانية والقيم الاجتماعية، وتحيز أنظمة الذكاء الاصطناعي وتأثيرها بقيم مصمميها، لذا يتطلب دمجها في صناعة المحتوى الصحفي إلى صياغة دليل أخلاقي.

-أوصت الدراسة بحتمية اتجاه المؤسسات الصحفية المصرية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وتشمل تدريب الصحفيين وإعادة هيكلة وتطوير المؤسسات الإعلامية وتحري الدقة والمصادقية للمحتوى بواسطة الذكاء الاصطناعي، وتوظيف التقنيات لتقديم أشكال صحفية جديدة، إضافة إلى ضرورة صياغة دليل أخلاقي ومهني لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

**الكلمات المفتاحية:** صحافة الذكاء الاصطناعي - الذكاء الاصطناعي - التغطية الإعلامية.

\* المدرس بقسم الصحافة والنشر الإلكتروني بالمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث.

## **Challenges of using artificial intelligence journalism from the perspective of Egyptian journalists and its impact on the quality of news and media coverage in journalistic institutions**

### **Abstract:**

The study aimed to identify the challenges of using artificial intelligence journalism from the perspective of Egyptian journalists and its impact on news quality and media coverage. The study falls under the descriptive research category and utilized a survey method, applied to a simple random sample of 150 journalists from Egyptian Journalism Institutions (national, partisan, private). The study yielded several important results:

- The majority of Egyptian journalists in the study sample recognize the importance of employing artificial intelligence applications in journalistic work.
- The majority of Egyptian journalists in the study sample perceive the “negative” effects of using artificial intelligence journalism on news quality and media coverage.
- The results revealed multiple challenges (professional, ethical, organizational) raised by the use of artificial intelligence techniques in journalistic work. These challenges include the difficulty of understanding artificial intelligence applications in relation to human emotions and social values, as well as biases in artificial intelligence systems influenced by the values of their designers. Therefore, integrating artificial intelligence into the journalism industry requires the formulation of an ethical guide.

- The study recommends the necessity for Egyptian Journalism Institutions to adopt the use of artificial intelligence applications in journalistic work. This includes training journalists, restructuring and developing media institutions, ensuring accuracy and credibility of content through the use of artificial intelligence, employing technologies to present new journalistic formats, and the formulation of an ethical and professional guide for the use of artificial intelligence techniques.

**Keywords:** Journalism - AI Journalism- Artificial Intelligence - Media Coverage

#### مقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة تطورات تكنولوجية هائلة وسريعة للغاية في مجالات متعددة ومن بين التكنولوجيات الحديثة التي تشهد تطورًا متسارعًا تقنيات الذكاء الاصطناعي. فعلى مدى العقود الماضية، كانت الصحافة تعتمد بشكل رئيسي على البشر لجمع الأخبار وتحليلها وتقديمها للجمهور. ومع ذلك، يشهد القطاع الإعلامي اليوم تغيرًا هائلًا في طريقة عمله بفضل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

تقنيات الذكاء الاصطناعي تعتبر مجالًا متناميًا في مجال الإعلام، حيث تمتلك القدرة على تحليل البيانات الضخمة وتوليد المحتوى الإعلامي والتنبؤ بالاتجاهات الإعلامية وتحليل سلوك المستخدمين وتوجيه الرأي العام. واحدة من أهم التجارب في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام هي تطبيقات الروبوت الصحفي.. فقد تم تطوير برامج الذكاء الاصطناعي لتوليد المحتوى الصحفي بشكل تلقائي وسريع.. وأظهرت الدراسات أن الروبوتات الصحفية قادرة على كتابة المقالات بشكل أسرع وأكثر دقة من الصحفيين البشر. ومن المثال البارز على ذلك تطبيق "Heliograf" الذي طوره شركة واشنطن بوست، والذي يستخدم الذكاء الاصطناعي لكتابة تقارير تلقائية عن أحداث رياضية وانتخابات وغيرها..

علاوة على ذلك، يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الكبيرة وتحديد الاتجاهات الإعلامية وتوجيه الرأي العام. فعلى سبيل المثال، يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل البيانات من وسائل التواصل الاجتماعي وتحديد الموضوعات الأكثر تداولًا والآراء السائدة حولها. وهذا يمكن الصحفيين من تحديد المواضيع الساخنة وتوجيه تغطيتهم وفقًا لاهتمامات الجمهور.

وظهرت بقوة مصطلحات مثل: صحافة الذكاء الاصطناعي " Artificial Intelligence Journalism"، التي تعرف اختصارًا "AI Journalism"، ويمكن وصفها بثورة الإعلام

الجديد، التي تُعد متوافقة تماماً مع تقنيات الثورة الصناعية الرابعة؛ تلك التقنيات التي ينتشر استخدامها في معظم جوانب حياتنا، ومن ضمنها الصحافة ووسائل الإعلام<sup>(١)</sup>.

وتتعدد استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام عموماً والصحافة بالتحديد وأبرزها<sup>(٢)</sup>:

١. زيادة سرعة الإنتاج الإعلامي: تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي بشكل أسرع وأدق وبالتالي سيتمكن المستخدمون من الوصول إلى المحتوى الإعلامي الجديد بشكل أسرع.

٢. تحسين جودة المحتوى الإعلامي: تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى الإعلامي بشكل كبير. وذلك عن طريق تحليل البيانات والتوقعات الإعلامية بشكل دقيق، والتي يمكن استخدامها لإنتاج محتوى إعلامي أكثر جودة ودقة. فعلى سبيل المثال، يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات السوق والمستهلكين، وبناء توقعات دقيقة حول التحولات الاجتماعية والثقافية والسياسية، والتي يمكن استخدامها لإنتاج محتوى إعلامي يتناسب مع اهتمامات الجمهور.

٣. الأتمتة والروبوتات الصحفية: تستخدم الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار والتقارير الصحفية البسيطة والتي تعتمد على البيانات. على سبيل المثال لا الحصر في أمريكا، تستخدم الروبوتات الصحفية من قبل وكالات أنباء مثل Associated Press لإنتاج تقارير لتوفير المزيد من الوقت للصحفيين للتركيز على القصص الأكثر تعقيداً.

٤. تحليل البيانات والتنبؤات: الذكاء الاصطناعي يعزز قدرة الصحفيين على تحليل البيانات الضخمة واكتشاف الأنماط والتوجهات لتحسين جودة التغطية الإخبارية وتقديم تحليلات أعمق.

٥. تحسين محركات البحث والتوصية: تطبيقات الذكاء الاصطناعي تساعد في تحسين البحث عن المعلومات وتوصية المحتوى المناسب للقراء والمشاهدين. هذه التقنيات تعمل على تحسين جودة المحتوى وتزويد من تفاعل المستخدمين.

٦. تطوير التفاعل الاجتماعي: يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتطوير التفاعل الاجتماعي في مجال الإعلام، وذلك بفضل قدرتها على تحليل البيانات الاجتماعية وتوقعات الجمهور.

من هنا يري الخبراء أن تقنيات الذكاء الاصطناعي سوف تدفع بثورة تكنولوجية في صناعة الصحافة بشكل كبير، وتخلق أطراً جديدة في نماذج الاتصال، القائمة على المرسل والمستقبل والوسيلة، بل وفاعلية ردود الأفعال كعنصر أكثر قوة وأكثر تأثيراً عن ذي قبل. وسوف يلعب كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية دوراً كاملاً بمفرده في عملية الاتصال<sup>(٣)</sup>.

وتشير الدراسات إلى أنه بحلول عام ٢٠٢٧، ستفقد تقنيات الذكاء الاصطناعي تحولات كبرى في مفهوم الإعلام وآليات عمله وبنية مؤسساته؛ ولذا فقد بادرت المؤسسات الإعلامية

الرائدة؛ مثل نيويورك تايمز، ورويترز، وواشنطن بوست، وكوارتز، وياهو، وأسوشيتد برس، والجارديان، وبي بي سي لتطوير غرف أخبارها باستخدام البرمجيات والكتابة الآلية وتقديم القصص المدفوعة بالبيانات؛ لتستشرف واقعا يختفي معه الكثير من الأساليب التي اعتاد الصحفيون والقيادات العمل بها، وصولاً لمرحلة ستتداخل فيها الآلة مع العنصر البشري.<sup>(٤)</sup>

تتنافس المؤسسات الصحفية والإعلامية العالمية في تعظيم الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين العمليات الصحفية وتسريعها، وتمكين الصحفيين من الوصول إلى مصادر المعلومات بشكل أسرع وأدق، كما تساعد في تحسين دقة التحليلات والتوقعات الإعلامية.. كما أنها تساهم في تقديم الحلول العملية النموذجية في بعض الأحيان خاصة في الأماكن التي لا يستطيع العنصر البشري الوصول إليها. كما في التغطية الاخبارية الخاصة بالحالات الطارئة والظروف الغير طبيعية مثل الكوارث، الأزمات ، الزلازل، البراكين والأمراض المعدية لتحل محل العنصر البشري ومن ثم تلعب تقنيات الذكاء الاصطناعي دوراً هاماً في المؤسسات الصحفية جعلها تؤثر بطريقة مباشرة على أداء العناصر البشرية التي تعمل في الحقل الصحفي والإعلامي.<sup>(٥)</sup>

باختصار، تقنيات الذكاء الاصطناعي تعد تحولاً هائلاً في مجال الإعلام والصحافة. استخدام هذه التقنيات يمكن أن يساهم في تحسين جودة المحتوى الإعلامي وتوجيه الرأي العام. ومع ذلك، يجب أن يتم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول وأخلاقي لضمان حقوق الأفراد والحفاظ على دور الصحافة في المجتمع.

### مشكلة الدراسة:

اتفق الخبراء ونتائج الدراسات السابقة على ان تقنيات الذكاء الاصطناعي تقود تحولات كبرى في بنية المؤسسات الصحفية وطرق عملها، وعمليات إنتاجها، والعمل على الاستفادة منها في تطوير بيئة العمل الصحفي، والتغييرات الجوهرية التي يمكن أن تحدثها في مستقبل العملية الصحفية من حيث بناؤها والمسؤوليات المنوطة بعناصرها والأدوار التي يمكن القيام بها؛ إضافة إلى تأثيرها على العمل الصحفي، وعلى وظائف الصحفيين والأدوار المنوط بهم أدائها؛ وبالرغم من ذلك فإن الذكاء الاصطناعي يثير عدة إشكاليات متعلقة بالأخلاقيات المهنية والخصوصية والسيطرة على البيانات والتأثير على سوق العمل.

...وفي إطار المؤشرات التي تتوقع أن تشهد المؤسسات الصحفية تغييرات جذرية في العقد القادم؛ بسبب إدخال عمليات الذكاء الاصطناعي التلقائي والأتمتة بجميع جوانب الإنتاج الصحفي، وتنبئ بالتنافس الشديد بين الصحفي الآلي والبشري، من هنا تبرز مشكلة الدراسة في رصد وتحليل "إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية.

### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة الحالية من النقاط التالية:

1. أهمية الذكاء الاصطناعي واستخدام تطبيقاته في العمل الصحفي وفي إنتاج المحتوى، في ضوء سعي المؤسسات الصحفية لمواكبة التطور العالمي وتحقيق أهدافها الاقتصادية والإعلامية وتعزيز التنافسية.
2. حالة الجدل الذي صنعه تقنيات الذكاء الاصطناعي بين الأوساط الإعلامية، وتأثيرها المستقبلي على العمل الصحفي، بما توفره من أدوات ذكية وسرعة نقل الأخبار للمتلقين.
3. التوصل إلى نتائج تفيد العاملين بالمجال الصحفي للتعرف على واقع واشكاليات استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات المصرية؛ ومدى إمكانية استفادة الصحفيين والقائمين على إدارة تلك المؤسسات باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل الأمثل للإفادة الحقيقية منها في العمل الصحفي.
4. تحديد أبرز العوائق والتحديات التي تواجه الصحفيين المصريين في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتحليل العوامل التي تؤثر على قدرتهم على تطبيقها في عملهم اليومي.
5. تحليل الأثر الإيجابي والسلبي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة المصرية، وتحديد مدى تأثيرها على جودة الخبر والمحتوي الإعلامي من وجهة نظر الصحفيين المصريين.
6. تقييم جودة التدريب والتأهيل الذي يتلقاه الصحفيون المصريون في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، والتحقق من مدى انعكاس هذا التدريب على جودة العمل الصحفي في مصر.
7. الخروج بتوصيات للمؤسسات الإعلامية والصحفيين للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي بطريقة فعالة وأخلاقية والفوائد والمشاكل المحتملة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي .

### أهداف الدراسة:

1. التعرف على مدى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
2. تحليل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من وجهة نظر الصحفيين المصريين.
3. رصد أسباب اعتماد المؤسسة على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسة الصحفية، ومدى استفادة الصحفيين منها في العمل الصحفي.
4. الكشف عن أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المؤسسات الصحفية.
5. رصد تأثيرات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جوانب العمل الصحفي.

٦. التعرف على درجة ثقة الصحفيين بالمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي.
٧. رصد أبرز الإشكاليات التي يثيرها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
٨. التعرف على تأثيرات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية من منظور الصحفيين المصريين.
٩. تحديد الفوائد والمشاكل المحتملة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
١٠. تحليل رؤية الصحفيين المصريين لمستقبل تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيره على مهنة وصناعة الصحافة.
١١. تقديم توصيات للمؤسسات الإعلامية والصحفيين للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال وأخلاقي. والتوصل لمقترحات تعزز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

#### مفاهيم الدراسة:

- تقنيات الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence - AI): هي مجموعة من التقنيات والأدوات التي تهدف إلى تمكين الأنظمة الحاسوبية من تنفيذ مهام تشابه الذكاء البشري. تعتمد تلك التقنيات على استخدام البيانات والمعلومات لتعلم وتحليل النماذج واتخاذ القرارات بطريقة ذكية ومستتيرة.
- تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي والعمل الصحفي تشمل استخدام الذكاء الاصطناعي وتقنياته في تحسين وتطوير عمليات الإنتاج الإعلامي والصحفي. يتم استخدام هذه التقنيات لتحليل وتصنيف البيانات الإعلامية، وتوليد المحتوى الآلي، وتحليل سلوك المستخدمين، وتحسين تجربة المستخدم، وتوجيه الإعلانات، وتحليل الأداء والتوقعات المستقبلية.
- صحافة الذكاء الاصطناعي: يمكن تعريف صحافة الذكاء الاصطناعي (AI Journalism) هي تلك الصحافة التي تعتمد على إمكانيات التقنيات المتقدمة من الشبكات العصبية العميقة والتعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية، وتوليد اللغة الطبيعية، والتلخيص التلقائي، والرؤية الحاسوبية، وغيرها، بحيث تجعل المؤسسات الصحفية تحت التأهيل وتحقيق الاستفادة القصوى من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العديد من مهام العمل الصحفي..

### تساؤلات الدراسة:

تتبلور تساؤلات الدراسة في تساؤل رئيسي وهو "ما إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية؟ ويندرج تحت هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية وهي:

١. إلى أي درجة يتم توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟.
٢. إلى أي مدى يوافق الصحفيون على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟.
٣. ما هي مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بالمؤسسات الصحفية؟.
٤. ما أسباب اعتماد المؤسسة على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية؟.
٥. ما درجة استفادة الصحفيين من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟.
٦. ما طبيعة تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جوانب العمل الصحفي؟.
٧. ما درجة ثقة الصحفيين بالمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي؟.
٨. ما أبرز الإشكاليات التي يثيرها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟.
٩. ما تأثيرات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية من منظور الصحفيين المصريين؟.
١٠. ما مقترحات الصحفيين المصريين لتعزيز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟.
١١. كيف يري الصحفيون المصريون مستقبل تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها علي مهنة وصناعة الصحافة؟.

### فروض الدراسة

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الصحفيين المصريين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبين مدى الاستفادة من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وبين أسباب اعتماد المؤسسات الصحفية على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.



١٢. **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات التقديرات للصحفيين المصريين بشأن تأثيرات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية من منظور الصحفيين المصريين تعزى للمتغيرات الديموغرافية: (النوع، العمر، سنوات الخبرة، نوع المؤسسة التي ينتمي لها، الوظيفة).

#### الدراسات السابقة:

قام الباحث بمراجعة الدراسات السابقة في مجال دراسته ورتبها ترتيباً زمنياً من الأحدث للأقدم:

١. دراسة (هالة متولي، دعاء فرحات، ٢٠٢٣)<sup>(٦)</sup> ، أكدت استفادة الصحف من تقنيات الثورة الرقمية المختلفة في عرض محتواها الإعلامي بأقسام الصحيفة المختلفة، أبرزها تقنية podcast وهي مقاطع بث صوتي استخدمتها جميع صحف الدراسة في عرض محتواها الإعلامي، تقنية التعليم عن بعد The Learning Network استخدمتها مواقع صحف The New York times، The Guardian، Washington post ، من خلال منصات تعليم إلكتروني Master class rooms تابعة للصحيفة ، كما استخدم موقع صحيفة The wall street journal تقنية chats live لاتاحة التواصل المباشر بين الكتاب بالصحيفة والقراء.

٢. دراسة (محمد عبد الحميد ، ٢٠٢٢)<sup>(٧)</sup> ، توصلت الي أهمية تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، وأسهمت هذه التقنيات في تطوير شكل المحتوى الصحفي وطريقة عرضه للجمهور، كما أثرت في استقبال الجمهور للرسائل الإعلامية وطريقة تفاعلهم معها. وأشارت إلى تعدد تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها الباحثون في العمل الصحفي، منها: تقنيات التحقق من الصور والفيديوهات، وتقنيات إنتاج المحتوى الصحفي، وتقنيات التحقق الجغرافي من مواقع التقاط الصور، وأدوات تحويل الصوت إلى نص مكتوب.

٣. دراسة (هند عبد المعطي، ٢٠٢١)<sup>(٨)</sup> : أشارت إلى إمكانية استخدام الصحفي تقنية الذكاء الاصطناعي أثناء الكوارث والأزمات من خلال تعلم الآلة، ومن أهم إيجابيات استخدام الصحفي تقنية الذكاء الاصطناعي أثناء الأزمات والكوارث بالمؤسسات الصحفية: تأمين حياته، وتوفير وقته وجهده، ومراقبة أماكن صعب الوصول إليها، والإنذار المبكر جداً قبل حدوث أي خطر في أي مكان، كما يمكن للصحفي استخدام طائرات الدرون، فهي تستطيع إجراء حوار مع الضيوف.

٤. دراسة (أسماء عرام، ٢٠٢١)<sup>(٩)</sup> ، أكدت النتائج أن الروبوت الصحفي يقوم بنقل الحدث وتوقف المراسلين عن التغطية؛ لذلك يجب عمل دورات تدريبية للعاملين بالصحف المصرية على أن يكون ذلك بنظام إجباري لكل العاملين بالمؤسسات الصحفية؛ لتطوير كفاءتهم لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ لأن ذلك يمثل تحدياً حقيقياً للصحفيين يحتم عليهم العمل على تطوير مهاراتهم للتأقلم مع البيئة الجديدة في عصر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

٥. دراسة (Sarah Thompson, 2021)<sup>(١٠)</sup>، توصلت إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يطرح تحديات أخلاقية متعددة، بما في ذلك قضايا الخصوصية والتحرير الصحفي والتحيز الألغامي. وتشدد الدراسة على أهمية وضع إطار أخلاقي لاستخدام هذه التقنيات وضمان الشفافية والمساءلة.

٦. دراسة (محمود عبداللطيف، ٢٠٢١)<sup>(١١)</sup>، أظهرت أن هناك وعي كبير من قبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية بأدوات (تطبيقات) الذكاء الاصطناعي وكيفية استخدام البعض منها في مجال صناعة الصحافة، كما أن هناك العديد من تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها في إنتاج وتحرير ونشر أو بث المحتوى الصحفي في الصحف المصرية، أهمها: إنتاج الأخبار القصيرة بشكل آلي خاصة المعتمدة على البيانات الإحصائية، تتبع الأخبار العاجلة، ربط المعلومات بسرعة وكفاءة وتحويلها إلى أشكال بيانية، التصحيح الإملائي والنحوي والأسلوبي، فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق واكتشاف الأخبار الزائفة، تحويل النصوص إلى فيديو هات تلخص الحدث.

٧. دراسة (محمد بدوي، ٢٠٢١)<sup>(١٢)</sup> توصلت إلى أهمية تطبيق صحافة الروبوت في المواقع الصحفية المصرية، لقدرتها على إنتاج وتقديم محتوى صحفي أكثر تميزاً من الذي يقدمه الصحفيين البشريين، وأكثر مصداقية منه لدي الجمهور، وتأثيرها الإيجابي على البعدين المهني والأخلاقي للعمل الصحفي، وأن موقع القاهرة ٢٤ 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 الآلات والبشر يؤكدون من واقع تجربتهم أنها علاقة تكاملية إلى حد كبير.

٨. دراسة (علياء رمضان، ٢٠٢١)<sup>(١٣)</sup> أشارت إلى أن صحافة الذكاء الاصطناعي سيكون لها فوائد كثيرة داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية حيث تخلق ثورة جديدة في صناعة الإعلام وتستطيع صحافة الذكاء الاصطناعي توفير المزيد من الوقت للقيام بالمهام المعقدة كما توصلت الدراسة إلى أن أكبر تهديدات الذكاء الاصطناعي للصحافة هو احتمال فقدان كثير من الصحفيين لعملهم، وهو ما جعل هناك بعض المخاوف من قبل الصحفيين من عدم استقرارهم الوظيفي في ظل صحافة الذكاء الاصطناعي ولها بعض المعوقات أنها لا تستطيع التفاعل مع القراء بالشكل الكافي، وأن صحافة الذكاء الاصطناعي لا تزال بحاجة لتطوير كبير حتى تكون قادرة على التعبير عن العمق والثراء والتعقيد الذي يميز الذكاء البشري.

٩. دراسة (غادة صقر، ٢٠٢١)<sup>(١٤)</sup>، أكدت نتائج الدراسة على تعدد العوامل التي تؤثر على عملية تحويل الصحافة الإلكترونية إلى صحافة ذكية. كما تعتبر الصحافة الإلكترونية نتيجة للتحول الرقمي الذي حدث في العالم. حيث يعتبر الذكاء الاصطناعي علم جديد بالنسبة للصحافة العربية، ويحتاج إلى المزيد من الدراسات المتخصصة في استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة.

١٠. دراسة (Emily Wilson, 2021)<sup>(١٥)</sup>، توصلت إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام يمكن أن يحسن من تحليل البيانات وتوجيه الرأي العام، ويساهم في تحسين تجربة المستخدم. ومع ذلك، تحذر الدراسة من التحديات التي تواجه استخدام هذه التقنيات مثل الأخلاقيات المهنية والخصوصية والسيطرة على البيانات.

١١. دراسة (Maria Rodriguez, 2020)<sup>(١٦)</sup>، توصلت الدراسة إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يثير تساؤلات أخلاقية حول الخصوصية والتحرير الصحفي وتأثيره على حقوق الأفراد. وتوصي الدراسة بوضع إطار عمل أخلاقي لاستخدام هذه التقنيات وضمان توازن بين التقدم التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية.

١٢. دراسة (Kim, J et al, 2020)<sup>(١٧)</sup>، أكدت أن غالبية عينة الدراسة رأيت أن المحتوى الإخباري الذي تم إنشاؤه بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي أسوأ بكثير من جودة المحتوى الذي تم إنتاجه بواسطة الصحفيين البشر. كذلك أشارت معظم عينة الدراسة إلى أن الفيديو الإخباري الذي تم إنشاؤه بواسطة الإنسان هو أكثر إبداعاً وابتكاراً وأكثر قابلية للملاحظة من الفيديو الإخباري الذي يتم إنتاجه بواسطة الذكاء الاصطناعي. في المقابل أشارت إلى أن هناك مخاوف لدى عينة الدراسة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري كمثال الاختراق الأمني، حدوث الأعطال الحاسوبية التي تؤثر على جودة العمل الصحفي.

١٣. دراسة (Saad Saad , Talat A. Issa, 2020)<sup>(١٨)</sup> أكدت أن جودة المحتوى الصحفي المنتج بواسطة الروبوتات أقل من جودة المحتوى المنتج بواسطة البشر. كما أشارت نتائج الدراسة فيما استهدفته من معرفة التأثيرات الناتجة عن تصورات الجمهور عن صحافة الروبوت وجودة المحتوى الصحفي للصحف الإلكترونية في مقابل المحتوى الذي يقدمه الصحفي البشري (الإنسان مقابل الذكاء الاصطناعي)، وأن مؤسسات الإعلام والاتصال الجماهيري تولي اهتماماً ملحوظاً بتقنيات الصحافة الآلية وكيفية استخدامها في المجال الإعلامي، لكن مازال هناك مخاوف تساورهم حول تأثيرات تلك التقنيات علي العنصر البشري، وهل هي قادرة علي أن تحتكر العديد من المهام البشريّة وتقلل منها؟، وهناك جانب آخر مهم يتعلق بمدى تأثير تلك التقنيات علي الجمهور وتصوراته عن جودة المحتوى الصحفي حيث أن طريقة الإنتاج تؤدي دوراً بارزاً في ذلك.

١٤. دراسة (Maswadi ,Nour Issa , 2020)<sup>(١٩)</sup>، كشفت النتائج أن الصحفيين الأردنيين يميلون إلي تشجيع استخدام صحافة الروبوت في المؤسسات الصحفية بشكل تدريجي تماشياً مع الاتجاه العام علي مستوى العالم وزيادة الاستثمار فيها، وتوصلت الي ان غالبية عينة الدراسة تري أن المحتوى الصحفي الذي تنتجه صحافة الروبوت أكثر دقة من ذلك الذي يكتبه البشر بأيديهم، ويرون أنها تمثل نقلة في موضوعية الصحافة وتأثيرها الايجابي علي الجمهور.

١٥. دراسة (Emily Davis, 2020)<sup>(٢٠)</sup>، توصلت الدراسة إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام يمكن أن يؤثر على أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي للمستخدمين. وتشير الدراسة إلى أن هناك حاجة لمزيد من البحوث لفهم تأثير هذه التقنيات على تفضيلات المستخدمين وسلوكهم.

١٦. دراسة (Michael Johnson, 2019)<sup>(٢١)</sup>، توصلت الدراسة إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام يمكن أن يساهم في تقليل التحيز الإعلامي وزيادة الموضوعية. ومع ذلك، تشير الدراسة أيضًا إلى ضرورة تواجدها المشرفين البشريين لضمان عدم تعرض النظام للتحيز أو الانحياز.

١٧. دراسة (Sarah Johnson, 2019)<sup>(٢٢)</sup>، توصلت الدراسة إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يمكن أن يؤدي إلى تحسين تجربة المستخدم وزيادة التفاعل مع المحتوى الإعلامي. ومع ذلك، تحذر الدراسة من أن هناك حاجة لتواجد الصحفيين البشريين للتأكد من الدقة والموضوعية في تقديم المعلومات.

١٨. دراسة (Ali, W., & Hassoun, M., 2019)<sup>(٢٣)</sup>، أوضحت الدراسة أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يثير قضايا مهنية وأخلاقية مثل: تفويض الإبداع وغياب الرقابة والتحيز والشفافية واستخدام البيانات وجودة البيانات، وتوصلت الدراسة فيما سعت إليه من وصف الدور الذي تؤديه التكنولوجيا في تجديد وتحديث الصحافة، وذلك بالتركيز على الذكاء الاصطناعي في تغيير الممارسات الصحفية، وتوصلت إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستعمل على تحسين عمل الصحفيين بدلاً من استبدالهم، وبالتالي فإن الذكاء الاصطناعي لا يشكل تهديداً للقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية.

١٩. دراسة (Smith John, 2018)<sup>(٢٤)</sup>، توصلت الدراسة إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يمكن أن يحسن من جودة المحتوى الإعلامي ويزيد من سرعة الإنتاج ودقة التحليل. ومع ذلك، تبين أن هناك تحديات أخلاقية تتعلق بالتأثير على حقوق الأفراد والتحرير الصحفي.

٢٠. دراسة (Jessica Thompson, 2017)<sup>(٢٥)</sup>، توصلت الدراسة إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار يمكن أن يزيد من كفاءة عملية إنتاج الأخبار وتحسين الدقة والسرعة. وتشير الدراسة أيضًا إلى أن هناك حاجة للصحفيين في مراقبة ومراجعة المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي.

### تعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال ما تم استعراضه من أدبيات ودراسات سابقة متعلقة بالصحافة في ظل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي الحديثة يمكن بلورة عدد من نقاط التوافق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة التي ساعدت الباحث في الوصول الى بعض العناصر التي ساهمت في توجيه الدراسة الحالية، ومن هذه النقاط:

١. تنوعت الدراسات السابقة في بحث استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وأكدت علي أهميته وحتمية استخدامه في مجال الإعلام والصحافة في تحسين وتطوير عمليات الإنتاج الإعلامي والصحفي. وتحليل وتصنيف البيانات الإعلامية، وتوليد المحتوى الآلي، وتحليل سلوك المستخدمين، وتحسين تجربة المستخدم، وتوجيه الإعلانات، وتحليل الأداء والتوقعات المستقبلية.

٢. تطرقت الدراسات السابقة الي ان استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام يمكن أن يؤثر على أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي للمستخدمين. واثارت عدد من التحديات الأخلاقية المتعددة التي يطرحها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، مثل قضايا الخصوصية والتحرير الصحفي والجودة والموضوعية وضمان النتائج الموثوقة.

٣. أشارت الدراسات السابقة إلى الحاجة إلى التوازن بين الاستفادة من هذه التقنيات والاهتمام بالقضايا الأخلاقية وضمان الجودة والموضوعية في الصحافة. يجب أن يكون هناك تفهم لحدود وتحديات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وضرورة وجود إشراف بشري لضمان النتائج الموثوقة والملائمة.

٤. أوصت الدراسات السابقة بمزيد من البحوث والتحليلات لتحديد كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بطرق مستدامة ومسؤولة في مجال الإعلام والصحافة والحاجة إلى التوازن بين الاستفادة من هذه التقنيات والاهتمام بالقضايا الأخلاقية وضمان الجودة والموضوعية في الصحافة.

٥. اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في رصد اشكاليات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين عينة الدراسة والأداة المستخدمة حيث تم استخدام أداه الاستبيان اضافة الى المتغيرات التي اعتمدت عليها الدراسة.

٦. استفاد الباحث من الدراسات السابقة من الناحية المنهجية والنظرية في تحديد الإطار المنهجي والنظري للدراسة الحالية بالإضافة الى المساعدة في بلورة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها ومناقشة النتائج وتحليلها، وتعزيز مصداقية بعض نتائجها من خلال مقارنتها بالنتائج الواردة في بعض الدراسات السابقة.

## الإطار النظري للدراسة

### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يقوم المنظور الخاص بنظرية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيسيتين وهما كالتالي<sup>(٢٦)</sup>:

**الأهداف:** هناك أهداف للأفراد والجماعات والمنظمات يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال المختلفة التي يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات والعكس بالعكس.

**المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى مصادر مختلفة لتحقيق أهدافهم وتقوم وسائل الإعلام بثلاث أدوار حيال المعلومات: أولها جمع المعلومات ثم تنسيقها وتنقيحها، وأخرها نشر وتوزيع المعلومات، ويستخدم ديجلير، وروكتيش مفهوم المعلومات للإشارة إلى الرسائل الإعلامية. حيث أن مفهوم المعلومات يتسع ليشمل كل الرسائل التي تبثها أو تذيعها وسائل الإعلام، ويكون لها تأثير على الطريقة التي يفكر بها الناس ويشعرون ويتصرفون بواسطتها.

### فروض النظرية وتأثيراتها المحتملة:

يمكن تلخيص فرضيات النظرية هذه النظرية على النحو التالي: أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي، والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير وبالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك، ومعارف، ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع، ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى الثلاثية بين وسائل الاتصال، والجمهور، والمجتمع<sup>(٢٧)</sup>.

### وتقوم نظرية الاعتماد على عدة افتراضات

-تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، حيث أنه كلما زادت درجة عدم استقرار المجتمع كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لعدم وجود قنوات بديلة للحصول على المعلومات<sup>(٢٨)</sup>.

-قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

-تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع على وسائل الإعلام إيجاباً وسلباً وهي التي تحدد خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن الأهداف والموارد والتنظيم، والبناء، والعلاقات المتبادلة، وتتحكم هذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد الوسائل

الإعلامية المتاحة، ودرجة مركزيتها، ويؤثر ذلك بالتالي على الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها تحديد السياسات. كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأفراد، ويساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية، والفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية، ويعمل النظام الاجتماعي أيضا على خلق حاجات للأفراد مثل الفهم، والتوجيه والتسليّة<sup>(٢٩)</sup>.

-العلاقة التي بين نظام وسائل الإعلام والنظام السياسي والنظام الاجتماعي "علاقة تبعية بنائية" لأنها تتعلق بأنماط متكررة للاعتماد المتبادل بين وحدات التحليل الكبيرة وهي في هذه الحالة النظم الاجتماعية<sup>(٣٠)</sup>.

-كلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات، أي تغيير اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي، وتختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة، و تبعًا لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتمادًا على وسائل الإعلام<sup>(٣١)</sup>.

-تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقبل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام<sup>(٣٢)</sup>.

**الاستفادة من توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة الحالية:** بشكل عام تم توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كنظرية أساسية مؤطرة للدراسات الإعلامية الجديدة التي تدرس دور وسائل ووسائط الإعلام الرقمي وأثارها على الفرد والمجتمع في القضايا المختلفة، وذلك لعدة أسباب أبرزها أنها تعد من أبرز النظريات المفسرة لعمل وسائل الإعلام الرقمي بطريقة شمولية تتناول الوظائف والأدوار، والحاجات والأهداف، والتأثيرات المعرفية، والاتجاهية والسلوكية، وعلاقة النظام، والمؤسسات الأخرى بوسائل الإعلام. كما تشرح النظرية دور تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي كقناة اتصال تخدم المؤسسات الصحفية، وتحقق أهداف العمل الصحفي، وتعد النظرية من أنسب النظريات التي تقيس التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام لدراسة مدى استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي في عمل الصحفيين المصريين. ومدى اعتمادهم عليها في المؤسسات الصحفية، ودوافع وأهداف ذلك الاعتماد وتأثير ذلك الاعتماد على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية.

### الإطار المنهجي للدراسة

**نوع الدراسة:** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظواهر الاجتماعية، ودراسة خصائص مجموعة معينة أو موقف معين<sup>(٣٣)</sup>. وذلك من أجل التعرف على إشكاليات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من وجهة نظر الصحفيين المصريين.

**منهج الدراسة:** اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي الذي يعد من المناهج الرئيسية في البحوث الإعلامية، فيعد منهج المسح جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وتوصيف للظاهرة الإعلامية، ويوفر هذا المنهج تحديد علمي لأثر المتغير المستقل (استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي) على المتغير التابع (العمل الصحفي) وتفسيره وتحليله.

#### مجالات الدراسة وحدودها:

١. تم تطبيق صحيفة الاستقصاء على الصحفيين المصريين العاملين بالمؤسسات الصحفية (القومية، الحزبية، الخاصة).
  ٢. الحدود الموضوعية: تمثل في التعرف على إشكاليات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- مجتمع الدراسة:** تمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين المصريين العاملين بالمؤسسات الصحفية المختلفة (القومية، الحزبية، الخاصة).
- عينة الدراسة:** أجريت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة بلغت (١٥٠) مفردة من الصحفيين المصريين بالمؤسسات الصحفية المصرية (القومية، الحزبية، الخاصة)، وفيما يلي خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١) خصائص عينة الدراسة

الإجمالي		البيانات الشخصية
ك	%	
108	72	نذكر
42	28	أنثى
150	100	الإجمالي
78	52	أقل من ٣٠ عاماً
42	28	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ عام
21	14	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ عام
9	6	من ٥٠ فأكثر
150	100	الإجمالي
72	48	أقل من ثلاث سنوات
57	38	من ٣ سنوات إلى أقل من ١٠ سنوات
15	10	من ١٠ سنوات فأكثر
6	4	من ٢٠ سنة فأكثر
150	100	الإجمالي
81	54	خاصة
48	32	قومية
21	14	حزبية
150	100	الإجمالي



إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار  
والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية

الإجمالي		البيانات الشخصية
ك	%	
51	34	محرر صحفي
45	30	رئيس قسم
30	20	مدير تحرير
12	6	رئيس تحرير
6	4	نشر رقمي
6	4	إخراج صحفي وأعمال الجرافيك
150	100	الإجمالي

**أداة جمع البيانات:** تم استخدام الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات، وباعتبارها أداة من أدوات الحصول على البيانات والمعلومات والحقائق المرتبطة بواقع معين، وقام الباحث بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وتحديد مشكلة الدراسة وأهميتها بتصميم استمارة استبيان لتحقيق أهداف الدراسة وقياس فروضها، شملت الاستمارة محورين أساسيين أحدهما لقياس مدى الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، والمحور الثاني: تناول الإشكاليات التي يثيرها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وقد تم تحكيمها<sup>[\*]</sup>.

**اختبار الصدق والثبات:**

أ- اختبار الصدق: يعنى أن الأداة (المقياس أو الاختبار) تبدو بوضوح على أنها تقيس الموضوع الذي صممت لقياسه، وأن مضمون الأداة يبدو أنه يتفق تماماً مع الغرض منه، وقد تم قياس صدق الأداة من خلال ما يأتي:

– فحص بالغ الدقة لأداة جمع البيانات من حيث المحتوى والصيغة اللغوية، بحيث تكون لغة البنود الأسئلة ومحتواها والاستجابات عليها تبدو أنها تقيس الموضوع المراد قياسه وتكون مقبولة وواضحة للمتخصصين والمفحوصين على السواء.

– عرض الاستمارة على عدد من المحكمين المتخصصين من ذوي الصلة بالمشكلة البحثية من أساتذة الجامعات؛ للتأكد من أن أسئلة الاستبيان تحقق أهداف الدراسة وأنها تقيس ما أعدت لقياسه بالفعل، والتأكد من صدقها وصلاحيتها.

– تم تعديل بعض الأسئلة من حيث الحذف والإضافة طبقاً لآراء بعض السادة المحكمين، ثم صياغة استمارة الاستبيان في صورتها النهائية، وقام الباحث بإجراء التعديلات والتغييرات اللازمة تبعاً لملاحظاتهم لتكون الاستمارة قابلة للتطبيق.

ب- اختبار الثبات: ومعناه أن تكرار تطبيق الاستبيان على نفس وحدة التحليل يؤدي إلى التوصل لنفس النتيجة بصرف النظر عن الباحث الذي يقوم بتطبيق تلك الأداة، وقد اعتمد الباحث على أسلوب تطبيق الاستمارة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى Test-Re-Test بعد فترة زمنية مدتها ١٥ يوماً؛ وذلك من خلال توزيع الاستبيان مرة أخرى على عينة تبلغ ١٥ مفردة من عينة الدراسة بواقع ١٠% من إجمالي العينة وتحليلها، وقد حققت النتيجة نسبة توافق أكثر من ٨٠%.

### المعالجة الإحصائية للبيانات

استعان الباحث ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة التحليلية، واستخدمت المقاييس والاختبارات الإحصائية التالية.

١. التكرارات والنسب المئوية. والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

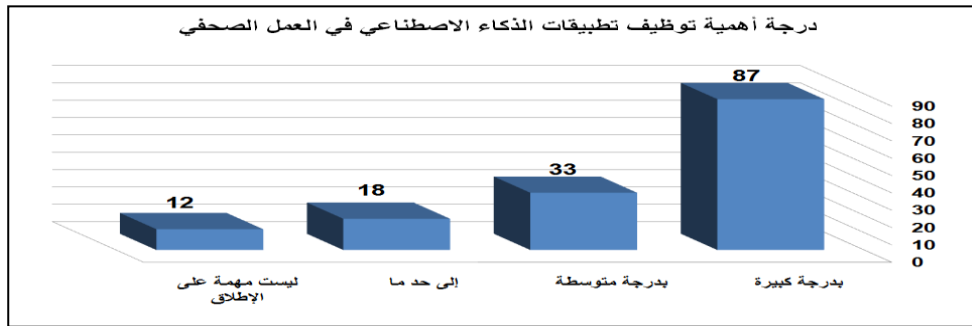
٢. معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient).

٣. اختبار Ttest لدلالة الفروق بين متغيرات الدراسة في حالة المتغيرات الثنائية.

٤. تحليل التباين الأحادي (One- Way ANOVA).

### نتائج الدراسة الميدانية:

▪ درجة أهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي



### شكل رقم (١) درجة أهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

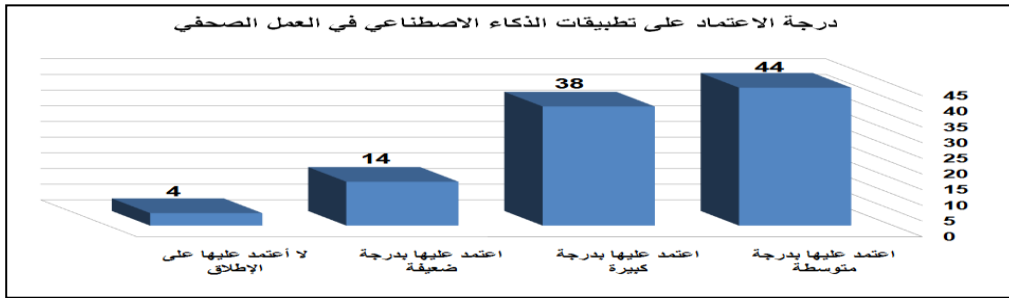
- اتفقت غالبية عينة الدراسة من الصحفيين المصريين على أهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي "بدرجة كبيرة" في المرتبة الأولى بنسبة (٨٧%)، تلتها في المرتبة الثانية "بدرجة متوسطة" بنسبة (٣٣%)، ثم "إلى حد ما" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٨%)، وأخيراً جاءت "ليست مهمة على الإطلاق" في المرتبة الرابعة بنسبة (١٢%)،

- ويمكن تفسير هذه النتيجة كون عينة الدراسة صحفيين ذوي خبرة واسعة وممارسين للعمل الصحفي، ويمتلكون الوعي والمعرفة الكافية بأهمية توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار  
والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية

-تتفق النتائج مع دراسة (محمود عبداللطيف، ٢٠٢١) (٣٤) التي أكدت على أن هناك وعي كبير من قبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية بأدوات (تطبيقات) الذكاء الاصطناعي وكيفية استخدام البعض منها في مجال صناعة الصحافة.

■ درجة الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي



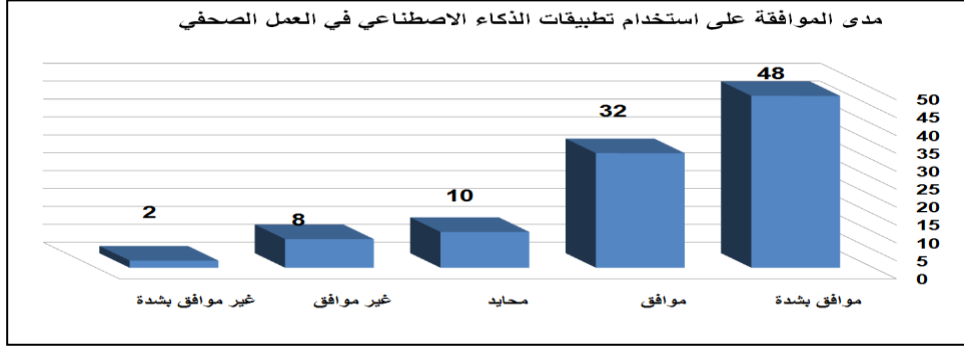
شكل رقم (٢) درجة الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

-تظهر النتائج أن غالبية الصحفيين المصريين - عينة الدراسة- يعتمدون على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وإن تفاوتت درجة هذا الاعتماد، حيث جاءت في المرتبة الأولى "اعتمد عليها بدرجة متوسطة" بنسبة (٤٤%)، تلتها في المرتبة الثانية "اعتمد عليها بدرجة كبيرة" بنسبة (٣٨%)، ثم "اعتمد عليها بدرجة ضعيفة" بنسبة (١٤%)، وأخيراً "لا أعتمد عليها على الإطلاق" بنسبة (٤%).

-وتشير النتائج إلى حرص الصحفيين المصريين علي استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، في إطار حرص المؤسسات الصحفية على تبني تقنيات التحول الرقمي والاعتماد على الوسائل الحديثة في مساندة التطورات التقنية والتكنولوجية التي يشهدها العالم وتطويراً لأليات العمل الصحفي وكذلك احتياجات الجمهور.

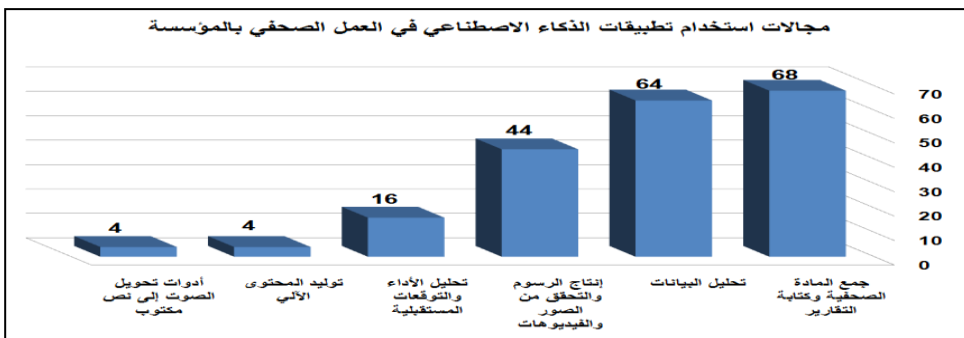
### ■ مدى الموافقة على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي



شكل رقم (٣) مدى الموافقة على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي  
توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

- أن (٤٨%) من عينة الدراسة يوافقون على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، حيث جاءت في المرتبة الأولى "موافق بشدة"، تلتها في المرتبة الثانية، "موافق" بنسبة (٣٢%)، ثم في المرتبة الثالثة "محايد" بنسبة (١٠%)، تليها "غير موافق" في المرتبة الرابعة بنسبة (٨%)، وأخيراً "غير موافق بشدة" بنسبة (٢%). ولعل نسبة المؤيدين لاستخدام تلك التقنيات يؤكد وعي وإدراك الصحفيين المصريين لأهمية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم وتعظيم الاستفادة منها تقليلاً للوقت والجهد وهو ما يعد مؤشراً جيداً على مدى الاستعداد لتقبل هذه التكنولوجيا واستخدامها بالعمل الصحفي.

### ■ مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بالمؤسسة



شكل رقم (٤) مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بالمؤسسة

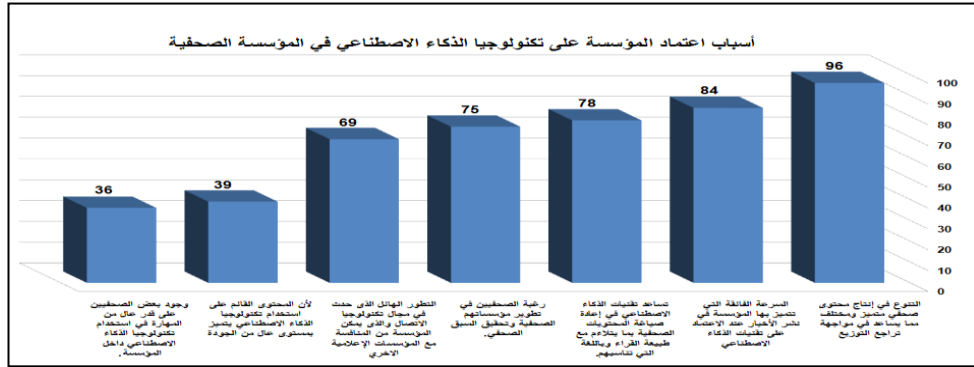
إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار  
والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية

توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

– جاءت "جمع المادة الصحفية وكتابة التقارير" في المرتبة الأولى لأكثر مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بالمؤسسات الصحفية المصرية بنسبة (٦٨%)، تلتها في المرتبة الثانية "تحليل البيانات" بنسبة (٦٤%)، ثم "إنتاج الرسوم والتحقق من الصور والفيديوهات" في المرتبة الثالثة بنسبة (٤٤%)، يليه "تحليل الأداء والتوقعات المستقبلية" في المرتبة الرابعة بنسبة (١٦%)، ثم "أدوات تحويل الصوت إلى نص مكتوب" بنسبة (٤%) وأخيراً "توليد المحتوى الآلي" بنسبة (٤%)، ويرى الباحث أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد طورت التقنيات الخاصة بالعمل الصحفي في كافة خطوات الجمع والتحرير والتحليل والكتابة الصحفية، ولولا تلك التقنيات ما تمكنت الصحف من القدرة على المنافسة مع الوسائل الإعلامية الأخرى خاصة بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي قد استحوذت على جانب كبير من المتابعين للوسائل التقليدية، ولو لم تقم الصحف بمسايرة الواقع واستخدام التكنولوجيا بالشكل المناسب لما أمكنها من الصمود أمام هذا الغزو الكبير من قبل الوسائل التقنية الحديثة. وهو ما يؤكد على ضرورة العمل على تطوير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية لتحقيق الاستفادة المثلى من هذه التقنيات التي من شأنها المساهمة في تطوير العمل الصحفي بشكل كبير.

– تتفق النتائج مع دراسة (محمد عبد الحميد، ٢٠٢٢) (٣٥) التي أشارت إلى تعدد تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمل الصحفي، منها: تقنيات التحقق من الصور والفيديوهات، وتقنيات إنتاج المحتوى الصحفي، وتقنيات التحقق الجغرافي من مواقع التقاط الصور، أدوات تحويل الصوت إلى نص مكتوب.

■ أسباب اعتماد المؤسسة على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسة الصحفية

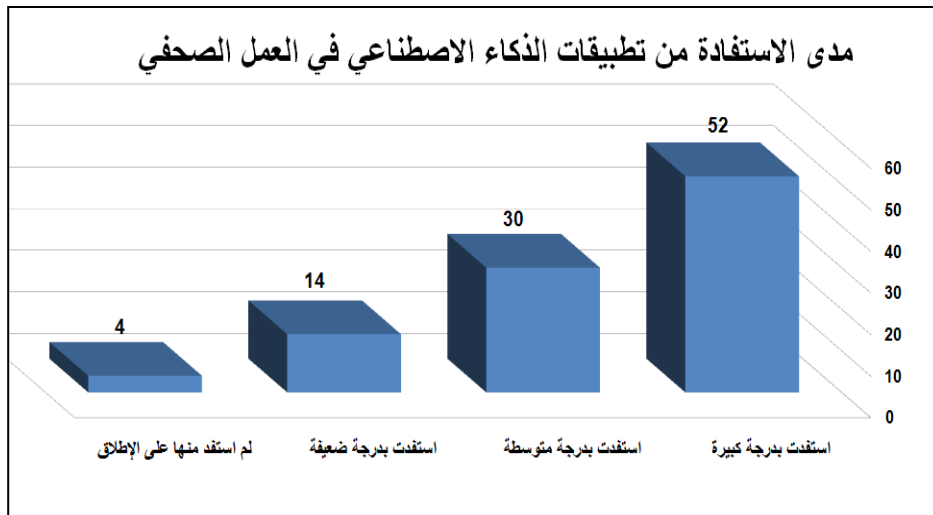


شكل رقم (٥) أسباب اعتماد المؤسسة على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسة الصحفية

توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

- جاء "التنوع في إنتاج محتوى صحفي متميز ومختلف مما يساعد في مواجهة تراجع التوزيع" في مقدمة أسباب عينة الدراسة من الصحفيين في اعتماد المؤسسات الصحفية على تقنيات الذكاء الاصطناعي وحصل على المرتبة الأولى بنسبة (96%)، تليها "السرعة الفائقة التي تتميز بها المؤسسة في نشر الأخبار عند الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي" في المرتبة الثانية بنسبة (84%)، ثم "تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في إعادة صياغة المحتويات الصحفية بما يتلاءم مع طبيعة القراء وباللغة التي تناسبهم" بنسبة (78%)، يليها "رغبة الصحفيين في تطوير مؤسساتهم الصحفية وتحقيق سبق صحفي" بنسبة (75%)، ثم "التطور الهائل الذي حدث في مجال تقنيات الذكاء الاصطناعي والذي يمكن المؤسسة من المنافسة مع نظائرها من المؤسسات الإعلامية" بنسبة (69%)، يليها "لأن المحتوى القائم على استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي يتميز بمستوى عال من الجودة" بنسبة (39%)، وأخيراً "وجود بعض الصحفيين على قدر عال من المهارة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسة" بنسبة (36%). وتؤكد النتائج على أهمية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في كافة مراحل العمل الصحفي وقدرته على تحقيق التنوع والتميز بالمحتوى الصحفي، فضلاً عن تحقيق سبق صحفي وسرعة في نشر الأخبار، بالإضافة إلى أهميته في تحقيق رغبة الصحفيين المصريين-عينة الدراسة- في تطوير مؤسساتهم الصحفية.

#### ■ مدى الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي



شكل رقم (٦) مدى الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

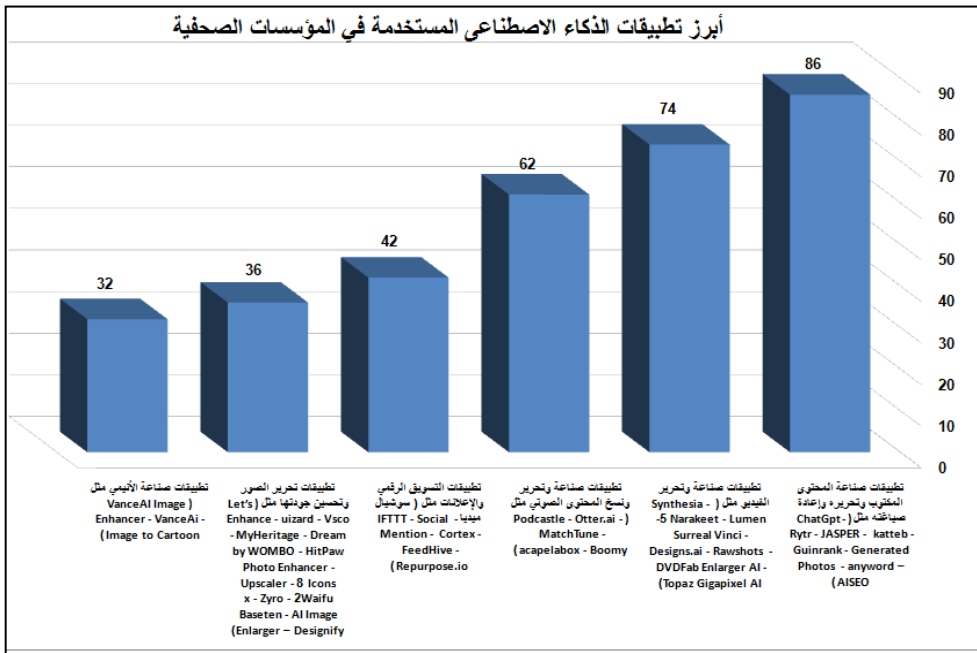
إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار  
والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية

توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

– أن غالبية الصحفيين المصريين-عينة الدراسة- أكدوا على استفادتهم من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، حيث جاءت عبارة "استفدت بدرجة كبيرة" في المرتبة الأولى بنسبة (٥٢%)، تلتها "استفدت بدرجة متوسطة" في المرتبة الثانية بنسبة (٣٠%)، ثم "استفدت بدرجة ضعيفة" بنسبة (١٤%)، وأخيراً جاءت عبارة "لم استفد منها على الإطلاق" بنسبة (٤%).

–ويرى الباحث أن الاستفادة المثلى لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي تكمن في التعامل مع البيانات الضخمة، وفي زيادة جودة المنتج الصحفي بإثرائه بالخلفيات والمعلومات الموثقة، لأن التقنيات التي توفرها صحافة الذكاء الاصطناعي قادرة وبشكل سهل وسريع على التعامل مع الضخ الكبير للمعلومات وكذلك التعمق في الخلفيات المعلوماتية الموثقة التي لها صلة بالمادة الصحفية التي يتم تحريرها، الأمر الذي يصعب على الصحفي البشري أن يؤديه، وذلك لمحدودية الوقت المتاح له؛ كما ويمكن الاستفادة من توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من خلال استخراج البيانات وتحسين البحث واختيار الموضوعات وشخصنة تجربة المستخدم وفهم ردود الفعل البشرية وتعليقات الجمهور وكتابة النصوص الإخبارية ومكافحة الأخبار المزيفة.

■ أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المؤسسات الصحفية



شكل رقم (٧) أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المؤسسات الصحفية

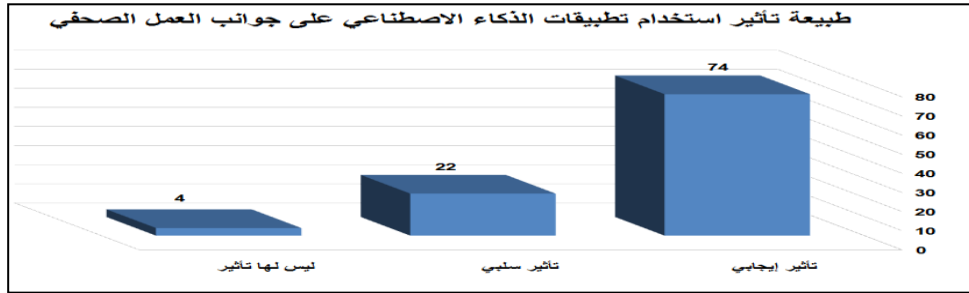
توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

-أشار غالبية الصحفيين المصريين -عينة الدراسة- إلى تصدر "تطبيقات صناعة المحتوى المكتوب وتحريره وإعادة صياغته" أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مؤسساتهم الصحفية وجاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٨٦%)، تلتها تطبيقات صناعة وتحريرو الفيديو" في المرتبة الثانية بنسبة (٧٤%)، تلتها في المرتبة الثالثة "تطبيقات صناعة وتحريرو ونسخ المحتوى الصوتي" بنسبة (٦٢%)، ثم في المرتبة الرابعة "تطبيقات التسويق الرقمي والإعلانات" بنسبة (٤٢%)، يليها "تطبيقات تحرير الصور وتحسين جودتها" في المرتبة الخامسة بنسبة (٦٣%)، تلتها وأخيراً جاءت "تطبيقات صناعة الأنيمي" بنسبة (٣٢%).

-وتؤكد النتائج في مجملها إلى تعدد أوجه استفادة الصحفيين -عينة الدراسة- من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي والاستعانة بها في مختلف مراحل العمل الصحفي بدءاً من صناعة المحتوى وتحريره وإعادة صياغته، إلى صناعة وتحريرو الفيديو وكذلك الاستعانة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي والإعلانات كمصدر مالي هام للمؤسسات الصحفية. وأخيراً استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الصور وصناعة الأنيمي.

-تتفق النتائج مع دراسة (محمود عبداللطيف، ٢٠٢١)<sup>(٣٦)</sup> التي أشارت إلى أن هناك العديد من تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها في إنتاج وتحريرو ونشر أو بث المحتوى الصحفي في الصحف المصرية، من أهمها: إنتاج الأخبار القصيرة بشكل آلي، التصحيح الإملائي والنحوي والأسلوبي، فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق واكتشاف الأخبار الزائفة، تحويل النصوص إلى فيديوهات تلخص الحدث، ترجمة الفيديوهات والنصوص إلى أكثر من لغة، تصميم وإخراج وطباعة الصحيفة.

#### ■ طبيعة تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جوانب العمل الصحفي



شكل رقم (٨) طبيعة تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جوانب العمل الصحفي

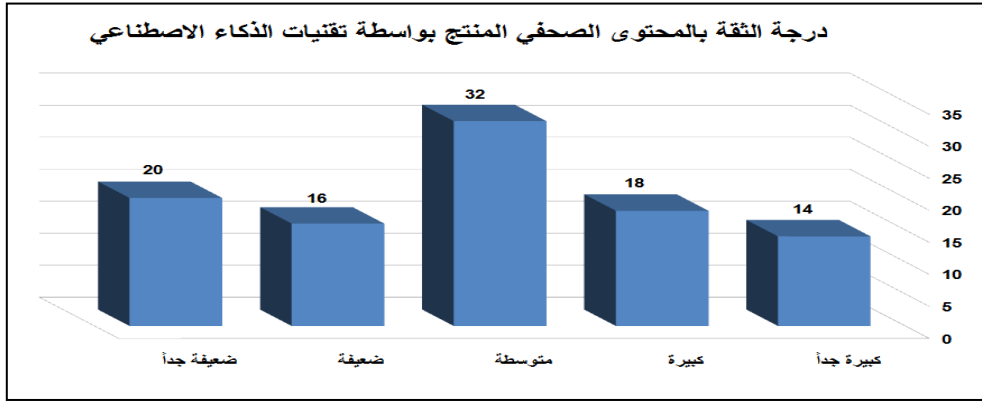


توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

- يرى غالبية الصحفيين المصريين-عينة الدراسة- أن تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جوانب العمل الصحفي "تأثير إيجابي" وجاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٧٤%)، يليها "تأثير سلبي" بنسبة (٢٢%)، وأخيراً "ليس لها تأثير" بنسبة (٤%).

- ويرى الباحث أن أنه على الرغم من إيجابية رؤية الصحفيين -عينة الدراسة- تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جوانب العمل الصحفي، إلا أن هناك تأثيرات سلبية عبر عنها بعض الصحفيين والتي يمكن ردها إلى المخاوف من تقليص المحررين الصحفيين من البشر كأحد أهم التأثيرات السلبية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في العملية التحريرية وأن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل وفق خوارزميات بشكل آلي مما يقلل الحاجة إلى التدخل البشري، فضلاً عن تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الفنون الصحفية التقليدية وما يقتضيه ذلك ظهور أساليب جديدة في الكتابة متناغمة مع التواصل عبر الشاشات المرتبطة بالإنترنت والويب، حتى لا تفقد الصحافة فعاليتها وقدرتها على إنتاج محتوى متنوع قادر على مجاراة المحتوى الراجح عبر منصات التواصل الاجتماعي، والذي تهيمن فيه الوسائط المتعددة وسهولة التلقي وجاذبية التفاعل وإمكانية التمرير وإعادة الاستخدام.

#### ■ درجة الثقة بالمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي



#### شكل رقم (٩) درجة الثقة بالمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي

توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

-متوسطة درجة الثقة بالمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي من جانب الصحفيين المصريين-عينة الدراسة- حيث جاءت درجة الثقة "متوسطة" في المرتبة الأولى بنسبة (٣٢%)، يليها درجة الثقة "ضعيفة جداً" في المرتبة الثانية بنسبة (٢٠%)، ثم

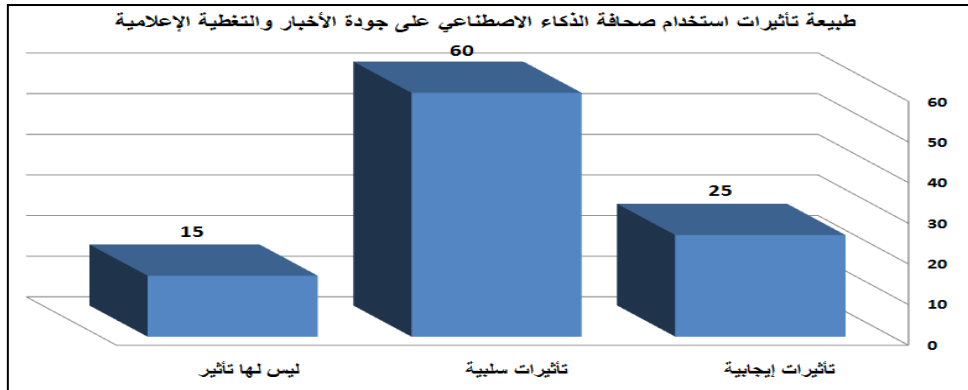
إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار  
والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية

درجة الثقة "كبيرة" بنسبة (١٨%)، يليها درجة الثقة "ضعيفة" بنسبة (١٦%)، وأخيراً جاءت درجة الثقة "كبيرة جداً" بنسبة (١٤%)

-وفي ضوء متوسطة درجة الثقة من المحتوى الصحفي المنتج بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي، يرى الباحث أهمية تعزيز سبل توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وتوفير الإمكانيات اللازمة لهذا النوع الجديد من الصحافة، وتدريب الصحفيين، باعتبار ذلك العمود الفقري لإنجاح العملية الصحفية، فدون توفر الأدوات اللازمة لا يمكن الاستفادة من الامتيازات التي توفرها صحافة الذكاء الاصطناعي، كما أن هذه الأدوات تحتاج الصحفيين الذين يجيدون التعامل مع هذه التقنيات وتوظيفها لتقديم أشكال صحفية جديدة.

-تشير النتائج الي ضرورة الحاجة إلى التوازن بين الاستفادة من هذه التقنيات والاهتمام بالقضايا الأخلاقية وضمان الجودة والموضوعية في الصحافة. ويجب أن يكون هناك تفهم لحدود وتحديات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وضرورة وجود إشراف بشري لضمان النتائج الموثوقة والملائمة.

■ رؤية المبحوثين لطبيعة تأثيرات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية



شكل رقم (٩) رؤية المبحوثين لطبيعة تأثيرات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية

توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

-يرى غالبية الصحفيين المصريين-عينة الدراسة- أن طبيعة تأثيرات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية جاءت "سلبية" في المرتبة الأولى بنسبة (٦٠%)، يليها "تأثير إيجابي" بنسبة (٢٥%)، وأخيراً " ليس لها تأثير" بنسبة (١٥%).

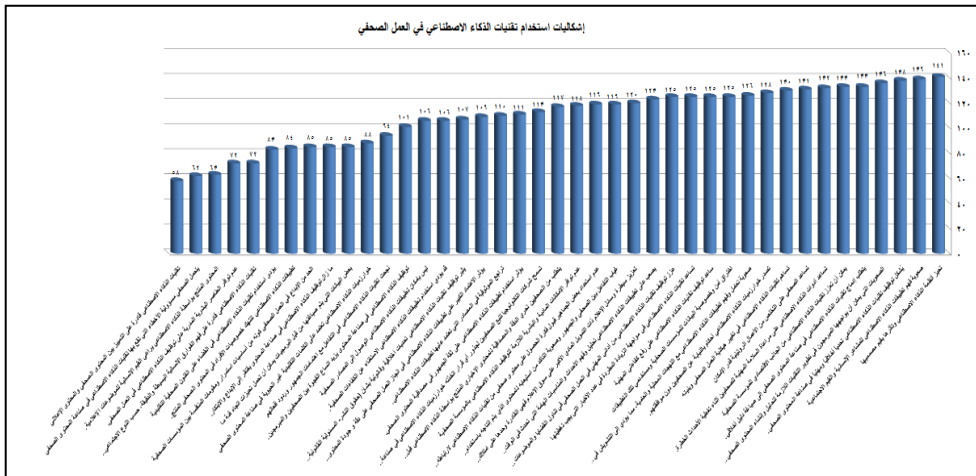
إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار  
والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية

-ويرى الباحث أن أنه على الرغم من إيجابية رؤية الصحفيين –عينة الدراسة- تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جوانب العمل الصحفي، إلا أن هناك تأثيرات سلبية عبر عنها بعض الصحفيين فيما يتعلق بجودة الأخبار ومصداقيتها ودقتها.

-تتفق النتائج مع دراسة (Saad Saad , Talat A. Issa, 2020)<sup>(٣٧)</sup> أشارت إلى أن جودة المحتوى الصحفي المنتج بواسطة الروبوتات أقل من جودة المحتوى المنتج بواسطة البشر.

-تتفق النتائج مع دراسة (Kim, J et al, 2020)<sup>(٣٨)</sup> حيث أشارت أن المحتوى الإخباري الذي تم إنشاؤه بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي أسوأ بكثير من جودة المحتوى الذي تم إنتاجه بواسطة الصحفيين البشر. وأن الفيديو الإخباري الذي تم إنشاؤه بواسطة الإنسان هو أكثر إبداعاً وابتكاراً وأكثر قابلية للمشاهدة من الفيديو الإخباري الذي يتم إنتاجه بواسطة الذكاء الاصطناعي.

■ الإشكاليات التي يثيرها تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي



شكل رقم (١٠) الإشكاليات التي يثيرها تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

-جاءت عبارة "تحيز أنظمة الذكاء الاصطناعي وتأثيرها بقيم مصمميها" في مقدمة الإشكاليات التي يثيرها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (١٤١)، يليها "صعوبة فهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي للمشاعر الإنسانية والقيم الاجتماعية" بمتوسط حسابي بلغ (١٣٩)، ثم "يُشكل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي تحدياً أخلاقياً ومهنياً في صناعة المحتوى الصحفي" بمتوسط حسابي بلغ (١٣٨)، يليها "الصعوبات التي يمكن أن يواجهها المبرمجون في تطوير التقنيات اللازمة

لتحليل وإنشاء المحتوى الصحفي نتيجة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي "بمتوسط حسابي بلغ (١٣٦)، ثم كلاً من "يتطلب إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الصحفي إلى صياغة دليل أخلاقي" و"يمكن أن تعزز تقنيات الذكاء الاصطناعي من الجانب الاقتصادي للمؤسسة الصحفية" بمتوسط حسابي بلغ (١٣٣) لكل منهما، يليها "تساعد أدوات الذكاء الاصطناعي على مراعاة السلامة المهنية للصحفيين أثناء تغطية الأحداث الخطرة" بمتوسط حسابي بلغ (١٣٢)، ثم "تساعد الصحفي على التخلص من الأعمال الروتينية قدر الإمكان" بمتوسط حسابي بلغ (١٣١)، يليها "تساهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغيير هيكلية العمل الصحفي وبنيته" بمتوسط حسابي بلغ (١٣٠).

-وبشكل عام ووفقاً للنتائج يمكن القول أنه على الرغم من إيجابيات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في رفع الكفاءة المهنية للصحفيين، ومساعدتهم في مواجهة الزيادة المطردة في عدد الأخبار التي يجب تغطيتها، وتعزيزه من أدائهم المهني في تناول القضايا والموضوعات المختلفة، وفي التفاعل مع اهتمامات الجمهور وردود أفعالهم. إلا أن هناك عدد من الإشكاليات التي يثيرها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من الناحية المهنية أبرزها: صعوبة فهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي للمشاعر الإنسانية والقيم الاجتماعية، إلى جانب صعوبة تعامل وفهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع اللهجات المحلية والعامية، مما يؤدي إلى التشويش في المعنى وفقدان الموضوعية في التغطية الإخبارية. كما يصعب على تطبيقات الذكاء الاصطناعي تحليل وفهم الأحداث والمناسبات الهامة التي تحدث في الوقت الحالي، مما يؤثر على جودة التغطية الإخبارية. فضلاً عن غياب التفاعل بين الصحفي والجمهور وصعوبة التأكد من استيعابه للمحتوى الذي يتم إنتاجه باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. ويؤثر كذلك على ثقة الجمهور في مصداقية المحتوى الصحفي. فليس بإمكان تطبيقات الذكاء الاصطناعي الوصول إلى المصادر الصحفية، وما زال توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى يفتقر إلى الإبداع والابتكار.

-تتفق النتائج كذلك مع دراسة (Ali, W., & Hassoun, M., 2019)<sup>(٣٩)</sup> حيث أشارت إلى أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة يثير قضايا مهنية وأخلاقية مثل: تفويض الإبداع وغياب الرقابة والتحيز والشفافية واستخدام البيانات وجودة البيانات.

-تتفق النتائج مع دراسة (علياء رمضان، ٢٠٢١)<sup>(٤٠)</sup> التي أشارت إلى أن من معوقات صحافة الذكاء الاصطناعي أنها لا تستطيع التفاعل مع القراء بالشكل الكافي.

-تختلف النتائج جزئياً مع دراسة (Maswadi, Nour Issa, 2020)<sup>(٤١)</sup> حيث كشفت عن تصورات لدى الصحفيين الأردنيين -عينة الدراسة- في أن المحتوى الصحفي الذي تنتجه صحافة الروبوت أكثر دقة من ذلك الذي يكتبه البشر بأيديهم، ويرون أنها تمثل نقلة في موضوعية الصحافة وتأثيرها الإيجابي على الجمهور.

-تختلف النتائج جزئياً مع دراسة (محمد بدوي، ٢٠٢١)<sup>(٤٢)</sup> التي أشارت إلى أهمية تطبيق صحافة الروبوت في المواقع الصحفية المصرية، لقدرتها على إنتاج وتقديم محتوى صحفي أكثر تميزاً من الذي يقدمه الصحفيين البشريين، وأكثر مصداقية منه لدى الجمهور، وتأثيرها الإيجابي على البعدين المهني والأخلاقي للعمل الصحفي، والتأكيد على أن العلاقة بين الآلات والبشر علاقة تكاملية إلى حد كبير في العمل الصحفي.

-أما على الصعيد الإشكاليات الأخلاقية التي يثيرها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي فعلى الرغم من مساعدتها مراعاة السلامة المهنية للصحفيين أثناء تغطية الأحداث الخطرة. وقدرتها على التمييز بين المحتوى الصحفي والمحتوى الإعلاني، إلا أنها تشير إلى تعدد الإشكاليات الأخلاقية التي تثيرها هذه التطبيقات في بيئة العمل الصحفي لعل أبرزها: تحيز أنظمة الذكاء الاصطناعي وتأثيرها بقيم مصمميها، وتشكيلها تحدياً أخلاقياً ومهنياً ويتطلب دمجها في صناعة المحتوى الصحفي إلى صياغة دليل أخلاقي. فضلاً عن تسببها في اختراق أمن وخصوصية البيانات للمؤسسات الصحفية ومستخدمي تلك التطبيقات ومن ثم عدم استعداد البعض من الجماهير لقبول فكرة الحصول على محتوى صحفي من تقنيات الذكاء الاصطناعي لارتباطه بمخاوف الخصوصية والأمان.

-تتفق النتائج مع دراسة<sup>(٤٣)</sup> (Kim, J et al, 2020) والتي أشارت كذلك إلى وجود مخاوف من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري مثل الاختراق الأمني، حدوث الأعطال الحاسوبية" التي تؤثر على جودة العمل الصحفي.

-تتفق النتائج مع دراسة (هند عبدالمعطي، ٢٠٢١)<sup>(٤٤)</sup> التي أشارت إلى أنه يمكن للصحفي استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي أثناء الكوارث والأزمات لتأمين حياته، وتوفير وقته وجهده، ومراقبة أماكن صعب الوصول إليها.

-أما على صعيد الإشكاليات التي يثيرها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي على المستوى التنظيمي والمؤسسي، فعلى الرغم من أن تقنيات الذكاء الاصطناعي بإمكانها أن تعزز من الجانب الاقتصادي للمؤسسة الصحفية، ومساهمتها في تغيير هيكلية العمل الصحفي وبنيته، إلا أنها تثير العديد من الإشكاليات لعل أبرزها:

-عدم توافر الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالمؤسسة الصحفية، كما أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي يثير عدداً من التحديات الأخلاقية والقانونية بشأن (حقوق النشر- المسؤولية القانونية عن المحتوى غير الدقيق)، فضلاً عن إمكانية استغناء المؤسسات عن الكفاءات الصحفية.

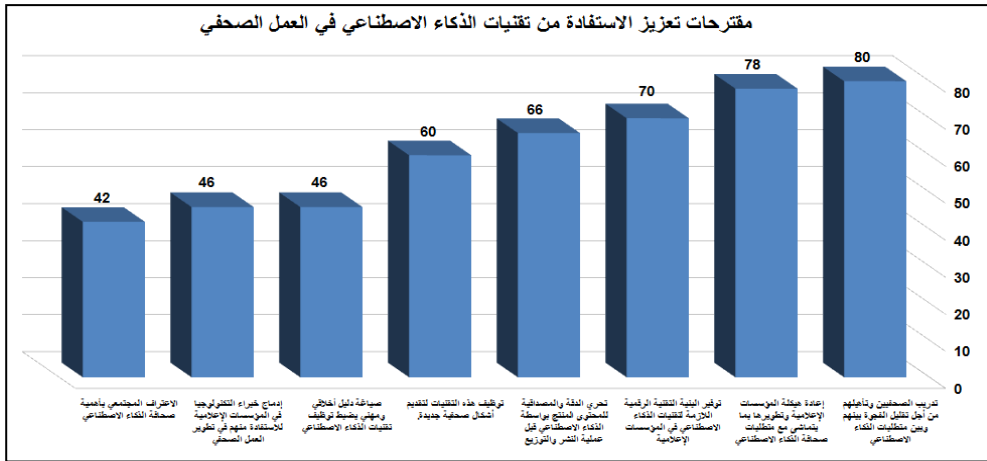
-تتفق النتائج مع دراسة (علياء رمضان، ٢٠٢١)<sup>(٤٥)</sup> في أن أكبر تهديدات الذكاء الاصطناعي للصحافة هو احتمال فقدان كثير من الصحفيين لعملهم، وهو ما جعل هناك بعض المخاوف من قبل الصحفيين من عدم استقرارهم الوظيفي في ظل صحافة الذكاء الاصطناعي.

إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار  
والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية

-تتفق كذلك النتائج مع دراسة (Saad Saad , Talat A. Issa, 2020) (٤٦) التي أشارت إلى أنه ما زال هناك مخاوف لدى مؤسسات الإعلام حول تأثيرات تلك التقنيات علي العنصر البشري، وقدرتها على احتكار العديد من المهام البشريّة في العمل الصحفي على الرغم من اهتمام تلك المؤسسات بتقنيات الصحافة الآلية وكيفية استخدامها في المجال الإعلامي.

-بينما تختلف النتائج كذلك مع دراسة (Ali, W., & Hassoun, M. , 2019) (٤٧) حيث أشارت إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستعمل على تحسين عمل الصحفيين بدلاً من استبدالهم، وبالتالي فإن الذكاء الاصطناعي لا يشكل تهديدا للقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية.

■ مقترحات تعزيز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي



شكل رقم (١١) مقترحات تعزيز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

-تنوعت المقترحات من جانب الصحفيين المصريين-عينة الدراسة- بشأن تعزيز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، حيث جاء في مقدمة المقترحات "تدريب الصحفيين وتأهيلهم من أجل تقليل الفجوة بينهم وبين متطلبات صحافة الذكاء الاصطناعي" بنسبة (٨٠%)، يليها "إعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية وتطويرها بما يتماشى مع متطلبات تقنيات الذكاء الاصطناعي" بنسبة (٧٨%)، ثم "توفير البنية التحتية الرقمية اللازمة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية" بنسبة (٧٠%)، يليها "تحري الدقة والمصداقية للمحتوى المنتج بواسطة الذكاء الاصطناعي قبل عملية النشر والتوزيع" بنسبة (٦٦%)، ثم "توظيف هذه التقنيات لتقديم أشكال صحفية جديدة" بنسبة (٦٠%)، يليها كلا من "صياغة دليل أخلاقي ومهني يضبط توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" و"إدماج

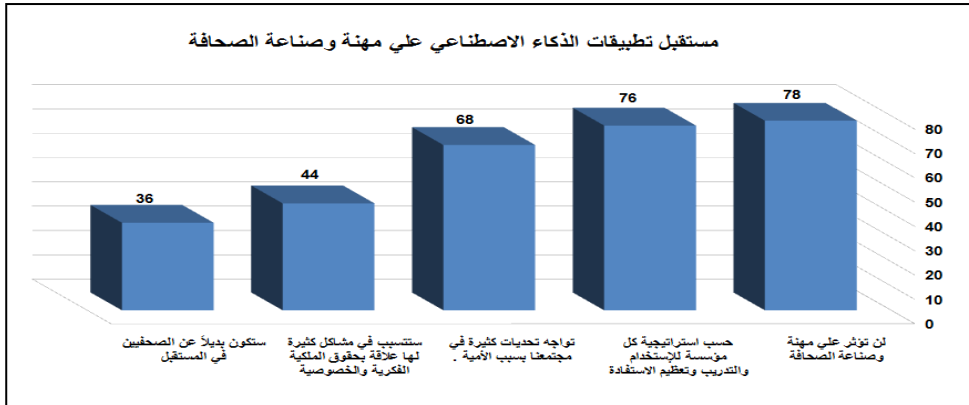
إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار  
والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية

خبراء التكنولوجيا في المؤسسات الإعلامية للاستفادة منهم في تطوير العمل الصحفي" بنسبة (٤٦%) لكل منهما، وأخيراً جاء "الاعتراف المجتمعي بأهمية صحافة الذكاء الاصطناعي" بنسبة (٤٢%).

-ويرى الباحث أنه لتعزيز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي فإن الأمر يتطلب بشكل أساسي تدريب الصحفيين وتأهيلهم وإعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية بما يتواءم ومتطلبات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتوفير البنية التحتية الرقمية اللازمة في المؤسسات الصحفية، الأمر الذي من شأنه تمكين الصحفيين من تحري الدقة والمصداقية في المحتوى المنتج بواسطة الذكاء الاصطناعي، فضلاً عن إمكانية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تقديم أشكال صحفية جديدة. وكذلك ضرورة صياغة دليل أخلاقي ومهني يضبط توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فضلاً عن دمج خبراء تقنيين في المؤسسات الصحفية للاستفادة منهم في تطوير العمل الصحفي وأخيراً الاعتراف المجتمعي بأهمية صحافة الذكاء الاصطناعي.

-تتفق النتائج مع دراسة (أسماء عرام، ٢٠٢١) (٤٨) التي أكدت على أهمية عمل دورات تدريبية للعاملين بالصحف المصرية بنظام إجباري داخل المؤسسات الصحفية؛ لتطوير كفاءتهم لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ وتطوير مهاراتهم للتأقلم مع البيئة الجديدة في عصر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

■ مستقبل تطبيقات الذكاء الاصطناعي علي مهنة وصناعة الصحافة



شكل رقم (١٢) مستقبل تطبيقات الذكاء الاصطناعي علي مهنة وصناعة الصحافة

توضح بيانات الشكل السابق ما يلي:

-تصدرت عبارة "لن تؤثر علي مهنة وصناعة الصحافة" قائمة توقعات الصحفيين المصريين-عينة الدراسة- بشأن مستقبل مهنة وصناعة الصحافة في ظل تطبيقات الذكاء

الاصطناعي، وجاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٧٨%)، تلتها بفارق ضئيل في المرتبة الثانية "حسب استراتيجية كل مؤسسة للاستخدام والتدريب وتعظيم الاستفادة" بنسبة (٧٦%)، ثم أنها "تواجه تحديات كثيرة في مجتمعنا بسبب الأمية" في المرتبة الثالثة بنسبة (٦٨%)، يليها "ستتسبب في مشاكل كثيرة لها علاقة بحقوق الملكية الفكرية والخصوصية" في المرتبة الرابعة بنسبة (٤٤%)، وأخيراً جاءت "ستكون بديلاً عن الصحفيين في المستقبل" بنسبة (٣٦%).

-ويرى الباحث أن النتائج في مجملها تشير إلى حالة من التفاؤل الحذر بشأن مستقبل العمل الصحفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، كما تشير إلى الدافعية لدى الصحفيين المصريين نحو مواكبة التطورات التقنية للذكاء الاصطناعي في ممارسة مهامهم الصحفية، عملية تطوير وتنمية المهارات الفردية والقدرات الإبداعية للصحفيين عن طريق تفعيل البرامج التدريبية وتبادل الخبرات في إطار استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وتدريب الصحفيين على كيفية استخدام تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في عملهم الصحفي يستوجب منهم تحديث أساليب العمل الصحفي وتغيير الأنماط التقليدية بما يتوافق مع التحولات الحاصلة في بيئة الإعلام الرقمي المرتكزة على تقنيات الذكاء الاصطناعي، غير أنه يستوجب أيضاً الحذر من الانجرار وراء ما يمكن أن يطيح بالضوابط المهنية والأخلاقية، وهذا أيضاً يتطلب أن يكون الصحفي على معرفة كافية بتلك التطبيقات.

#### اختبار فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد الصحفيين المصريين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبين مدى الاستفادة من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

**جدول رقم (٢) معامل بيرسون لدلالة الارتباط بين درجة اعتماد الصحفيين المصريين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبين مدى الاستفادة من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.**

مدى الاستفادة من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي		درجة الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
0.000	0.437	درجة الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

-اتضح من خلال معامل الارتباط الخطي (بيرسون) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد الصحفيين المصريين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبين الاستفادة من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٤٣٧) وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).



-ويتضح من النتيجة السابقة التحقق من صحة الفرض: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد الصحفيين المصريين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبين مدى الاستفادة من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي. وتؤكد النتائج استفادة الصحفيين المصريين عينة الدراسة من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي مقارنة بالطرق التقليدية في التكلفة والوقت والجهد المبذول في العمل الصحفي، إلى جانب سهولة الاستخدام والسرعة في الأداء.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة الثقة في استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وبين أسباب اعتماد المؤسسات الصحفية على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

**جدول رقم (٣) معامل بيرسون لدلالة الارتباط بين درجة الثقة في استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وبين أسباب اعتماد المؤسسات الصحفية على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.**

أسباب اعتماد المؤسسات الصحفية على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي		درجة الثقة في استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
0.000	0.352	درجة الثقة في استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

-اتضح من خلال معامل الارتباط الخطي (بيرسون) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة الثقة في استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وبين أسباب اعتماد المؤسسات الصحفية على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٣٥٢) وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).

-ويتضح من النتيجة السابقة التحقق من صحة الفرض الثاني القائل: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة الثقة في استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وبين أسباب اعتماد المؤسسات الصحفية على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

-وتؤكد النتائج أنه كلما زادت الثقة في قبول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي كلما زاد اعتماد المؤسسات الصحفية على توظيف هذه التطبيقات في العمل الصحفي. ومن ثم يتطلب من تلك المؤسسات توفير الإمكانيات المختلفة اللازمة لاستخدام الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من أنظمة حاسوبية متطورة ودورات تدريبية مستمرة وعقلية مستنيرة قائمة على إدارة تلك المؤسسات.

**الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات التقديرات للصحفيين المصريين بشأن تأثيرات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية من منظور الصحفيين المصريين، ويتفرع عنه الفروض الفرعية التالية:

١-توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث من المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية .

**جدول رقم (٤) اختبار T. Test** لمعنوية الفروق بين الذكور والإناث في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	قيمة "Sig"	الدلالة
ذكر	108	3.920	0.967	0.670	0.980	غير دالة
أنثى	42	3.750	0.683			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

-اتضح من خلال اختبار T.Test عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية، حيث بلغت قيمة ت (0.670) وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.980).

-وتؤكد النتائج عدم صحة الفرض الفرعي الأول الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية.

٢-توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً للعمر.

**جدول رقم (٥) اختبار One- Way Anova** لمعنوية الفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً للعمر

العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	قيمة "Sig"	الدلالة
أقل من ٣٠ عاماً	78	3.918	0.838	0.062	0.980	غير دالة
من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ عام	42	3.879	0.927			
من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ عام	21	3.917	1.240			
من ٥٠ فأكثر	9	3.778	1.093			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

-اظهر استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه one way Anova عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً للعمر. إذ بلغت قيم (F (0.062) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.980).

إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار  
والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية

-وتؤكد النتائج عدم صحة الفرض الفرعي الثاني الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً للعمر.

٣-توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً لسنوات الخبرة.

**جدول رقم (٦) اختبار One- Way Anova لمعنوية الفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً لسنوات الخبرة**

سنوات الخبرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	قيمة "Sig"	الدلالة
أقل من ثلاث سنوات	72	3.759	0.830	0.566	0.688	غير دالة
من ٣ سنوات إلى أقل من ١٠ سنوات	57	3.964	0.881			
من ١٠ سنوات فأكثر	15	3.895	1.197			
من ٢٠ سنة فأكثر	6	3.667	1.000			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

-أظهر استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه one way Anova عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً لسنوات الخبرة. إذ بلغت قيم (F) (0.566) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (.0688).

-وتؤكد النتائج عدم صحة الفرض الفرعي الثالث الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً لسنوات الخبرة.

٤-توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً لنوع المؤسسة الصحفية.

**جدول رقم (٧) اختبار One- Way Anova لمعنوية الفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً لنوع المؤسسة الصحفية**

نوع المؤسسة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	قيمة "Sig"	الدلالة
خاصة	81	3.969	0.981	0.733	0.483	غير دالة
قومية	48	3.735	1.024			
حزبية	21	4.000	0.816			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

اشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار  
والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية

-أظهر استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه one way Anova عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً لنوع المؤسسة الصحفية. إذ بلغت قيم (F (0.733) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (.0483

-وتؤكد النتائج عدم صحة الفرض الفرعي الثاني الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً لنوع المؤسسة الصحفية.

٥-توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً للوظيفة التي يعمل بها الصحفي.

جدول رقم (٨) اختبار One- Way Anova لمعنوية الفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً للوظيفة التي يعمل بها الصحفي

الوظيفة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	قيمة "Sig"	الدلالة
محرر صحفي	51	4.034	0.981	2.326	0.048	دالة
رئيس قسم	45	4.200	0.577			
مدير تحرير	30	3.421	1.121			
رئيس تحرير	12	3.563	0.892			
نشر رقمي	6	4.000	1.225			
إخراج صحفي وأعمال الجرافيك	6	4.000	1.225			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

-أظهر استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه one way Anova وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً للوظيفة التي يعمل بها الصحفي. إذ بلغت قيم (F (2.326) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (.048

-وتؤكد النتائج صحة الفرض الفرعي الثالث الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في رؤيتهم لأثر استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية وفقاً للوظيفة التي يعمل بها الصحفي. ويمكن إرجاع تلك الفروق لاختلاف الاستخدامات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من جانب الصحفيين المصريين-عينة الدراسة- في ضوء اختلاف المهام والوظائف التي يقومون بها.

### خلاصة الدراسة والتوصيات

سعت الدراسة للتعرف على إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية، واعتمدت الدراسة على الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها (١٥٠) من الصحفيين المصريين، وعلى ضوء ما سبق عرضه من نتائج يمكن أن نستخلص الاستنتاجات التالية:

١. غالبية عينة الدراسة من الصحفيين يرون أهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ويوافقون على استخدامها ولكن لا يعتمدون عليها بشكل كامل.

٢. أظهرت النتائج أن غالبية الصحفيين عينة الدراسة أظهروا موافقتهم على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في مجالات جمع المادة الصحفية وتحريرها، وتحليل البيانات، وإنتاج الرسوم والتحقق من الصور والفيديوهات. ويرى الباحث أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد طورت التقنيات الخاصة بالعمل الصحفي في كافة خطوات الجمع والتحرير والتحليل والكتابة الصحفية، وهو ما يؤكد على ضرورة العمل على تطوير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية لتحقيق الاستفادة المثلى من هذه التقنيات التي من شأنها المساهمة في تطوير العمل الصحفي بشكل كبير.

٣. أظهرت النتائج أسباب اعتماد المؤسسات الصحفية على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وأكدت على أهمية استخدام تلك التطبيقات في كافة مراحل العمل الصحفي، وجاء "التنوع في إنتاج محتوى صحفي متميز" في مقدمة تلك الأسباب، يليها "السرعة الفائقة التي تتميز بها المؤسسة في نشر الأخبار"، ثم "المساعدة في إعادة صياغة المحتويات الصحفية بما يتلاءم مع طبيعة القراء وباللغة التي تناسبهم"، يليها "رغبة الصحفيين في تطوير مؤسساتهم الصحفية وتحقيق السبق الصحفي".

٤. أظهرت النتائج أن غالبية الصحفيين المصريين-عينة الدراسة- أكدوا على استفادتهم من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وإن تنوعت درجة الاستفادة حيث جاءت "بدرجة كبيرة" في المرتبة الأولى بنسبة (٥٢%)، تلتها " بدرجة متوسطة" في المرتبة الثانية بنسبة (٣٠%)، ثم " بدرجة ضعيفة" بنسبة (١٤%)، وأخيراً جاءت عبارة "لم استفد منها على الإطلاق" بنسبة (٤%).

٥. تؤكد النتائج تعدد أوجه استفادة الصحفيين -عينة الدراسة- من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي والاستعانة بها في مختلف مراحل العمل الصحفي بدءاً من صناعة المحتوى وتحريره وإعادة صياغته، إلى صناعة وتحرير الفيديو وكذلك الاستعانة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي والإعلانات كمصدر مالي هام للمؤسسات الصحفية. وأخيراً استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الصور وصناعة الأنيمي.

٦. على الرغم من إيجابية تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جوانب العمل الصحفي، إلا أن هناك تأثيرات سلبية عبر عنها بعض الصحفيين لعل أبرزها المخاوف من تقليص عدد المحررين الصحفيين، فضلاً عن تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الفنون الصحفية التقليدية وما يقتضيه ذلك ظهور أساليب جديدة في الكتابة والقدرة على إنتاج محتوى متنوع قادر على مجاراة المحتوى الراجح عبر منصات التواصل الاجتماعي.

٧. أظهرت النتائج متوسطة درجة الثقة بالمحتوى الصحفي المنتج بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي من جانب الصحفيين المصريين-عينة الدراسة-ومن ثم تبرز الحاجة إلى تعزيز سبل توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وتوفير الإمكانيات اللازمة لهذا النوع الجديد من الصحافة، وتدريب الصحفيين على إعادة التعامل مع هذه التقنيات وتوظيفها في العمل الصحفي.

٨. أكدت النتائج أن (٦٠%) من الصحفيين المصريين-عينة الدراسة- يرون سلبية تأثيرات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية، يليها "تأثير إيجابي" بنسبة (٢٥%)، وأخيراً " ليس لها تأثير" بنسبة (١٥%).

٩. أظهرت النتائج تعدد الإشكاليات التي يثيرها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، فمن الناحية المهنية أبرزها: صعوبة فهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي للمشاعر الإنسانية والقيم الاجتماعية، إلى جانب صعوبة تعامل وفهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع اللهجات المحلية والعامية، مما يؤدي إلى التشويش في المعنى وفقدان الموضوعية في التغطية الإخبارية. كما يصعب على تطبيقات الذكاء الاصطناعي تحليل وفهم الأحداث والمناسبات الهامة التي تحدث في الوقت الحالي، مما يؤثر على جودة التغطية الإخبارية. فضلاً عن غياب التفاعل بين الصحفي والجمهور وصعوبة التأكد من استيعابه للمحتوى الذي يتم إنتاجه باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. ويؤثر كذلك على ثقة الجمهور في مصداقية المحتوى الصحفي. فليس بإمكان تطبيقات الذكاء الاصطناعي الوصول إلى المصادر الصحفية، وما زال توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى يفتقر إلى الإبداع والابتكار.

١٠. أما على الصعيد الإشكاليات الأخلاقية التي يثيرها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاء أبرزها: تحيز أنظمة الذكاء الاصطناعي وتأثرها بقيم مصمميها، وتشكيلها تحدياً أخلاقياً ومهنياً ويتطلب دمجها في صناعة المحتوى الصحفي إلى صياغة دليل أخلاقي. فضلاً عن تسببها في اختراق أمن وخصوصية البيانات للمؤسسات الصحفية ومستخدمي تلك التطبيقات ومن ثم عدم استعداد البعض من الجماهير لقبول فكرة الحصول على محتوى صحفي من تقنيات الذكاء الاصطناعي لارتباطه بمخاوف الخصوصية والأمان.

١١. أما على صعيد الإشكاليات التي يثيرها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي على المستوى التنظيمي والمؤسسي، فجاء أبرزها: عدم توافر الإمكانيات المادية

والبشرية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالمؤسسة الصحفية، كما أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي يثير عدداً من التحديات الأخلاقية والقانونية بشأن (حقوق النشر- المسؤولية القانونية عن المحتوى غير الدقيق)، فضلاً عن إمكانية استغناء المؤسسات عن الكفاءات الصحفية.

١٢. أظهرت النتائج تنوع مقترحات تعزيز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وجاء في مقدمة المقترحات تدريب الصحفيين وإعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية وتطويرها بما يتماشى مع متطلبات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، من خلال توفير البنية التقنية اللازمة لتطبيقات الذكاء ، فضلاً عن تحري الدقة والمصادقية للمحتوى المنتج بواسطة الذكاء الاصطناعي، والعمل على توظيف هذه التقنيات لتقديم أشكال صحفية جديدة" وأخيراً ضرورة صياغة دليل أخلاقي ومهني يضبط توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي".

١٣. أظهرت النتائج بشأن مستقبل مهنة وصناعة الصحافة في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي أن (٧٨%) من الصحفيين عينة الدراسة يرون أن استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية لن تؤثر علي مهنة وصناعة الصحافة" تلتها بفارص ضئيل في المرتبة الثانية "حسب استراتيجة كل مؤسسة للاستخدام والتدريب وتعظيم الاستفادة" بنسبة (٧٦%)، ثم أنها "تواجه تحديات كثيرة في مجتمعنا بسبب الأمية" في المرتبة الثالثة بنسبة (٦٨%)، يليها "ستسبب في مشاكل كثيرة لها علاقة بحقوق الملكية الفكرية والخصوصية" في المرتبة الرابعة بنسبة (٤٤%)، وأخيراً جاءت "ستكون بديلاً عن الصحفيين في المستقبل" بنسبة (٣٦%)

١٤. أظهرت النتائج الخاصة بمستقبل مهنة وصناعة الصحافة في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي حالة من التفاؤل الحذر من أن تلك التقنيات الجديدة لن تؤثر علي مهنة وصناعة الصحافة، وفي الوقت ذاته تشير إلى الدافعية لدى الصحفيين المصريين نحو مواكبة التطورات التقنية للذكاء الاصطناعي في ممارسة مهامهم الصحفية، فعملية تطوير وتنمية المهارات الفردية والقدرات الإبداعية للصحفيين عن طريق تفعيل البرامج التدريبية وتبادل الخبرات في مجال الذكاء الاصطناعي كل ذلك يؤثر ايجابيا في عملهم الصحفي، في المقابل حذر الصحفيين المصريين عينة الدراسة من تداعيات وخطورة صحافة الذكاء الاصطناعي على الضوابط المهنية والأخلاقية.

### توصيات الدراسة:

يمكن صياغة عدد من التوصيات بشأن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي على النحو التالي:

١. ضرورة صياغة استراتيجية فعالة لتبني وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي والصحفي، وتذليل العقبات لتنفيذها داخل المؤسسات الإعلامية والصحفية
٢. سرعة تحرك المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام والهيئة الوطنية للصحافة نحو صياغة دليل أخلاقي ومهني لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي والإعلامي.
٣. تشجيع التعاون بين الهيئات الإعلامية والمؤسسات الصحفية من ناحية والمطورين والعاملين في مجال البرمجة وتطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي من ناحية أخرى للعمل على تطوير برامج ذكاء اصطناعي تلبي احتياجات قطاع الصحافة المصرية وتوجيه الانتباه لمخاطر تحيز أنظمة الذكاء الاصطناعي والعمل على تجاوزها من خلال تحقيق التنوع والشفافية في تصميم قواعد الذكاء الاصطناعي.
٤. توفير برامج التدريب المتخصصة للصحفيين والإعلاميين لرفع مستوياتهم والقيام بتأهيلهم للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي الحديثة وتنمية مهاراتهم الصحفية الإعلامية وتطوير المحتويات الصحفية والإعلامية بشكل عام.
٥. توفير الدعم اللازم للمؤسسات الصحفية يساعدها في تطبيق واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وعلى رأسها تطوير البنية التحتية الرقمية والدعم المالي الذي يضمن لها إمكانية اقتنائها، والدعم المعلوماتي بما لا يضر بمصالح الدولة. ومواكبة التوجهات العالمية في سوق الإعلام واللاحق بركب الثورة الصناعية الرابعة.
٦. ضرورة قيام كليات وأقسام الإعلام بإدراج صحافة الذكاء الاصطناعي في مقررات كليات وأقسام الإعلام بخلاف التوعية الفعالة من خلال عقد ندوات ومؤتمرات عن تطبيق استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحافة والإعلام؛ بغية نشر الوعي الثقافي عن تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحافة والإعلام بين الطلاب باعتبارهم إعلامي وصحفي المستقبل.
٧. العمل على توفير إطار قانوني وتشريعي يضمن تنظيم عمل هذه التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي بما يضمن تجنب ما يمكن أن ينتج عنها من استخدامات سلبية تتنافى مع القيم والأخلاق التي قد تضر بالدولة المصرية.



### المقترحات المستقبلية للبحث:

- ١-دراسة اشكاليات استخدام الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار المزيفة ودور الصحفيين المصريين في هذا المجال.
- ٢- إجراء دراسات أكثر عمقاً لتقييم أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية على جودة وتطوير المحتوى الإعلامي وتأثيرها على المجتمع.
- ٣-تحليل دور التكنولوجيا في تعزيز التواصل بين الصحفيين المصريين وجمهورهم وتأثير ذلك على ثقة الجمهور في المصادر الإعلامية بعض المقترحات والتوصيات لبحث عن "اشكاليات استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي".
- ٤-تحليل الأثر الإيجابي والسلبي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة المصرية، وتحديد مدى تأثيرها على جودة الخبر والإنتاجية والدقة والسرعة.
- ٥-دراسة الأخلاقيات والمسؤولية التي يتحملها الصحفيون المصريون عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتحليل العوامل التي يجب مراعاتها في استخدام هذه التطبيقات.
- ٦-تحليل الآثار الاجتماعية والثقافية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة المصرية، وتحديد مدى تأثيرها على العلاقة بين الصحفيين والمجتمع والثقافة المصرية بشكل عام.

## مراجع الدراسة:

- (١) منصور، أحمد عبدالمجيد عبدالعزيز (٢٠٢١). مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم في الفترة من ٢٠٢١ حتى ٢٠٣٠: دراسة استشرافية، مجلة البحوث الإعلامية، ٥٨٤، ج٣، جامعة الأزهر: كلية الإعلام بالقاهرة، ص١٣٩.
- (٢) لمزيد من المعلومات يمكن الرجوع للمصادر التالية:  
"-The rise of robot reporters", **BBC News**, 25 June 2015, <https://www.bbc.com/news/technology-33287655>  
"-What Are News Bots and How Are They Used?", **Lifewire**, 25 February 2021, <https://www.lifewire.com/what-are-news-bots-and-how-are-they-used-4164414>  
"-How AI is changing journalism", **World Economic Forum**, 26 September 2019, <https://www.weforum.org/agenda/2019/09/how-ai-is-changing-journalism/>  
"-How AI is transforming journalism", **MIT Technology Review**, 18 June 2018, <https://www.technologyreview.com/2018/06/18/141697/how-ai-is-transforming-journalism/>  
"-Artificial Intelligence and the Future of Journalism", **Forbes**, 29 July 2020, <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2020/07/29/artificial-intelligence-and-the-future-of-journalism/?sh=56c1e09f5c71>  
"-How AI is changing the way we search for information", **The Guardian**, - October 2019, <https://www.theguardian.com/technology/2019/oct/31/how-ai-is-changing-the-way-we-search-for-information>.
- (٣) عبد الظاهر، محمد، (٢٠١٩). **صحافة الذكاء الاصطناعي: الثورة الصناعية الرابعة وإعادة هيكلة الإعلام**، القاهرة، دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع، ص ص ١١ - ١٢.
- (٤) علي، عيسى عبد الباقي موسي؛ محمد، أحمد عادل عبدالفتاح (٢٠٢٠). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج ١٩، ع ١، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، ص ٣.
- (5) Use of Beenish Javed, (2020), Success Factors in Artificial Intelligence (AI) - Focus on AI in Journalism, **Unpublished Master's thesis**, (UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business Administration (MBA), PP.64-67.
- (٦) متولي، هالة أحمد الحسيني؛ فرحات، دعاء هشام جمعة (٢٠٢٣). تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على محتوى الرسالة الإعلامية بمواقع الصحف الأجنبية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع ٨٠، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ص ص ١٤٩٥ - ١٥٢٢.
- (٧) عبدالحميد، محمد عبدالحميد أحمد (٢٠٢٢). معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي وإشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، ع ٢١٤، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ص ص ٢١١ - ٣٣٤.
- (٨) عبدالمعطي، هند يحيى عبدالمهدي (٢٠٢١). دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث: دراسة استشرافية، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع ٥٦٤، ج ٤، جامعة الأزهر: كلية الإعلام بالقاهرة، ص ص ١٨٣١ - ١٨٧٨.

- (٩) عرام، أسماء محمد مصطفى علي (٢٠٢١). مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي: صحافة الروبوت نموذجاً، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع٥٨، ج٤، جامعة الأزهر: كلية الإعلام بالقاهرة، ص ١٦٧٣ - ١٧٠٢.
- (10) Thompson, Sarah(2021). Ethical Considerations of Artificial Intelligence in Journalism, "**Journalism Ethics Quarterly**".
- (١١) عبداللطيف، محمود رمضان أحمد (٢٠٢١). تبني المؤسسات الصحفية المصرية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية: في ضوء تجارب بعض الصحف الأجنبية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج٢٠، ع٣، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، ص ١ - ٦٨.
- (١٢) بدوي، محمد جمال (٢٠٢١). آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة على موقع القاهرة ٢٤ الإخباري، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع٧٥، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ص ٤٧ - ١٢٠.
- (١٣) رمضان، علياء عبدالفتاح (٢٠٢١). صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية ودورها في تطوير بيئة العمل الصحفي، **المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري**، مج٣، ع٢، الجامعة الخليجية، ص ١٥٣ - ١٨٢.
- (١٤) صقر، غادة موسى إبراهيم السيد (٢٠٢١). تأثير البيئة الرقمية والذكاء الاصطناعي على الصحافة الإلكترونية في مصر: مقارنة نظرية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، ع٣٥، جامعة الأهرام الكندية، ص ٣٦٨ - ٣٩٦.
- (15) Wilson, Emily (2021). "Artificial Intelligence and Media: A Systematic Review"  
"**Media and Communication**."
- (16) Rodriguez, Maria(2020). Ethical Implications of AI in Journalism, **Ethics in Media**.
- (17) Kim, J., Shin, S., Bae, K., Oh, S., Park, E., & del Pobil, A. P. (2020). Can AI be a content generator? Effects of content generators and information delivery methods on the psychology of content consumers. **Telematics and Informatics**, 55, 101452.
- (18) Saad Saad, D. T. A.( 2020). Integration or Replacement: Journalism in the Era of Artificial Intelligence and Robot Journalism.**International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJMC)**, Vol 6, Issue 3, 2020, PP 01-13.
- (19) Maswadi ,Nour Issa (2020), Attitudes of Jordanian Journalists Towards the Functional and Professional Dimensions of Robot Journalism, **Theses Masters, Media and Journalism**, University of Petra (Jordan), ProQuest Dissertations & Theses Global, p 137.
- (20) Davis, Emily (2020). The Impact of Artificial Intelligence on Media Consumption Patterns, **Media Psychology**.
- (21) Johnson, Michael (2019).The Role of Artificial Intelligence in Media Bias: A Comparative Analysis, **Media Ethics and Journalism**.

- (22) Johnson, Sarah (2019). AI Journalism: The Future of News, **Communications and Media Studies**.
- (23) Ali, W., & Hassoun, M. (2019). Artificial intelligence and automated journalism: Contemporary challenges and new opportunities. **International journal of media, journalism and mass communications**, 5(1), 40-49.
- (24) John ,Smith (2018). The Impact of Artificial Intelligence on Journalism: A Review, **Journal of Media Studies**.
- (25) Thompson, Jessica (2017). Artificial Intelligence in Newsrooms: A Case Study of Automated, **Journal of Journalism and Media Studies**.
- (٢٦) محمد، عبد الحميد (٢٠٠٤). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط١، القاهرة: عالم الكتب، ص ص ٢٩٨-٢٩٩.
- (٢٧) يوسف، كافي. (٢٠١٥). الرأي العام ونظريات الاتصال، ط١، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ص ٢٢٦.
- (28) Loges, William . Perception of Threat and System Dependency Relation . In: **Communication Research**, Vol:1 , 1994 . Pp. 78 – 79
- (٢٩) عبد الرزاق الدليمي (٢٠١٦). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. ط١. عمان: دار اليازوري، ص٢٣٦.
- (٣٠) ميلفين، ديفلر ساندر بول روكيتش (٢٠٠٢). نظريات وسائل الاتصال. ترجمة كمال عبد الرووف، ط١ القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص٤١٦.
- (٣١) المزاهرة، منال هلال (٢٠١٢). نظريات الاتصال، ط١، عمان: دار المسيرة، ص ص٢١٣-٢١٤.
- (٣٢) المرجع السابق، ص ٢٤١.
- (٣٣) شفيق، محمد، (٢٠٠٠): الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، (الإسكندرية: عالم الكتب)، ص ١٩٨.
- [\*] أسماء السادة المحكمين للاستشارة:
- أ.د ليلي عبدالمجيد أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.م.د حسين ربيع رئيس قسم الصحافة ووكيل كلية الإعلام بجامعة السويس.
- أ.د نشوي عقل أستاذ الاعلام بكلية الاعلام جامعة القاهرة.
- أ.د ميرال صبري رئيس قسم الإعلام السياسي بجامعة المستقبل.
- (٣٤) عبداللطيف، محمود رمضان أحمد (٢٠٢١). تبني المؤسسات الصحفية المصرية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية: في ضوء تجارب بعض الصحف الأجنبية، مرجع سابق.
- (٣٥) عبدالحميد، محمد عبدالحميد أحمد (٢٠٢٢). معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي وإشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين، مرجع سابق.
- (٣٦) عبداللطيف، محمود رمضان أحمد (٢٠٢١). تبني المؤسسات الصحفية المصرية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية: في ضوء تجارب بعض الصحف الأجنبية، مرجع سابق.
- (37) Saad Saad, D. T. A.( 2020). Integration or Replacement: Journalism in the Era of Artificial Intelligence and Robot Journalism.**Op.Cit**.

- (38) Kim, J., Shin, S., Bae, K., Oh, S., Park, E., & del Pobil, A. P. (2020). Can AI be a content generator? Effects of content generators and information delivery methods on the psychology of content consumers. **Op.Cit.**
- (39) Ali, W., & Hassoun, M. (2019). Artificial intelligence and automated journalism: Contemporary challenges and new opportunities. **Op.Cit.**
- (٤٠) رمضان، علياء عبدالفتاح (٢٠٢١). صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية ودورها في تطوير بيئة العمل الصحفي، **مرجع سابق.**
- (41) Maswadi, Nour Issa (2020), Attitudes of Jordanian Journalists Towards the Functional and Professional Dimensions of Robot Journalism, **Op.Cit.**
- (٤٢) بدوي، محمد جمال (٢٠٢١). آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة على موقع القاهرة ٢٤ الإخباري، **مرجع سابق.**
- (43) Kim, J., Shin, S., Bae, K., Oh, S., Park, E., & del Pobil, A. P. (2020). Can AI be a content generator? Effects of content generators and information delivery methods on the psychology of content consumers. **Op.Cit.**
- (٤٤) عبدالمعطي، هند يحيى عبدالمهدي (٢٠٢١). دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث: دراسة استثنائية، **مرجع سابق.**
- (٤٥) رمضان، علياء عبدالفتاح (٢٠٢١). صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية ودورها في تطوير بيئة العمل الصحفي، **مرجع سابق.**
- (46) Saad Saad, D. T. A. (2020). Integration or Replacement: Journalism in the Era of Artificial Intelligence and Robot Journalism. **Op.Cit.**
- (47) Ali, W., & Hassoun, M. (2019). Artificial intelligence and automated journalism: Contemporary challenges and new opportunities. **Op.Cit.**
- (٤٨) عرام، أسماء محمد مصطفى علي (٢٠٢١). مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي: صحافة الروبوت نموذجا، **مرجع سابق.**