

# الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرَف الأخبار الصحفية: دراسة تحليلية نقدية مقارنة

أ.د.م. وليد العشري إبراهيم\*

## مُلخَص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى رَصد وتحليل وتقييم الإنتاج العلمي لبحوث ودراسات توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرَف الأخبار الصحفية خلال الفترة الزمنية من يناير 2023 حتى يونيو 2024، استنادًا إلى أسلوب التحليل من المستوى الثاني (Meta-Analysis). واستندت الدراسة في بنائها النظري إلى نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام، والمعروفة باسم "التحول الرقمي". وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها ما يلي :

تنامي بحوث ودراسات توظيف برنامج ChatGPT في عُرَف الأخبار الصحفية على مستوى المدارس العلمية الأربعة، واهتمام الدراسات الأجنبية بالجانب التفسيري للنتائج ودراسة الأبعاد المختلفة المؤثرة على توظيف برنامج ChatGPT في عُرَف الأخبار الصحفية، بينما اهتمت أغلب الدراسات العربية بالقياس الكمي فقط دون التطرق للجانب التفسيري. وكشفت النتائج أيضًا عن انفراد المدارس الأمريكية والأوروبية والآسيوية باستخدام الدراسات التجريبية، وهو ما يؤكد مواكبة هذه المدارس لهذا النوع من البحوث التي تتخطى مرحلة التوصيف إلى مرحلة القياس الفعلي للمتغيرات، في حين غابت تمامًا هذه الدراسات على مستوى المدرسة العربية. وتوصلت الدراسة إلى تنوع استخدام المداخل والأطر النظرية المتعلقة ببحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرَف الأخبار الصحفية، ومنها على سبيل المثال لا الحصر: النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، نظرية انتشار الأفكار المُستحدثة، ونظرية ترتيب الأولويات، ونظرية الأطر، بالإضافة إلى نظرية مصداقية المصدر، كما اعتمدت معظم الدراسات التي خضعت للتحليل على العينات غير الاحتمالية خلال فترة التحليل.

## الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاصطناعي التوليدي، ChatGPT، عُرَف الأخبار، النَّحِيَّات الأخلاقية والمهنية، التشكل العضوي لوسائل الإعلام.

\*الأستاذ المساعد بكلية التربية النوعية جامعة طنطا

## Recent Global Trends in Research on the Employment of ChatGPT in Newsrooms :A Comparative Critical Analytical Study

### Abstract:

The study aimed to monitor, analyze and evaluate the scientific production of research and studies on the employment of the generative artificial intelligence program ChatGPT within newsrooms during the period from January 2023 to June 2024, based on Meta-Analysis method. The study is based in its theoretical structure on Mediamorphosis theory. This study reached a set of results, the most prominent of which are the following.

The research and studies on the employment of the ChatGPT program in newsrooms have grown at the level of the four scientific schools, and foreign studies are interested in the interpretive aspect of the results and studying the various dimensions affecting the employment of the ChatGPT program in newsrooms, while most Arab studies have focused on quantitative measurement only without addressing the interpretive aspect. The results also revealed that American, European and Asian schools were unique in using experimental studies, which confirms that these schools are keeping pace with this type of research that goes beyond the description stage to the stage of actual measurement of variables, while these studies were completely absent at the level of the Arab school. The study concluded that there is diversity in the use of theoretical approaches and frameworks related to research on employing the ChatGPT program within newsrooms, including, but not limited to: Unified theory of acceptance and use of technology, diffusion of innovations theory, Agenda-setting theory, Framing theory, in addition to the theory of source credibility. Most of the studies that were subject to analysis relied on non-probability samples during the analysis period.

### Keywords:

Generative artificial intelligence, ChatGPT, Newsrooms, Ethical and professional challenges, Mediamorphosis theory.

## مقدمة الدراسة:

لا شكَّ أنّ المشهد الصحفي الآن يشهد تحولاً كبيراً متأثراً بالتطور السريع والتكامل في تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) والتي نمت بشكل مُتّرد من مفهوم مُستقبلي إلى مُكون أساسي للتكنولوجيا الحديثة. ويُعدّ الذكاء الاصطناعي التوليدي (GAI) هو ذراع الذكاء الاصطناعي الذي أعاد تشكيل مشهد إنتاج الأخبار، وأحد أكثر مجالاته اهتماماً في عُرف الأخبار، مما يُبشر بعصر من التحول المُحتَمَل في مُحتوى الصحافة والإعلام من جهة، ومؤشراً واضحاً على مدى حرص شركات الإعلام والمؤسسات الصحفية على تبني تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التوليدي مُنذ ظهورها على الساحة في النصف الأخير لعام 2022 من جهة أُخرى.

وَالْوَأَقِعُ أَنَّ عَامَ 2023 كَانَ بِمِثَابَةِ نُقْطَةِ تَحْوُّلٍ لِهَذِهِ التَّكَوْنُولُوجِيَا، مَعَ ظُهُورِ بَرْنَامِجِ الذِّكَاةِ الْإِصْطِنَاعِيِ التَّوْلِيْدِيِ ChatGPT (مُحَوَّلِ الدَّرِيشَةِ الْمُدْرِبِ مُسَبِّقًا)، وَهُوَ نَتَاجُ الْمَوْجَةِ الثَّالِثَةِ مِنَ الْإِبْتِكَارِ الَّتِي شَهِدَهَا "الذِّكَاةِ الْإِصْطِنَاعِيِ" فِي الْعَقْدِ الْمَاضِيِ، بَعْدَ أَنْ مَرَّ بِمَرْحَلَتَيْنِ سَابِقَتَيْنِ: الْأَتْمَتَةِ وَالتَّعْزِيزِ. وَالْأَهَمُّ مِنْ ذَلِكَ، أَنَّ هَذَا التَّطَوُّرَ هُوَ جَانِبٌ آخَرٌ مِنْ جَوَانِبِ التَّقَدُّمِ التَّكَوْنُولُوجِيِّ الَّتِي أَدَّى إِلَى تَعْزِيزِ "المَعَايِيرِ الْأَسَاسِيَةِ لِمِهْنَةِ الصَّحَافَةِ" بَدَلًا مِنْ تَقْوِيضِهَا.

وَعَلَى الرَّغْمِ مِنْ أَنَّ بَرْنَامِجَ الذِّكَاةِ الْإِصْطِنَاعِيِ التَّوْلِيْدِيِ ChatGPT لَمْ يَكُنْ بَرْنَامِجَ الذِّكَاةِ الْإِصْطِنَاعِيِ الْأَوَّلِ، إِلَّا أَنَّهُ اجْتَذَبَ اِهْتِمَامًا عَالَمِيًّا، خَاصَّةً فِي ظِلِّ تَدَاعِيَاتِ الْإِسْتِخْدَامِ الْوَاسِعِ النُّطَاقِ لِلذِّكَاةِ الْإِصْطِنَاعِيِ فِي مُجْتَمَعَاتِ الْأَلْفِيَةِ الثَّالِثَةِ، وَعَلَى وَجْهِ الْخُصُوصِ، تَأْتِيْرُهُ عَلَى مَجَالِ التَّوَاصُلِ التَّكَوْنُولُوجِيِّ فِي جَمِيعِ أَنْحَاءِ الْعَالَمِ. وَمِنْ الْجَدِيرِ بِالذِّكْرِ، أَنَّ اِنْتِشَارَ الْإِبْتِكَارِ وَسَرْعَتَهُ غَالِبًا مَا يَعْتمَدَانِ عَلَى اسْتِخْدَامِهِ مِنْ قَبْلِ الْمُتَبِينِينَ الْأَوَائِلِ لَهُ وَتَصَوُّرِهِمُ لِلتَّكَوْنُولُوجِيَا الْجَدِيدَةِ.

وَالْوَأَقِعُ أَنَّ اعْتِمَادَ وَدَمَجَ بَرْنَامِجِ الذِّكَاةِ الْإِصْطِنَاعِيِ التَّوْلِيْدِيِ ChatGPT فِي الصَّحَافَةِ يُمَكِّنُ أَنْ يُوفَرَ الْعَدِيدَ مِنَ الْمَزَايَا لِلْمُؤَسَّسَاتِ الْإِعْلَامِيَّةِ، عَلَى سَبِيلِ الْمِثَالِ لَا الْحَصْرَ، تَسْهِيلَ إِنْشَاءِ الْمُحْتَوَى بِاسْتِخْدَامِ الْخَوَارِزِمِيَّاتِ الْمُتَقَدِّمَةِ الَّتِي تَمْنَحُ الصَّحْفِيَّيْنَ الْحَرِيَّةَ فِي التَّرْكِيزِ بِشَكْلِ أَكْبَرَ عَلَى الْعَمَلِ الْإِسْتِقْصَائِيِّ. وَمَعَ ذَلِكَ، فَإِنَّ اسْتِخْدَامَ بَرْنَامِجِ ChatGPT فِي الصَّحَافَةِ يُثِيرُ أَيْضًا مَخَافَافَ بِشَأْنِ الدَّقَّةِ، وَالْإِعْتِبَارَاتِ الْأَخْلَاقِيَّةِ، وَالْمَسْئُولِيَّةِ، وَانْحِفَاضِ ثِقَةِ الْجُمْهُورِ بِحَقُوقِ الطَّبْعِ وَالنَّشْرِ، وَفَقْدَانِ الْوِظَائِفِ، وَنَقْصِ التَّفَكِيرِ النَّقْدِيِّ وَالْإِبْدَاعِ.

عَلَى هَذَا النِّحْوِ، تُهَدِّفُ هَذِهِ الدَّرِيسَةُ إِلَى رَصْدِ وَتَحْلِيلِ وَتَقْيِيمِ الْإِنْتِاجِ الْعِلْمِيِّ فِي مَجَالِ بَحُوثِ تَوْظِيْفِ بَرْنَامِجِ الذِّكَاةِ الْإِصْطِنَاعِيِ التَّوْلِيْدِيِ ChatGPT دَاخِلَ عُرْفِ الْأَخْبَارِ الصَّحْفِيَّةِ عَلَى مُسْتَوَى الدَّرِيسَاتِ الْعَرَبِيَّةِ وَالْأَجْنَبِيَّةِ مِنْ مُخْتَلَفِ الْمَدَارِسِ الْبَحْثِيَّةِ عَلَى مُسْتَوَى الْعَالَمِ فِي الْفَتْرَةِ مِنْ يَنَآيِرِ 2023م حَتَّى يُونِيَةِ 2024م، وَهُوَ أَمْرٌ حَيَوِيٌّ لِمُقَارَنَةِ آثَارِ بَرْنَامِجِ ChatGPT فِي سِيَاقَاتِ اجْتِمَاعِيَّةِ وَاِقْتِصَادِيَّةِ وَبَيِّنَاتِ إِعْلَامِيَّةٍ مُخْتَلَفَةٍ.

### مُشكلة الدراسة:

لا شكَّ أنَّ الصحافة هي مهنة تتشكل باستمرار من خلال الاستفادة من الفرص التي أوجدتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عبر التاريخ. في الأونة الأخيرة، شهد قطاع الصحافة تغييرات كبيرة أحدثها برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT ونماذج اللغات الأخرى، ليس فقط على مستوى جمع الأخبار واستهلاكها ونشرها، ولكن أيضًا على مستوى فرص تطوير صناعة الإعلام. ومن ثمَّ، باتت تأثير استخدام برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الرقمية في الوقت الراهن هو موضوع ذو أهمية كبيرة في المشهد التكنولوجي المتطور اليوم.

تأسيسًا على ذلك، تتحدد مُشكلة الدراسة الحالية في التعرف على الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث ودراسات توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، من حيث مجالات الاهتمام البحثي، والتصميم المنهجي، والأطر النظرية المستخدمة، والنتائج التي انتهت إليها، وذلك من خلال مسح الانتاج العلمي العربي والأجنبي خلال الفترة من يناير 2023م حتى يونيو 2024م.

### أهمية الدراسة:

- 1) تُعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات العربية التي ركزت على إجراء الدراسة التحليلية من المستوى الثاني للتراث العلمي المنشور حول توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية.
- 2) أهمية برنامج ChatGPT في المجال الصحفي، باعتباره الوافد الاتصالي الجديد الذي جاء استجابة لتطورات الذكاء الاصطناعي التوليدي في مجال الإعلام والصحافة.
- 3) أهمية مراجعة برنامج ChatGPT من أجل تحليل استخداماته ومخاطره، وكذلك تطبيقاته المحتملة في المجال الصحفي.
- 4) استخلاص التحدّيات المهنية والأخلاقية الناتجة عن توظيف برنامج ChatGPT في المجال الصحفي، خاصة مع تزايد الجدل والنقاش حول تأثيره على مسارات التوظيف ومُسْتَقْبَل الصحفيين.
- 5) تُوفّر الدراسة دليلًا قيمًا للأكاديميين والصحفيين والمهتمين بشدة لاستكشاف التقاطع بين برنامج ChatGPT والصحافة.

### أهداف الدراسة:

1. رَصْدُ وتحليل وتقييم الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية التي تناولت توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية خلال الفترة من يناير 2023م حتى يونيو 2024م، مع مُراعاة التنوع في المدارس الأمريكية، والأوروبية، والآسيوية، والعربية.

2. الكشف عن الموضوعات والقضايا البحثية التي تناولتها الدراسات عينة التحليل من أجل تصنيف توجيهات مجالات الاهتمام البحثي لدراسات توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية.
3. رصد الأطر المنهجية والنظرية، وكذلك الأدوات البحثية التي اعتمدت عليها دراسات وبحوث توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية.
4. الكشف عن النتائج التي توصلت إليها الدراسات والبحوث عينة التحليل، ومقارنة نتائجها، للتعرف على أوجه اتفاق واختلاف الباحثين ومحاولة تفسيرها.
5. تقديم رؤية مستقبلية واقتراح أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجال توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية.

#### تساؤلات الدراسة:

- 1) ما مجالات الاهتمام البحثي في بحوث ودراسات توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية؟
- 2) ما المناهج والأدوات البحثية المستخدمة في بحوث ودراسات توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية؟
- 3) ما الأطر النظرية التي تم الاعتماد عليها في بحوث ودراسات توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية؟
- 4) ما النتائج التي توصلت لها بحوث ودراسات توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية؟
- 5) ما مدى الاتفاق أو الاختلاف في الإجراءات المنهجية والنظرية المستخدمة في كل من الدراسات العربية والأجنبية؟
- 6) ما مدى الاتفاق والاختلاف في النتائج التي توصلت إليها الدراسات والبحوث العربية والأجنبية؟
- 7) ما الرؤية المقترحة لتطوير بحوث توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية على مستوى أجندة القضايا البحثية، الأطر النظرية، والمناهج البحثية، والتعليم الصحفي والإعلامي؟

#### الإطار المعرفي للدراسة:

##### ■ تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التوليدي وتحديث الصحافة:

يُسلط هذا القسم الضوء على التعريفات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي التوليدي في سياق الصحافة، كذلك استعراض أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي المطبقة على الصحافة ووظائفها المختلفة، وأخيرًا، رصد مراحل استخدام الذكاء الاصطناعي داخل عُرف الأخبار.

## ■ تعريف الذكاء الاصطناعي التوليدي في الصحافة:

لا شكَّ أنّ صناعة الصحافة هي إحدى المجالات التي تمَّ تغييرها جذرياً بواسطة الذكاء الاصطناعي التوليدي، حيث يُمكن استخدامه لإنشاء محتوى إخباري اعتماداً على تحليل ومعالجة البيانات متعددة الوسائط. ومن ثمَّ، يُمكن للذكاء الاصطناعي التوليدي إنتاج قصص إخبارية أكثر تعقيداً باستخدام النصوص ومقاطع الفيديو<sup>(1)</sup>.

ويُشير مُصطلح "توليدي" في سياق الذكاء الاصطناعي إلى قُدرة هذه الأنظمة على توليد مخرجات إبداعية جديدة دون تدخل بشري<sup>(2)</sup>. بعبارة أخرى، قُدرة الذكاء الاصطناعي التوليدي على إنشاء محتوى جديد، مثل النصوص أو الصور أو الموسيقى، بناءً على مُدخلات معينة، حيث يتم تحقيق ذلك غالباً باستخدام نوع من نماذج التعلم الآلي يُسمى النموذج التوليدي، والذي يتم تدريبه على مجموعة كبيرة من الأمثلة ويُمكنه بعد ذلك إنشاء أمثلة جديدة مُشابهة لتلك التي تمَّ التدريب عليها.

باختصار، قدّم العلماء تعريفات مُختلفة لمفهوم الذكاء الاصطناعي التوليدي في سياق الصحافة والتي تعكس الطبيعة المُتعددة الأوجه لهذا المفهوم في الدراسات الصحفية، والتي تمَّ رصدها في النقاط التالية<sup>(3)</sup>:

### (1) إنشاء المحتوى:

يُعرّف الذكاء الاصطناعي التوليدي بأنه استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي لإنشاء مقالات إخبارية أو تقارير أو مُلخصات أو أشكال أخرى من المحتوى الصحفي تلقائياً. ومن ثمَّ، ينطوي هذا التعريف على قُدرة أنظمة الذكاء الاصطناعي على إنتاج نصوص مُتماسكة وذات صلة بالسياق، فضلاً عن محاكاة أساليب الكتابة الشبيهة بالإنسان.

### (2) تحليل البيانات:

يُتيح الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT إجراء تحليل أكثر تعقيداً ودقة للبيانات المُستندة إلى النصوص، مثل منشورات وسائل التواصل الاجتماعي والمراجعات عبر الإنترنت، وهذا يُساعد الصحفيين على اكتساب رؤى أعمق حول مواضيع مُختلفة، مما يُعزز جودة التقارير الإخبارية.

### (3) أتمتة عُرف الأخبار:

يتضمن الذكاء الاصطناعي التوليدي أتمتة مُختلف المهام الصحفية داخل عُرف الأخبار، مثل النسخ والترجمة والتحقق من الحقائق وتوصية المحتوى. يُضاف إلى ما سبق تبسيط عمليات إنتاج الأخبار، وتحسين الكفاءة، وزيادة قُدرات الصحفيين.

### (4) مشاركة الجمهور:

يتضمن الذكاء الاصطناعي التوليدي استخدام التقنيات المُعتمدة على الذكاء الاصطناعي لتوصيل الأخبار والتوصية بالمحتوى وإشراك الجماهير من خلال تخصيص تجارب استهلاك الأخبار بناءً على التفضيلات والسلوكيات الفردية.

## ■ أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في الصحافة "الوظائف والتطبيقات"

يتناول هذا الجزء أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي ووظائفها المختلفة، وكذلك تطبيقاتها في الصحافة وهي<sup>(4)</sup> :

1. تحليل البيانات: إنشاء المعلومات من قواعد البيانات، والكشف عن الأنماط، والتنبؤ من البيانات.
2. الكتابة الآلية: كتابة أي نوع من النصوص، مثل الأخبار أو التقارير أو النصوص البرمجية من البيانات المنظمة.
3. التعرف على الصور: التعرف على الأشخاص أو الأشياء أو الأماكن في الصورة. تحديد صورة معينة والبحث العكسي.
4. تحويل النص إلى صوت: إنشاء ملفات صوتية وأنواع أخرى من الملفات الصوتية دون الحاجة إلى صوت بشري.
5. تحويل الصوت إلى نص: نسخ المقابلات، والترجمة التلقائية، وما إلى ذلك.
6. تحويل الفيديو إلى نص: الوصف النصي لصور الفيديو، ومُلخص صور الفيديو، والتعليق التلقائي.
7. تفاعل المستخدم: الإشراف على التعليقات، والمحادثة المباشرة مع المستخدمين.
8. تنظيم المحتوى: تخصيص المحتوى بناءً على تفضيلات المستخدم.

## ■ استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي داخل عُرف الأخبار:

فرض الذكاء الاصطناعي التوليدي إطار عمل جديد على النشاط الصحفي، حيث أصبحت أدواته وأنظمتة تُشكل جزءًا من بيئة العمل وتلعب دورًا رئيسيًا في سير العمل الصحفي داخل عُرف الأخبار، من خلال تقديم المساعدة والدعم في إنتاج وتسهيل تخصيص المحتوى، وتحليل تأثير الرسائل تلقائيًا<sup>(5)</sup> (جدول 1).

### جدول (1)

#### مراحل استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي داخل عُرف الأخبار

المرحلة	المؤشرات	التوصيف
مرحلة الاختيار	جمع المعلومات	<ul style="list-style-type: none"> <li>● جمع البيانات من مصادر مختلفة ( وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية وغيرها).</li> <li>● اكتشاف القصص المخفية والتحقق منها (على سبيل المثال، التعرف على الصور أو الفيديو)</li> <li>● تحليل اتجاهات المستخدم والتنبؤ به (على سبيل المثال، الإعلانات المستهدفة أو عروض المحتوى)</li> <li>● التنبؤ بالأحداث المستقبلية المحتملة (على سبيل المثال، المطالبة بإنشاء تقارير جديدة مُستوحاة من قصة إخبارية</li> </ul>
الاختيار والتصفية		<ul style="list-style-type: none"> <li>● التحقق ومطابقة المطالبات وتحليل التشابه</li> <li>● المُحتوى و/أو تصنيف تحليل مجموعت البيانات</li> <li>● جمع وتحليل البيانات المنظمة آليًا (مثل البيانات المالية والمصرفية</li> </ul>

الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية  
دراسة تحليلية نقدية مقارنة

مرحلة الإنتاج	<ul style="list-style-type: none"> <li>● المساعدة في الترميز لمختلف المهام</li> <li>● النسخ وترجمة الصوت والفيديو</li> <li>● البحث في الأرشيفات و/أو البيانات الوصفية</li> </ul>
المعالجة والتحرير	<ul style="list-style-type: none"> <li>● كتابة/إنشاء محتوى الأخبار (على سبيل المثال، الكتابة الآلية للقصص بناءً على البيانات المنظمة)</li> <li>● إعادة تنسيق المحتوى عبر الإنترنت (على سبيل المثال، التلخيص والتبسيط والتغييرات الأسلوبية؛ تحويل النص إلى فيديو، تحويل الكلام إلى نص، ترجمة النص)</li> </ul>
التسليم الشخصي	<ul style="list-style-type: none"> <li>● تخصيص من خلال تحليل سجل قراءة المستخدم واهتماماته (على سبيل المثال، خلاصات الأخبار والنشرات الإخبارية الآلية، عروض مواقع الويب، وروبوتات الدردشة، وظائف القراءة بصوت عال).</li> <li>● اختبار توقيت إرسال الأخبار للمستخدم من خلال تحليل سلوك الاستخدام (على سبيل المثال، التوقيت اليومي الذي يزور فيه غالبًا موقع إخباري ما أو ينقر على إشعار الأخبار).</li> </ul>
مرحلة التوزيع	<ul style="list-style-type: none"> <li>● توفير آلية تعليقات المستخدمين في الوقت الفعلي بناءً على البيانات</li> <li>● آلية العرض والطلب (على سبيل المثال، يكتسب المحتوى الإخباري عالي الجودة شعبية كبيرة وبالتالي قدرًا أكبر من الظهور في السوق. وعلى العكس من ذلك، يتلقى المحتوى الإخباري رديء الجودة تعليقات سلبية من المستخدمين، وبالتالي تقليل التعرض للأخبار)</li> </ul>

ولا شكَّ أنّ التكنولوجيا كانت دائمًا أساس الصحافة الحديثة، منذ بداياتها وتطورها وصولاً إلى استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام ووكالات الأنباء وغيرها. من هذا المنطلق، أحدث الذكاء الاصطناعي التوليدي تحول شامل في العملية الصحفية خلال جميع مراحل سلسلة الإنتاج، أي جمع المعلومات وتخزينها ومعالجتها ونقلها واستهلاكها<sup>(6)</sup>.

### تطبيق ChatGPT "الوافد الصحفي الجديد"

يُسلط هذا القسم الضوء على نشأة وتعريف تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT، كذلك عرض أحدث الإحصائيات الخاصة به لعام 2024، وأخيرًا، رصدُ مختلف المزايا والعيوب المرتبطة بتطبيق ChatGPT في الصحافة.

#### ● نشأة وتعريف الـ ChatGPT:

تمَّ إطلاق تطبيق ChatGPT في 30 نوفمبر عام 2022 بواسطة OpenAI، وهي شركة أبحاث غير ربحية تعمل في مجال تطوير وتوجيه الذكاء الاصطناعي، تمَّ تأسيسها على يد اثنين من رواد الأعمال التقنيين، سام ألتمان وإيلون ماسك<sup>(7)</sup>. وفي مارس عام 2023 قامت OpenAI برفع قدرات ChatGPT إلى الإصدار التالي مع إصدار GPT-4. وقد اجتذب اهتمامًا كبيرًا من الباحثين نظرًا لقدرة البرنامج المحسنة بشكل ملحوظ مقارنة بالإصدارات السابقة<sup>(8)</sup>.

يُمكن تعريف تطبيق الـ ChatGPT بأنه نوع من خوارزميات التعلم الآلي التي تمَّ تدريبها مسبقًا على كميات كبيرة من البيانات والتي تتيح ليس فقط إجراء محادثات واقعية مع البشر،



ولكن أيضًا إنشاء نص لا يُمكن تمييزه عن النص المكتوب بواسطة البشر<sup>(9)</sup>، وكذلك إنشاء إجابات للأسئلة التي يطرحها المُستخدمون في الوَقتِ الفعلي<sup>(10)</sup>.

#### • ChatGPT قراءة إحصائية حديثة:

من اللافت للنظر أن تطبيق ChatGPT أحدث ثورة في مجال تكنولوجيا المعلومات، وقد حظي إطلاقه في أواخر نوفمبر 2022 باهتمام كبير، مما جعله أسرع تطبيق استهلاكي نموًا في التاريخ على الإطلاق. وفي الأسبوع الأول من إصدار ChatGPT، قام أكثر من مليون مُستخدم بتسجيل الدخول للتفاعل مع برنامج الدردشة الآلي الذي تم إصداره، وهو يتمتع حاليًا بواحدة من أسرع قواعد المُستخدمين نموًا، حيث وصل إلى 100,000 مليون مُستخدم في شهرين<sup>(11)</sup>.

على أية حال، فيما يلي عرض لأحدث الإحصائيات الخاصة بتطبيق ChatGPT لعام 2024<sup>(12)</sup>:

- لديه أكثر من 180.5 مليون مُستخدم شهريًا و100 مليون مُستخدم نشط أسبوعيًا.
- يحصل ChatGPT على أكثر من 1.7 مليار زيارة للصفحة كل شهر في المتوسط.
- لا تستطيع 7 دول الوصول إلى ChatGPT بما في ذلك الصين وروسيا وأوكرانيا وبيلاروسيا وفنزويلا وأفغانستان وإيران.
- فشل 53% من القراء في تحديد مُحتوى ChatGPT المكتوب على أنه مكتوب بالذكاء الاصطناعي.
- مُعظم مُستخدمي ChatGPT % هم من الولايات المتحدة بنسبة 14.4%، يليها الهند بنسبة 6.9%، كولومبيا بنسبة 3.6%، الفلبين بنسبة 3.5%، وأخيرًا اليابان بنسبة 3%.

#### • مزايا تطبيق ChatGPT في الصحافة:

يُوفر استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT العديد من المزايا التي جذبت ملايين المُستخدمين في فترة قصيرة، أبرزها توليد الاستجابة السريعة من خلال اكتساب المعرفة حول لغة المُستخدم ونبرة صوته وأسلوبه<sup>(13)</sup>. علاوةً على ذلك، يُمكن أيضًا تدريب ChatGPT على مجموعات كبيرة من البيانات، مما يسمح له بتحسين أدائه بمرور الوَقتِ والتكيف مع احتياجات المُستخدم المُتغيرة<sup>(14)</sup>.

ولعلَّ إحدى الخصائص الأكثر إثارة للاهتمام في تطبيق ChatGPT هي قُدْرته على إنتاج نص عالي الجودة وخالي من الأخطاء يصعب تمييزه عن المُحتوى الذي كتبه الإنسان<sup>(15)</sup>. علاوةً على ذلك، يحتوي ChatGPT على قاعدة بيانات ضخمة، وقوة حسابية مُذهلة، وإنشاء أنواع مُتعددة من مُحتوى النص تلقائيًا، مما جذب اهتمامًا واسع النطاق في جميع أنحاء العالم عند إطلاقه<sup>(16)</sup>.

في ذات السياق، هناك العديد من القُدْرَات الخاصة بـ ChatGPT والتي قد تُؤثر على استخدامه وتطبيقاته وهي:

(1) إنتاج نص عالي الجودة استجابة للمُدخلات البشرية التي غالبًا ما يصعب تحديدها على أنها مُخرجات الذكاء الاصطناعي.

- (2) القُدرة على الانخراط في تفاعل حواري حول مجموعة واسعة جداً من المواضيع.
- (3) القُدرة على تكيف مخرجاته مع أنماط لغة محددة.
- (4) القُدرة على التعلم من التفاعل مما يؤدي إلى السماح بتحسين جودة المحتوى ومقبوليته<sup>(17)</sup>.

#### • عيوب تطبيق ChatGPT في الصحافة:

هناك العديد من القيود التي تتطوي على استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي في المجال الصحفي، لعل أهمها توليد معلومات غير صحيحة مع محتوى مُتحيّز، وما إلى ذلك<sup>(18)</sup>. علاوة على ذلك، أفاد الصحفيون أنّ مُستخدمي ChatGPT، بما في ذلك الأكاديميون ومُتخصصو التكنولوجيا، أصيبوا بالقلق من قُدرة على اختلاق ونشر أخبار ومعلومات مُزيفة تبدو معقولة، فضلاً عن الخوف من النزوح الجماعي للوظائف، بما في ذلك الأساتذة والمُبرمجين<sup>(19)</sup>.

#### ثالثاً: الإطار النظري للدراسة:

#### • نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام Mediamorphosis Theory

تستند الدراسة الحالية في بنائها النظري إلى نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام، والمعروفة باسم "التحول الرقمي"، والتي اقترحها روجر فيدلر في عام 1990. ويُشير مُصطلح "التحول الإعلامي" إلى تطور وسائل الاتصال نتيجة للتفاعل المُعقد بين الاحتياجات المُتصورة والضغوط التنافسية والسياسية والابتكارات الاجتماعية والتكنولوجية<sup>(20)</sup>.

والواقع أنّ التحول الإعلامي كمفهوم يُوضح أنّ وسائل الإعلام الجديدة لا تنشأ بشكل عفوي ومُستقل، بل تنشأ من خلال التحول التدريجي لوسائل الإعلام التقليدية القديمة<sup>(21)</sup>. وترى النظرية أنّ التقارب أو الاندماج بين وسائل الإعلام هو تزاوج ينتج من تحول كل وسيلة على حدة، فضلاً عن إنشاء وسائل جديدة<sup>(22)</sup>.

في هذا السياق، باتت الثورة الرقمية التي أدت إلى رقمنة وسائل الإعلام هي أحد أسباب التحول الإعلامي<sup>(23)</sup>. ومع تطور أشكال وسائل الإعلام الجديدة ونموها، فقد أثرت على تطور وسائل الإعلام الأخرى الموجودة بدرجات مُتفاوتة، بحيث بدلاً من أن تحل الوسائط الناشئة محل الوسائط الموجودة، فإنّ الوسائط الموجودة تتقارب معها ببساطة لتحسين عملياتها<sup>(24)</sup>. على سبيل المثال، التحول من وسائل الإعلام التقليدية، مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون، إلى أشكال جديدة من وسائل الإعلام، مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية الأخرى. ومن ثمّ، يحدث هذا التحول في التكنولوجيا ويُؤثر على كيفية توصيل الرسائل والوصول إلى المعلومات والتفاعل مع محتوى الوسائط<sup>(25)</sup>.

• المبادئ الأساسية الستة للنظرية:

تتلخص المبادئ الأساسية الستة لنظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام "التحول الرقمي" التي وضعها فيدلر في الآتي<sup>(26)</sup>:

(1) التطور المشترك والتعايش

تتعايش وتتطور جميع أشكال وسائل الإعلام في إطار نظام متوسع ومُعقد ومُتكيف. ومع ظهور كل شكل جديد وتطوره، فإنه يُؤثر، بمرور الوقت وبدرجات متفاوتة، على تطور كل شكل آخر موجود.

(2) التحول

لا تنشأ الوسائط الجديدة بشكل عفوي ومستقل، بل تنشأ تدريجياً من تحول الوسائط القديمة. وعندما تظهر أشكال جديدة، تميل الأشكال القديمة إلى التكيف والاستمرار في التطور بدلاً من إزاحتها.

(3) الانتشار

تعمل الأشكال الناشئة من وسائل الإعلام على نشر السمات السائدة من الأشكال السابقة. وتنتقل هذه السمات وتنتشر من خلال رموز الاتصال التي تُسمى اللغات.

(4) البقاء

لا شك أن كافة أشكال وسائل الإعلام، فضلاً عن المؤسسات الإعلامية، مُضطرة إلى التكيف والتطور من أجل البقاء في بيئة مُتغيرة. ولقد كان التكيف والتطور حتى الآن السبيل الذي توصلت إليه أشكال وسائل الإعلام القديمة للبقاء في مواجهة ظهور أشكال جديدة. وفي الوقت الحالي، لا تُحاول الأشكال القائمة التكيف مع العصر الجديد فحسب، بل تحاول أيضاً الهجرة بشكل جماعي إلى الوسيلة الجديدة كجزء من استراتيجية البقاء. وهناك إجماع في الصناعة على أنه أياً كان السيناريو السائد في مستقبل الاتصال الجماهيري، فإن المؤسسات الإعلامية القادرة على التكيف والتطور في البيئة الجديدة هي وحدها التي ستنجو.

(5) الفرصة والحاجة

لا يتم تبني وسائل الإعلام الجديدة على نطاق واسع بناءً على مزايا التكنولوجيا وحدها. يجب أن تكون هناك دائماً فرصة، فضلاً عن سبب اجتماعي وسياسي واقتصادي مُحفز لتطوير تكنولوجيا إعلامية جديدة.

(6) التبني المتأخر

تستغرق تقنيات وسائل الإعلام الجديدة دائماً وقتاً أطول من المتوقع لكي تُصبح ناجحة تجارياً. فهي تتطلب عادة جيلاً بشرياً واحداً على الأقل (20 إلى 30 عاماً) للتقدم من إثبات المفهوم إلى التبني الواسع النطاق. ويستند هذا المبدأ إلى "قاعدة الثلاثين عاماً"، التي وضعها بول سافو، مدير معهد المستقبل في مينلو بارك، كاليفورنيا، في عام 1992، والذي درس كيفية تبني التقنيات الجديدة بشكل عام.

### • محركات التحول الإعلامي

إنَّ تصور تحول وسائل الإعلام الجديدة إلى التكيف والتعايش مدفوع بثلاثة عوامل رئيسية<sup>(27)</sup>:

1. التفاعل المُعقد للاحتياجات المُتصورة: المُتطلبات الجماعية للشركات والتكنولوجيات والقوى الاجتماعية التي تُولد وتطور تكنولوجيات إعلامية جديدة.
2. الضغوط التنافسية والسياسية: إنَّ النشاط الاقتصادي الناجم عن تحرير السوق والضغوط السياسية من أجل الشفافية وحرية التعبير وتحرير سيطرة الدولة على وسائل الإعلام يُوفر المزيد من الخيارات للمستهلكين مما يُؤدي إلى سلوكيات تنافسية بين وسائل الإعلام.
3. الابتكارات الاجتماعية والتكنولوجية: ترافقت التطورات الاجتماعية المُؤدية إلى تحول وسائل الإعلام مع الاختراعات التكنولوجية، من اللوحات والمنحوتات الرمزية كمورد لسرد القصص إلى الطباعة الميكانيكية وابتكارات يُوهان جوتنبرج في مجال الطباعة، ومن الأجهزة الحاسوبية التناظرية إلى التقنيات الرقمية وأنظمة الحوسبة.

### • جوانب التحول الإعلامي

يتضمن التحول الإعلامي ثلاثة جوانب رئيسية تشمل<sup>(28)</sup>:

- (1) اللغة المنطوقة : تتعلق بكيفية دمج الشخص في مجموعة اجتماعية مُعينة، وكيفية صقل مهارات حل المشكلات وتطوير رواية القصص.
- (2) اللغة المكتوبة : تتميز بتطور ثقافة وسائل الإعلام الجماهيرية وعصر الطباعة.
- (3) اللغة الرقمية : ترتبط بتطور الاتصال الوسيط مع التعاون المُميز بين استخدام أجهزة الكمبيوتر والوسائط الرقمية الأخرى وأنماط الاتصال البشري.

### • توظيف النظرية في الدراسة الحالية

تُشكل تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة مُنافساً للصحافة في العصر الرقمي، والتي غيرت طريقة عمل الصحافة بشكل غير مسبوق. لذلك، تحتاج الصحافة كصناعة إلى التكيف مع المُستجدات التكنولوجية من خلال الاستفادة من تكنولوجيا الإعلام الجديد بفعالية لمُواصلة تطوير نفسها.

ووفقاً لمفهوم "التحول الرقمي"، فإنَّ وسائل الإعلام الجديدة تطورت فقط لتحديث وتطوير وسائل الإعلام القديمة، حيث أكد فيدلر على أنَّ ظهور وسيلة أو تقنية جديدة لا يعني نهاية أو موت وسيلة موجودة / قديمة. من هذا المنطلق، أصبح استخدام الذكاء الاصطناعي جانباً لا غنى عنه في صناعة الإعلام، خاصة داخل عُرف الأخبار، وهذا يعني أنَّ عُرف الأخبار ستستمر في الوجود، ولكن في شكل أكثر تطوراً وتقدماً.

وبالنظر إلى هذه الاعتبارات، فإنَّ تطبيق ChatGPT ، مثل وسائل الإعلام الجديدة، لم يظهر تلقائيًا أو بشكل مُستقل، بل نتيجةً للتحسينات التدريجية لصحافة الذكاء الاصطناعي. تأسيسًا على ما سبق، تم اختيار هذه النظرية كأفضل النظريات لهذه الدراسة لأنها تُناقش التغييرات الحالية في كيفية إنتاج الأخبار، وكذلك كيف يُمكن أن يُؤثر دخول الذكاء الاصطناعي التوليدي في ممارسة الصحافة على نشر الأخبار بطرق أفضل، فضلًا عن تقديم رؤى حول المشهد الإعلامي المُتطور والاعتبارات الأخلاقية والتحديات المهنية التي يفرضها تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT في المجال الصحفي.

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### • نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية البحوث الوصفية التحليلية المقارنة، حيث لا تتوقف حدود الدراسة عند وصف الاتجاهات الحديثة لبحوث ودراسات توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، وإنما تمتد لتحليل ونقد هذه الاتجاهات وفقًا للمدارس الفكرية المختلفة التي تنتمي لها هذه البحوث، وربطها بالسياقات الاجتماعية والاقتصادية والإعلامية، بالاعتماد على منهج المسح بأسلوب تحليل البيانات من المستوى الثاني (Meta-Analysis) في ضوء الخطوات التالية :

1. تحديد أهداف التحليل
2. تحديد فترة زمنية لإجراء التحليل بما يُحقق أهداف البحث
3. حصر البحوث ذات الصلة بالموضوع
4. تصنيف البحوث وفقًا للمتغيرات المختلفة
5. التحليل الكيفي لنتائج الدراسات التي تمَّ التوصل إليها
6. رصد النتائج العامة لتحليل البحوث السابقة
7. تقديم رؤى عامة لبحوث مستقبلية في مجال الدراسة

في هذا السياق، استخدم الباحث أسلوب التحليل الكمي والكيفي معًا في تفسير النتائج بما يُحقق أهداف الدراسة من جهة، وكذلك المنهج المُقارن للتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين المدارس الأمريكية والأوروبية والآسيوية والعربية في مجالات الاهتمام البحثي والمناهج والأدوات البحثية والأطر النظرية من جهة أخرى، وصنّوًا إلى تقديم أجندة بحثية مُستقبلية للباحثين في مجال بحوث ودراسات توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية.

#### • مُجتمع الدراسة والعينة

يشمل مُجتمع العرض التحليلي البحوث والدراسات التي تناولت توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية على المُستويين العربي والأجنبي، وتمَّ اختيارها بأسلوب العينة العمدية وفقًا مُتغيري موضوع البحث وسنة النشر، وذلك في ضوء الإجراءات التالية:

- (1) تحديد الإطار الزمني للدراسة في الفترة من يناير 2023م حتى يونيو 2024م ، بما يُحقق هدفها الرئيس وهو التعرف على أحدث الاتجاهات البحثية في مجال توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية.
- (2) توظيف أسلوب الحصر الشامل في جمع البحوث العربية والأجنبية الخاصة باستخدام برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية والمُتاحة في قواعد البيانات الرقمية المُتخصصة والدوريات العلمية المحكمة المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية.
- (3) استخدام مجموعة مُتنوعة من الكلمات المفتاحية باللغتين العربية والإنجليزية (جدول 2)، بحيث يُمكن الوصول إلى أكبر عدد مُمكن من البحوث المُرتبطة بالقضية موضع التحليل.
- (4) استعراض العناوين والقضايا البحثية للدراسات التي تمَّ التوصل إليها لتحديد مدى ارتباطها بموضوع الدراسة التحليلية، حتى انتهى الباحث إلى اختيار العينة النهائية، إذ بلغ إجماليها تسع وثلاثون دراسة، منها إحدى عشرة دراسة عربية، أما الدراسات الأجنبية فكانت ثمان وعشرون دراسة.

## جدول (2) الكلمات المفتاحية

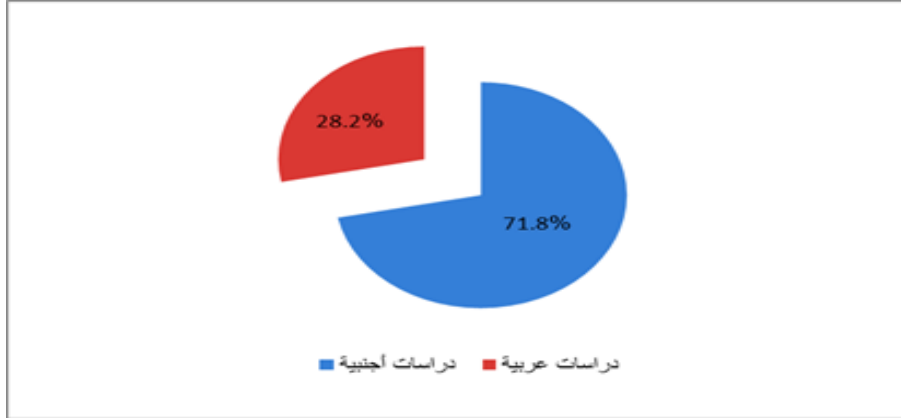
التسمية باللغة الإنجليزية	التسمية باللغة العربية
Generative Artificial Intelligence	الذكاء الاصطناعي التوليدي
ChatGPT	شات جي بي تي
Use ChatGPT in Newsrooms	استخدام شات جي بي تي في غرف الأخبار
ChatGPT & Journalism Education	شات جي بي تي وتعليم الصحافة
ChatGPT & Media Content Production	شات جي بي تي وإنتاج المحتوى الإعلامي
Journalists Attitudes toward ChatGPT	اتجاهات الصحفيين تجاه شات جي بي تي
Ethical Challenges of ChatGPT	التحديات الأخلاقية لـ شات جي بي تي
Professional Challenges of ChatGPT	التحديات المهنية لـ شات جي بي تي
GAI and the Future of Journalism	الذكاء الاصطناعي التوليدي ومستقبل الصحافة
GAI and the Future of Journalists	الذكاء الاصطناعي التوليدي ومستقبل الصحفيين

### • نتائج المؤشرات الكمية للدراسات التي خضعت للتحليل:

#### (1) تصنيف الدراسات وفقاً للغة النشر

يُوضح الشكل (1) البحوث والدراسات المنشورة التي خضعت للتحليل، والتي تمَّ الحصول عليها في الفترة من يناير 2023م حتى يونيو 2024م، مع الأخذ في الاعتبار شمول الدراسات التي تخص هدف الدراسة وهي الدراسات التي تناولت توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية على المُستويين العربي والأجنبي، واستبعاد البحوث والدراسات التي لا ترتبط بهدف الدراسة الحالية، إذ بلغ إجمالي حجم عينة الدراسة الخاضعة للتحليل تسع وثلاثون دراسة منشورة، منها

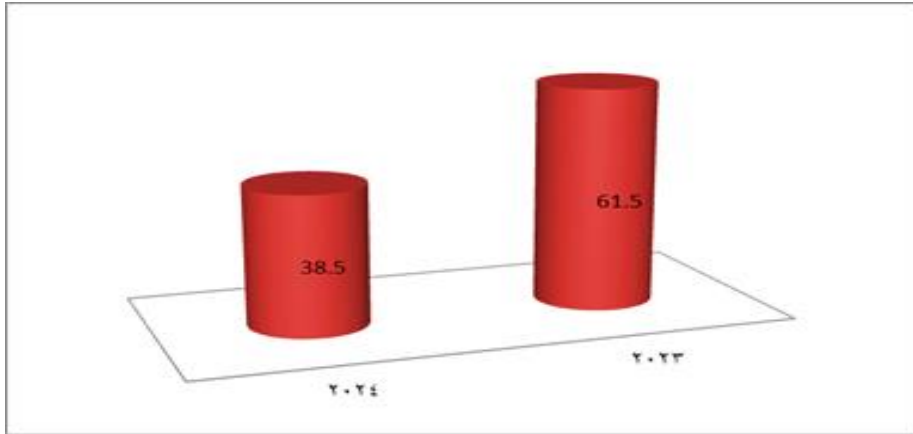
إحدى عشرة دراسة عربية وبنسبة مئوية بلغت 28.2%، أما الدراسات الأجنبية فكانت ثمان وعشرون دراسة بنسبة 71.8%.



شكل (1) تصنيف الدراسات وفقاً للغة النشر

## (2) تصنيف الدراسات وفقاً لسنة النشر

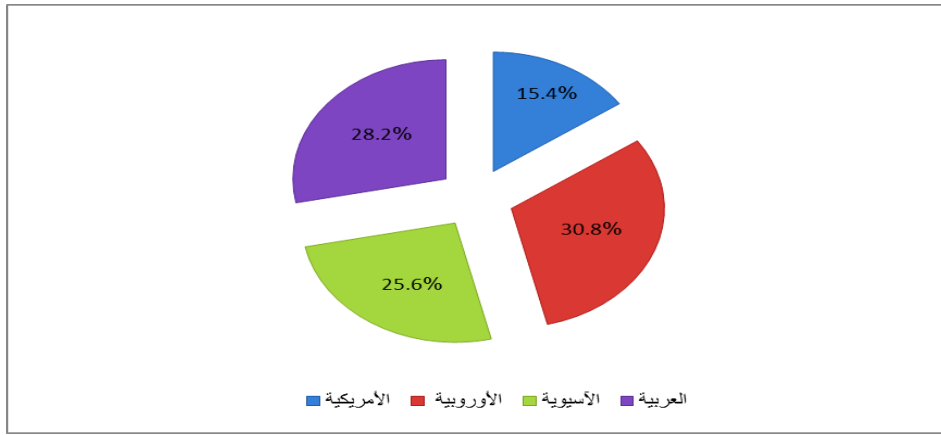
يُوضح الشكل (2) تصنيف عينة الدراسة محل التحليل حسب السنوات التي نشرت فيها، إذ جاءت الدراسات المنشورة في عام 2023 في الترتيب الأول بواقع أربع وعشرين دراسة وبنسبة مئوية بلغت 61.5%، تلتها دراسات عام 2024 في الترتيب الثاني بواقع خمس عشرة دراسة وبنسبة مئوية بلغت 38.5%.



شكل (2) تصنيف الدراسات وفقاً لسنة النشر

### (3) تصنيف الدراسات وفقاً لبيئة إجرائها

جاءت الدراسات التي أجريت في المدرسة الأوروبية في الترتيب الأول، إذ بلغت اثنتا عشرة دراسة من مجموع العينات الكلي وبنسبة مئوية بلغت 30.8%، تلتها الدراسات العربية في الترتيب الثاني بواقع إحدى عشرة دراسة وبنسبة مئوية بلغت 28.2%، وجاءت المدرسة الآسيوية في الترتيب الثالث بواقع عشر دراسات وبنسبة مئوية بلغت 25.6%، وجاءت المدرسة الأمريكية في الترتيب الأخير بواقع ست دراسات وبنسبة مئوية بلغت 15.4%.



شكل (3) تصنيف الدراسات وفقاً لبيئة إجرائها

#### تقسيم العرض التحليلي

يُمكن رصد أربعة محاور رئيسية (جدول 3)، تمثل أغلب الاتجاهات البحثية المعاصرة لتوظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، وتضمنت هذه المحاور ما يلي:

- **المحور الأول:** يركز على الدراسات التي تناولت استخدام برنامج ChatGPT في إنشاء المحتوى الإعلامي، ويضم عشر دراسات.
- **المحور الثاني:** يناقش الدراسات التي تناولت تأثير برنامج ChatGPT على التعليم الصحفي والإعلامي، ويضم تسع دراسات.
- **المحور الثالث:** يتناول الدراسات الخاصة باتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف برنامج ChatGPT في المؤسسات الصحفية وتأثيره على مسارات التوظيف ومُسْتَقْبَل الصحفيين، ويضم أربع عشرة دراسة.



- **المحور الرابع:** يستعرض الدراسات المرتبطة بالتَّحَدِّيَّات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي، ويضم ست دراسات.

### جدول (3)

تقسيم الدراسات الخاضعة للتحليل من حيث المحاور البحثية وسنة النشر

%	الإجمالي	2024	2023	سنة النشر
				المحاور البحثية
25.6	10	5	5	الأول: استخدام برنامج ChatGPT في إنشاء المحتوى الإعلامي
23.1	9	3	6	الثاني: تأثير برنامج ChatGPT على التعليم الصحفي والإعلامي
35.9	14	7	7	الثالث: اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف برنامج ChatGPT في المؤسسات الصحفية وتأثيره على مسارات التوظيف ومُسْتَقْبَلُ الصحفيين
15.4	6	2	4	الرابع: التَّحَدِّيَّات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي
%100	39	17	22	الإجمالي

تكشف نتائج ومؤشرات التحليل المُوضحة في الجدول السابق أنّ ثمة مجموعة من القضايا والإشكاليات حظيت باهتمام الباحثين، يأتي في مُقدمتها البحوث والدراسات التي ركزت على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف برنامج ChatGPT في المؤسسات الصحفية وتأثيره على مسارات التوظيف ومُسْتَقْبَلُ الصحفيين بواقع أربع عشرة دراسة وبنسبة مئوية بلغت 35.9%، يليها بحوث ودراسات استخدام برنامج ChatGPT في إنشاء المُحتوى الإعلامي بواقع عشر دراسات وبنسبة مئوية بلغت 25.6%، ثم بحوث ودراسات تأثير برنامج ChatGPT على التعليم الصحفي والإعلامي بواقع تسع دراسات وبنسبة مئوية بلغت 23.1%، وأخيراً بحوث ودراسات التَّحَدِّيَّات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي بواقع ست دراسات وبنسبة مئوية بلغت 15.4%.

#### المحور الأول: استخدام برنامج ChatGPT في إنشاء المُحتوى الإعلامي

رصد الباحث في هذا المحور إجمالي عشر دراسات خضعت للتحليل، منها ثلاث دراسات عربية، أما الدراسات الأجنبية فكانت سبع دراسات. وفيما يلي عرض مُبسط لنتائج المؤشرات الكمية لدراسات هذا المحور.

#### ■ نتائج المؤشرات الكمية لدراسات المحور الأول ✓ تصنيف الدراسات وفقاً للغة النشر

يُوضح الجدول (4) بحوث ودراسات هذا المحور التي خضعت للتحليل، إذ بلغ إجماليها عشر دراسات، منها ثلاث دراسات عربية وبنسبة مئوية بلغت 30%، أما الدراسات الأجنبية فكانت سبع دراسات وجاءت بنسبة 70%.

**جدول (4)**  
**تصنيف دراسات المحور الأول وَفَقًا لِللغة النشر**

النسبة %	التكرار	النتائج	لغة النشر
30	3	دراسات عربية	
70	7	دراسات أجنبية	
%100	10	المجموع	

✓ **تصنيف الدراسات وَفَقًا لِسنة النشر**

يُوضح الجدول (5) تصنيف بحوث ودراسات المحور الأول حسب السنوات التي نشرت فيها البحوث والدراسات محل التحليل، إذ تساوت الدراسات المنشورة في عام 2023 والدراسات المنشورة في عام 2024 بواقع خمس دراسات وبنسبة مئوية بلغت 50%.

**جدول (5)**  
**تصنيف دراسات المحور الأول وَفَقًا لِسنة النشر**

النسبة %	التكرار	النتائج	سنة النشر
50	5		2023
50	5		2024
%100	10		المجموع

✓ **تصنيف الدراسات وَفَقًا لِبينة إجرائها**

جاءت الدراسات التي أجريت في المدرسة الأوروبية في الترتيب الأول، بواقع أربع دراسات وبنسبة بلغت 40 %، تلتها المدرسة العربية في الترتيب الثاني بواقع ثلاث دراسات وبنسبة 30%، وجاءت المدرسة الآسيوية في الترتيب الثالث بواقع دراستين وبنسبة بلغت 20%، وجاءت المدرسة الأمريكية في الترتيب الأخير بواقع دراسة واحدة وبنسبة 10%، كما هو مُوضح في الجدول أدناه.

**جدول (6)**  
**تصنيف دراسات المحور الأول وَفَقًا لِبينة إجرائها**

النسبة %	التكرار	النتائج	المدرسة العلمية
10	1		الأمريكية
40	4		الأوروبية
20	2		الآسيوية
30	3		العربية
%100	10		المجموع

• **العرض التحليلي لدراسات المحور الأول**

في الأونة الأخيرة، تَمَّ بالفعل دَمَج الذكاء الاصطناعي التوليدي في استراتيجيات إنتاج الأخبار في بعض وسائل الإعلام. عَلَى الجَانِبِ الأخر، أثبتت أنظمة الذكاء الاصطناعي التوليدي

الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية  
دراسة تحليلية نقدية مقارنة

فُدرتها على تعزيز الإنتاجية في مهام إنتاج المحتوى مما يُثير التساؤل حول أتمتة الاتصالات في العصر الرقمي، حيثُ لم تُعدّ الوسائط الذكية المُصنعة مُجرد وسيط اتصالي، بل أصبحت هي نفسها مُشاركين تواصلين.

جدول (7)

بحوث ودراسات استخدام برنامج ChatGPT في إنشاء المحتوى الإعلامي

المؤلف وسنة النشر	الدولة	أهداف الدراسة	التصميم المنهجي	الأطر النظرية
de-Lima-Santos et al, 2024 <sup>(29)</sup>	هولندا	بحث آليات تعامل المؤسسات الإعلامية مع تطبيق ChatGPT ، في عُرف الأخبار في ضوء المبادئ التوجيهية للذكاء الاصطناعي التوليدي.	• منهج المسح • تحليل المضمون • عينة كرة الثلج • مجموعة مُتنوعة من شركات الإعلام	النظرية المؤسسية
Simon,2024 <sup>(30)</sup>	الولايات المتحدة	استخدام الذكاء الاصطناعي عبر المجالات التحريرية والتجارية والتكنولوجية مع التركيز على الآثار الهيكلية للذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية. العوامل في مجال الأخبار	• منهج المسح • المقابلات المُتعمقة • عينة عمدية وعشوائية • قوامها (35) مفردة من العاملين في مجال الأخبار	-----
Al Naqbi et al, 2024 <sup>(31)</sup>	الإمارات	تقديم تحليل شامل لتأثير استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي (GAI) على تعزيز الأداء المؤسسي وإنتاجية العمل عبر قطاعات مهنية متنوعة بما في ذلك مجال الإعلام.	• منهج المسح • تحليل دلالي من المُستوى الثاني • عينة عمدية قوامها (159) دراسة	-----
Hussain et al ,2024 <sup>(32)</sup>	سلطنة عمان	تحليل مقاطع فيديو YouTube المنشورة حول ChatGPT ومُقارنة تفاعل الجمهور مع هذه المقاطع مع مقاطع الفيديو الأخرى المنشورة على نفس قناة YouTube.	• منهج المسح • تحليل المضمون • المقارنة المنهجية • مقاييس • عينة عمدية قوامها (300) مقطع فيديو	نظرية الاستخدامات والإشباع
Castillo-Campos al ,2024 <sup>(33)</sup> et	إسبانيا	استكشاف التحيز في إنشاء المحتوى المتعلق بالصحافة، مع التركيز على GPT-4 و GPT-3.5 و Bing.	• منهج المسح بشقه الكيفي • المنهج التجريبي • اختبار تجريبي • الاستبيان • عينة عمدية قوامها (9) من الصحفيين والخبراء الأكاديميين	-----
Arya & Sharma ,2023 <sup>(34)</sup>	الهند	معرفة تأثيرات صور الذكاء الاصطناعي التوليدي في صناعة الإعلام، وفُرص والتحديات التي تُواجهها الصناعة.	• منهج دراسة الحالة • عينة عمدية	-----
Sánchez-García et al,2023 <sup>(35)</sup>	إسبانيا	التعرف على خدمات وميزات الذكاء الاصطناعي التوليدي في مراحل العملية الصحفية.	• منهج المسح • الاستبيان • المقابلات المُتعمقة • عينة عمدية قوامها (45) رئيس للابتكار	-----
Roe & Perkins, 2023 <sup>(36)</sup>	سنغافورة	تحليل التمثيل الخطابي للذكاء الاصطناعي (AI) و ChatGPT في عناوين وسائل الإعلام الإخبارية.	• منهج المسح • تحليل المضمون • عينة عمدية قوامها (671) عنوان	نظرية ترتيب الأولويات ونظرية الأطر

الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل غُرَف الأخبار الصحفية  
دراسة تحليلية نقدية مُقارنة

-----	<ul style="list-style-type: none"> <li>● المنهج التجريبي</li> <li>● مقاييس</li> <li>● عينة عمدية</li> </ul>	تقييم تطبيق ChatGPT كمنشئ للمحتوى الصحفي في سياق المعايير الصحفية	سلوفاكيا	Hudíková, 2023 <sup>(37)</sup>
-----	<ul style="list-style-type: none"> <li>● المنهج الوصفي التحليلي</li> <li>● تحليل المضمون</li> <li>● عينة عمدية</li> </ul>	استكشاف كيفية استخدام تقنية ChatGPT لتعزيز المحتوى الإبداعي "الإعلام التربوي بوجه عام والمسرح التربوي بوجه خاص، وتحديد الفوائد والتحديات المحتملة لاستخدام هذه التقنية.	مصر	هشام زغول، 2023 <sup>(38)</sup>

### (1) من حيث أهداف الدراسات

تنوعت أهداف الدراسات التي تناولت استخدام برنامج ChatGPT في إنشاء المحتوى الإعلامي، حيث هدفت ست دراسات بواقع دراستين عربية وأربع دراسات أجنبية إلى استكشاف استخدام تطبيق ChatGPT في المجالات التحريرية في المؤسسات الإخبارية. وفي الإطار ذاته، هدفت ثلاث دراسات أجنبية إلى بحث آليات تعامل المؤسسات الإعلامية مع الحضور المتزايد للذكاء الاصطناعي، وخاصةً تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT. وفي سياق مُتصل، سعت دراسة واحدة إلى استكشاف كفاءة ChatGPT في اكتشاف وتوليد الأخبار المزيفة.

### (2) من حيث التصميم المنهجي

وظفت سبع دراسات منهج المسح الإعلامي، بواقع ثلاث دراسات تنتمي للمدرسة الأوروبية، ودرستين تنتميان للمدرسة العربية، ودراسة واحدة تنتمي للمدرسة الأمريكية، ودراسة واحدة تنتمي للمدرسة الآسيوية، بينما استخدمت دراستين تنتميان للمدرسة الأوروبية المنهج التجريبي، ووظفت دراسة واحدة تنتمي للمدرسة الآسيوية منهج دراسة الحالة، واعتمدت دراسة واحدة فقط تنتمي للمدرسة العربية على المنهج الوصفي التحليلي، وجمعت دراسة واحدة تنتمي للمدرسة الأوروبية بين أكثر من منهج.

وفي ذات السياق، تنوعت الأدوات البحثية المستخدمة في جمع البيانات، حيث اعتمدت أربع دراسات على أداة تحليل المضمون، وجمعت ثلاث دراسات بين أكثر من أداة، بينما استخدمت دراستين أداة الاستبيان، في حين اعتمدت دراستين على أداة المُقابلات المُتعمقة شبه المنظمة، ودرستين على المقاييس، واستخدمت دراسة واحدة فقط التحليل الدلالي من المستوى الثاني، ووظفت دراسة واحدة فقط الاختبار التجريبي. وفي الإطار ذاته، اعتمدت أغلبية البحوث بإجمالي عشر دراسات على العينات غير الاحتمالية، بواقع تسع عينات عمدية وعينة واحدة كرة الثلج.

### (3) من حيث الأطر النظرية

تعددت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها البحوث والدراسات في هذا المحور، حيث لم تستخدم سبع دراسات من إجمالي عشر دراسات خضعت للتحليل أطراً نظرية واضحة ومُحددة، في حين استخدمت ثلاث دراسات من إجمالي الدراسات عينة التحليل أطراً نظرية

واضحة ومحددة، بواقع (دراسة واحدة تنتمي للمدرسة الأوروبية، ودراسة واحدة تنتمي للمدرسة الآسيوية، ودراسة واحدة تنتمي للمدرسة العربية). وتمثلت النظريات التي وظفتها بحوث ودراسات هذا المحور في نظرية الاستخدامات والإشباع، النظرية المؤسسية، نظرية ترتيب الأولويات، ونظرية الأطر.

#### (4) من حيث النتائج

اتفقت العديد من نتائج الدراسات في هذا المحور على أهمية استخدام برنامج ChatGPT في إنتاج المحتوى الإعلامي، ومنها دراسة (Simon, 2024) والتي أظهرت نتائجها أن الطرق التي تتبعها المؤسسات الإخبارية في الوصول إلى المعلومات وجمعها، ومعالجتها وتحويلها إلى "أخبار"، والوصول إلى الجماهير الحالية والجديدة، وكسب المال تغيرت بالفعل بسبب تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي ومنها ChatGPT. واتفقت معها في النتائج دراسة (AI ( Naqbi, Bahrou & Ahmed, 2024) والتي توصلت إلى أن الذكاء الاصطناعي التوليدي يستمر في النمو كأحد الأساليب الجديدة لتحسين الإنتاجية في دراسات الاتصالات والثقافة.

وفي الإطار ذاته، خلصت نتائج دراسة (Hussain, Khan & Malik, 2024) إلى أن المحتوى المبتكر مثل مقاطع الفيديو ذات الصلة بـ ChatGPT يحظى بمشاركة أكبر من أنواع المحتوى الأخرى من نفس قنوات YouTube. علاوة على ذلك، أدى المحتوى المرتبط بـ ChatGPT إلى زيادة عدد المشتركين الجدد في القناة مقارنةً بأنواع المحتوى الأخرى.

وفي سياق متصل، توصلت نتائج دراسة (Sánchez-García et al, 2023) إلى أن شركات التكنولوجيا الإسبانية أحرزت تطورًا واضحًا في قطاع الذكاء الاصطناعي، مع توفر الخدمات والأدوات اللازمة للعملية الصحفية بأكملها، خاصة في مراحل جمع المعلومات وتوزيع المحتوى المتعلق بتحقيق الدخل.

وعلى النقيض، أكدت نتائج دراسة (Castillo-Campos et al, 2024) على ضرورة التعامل الحذر مع تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، وتسليط الضوء على آثارها المحتملة على دقة وحيادية المحتوى الناتج عن هذه الأدوات. وفي هذا الصدد، توصلت نتائج دراسة (Hudíková, 2023) إلى أن تحليل النصوص التي تم إنشاؤها بواسطة ChatGPT أدى إلى نتائج عدم الامتثال الكافي للمعايير الصحفية، وخاصة الدقة الواقعية للمعلومات والصحة الأسلوبية في البيانات الصحفية. وأظهرت النتائج أيضًا أن النصوص التي تم إنتاجها على هذا النحو، استخدمت GPT بشكل متكرر لتلفيق البيانات والحقائق والأسلوب غير الصحيح للجمل والعبارات، مما أدى إلى عدم وضوح المحتوى. وخلصت نتائج دراسة (Arya & Sharma, 2023) إلى أن شركات الإعلام والمؤسسات الصحفية يجب عليها الأخذ في الاعتبار الآثار الأخلاقية والمجتمعية لهذه التكنولوجيا في صناعة الإعلام.

من ناحية أخرى، أظهرت نتائج دراسة (Roe & Perkins, 2023) أن هناك صورة معقدة ومتناقضة في بعض الأحيان للذكاء الاصطناعي بشكل عام وChatGPT بشكل خاص، والتي

تتأرجح بين الإمكانيات الواعدة لحل التحدّيات المجتمعية مع التحذير في نفس الوقت من المخاطر الوشّيقة والنظامية.

وفي الإطار ذاته، توصلت دراسة (de-Lima-Santos, Yeung & Dodds, 2024) إلى أنّ المنظمات الإعلامية الأوروبية تُعد الأكثر إنتاجًا في صياغة وتنفيذ المبادئ التوجيهية للذكاء الاصطناعي ضمن عملياتها الإعلامية بهدف حماية المُستخدم. في المقابل، ركزت المؤسسات الإعلامية في أمريكا الشمالية بشكل أكبر على دعم القيم الصحفية وتنظيم المبادئ التوجيهية للتطوير المسؤول للذكاء الاصطناعي في عُرف الأخبار.

وعلى الصعيد المصري والعربي، خلصت نتائج دراسة (هشام زغلول، 2023) إلى فُدرّة ChatGPT على الكتابة الإبداعية في عدة تخصصات من الإعلام التربوي ومنها كتابة المسرحيات التعليمية وصياغة أفكار إبداعية لبحوث ودراسات مُقترحة في التخصص. كما توصلت الدراسة لتحديات كبرى يفرضها استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي ChatGPT، أهمها الإجابات الخاطئة والمُضللة في بعض الأحيان، بالإضافة إلى مخاطر أخرى تتعلق بالنزاهة الأكاديمية وحقوق التأليف والتوثيق والنشر.

المحور الثاني: تأثير برنامج ChatGT على التعليم الصحفي والإعلامي

رصد الباحث في هذا المحور إجمالي تسع دراسات خضعت للتحليل، منها ثلاث دراسات عربية، أما الدراسات الأجنبية فكانت ست دراسات. وفيما يلي عرض مُبسط لنتائج المؤشرات الكمية لدراسات هذا المحور.

#### ■ نتائج المؤشرات الكمية لدراسات المحور الثاني ✓ تصنيف الدراسات وفقًا للغة النشر

يوضح الجدول (8) بحوث ودراسات هذا المحور التي خضعت للتحليل، إذ بلغ إجماليها تسع دراسات، منها ثلاث دراسات عربية وبنسبة مئوية بلغت 33.3%، أما الدراسات الأجنبية فكانت ست دراسات وجاءت بنسبة 66.7%.

#### جدول (8)

#### تصنيف دراسات المحور الثاني وفقًا للغة النشر

النسبة %	التكرار	النتائج
33.3	3	دراسات عربية
66.7	6	دراسات أجنبية
100%	9	المجموع

#### ✓ تصنيف الدراسات وفقًا لسنة النشر

يوضح الجدول (9) تصنيف بحوث ودراسات المحور الثاني حسب السنوات التي نشرت فيها البحوث والدراسات محل التحليل، إذ جاءت الدراسات المنشورة في عام 2023 في الترتيب

الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل غُرَف الأخبار الصحفية  
دراسة تحليلية نقدية مقارنة

الأول بواقع ست دراسات وبنسبة مئوية بلغت 66.7%، تلتها دراسات عام 2024 في الترتيب الثاني بواقع ثلاث دراسات وبنسبة مئوية بلغت 33.3%.

جدول (9)

تصنيف دراسات المحور الثاني وفقاً لسنة النشر

النسبة %	التكرار	النتائج	سنة النشر
66.7	6		2023
33.3	3		2024
100%	9		المجموع

✓ تصنيف الدراسات وفقاً لبيئة إجرائها

تساوت الدراسات التي أجريت في المدرستين الأوروبية والعربية بواقع ثلاث دراسات لكل منهما وبنسبة بلغت 33.3%، تلتها المدرسة الآسيوية بواقع دراستين وبنسبة 22.2%، وجاءت المدرسة الأمريكية في الترتيب الأخير بواقع دراسة واحدة وبنسبة بلغت 11.1%، كما هو موضح في الجدول أدناه.

جدول (10)

تصنيف دراسات المحور الثاني وفقاً لبيئة إجرائها

النسبة %	التكرار	النتائج	المدرسة العلمية
11.2	1		الأمريكية
33.3	3		الأوروبية
22.2	2		الآسيوية
33.3	3		العربية
100%	9		المجموع

• العرض التحليلي لدراسات المحور الثاني

لا شك أنّ تقنية ChatGPT تُستخدم بالفعل على نطاق واسع في سياق التعليم الصحفي والإعلامي، بدءاً من جمع الأخبار وحتى إنتاجها وتوزيعها. علاوةً على ذلك، من المحتمل أن تكون عالية الجودة في التعبير الكتابي، على الرغم من القيود الكبيرة التي تُواجهها، على سبيل المثال، عدم القدرة على التفكير بشكل نقدي أو إبداعي<sup>(39)</sup>.

جدول (11)

بحوث ودراسات تأثير برنامج ChatGPT على التعليم الصحفي والإعلامي

الأطر النظرية	التصميم المنهجي	أهداف الدراسة	الدولة	المؤلف وسنة النشر
-----	• المنهج التجريبي • عينة عمدية قوامها (12) صحفية جامعية	استخدام تطبيق ChatGPT في مقالات الصحف الجامعية	الولايات المتحدة	Kim & Desaire, 2024 <sup>(40)</sup>
-----	• منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي • الاستبيان • عينة عشوائية قوامها (200) مفردة من طلاب المرحلة الجامعية في الدراسات الإعلامية • المقابلات المتعمقة	تقييم معرفة واستخدام ChatGPT بين طلاب الإعلام المصريين.	مصر	Assad, 2024 <sup>(41)</sup>

الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل غُرَف الأخبار الصحفية  
دراسة تحليلية نقدية مُقارنة

نظرية إنتشار الأفكار المستحدثة النظرية الموحد لقبول واستخدام التكنولوجيا	<ul style="list-style-type: none"> <li>• منهج المسح</li> <li>• المقارنة المنهجية</li> <li>• أداة الإستبيان</li> <li>• مقاييس</li> <li>• عينة عشوائية قوامها (457) مفردة من أعضاء هيئة التدريس</li> </ul>	الكشف عن مدى فاعلية استخدام التقنيات الحديثة (الذكاء الاصطناعي - الميتافيرس - الشات جي بي تي) في مجال التعليم وصناعة الصحافة.	مصر	وفاء خضر، 2024 <sup>(42)</sup>
نظرية الأطر	<ul style="list-style-type: none"> <li>• المنهج الوصفي التحليلي</li> <li>• تحليل المضمون</li> <li>• المقارنة المنهجية</li> </ul>	تحديد وتحليل الأطر السائدة المرتبطة باستخدام ChatGPT في التعليم.	ماليزيا	Freeman & Aoki, 2023 <sup>(43)</sup>
-----	<ul style="list-style-type: none"> <li>• منهج المسح بشقه الكيفي</li> <li>• تحليل دلالي من المستوى الثاني</li> </ul>	تحديد الفرص والاستراتيجيات لدمج الذكاء الاصطناعي التوليدي بشكل أخلاقي في طرق تدريس الصحافة.	المملكة المتحدة	Demmar & Neff, 2023 <sup>(44)</sup>
-----	<ul style="list-style-type: none"> <li>• منهج المسح بشقه الكيفي</li> <li>• المقابلات المُتعمقة</li> <li>• عينة عمدية قوامها (32) مفردة من الخبراء</li> </ul>	استخدام تطبيق ChatGPT في دراسات الاتصال العالي.	إسبانيا	2023 <sup>(45)</sup> Lopezosa et al,
-----	<ul style="list-style-type: none"> <li>• المنهج التجريبي</li> <li>• الاختبارات القبليّة والبعديّة</li> <li>• المقابلات المُتعمقة</li> <li>• عينة عمدية قوامها (50) مفردة من طلاب الصحافة</li> </ul>	استكشاف تأثير معرفة القراءة والكتابة في مجال الذكاء الاصطناعي ودمج ChatGPT-3 في تحسين مهارات التفكير النقدي والكتابة الصحفية.	طاجيكستان	Irfan, 2023 <sup>(46)</sup>
-----	<ul style="list-style-type: none"> <li>• منهج المسح الكيفي</li> <li>• نموذج MESN التنبؤي</li> </ul>	استكشاف توقعات المستخدم للذكاء الاصطناعي، والحصول على نظرة ثاقبة لاستخدامها وتأثيرها في المستقبل القريب.	المملكة المتحدة	Rathore, 2023 <sup>(47)</sup>
النظرية الموحد لقبول واستخدام التكنولوجيا نظرية إنتشار الأفكار المُستحدثة	<ul style="list-style-type: none"> <li>• منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي</li> <li>• الاستبيان الإلكتروني</li> <li>• مجموعات بؤر النقاش</li> <li>• المقابلات المُتعمقة</li> <li>• عينة عمدية قوامها (121) مفردة من الشباب</li> </ul>	استكشاف مدى تقبل الشباب لبرنامج ChatGPT وتحديد مدى أهميته بالنسبة لهم وعيوبه، تحديد الفوائد والمخاطر الناتجة عن استخدامه، استكشاف الاستراتيجيات الممكنة للحد من أي أخطار مُحتملة، ورصد العلاقة بين السمات الديموجرافية للمبحوثين وكثافة استخدام برنامج ChatGPT.	مصر	شيرين عمر، 2023 <sup>(48)</sup>

## 1. من حيث أهداف الدراسات

تنوعت أهداف بحوث ودراسات تأثير برنامج ChatGPT على التعليم الصحفي والإعلامي، حيث هدفت سبع دراسات بواقع ثلاث دراسات عربية وأربع دراسات أجنبية إلى رصد الفوائد والفرص الناشئة عن استخدام تطبيق ChatGPT في مجال التعليم. وفي الإطار ذاته، هدفت دراستين أجنبية إلى استكشاف المخاطر الناتجة عن استخدامه في التعليم.

## 2. من حيث التصميم المنهجي

وظفت ست دراسات منهج المسح الإعلامي، بواقع ثلاث دراسات تنتمي للمدرسة الأوروبية ، وثلاث دراسات تنتمي للمدرسة العربية، بينما استخدمت دراستين إحداهما تنتمي للمدرسة الأمريكية، والأخرى تنتمي للمدرسة الآسيوية المنهج التجريبي، بينما استخدمت دراسة واحدة تنتمي للمدرسة الآسيوية المنهج الوصفي التحليلي، في حين لم يرصد الباحث أي دراسة استخدمت منهج دراسة الحالة. وفي الإطار ذاته، تنوعت الأدوات البحثية المستخدمة في جمع البيانات، حيث اعتمدت أربع دراسات على أداة المقابلات المُتعمقة شبه المنظمة، بينما جمعت أربع دراسات بين أكثر من أداة، واستخدمت ثلاث دراسات أداة الاستبيان، بينما



وظفت دراسة واحدة فقط التحليل الدلالي من المستوى الثاني، واستخدمت دراسة واحدة فقط تحليل المضمون، واعتمدت دراسة واحدة فقط على الاختبارات التجريبية، واستخدمت دراسة واحدة فقط المقاييس، وطبقت دراسة واحدة فقط نموذج MESN التنبؤي، كما اعتمدت دراسة واحدة فقط على مجموعات بؤر النقاش. وفي سياق مُتصل، اعتمدت أغلبية البحوث بإجمالي أربع دراسات على العينات غير الاحتمالية (العمدية)، بينما اعتمدت دراستين على العينات الاحتمالية (العشوائية).

### 3. من حيث الأطر النظرية

لم تستخدم ست دراسات من إجمالي تسع دراسات خضعت للتحليل في هذا المحور أطراً نظرية واضحة بواقع (ثلاث دراسات تنتمي للمدرسة الأوروبية، ودراسة تنتمي للمدرسة الأمريكية، ودراسة تنتمي للمدرسة العربية، ودراسة تنتمي للمدرسة الآسيوية)، في حين استخدمت ثلاث دراسات بواقع (دراستين تنتميان للمدرسة العربية، ودراسة تنتمي للمدرسة الآسيوية) من إجمالي هذه الدراسات أطراً نظرية واضحة ومحددة. وفي سياق مُتصل، تعددت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها البحوث والدراسات في هذا المحور، حيث استخدمت دراسة كل من (وفاء خضر، 2024)، ودراسة (شيرين عمر، 2023) النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا ونظرية انتشار الأفكار المُستحدثة، واستندت دراسة (Freeman & Aoki, 2023) إلى نظرية الأطر.

### 4. من حيث النتائج

اتفقت العديد من الدراسات في هذا المحور على أن برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT مُهماً ومؤثراً، وخاصة في ظل الفوائد والأفرص المُحتملة التي يُوفرها في سياق التعليم الصحفي والإعلامي، ومنها دراسة (Demmar & Neff, 2023) والتي أشارت إلى أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التوليدي يُنظر إليها على أنها أداة قوية مُحتملة لتقليل أعباء عمل المُعلمين، تطوير مهارات تحليل البيانات والتحقق من الحقائق، وإضفاء الطابع الشخصي على تعلم الطلاب.

وفي ذات السياق، أظهرت نتائج دراسة (Rathore, 2023) أن ChatGPT يُمكنه تسهيل التعلم التفاعلي، وتبسيط التعاون بين الطلاب والمُعلمين، وتقديم طريقة أكثر كفاءة لتخزين المواد الدراسية والوصول إليها. بالإضافة إلى ذلك، يُمكن استخدام أساليب الذكاء الاصطناعي الاجتماعي ChatGPT للمساعدة في توسيع قدراته، وبالتالي تمكين المُعلمين والطلاب من التفاعل بطرق أكثر طبيعية.

وفي الإطار ذاته، أوضحت نتائج دراسة (Irfan, 2023) أن دمج أدوات الذكاء الاصطناعي مثل ChatGPT-3 وخاصة في سياق تعليم الصحافة يُمكن أن يُعزز التفكير النقدي من خلال تشجيع التحليل والتفكير والتعاون بشكل أعمق بين الطلاب. علاوة على ذلك، فإن استخدام

ChatGPT-3 في مهام الكتابة الصحفية يُمكن أن يُنمي مهارات الكتابة لدى الطلاب، ويُوفر مصدرًا قيمًا لتوليد أفكار المُحتوى، وتحسين فُدرات البحث، وتحسين تقنيات الكتابة.

وعلى الصعيد المصري والعربي، خلصت نتائج دراسة (Assad,2024) إلى أن تطبيق ChatGPT أداة قيمة في مُختلف جوانب المشاريع الإعلامية في المناهج الأكاديمية لطلاب الإعلام على مُستوى مهام تحليل البيانات وترجمة اللغات وإدارة الحملات الإعلامية. من ناحية أُخرى، سلطت التعليقات النوعية للطلاب الضوء على كفاءة ChatGPT وإمكانات توفير الوقت، ولكنها أثارت مخاوف بشأن دقة المُحتوى، وفهم التعقيد، والقيود الإبداعية، والقضايا الأخلاقية. وتوصلت دراسة وفاء خضر (2024) إلى أن مُستوى إدراك المبحوثين لأهمية استخدام التقنية الحديثة في مجالى التعليم والصحافة جاء "مُرتفعًا" بنسبة 35.89%، وجاءت درجة إستعداد مؤسسات التعليم والمؤسسات الصحفية لإستخدام التقنية الحديثة "مُتوسطة" بنسبة 49.02%، وجاء مُستوى "الأداء المُتوقع، الجهد المُتوقع، التسهيلات المُتاحة" "مُرتفعًا" مما يدل على ارتفاع نية إستخدام عينة الدراسة لتلك التقنيات الحديثة بمؤسسات التعليم والمؤسسات الصحفية. أظهرت نتائج دراسة شيرين عمر (2023) فُدرَة ChatGPT على السماح للمُستخدمين للاختيار ما بين المعلومات التفصيلية والمُختصرة في المرتبة الأولى في إطار طبيعة المعلومات التي يفضلونها عند الاستخدام.

وحول المخاطر والمخاوف المُحتملة بشأن استخدام ChatGPT في التعليم، أشارت نتائج دراسة (Lopezosa et al, 2023) إلى وجود درجات مُتفاوتة من التقارب والاختلاف في جوانب مُختلفة من التكنولوجيا، بما في ذلك دمج الذكاء الاصطناعي في كليات الإعلام، وتدريب الطلاب على استخدام الذكاء الاصطناعي، والاستخدامات المُحتملة للذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار واستهلاكها.

وفي سياق مُتصل، وجدت دراسة (Freeman & Aoki, 2023) أن استخدام ChatGPT لديه الفُدرَة على إحداث ثورة في التعليم، وتوفير تعليقات شخصية، وتحسين الكفاءة، وتعزيز التعلم الرقمي. ومع ذلك، توجد مخاوف كبيرة بشأن تأثير ChatGPT على الانتحال والتقييم المُتحيز وتآكل التفكير النقدي والإبداع.

المحور الثالث: اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام برنامج ChatGPT في المؤسسات الصحفية وتأثيره على مسارات التوظيف ومُسئَلُ الصحفيين

رصد الباحث في هذا المحور إجمالي أربع عشرة دراسة خضعت للتحليل، منها أربع دراسات عربية، أما الدراسات الأجنبية فكانت عشر دراسات. وفيما يلي عرض مُبسط لنتائج المُؤشرات الكمية لدراسات هذا المحور.

■ نتائج المؤشرات الكمية لدراسات المحور الثالث

✓ تصنيف الدراسات وفقاً للغة النشر

يُوضح الجدول (12) بحوث ودراسات هذا المحور التي خضعت للتحليل، إذ بلغ إجماليها أربع عشرة دراسة، منها أربع دراسات عربية وبنسبة مئوية بلغت 28.6%، أما الدراسات الأجنبية فكانت عشر دراسات وجاءت بنسبة 71.4%.

جدول (12)

تصنيف دراسات المحور الثالث وفقاً للغة النشر

النسبة %	التكرار	النتائج
28.6	4	دراسات عربية
71.4	10	دراسات أجنبية
100%	14	المجموع

✓ تصنيف الدراسات وفقاً لسنة النشر

يُوضح الجدول (13) تصنيف بحوث ودراسات المحور الثالث حسب السنوات التي نشرت فيها البحوث والدراسات محل التحليل، إذ تساوت دراسات عام 2023 ودراسات عام 2024 بواقع سبع دراسات لكل منهما وبنسبة مئوية بلغت 50%.

جدول (13)

تصنيف دراسات المحور الثالث وفقاً لسنة النشر

النسبة %	التكرار	النتائج
50	7	2023
50	7	2024
100%	14	المجموع

✓ تصنيف الدراسات وفقاً لبيئة إجرائها

جاءت المدرسة الأوروبية في الترتيب الأول، بواقع خمس دراسات وبنسبة بلغت 35.7%، تلتها المدرسة العربية في الترتيب الثاني بواقع أربع دراسات وبنسبة 28.6%، وجاءت المدرسة الآسيوية في الترتيب الثالث بواقع ثلاث دراسات وبنسبة بلغت 21.4%، وجاءت المدرسة الأمريكية في الترتيب الأخير بواقع دراستين وبنسبة 14.3%، كما هو موضح في الجدول أدناه.

جدول (14)

تصنيف دراسات المحور الثالث وفقاً لبيئة إجرائها

النسبة %	التكرار	النتائج
14.3	2	الأمريكية
35.7	5	الأوروبية

الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية  
دراسة تحليلية نقدية مقارنة

21.4	3	الآسيوية
28.6	4	العربية
%100	14	المجموع

• العرض التحليلي لدراسات المحور الثالث

في ظل التقدم السريع الذي حققه برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT في مجال الصحافة، هناك العديد من التكهّنات حول احتمالية تأثير التطور القادم للوظائف بتطبيق ChatGPT بأنّه سيحل محل الصحفيين البشريين. ومن ثمّ، تزايدت المخاوف بشأن تدهور الوظائف والبطالة بسبب إدخال التكنولوجيا المُرتبطة بالذكاء الاصطناعي التوليدي.

جدول (15)

بحوث ودراسات اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام برنامج ChatGPT في المؤسسات الصحفية وتأثيره على مسارات التوظيف ومُستقبل الصحفيين

المؤلف وسنة النشر	الدولة	أهداف الدراسة	التصميم المنهجي	الأطر النظرية
Ahmed, Abbasi & Shakil, 2024 <sup>(49)</sup>	باكستان	التحقق من تصور الصحفيين تجاه الفرص والقيود التي يوفرها ChatGPT.	• منهج المسح الكمي • الاستبيان • عينة عشوائية طبقية قوامها (200) مفردة من الصحفيين	نظرية التحول الرقمي
Salonurmi, 2024 <sup>(50)</sup>	هولندا	التعرف على استخدام الصحفيين واعتمادهم لأدوات الذكاء الاصطناعي في مهام مختلفة في عملهم.	• منهج المسح بشقه الكيفي • المقابلات المتعمقة • العينة العمدية	النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا
Al Adwan, 2024 <sup>(51)</sup>	الإمارات	معرفة أثر كثافة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية المختلفة على قلق المستقبل المهني لدى العاملين في تلك المؤسسات.	• منهج المسح • الاستبيان • عينة مُلائمة قوامها (300) مفردة من العاملين في المؤسسات الإعلامية المختلفة • مقياس قلق المستقبل المهني	-----
هند يحيى، 2024 <sup>(52)</sup>	مصر	رصد وتحليل استخدامات الصحفيين لتطبيق ChatGPT وعلاقة ذلك بمذركاتهم نحو أخلاقيات الممارسة المهنية، ورصد الأخطاء والتجاوزات الأخلاقية التي من الممكن أن يقع فيها الصحفيون عند الاستخدام.	• منهج المسح • الاستبيان • عينة عمدية قوامها (123) مفردة من الصحفيين	نظرية المسؤولية الاجتماعية
شيرين البحيري، 2024 <sup>(53)</sup>	مصر	التعرف على الاستخدامات المختلفة لتطبيق ChatGPT لدى القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية والإعلامية.	• المنهج الوصفي • الاستبيان • عينة عمدية بواقع (80) مفردة من المُحررين والصحفيين والمصورين	نموذج قبول التكنولوجيا نظرية انتشار الأفكار المُستحدثة
نوره ابوسنة، 2024 <sup>(54)</sup>	مصر	رصد اتجاهات الأكاديميين بأقسام الإعلام التربوي تجاه توظيف برنامج ChatGPT في البحوث العلمية وإنتاج المحتوى في الإعلام التربوي، وتحدّيات استخدام البرنامج.	• منهج المسح بالعينة • الاستبيان • عينة عشوائية قوامها (300) مفردة من الأكاديميين والأخصائيين • المقابلات المتعمقة • مجموعات بؤر النقاش	نموذج قبول التكنولوجيا نظرية انتشار الأفكار المُستحدثة

الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية  
دراسة تحليلية نقدية مقارنة

-----	● منهج المسح الكيفي ● الإستيبيان ● عينة عمدية قوامها (116) مفردة من العاملين بالقطاع الأكاديمي والصناعي	استكشاف التطبيقات والفوائد والتحديات المحتملة تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT.	الولايات المتحدة	Haddud, 2024 <sup>(55)</sup>
-----	● منهج دراسة الحالة	تحليل استراتيجيات تعامل الصحفيين مع تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT	الصين	Jingyi, 2023 <sup>(56)</sup>
-----	● منهج المسح المقارنة المنهجية ● الإستيبيان ● عينة عشوائية	الاعتبارات الأخلاقية في العمل مع ChatGPT على استيبيان حول مستقبل العمل مع ChatGPT	اليونان	Konstantis et al, 2023 <sup>(57)</sup>
نموذج التحقق من الحقائق	● منهج المسح بشقه الكيفي ● المقابلات المتعمقة ● عينة عمدية قوامها (5) من منظمات إسبانية	رصد الآثار المترتبة على انتشار ChatGPT على الدور المهني لمندقي الحقائق.	إسبانيا	al, <sup>(58)</sup> Cuartielles et 2023
-----	● منهج المسح الكيفي ● نموذج LDA التنبؤي	التحقيق في حالات الاستخدام العام لتقنية ChatGPT والتأثيرات المحتملة على التكنولوجيا والبشر.	تايلاند	Taecharungroj, 2023 <sup>(59)</sup>
-----	● منهج المسح بشقه الكيفي ● تحليل الخطاب ● عينة عمدية قوامها (176) مقال	رصد رد فعل الصحفيين على إطلاق ChatGPT في أول 100 يوم منذ إنطلاقه.	إسبانيا	González-Arias & López-García, 2023 <sup>(60)</sup>
-----	● المنهج التجريبي ● عينة عمدية قوامها (12) مفردة من الصحفيين	رصد استخدامات تطبيق ChatGPT والمخاطر الناشئة عنه في الصحافة من وجهة نظر الصحفيين.	إسبانيا	Gutiérrez-Caneda et 2023 <sup>(61)</sup> al,
-----	● منهج المسح بشقه الكيفي ● المقابلات المتعمقة ● عينة ملائمة قوامها (43) مفردة من الصحفيين	التعرف على استخدام تطبيق ChatGPT من قبل الصحفيين، مع التركيز على قضايا المعلومات المضللة، والسرقة الأدبية، والفولب النمطية، والطبيعة غير التمثيلية لقواعد البيانات على الإنترنت.	الولايات المتحدة	2023 <sup>(62)</sup> Gondwe,

## 1) من حيث أهداف الدراسات

تنوعت أهداف بحوث ودراسات اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام برنامج ChatGPT في المؤسسات الصحفية وتأثيره على مسارات التوظيف ومُسْتَقْبَل الصحفيين، حيث ركزت معظم الدراسات في هذا المحور بإجمالي تسع دراسات وبواقع دراستين عربية وسبع دراسات أجنبية على رصد وتحليل المخاطر الناشئة عن تطبيق ChatGPT والآثار المترتبة على الدور المهني من وجهة نظر الصحفيين، بينما هدفت خمس دراسات وبواقع دراستين عربية وثلاث دراسات أجنبية إلى التعرف على الاستخدامات المختلفة لتطبيق ChatGPT لدى القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية والإعلامية.

## 2) من حيث التصميم المنهجي

وظفت إحدى عشرة دراسة منهج المسح الإعلامي، وبواقع أربع دراسات تنتمي للمدرسة الأوروبية، وثلاث دراسات تنتمي للمدرسة العربية، ودراستين تنتميان للمدرسة الأمريكية، ودراستين تنتميان للمدرسة الآسيوية، بينما استخدمت دراسة واحدة فقط تنتمي للمدرسة

الأوروبية المنهج التجريبي، واعتمدت دراسة واحدة فقط تنتمي للمدرسة العربية على المنهج الوصفي التحليلي، في حين لم يرصد الباحث أي دراسة استخدمت منهج دراسة الحالة.

وفي ذات السياق، تنوعت الأدوات البحثية المستخدمة في جمع البيانات، حيث اعتمدت سبع دراسات على أداة الإستبيان، بينما اعتمدت أربع دراسات على أداة المُقابلات المُتعمقة شبه المنظمة، وجمعت دراستين بين أكثر من أداة، بينما استخدمت دراسة واحدة فقط تحليل الخطاب، كذلك استخدمت دراسة واحدة فقط مجموعات النقاش البؤرية، واعتمدت دراسة واحدة فقط على المقاييس، ووظفت دراسة واحدة فقط نموذج LDA التنبؤي، في حين لم يرصد الباحث أي دراسة استخدمت أداة تحليل المضمون، أو التحليل الدلالي من المستوى الثاني. وقد اعتمدت أغلبية البحوث بإجمالي تسع دراسات على العينات غير الاحتمالية، بواقع (سبع عينات عمدية، وعينتين ملائمة)، بينما اعتمدت ثلاث دراسات على العينات الاحتمالية (العشوائية).

### 3) من حيث الأطر النظرية

تعددت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها البحوث والدراسات في هذا المحور، حيث استخدمت ست دراسات من إجمالي أربع عشرة دراسة خضعت للتحليل أطراً نظرية واضحة ومحددة بواقع ثلاث دراسات تنتمي للمدرسة العربية، ودراستين تنتميان للمدرسة الأوروبية، ودراسة واحدة تنتمي للمدرسة الآسيوية)، في حين لم تستخدم ثمان دراسات من إجمالي هذه الدراسات أطراً نظرية واضحة بواقع (ثلاث دراسات أوروبية، ودراستين أمريكية، ودراستين آسيوية، ودراسة عربية)، حيث استخدمت دراسة (Ahmed, Abbasi & Shakil, 2024) نظرية التحول الرقمي، بينما طبقت دراسة (Salonurmi, 2024) النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، واستخدمت دراسة (Cuartielles et al, 2023) نموذج التحقق من الحقائق، واستندت دراسة (هند يحيى، 2024) إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية، بينما طبقت دراسة كل من (شيرين البحيري، 2024)، ودراسة (نوره ابوسنة، 2024) النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا ونظرية انتشار الأفكار المُستحدثة.

### 4) من حيث النتائج

انقسمت نتائج دراسات هذا المحور إلى ثلاث اتجاهات (مُتفائل - مُتشائم - مُحايد) حول الفوائد والفرص، وكذلك التحدّيات والعقبات المرتبطة باستخدام ChatGPT والتي قد تُؤثر على مسارات التوظيف ومُسْتَقْبَل الصحفيين، كما هو مُوضح أدناه:

#### ■ الاتجاه المُتفائل

توصلت نتائج دراسة (Haddud, 2023) أن ChatGPT إلى أن تطبيق ChatGPT لا يُمكنه استبدال الصحفيين، خاصّة في ظل انتشار استخداماته إلى الدقة، وقد يستغرق ChatGPT وقتاً للوصول إلى مرحلة النضج. واتفقت معها في النتائج دراسة (Gondwe, 2023) والتي توصلت نتائجها إلى أن تطبيق ChatGPT يُمثل فرصة للصحفيين لممارسة الصحافة الفعالة،

مع الأخذ في الاعتبار عدم اعتماد الصحفيين عليه بشكل كامل، فضلاً عن الحاجة لتعزيز الاستخدام المسؤول والأخلاقي لأدوات الذكاء الاصطناعي في الصحافة وخارجها.

وفي سياق متصل، أظهرت نتائج دراسة (Gutiérrez-Caneda et al, 2023) أن تطبيق ChatGPT سيؤدي إلى صحافة أكثر كفاءة، وتوجيه العديد من التغييرات في المجال الصحفي داخل غرف الأخبار في ظل ما يمتلكه من إمكانيات وأدوات، بدءاً من إعداد عناصر إخبارية بسيطة واستكشاف أبعاد جديدة لمقال ما أو تحسين التفاعلات مع المستخدمين من خلال معالجة المعلومات.

#### ■ الاتجاه المتشائم

توصلت نتائج دراسة (Konstantis et al, 2023) إلى أن الغالبية العظمى من الصحفيين بنسبة (75.9%) تشعر بقلق شديد من أن استخدام ChatGPT سيؤدي إلى فقدان الوظائف، في حين يعتقد حوالي (48.1%) أن استخدام ChatGPT لن يخلق الكثير من الفرص الجديدة إن وُجد. وفي سياق متصل، أظهرت نتائج دراسة (Taecharungroj, 2023) أن ChatGPT لديه القدرة على إفادة الناس، ولكنه يُشكل أيضاً مخاطر، مثل إزاحة الوظائف للموظفين الإداريين والمهنيين المبدعين، حتى المهن "الأمنة"، مثل مبرمجي الذكاء الاصطناعي والمدرّبين والمحلّين، قد تكون عرضة لخطر الاستبدال.

وفي الإطار ذاته، توصلت دراسة (Ahmed, Abbasi & Shakil, 2024) إلى أن برامج الذكاء الاصطناعي عادةً ما تُهلوس البيانات التي يُمكن أن تؤدي إلى معلومات مُضللة. وكشفت الدراسة أيضاً أن العنصر البشري مطلوب للاستخدام الفعال من جانب الصحفيين، إلى جانب الحاجة إلى التدريب المناسب للصحفيين من أجل استخدام هذه التطبيقات لتحسين الأداء بدلاً من استخدامها كبديل.

وفي سياق متصل، خلصت نتائج دراسة (Salonurmi, 2024) إلى أن الذكاء الاصطناعي يثير العديد من المخاوف الأخلاقية الرئيسية خاصة فيما يتعلق بشفافية استخدام الذكاء الاصطناعي، واستقلالية اتخاذ القرار التحريري، وانتشار المعلومات المُضللة. واتفقت معها في النتائج دراسة (Cuartielles et al, 2023) والتي توصلت إلى أن استخدام تطبيق ChatGPT يُمثل تناقضات ملحوظة. فمن ناحية، هناك عيوب ملحوظة في قضايا مثل شفافية وموثوقية المصادر، ونطاق البيانات، وشكل الردود الناتجة. ومن ناحية أخرى، يُشير مُدققو الحقائق أيضاً إلى احتمال الاستخدام المُساعد لروبوت الدردشة في مهام جمع المعلومات، والكشف عن الأكاذيب، وإنتاج المعلومات.

#### ■ الاتجاه المُحايد

أشارت نتائج دراسة (Jingyi, 2023) إلى ضرورة تكيف الصحفيين في سياق تطبيق ChatGPT على مُستويين مُختلفين. على المدى القصير، يجب على الصحفيين أن يتعلموا إتقان تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي الجديدة ChatGPT. وعلى المدى الطويل، فإن آفاق

تطوير الصحفيين مصحوبة بالتهديدات. ومن ثم، يحتاج الصحفي إلى مواكبة اتجاه العصر وتحسين قدراته ومستوياته الإخبارية.

وفي الإطار ذاته، انتهت نتائج دراسة (González-Arias & López-García, 2023) إلى أن ChatGPT يُعد إنجازًا تكنولوجيًا استثنائيًا، حتى لو ارتكب أخطاء تكشف عدم نضج التكنولوجيا. على الجانب الآخر، كانت أوجه القصور الرئيسية التي تمّ تحديدها هي عدم القدرة على التمييز بين ما هو صحيح وما هو كاذب، وفشله في مراعاة المصادر التي يستخدمها. وعلى الرغم من أن برنامج OpenAI يتمتع بقدرات غير عادية كنموذج لروبوت الدردشة، إلا أن تلك القدرات والإمكانات نفسها تُحوّله إلى خطر، إما لأنه سيكون قادرًا على استبدال البشر في مختلف المهام، أو لأنه يرتكب أخطاء لا يلاحظها أحد بسبب صحة اللغة والطلاقة، أو لأن المنافسة للسيطرة على سوق الذكاء الاصطناعي تدفع جانباً المعايير الأخلاقية التي من المتوقع أن تصاحب التطورات التكنولوجية.

وعلى الصعيد المصري والعربي، توصلت نتائج دراسة (هند يحيى، 2024) إلى وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائيًا بين أوجه استفادة الصحفيين من تطبيقات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية، وكذلك وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائيًا بين وعي الصحفيين بتأثير ChatGPT على أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى اعتمادهم على تقنية ChatGPT.

وفي سياق متصل، خلّصت نتائج دراسة (نوره ابوسنة، 2024) إلى أن نسبة المبحوثين ممن يعرفون برنامج (ChatGPT) بلغت 91.3%، موزعة على الأكاديميين في المركز الأول بنسبة بلغت 99%، في حين جاء الأخصائيون في المركز الثاني بنسبة 91.3%. وتوصلت نتائج الدراسة أيضًا إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات كل من الأكاديميين وأخصائيي الإعلام التربوي نحو توظيف برنامج (ChatGPT) في إنتاج محتوى الإعلام التربوي.

وتوصلت نتائج دراسة (شيرين البحيري، 2024) إلى وجود تأثيرات إيجابية لاستخدام ChatGPT لدى القائمين بالاتصال وفي مقدمتها إمكانية القيام بالتعليقات الذكية وإنشاء المحتويات التسويقية والترويجية المناسبة والمساعدة في إشراك العملاء بطريقة أكثر فاعلية. كما توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثيرات سلبية لاستخدامات ChatGPT لدى القائمين بالاتصال وفي مقدمتها التخوف من استخدامه في الأعمال المنافية للأخلاق والقيم الإنسانية.

وفي الإطار ذاته، خلّصت نتائج دراسة (AI Adwan, 2024) إلى أن توظيف المؤسسات الإعلامية بشكل مكثف لتقنيات الذكاء الاصطناعي يُساهم في إحداث قلق المستقبل المهني لدى الإعلاميين المشاركين في الدراسة. وتوصلت نتائج الدراسة أيضًا إلى أن تطبيق ChatGPT من أبرز التقنيات والتطبيقات التي استخدمتها المؤسسات الإعلامية واستخدمها أفراد العينة، بهدف التحقق من دقة المصادر والمعلومات والمحتوى، وزيادة كفاءة التغطية والمعالجة الإخبارية.



المحور الرابع : التَّحَدِّيَّات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي  
رصد الباحث في هذا المحور إجمالي ست دراسات خضعت للتحليل، منها دراسة واحدة  
عربية، أما الدراسات الأجنبية فكانت خمس دراسات. وفيما يلي عرض مُبسَّط لنتائج  
المؤشرات الكمية لدراسات هذا المحور.

#### ■ نتائج المؤشرات الكمية لدراسات المحور الرابع

##### (1) تصنيف الدراسات وفقاً للغة النشر

يُوضح الجدول (16) بحوث ودراسات هذا المحور التي خضعت للتحليل، إذ بلغ إجماليها  
ست دراسات، منها دراسة واحدة عربية وبنسبة مئوية بلغت 16.7%، أما الدراسات  
الأجنبية فكانت خمس دراسات وجاءت بنسبة 83.3%.

##### جدول (16)

##### تصنيف دراسات المحور الرابع وفقاً للغة النشر

النسبة %	التكرار	النتائج	لغة النشر
16.7	1	دراسات عربية	
83.3	5	دراسات أجنبية	
100%	6	المجموع	

##### (2) تصنيف الدراسات وفقاً لسنة النشر

يُوضح الجدول (17) تصنيف بحوث ودراسات المحور الرابع حسب السنوات التي  
نشرت فيها البحوث والدراسات محل التحليل، إذ جاءت الدراسات المنشورة في عام  
2023 في الترتيب الأول بواقع أربع دراسات وبنسبة مئوية بلغت 66.7%، تلتها  
دراسات عام 2024 في الترتيب الثاني بواقع دراستين وبنسبة مئوية بلغت 33.3%.

##### جدول (17)

##### تصنيف دراسات المحور الرابع وفقاً لسنة النشر

النسبة %	التكرار	النتائج	سنة النشر
66.7	4	2023	
33.3	2	2024	
100%	6	المجموع	

##### (3) تصنيف الدراسات وفقاً لبيئة إجرائها

جاءت المدرسة الآسيوية في الترتيب الأول، بواقع ثلاث دراسات وبنسبة بلغت 50%،  
تلتها المدرسة الأمريكية في الترتيب الثاني بواقع دراستين وبنسبة 33.3%، تلتها  
المدرسة العربية في الترتيب الثالث بواقع دراسة واحدة فقط وبنسبة 16.7%، ولم يرصد  
الباحث أي دراسة تنتمي للمدرسة الأوروبية، كما هو موضح أدناه.

**جدول (18)**  
**تصنيف دراسات المحور الرابع وفقاً لبيئة إجرائها**

النسبة %	التكرار	النتائج	المدرسة العلمية
33.3	2		الأمريكية
-	-		الأوروبية
50	3		الآسيوية
16.7	1		العربية
%100	6		المجموع

• **العرض التحليلي لدراسات المحور الرابع**

بات يُنظر إلى أدوات الذكاء الاصطناعي، مثل ChatGPT، على أنها ثورة في ممارسات الصحافة، وتوفير مجموعة من الفرص مثل تحسين قدرات البحث، وتوليد أفكار المحتوى، وتحسين مهارات الكتابة. وعلى الرغم من الفوائد العديدة التي يُساهم بها الذكاء الاصطناعي في الصحافة، إلا أن هناك العديد من التحدّيات التي تُعيق توسيع وانتشار اعتماده بين الصحفيين، منها على سبيل المثال فقدان الوظائف ونقص التفكير النقدي والإبداع، ومُستوى الجودة الشاملة للإنتاج الإعلامي وأثارها المُحتملة على حرية التعبير وانتشار المعلومات المُضللة، خاصّة في ظل المشهد الإعلامي التنافسي سريع الوتيرة اليوم. لذا أصبح من الضروري استقراء هذه التحدّيات وأخذها في الاعتبار لضمان سلامة المشهد الإعلامي.

**جدول (19)**

**بحوث ودراسات التحدّيات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي**

المؤلف وسنة النشر	الدولة	أهداف الدراسة	التصميم المنهجي	الأطر النظرية
Al-Zoubi, Ahmad & Hamid, 2024 <sup>(63)</sup>	ماليزيا	استكشاف التحدّيات الأخلاقية للذكاء الاصطناعي التي يواجهها الصحفيون في غُرَف الأخبار.	• منهج المسح • المقابلات المتعمقة • عينة عمدية قوامها (14) صحفي	نظرية المسؤولية الاجتماعية
Wen & Younes, 2024 <sup>(64)</sup>	الصين	استكشاف فعالية تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT في اكتشاف التحيز الإعلامي.	• المنهج التجريبي • مقاييس تحديد انحياز الوسائط (MBIB) • عينة عمدية	-----
Li et al, 2023 <sup>(65)</sup>	الولايات المتحدة	التحقيق في كيفية تأثير البيانات الناتجة عن تطبيق ChatGPT على فُذرة اكتشاف الأخبار المُزيّفة.	• المنهج التجريبي • المقارنة المنهجية	النظرية المؤسسية
Lian et al, 2023 <sup>(66)</sup>	الصين	تحليل المشاعر والموضوعات السائدة بين مناقشات وسائل التواصل الاجتماعي حول تطبيق ChatGPT.	• منهج المسح الكيفي • تحليل المشاعر • عينة عمدية	-----
al, 2023 <sup>(67)</sup> Tawfeeq et	العراق	تحليل الآثار الأخلاقية لروبوت الدردشة ChatGPT AI.	• منهج المسح الكيفي • منهج دراسة الحالة	-----
Sundar & Liao, 2023 <sup>(68)</sup>	الولايات المتحدة	رصد التحدّيات التي تنشأ عن استخدام الواسع النطاق لأدوات GenAI، مثل ChatGPT.	• منهج المسح الكيفي • الاستدلال الآلي	نظرية مصداقية المصدر

### 1. من حيث أهداف الدراسات

تنوعت أهداف بحوث ودراسات التَّحَدِّيَّات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي، حيث ركزت ثلاث دراسات بواقع دراسة واحدة عربية ودراستين أجنبية على تحليل الآثار المهنية والأخلاقية لتطبيق ChatGPT في العمل الصحفي. وفي سياق متصل، هدفت دراسة واحدة إلى التحقيق في كيفية تأثير البيانات الناتجة عن تطبيق ChatGPT على قُدْرَة اكتشاف الأخبار المزيفة، بينما سعت دراسة واحدة إلى استكشاف فعالية تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT في اكتشاف التحيز الإعلامي، وهدفت دراسة واحدة إلى تحليل المشاعر السائدة حول تطبيق ChatGPT.

### 2. من حيث التصميم المنهجي

وظفت أربع دراسات منهج المسح الإعلامي، بواقع دراستين تنتمي للمدرسة الآسيوية، ودراسة واحدة تنتمي للمدرسة الأمريكية، ودراسة واحدة تنتمي للمدرسة العربية، بينما استخدمت دراستين المنهج التجريبي، إحداهما تنتمي للمدرسة الآسيوية، والأخرى تنتمي للمدرسة الأمريكية، واعتمدت دراسة واحدة تنتمي للمدرسة العربية على منهج دراسة الحالة، وجمعت دراسة واحدة تنتمي للمدرسة العربية بين أكثر من منهج. وفي سياق مُتصل، اعتمدت دراسة واحدة على أداة المُقابلات المُتعمقة شبه المُنظمة، واستخدمت دراسة واحدة المقاييس، ووظفت دراسة واحدة الاستدلال الآلي، واستندت دراسة واحدة إلى تحليل المشاعر، في حين لم يرصد الباحث أي استخدام لأدوات (الاستبيان - التحليل الدلالي من المستوى الثاني - تحليل الخطاب - مجموعات بؤر النقاش)، واعتمدت ثلاث دراسات على العينات غير الاحتمالية (العمدية).

### 3. من حيث الأطر النظرية

لم تستخدم ثلاث دراسات من إجمالي ست دراسات خضعت للتحليل في هذا المحور أطراً نظرية واضحة، بواقع (دراستين تنتمي للمدرسة الآسيوية، ودراسة تنتمي للمدرسة العربية)، في حين استخدمت ثلاث دراسات من إجمالي هذه الدراسات أطراً نظرية واضحة ومُحددة، بواقع (دراستين تنتمي للمدرسة الأمريكية، ودراسة تنتمي للمدرسة الآسيوية). وفي الإطار ذاته، تعددت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها البحوث والدراسات في هذا المحور، حيث استخدمت دراسة (Al-Zoubi, Ahmad & Hamid, 2024) نظرية المسؤولية الاجتماعية، بينما طبقت دراسة (Li et al, 2023) النظرية المؤسسية، واستندت دراسة (Sundar & Liao, 2023) إلى نظرية مصداقية المصدر.

### 4. من حيث النتائج

اتفقت العديد من نتائج الدراسات في هذا المحور على أن التَّحَدِّيَّات المهنية والأخلاقية الناشئة عن استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT في الصحافة كبيرة ولا يُمكن التغاضي عنها، ومنها دراسة (Al-Zoubi, Ahmad & Hamid, 2024) والتي أشارت نتائجها

إلى أن تحيز البيانات، انتهاكات الخصوصية، وغياب التشريعات واللوائح الدولية المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة تُعد أبرز التحدّيات الأخلاقية الرئيسية التي يُواجهها الصحفيون في عُرف الأخبار. واتفقت معها في النتائج دراسة (Lian et al, 2023) والتي توصلت إلى أن مخاطر التضليل، والبطالة التكنولوجية، والعلاقة بين الإنسان والكمبيوتر أبرز المخاوف الناتجة عن تطبيق ChatGPT.

وفي الإطار ذاته، خلصت نتائج دراسة (Wen & Younes, 2024) إلى أن تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT يُواجه صعوبات ويكون أدائه ضعيفاً في المهام التي تتطلب فهماً أعمق للسياق، وتحديدًا اكتشاف أنواع التحيز، مثل التحيزات المتعلقة بالجنس والعنصرية والمعرفية.

وفي سياق مُتصل، أظهرت نتائج دراسة (Li et al, 2023) أن تطبيق ChatGPT يُمكنه تسميم البيانات وتضليل أنظمة الكشف عن الأخبار المزيفة المُدرية باستخدام الأخبار الواقعية. علاوةً على ذلك، تفقد هذه الأنظمة قدرتها على اكتشاف الأخبار المزيفة في سيناريوهات الحياة الواقعية عند تدريبها باستخدام البيانات التي تمّ إنشاؤها بواسطة ChatGPT.

وأكدت نتائج دراسة (Tawfeeq, Awqatiet & Jasim, 2023) أن المعايير والأطر الأخلاقية التقليدية للذكاء الاصطناعي تُشكل نقطة انطلاق مُفيدة، لكنها قد تفتقر إلى فهم الصعوبات الأخلاقية المُحددة التي يُقدمها تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT. ومن ثمّ، ضرورة تصميم مبادئ أخلاقية جديدة أو مُنقحة تُعالج هذه التحدّيات بشكل مباشر.

وفي الإطار ذاته، كشفت نتائج دراسة (Sundar & Liao, 2023) أن هناك العديد من التحدّيات التي تنشأ عن الاستخدام الواسع النطاق لتقنية ChatGPT منها على سبيل المثال لا الحصر، خطر الاعتماد فقط على المحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي، والذي يُمكن أن ينشر معلومات كاذبة بطريقة تبدو جديرة بالثقة. وعلى الرّغم من ذلك، تُوفر هذه التحدّيات فرصاً جديدة للباحثين في مجال الإعلام. كذلك، إمكانية الاستفادة من هذه الفرص بشكل مُفيد من خلال النتائج المتعلقة بالتأثيرات النفسية لتكنولوجيا الوسائط الجديدة، والمُساعدة في استكشاف التحدّيات الجديدة التي تُقدمها الآلات الأكثر ذكاءً وفاعلية.

### المناقشة النقدية لنتائج العرض التحليلي

تتناول المناقشة النقدية المُقارنة بين المدارس العلمية الأربعة، من حيث القضايا والإشكاليات البحثية التي تناولتها، والأطر النظرية، والمناهج المُستخدمة وعينات الدراسة، وذلك في إطار بحوث توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية في الفترة من يناير 2023م حتى يونيو 2024م.

### أولاً : المناقشة النقدية في ضوء القضايا والإشكاليات البحثية المطروحة

- تكشف نتائج ومؤشرات التحليل المُوضحة في الجدول أدناه أن المدارس الأجنبية حصدت النصيب الأكبر من البحوث التي تناولت توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي

الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية  
دراسة تحليلية نقدية مقارنة

ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، سواء على مستوى استخدام البرنامج في إنشاء المحتوى الإعلامي، أو تأثيره على التعليم الصحفي والإعلامي، أو اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدامه في المؤسسات الصحفية وتأثيره على مسارات التوظيف ومُسْتَقْبَلُ الصحفيين، أو التَحَدِّيَات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي، حيث بلغ إجمالي الدراسات الأجنبية ثمان وعشرون دراسة وبفارق سبع عشرة دراسة عن الدراسات العربية.

- تفوقت المدرسة الأوروبية على وجه التحديد في الاهتمام ببحوث توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، حيث قدمت اثنتا عشرة دراسة وبنسبة مئوية بلغت 30.8%، وجاءت المدرسة العربية في الترتيب الثاني، حيث قدمت إحدى عشرة دراسة وبنسبة مئوية بلغت 28.2%، وجاءت المدرسة الآسيوية في الترتيب الثالث، حيث قدمت عشر دراسات وبنسبة مئوية بلغت 25.6%، وجاءت المدرسة الأمريكية في الترتيب الأخير، بإجمالي ست دراسات وبنسبة 15.4%.

جدول (20)

توزيع الدراسات عينة التحليل حسب المحاور البحثية والمدارس العلمية

المجموع %	العربية		الآسيوية		الأوروبية		الأمريكية		المدرسة العلمية	المحاور البحثية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
25.6	10	27.3	3	20	2	33.3	4	16.7	1	الأول: استخدام برنامج ChatGPT في إنشاء المحتوى الإعلامي
23.1	9	27.3	3	20	2	25	3	16.7	1	الثاني: تأثير برنامج ChatGPT على التعليم الصحفي والإعلامي
35.9	14	36.4	4	30	3	41.7	5	33.3	2	الثالث: اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام برنامج ChatGPT في المؤسسات الصحفية وتأثيره على مسارات التوظيف ومُسْتَقْبَلُ الصحفيين
15.4	6	9.1	1	30	3	-	-	33.3	2	الرابع: التَحَدِّيَات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي
100%	39	28.2	11	25.6	10	30.8	12	15.4	6	المجموع

❖ بالنسبة للمحور الأول

- حصدت المدرسة الأوروبية النصيب الأكبر من الدراسات في هذا المحور بواقع أربع دراسات وبنسبة مئوية بلغت 33.3%، ويوضح ذلك اهتمام المدرسة الأوروبية البالغ ببحوث ودراسات توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية.

- شمول القضايا البحثية التي تناولتها المدرسة الأوروبية، حيث اهتمت دراسة كل من (de- Lima-Santos., Yeung & Dodds, 2024) ودراسة (Mayo-Cubero, 2024) ببحث أليات تعامل المؤسسات الإعلامية مع تطبيق ChatGPT في عُرف الأخبار، وركزت دراسة (Zagorulko, 2023)، ودراسة (Hudíková, 2023) على تقييم تطبيق ChatGPT كمنشئ

للمحتوى الصحفي في عُرف الأخبار وتحديد مدى التزامه بالمعايير الصحفية، واستهدفت دراسة كل من (Sánchez-García et al, 2023)، ودراسة (Gutiérrez-Caneda et al, 2023) التعرف على ميزات تطبيق ChatGPT والمخاطر الناشئة عنه في مراحل العملية الصحفية من وجهة نظر الصحفيين، في حين اهتمت دراسة (Castillo-Campos et al, 2024) باستكشاف التحيز في إنشاء المحتوى المُتعلق بالصحافة، حيث لم يعد التحيز مُجرد نتيجة لاتخاذ القرارات البشرية فقط في اختيارات التغطية أو الكتابة، بل أصبح أيضًا تكررًا غير واعٍ ربما بواسطة الآلات التي تستخدمها وسائل الإعلام دون فهم تحيزاتها المُتأصلة.

- جاءت المدرسة العربية في الترتيب الثاني بإجمالي ثلاث دراسات وبنسبة مئوية بلغت 27.3٪.
- تنوعت الموضوعات بالمدرسة العربية، حيث قدمت دراسة (Al Naqbi, Bahrou & Ahmed, 2024) تحليل شامل لتأثير استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي (GAI) على تعزيز الأداء المؤسسي وإنتاجية العمل عبر قطاعات مهنية مُتنوعة بما في ذلك مجال الإعلام، وتميزت دراسة (Hussain, Khan & Malik, 2024) باتجاه بحثي جديد هو تحليل مقاطع فيديو YouTube المنشورة حول ChatGPT ومقارنة تفاعل الجمهور مع هذه المقاطع مع مقاطع الفيديو الأخرى المنشورة على نفس قناة YouTube، وانفردت دراسة (هشام زغول، 2023) باستكشاف كيفية استخدام تقنية ChatGPT لتعزيز المحتوى الإبداعي "الإعلام التربوي" بوجه عام و"المسرح التربوي" بوجه خاص، وتحديد الفوائد والتحديات المُحتملة لاستخدام هذه التقنية.
- جاءت المدرسة الآسيوية في الترتيب الثالث، حيث قدمت دراستين وبنسبة مئوية بلغت 20٪.
- اهتمت المدرسة الآسيوية من خلال دراسة (Arya & Sharma, 2023) بمعرفة الفرص والتحديات التي تواجه صناعة الإعلام نتيجة صور الذكاء الاصطناعي التوليدي، في حين ركزت دراسة (Roe & Perkins, 2023) على تحليل التمثيل الخطابي للذكاء الاصطناعي (AI) وChatGPT في عناوين وسائل الإعلام الإخبارية.
- جاءت المدرسة الأمريكية في الترتيب الأخير، بإجمالي دراسة واحدة فقط وبنسبة 16.7٪، وهي دراسة (Simon, 2024) والتي استهدفت التعرف على استخدام الذكاء الاصطناعي عبر المجالات التحريرية والتجارية والتكنولوجية، مع التركيز على الآثار الهيكلية للذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية.

#### ❖ بالنسبة للمحور الثاني

- تساوت المدرسة الأوروبية والعربية في عدد الدراسات الخاصة بتأثير برنامج ChatGPT على التعليم الصحفي والإعلامي ليحتل الترتيب الأول، حيث قدم كلا منها ثلاث دراسات.

- تميزت المدرسة الأوروبية في هذا المحور باستخدام نموذج MESN التنبؤي بهدف استكشاف توقعات المُستخدم، والحصول على نظرة ثاقبة لاستخدام برنامج ChatGPT وتأثيره في المُستقبل القريب.
- جاءت المدرسة الآسيوية في الترتيب الثاني، حيث قدمت دراستين وبنسبة مئوية بلغت 20٪.
- انفردت المدرسة الآسيوية بالبحوث التي ركزت على تأثير معرفة القراءة والكتابة في مجال الذكاء الاصطناعي ودمج ChatGPT-3 في تحسين مهارات التفكير النقدي والكتابة الصحفية من جهة، وتحليل الأطر السائدة المرتبطة باستخدام ChatGPT في التعليم من جهة أخرى.
- جاءت المدرسة الأمريكية في الترتيب الثالث والأخير، حيث قدمت دراسة واحدة فقط وبنسبة مئوية بلغت 16.7٪.
- اهتمت المدرسة العربية باستكشاف مدى تقبل الطلاب لبرنامج ChatGPT وتحديد الفوائد والمخاطر الناتجة عن استخدامه، وأيضاً استكشاف الاستراتيجيات الممكنة للحد من أخطاره المُحتملة.
- بشكل عام، ركزت دراسات المدرسة الأوروبية والآسيوية والعربية على استراتيجيات دمج تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT في طرق تطوير وتعليم الصحافة.

#### ❖ بالنسبة للمحور الثالث

- جاءت المدرسة الأوروبية في الترتيب الأول بإجمالي خمس دراسات وبنسبة مئوية بلغت 41.7٪.
- تميزت المدرسة الأوروبية من خلال دراسة ( González-Arias & López-García, 2023) باستخدام تحليل الخطاب.
- جاءت المدرسة العربية في الترتيب الثاني بإجمالي أربع دراسات وبنسبة مئوية بلغت 36.4٪.
- جاءت المدرسة الآسيوية في الترتيب الثالث بإجمالي ثلاث دراسات وبنسبة مئوية بلغت 30٪.
- أكدت دراسة (Gutiérrez-Caneda et al, 2023) أن تطبيق ChatGPT على عدم اختفاء الوظائف بسبب دمج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وأظهرت أن هذه الأدوات في معظم الحالات تكمل عمل الصحفيين بدلاً من استبدالهم حيث لا يزال الصحفيون ضروريين لمراجعة الأخطاء والتحيزات المُحتملة أو كفاية وجودة النصوص المُنتجة، وغيرها من القضايا أخرى.
- جاءت المدرسة الأمريكية في الترتيب الأخير، حيث قدمت دراستين وبنسبة مئوية بلغت 33.3٪.

#### ❖ بالنسبة للمحور الرابع

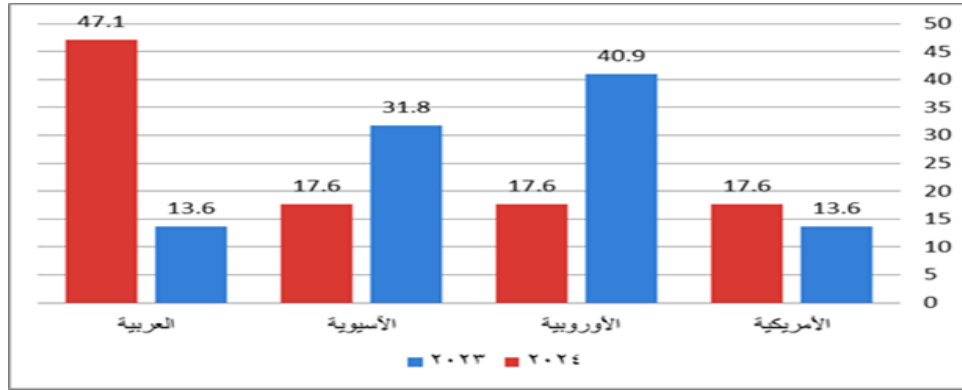
- جاءت المدرسة الآسيوية في الترتيب الأول بإجمالي ثلاث دراسات وبنسبة مئوية بلغت 30٪.
- اهتمت المدرسة الآسيوية من خلال دراسة (Al-Zoubi, Ahmad & Hamid, 2024) باستكشاف التحديات الأخلاقية التي يواجهها الصحفيون في تكييف تقنيات الذكاء

الاصطناعي داخل غرفة الأخبار، وأبرز المشاركون في الدراسة الضرورة الملحة لقانون دولي يحمي استخدام الصحفيين للذكاء الاصطناعي والمعلومات المُستمدة منه مع ضمان موضوعيتهم وحيادهم.

- جاءت المدرسة الأمريكية في الترتيب الثاني بإجمالي دراستين وبنسبة مئوية بلغت 33.3%.
- انفردت المدرسة الأمريكية من خلال دراسة (Sundar & Liao, 2023) بالتركيز على الأبحاث التي سلطت الضوء على التأثيرات النفسية للذكاء الاصطناعي كمصدر للتواصل.
- جاءت المدرسة العربية في الترتيب الأخير بإجمالي دراسة واحدة وبنسبة مئوية بلغت 9.1%.
- تميزت المدرسة العربية في هذا المحور من خلال دراسة (Tawfeeq, Awqatiet & Jasim, 2023) باستخدام منهج دراسة الحالة.

ثانياً : المناقشة النقدية في ضوء تطور الدراسات زمنياً

#### 1) تطور الدراسات زمنياً وفقاً للمدارس العلمية

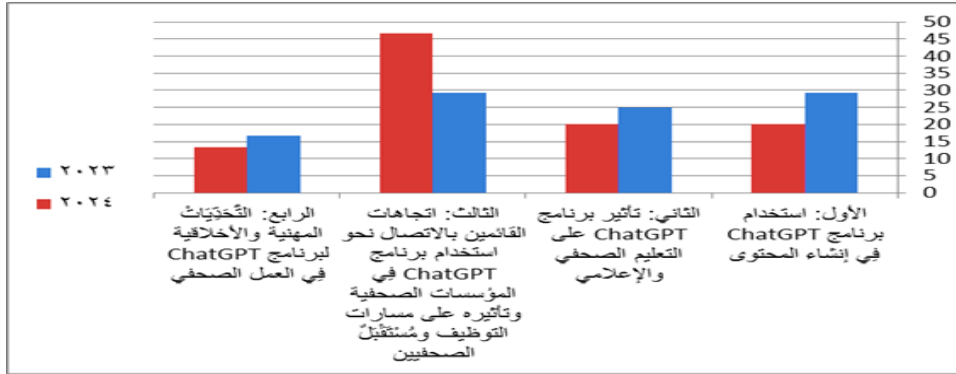


#### شكل (4) تطور الدراسات زمنياً وفقاً للمدارس العلمية

- تُشير النتائج المُبيّنة في الشكل السابق إلى أنّ المدرسة الأوروبية تصدرت الدراسات عام 2023 بنسبة 40.9%، يليها في الترتيب الثاني المدرسة الآسيوية بنسبة 31.8%، وتساوت المدرسة الأمريكية والمدرسة العربية بنسبة 13.6% ليحصل على الترتيب الثالث والأخير.
- احتلت المدرسة العربية الترتيب الأول عام 2024 بنسبة 47.1%، وتساوت المدارس الأمريكية والأوروبية والآسيوية في عدد الدراسات، حيث قدم كلا منها ثلاث دراسات وبنسبة 17.6%.



## (2) تطور الدراسات زمنياً وفقاً للاتجاهات البحثية

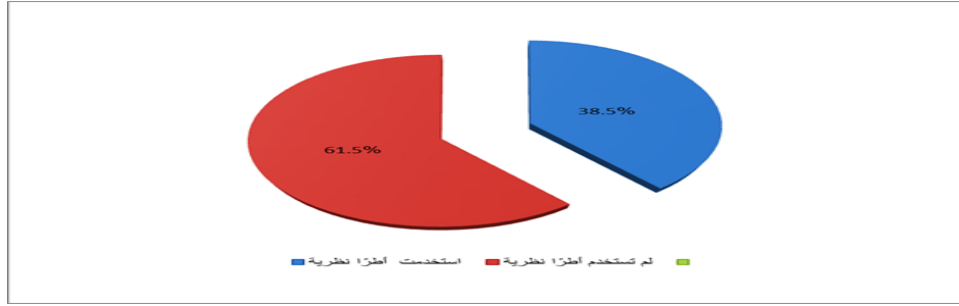


## شكل (5) تطور الدراسات زمنياً وفقاً للاتجاهات البحثية

- 1) يتضح من نتائج الشكل السابق تساوى عدد البحوث والدراسات التي تناولت استخدام ChatGPT في إنشاء المحتوى الإعلامي و بحوث ودراسات اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام ChatGPT في المؤسسات الصحفية وتأثيره على مسارات التوظيف ومستقبل الصحفيين عام 2023 بنسبة 29.2%.
- 2) جاءت بحوث ودراسات تأثير ChatGPT على التعليم الصحفي والإعلامي في الترتيب الثاني عام 2023 بنسبة 25%. وجاءت بحوث ودراسات التَحَدِّيات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي في الترتيب الأخير عام 2023 بنسبة 16.6%.
- 3) رصد الباحث تراجعاً ملحوظاً في بحوث ودراسات استخدام ChatGPT في إنشاء المحتوى الإعلامي، التي انخفضت من سبع دراسات عام 2023 إلى ثلاث دراسات عام 2024، كما رصد الباحث تراجعاً في بحوث ودراسات تأثير ChatGPT على التعليم الصحفي والإعلامي التي انخفضت من ست دراسات عام 2023 إلى ثلاث دراسات عام 2024، وكذلك تراجع بحوث ودراسات التَحَدِّيات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي والتي انخفضت من أربع دراسات عام 2023 إلى دراستين عام 2024.
- 4) ثبات عدد بحوث ودراسات اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام ChatGPT في المؤسسات الصحفية وتأثيره على مسارات التوظيف ومستقبل الصحفيين عامي 2023 و 2024 بإجمالي سبع دراسات.
- 5) تصدّرت بحوث ودراسات اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام ChatGPT في المؤسسات الصحفية وتأثيره على مسارات التوظيف ومستقبل الصحفيين قائمة اهتمامات الباحثين عام 2024 بنسبة 46.7%، تلتها في الترتيب بحوث ودراسات استخدام ChatGPT في إنشاء المحتوى الإعلامي و بحوث ودراسات تأثير ChatGPT على التعليم

الصحفي والإعلامي بنسبة 20% لكل منهما، وأخيراً بحوث ودراسات التَحَدِّيات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي بنسبة 13.3%.

ثالثاً: المناقشة النقدية في ضوء الأطر النظرية



شكل (6) توزيع الدراسات عينة التحليل وفقاً لمدى اعتمادها على إطار نظري

- تشير نتائج الشكل أعلاه إلى أن نسبة 61.5% من إجمالي الدراسات التي خضعت للتحليل لم تستخدم أطراً نظرية واضحة محددة تنطلق من فرضياتها الرئيسية، في حين أشارت النتائج إلى أن نسبة 38.5% من إجمالي هذه الدراسات قد استخدمت أطراً نظرية واضحة ومحددة. ويوضح الجدول التالي توزيع المدارس العلمية وفقاً لمدى اعتمادها على إطار نظري.

#### جدول (21)

توزيع المدارس العلمية وفقاً لمدى اعتمادها على إطار نظري

المجموع		لم تستخدم أطراً نظرية		استخدمت أطراً نظرية		توافر إطار نظري	المدرسة العلمية
%	ك	%	ك	%	ك		
15.4	6	16.7	4	13.3	2		الأمريكية
30.8	12	37.5	9	20	3		الأوروبية
25.6	10	25	6	26.7	4		الآسيوية
28.2	11	20.8	5	40	6		العربية
100%	39	61.5	24	38.5	15		المجموع

- تكشف نتائج ومؤشرات التحليل المُوضحة في الجدول السابق تقارب أعداد الدراسات على مستوى المدارس العلمية الأربعة في استعانتها بأطر نظرية واضحة ومحددة.
- تفوق المدرسة العربية في استعانتها بأطر نظرية واضحة ومحددة بالنظر لإجمالي عدد الدراسات في المدرسة الواحدة، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة 54.5%.
- تنوع الأطر النظرية التي استخدمتها المدرسة العربية، ومن أمثلتها: نظرية المسؤولية الاجتماعية، نظرية الاستخدامات والاشباع، نظرية انتشار الأفكار المُستحدثة، والنظرية المُوحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

- جاء توظيف الأطر النظرية في المدرسة الآسيوية في الترتيب الثاني وبنسبة 40٪، ومن أمثلة الأطر النظرية التي قدمتها المدرسة الآسيوية : نظرية المسؤولية الاجتماعية، نظرية ترتيب الأولويات، نظرية الأطر، نظرية التحول الرقمي.
  - اتسمت المدرسة الأمريكية بمحدودية الأطر النظرية، حيث جاءت في الترتيب الثالث وبنسبة 33.3٪، وتمثلت الأطر النظرية التي وظفتها المدرسة الأمريكية في النظرية المؤسسية، ونظرية مصداقية المصدر.
  - جاءت المدرسة الأوروبية في الترتيب الأخير من حيث اعتمادها على أطر نظرية واضحة ومحددة وبنسبة 25٪، مع الأخذ في الاعتبار أنّ المدرسة الأوروبية قدمت أطراً نظرية جديدة ومُتنوعة مُقارنةً بالمدارس الأخرى، ومن أمثلتها : النظرية المؤسسية، ونموذج التحقق من الحقائق.
- ويُوضح الجدول التالي الأطر النظرية المُستخدمة في بحوث ودراسات توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية على مُستوى المدارس العلمية الأربعة.

#### جدول (22)

#### الأطر النظرية التي وظفتها المدارس العلمية الأربعة

المجموع		العربية		الآسيوية		الأوروبية		الأمريكية		المدرسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الإطار النظري
25	5	40	4	-	-	33.3	1	-	-	نظرية قبول واستخدام التكنولوجيا
20	4	40	4	-	-	-	-	-	-	نظرية إنتشار الأفكار المُستحدثة
10	2	-	-	-	-	33.3	1	50	1	النظرية المؤسسية
10	2	10	1	20	1	-	-	-	-	نظرية المسؤولية الاجتماعية
10	2	-	-	40	2	-	-	-	-	نظرية الأطر
5	1	10	1	-	-	-	-	-	-	نظرية الاستخدامات والإشباع
5	1	-	-	20	1	-	-	-	-	نظرية ترتيب الأولويات
5	1	-	-	20	1	-	-	-	-	نظرية التحول الرقمي
5	1	-	-	-	-	33.3	1	-	-	نموذج التحقق من الحقائق
5	1	-	-	-	-	-	-	50	1	نظرية مصداقية المصدر
%100	20	50	10	25	5	15	3	10	2	المجموع

- تُشير بيانات ونتائج الجدول أعلاه إلى أنّ البحوث والدراسات المعنية بتوظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية قد اعتمدت على مجموعة مُتباينة من الأطر النظرية يأتي في مُقدمتها النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا بنسبة 25٪ من إجمالي النظريات المُستخدمة في هذه الدراسات، ويُعزى ذلك إلى ما شهدته الآونة الأخيرة من إدخال العديد من التقنيات الحديثة التي أفرزتها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتي أثرت بشكل أو بآخر على العمل الصحفي في مُعظم جوانبه.
- تُعد المدرسة العربية أكثر المدارس العلمية استخداماً للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ومن أمثلتها : دراسة (وفاء خضر، 2024)، ودراسة (شيرين

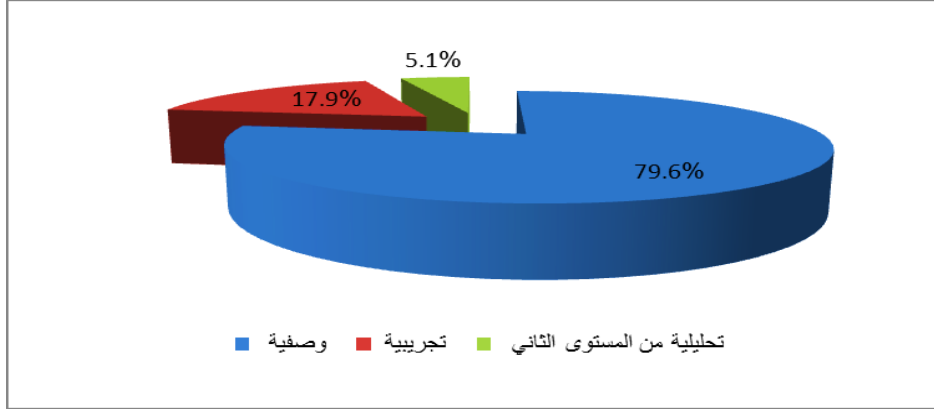
- البحيري، (2024)، ودراسة (نوره ابوسنة، 2024) ، ودراسة (شيرين عمر، 2023) ، ومن أمثلة الدراسات الأجنبية دراسة (Salonurmi, 2024).
- جاءت نظرية انتشار الأفكار المُستحدثة في الترتيب الثاني بنسبة 20%، وتُعد المدرسة العربية الوحيدة على مستوى المدارس العلمية الأربعة التي استخدمت هذه النظرية بإجمالي أربع دراسات وهي : دراسة (شيرين البحيري، 2024)، ودراسة (نوره ابوسنة، 2024)، ودراسة (وفاء خضر، 2024)، ودراسة (شيرين عمر، 2023).
- جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية والنظرية المؤسسية ونظرية الأطر في الترتيب الثالث بنسبة 10% ، وقد وظفت المدارس العلمية الأربعة هذه النظريات، ومن أمثلة الدراسات التي استخدمت نظرية المسؤولية الاجتماعية : ودراسة (هند يحيى ، 2024) العربية، ودراسة (Al-Zoubi., Ahmad & Hamid, 2024) الآسيوية، ومن أمثلة الدراسات التي استخدمت النظرية المؤسسية: دراسة ( de-Lima-Santos, Yeung & Dodds, 2024) الأوروبية، ودراسة (Li et al, 2023) الأمريكية، بينما اقتصر تطبيق نظرية الأطر على المدرسة الآسيوية بواقع دراستين: هما دراسة ( Roe & Perkins, 2023) ، ودراسة (Freeman & Aoki, 2023).
- تساوت نظريات: الاستخدامات والإشباع، ترتيب الأولويات، التحول الرقمي، نموذج التحقق من الحقائق، ومصادقية المصدر، ليحصلوا على الترتيب الأخير بنسبة واحدة لكل منها بلغت 5%، ومن أمثلة الدراسات التي استخدمت نظرية الاستخدامات والإشباع، دراسة (Hussain, Khan & Malik, 2024) العربية، ومن أمثلة الدراسات التي طبقت نظرية ترتيب الأولويات، دراسة (Roe & Perkins, 2023) الآسيوية، ومن أمثلة الدراسات التي وظفت نظرية التحول الرقمي، دراسة (Ahmed, Abbasi & Shakil, 2024) الآسيوية، ومن أمثلة الدراسات التي استندت إلى نموذج التحقق من الحقائق، دراسة (Cuartielles et al, 2023) الأوروبية، ومن أمثلة الدراسات التي استخدمت نظرية مصادقية المصدر، دراسة (Sundar & Liao, 2023) الأمريكية.

#### رابعاً: المناقشة النقدية في ضوء التصميم المنهجي

رصد الباحث الجوانب المنهجية والإجرائية المتعلقة بالدراسات التي تناولت توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، والتي تحددت في: أنواع الدراسات، والمناهج البحثية المستخدمة في مختلف الدراسات العربية والأجنبية، بالإضافة إلى تعدد الأدوات البحثية المستخدمة التي تم تطبيقها، كما هو مُوضح أدناه.

#### 1) أنواع الدراسات

تنوعت الدراسات والبحوث التي تناولت توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، ما بين الدراسات الوصفية، الدراسات التحليلية من المستوى الثاني، والدراسات التجريبية، كما هو مُوضح أدناه.



شكل (7) أنواع الدراسات عينة التحليل

#### • الدراسات الوصفية

تُعد الدراسات الوصفية هي الدراسات الأكثر استخداماً في بحوث ودراسات توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، حيث بلغت نسبتها 76.9%. ويُفسر ذلك في ضوء عدة عوامل أهمها، أنّ معظم بحوث ودراسات استخدام تطبيق ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية استهدفت وصف الظاهرة المدروسة وتحديد عناصرها وعلاقتها في وضعها الراهن، استناداً إلى توافر سمات التوصيف الدقيق في الدراسات الوصفية على سبيل المثال لا الحصر، وصف القائم بالاتصال بما في ذلك (الصحفيين - الخبراء - الأكاديميين - والطلاب).

#### • الدراسات التجريبية

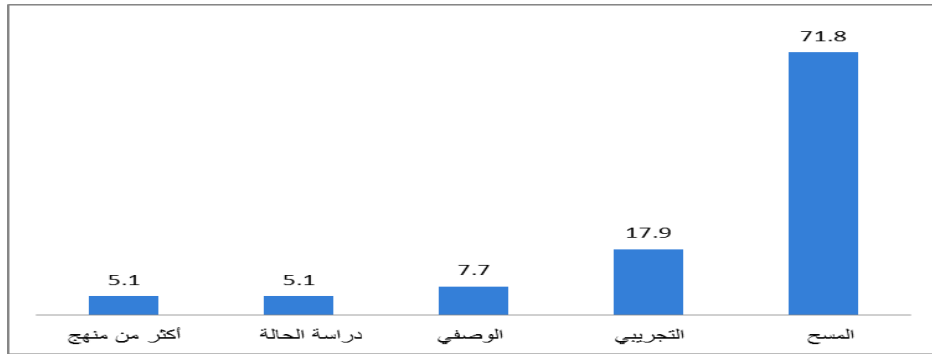
جاءت الدراسات التجريبية في الترتيب الثاني، حيث بلغت نسبتها 17.9%. وقد اهتمت الدراسات الأجنبية بالدراسات التجريبية، إذ وجدها الباحث في ثلاث دراسات تنتمي للمدرسة الأوروبية، ودراستين لكل من المدرستين الأمريكية والآسيوية، بينما لم تستخدم الدراسات العربية هذا النوع من الدراسات.

#### • الدراسات التحليلية من المستوى الثاني

جاءت الدراسات التحليلية من المستوى الثاني والتي تم استخدامها في بحوث ودراسات توظيف تطبيق ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية في الترتيب الأخير بنسبة 5.1%، وقد ظهرت في دراستين: الأولى تنتمي للمدرسة العربية وهي دراسة ( Al Naqbi, Bahrou & Ahmed, 2024 )، والأخرى تنتمي للمدرسة الأوروبية، وهي دراسة ( Demmar & Neff, 2023 )، بينما لم تظهر دراسات تحليل المستوى الثاني في المدرستين الأمريكية والآسيوية.

## 2) المناهج المُستخدمة

- تُشير نتائج وبيانات الشكل أدناه إلى تباين الدراسات والبحوث التي خضعت للتحليل في إطار استخدامها للمناهج البحثية، وقد تنوعت هذه المناهج وفقاً لطبيعة أنماط الدراسات وطبيعة أهدافها.
- غلبة الطابع التقليدي على عملية توظيف الأطر المنهجية، وهو ما يُشير إلى حرص مُعظم الباحثين على تطبيق الأطر المنهجية التقليدية من جهة، وغياب تطبيق مفهوم الاندماج بالجمع بين الأطر المنهجية الحديثة والتقليدية من جهة أخرى، كما هو مُوضح أدناه.



شكل (8) المناهج المُستخدمة في الدراسات عينة التحليل

"زاد عدد المناهج عن عدد الدراسات لأن هناك دراسات استخدمت أكثر من منهج"

### • منهج المسح الإعلامي

- جاء منهج المسح الإعلامي في صدارة المناهج البحثية التي استخدمتها بحوث ودراسات توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، سواء على مستوى الدراسات العربية أو الأجنبية، حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 71.8%، ومن أمثلة الدراسات العربية التي اعتمدت على منهج المسح، دراسة (Assad, 2024)، ودراسة (هند يحيى، 2024)، ودراسة (Al Adwan, 2024)، ومن أمثلة الدراسات الأجنبية التي اعتمدت على منهج المسح دراسة (Simon, 2024)، ودراسة (Lopezosa et al, 2023)، ودراسة (Salonurmi, 2024)، ودراسة (Gondwe, 2023).
- يُمكن تفسير ارتفاع استخدام منهج المسح الإعلامي في بحوث ودراسات توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية لكونه النهج الأكثر مُلاءمة مع الدراسات الوصفية بشقيها الميداني والتحليلي، وقد أظهر التحليل اعتماد أغلبية المدارس على منهج المسح الإعلامي، خاصة المدرسة الأوروبية، يليها المدرسة العربية، ثم المدرسة الآسيوية، وأخيراً المدرسة الأمريكية.

- أظهر التحليل أنّ المدارس العلمية الأربعة استخدمت منهج البحث، سواء المدرسة الأوروبية، أو الأمريكية، أو الآسيوية، أو العربية .
- تفوقت المدرسة العربية في استخدام أسلوب المُقارنة المنهجية، حيث اسهمت بدراستين هما : دراسة (Hussain, Khan & Malik, 2024) ، ودراسة (وفاء خضر، 2024) ، بينما تساوت المدرسة الأمريكية والمدرسة الآسيوية في استخدام أسلوب المُقارنة المنهجية بواقع دراسة واحدة لكل منها، وهما : دراسة (Li et al, 2023) الأمريكية، ودراسة (Freeman & Aoki, 2023) الآسيوية.

#### • المنهج التجريبي

- جاء المنهج التجريبي في الترتيب الثاني بنسبة 17.9% ، وقد لاحظ الباحث أنّ المدارس الأوروبية والأمريكية والآسيوية قد اعتمدت على المنهج التجريبي بإجمالي سبع دراسات، بواقع ثلاث دراسات للمدرسة الأوروبية وهي: دراسة (Castillo-Campos et al, 2024) ، ودراسة (Hudíková, 2023) ، ودراسة (Gutiérrez-Caneda et al, 2023)، ودراستين للمدرسة الأمريكية وهما: دراسة (Kim & Desaire, 2024)، ودراسة (Li et al, 2023) ، ودراستين للمدرسة الآسيوية وهما : دراسة (Irfan, 2023) ، ودراسة (Wen & Younes, 2024).
- يُعد استخدام المنهج التجريبي أحد أهم نقاط القوة في بحوث ودراسات المدرسة الأمريكية، حيث تمّ استخدامه في دراستين من إجمالي ست دراسات، وهو ما يؤكد مُواكبة المدرسة الأمريكية، لهذا النوع من البحوث التي تتخطى مرحلة التوصيف إلى مرحلة القياس الفعلي للمتغيرات.

#### • المنهج الوصفي

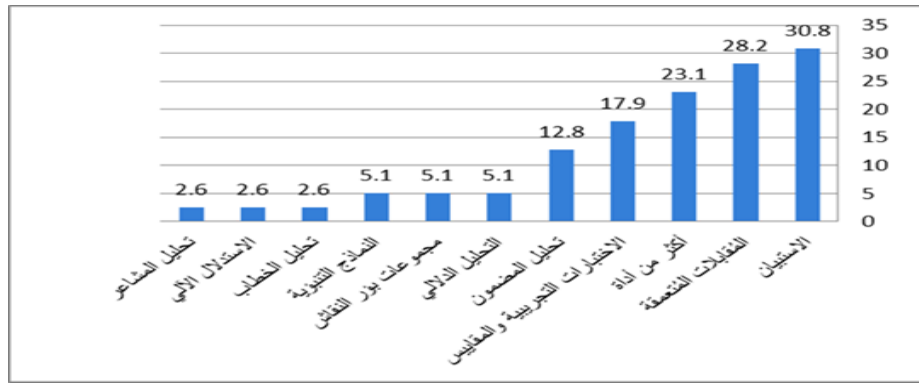
- جاء المنهج الوصفي في الترتيب الثالث بنسبة 7.7%، حيث ظهر في ثلاث دراسات، بواقع دراستين عربية وهما: دراسة (شيرين البحيري، 2024)، ودراسة (هشام زغلول، 2023)، ودراسة آسيوية، وهي دراسة (Freeman & Aoki, 2023).

#### • منهج دراسة الحالة وأكثر من منهج

- جاءت الدراسات التي وظفت منهج دراسة الحالة والدراسات التي استخدمت أكثر من منهج في الترتيب الأخير بنسبة واحدة لكل منهما 5.1%، واقتصرت الدراسات التي وظفت منهج دراسة الحالة على دراستين فقط إحداهما آسيوية وهي دراسة (Arya & Sharma, 2023) ، والأخرى عربية وهي دراسة (Tawfeeq, Awqatiet & Jasim, 2023). بينما اقتصرت الدراسات التي استخدمت أكثر من منهج على دراستين فقط إحداهما أوروبية، وهي دراسة (Castillo-Campos et al, 2024) ، والأخرى عربية، وهي دراسة (Tawfeeq et al, 2023).

### (3) أدوات جمع البيانات

- تُشير نتائج ومؤشرات التحليل المُوضحة في الشكل أدناه إلى اعتماد البحوث والدراسات التي تناولت توظيف برنامج ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية على مجموعة مُتعددة ومُتنوعة من الأدوات مثل ( الاستبيان، المُقابلة المُتعمقة شبه المُنظمة، تحليل المضمون، تحليل الخطاب، مجموعات بؤر النقاش، الاختبارات والمقاييس، التحليل الدلالي، وغيرها).
- وجود قدر كبير من التنوع في توظيف الأدوات البحثية المُستخدمة في جمع البيانات، ما بين الأدوات التي يغلب عليها الطابع الكمي، وتلك الأدوات التي يغلب عليها الطابع الكيفي من جهة، والجمع بين هذه الأدوات من جهة أُخرى.
- وجود درجة كبيرة من الاتساق بين أدوات جمع البيانات التي تم توظيفها في إطار الدراسات التي خضعت للتحليل، وبين أنماط هذه الدراسات وأطرها المنهجية، كما هو مُوضح أدناه.



شكل (9) الأدوات البحثية المُستخدمة في جمع البيانات

"زاد عدد الأدوات عن عدد الدراسات لأن هناك دراسات استخدمت أكثر من أداة"

### (1) الاستبيان

- جاء توظيف أداة الاستبيان في الترتيب الأول بنسبة 30.8% من إجمالي الأدوات البحثية التي تم استخدامها في بحوث ودراسات توظيف برنامج ChatGPT في عُرف الأخبار الصحفية، سواء في الدراسات العربية والدراسات الأجنبية.
- تفوقت الدراسات العربية في استخدام أداة الاستبيان بإجمالي سبع دراسات، مُقابل خمس دراسات أجنبية.



- تصدرت المدرسة العربية المدارس العلمية الأربعة في استخدام أداة الاستبيان، ومن أمثلتها: دراسة (Assad, 2024)، ودراسة (هند يحيى، 2024)، ودراسة (Al Adwan, 2024)، ودراسة (وفاء خضر، 2024)، ودراسة (نوره ابوسنة، 2024)، ودراسة (شيرين البحيري، 2024)، ودراسة (شيرين عمر، 2023)، يليها المدرسة الأوروبية بواقع أربع دراسات، وهي: دراسة (Castillo-Campos et al, 2024)، ودراسة (Salonurmi, 2024)، ودراسة (Konstantis et al, 2023)، ودراسة (Sánchez-García et al, 2023)، ثم المدرستين الأمريكية والآسيوية بواقع دراسة واحدة لكل منها، وهما: دراسة (Haddud, 2024) الأمريكية، ودراسة (Ahmed, Abbasi & Shakil, 2024) الآسيوية.

## (2) المقابلات المتعمقة شبه المنظمة

- جاءت المقابلات المتعمقة شبه المنظمة في الترتيب الثاني بنسبة 28.2%.
- تفوقت الدراسات الأجنبية في استخدام المقابلات المتعمقة شبه المنظمة، حيث استخدمتها إحدى عشرة دراسة، مقابل ثلاث دراسات عربية.
- تصدرت المدرسة الأوروبية المدارس العلمية الأربعة في استخدام المقابلات المتعمقة شبه المنظمة، بواقع أربع دراسات، وهي: دراسة (Salonurmi, 2024)، ودراسة (Sánchez-García et al, 2023)، ودراسة (Lopezosa et al, 2023)، ودراسة (Cuartielles et al, 2023)، يليها في الترتيب المدرسة العربية بواقع ثلاث دراسات وهي: دراسة (Assad, 2024)، ودراسة (نوره ابوسنة، 2024)، ودراسة (شيرين عمر، 2023)، ثم المدرستين الأمريكية والآسيوية بواقع دراستين لكل منها، ومن أمثلة الدراسات الأمريكية دراسة (Gondwe, 2023)، ومن أمثلة الدراسات الآسيوية دراسة (Al-Zoubi., Ahmad & Hamid, 2024).

## (3) أكثر من أداة

- اعتمدت الأبحاث والدراسات العربية والأجنبية محل الدراسة على استخدام أكثر من أداة لجمع البيانات ضمن إجراءاتها المنهجية بنسبة 23.1%، ويلاحظ تفوق الدراسات العربية على الدراسات الأجنبية في هذا الصدد، حيث اعتمدت على ذلك ست دراسات عربية، مقابل ثلاث دراسات أجنبية، وهو ما يُشير إلى حداثة الدراسات العربية في هذا المجال. ومن أمثلة الدراسات العربية، دراسة (شيرين عمر، 2023)، والتي جمعت بين الاستبيان الإلكتروني ومجموعات بؤر النقاش والمقابلات المتعمقة، ومن أمثلة الدراسات الأجنبية دراسة (Sánchez-García et al, 2023) التي استخدمت أداتي الاستبيان والمقابلات المتعمقة، ودراسة (Irfan, 2023) التي استخدمت الاختبارات القبليّة والبعدية والمقابلات المتعمقة.

## (4) تحليل المضمون

- تم استخدام تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي بنسبة 12.8% في خمس دراسات: دراستين تنتميان للمدرسة الآسيوية هما: دراسة (Roe & Perkins, 2023)، ودراسة

(Freeman & Aoki, 2023) ودراستين تنتميان للمدرسة العربية وهما: دراسة (Hussain et al, 2024)، ودراسة (هشام زغلول، 2023) ودراسة واحدة تنتمي للمدرسة الأوروبية وهي: دراسة (de-Lima-Santos, Yeung & Dodds, 2024).

### (5) المقاييس والاختبارات التجريبية

تَمَّ استخدام المقاييس والاختبارات التجريبية في سبع دراسات وبنسبة 17.9% من إجمالي الأدوات البحثية التي تَمَّ استخدامها، بواقع ثلاث دراسات تنتمي للمدرسة العربية وهي: دراسة (Hussain et al, 2024)، ودراسة (وفاء خضر، 2024)، ودراسة (Al Adwan, 2024)، ودراستين تنتميان للمدرسة الأوروبية وهما: دراسة (Castillo-Campos et al, 2024)، ودراسة (Hudíková, 2023)، ودراستين تنتميان للمدرسة الآسيوية وهما: دراسة (Irfan, 2023)، ودراسة (Wen & Younes, 2024).

### (6) التحليل الدلالي ومجموعات بؤر النقاش والنماذج التنبؤية

تَمَّ استخدام التحليل الدلالي من المستوى الثاني ومجموعات بؤر النقاش والنماذج التنبؤية بنسبة 5.1%، واقتصرت الدراسات التي وظفت التحليل الدلالي من المستوى الثاني على دراستين فقط إحداهما أوروبية، وهي دراسة (Demmar & Neff, 2023)، والأخرى عربية، وهي دراسة (Al Naqbi, Bahrou & Ahmed, 2024)، بينما اقتصرت الدراسات التي استخدمت مجموعات بؤر النقاش على دراستين عربية، وهما دراسة (شيرين عمر، 2023)، ودراسة (نوره ابوسنة، 2024)، في حين اقتصرت الدراسات التي وظفت النماذج التنبؤية على دراستين فقط، إحداهما تنتمي للمدرسة الأوروبية، وهي دراسة (Rathore, 2023)، والأخرى تنتمي للمدرسة الآسيوية، وهي دراسة (Taecharunroj, 2023).

### (7) تحليل الخطاب والاستدلال الآلي وتحليل المشاعر

تَمَّ استخدام أدوات تحليل الخطاب والاستدلال الآلي وتحليل المشاعر بنسبة 2.6%، واقتصرت الدراسات التي استخدمت تحليل الخطاب على دراسة واحدة أوروبية، وهي دراسة (González-Arias & López-García, 2023)، بينما اقتصرت الدراسات التي وظفت الاستدلال الآلي على دراسة واحدة أمريكية، وهي دراسة (Sundar & Liao, 2023)، في حين اقتصرت الدراسات التي استخدمت تحليل المشاعر على دراسة واحدة آسيوية، وهي دراسة (Lian et al, 2023).

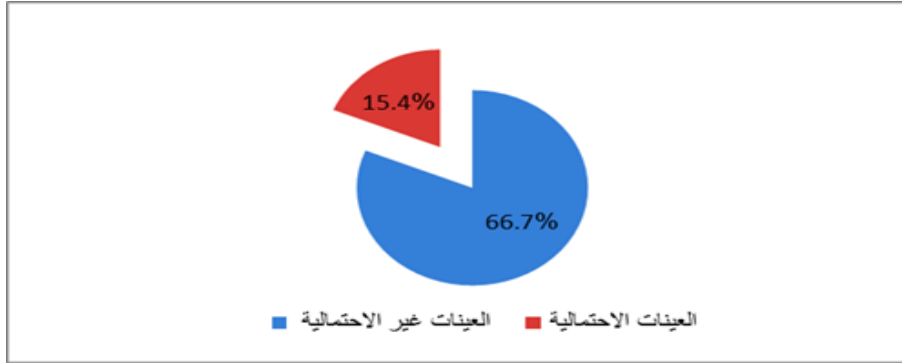
وبشكل عام، يُمكن رَصْد مجموعة من الملاحظات المتعلقة باستخدام الأدوات البحثية على مستوى البحوث العربية والأجنبية وفق ما يلي:

(1) وجود حالة من النمطية في استخدام الأدوات البحثية، حيث اعتمد معظم الباحثين على استخدام أداة واحدة فقط في جمع البيانات، وربما يُعزى ذلك إلى صعوبة تطبيق أكثر من أداة، أو أكثر من تصميم منهجي.

- (2) استخدمت كل من الدراسات العربية والأجنبية تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي.
- (3) اهتمت الدراسات الأجنبية بالدراسات الكيفية من خلال تحليل الخطاب، على سبيل المثال: دراسة (González-Arias & López-García, 2023) بينما لم تستخدم الدراسات العربية هذه الأداة.
- (4) محدودية استخدام الأدوات الكيفية كالمقابلات المتعمقة على سبيل المثال لا الحصر، حيث لم تحظى باهتمام كبير على مستوى البحوث والدراسات العربية، ويُفسر ذلك في ضوء الظروف الاقتصادية التي يعيشها الباحثون، خاصة في ظل احتياج الأدوات الحديثة إلى تكلفة مادية كبيرة قد لا يستطيع الكثيرون توفيرها.
- (5) هناك أدوات لجمع البيانات استخدمتها الدراسات الأجنبية ولم تستخدم في الدراسات العربية، وهي: الاختبارات التجريبية وتم استخدامها في دراستين هما: دراسة (Castillo-Campos et al, 2024) ، ودراسة (Irfan, 2023)، في حين انفردت الدراسات العربية باستخدام مجموعات بؤر النقاش في دراستين هما: دراسة (شيرين عمر، 2023) ، ودراسة (نوره ابوسنة، 2024) ، بينما لم تستخدم الدراسات الأجنبية هذه الأداة.

#### • أنواع العينات

تنوعت العينات التي وظفتها البحوث والدراسات التي تناولت توظيف برنامج ChatGPT في عُرف الأخبار الصحفية والتي تمثلت في التالي:



شكل (10) أنواع العينات المستخدمة في الدراسات عينة التحليل

- أظهرت النتائج كما هو موضح بالشكل أعلاه غلبة العينات غير الاحتمالية على بحوث ودراسات توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT في عُرف الأخبار الصحفية، بواقع ست وعشرون دراسة وبنسبة 66.7% من إجمالي حجم العينة، وبشكل أكثر تفصيلاً، بلغ عدد الدراسات التي اعتمدت على العينة العمدية ثلاث وعشرين دراسة

- ونسبة بلغت 58.9٪، تلتها العينة الملائمة بواقع دراستين وبنسبة 5.1٪، وأخيراً، عينة كرة الثلج بواقع دراسة واحدة وبنسبة 2.6٪.
- تفوقت المدرسة الأوروبية في الاعتماد على العينات غير الاحتمالية بإجمالي تسع دراسات، تلتها المدرسة العربية بإجمالي سبع دراسات، ثم المدرسة الآسيوية بإجمالي ست دراسات، وأخيراً المدرسة الأمريكية بإجمالي أربع دراسات.
- جاءت العينات الاحتمالية في الترتيب الثاني بواقع ست دراسات وبنسبة 15.4٪ من إجمالي حجم العينة.
- تفوقت المدرسة العربية في الاعتماد على العينات الاحتمالية، تلتها المدارس الأمريكية والأوروبية والآسيوية، ويُمكن تفسير ذلك استناداً إلى طبيعة بعض الدراسات التي تتطلب استخدام هذا النوع من العينات.

### النتائج العامة للدراسة

سعت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل وتقييم الإنتاج العلمي لبحوث ودراسات توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، في إطار المدارس الأمريكية والأوروبية والآسيوية والعربية، وذلك على مستوى القضايا والإشكاليات البحثية، والأطر النظرية والمنهجية المستخدمة في هذه الدراسات، والنتائج التي انتهت إليها، وذلك خلال الفترة من يناير 2023م حتى يونيو 2024م، بالتطبيق على تسع وثلاثون دراسة عربية وأجنبية، باستخدام أسلوب التحليل من المستوى الثاني، وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة أبرزها ما يلي:

1. تنامي بحوث ودراسات توظيف ChatGPT في عُرف الأخبار الصحفية على مستوى المدارس العلمية الأربعة التي اهتمت بالموضوع.
2. غلبة الطابع الوصفي على معظم البحوث والدراسات العربية والأجنبية عينة التحليل، حيث استهدفت وصف الظاهرة المدروسة وتحديد عناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن.
3. بروز الاتجاه الكمي في معظم الدراسات سواء الأجنبية أو العربية، خاصة في ضوء توظيف الأطر المنهجية التقليدية وعلى رأسها منهج المسح الإعلامي.
4. اهتمت البحوث والدراسات الأجنبية بالجانب التفسيري للنتائج ودراسة الأبعاد المختلفة المؤثرة على توظيف ChatGPT في عُرف الأخبار الصحفية، في حين اهتمت أغلب الدراسات العربية بالقياس الكمي فقط دون التطرق للجانب التفسيري، ويُعزى ذلك إلى اعتماد معظم الدراسات العربية على الجوانب المنهجية التقليدية.
5. انفردت المدارس الأمريكية الأوروبية الآسيوية باستخدام الدراسات التجريبية، وهو ما يؤكد مواكبة الدراسات الأجنبية لهذا النوع من البحوث والدراسات التي تتخطى مرحلة

- التوصيف إلى مرحلة القياس الفعلي للمتغيرات، في حين كشفت النتائج عن الغياب التام لهذه الدراسات على مستوى البحوث والدراسات العربية.
6. قلة عدد البحوث والدراسات التي اعتمدت على أطر نظرية واضحة إما كأساس نظري لها من جهة، وإما توظيفها على المستوى التحليلي أو التفسيري من جهة أخرى، حيث توصلت النتائج إلى أن أغلب البحوث والدراسات عينة التحليل لم تستند على أطر نظرية محددة.
7. التنوع في استخدام المداخل والأطر النظرية المتعلقة ببحوث ودراسات توظيف ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، ومنها على سبيل المثال لا الحصر: النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، نظرية انتشار الأفكار المستحدثة، نظرية الأطر، النظرية المؤسسية، نظرية المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى نظرية مصداقية المصدر.
8. تعدد الأدوات البحثية في بحوث ودراسات توظيف ChatGPT في عُرف الأخبار الصحفية على مستوى الدراسات العربية والأجنبية عينة التحليل، في حين كشفت النتائج عن مجموعة من الدراسات بلغت نسبتها 23.1%، قد استخدمت أكثر من أداة، وهذه النتيجة تشير إلى أن هذه الدراسات كانت أكثر عمقا وتطورا على المستويين المنهجي والتحليلي، مقارنة بغيرها من الدراسات الأخرى.
9. تصدرت العينات غير الاحتمالية بحوث ودراسات توظيف ChatGPT في عُرف الأخبار الصحفية على مستوى الدراسات العربية والأجنبية خلال فترة التحليل، وقد بلغ عدد الدراسات التي اعتمدت على العينات غير الاحتمالية ست وعشرون دراسة تمثل نسبة 66.7% من إجمالي حجم العينة.
10. غلبة الطابع الفردي في كل البحوث والدراسات العربية التي تناولت توظيف ChatGPT في عُرف الأخبار الصحفية، وغياب ما يُسمى بـ" الفريق البحثي" في تلك الدراسات، مقارنة بالبحوث والدراسات الأجنبية التي اتسمت بالطابع الثنائي أو الجماعي.

#### الرؤية المستقبلية والأجندة البحثية المقترحة

في ضوء التحليل السابق للبحوث والدراسات التي خضعت للتحليل في الفترة من يناير 2023م حتى يونيو 2024م، استخلص الباحث رؤية شاملة لتطوير البحوث العربية المرتبطة بدراسات توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT داخل عُرف الأخبار الصحفية، كما هو موضح أدناه.

#### • رؤية مستقبلية على مستوى أجندة القضايا البحثية

- 1) الاهتمام بالبحوث الجماعية والتي تُعطي ثراء للظاهرة المدروسة من جهة، بالإضافة إلى التنوع الفكري على مستوى الرؤية النقدية للنتائج المستخلصة من جهة أخرى.

(2) توجيه اهتمام الباحثين نحو دراسة تأثير السياقات الاجتماعية والثقافية والسياسية المختلفة على برنامج الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT، سعياً للتعرف على تأثيراته في مجال العمل الصحفي.

(3) إجراء المزيد من البحوث حول التحدّيات المهنية والأخلاقية لبرنامج ChatGPT في عُرف الأخبار، مع التركيز على فئات متنوعة من الصحفيين داخل المؤسسات الإعلامية.

(4) توسع النطاق الزمني على مستوى البحوث المستقبلية، بهدف تقديم رؤية أكثر شمولاً، مما يُثري فهمنا لدور برنامج ChatGPT في المجال الصحفي.

#### • رؤية مستقبلية على مستوى الأطر النظرية والتصميم المنهجي

1. استخدام أطر نظرية حديثة وتوظيفها بشكل صحيح، حيث أظهرت النتائج تشابه المداخل النظرية في معظم البحوث والدراسات العربية والأجنبية عينة التحليل.

2. تعزيز التعاون المنهجي متعدد التخصصات بين الصحفيين والباحثين في مجال الذكاء الاصطناعي التوليدي ووضعي السياسات لتطوير أطر شاملة لدمج برنامج ChatGPT في الصحافة بشكل آمن ومسؤول.

3. إجراء مزيد من بحوث التحليل من المستوى الثاني بهدف التعرف على مجالات الاهتمام البحثي للدراسات المتعلقة باستخدام برنامج ChatGPT في العمل الصحفي.

4. إجراء دراسات طويلة لتتبع التأثيرات طويلة المدى لتكامل برنامج ChatGPT في الصحافة، حيث يُمكن لهذه الدراسات أن تُقدم نظرة ثاقبة حول التأثير المُستدام لـ ChatGPT على المُنتجات الصحفية، ومعدلات الأداء المهني على مدى فترات طويلة.

5. الاهتمام بالدراسات التجريبية كونها دراسات أكثر دقة وعمقا تتخطى مرحلة التوصيف إلى مرحلة القياس الفعلي للمتغيرات.

#### • رؤية مستقبلية على مستوى التعليم الصحفي والإعلامي

(1) إعادة التفكير في المناهج الدراسية الخاصة بتخصصات الصحافة والإعلام، ليس فقط بهدف تعديل السمات المهنية، ولكن أيضاً لتزويد الصحفيين الجدد بقاعدة معرفية أخلاقية وأخلاقية تسمح لهم بالتعامل مع برنامج ChatGPT في وظائفهم دون السماح له بمنعهم من التفكير النقدي والمستقل، وهو أمر ضروري لحماية القيم المتأصلة في الصحافة.

(2) التحديث المُستمر للبرامج التي تستهدف المهنيين العاملين. بمعنى أدق، إعادة تقييم التدريب اللازم للصحفيين المُستقبليين لاكتساب المعرفة الصحيحة بالذكاء الاصطناعي واستخدامه بشكل مسؤول.

- (3) التطوير المهني للصحفيين من خلال استكشاف كيف يُمكن لأدوات ChatGPT أن تُساعد الصحفيين في تحسين ممارستهم الصحفية، وتطوير أدائهم، مما يُحسن بشكل فعال كفاءة الصحفيين ويُسهل تطوير صناعة الأخبار.
- (4) مُراقبة المؤسسات الإخبارية لحوارزميات الذكاء الاصطناعي الخاصة بها وتحديثها باستمرار، مما يضمن أن تكون هذه الأنظمة غير مُتحيزة قدر الإمكان، وهو ما يتطلب ليس فقط تعديلات تكنولوجية، بل يتطلب أيضاً فهماً عميقاً للسياقات الاجتماعية والثقافية التي يتم من خلالها إنتاج الأخبار واستهلاكها.
- (5) إجراء بحوث حول قبول الصحفيين واعتمادهم لبرنامج ChatGPT في العمل الصحفي، على سبيل المثال لا الحصر، فهم العوامل التي تُؤثر على مواقفهم تجاه ChatGPT لتعزيز مشاركتهم وقبولهم لهذا البرنامج.

### مراجع الدراسة:

- 1) Wong, Y., et al (2022). Compute to tell the tale: Goal-driven narrative generation. In *Proceedings of the 30th ACM International Conference on Multimedia, Lisboa, Portugal* (pp. 6875–6882).
- 2) Feuerriegel, S., Hartmann, J., Janiesch, C., & Zschech, P. (2024). Generative ai. **Business & Information Systems Engineering**, 66(1), 111-126.
- 3) Gondwe, G. (2023b). Exploring the multifaceted nature of generative ai in journalism studies: A typology of scholarly definitions. Available at SSRN 4465446.
- 4) Gutiérrez-Caneda, B., Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2023). AI application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology. **Profesional de la información**, 32(5), <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.14>
- 5) Barceló-Ugarte, Teresa; Pérez-Tornero, José-Manuel; Vila-Fumàs, Pere (2021). “Ethical challenges in incorporating artificial intelligence into newsrooms”. In: Luengo, María; Herrera-Damas, Susana (eds.). *News media innovation reconsidered: ethics and values in a creative reconstruction of journalism*. Hoboken: Wiley-Blackwell, pp. 138-153. ISBN: 978 1 119706496 <https://www.doi.org/10.1002/9781119706519>
- 6) Rojas-Torrijos, José-Luis (2021). “Semi-automated journalism: Reinforcing ethics to make the most of artificial intelligence for writing news”. In: Luengo, María; Herrera-Damas, Susana (eds.). *News media innovation reconsidered: ethics and values in a creative reconstruction of journalism*. Hoboken: Wiley-Blackwell, pp. 124-137. ISBN: 978 1 119706496 <https://doi.org/10.1002/9781119706519.ch8>
- 7) Fitria, T. N. (2023). Artificial intelligence (AI) technology in OpenAI ChatGPT application: A review of ChatGPT in writing English essay. In *ELT Forum: Journal of English Language Teaching*, 12(1), 44-58.
- 8) Rice, S., Crouse, S. R., Winter, S. R., & Rice, C. (2024). The advantages and limitations of using ChatGPT to enhance technological research. **Technology in Society**, 76, 102426.
- 9) Deng, J., & Lin, Y. (2022). The benefits and challenges of ChatGPT: An overview. **Frontiers in Computing and Intelligent Systems**, 2(2), 81-83.
- 10) Carvalho, I., & Ivanov, S. (2024). ChatGPT for tourism: applications, benefits and risks. **Tourism Review**, 79(2), 290-303.
- 11) Hadi, M., & Najm, M. (2023). Introduction to ChatGPT: A new revolution of artificial intelligence with machine learning algorithms and cybersecurity. **Science Archives**, 4(4), 276-285.



- 12) Rohit, S. (February 2024). ChatGPT Statistics—User Demographics. <https://www.demandsage.com/chatgpt-statistics/>
- 13) Aljanabi, M. (2023). ChatGPT: Future directions and open possibilities. **Mesopotamian journal of Cybersecurity**, 2023, 16-17.
- 14) Silva, C.A.G.D., Ramos, F.N., de Moraes, R.V., & Santos, E.L.D. (2024). ChatGPT: Challenges and Benefits in Software Programming for Higher Education. **Sustainability**, 16(3), 1245.
- 15) Xu, X., Su, Y., Zhang, Y., Wu, Y., & Xu, X. (2024). Understanding learners' perceptions of ChatGPT: A thematic analysis of peer interviews among undergraduates and postgraduates in China. **Heliyon**, 10 (4), e26239.
- 16) Anbin, S., & YongLiang, L. (2023). From Media Convergence to Human-Machine Collaboration: The History, Current Status, and Vision of AI Empowering News Production. **Media Observer**, (06), 36-43+2.
- 17) Stahl, B.C., & Eke, D. (2024). The ethics of ChatGPT—Exploring the ethical issues of an emerging technology. **International Journal of Information Management**, 74, 102700.
- 18) Haleem, A., Javaid, M., & Singh, R.P. (2022). An era of ChatGPT as a significant futuristic support tool: A study on features, abilities, and challenges. **BenchCouncil transactions on benchmarks, standards and evaluations**, 2(4), 100089.
- 19) Taecharunroj, V. (2023). What Can ChatGPT Do?" Analyzing Early Reactions to the Innovative AI Chatbot on Twitter. **Big Data and Cognitive Computing**, 7(1), 35.
- 20) Marcelina, Y., Muchtar, K., & Rosyidi, I. (2020). Mediamorfosis Radar Bandung. **Jurnal Komunikatif**, 9(1), 34-50
- 21) Okon, P. E., Obukoadata, P. R., & Ekwok, L. (2022). Mediamorphosis: Assessing the influence of digital media on traditional newspapers in Nigeria from the audience and media managers' perspectives. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 1, 45-64.
- 22) حسني نصر (2015). *اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة. دراسة مقدمة في إطار مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي.. التطبيقات والإشكاليات المنهجية"*، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، 10-11 مارس.
- 23) Astuti, B. W., Abrar, A. N., & Irawanto, B. (2024). Mediamorphosis: the new face of radio broadcasting in the new normal era. **Jurnal Studi Komunikasi**, 8(2), 393-404.
- 24) Okocha, D. O., & Ola-Akuma, R. O. (2022). Journalistic metamorphosis: robot journalism adoption in Nigeria in a digital age. *Igwebuike: African Journal of Arts and Humanities*, 8(1).255-294.

- 25) Shahab, F. (2023). Mediamorphosis of Betawi Cultural Broadcasting Domain Into New Media Domain. **International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science**, 4(4), 1154-1161.
- 26) Calmon Alves, R. (2001). The future of online journalism: mediamorphosis or mediacide?. **info**, 3(1), 63-72.
- 27) Palekar, S., & Sedera, D. (2012). The competing-complementarity engagement of news media with online social media. In *Proceedings of the 16th Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS)* (pp. 1-9). University of Science (Vietnam).
- 28) Kurniullah, A. Z. (2023). Mediamorphosis 4.0: New Media, Visual Culture and Intrusive Information. **Global Media Journal**, 21(64), 1-8.
- 29) de-Lima-Santos, M. F., Yeung, W. N., & Dodds, T. (2024). Guiding the Way: A Comprehensive Examination of AI Guidelines in Global Media. *arXiv preprint arXiv:2405.04706*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.04706>
- 30) Simon, F. (2024). Artificial intelligence in the news: how AI retools, rationalizes, and reshapes journalism and the public Arena. [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php)
- 31) Al Naqbi, H., Bahroun, Z., & Ahmed, V. (2024). Enhancing Work Productivity through Generative Artificial Intelligence: A Comprehensive Literature Review. **Sustainability**, 16(3), 1166.
- 32) Hussain, K., Khan, M. L., & Malik, A. (2024). Exploring audience engagement with ChatGPT-related content on YouTube: Implications for content creators and AI tool developers. **Digital Business**, 4(1), 100071
- 33) Castillo-Campos, M., Varona-Aramburu, D., & Becerra-Alonso, D. (2024). Artificial Intelligence Tools and Bias in Journalism-related Content Generation: Comparison Between Chat GPT-3.5, GPT-4 and Bing. **Tripodos**, (55), 99-115.
- 34) Arya, S., & Sharma, G. (2023). Generative AI Images and Indian Media Industry: An Overview of Opportunities and Challenges. **Journal of Communication and Management**, 2(04), 271-274.
- 35) Sánchez-García, Pilar; Merayo-Álvarez, Noemí; Calvo-Barbero, Carla; Diez-Gracia, Alba (2023). "Spanish technological development of artificial intelligence applied to journalism: companies and tools for documentation, production and distribution of information". **Profesional de la información**, v. 32, n. 2, e320208. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.08>
- 36) Roe, J., & Perkins, M. (2023). What they're not telling you about ChatGPT: exploring the discourse of AI in UK news media headlines. **Humanities and Social Sciences Communications**, 10(1), 1-9.

- 37) Hudíková, P.N.Z. (2023). Artificial intelligence as a creator of journalistic content. **Marketing identity**, 356. <https://doi.org/10.34135/mmidentity-2023-36>
- 38) هشام زغول (2023). صياغة المحتوى الإبداعي بالإعلام التربوي باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي ChatGPT: استكشاف الفرص والتحديات. **مجلة بحوث التربية النوعية: كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة**، ع 75 ، 140-55.
- 39) Pavlik, J. (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. **Journalism & Mass Communication Educator**, 78 (1), 84–93.
- 40) Kim, M. G., & Desaire, H. (2024). Detecting the Use of ChatGPT in University Newspapers by Analyzing Stylistic Differences with Machine Learning. **Information**, 15(6), 307
- 41) Assad, A. (2024). Exploring the use of ChatGPT among media students in Egypt: Opportunities and challenges. **Online Journal of Communication and Media Technologies**, 14(2), e202424.
- 42) وفاء خضر (2024). فاعلية استخدام التقنيات الحديثة "الذكاء الاصطناعي، الميتافيرس، الشات جي بي تي" في مجالى التعليم وصناعة الصحافة في مصر. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام: كلية الإعلام، جامعة القاهرة**، مج 23 ، ع 1 ، 231-117.
- 43) Freeman, B., & Aoki, K. (2023, November). ChatGPT in education: A comparative study of media framing in Japan and Malaysia. In *Proceedings of the 2023 7th International Conference on Education and E-Learning* (pp. 26-32).
- 44) Demmar, K., & Neff, T. (2023). Generative AI in journalism education: mapping the state of an emerging space of concerns, opportunities, and strategies. **Journalism Education**, 12(1), 47-58.
- 45) Lopezosa, C., Codina, L., Pont-Sorribes, C., & Váñez, M. (2023). Use of generative artificial intelligence in the training of journalists: challenges, uses and training proposal. **Profesional de la información**, v. 32, n.4, e320408. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.08>
- 46) Irfan, M. (2023). Enhancing critical thinking and journalism skills through artificial intelligence literacy: A case study of journalism students in Tajik National University. **International Journal on Social and Education Sciences**, 5(1), 1-18.
- 47) Rathore, B. (2023). Future of AI & generation Alpha: ChatGPT beyond boundaries. **Eduzone: International Peer Reviewed/Refereed Multidisciplinary Journal**, 12(1), 63–68.
- 48) شيرين عمر (2023). تقبل الشباب المصري لاستخدام تقنية Chat GPT كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي "دراسة ميدانية". **مجلة البحوث الإعلامية: كلية الإعلام، جامعة الأزهر**، مج 66، ع 1، 74-9.

- 49) Ahmed, R., Abbasi, W. A., & Shakil, H. (2024). AI and the Future of Journalism: Perception of Pakistani Journalists on the Opportunities and Limitations of ChatGPT. **Journal of Peace, Development and Communication**, 08(02), 145–157.
- 50) Salonurmi, I. M. (2024). *'Our Main Tools are (Still) Our Brains': Local Journalists' Adoption of Artificial Intelligence in Two European Countries* (Bachelor's thesis, University of Twente).
- 51) Al Adwan, M. N., El Hajji, M., & Fayez, H. (2024). Future anxiety among media professionals and its relationship to utilizing artificial intelligence techniques: The case of Egypt, France, and UAE. **Online Journal of Communication and Media Technologies**, 14(2), e202425
- 52) هند يحيى (2024). أخلاقيات استخدام تطبيقات ومنصات ChatGPT في صناعة المحتوى الصحفى. **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية: المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق**، مج 27، ع (27)، الجزء الثانى، 9-109.
- 53) شيرين البحيري (2024). استخدامات القائمين بالاتصال لتطبيق Chat - GPT وتأثيراته عليهم. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة**، ع27، 119-127.
- 54) نوره ابوسنة (2024). اتجاه الأكاديميين وأخصائي الإعلام التربوي نحو توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي (ChatGPT) في الأبحاث العلمية وإنتاج المحتوى. **مجلة البحوث الإعلامية: كلية الإعلام، جامعة الأزهر**، مج 69، ع1، 9-72.
- 55) Haddud, A. (2024). ChatGPT in supply chains: exploring potential applications, benefits and challenges. **Journal of Manufacturing Technology Management**.
- 56) Jingyi N. (2023). An Analysis of Journalists Coping Strategies in the Face of ChatGPT. **Lecture Notes in Education Psychology and Public Media**, 25(1), 90-95.
- 57) Konstantis, K., et al. (2023). Ethical considerations in working with ChatGPT on a questionnaire about the future of work with ChatGPT. AI Ethics. <https://doi.org/10.1007/s43681-023-00312-6>
- 58) Cuartielles, R., Ramon-Vegas, X., & Pont-Sorribes, C. (2023). Retraining fact-checkers: The emergence of ChatGPT in information verification. **Profesional de la información**, 32(5), <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.15>
- 59) Taecharungroj, V. (2023). What Can ChatGPT Do?" Analyzing Early Reactions to the Innovative AI Chatbot on Twitter. **Big Data and Cognitive Computing**, 7(1), 35.
- 60) González-Arias, C., & López-García, X. (2023). ChatGPT: Stream of opinion in five newspapers in the first 100 days since its launch. **Profesional de la información**, 32(5), <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.24>

- 61) Gutiérrez-Caneda, B., Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2023). AI application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology. **Profesional de la información**, 32(5), <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.14>
- 62) Gondwe, G. (2023). CHATGPT and the Global South: how are journalists in sub-Saharan Africa engaging with generative AI? **Online Media and Global Communication**, 2(2), 228–249.
- 63) Al-Zoubi, O., Ahmad, N., & Hamid, N. A. (2024). Artificial Intelligence in Newsrooms: Ethical Challenges Facing Journalists. **Studies in Media and Communication**, 12(1), 401-409
- 64) Wen, Z., & Younes, R. (2024). ChatGPT vs Media Bias: A Comparative Study of GPT-3.5 and Fine-tuned Language Models. *arXiv preprint arXiv:2403.20158*. <https://doi.org/10.54254/2755-2721/21/20231153>
- 65) Li, X., Zhang, Y., & Malthouse, E. C. (2023). A Preliminary Study of ChatGPT on News Recommendation: Personalization, Provider Fairness, Fake News. *arXiv preprint arXiv: 2306.10702*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.10702>
- 66) Lian, Y., Tang, H., Xiang, M., & Dong, X. (2024). Public attitudes and sentiments toward ChatGPT in China: A text mining analysis based on social media. **Technology in Society**, 76, 102442.
- 67) Tawfeeq, T. M. , Awqati, A. J., & Jasim, Y. A. (2023). The Ethical Implications of ChatGPT AI Chatbot: A Review. **Journal of Modern Computing and Engineering Research**, 49-57.
- 68) Sundar, S.S., & Liao, M. (2023). Calling BS on ChatGPT: Reflections on AI as a Communication Source. **Journalism & Communication Monographs**, 25(2), 165-180.